



MKiDN



Fundacja OŻK-SB

Barbara Fatyga, Ludwika Malarska, Małgorzata Malarska,
Mariusz Piotrowski, Kaja Rożdżyńska-Stańczak, Aleksandra
Zalewska-Królak, Bogna Kietlińska

„WPŁYW DIAGNOZ I BADAŃ NA REALIZACJĘ POLITYK KULTURALNYCH W 48 GMINACH WOJEWÓDZTW MAZOWIECKIEGO, MAŁOPOLSKIEGO I WARMIŃSKO-MAZURSKIEGO”.

RAPORT Z BADAŃ 2015-2016.

Warszawa-Milanówek 31.12.2016 r.

ISBN 978-83-949339-0-6





WSPÓŁPRACA

REALIZACJA BADAŃ TERENOWYCH:

W WOJ. MAZOWIECKIM: dr Wanda Czarnota, mgr Kaja Rożdżyńska-Stańczak, mgr Marta Sęk, mgr Aleksandra Zalewska-Królak;

W WOJ. MAŁOPOLSKIM: dr Joanna Dziadowiec, mgr Michał Kurcwald;

W WOJ. WARMIŃSKO-MAZURSKIM: Kamila Guzewicz, Maciej Prażmo, Edyta Kołodziejczyk, ponadto pomogli nam Jakub Dziubiński i Magdalena Engelhardt.

KODOWANIE MATERIAŁU EMPIRYCZNEGO I BAZY DANYCH: Filip Bobociński, prof. Barbara Fatyga, mgr Maciej Folta, mgr Małgorzata Malarska, mgr Ludwika Malarska, mgr Kaja Rożdżyńska-Stańczak, Jan Szpilka, mgr Aleksandra Zalewska-Królak.

OPRACOWANIA STATYSTYCZNE: mgr Ludwika Malarska.

OPRACOWANIE WYNIKÓW UZYSKANYCH PRZY POMOCY NOWYCH NARZĘDZI: *Tajemniczy Klient* – mgr Aleksandra Zalewska-Królak; *Analiza szaty informacyjnej w gminach* – mgr Małgorzata Malarska, mgr Ludwika Malarska; *Analizy przestrzenne* – dr Mariusz Piotrowski.



Barbara Fatyga

PODSTAWY TEORETYCZNE

W warstwie teoretycznej projekt badania skutków diagnoz dla rozwoju działań kulturalnych w społecznościach lokalnych opiera się na koncepcji kultury autorstwa Barbary Fatygi i Zespołu Badawczego Fundacji OŻK-SB wypracowanej właśnie po to by monitorować stan kultury; w tym politykę kulturalną, życie kulturalne i praktyki kulturalne Polaków. Wykorzystane w badaniu podstawowe pojęcia definiujemy poniżej na dwa sposoby: **podając rozumienie teoretyczne i definicję operacyjną** (z reguły wskazującą te aspekty, elementy czy wymiary, które zostały uwzględnione w badaniu bądź jako kryteria w zbieraniu materiału empirycznego, bądź jako kryteria procedur analitycznych i interpretacyjnych).

1) Przyjęta tu definicja **KULTURY** jest następująca: "Kultura to specyficzne środowisko życia człowieka i zarazem federacja subkultur, w której zdecydowanie dominuje kultura popularna, zarówno w sensie ilościowym, jak i jakościowym. Ujęcie to przeczy koncepcjom kultury opartym o ideę przemocy symbolicznej, wg których dominującą pozycję w danym układzie mają kultury elit (tzw. wysokie).

Jako środowisko życia współczesnych ludzi pojęcie kultury wiąże się z ideami stabilności i ciągłości. (Chociaż na ogół konkretna kultura jest tylko względnie stabilna i/lub ciągła). Ponadto kultura to – patrząc z innego punktu widzenia - przekształcone środowisko przyrodnicze, którym będziemy się tu zajmować tylko marginalnie¹ (nacechowane wartościami i znaczeniami) oraz środowisko społeczne - wytwarzane przez jednostki i grupy, które również oplata zmienna i różnorodna sieć wartości i znaczeń.

Z kolei, ujęcie kultury jako federacji subkultur zwraca uwagę na jej mozaikowe wręcz zróżnicowanie, kalejdoskopową zmienność i zdolność do łączenia w ramach doraźnych subkulturowych całości, elementów, które mogą być nawet ze sobą sprzeczne pod względem wartości i/lub znaczeń. Konkretnie subkultury (ludowa, wysoka, młodzieżowa, miejska, wiejska itp.) zachowują w tym federacyjnym układzie pewną autonomię, dzięki której można je rozróżniać. Są też niszami dla swoistych praktyk kulturalnych. Mimo nierzadko przeciwstawnych trendów działających wewnątrz danej kultury, składające się na nią subkultury pozostają jednak w sieci wzajemnych, dynamicznych i na ogół złożonych relacji: przede wszystkim z subkulturą dominującą oraz z niektórymi innymi subkulturami."²

¹ Np. tylko wtedy gdy uczestnicy lokalnych kultur wymieniali elementy przyrodnicze jako „mocne” lub „słabe” strony swoich miejscowości czy gmin.

² Por. definicja kultury w Wieloźródłowym Słowniku Kultury OŻK – SB (dalej źródło cytowane jako WSK): <http://ozkultura.pl/wpisy/26>

1A) Szczególną uwagę zwracamy tutaj na rozumienie kultury nie uwzględniające podziałów typu wysoka - niska. Warto więc zaznaczyć, że zajmowaliśmy się instytucjami kultury, nie przyjmując automatycznie, iż reprezentują one (lub upowszechniają itp.) kulturę wysoką; a także, że interesowało nas głównie środowisko społeczne, w tym tylko wybrane kategorie uczestników kultury: urzędników, personelu instytucji i dobranych wiekowo kategorii mieszkańców.

2) **POLITYKĘ KULTURALNĄ** rozumieliśmy zgodnie z zaleceniami UNESCO. Wg tego źródła: "Polityka kulturalna stanowi podstawowy element polityki trwałego rozwoju. Dialog kultur powinien być głównym celem polityki kulturalnej, a wolność słowa jest niezbędnym warunkiem tego dialogu. Polityka kulturalna w XXI wieku powinna wybiegać w przyszłość, zajmując się nie tylko bieżącymi problemami, lecz także antycypacją przyszłych potrzeb. Wejście do społeczeństwa informacyjnego i przyswojenie sobie technik informacyjnych przez każdego człowieka stanowi ważny aspekt wszelkiej polityki kulturalnej. Polityka kulturalna powinna wspierać wszelkie formy twórczości. Polityka kulturalna powinna mieć na celu poprawę integracji społecznej oraz poziomu życia wszystkich członków społeczeństwa. Polityka kulturalna powinna respektować zasadę równości kobiet i mężczyzn. Rząd i społeczeństwo powinny współdziałać w tworzeniu zasad i realizacji polityki kulturalnej zintegrowanej ze strategią rozwoju. W świecie współzależności należy tworzyć politykę kulturalną równolegle na różnych szczeblach - lokalnym, regionalnym, krajowym i globalnym. Kraje powinny współdziałać w budowaniu świata, w którym międzykulturowa komunikacja, przekaz informacji i wzajemne zrozumienie będą stanowić regułę, i w którym różnorodność wartości kulturowych, wizji etycznych i zachowań będzie sprzyjać tworzeniu rzeczywistej kultury pokoju. Polityka kulturalna powinna czuwać nad zapewnieniem rozszerzenia dostępu wszystkim grupom społecznym do kultury, nad walką z odrzuceniem i marginalizacją oraz nad powstawaniem procesów sprzyjających demokracji w kulturze. Polityka kulturalna powinna uznać zasadniczy wkład twórców w poprawę poziomu życia, umacnianie tożsamości oraz rozwój kulturalny społeczeństwa. Każda polityka kulturalna powinna uwzględniać całość życia kulturalnego: twórczość, ochronę dziedzictwa i popularyzację. Należy mieć na uwadze, iż upowszechnianie i dostęp do kultury są uwarunkowane dynamiką twórczości, zagwarantowanej przez skuteczną ochronę prawną."³

2A) Z tej kompletnej i szczegółowej definicji zaczerpnęliśmy przede wszystkim ideę „trwałego rozwoju” (por. też niżej – definicję społeczności lokalnych), postulat wspierania integracji społecznej, dostrzeganie lokalnego wymiaru polityki kulturalnej oraz jej rolę w pogłębianiu demokratyzacji relacji społecznych, przede wszystkim z punktu widzenia dostępności kultury (w podanym wyżej rozumieniu).

³ <http://www.unesco.pl/kultura/roznorodnosc-kulturowa/polityka-kulturalna/>

3) **ŻYCIE KULTURALNE** definiujemy jako: „(...) charakterystyczne dla danej zbiorowości sposoby funkcjonowania żywej kultury, które przejawiają się jako konkretne praktyki kulturalne. Nie są tu one dzielone na <lepsze> i <gorsze>, a samo pojęcie ma umożliwiać przede wszystkim badanie konkretnych konfiguracji tych praktyk. Niniejszym staramy się zatem odebrać pojęciu życia kulturalnego jego wartościujące znaczenie, kierujące uwagę przede wszystkim w stronę uczestnictwa w tzw. kulturze wysokiej bądź w stronę zagadnień związanych z tradycyjnie rozumianą edukacją kulturalną, która - wedle tradycyjnego poglądu - winna przygotowywać odbiorców do owego uczestnictwa”⁴.

3A) W badaniu interesowało nas życie kulturalne przede wszystkim jako konfiguracje określonych praktyk, które były porównywane pomiędzy województwami, gminami posiadającymi diagnozy sytuacji kulturalnej i tzw. sąsiedzkimi, które ich nie posiadały (bądź nie było śladu, iż je mają w postaci oficjalnych, upublicznionych dokumentacji) oraz pomiędzy twórcami i wykonawcami polityk kulturalnych, a także między kategoriami wiekowymi mieszkańców.

Ponadto, z punktu widzenia operacjonalizacji kategorii życia kulturalnego, oprócz tzw. czynnika ludzkiego, kluczowe było dla nas pojęcie **OFERTY KULTURALNEJ**.

3B) **Na poziomie operacyjnym za ofertę kulturalną uznaliśmy** nie tylko imprezy, działania i wydarzenia kulturalne, zarówno wpisane w statutową działalność instytucji kultury, jak i realizowane na jej marginesach i poza instytucjami. W niniejszym badaniu jako ofertę kulturalną badaliśmy: oficjalne powiadomienia o działalności kulturalnej zamieszczane na stronach internetowych urzędów gmin oraz te, które tworzyły szatę informacyjną w miejscowościach, w których było realizowane badanie. Były to ogłoszenia, plakaty i inne formy dokumentowane przez badaczy fotograficznie.

4) **PRAKTYKI KULTURALNE** definiujemy następująco: "[Są to] to uporządkowane (czyli uwzorowane) ludzkie zachowania, tworzące całości o charakterze autotelicznym lub instrumentalnym. Wewnętrznie i zewnętrznie porządkują je wzorce kulturowe, które nadają zachowaniom - skomplikowane i względnie stałe - wartości i znaczenia. Praktyki te można podzielić na:

a) **praktyki indywidualne** skierowane przez jednostkę: - ku sobie samej, (w tym na ciało - np. w zabiegach upiększających) i/lub na świadomość, psyche, emocje, itp. (np. poprzez uczenie się, panowanie nad nastrojami, itd.); - ku partnerowi (ludzkiemu bądź nie-ludzkiemu; w tym również ku takim "partnerom" jak abstrakcje czy procesy - np.: w interakcji z narzeczonym, córką albo łyżką,

⁴ WSK, <http://ozkultura.pl/wpisy/303>

komputerem, albo ideą, albo chorobą własną lub cudzą, itd.); - ku grupie ludzi lub innych podmiotów, (np.: przez ucznia ku nauczycielom, przez artystę ku ideom); - ku światu jako wyobrażonej całości (np.: gdy jako jednostki wyrażamy swój światopogląd);

b) **praktyki zbiorowe** skierowane przez grupę społeczną: - ku sobie samej (własnym członkom - np.: gdy grupa kogoś wyklucza); - ku pojedynczym partnerom (ludzkim lub nie-ludzkim, zbiorowym lub indywidualnym - np.: gdy grupa dokonuje destrukcji lub coś wspólnie wytwarza); - ku wielu różnym grupom (np.: w trakcie zabawy albo wojny); - ku światu jako wyobrażonej całości (np.: gdy grupa organizuje zbiorowe działania proekologiczne).

Zachowania, składające się na praktyki kulturalne posiadają wartość i znaczenie oraz - mniej lub bardziej wyraźne - granice (początek i koniec - w wypadku praktyk złożonych: również w obrębie danego cyklu, fazy czy etapu). Ponadto praktyki kulturalne są: a) ograniczane uwarunkowaniami terytorialnymi (geograficzno-przyrodniczymi, podziału administracyjnego); społecznymi (np. przynależnością do danej klasy i/lub warstwy społecznej, albo konkretnego środowiska lokalnego); ekonomicznymi (np. ograniczeniami lub brakiem ograniczeń dochodowych); politycznymi (np. rozwiązaniami w zakresie centralnej i lokalnej polityki społecznej i kulturalnej); somatycznymi (np. niepełnosprawność); psychologicznymi (np. upodobaniami, poziomem kompetencji i potrzeb); b) rozwijane i intensyfikowane dzięki edukacji kulturalnej i zabiegom animacyjnym w grupach i instytucjach społecznych, do których należą jednostki”.⁵

4A) Spośród wymienionych powyżej typów praktyk w badaniu zajmowaliśmy się konkretnie:

- **praktykami indywidualnymi, skierowanymi ku sobie samemu** (np. w Teście Dwudziestu Stwierdzeń, w którym badani dokonywali autoidentyfikacji i autoprezentacji); **ku partnerowi ludzkiemu** (np. ku badaczowi – interesantowi w badaniu metodą „tajemniczego klienta”); **ku partnerom grupowym i ku światu jako całości** (np. w rozmowach z urzędnikami lub gdy proponowaliśmy by mieszkańcy wskazywali potrzeby kulturalne innych grup niż ta, do której sami należeli);

- **praktykami zbiorowymi - w tym w szczególności grup formalnych**: tu np. były to instytucje kultury czy władze lokalne, które oddziałują zarówno na jednostki, jak i na inne grupy i zbiorowości *resp.* społeczności lokalne (np. gdy działania, projekty itp. są adresowane do specyficznych grup, takich jak seniorzy czy młodzież defaworyzowana, itp. albo kierowane ogólnie *do naszych mieszkańców*).

⁵WSK, <http://ozkultura.pl/wpisy/115>

Spośród wskazanych w ramowej, teoretyczne definicji uwarunkowań badaliśmy głównie **zróżnicowania terytorialne** (w wymiarze administracyjnym), **wiekowe**, związane ze **społecznym usytuowaniem badanych** i **typami polityk kulturalnych** oraz **praktyki komunikacyjne**.

5) Inne kluczowe pojęcie dla niniejszego projektu to **DIAGNOZA**. Mimo iż mieliśmy na uwadze cenną poznawczo definicję Jerzego Kubina z „Encyklopedii socjologii”⁶, postanowiliśmy odtworzyć przede wszystkim sens empiryczny tego pojęcia. Por. w WSK: „Wg Barbary Fatygi (za Jerzym Kubinem): <Diagnoza to rozpoznawanie jakiegoś stanu rzeczy (od greckiego *diagnostikos* – umiejący rozpoznawać) w polu znaczeniowym termin ten ma jeszcze: wyróżnianie, odróżnianie i decyzję. Wg Kubina podstawowe modele diagnoz to:

a) **model klasyczny**, w którym wykonawca akceptuje założenia poznawcze, system wartości i oczekiwania zlecniodawcy (ekspert jest sługą sponsora);

b) **model kliniczny**, w którym wykonawca samodzielnie definiuje problemy zamawiającego, ujawniając także jego założenia i źródła napięć w rzeczywistości społecznej (ekspert jest nauczycielem i lekarzem sponsora);

c) **model interwencyjny**, w którym wykonawca z własnej inicjatywy podejmuje się zdiagnozowania problemu (ekspert jest niezależnym partnerem sponsora lub działa samodzielnie).”

d) **model diagnozy podejmowanej dla zmiany sytuacji społecznej (i kulturowej** – BF). Warunkiem jest sformułowanie wizji stanu pożądanego społecznie. Badacze zaś powinni wskazać fakty i procesy, które mogą odpowiadać wartościom i celom planowanej zmiany. Zarówno dokumentowanie zmiany, jak i formułowanie wizji docelowej uwzględniającej fakt, iż zmiana stała się jedną z nielicznych cech stałych rzeczywistości sprawia, że taki model diagnozy nie może odwoływać się do **statycznej idei fotografii stanu badanej rzeczywistości** lecz musi uwzględniać **dynamikę sytuacji** (oprócz zmiany w czasie, np.: różnice między poszczególnymi jednostkami podziału administracyjnego czy też grupami społecznymi). Jest to szczególnie istotne dla rekomendacji praktycznych: nie można np. stwierdzać, iż wystarczy jednorazowa interwencja by <już było dobrze> lecz nieustannie trzeba pamiętać o procesualnym charakterze rzeczywistości kulturalnej. Do rozróżnień Kubina, oprócz wprowadzonego wyżej pojęcia **diagnozy dynamicznej**, warto dodać jeszcze jeden typ empirycznie występujących diagnoz: **diagnozę rytualną (lub pozorną)**, która ani nie określa wyraźnie funkcji diagnosty, ani metody przygotowania diagnozy, która w tym wypadku jest dość dowolnym tekstem, opartym na przypadkowym zbiorze nieuporządkowanych danych oraz niepowiązanych z nimi wnioskach i rekomendacjach. Ten typ pojawia się najczęściej jako splot: przymusu dokonania diagnozy (np. we wniosku grantowym), braku empatycznego i poznawczego nastawienia do świata u diagnosty oraz braku kompetencji.”;

⁶ Jerzy Kubin, Diagnoza społeczna (w:) *Encyklopedia socjologii*, t.1, Oficyna Naukowa, Warszawa 1998, ss.134-5 oraz Barbara Fatyga (red.), *Kultura pod pochmurnym niebem. Dynamiczna diagnoza stanu kultury województwa warmińsko-mazurskiego*, 2012; <http://ozkultura.pl/wpisy/106>

5A Próby **diagnozowania kultury w gminach** określone były jako: *ankietyzacje, ankiety, badania socjologiczne, badania potrzeb mieszkańców*, zaś wykonywali je bądź przypadkowe ludzie, bądź wynajmowane firmy działające na różnych poziomach rzetelności, bądź też - co zdarzało się najrzadziej - specjaliści⁷.

6) Wreszcie – zgodnie z zaleceniami ekspertów-recenzentów (por. niżej – fragment o procesie badawczym) musimy tu też ustosunkować się do pojęcia **SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ**. W cytowanej „Encyklopedii Socjologii”⁸ społeczność lokalna jest definiowana bądź jako **wspólnota**, której „(...) istota [wyraża się w – BF] tożsamości zbiorowej, trwałych więziach emocjonalnych oraz harmonii społecznej pojawiającej się między jednostkami i opartej na osobistej znajomości”⁹, bądź jako **zbiorowość powiązana więzią terytorialną (community)**. Wielość definicji autor hasła – Paweł Starosta podsumowuje następująco: „(...) do najczęściej uwzględnianych cech społeczności [lokalnej - BF] należą: wspólne terytorium jako podstawa życia społecznego; społeczne interakcje zachodzące między mieszkańcami danego terytorium; wspólny interes społeczny wynikający z użytkowania określonego terytorium; sentyment lokalny.”¹⁰ Do tego dodajmy pojęcie, które – zwłaszcza w literaturze brytyjskiej określa zarówno pewien typ procesu społecznego, jak nazwę konkretnych praktyk z zakresu pracy socjalnej, a czasami nawet jest metonimią dla zawodu – chodzi o **ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNYCH**. Michael Pitchford i Paul Henderson definiują go jako: „proces (a nie jednorazową interwencję), osiąganie zmian w i dla społeczności w stosunku do problemów, które one same określają (nie jest to zachowywanie *status quo* ani działalność sterowana odgórnie), skupienie się na zmianach dążących do większej sprawiedliwości, równości i szacunku, proces zbiorowy i robiony ze (nie dla lub za) społecznościami, proces, który mogą obsłużyć zarówno wolontariusze, aktywiści, jak i płatni fachowcy.”¹¹

6A) Z koncepcji społeczności lokalnych wzięliśmy za **podstawę definicji operacyjnej więzi terytorialną**, nie zakładając wspólnotowości w sensie podanym wyżej; zaś **z koncepcji ich rozwoju - ideę partycypacji, wartości ku którym ma zmierzać rozwój** oraz skupiliśmy się na realizacji tych składowych rozwoju przez „płatnych fachowców”.

⁷ por. Paweł Tomanek, *Raport z pierwszego etapu badań, „Wpływ diagnoz i badań na kształtowanie polityk i działalności kulturalnych na poziomie gmin i województw”*, Warszawa: OŻK-SB, 2015.

⁸ Paweł Starosta, *Społeczność lokalna*, (w:) *Encyklopedia...*, t. 4, ss.97-108.

⁹ David Lee, Howard Newby, *The problem of sociology*, London, New York: Routledge, 1983, s.52.

¹⁰ Paweł Starosta, *op. cit.*, s.98.

¹¹ Michael Pitchford, Paul Henderson, *Więcej miejsca dla rozwoju społeczności lokalnej*, Warszawa: CAL, 2012 (oryg. – 2008), s. 45.

CELE BADANIA

Cele badania odnosiły się do: 1) **ustalenia wartości merytorycznej i umiejętności metodologicznych diagnozowania kultury** w procesach tworzenia dokumentów strategicznych dotyczących życia kulturalnego w gminach; 2) **ustalenia empirycznych typów polityki kulturalnej w gminach** (od lekceważenia problemów kultury, przez różne postacie autarkii kulturalnej, swoistego paternalizmu do polityk otwartych na partycypację obywatelską i przyswajanie rozwiązań zewnętrznych); 3) **stworzenia narzędzi do ewaluacji wpływu diagnoz na działania kulturalne** oraz oceny skuteczności zarówno samych diagnoz, jak i narzędzi wytworzonych w projekcie; 4) **stworzenia rekomendacji praktycznych dla prowadzenia polityk kulturalnych w gminach** w zależności od ich typu. Dwa pierwsze cele zrealizowaliśmy w pierwszym roku funkcjonowania projektu¹²; realizacja dwóch kolejnych opisana jest w niniejszym raporcie.

PROCES BADAWCZY I GŁÓWNE HIPOTEZY

1) Ewaluację wpływu diagnoz, które są zwykle elementami dokumentów strategicznych (strategii rozwojowych, planów, programów itd.) na działania kulturalne instytucji w wybranych społecznościach lokalnych przeprowadziliśmy jako kilkuetapowe badanie empiryczne realizowane w 3 województwach: **warmińsko-mazurskim**, **mazowieckim** i **małopolskim**. W związku z takim wyborem warto podkreślić, że były tu reprezentowane tereny wszystkich 3 byłych zaborów.

HIPOTEZY

- 1) Granice zaborowe do tej pory wywierają wpływ na wiele składników życia społeczno-kulturalnego.
- 2) Zróżnicowania między województwami i gminami uwarunkowane są globalnym procesem o różnym nasileniu stopnia konfrontacji starych wzorców kulturowych z nowymi w warunkach ostro przebiegającego procesu modernizacyjnego. Modernizacja wydaje się tym bardziej burzliwa, im bardziej społeczności lokalne były tradycyjne i/lub dryfujące ku marginesom ponowoczesnego świata.
- 3) Dwie powyższe hipotezy nie muszą być ze sobą sprzeczne – mogą bowiem diagnozować różne wymiary i poziomy rzeczywistości kulturalnej.

¹²Paweł Starosta, *op. cit.*

2) Okres, którego dotyczyło **badanie dokumentów zastanych to 2 ostatnie kadencje samorządowe, w tym zakończona w listopadzie 2014 roku** – badanie zrealizowaliśmy w 2015 roku; zaś **badanie terenowe** przygotowane zostało w roku 2015, a **przeprowadzone od 18.01.2016 do końca tego roku**. (Co stanowi zmianę w stosunku do zapisów w złożonym do MKiDN wniosku grantowego, ale *in plus*, bowiem jedną z metod zaplanowaną na 3 miesiące pracowaliśmy przez 8 miesięcy, co dało znacznie więcej interesującego materiału, por. niżej – opis metodologii.

3) Etapy procesu badawczego:

- **pierwszy etap procesu badawczego** objął: dobór celowej próby gmin z terenu 3 województw: małopolskiego, mazowieckiego i warmińsko-mazurskiego; jakościowo-ilościowy opis próby wg zastosowanych kryteriów; szkolenie badaczy - realizatorów (studentów i doktorantów oraz członków Sieci Korespondentów Lokalnych OŻK z Olsztyna, Krakowa i Warszawy); zebranie dokumentów strategicznych z 2 ostatnich kadencji samorządowych oraz wyselekcjonowanie z nich części diagnostycznych do dalszych analiz - dotarcie - gdy to było możliwe - do oryginalnych raportów diagnostycznych - przejrzanie uchwał i sprawozdań oraz innych dokumentów gminnych pod kątem odwoływania się w nich do diagnoz i badań zlecanych lub powstających w gminie; analizę wyodrębnionych w powyższy sposób diagnoz pod względem: ich aktualności w stosunku do dokumentów strategicznych, fragmentaryczności/całościowości w odwołaniach do wyników diagnoz w dokumentach strategicznych, rzetelności wykonania (użytych metodologii), diagnozowanej problematyki (w tym: potrzeb mieszkańców i celów polityki kulturalnej - w szczególności istotna była m.in. odpowiedź na pytanie o stopień respektowania potrzeb w działaniach podmiotów odpowiedzialnych za stan kultury i w planowaniu polityki kulturalnej); analizę danych zastanych (statystyk) opisujących ofertę kulturalną i uczestnictwo w kulturze społeczności lokalnych (w miastach wojewódzkich na poziomie dzielnic); opracowanie typologii polityk kulturalnych w gminach oraz weryfikacja typologii środowisk kulturalnych i aktywności kulturalnej w gminach;

- **drugi etap badań** objął: zaprojektowanie badania terenowego, weryfikację (zmniejszenie) próby gmin i dostosowanie jej do przyjętych typologii, dodanie charakterystyk tzw. gminom sąsiedzkim, w postaci baterii wskaźników ich sytuacji kulturalnej, szkolenie badaczy terenowych (studentów i doktorantów oraz członków Sieci Korespondentów Lokalnych OŻK); realizację badania terenowego w wybranych gminach i opracowanie jego wyników oraz przygotowanie wstępnego raportu.

- **trzeci etap** czyli przygotowanie ostatecznej wersji raportu: **połączyliśmy z prezentacją i jego zrecenzowaniem przez zaproszonych ekspertów w trakcie trzech paneli eksperckich** zorganizowanych w Krakowie (**Instytut Etnologii i Antropologii Kulturowej UJ**), Olsztynie (**Centrum Edukacji i Inicjatyw Kulturalnych**) oraz w Warszawie (**Instytut Stosowanych Nauk Społecznych UW**). Każdy z tych paneli miał inny charakter (**krakowski – odnosił się głównie do teorii i metodologii badań; olsztyński – do wniosków praktycznych dla instytucji kultury i działań animacyjnych; warszawski – do problematyki polityk kulturalnych tworzonych**

przez samorzady), ale każdy dostarczył wiele cennych uwag i wpłynął istotnie na ostateczny kształt raportu. Ponadto uzupełniliśmy bazy danych na portalu ozkultura.pl, konieczne do realizacji projektu za rok 2014 i 2015 (statystyk kultury BDL GUS); uzupełniliśmy Wieloźródłowy Słownik Kultury OŻK o pojęcia teoretyczne i metodologiczne przydatne do realizacji projektu; uzupełniliśmy bazy literaturowe – m.in. o prace autorów zagranicznych na temat społeczności lokalnych oraz listy ekspertów lokalnych (praktyków). Dodatkowo **wykorzystaliśmy bazy danych i narzędzia do analiz przestrzennych i analiz dostępności kultury** wytworzone w innym projekcie współfinansowanym przez MKiDN do pokazania korzyści i zastosowań tego rodzaju analiz w naszym projekcie¹³. Są to tylko przykłady możliwości, a nie atlas dla wszystkich zbadanych tu gmin, bowiem oba projekty były w tym samym czasie realizowane i na opracowanie całej naszej próby gmin kolegom zajmującym się GIS kulturą po prostu nie starczyło czasu. Zanim przejdziemy do prezentacji wyników musimy, dokładniej niż to zostało uczynione wyżej, przedstawić - fundamentalne dla tego badania - kwestie metodologiczne.

¹³ Projekt „GIS-Kultura. Budowa systemu geolokalizacji infrastruktury żywej kultury” (wniosek nr 05906/14), dofinansowany z programu Obserwatorium Kultury MKiDN w latach 2014-16, koordynowany przez dr Mariusza Piotrowskiego i dr Bognę Kietlińską. Głównym partnerem projektu był Zespół prof. Roberta Olszewskiego (Wydział Geodezji i Kartografii Politechniki Warszawskiej), na różnych etapach realizacji z projektem współpracowały lub współpracują Fundacja ePaństwo i Firma INTERGRAPH (obecna nazwa HEXAGON) oraz nasi partnerzy z Węzła Warmińsko-Mazurskiego i Pęteli Wrocławskiej. Por. też: <http://ozkultura.pl/node/30>



Barbara Fatyga

METODOLOGIA: KONSTRUKCJA PRÓB I NARZĘDZIA BADAWCZE

DOBÓR PRÓB

W badaniu terenowym wykorzystanych zostało kilka różnych prób: próba gmin; próba oficjalnych stron internetowych gmin; 2 próby ludzkie oraz zebrane materiały w postaci dokumentacji fotograficznej; zbiór kart obserwacji metodą tajemniczego klienta oraz zbiór Testów Dwudziestu Stwierdzeń. Poniżej przedstawiamy procedury ich doboru i ogólne charakterystyki. Szczegółowe omówienie zasad zbierania materiału empirycznego, korzyści i trudności z tym związane oraz procedury analityczne i interpretacyjne omawiamy w części raportu dotyczącej wyników badania, na początku każdego fragmentu – w notkach metodologicznych.

PRÓBA GMIN

Dobór próby gmin był oparty na **typologii polityk kulturalnych** w gminach z 3 województw, zaproponowanej przez Pawła Tomanka po analizie dokumentów, w których formułowano wnioski z diagnoz oraz cele polityki kulturalnej¹⁴. Wyróżnił on: **TYP PONADLOKALNY** - polityka kulturalna w gminie jest skierowana nie tylko do mieszkańców, ale i do turystów. Twórcy dokumentów strategicznych postulują wykreowanie lub wzmocnienie „marki kulturalnej” gminy w celu przyciągnięcia odwiedzających i podniesienie poziomu przeznaczonych dla nich usług kulturalnych; często w rozwoju turystyki władze lokalne widzą warunek rozwoju gospodarczego; **TYP LOKALNO-PROGRAMOWY** - działalność instytucji kultury w gminie jest skierowana głównie do mieszkańców. Instytucje mają rozpoznawać ich potrzeby i zaspokajać je lub rozwijać za pomocą odpowiednio ukształtowanej oferty imprez i zajęć; często polityka ta ma charakter patriarchalny, a mieszkańcy są traktowani jako *bierni odbiorcy* działań; **TYP LOKALNO-PARTYCYPACYJNY**- podobnie jak w poprzednim typie - za docelowych uczestników życia kulturalnego w gminie uznaje się mieszkańców. Przyznaje się im jednak pewien zakres autonomii i postuluje nie tylko zaspokajanie ich potrzeb za pomocą oferty instytucji, ale też wspieranie ich w realizacji oddolnych przedsięwzięć kulturalnych. Po przeanalizowaniu wyników pierwszego etapu badań dodaliśmy do tego: **TYP MIESZANY**, występujący w największych ośrodkach miejskich, nazwany tak ze względu na wielowątkowość i wielotematyczność prowadzonej w nich działalności kulturalnej. W procedurze doboru próby typy polityk kulturalnych zostały skrzyżowane z kategoriami gmin w każdym z 3 województw (por. tab. 1), tak aby każdy typ polityki był reprezentowany co najmniej przez jedną gminę należącą do danej kategorii. W ten sposób powstała **PRÓBA PODSTAWOWA** (dalej oznaczana jako **próba „D”**) **licząca 18 gmin**. Następnie dla każdej gminy z tej próby dobrane zostały gminy spośród

¹⁴ Paweł Tomanek, *op. cit.*

sąsiadujących z nią by sprawdzić czy jakość życia kulturalnego w tych gminach będzie się różnić od jakości z próby podstawowej. W ten sposób utworzona została tzw. **PRÓBA SĄSIEDZKA** (oznaczana dalej jako **próba „S”**) licząca kolejnych **30 gmin** (por. tab. 2).

Tabela 1. Skład gmin w próbie podstawowej ze względu na typ polityki kulturalnej*.

TYP POLITYKI KULTURALNEJ	POWIAT GRODZKI	GMINA MIEJSKA	GMINA MIEJSKO-WIEJSKA	GMINA WIEJSKA
Ponadlokalny	Bochnia	-	Wieliczka, Gołdap, Rabka-Zdrój	Liszki
Lokalno-programowy	Wyszków	Józefów, Bukowno	-	Długosiodło
Lokalno-partycypacyjny	-	Elk	Żuromin, Orneta, Konstancin-Jeziorna	Nadarzyn
Mieszany	Warszawa Rembertów**, Kraków, Olsztyn, Elbląg	-	-	-

Źródło: Paweł Tomanek, *op. cit.*, oprac. własne – BF. * **Kolorem zielonym** zaznaczono województwo mazowieckie, **niebieskim** – małopolskie, **fioletowym** – warmińsko-mazurskie; **w Warszawie ze względu na wielkość miasta wybraliśmy dzielnicę.

Założyliśmy, że **w celowej próbie do badania terenowego znajdzie się N= 48 gmin**, proporcjonalnie do liczby gmin w każdym województwie. Procedura doboru gmin podstawowych i sąsiedzkich uwzględniała analizę **wskaźników**, takich jak: gęstość zaludnienia/km², liczby: placówek edukacyjnych, żłobków i obiektów pomocy społecznej, obiektów turystycznych, bibliotek z filiami, kin stałych, muzeów wraz z oddziałami, galerii sztuki, firm liczonych wg REGON, firm żywej kultury oraz indeksy instytucji kultury, wydatki gmin na kulturę w przeliczeniu na 1 mieszkańca, liczbę uczestników zajęć w instytucjach kultury/ 1000 mieszkańców, członków zespołów artystycznych/ 1000 mieszkańców, frekwencję na imprezach/ 1000 mieszkańców, turystów/ 1000 mieszkańców¹⁵. **Zestaw wskaźników umożliwił dla każdej gminy z próby „D” dobór gmin sąsiedzkich („S”) reprezentujących relatywnie najwyższy poziom cywilizacyjny i relatywnie najniższy. Spośród gmin sąsiedzkich wyeliminowaliśmy uprzednio badane jako posiadające diagnozy sytuacji kulturalnej**, (por. tab.2).

¹⁵ Dane te opracowała Ludwika Malarska na podstawie informacji z Banku Danych Lokalnych GUS za rok 2014, ponieważ narzędzia i próbę musieliśmy przygotować w roku 2015, by w 2016 – od stycznia rozpocząć badanie, por. niżej.

Tabela 2. Próba gmin, wg województw, typów polityki kulturalnej oraz jakości życia w gminach.

TYP POLITYKI KULTURALNEJ	MAZOWIECKIE			MAŁOPOLSKIE			WARMIŃSKO-MAZURSKIE		
	GMINY „D”	GMINY „S”		GMINY „D”	GMINY „S”		GMINY „D”	GMINY „S”	
		WYSOKIE WSKAŹNIKI	NISKIE WSKAŹNIKI		WYSOKIE WSKAŹNIKI	NISKIE WSKAŹNIKI		WYSOKIE WSKAŹNIKI	NISKIE WSKAŹNIKI
Ponadlokalny	-	-	-	Bochnia (GM)	-	Bochnia (GW)	Gołdap	Kowale Oleckie	Banie Mazurskie
	-	-	-	Wieliczka	-	Wieliczka (GMW)	-	-	-
	-	-	-	Rabka-Zdrój	Lubień	Raba Wyżnia	-	-	-
	-	-	-	Liszki	Krzeszowice	Czernichów	-	-	-
Lokalno-programowy	Wyszków	-	Wyszków (GW)	Bukowno	Olkusz	Bolesław	-	-	-
	Długosiodło	Brańszczyk	Wąsewo	-	-	-	-	-	-
	Józefów	Otwock	Wiązowna	-	-	-	-	-	-
Lokalno-partycypacyjny	Żuromin	-	Żuromin	-	-	-	Ełk (GM)	-	Ełk (GW)
	Konstancin Jeziorna	Piaseczno	Karczew	-	-	-	Orneta	Lidzbark Warmiński	Pieniężno
	Nadarzyn	Lesznowola	Tarczyn	-	-	-	-	-	-
Mieszany	Warszawa Rembertów	Wawer	Żąbki	Kraków	Zielonki	Igłomia-Wawrzeńczyce	Olsztyn	Barczewo	Purda
	-	-	-	-	-	-	Elbląg	-	Elbląg (GW)

Źródło BDL GUS; Paweł Tomanek, *op. cit.*, oprac. własne LM, BF.

CHARAKTERYSTYKI ILOŚCIOWE ZEBRANYCH MATERIAŁÓW EMPIRYCZNYCH

ZBADANE STRONY INTERNETOWE

Baza, licząca łącznie N=5.475 kodów, powstała w wyniku 8-miesięcznego monitoringu oficjalnych stron internetowych 50 gmin¹⁶ (od 0.1 do 08. 2016 roku), z których badacze zbierali informacje dotyczące życia kulturalnego każdorazowo 18 dnia miesiąca, por. tab. 3.

Tabela 3. Informacja kulturalna na oficjalnych stronach badanych gmin¹⁷ w okresie od 18.01.2016 do 18.08.2016, w lb i w %.

WOJEWÓDZTWO	Liczba stron internetowych	Liczba zakodowanych informacji		RAZEM	% zakodowanych informacji		RAZEM
		GMINY „D”	GMINY „S”		GMINY „D”	GMINY „S”	
MAZOWIECKIE	19**	812	1055	1.867	24,4	49	34
MAŁOPOLSKIE	15*	1.485	676	2.161	44,7	31,4	39,5
WARMIŃSKO-MAZURSKIE	13	1.026	421	1.447	30,9	19,6	26,5
Ogółem	47	3.323	2.152	5.475	100	100	100

Źródło: oprac. własne KRS, PM, FB, MF;; *1 stronę miały gminy: Żuromin miejska i miejsko-wiejska, Wyszaków miejska i miejsko-wiejska, Wieliczka miejska i wiejsko-miejska,** dodatkowo zbieraliśmy materiał z gmin „S” - Żabiej Woli i Rzęśnika wytypowanych jako zapasowe na Mazowszu.

I.2.2. DOKUMENTACJA FOTOGRAFICZNA

Badacze terenowi fotografowali **ofertę kulturalną w szacie informacyjnej miejscowości (od witryn i banerów po kartki na płotach)**. Zdjęcia wykonywano telefonem komórkowym i dostarczono ich bardzo wiele. Do analiz stworzyliśmy **bazę N=1200 zdjęć**. Wyeliminowane zostały powtórzenia i zdjęcia nieostre.

¹⁶ Dodatkowe gminy - Rzęśnik i Żabią Wolę monitorowaliśmy, można by rzec, hobbystycznie ze względu na fakt, że ich charakterystyki sytuacji kulturalnej wydały nam się interesująco podobne do charakterystyki wybranej ostatecznie do próby gminy Wąsewo.

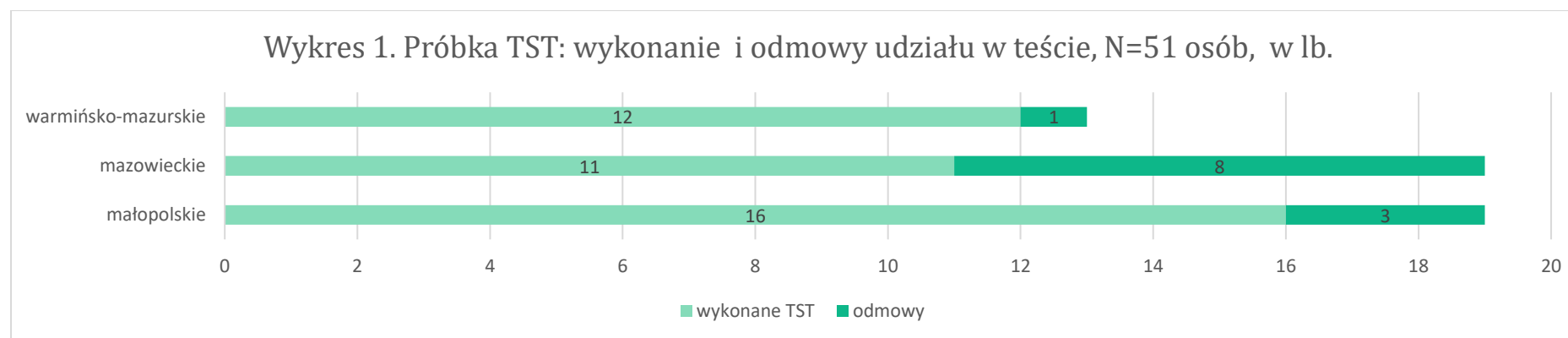
¹⁷ Dalej w infografice i opisach: „D” – to gminy z udokumentowaną diagnozą, „S” – to gminy sąsiedzkie.

I.2.3. TAJEMNICZY KLIENT

Metodą *tajemniczego klienta* zostały zebrane obserwacje w **110 instytucjach kultury** i zakodowane w **105 arkuszach obserwacyjnych** (tzw. kartach obserwacji): **z województwa mazowieckiego - 43 karty; z małopolskiego - 41, z warmińsko-mazurskiego - 21. Z próbki instytucji 5 było od dłuższego czasu zamkniętych (1 na Mazowszu i aż 4 na Warmii i Mazurach).**

I.2.4. TEST DWUDZIESTU STWIERDZEŃ

Wśród **urzędników**¹⁸ zrealizowaliśmy też TST (*twenty statesment test*); narzędzie to z powodzeniem do dzisiaj służy opisowi autoidentyfikacji i autoprezentacji badanych¹⁹. Zastosowaliśmy je by opisać autoprezentacje w rolach zawodowych i społecznych oraz identyfikację z rolą twórcy/wykonawcy polityki kulturalnej i – ogólnie – identyfikację ze społecznością lokalną. Udało się zebrać **39 kart z wypełnionym testem**- por. wyk. 1.



Źródło: badanie terenowe, oprac. własne KR-S, BF.

¹⁸ Kategorię *urzędnicy* wyjaśniamy charakteryzując poniżej próbki respondentów w badaniu terenowym, por. też przyp. 20.

¹⁹ Manfred H.Kuhn, Thomas S.McPartland, An empirical investigation of self-attitudes, (w:) „*American Sociological Review*”, nr 19 (1), 1954, ss.68-76; por. też Barbara Fatyga (red.), *Kultura pod pochmurnym niebem...*, op. cit., ss. 46-47 i 71-76.

I.3. PRÓBY RESPONDENTÓW (MIESZKAŃCÓW ORAZ TWÓRCÓW I WYKONAWCÓW POLITYKI KULTURALNEJ²⁰)

Tabela 4. Liczebność zbadanych grup mieszkańców oraz *urzędników*, wg województw, w lb i w %.

WOJEWÓDZTWO	Liczba zbadanych MIESZKAŃCÓW	%	Liczba zbadanych <i>URZĘDNIKÓW</i>	%***
MAŁOPOLSKIE	130	38,1	15*	29,4
MAZOWIECKIE	123	36,1	23**	45,1
WARMIŃSKO-MAZURSKIE	88	25,8	13	25,5
Razem	341	100	51	100

Źródło: badanie terenowe, oprac. własne KR-S * w małopolskim o 1 mniej połączone urzędy gmin Bochnia - miejska i Bochnia - wiejska, **wywiad był mini-focussem z 4 osobami. W mazowieckim dodatkowo zrealizowane zostały 4 wywiady.***odsetek podany orientacyjnie ze względu na małą liczebność próbki, tzw. N-kę.

Z 51 wywiadów z *urzędnikami* 17 zostało zrealizowanych w gminach posiadających udokumentowaną diagnozę sytuacji kulturalnej, 31 – w gminach sąsiedzkich, zaś 3 w połączonych urzędach gmin. Główną grupą rozmówców byli **pracownicy urzędów gmin odpowiedzialni za kulturę**. Skład próby zależał od ich dostępności i zgód na rozmowy; byli to: *radni z komisji kultury, naczelnicy lub pracownicy wydziałów odpowiadających za kulturę („promocję” czy „sprawy społeczne”), wójtowie lub zastępcy*; gdy mimo ponawianych próśb i starań nie udawało się porozmawiać z osobami w urzędach, wywiady przeprowadzaliśmy z *dyrektorami lokalnych domów kultury*.

Tabela 5. Liczebność zbadanych grup MIESZKAŃCÓW, wg kategorii wiekowych, w lb i w %.

WIEK	Liczba zbadanych MIESZKAŃCÓW	%
Dorośli (20-49 lat)	134	39,3
Nastolatki (12-19 lat)	84	24,6
Seniorzy (50 i więcej lat)	77	22,6
Dzieci (poniżej 12 roku życia)	46	13,5
Razem	341	100

Źródło: badanie terenowe, oprac. własne KRS, BF.

²⁰ Dalej w tabelach i opisach używamy skrótowej nazwy *urzędnicy* pisanej kursywą by zaznaczyć jej umowny charakter.

Tabela 6. MIESZKAŃCY wg typu gmin („D” – posiadających zbadane diagnozy i „S” – sąsiedzkich), w lb i w %.

TYP GMINY	MIESZKAŃCY	%
Gminy „D”	174	61,3
Gmina „S”	110	38,7
Razem	284	100

Źródło: badanie terenowe, oprac. własne KR-S, BF.

W kontekście przedstawionych wyżej informacji o próbach osobowych warto zwrócić uwagę, że: po pierwsze – ze względu na fakt, iż badanie miało charakter jakościowy, **liczby i odsetki przebadanych osób zostały tu zaprezentowane wyłącznie w celu pokazania struktury tych próbek, a nie pozorowania reprezentatywności**; po drugie – **zakładane liczebności próbek (np. dla mieszkańców N= 192 osoby) zostały znacznie przekroczone**, co wynikało z instrukcji dla badaczy terenowych, by wywiady swobodne (mające charakter rozmów czy też sond ulicznych) prowadzić nie tylko z pojedynczymi osobami lecz także z parami i grupkami np. powiązanymi rodzinnie, towarzysko lub zawodowo. (por. też uwagi poniżej - w nocy metodologicznej do tej części prezentacji wyników badania).

II. METODY I TECHNIKI BADAWCZE

W powyższej charakterystyce materiału empirycznego zostały też wskazane **metody zbierania konkretnego typu materiałów empirycznych**. Poniżej opisujemy, dość ogólnie, **metody i techniki porządkowania i analizy danych**. Konkretnie uwagi do tych procedur znajdują się we wstępie do każdego fragmentu opisującego wyniki. W analizach korzystaliśmy najczęściej z kategoryzacji: wg województw i wg typów gmin oraz - w przypadkach uzasadnionych merytorycznie - wg typów wydarzeń, imprez i działań kulturalnych i wg kategorii wiekowych odbiorców. Badanie zebranego materiału objęło:

- 1) analizę materiałów ze stron internetowych gmin, której celem była rekonstrukcja „oficjalnej” (widocznej w Internecie **oferty kulturalnej**);
- 2) obraz **oferty** uzupełniony przez **analizę dokumentacji fotograficznej** wykonaną przy pomocy autorskiego, oryginalnego narzędzia, które testowaliśmy po raz pierwszy pod kątem **jakości treści kulturalnych i estetycznych walorów informacji kulturalnej**;

- 3) **analizę rozmów (wywiadów swobodnych z dyspozycjami)** z *urzędnikami* oraz 4 kategoriami wiekowymi mieszkańców metodą kodowania treści przy pomocy programu QDAminer 4.2, z wykorzystaniem zmodyfikowanych kodów używanych już przez nas wcześniej, przede wszystkim w badaniu życia kulturalnego na Warmii i Mazurach²¹;
- 4) analizę obserwacji zebranych **metodą „tajemniczego klienta”**;
- 5) **analizę TST** przeprowadzoną w arkuszu excel i tam wtórnie kategoryzowaną wg wyłaniających się kategorii autoprezentacji i autoidentyfikacji badanych osób.

²¹ Por. Barbara Fatyga (red.), *Kultura pod pochmurnym...., op. cit.*

WYNIKI BADANIA



Barbara Fatyga

ANALIZA INFORMACJI O OFERCIE KULTURALNEJ Z OFICJALNYCH STRON INTERNETOWYCH BADANYCH GMIN

NOTKA METODOLOGICZNA

Zebrany podczas 8-miesięcznego monitoringu materiał, przed przekształceniem go w **bazę danych o oficjalnej ofercie kulturalnej prezentowanej na stronach gmin**, musiał być poddany selekcji. Ostatecznie w bazie znalazły się **oferty skierowane wyłącznie do osób fizycznych i grup nieformalnych**. Ogłoszenia dotyczące np. konkursów dla firm czy organizacji formalnych odrzuciliśmy, podobnie jak relacje/recenzje z wydarzeń i imprez by uniknąć podwójnego kodowania tych samych ofert, które zwykle były zapowiadane miesiąc wcześniej, zaś w kolejnym miesiącu pojawiały się właśnie jako relacje i/lub recenzje. Przed wyłączeniem tej części danych użyliśmy ich do weryfikacji zakwalifikowanej oferty. W części relacji/recenzji nie było jednak kompletnych informacji, np. o tym kto może (lub – zdaniem organizatorów – kto powinien) przyjść na konkretne wydarzenie czy imprezę albo dla kogo organizowane są zajęcia. Zajęcia cykliczne kwalifikowaliśmy do bazy danych gdy na stronie pojawiała się informacja o nich.

WYNIKI I WNIOSKI

Ogólna charakterystyka ilościowa zgromadzonego materiału nie daje jeszcze wiedzy o różnicach pomiędzy wielkościami oferty kulturalnej w województwach oraz w gminach ze zbadaną dokumentacją diagnostyczną („D”) i gminach wobec nich sąsiedzkich („S”) – por. tab. 7.

Tabela 7. Średnie liczby informacji kulturalnej w miesiącu na oficjalnych stronach badanych gmin od 18.01.2016 do 18.08.2016, w %.

WOJEWÓDZTWO	Średnia miesięczna liczba informacji ze stron internetowych		Średnia miesięczna liczba informacji ogółem
	Gminy „D”	Gminy „S”	
MAŁOPOLSKIE	12,4	5,6	18
WARMIŃSKO-MAZURSKIE	9,9	4	13,9
MAZOWIECKIE	5,3	6,9	12,3

Źródło: badanie terenowe, oprac. własne KRS, PM, FB, MF. Kolorem czerwonym oznaczone są najwyższe wartości; kolorem niebieskim – najniższe.

Średnia miesięczna liczba informacji o wydarzeniach i działaniach kulturalnych na oficjalnych stronach gmin była **najwyższa w województwie małopolskim**, zaś **najniższa w mazowieckim**. Ciekawie przedstawiają się różnice pomiędzy gminami typu „D” i typu „S” w województwach. Oprócz województwa mazowieckiego, w dwóch pozostałych **wyższa miesięczna średnia** zamieszczanych na stronach gmin informacji kulturalnych (w małopolskim o 6,8; w warmińsko-mazurskim o 5,0) pojawiła się **w gminach typu „D”**, co świadczy pośrednio o tym, że tam bardziej doceniana jest potrzeba informowania mieszkańców co się aktualnie dzieje w miejscowym życiu kulturalnym. W tab. 8 pokazujemy z jakim typem oferty mieliśmy do czynienia. **Dane wskazują ogromną różnicę** między **ofertą tzw. eventową** (jednorazowe i coroczne wydarzenia i imprezy) a **ofertą usług kulturalnych** (działania cykliczne), o czym pisaliśmy już w cytowanej diagnozie sytuacji kulturalnej na Warmii i Mazurach²².

Tabela 8. Informacja o ofercie kulturalnej na oficjalnych stronach wg województw i gmin typu „D” i „S” oraz wg typu oferty, w %.

TYP OFERTY	MAŁOPOLSKIE		WARMINSKO-MAZURSKIE		MAZOWIECKIE	
	Gminy „D” (N=1485)	Gminy „S” (N=676)	Gminy „D” (N=1026)	Gminy „S” (N=421)	Gminy „D” (N=812)	Gminy „S” (N=1055)
Jednorazowe wydarzenia i imprezy	95,4	96,0	91,8	91,0	95,0	93,2
Coroczne wydarzenia i imprezy	3,0	2,7	6,3	3,8	3,1	6,1
Cykliczne działania	1,6	1,3	1,9	5,2	2,0	0,8
Razem	100	100	100	100	100	100

Źródło: badanie terenowe, oprac. własne KRS, PM, FB, MF. Kolorem czerwonym oznaczone są najwyższe wartości w danej kategorii; kolorem niebieskim – najniższe.

Na oficjalnych stronach internetowych zbadanych gmin – niezależnie od województwa oraz od typu gminy **miażdżąc wręcz przeważały informacje o jednorazowych wydarzeniach i imprezach. Niewielką uwagę przywiązuje się tam do informowania mieszkańców o ofercie zajęć i działań cyklicznych.** Zauważmy też, iż **tylko w województwie warmińsko-mazurskim działania cykliczne przeważają nad corocznymi i tylko w gminach sąsiedzkich**, a nie tych, które posiadały udokumentowane diagnozy, m.in. potrzeb kulturalnych mieszkańców. **Obraz ten jest bardzo niepokojący ze względu na miejsce edukacji kulturalnej w lokalnych politykach kulturalnych**, ponieważ działania edukacyjne realizują się raczej w zajęciach ciągłych niż w ludycznych *eventach*. **Teza o zdecydowanie eventowym charakterze polityk kulturalnych w badanych gminach znalazła tu empiryczne potwierdzenie.** Tym bardziej, że - **niezależnie od tego co mówiły dokumenty diagnostyczne i jaki typ polityki kulturalnej w danej gminie przeważał – to i tak oficjalna informacja kulturalna dotyczyła przede wszystkim eventów.**

²² Ibidem.

Kolejnym kryterium uwzględnionym w analizie był **podział wg adresatów oferty instytucji kultury** (por. tab.9). Adresaci oferty to kategorie mieszkańców, które pojawiły się badanych informacjach i zrekonstruowane zostały jako tzw. **kody in vivo**; kategoria **turyści** została odrzucona, m.in. dlatego, że są oni obsługiwani przez portale informacji turystycznej, poza tym w niniejszym badaniu interesowały nas głównie polityki kulturalne nastawione właśnie na mieszkańców – ludzi *swoich*, a nie *obcych* czy *przyjezdnych*.

Tabela 9. Informacja o ofercie kulturalnej na oficjalnych stronach w województwach i gminach posiadających zbadaną diagnozę oraz gminach sąsiedzkich, wg kryterium adresatów działań, w %.

ADRESACI OFERTY	MAŁOPOLSKIE		WARMINSKO-MAZURSKIE		MAZOWIECKIE	
	Gminy „D” (N=1485)	Gminy „S” (N=676)	Gminy „D”	Gminy „S”	Gminy „D”	Gminy „S”
Wszyscy	66,6	72,8	65,8	62,0	69,0	69,7
Dzieci	19,9	15,7	17,1	10,0	21,1	19,4
Dzieci i młodzież	6,9	3,7	7,5	12,1	5,3	5,6
Młodzież	4,0	2,2	4,6	3,3	2,1	1,7
Dorośli	2,0	1,6	3,9	11,6	1,5	2,0
Seniorzy	0,7	4,0	1,2	1,0	1,1	1,6
Razem	100	100	100	100	100	100

Źródło: badanie terenowe, oprac. własne KR-S, PM, FB, MF. W wierszach kolorem czerwonym oznaczone są najwyższe wartości w danej kategorii adresatów oferty; kolorem niebieskim – najniższe.

W informacjach o ofercie najczęściej przedstawiano ją jako skierowaną **do wszystkich** i - na drugim miejscu **do dzieci**, ale - co ciekawe: w województwie **małopolskim** o 46,7% w gminach „D” rzadziej informowano o działaniach **dla dzieci** niż o działaniach **dla wszystkich** i aż 57,1% rzadziej w gminach „S”; w **warmińsko-mazurskim** o 48,7% rzadziej informowano o działaniach **dla dzieci** niż o działaniach **dla wszystkich** w gminach „D” i 52% rzadziej w gminach „S”; w **mazowieckim** o 47,9% rzadziej informowano o działaniach **dla dzieci** niż o działaniach **dla wszystkich** w gminach „D” i o 50,3% rzadziej w gminach „S”. Zauważmy, iż oficjalna informacja o ofercie skierowana do odbiorców innych niż *wszyscy* i *dzieci* **tylko na Warmii i Mazurach i tylko w gminach „S”** przekracza 10% (w kategoriach **do dzieci i młodzieży** oraz **do dorosłych**). Trzeci wniosek dotyczy **seniorów**: w dyskursie publicznym od lat podkreśla się znaczenie faktu, że polskie społeczeństwo się starzeje, tymczasem **w oficjalnej informacji kulturalnej oferty dla nich prawie nie widać**.

W tab. 10 trzeba wyjaśnić sens imprez *mieszanych*; to te, które w jednej ramie mieszczą typy działań należące do różnych kategorii. Np.: podczas *festynu* odbywają się *biegi sportowe, występ zespołu muzycznego, targi regionalnych przysmaków, wystawy itd.*²³.

Tabela 10. Informacja o ofercie kulturalnej na oficjalnych stronach w województwach i gminach „D” oraz gminach „S”, wg kryterium dziedzinowego, w % i wg rang.

TYP OFERTY	MAŁOPOLSKIE				WARMIŃSKO-MAZURSKIE				MAZOWIECKIE			
	Gminy „D” (N=1485)	R	Gminy „S” (N=676)	R	Gminy „D”	R	Gminy „S”	R	Gminy „D”	R	Gminy „S”	R
Artystyczna	49,5	1	44,2	1	33,4	1	18,1	4	48,3	1	45,1	1
Edukacyjna	15,3	2	9,0	4	21,2	2	21,4	2	12,9	4	13,0	4
Mieszana	14,9	3	21,3	2	16,9	4	18,8	3	15,9	3	16,9	3
Sportowa	13,7	4	13,9	3	20,8	3	26,1	1	18,2	2	17,9	2
Religijna	2,4	5	3,7	5	0,8	8	2,9	7	0,7	8	1,7	6
Historyczna	2,1	6	1,8	8	2,7	5	1,4	8	1,6	5	2,6	5
Folklorystyczna	1,5	7	3,0	7	1,5	7	3,3	6	1,4	6	1,6	7
Partycypacyjna	0,6	8	3,1	6	2,7	5	8,1	5	1,0	7	1,2	8
RAZEM	100	-	100	-	100	-	100	-	100	-	100	-

Źródło: badanie terenowe, oprac. własne KR-S, PM, FB, MF. Kolorem czerwonym oznaczone są najwyższe wartości w danej kategorii wydarzeń (w wierszach); kolorem niebieskim – najniższe.

W tab. 10 widać wyraźnie, że informacji o imprezach, wydarzeniach i *działaniach artystycznych, edukacyjnych, mieszanych i sportowych pojawiało się zdecydowanie więcej niż o religijnych, historycznych, folklorystycznych i partycypacyjnych*. Warto podkreślić, że w tej grupie *tylko w województwie warmińsko-mazurskim i tylko w gminach „S” informacje o działaniach partycypacyjnych osiągnęły 8,1%*. Dość interesujące różnice wystąpiły również między zbadanymi województwami i typami gmin. Jeśli idzie o wydarzenia, imprezy i działania *artystyczne* to we wszystkich 3 województwach i w obu typach gmin są one *na pierwszym miejscu, wyjąwszy gminy „S” z Warmii i Mazur*, w których to miejsce zajęły *imprezy sportowe*. Jeśli idzie o informację o ofercie *edukacyjnej* to warto zauważyć, że istnieją duże różnice między województwami, między typami gmin i w samych odsetkach tych informacji. *Największy odsetek informacji o ofercie edukacyjnej pojawił się w gminach „S” warmińsko-mazurskiego*. Informacje o ofercie typu *mieszanego* relatywnie najczęściej można było spotkać na stronach *gmin „S” małopolskiego*. Informacje o pozostałych kategoriach wydarzeń, imprez

²³ Ibidem, por. też: Barbara Fatyga, Ryszard Michalski (red.), *Kultura ludowa. Teorie. Praktyki. Polityki*, Warszawa: ISNS UW, 2014.

i działań, poza już omówionymi, stanowią niewielkie odsetki ogółu. Kolejny narzucający się wniosek jest taki, że **mazowieckim w żadnej z kategorii imprez, wydarzeń i działań informacje kulturalne nie osiągnęły najwyższych odsetków, zaś najniższe - w dwóch kategoriach (o ofercie religijnej i folklorystycznej i to w gminach typu „D”)**.



Małgorzata Malarska, Ludwika Malarska

ANALIZA DOKUMENTACJI FOTOGRAFICZNEJ: TREŚĆ, STYL I ESTETYKA INFORMACJI O OFERCIE KULTURALNEJ

NOTKA METODOLOGICZNA

Dane o ofercie kulturalnej, jak to już było wspomniane wyżej w opisie metodologii, zbierane były również podczas badania terenowego w postaci dokumentacji fotograficznej tej oferty, umieszczanej na zewnętrznych tablicach informacyjnych, słupach ogłoszeniowych, ścianach budynków i przysłowiowych płotach. Zebrany materiał musiał zostać poddany selekcji, ponieważ wiele zdjęć się powtarzało. Badacze fotografowali telefonami - więc *pstrykali* dużo, czasami nie zwracając uwagi na ostrość czy kadrowanie. Zebrany materiał po selekcji posłużył nie tylko do pokazania **jakie informacje są przekazywane tym tradycyjnym kanałem informacyjnym** lecz **przede wszystkim do zaprojektowania nowego narzędzia, które łącznie umożliwi merytoryczną (socjologiczno-antropologiczną) i estetyczną analizę oferty**. Uzasadnieniem dla tego narzędzia jest stwierdzany w obserwacjach podczas dotychczasowych badań funkcjonowania kultury **bardzo zróżnicowany, a niestety często wręcz fatalny, wygląd szaty informacyjnej miejscowości**. Poniżej prezentujemy narzędzie, które składa się z dwóch części:

- **słownika;**

- **tablic analitycznych** z materiałem zestawionym z 3 gmin wybranych ze zbadanych 3 województw.

Warto zaznaczyć, że **słownik stanowi również opis zrealizowanego badania proponowanym narzędziem, bowiem wszystkie jego kategorie zostały wyprowadzone z badanych zdjęć**.

WYNIKI

1) SŁOWNIK

W słowniku opisany został zestaw kategorii używanych w analizach materiału empirycznego, jest więc on zarazem **kluczem kodowym** do zastosowania w procedurze analitycznej. Kategorie powstawały w procesie badania kolejnych zbiorów zdjęć więc **dla tego badania powstały słownik można uznać za kompletny**. Weryfikacja Słownika oraz odpowiedź na pytanie czy ma on walor uniwersalny będzie możliwa dopiero po analizach innych zbiorów fotografii oferty kulturalnej.

A) OFERTA KULTURALNA – poniżej, w tab. 11 zrekonstruowane są, na podstawie pełnej analizy zebranego materiału, typy oferty umieszczanej w przestrzeni publicznej zbadanych gmin.

Tabela 11. Typy oferty kulturalnej wraz z przykładami empirycznymi.

TYP OFERTY	PRZYKŁADY EMPIRYCZNE
Popkultura	<i>imprezy popkulturowe, festynowe, eventy/ludowe, rock popularny</i>
Partycypacja	<i>wydarzenia i działania partycypacyjne (udział mieszkańców, konsultacje społeczne)</i>
Kultura edukacyjna	<i>działania edukacyjne i popularyzatorskie np. wystawa motyli, wycieczki historyczno-krajoznawcze, itp.</i>
Kultura konsumpcyjna	<i>konsumpcja popkulturowa (w tym kulturalne akcje marketów)</i>
Subkultury, kultury niszowe	<i>"nielegalna kultura", subkultury, kibole, alternatywna muzyka rockowa, itd.</i>
Kultura wysoka	<i>koncert filharmoniczny, jazz, teatr, spotkanie ze znanym pisarzem, artystą, wystawa malarstwa, itd.</i>
Kultura religijna	<i>wydarzenia i imprezy religijne, msze, modlitwy, procesje, pielgrzymki, adoracje, itd.</i>
Kultura fizyczna	<i>oferta imprez sportowych i prozdrowotnych, też wycieczki sportowe</i>
Szkolnictwo	<i>oferty szkół i szkoleń, zaproszenia na kursy doształcające, itd.</i>
Finanse	<i>ogłoszenia zachęcające do skorzystania z oferty banków, pożyczek, kredytów w SKOK-ach, chwilówek, itd.</i>
Praca	<i>wszelkie ogłoszenia o pracy stałej lub dorywczej</i>
Turystyka	<i>oferta hoteli, biur turystycznych, last minute, itd.</i>
Usługi/handel	<i>ogłoszenia o otwarciu nowych sklepów, o sprzedaży/kupnie</i>
Inne	<i>materiały wizualne, np. ze względu na niekompletne lub ogólne informacje, w zasadzie były bardziej reklamą niż ofertą</i>

Źródło: badanie terenowe, oprac. własne MM, LM.

B) RODZAJ ZAANGAŻOWANIA ODBIORCY

Oznaczany był przez zastosowanie następujących symboli:

B – bierny odbiorca²⁴ - np. *meczu piłkarskiego, nauki w tradycyjnych formach edukacyjnych*;

Z - zależny odbiorca usługi - np. *w szkółce piłkarskiej dla dzieci, w której to oferujący zajęcia jest odpowiedzialny za odbiorców*;

A - aktywny odbiorca - np. *sam dobrowolnie zgłaszający się i biorący udział w otwartych zawodach, „oddolny” organizator takich imprez*;

H – handel, a zatem relacje oparte na zasadzie ekwiwalentnych lub nieekwiwalentnych wymian.

Rodzaje zaangażowania mogą współwystępować na jednym nośniku, wówczas w tabelach analitycznych wymienione są po przecinku.

C) WYDARZENIA JEDNORAZOWE/STAŁA OFERTA

Przyjęliśmy oznaczenia tej kategorii przez symbole „j” – **jednorazowe wydarzenie lub działanie**; „s” – **stała/cykliczna działalność**.

D) NOŚNIK INFORMACJI

W analizowanym zbiorze wystąpiły następujące nośniki: *baner, billboard, citylight, folder, folia naklejona na szybie, ogłoszenie, plakat, potykacz, proporczyk, szyld, tablica informacyjna, telebim, ulotka, winder, wydruk A4* (nie ogłoszenie). Kilka z nich wymaga objaśnienia.

Citylight to podświetlany panel z plakatem reklamowym zawieszonym za obudową z tworzywa sztucznego. Zazwyczaj umieszczany na wiatkach przystankowych i innych mocno uczęszczanych miejscach publicznych.

Potykacz to rodzaj prostokątnej tablicy reklamowej w formie daszka – chętnie używany np. przez restauracje do prezentacji swojego menu.

Telebim to rodzaj pełnokolorowego ekranu składającego się z diod LED (nie mylić z wyświetlaczami podświetlanymi diodami LED!). Przewagą telebimów jest bardzo wyraźny i kontrastowy obraz bez względu na warunki atmosferyczne (duże nasłonecznienie), czego nie można powiedzieć o wielkoformatowych ekranach plazmowych czy projekcyjnych.

²⁴ Zdajemy sobie sprawę, że w badaniach prowadzonych w oparciu o teorię żywej kultury ta kategoria jest pusta, bowiem, wg tej teorii nie ma *biernego odbioru* kultury, jednakże twórcy ofert tak widzą swoich odbiorców, co postanowiliśmy zachować.

Winder to (za jedną z reklam tego nośnika) „Flagi firmowe mobilne tak zwane windery lub bowflagi czyli flagi na masztach przenośnych charakteryzują się łatwością montażu oraz możliwością transportowania ich z miejsca na miejsce. Składany maszt złożony z rurek aluminiowych oraz elementu z włókna szklanego, który dopasowuje się do kształtu flagi. Różne podstawy w zależności od miejsca ekspozycji”)

E) NAZWA

W tej kategorii kodowane są :**nazwa imprezy, tytuł ogłoszenia** albo **najbardziej widoczny napis** na nośniku.

F) OFERTA (PROGRAM)

Te same kody są stosowane zarówno dla stałej i jednorazowej oferty kulturalnej. Kodowane była następujące kategorie:

animacja (zabawy z dziećmi, seniorami), **ankieta, badania medyczne, film, kiermasz/handel, koncert, konkurs, konsultacje** (dyskusje), **kurs, lekcja** (muzyki, języków, tańca), **obrzędy religijne, pielgrzymka, plebiscyt, parada/marsz, pokaz** (fajerwerków, wozów strażackich, balonów, itd.), **posiłek** (np. dla ubogich, seniorów, wigilia itp.) spektakl, **spotkanie z...** (ze sławną/ważną/ciekawą osobą lub grupą), **tańce** (w tym wszelkie potańcówki i dyskoteki), **transmisja** (np. meczu na żywo), **warsztaty, współzawodnictwo sportowe, współzawodnictwo inne**, (nie konkurs ani nie sportowe – np. turniej gmin), **wycieczka, wykład, wystawa, występ** (artysty, zespołu), **zajęcia sportowe, zbiórka** (pieniędzy, odzieży itd.)

Zestaw kategorii (od A do F) wyczerpuje analizę materiału pod kątem zawartości informacji społeczno-kulturalnej. Kolejne kategorie dotyczą estetyki.

ANALIZA WARSTWY ESTETYCZNEJ

Doprowadziła do empirycznie wysyconego zestawu kategorii obejmującego:

TECHNIKI I ŚRODKI WYRAZU

Jeżeli występuje kilka elementów w układzie wpisywane są w nawiasie: „**układ**” np. *fotografia (układ)*, *logo (układ)*.

1. ELEMENTY TEKSTOWE

napis – kodowana wyeksponowana, pojedyncza, samodzielna linijka tekstu;

tekst jednolity - kodowany jako: zwykły tekst ciągły, jedną czcionką, niezróżnicowany, może być podzielony na akapity, mogą wystąpić inicjały, pogrubienia;

tekst zróżnicowany - zwykły tekst, zazwyczaj jedną czcionką, w którym wyróżniono graficznie pewne elementy w celu podkreślenia ich ważności lub podniesienia czytelności treści. Stosowane zabiegi: pogrubienie, powiększenie czcionki, podkreślenie, kursywa, zmiana koloru tła czy czcionki, lista punktowana; układ tekstu zakomponowany względem pola, na którym się znajduje;

kompozycja liternicza – tekst, w którym funkcja estetyczna jest równie ważna jak funkcja informacyjna, stanowi jeden z elementów kompozycyjnych całości, wybór czcionki jest intencjonalny (np. w celu podkreślenia takich wartości jak atrakcyjność, nowoczesność, bunt; lub konwencji, takich jak historyzm, itd.) W materiale występują różne czcionki, często nietypowe i charakterystyczne, zróżnicowane pod względem wielkości, koloru, kierunku;

pismo odręczne – ręcznie napisana notatka, ogłoszenie.

2. OBIEKTY GRAFICZNE

clipart - pojedynczy obraz grafiki komputerowej przedstawiający jakiś obiekt lub prosty układ obiektów o charakterze dekoracyjnym albo informacyjnym, zazwyczaj zaczerpnięty z Internetu lub gotowych zbiorów. Na przykład: baloniki, kubki z kawą, prezenty, itd.;

wyróżnik – w grafice komputerowej zwykle forma koła, gwiazdki lub owalu wyróżniająca, (najczęściej kolorystycznie) atrakcyjną cechę przedmiotu, wewnątrz znajduje się tekst lub znak;

znak plastyczny - specjalnie zaprojektowany dla reprezentowania określonej treści, charakteryzuje się zwykle pewnym syntetyzmem, dbałością kompozycyjną i określoną konwencją, może zawierać tekst. W materiale empirycznym najczęściej występują loga oraz herby gmin;

grafika komputerowa – szerokie pojęcie związane z wykorzystaniem możliwości programów do tworzenia grafiki wektorowej w zakresie podziału płaszczyzny, posługiwania się gotowymi szablonami, a także tworzenia nowych form, przedstawiających i abstrakcyjnych. (Nie obejmuje elementów fotograficznych ani fotomontażu!)

3.FOTOGRAFIA

fotografia (całe zdjęcie) – bez wyraźnych śladów obróbki graficznej;

fotografia przetworzona – wykorzystująca możliwości aparatu fotograficznego i programów do obróbki zdjęć, (rozjaśnianie, rozmywanie konturu, szarpane kontury, zmiana kolorów, itd.);

fotografia wycinana (szparowana) – samodzielne elementy fotograficzne pozbawione tła;

fotografia (kadr komponowany) – starannie wybrany fragment fotografii zamknięty we własnej geometrycznej ramie;

fotomontaż komputerowy - obraz powstały z połączenia elementów różnych fotografii, reprodukcji obrazów w jedną całość, może charakteryzować się dążeniem do realizmu, mieć charakter surrealistyczny lub fantastyczny.

4.TECHNIKI TRADYCYJNE

Zazwyczaj reprodukowane na nośniku, jednak sporadycznie występują bezpośrednio – wówczas w nawiasie podano (odrębne). Zakodowane są następujące kategorie: **rysunek, grafika tradycyjna, grafika ilustracyjna, malarstwo, collage, wycinanka**.

5. POZOSTAŁE TECHNIKI

ornament (motyw ornamentalny)

mapa/plan

PRZEDMIOT/TREŚĆ/PARAMETR: CZCIONKA

W wierszu odpowiadającym poszczególnym środkom wyrazu/technikom podajemy **co przedstawia** dany element.

Grafika komputerowa często pełni funkcję organizującą kompozycję, wówczas piszemy „**organizacja płaszczyzny**”.

W wierszach dotyczących elementów tekstowych (napis, tekst jednolity, tekst zróżnicowany, kompozycja liternicza) podajemy **liczbę użytych czcionek** (rodzajów, kolorów, rozmiarów).

WALOR

Mocny – barwy nasycone;

Słaby – barwy jasne, pastelowe, słabo nasycone;

Kontrastowy – współwystępowanie waloru mocnego i słabego;

Gama walorowa - obecność różnych stopni jasności jednej barwy lub jej odcieni;

BARWY DOMINUJĄCE

KOLORY (Nie uwzględniamy tutaj różnych odcieni barw, tylko kolory czyste i charakterystyczne). Kodowane były:

biały • szary • czarny • czerwony • żółty • zielony • niebieski • fioletowy • pomarańczowy • brązowy • różowy • granatowy • beżowy • cielisty • ugier.

Wyliczone po przecinkach w formie przymiotnikowej: biały, żółty itd. Kolory przeważające na płaszczyźnie. Często kolor tła. (Liczba barw dominujących określa ogólną kolorystykę).

LICZBA

Liczba kolorów podanych w poprzedniej kolumnie.

BARWY AKCENTOWE

Wyliczone po przecinkach w formie przymiotnikowej: biały, żółty, itd. Kolory uzupełniające gamę barwną, wzbogacające ją, wprowadzające istotny akcent kolorystyczny. Liczba barw akcentowych decyduje o różnorodności użytych kontrastów.

LICZBA

Liczba kolorów podanych w poprzedniej kolumnie.

KOMPOZYCJA

a) HARMONIJNOŚĆ:

zrównowazona – kompozycja harmonijna, zamknięta lub otwarta, o czytelnych zasadach kompozycyjnych, opartych na szeroko rozumianej symetrii (odpowiedniości) elementów;

zrównowazona z dystraktorem, (dystraktor to pojedynczy akcent kompozycyjny, barwny, lub inny, który nie organizuje ani nie podkreśla całości kompozycji, ale zaprzecza jej ogólnej koncepcji, „antyakcent”, czynnik rozpraszający uwagę; termin przejęty tu z psychologii);

niezrównowazona – kompozycja nieudana lub celowo zaburzona; brak równowagi między elementami;

b) RODZAJ/STOPIEŃ ORGANIZACJI

chaotyczna – trudno odczytać jakikolwiek zamysł kompozycyjny, często występuje zbyt wiele sprzecznych akcentów (dysraktorów);

rozproszona – kompozycja zorganizowana wobec kilku różnych centrów, które ze sobą konkurują;

centralna – kompozycja zorganizowana wokół środka obrazu;

z dominantą (przesuniętym centrum) – kompozycja z wyraźnym akcentem, organizującym percepcję całości, który nie znajduje się jednak w centrum obrazu;

symetryczna – kompozycja zorganizowana wokół wyraźnej osi symetrii;

pasowa – kompozycja niezależnych od siebie poziomych pasów (np. – naprzemiennie: obszar tekstu, obszar fotografii, obszar tekstu);

ramowa – istnieje wyraźna rama zamykająca całość co najmniej z dwóch stron;

dwudzielna – kompozycja podzielona na dwie wyraźnie odróżniające się części, w pionie lub w poziomie;

złożona – kompozycja harmonijna, otwarta lub zamknięta, zrównoważona za pomocą innych zabiegów formalnych o pewnym stopniu komplikacji (np. oparta na diagonalach, na elipsie, z szeregiem odpowiadających sobie, równoważnych akcentów).

SPÓJNOŚĆ KONWENCJI I SPÓJNOŚĆ FORMY Z TREŚCIĄ

Spójność formy z treścią to dopasowanie konwencji, środków wyrazu i użytych motywów do przekazu słownego. Kodowana na podstawie **oceny badacza: tak/nie**

KONWENCJA

Spójność konwencji to wzajemne dopasowanie lub niedopasowanie współwystępujących konwencji. Konwencje w zbadanym materiale współwystępowały w następujących kategoriach:

współczesna-klasyczna – bazuje na wypracowanych „klasycznych” już rozwiązaniach estetycznych w projektowaniu graficznym, wykorzystuje dostępne dzisiaj środki wyrazu, takie jak obróbka fotografii, możliwość użycia wielu rodzajów czcionek czy dowolnego komponowania płaszczyzny. Jest powszechnie używana przez profesjonalistów. Łączy w sobie rozwiązania różnych kierunków artystycznych w wersji spopularyzowanej i powszechnie uznanej, które nie są jednak na tyle wyraziste, by determinować charakter projektu. Kompozycja zazwyczaj jest harmonijna, spokojna, rezygnująca z nadmiernej dekoracyjności czy dynamiki;

współczesna-naiwna - w znacznie mniejszym zakresie korzysta z możliwości komputerowej obróbki graficznej, wykonawca stara się naśladować efekty konwencji klasycznej, korzystając z prostych sposobów. Jest to konwencja amatorska, oparta na powszechnie uznanej estetyce. Często występuje w niej nadmierne bogactwo czcionek, nie zawsze dobrze dopasowane *cliparty*, proste rozwiązania kompozycyjne lub brak równowagi;

reklamowo-komercyjna – rozwinęła się w ostatnich dziesięcioleciach wraz z rozwojem kultury konsumpcyjnej w naszym kraju. Jej głównym wyróżnikiem jest kumulacja środków wyrazu w celu podkreślenia atrakcyjności danej oferty. Cechuje się silnymi kontrastami barwy, kierunku, waloru, przerostem formy nad treścią, dużą dynamiką, prostotą i dosłownością przekazu. Występuje w zbadanym materiale w odmianie:

a) profesjonalnej – kompozycja jest zrównoważona, wyraźnie określona, podporządkowana przekazowi. Fotografie są ostre i wyraziste, często hiperrealistyczne. Środki wyrazu – czcionki, wyróżniki, kolory, desenie, motywy dekoracyjne - są bogate i starannie dobrane;

b) naiwnej – odmiana amatorska lub pół-profesjonalna (np. stosowana w punktach drobnej poligrafii), sprawia wrażenie nieporadności i krzykliwości w użyciu zbyt różnorodnych środków wyrazu. Przekaz często nie uzasadnia bogatej formy. Często występuje nadmierne bogactwo czcionek, nie zawsze dobrze dopasowane *cliparty*, proste rozwiązania kompozycyjne lub brak równowagi;

współczesna-informacyjna – kładzie nacisk na wyrazistość i jasność przekazu. Występują napisy i test jednolity lub zróżnicowany (nie występuje kompozycja liternicza). Fotografie są zwykle profesjonalne, bardzo dobre technicznie, nie występują w charakterze tła, w zależności od tematu – pojedyncze, w układzie jako kadr komponowany, wydobywający szczegóły;

turystyczno-krajoznawcza – ma długą tradycję, zwykle zawiera mapę lub plan z wyznaczonymi szlakami lub atrakcyjnymi miejscami. Może zawierać fotografię lub rysunki, często w układach;

realizm – wiodącą rolę odgrywa realistyczna fotografia (może wystąpić też realistyczne malarstwo lub rysunek). Napisy, teksty i pozostałe elementy kompozycji są jej jednoznacznie podporządkowane;

hiperrealizm – wiodącą rolę odgrywa iluzjonistyczna przestrzennie fotografia. Doskonała technicznie, z bardzo mocno podkreślonymi cechami charakterystycznymi i niezwykle precyzyjnym szczegółem. Napisy, teksty i pozostałe elementy kompozycji są jej jednoznacznie podporządkowane;

surrealizm - wciąż żywy kierunek w malarstwie, jako konwencja stosujący fotomontaż lub komponowaną fotografię. W wersji **artystycznej** skoncentrowany na wytworzeniu niezwyklej atmosfery (także z użyciem form abstrakcyjnych), w wersji **banalnej** sprowadzony do użycia zaskakującej zmiany rzeczywistego kontekstu elementów;

realizm fantastyczny – odmiana surrealizmu skupiona na tworzeniu fantastycznych postaci, zwierząt, przedmiotów w formalnej konwencji realistycznej (może występować w wielu wersjach jak *fantasy, cyberpunk, steam punk*, itd.);

etno design – u nas dość szerokie pojęcie, obejmujące wszelkiego rodzaju stylizacje bazujące na sztuce ludowej; bywa, że połączone ze współczesnymi tendencjami wzornictwa. Wersja związana z realiami i gustami współczesnej wsi obejmuje także układy charakterystycznych motywów, uznanych za tradycyjnie ludowe (ludzie w strojach ludowych, kłosa zboża, kosze, itd.);

postmodernizm – wykorzystuje motywy ze sztuki wszystkich epok i krajów, łącząc je z motywami współczesnymi, komercyjnymi, a także ze współczesną estetyką, wyrażającą się w kroju czcionek, podziałach płaszczyzny, itd.;

hipermodernizm – konwencja nie do końca zdefiniowana w literaturze, zwykle oparta na eksponowaniu nowoczesności, technicznej doskonałości. Występują w niej hiperrealistyczne fotografie, charakterystyczne są też mocne kontrasty walorowe, efekty luministyczne i futurystyczne czcionki;

symbolizm – konwencja posługująca się motywami symbolicznymi występującymi w naszej kulturze, bazująca na specyficznej poetyce, tajemniczości. Może nawiązywać do symbolizmu końca XIX wieku;

sztuka biedna (*arte povera*) - bazuje na wykorzystaniu fotografii naturalnych, pospolitych materiałów i obiektów (szmaty, tkaniny, gazety, kamienie, nieobrobione drewno, itp.);

rysunek dziecięcy – konwencja wykorzystująca środki wyrazu charakterystyczne dla kolejnych etapów rozwoju rysunku dziecięcego (głowonogi, płynny kontur, perspektywa intencjonalna, geometryzacja, itd.);

ilustracja dla dzieci – ilustracja dopasowana do upodobań i skłonności estetycznych dziecięcego odbiorcy. Obejmuje także kadry z filmów i postacie z animacji dla dzieci;

ilustracja - kodowane pozostałe ilustracje, często mocno stylizowane przedstawienia scen, ludzi, zwierząt kierowane nie tylko do dzieci;

przedszkolna – typowa dla wystroju przedszkoli i szkół, dekoracyjna, infantylna konwencja posługująca się wycinanką, prostymi napisami, pastelową kolorystyką oraz syntezą lub rozbudowywaniem kształtów w celu wydobycia dekoracyjności;

neopop (*neo popart*) – popularny nurt w sztuce współczesnej nawiązujący do pop artu z lat 60. XX wieku, uzupełniony współczesną ikonografią i środkami wyrazu. Charakteryzuje się dużą dekoracyjnością, czystymi, kontrastowymi barwami, użyciem konturu, dużą dynamiką. W **popularnej wersji** często występują bezpośrednie nawiązania do dzieł Andy'ego Warhola i Roya Lichtensteina;

wizualizm – konwencja kładąca nacisk na szeroko pojętą iluzję optyczną;

minimalizm – redukuje środki wyrazu, konwencja nie zawsze ściśle związana z przekazem, może też odwoływać się do kierunku w sztuce o tej samej nazwie;

minimalizm praktyczny – ogranicza całkowicie lub prawie całkowicie środki wyrazu, podporządkowując je przekazaniu treści;

ekspresjonizm – szeroka konwencja eksponująca wartości emocjonalne za pomocą charakterystycznych środków wyrazu, takich jak poszarpane obrzeża obiektów, efekt rozchlapywanej farby, mocny, czarny kontur, kreska traktowana jako ślad ruchu ręki, itd.;

syntetyzm – upraszcza formy przez eliminację niektórych ich cech, sprowadzając obiekty do znaków plastycznych;

syntetyzm kubistyczny – konwencja bezpośrednio nawiązująca do kierunku artystycznego lub posługująca się geometryzacją form;

neokonstruktywizm - największą rolę odgrywa konstrukcja kompozycji opartej na wyrazistych podziałach, dokonywanych linią prostą lub krzywą. Charakteryzuje się prostotą, czytelnością i geometryzacją. W ambitniejszej wersji nawiązuje do kierunku artystycznego pierwszej połowy XX wieku;

historyzm – szeroka konwencja bezpośrednio nawiązująca do stylów historycznych lub do nieokreślonej „epoki dawnej” np.: poprzez użycie historyzujących czcionek lub zmianę kolorystyki fotografii;

estetyzm – kładzie nacisk na wyrafinowanie i czystość formy, odwołując się do tradycyjnego pojęcia piękna, idealizując rzeczywistość. Często pojawiają się pojawiają się ozdoby czy motywy ornamentalne. Bywa, że jakości formalne przeważają nad treścią przekazu;

graffiti – konwencja posiadająca wiele odmian – od **tagów** po **murale**;

naukowo-profesjonalna – konwencja posługująca się charakterystycznymi rozwiązaniami formalnymi w zależności od dziedziny (przekrój, schemat, plan, zbliżenie, tabela, precyzyjny rysunek, itd.).

TABLICE Z PRZYKŁADAMI ANALIZY

Przypomnijmy, że łącznie analizą objętych zostało 1200 zdjęć z 48 zbadanych gmin. Przedstawienie wyników tej części badania dla całej przebadanej próby zaburzyłoby proporcje raportu, dlatego prezentowane one będą w osobnym opracowaniu. Warto pamiętać, że **zobowiązanie FOŻK-SB dotyczyło stworzenia narzędzia** do opisanych analiz. Poniżej przedstawiamy przykładowe tabele dla 3 gmin:

- **Długosiodło** (reprezentujące gminę typu „D”, o **lokalno-programowym typie polityki kulturalnej**, z województwa **mazowieckiego**) z tej lokalizacji przeanalizowanych jest 20 przypadków dokumentacji fotograficznej ofert kulturalnych;

- **Raba Wyżnia** (reprezentująca gminę typu „S”; o **niskich wartościach wskaźników życia kulturalnego**; z województwa **małopolskiego**) – 26 przypadków oferty kulturalnej na zdjęciach;

- **Gołdap** (reprezentująca gminę typu „D”; o **ponadlokalnym typie polityki kulturalnej**, z województwa **warmińsko-mazurskiego**) – 25 przypadków oferty kulturalnej zidentyfikowanych na zdjęciach.

Wszystkie dane, zamieszczone poniżej są w liczbach bezwzględnych, pominięta została kategoria *nie dotyczy*. W tabelach poniżej, dla celów poglądowych zostały dodane kolumny RAZEM i RANGI. Najpierw prezentujemy **przykład uporządkowania danych o ofercie**.

Typ oferty	Długosiodło	Raba Wyżnia	Gołdap	RAZEM	RANGA
Edukacyjna	5	1	1	7	5
Popkultura	4	6	8	18	1
Kultura fizyczna	4	4	3	11	3
Usługi/handel	3	11	-	14	2
Praca	1	2	-	3	7
Kultura wysoka	1	-	2	3	7
Szkolnictwo	1	1	3	3	7
Finanse	1	2	1	5	6
Partycypacja	-	5	3	8	4
Natura oswojona	-	-	1	1	10
Kultura religijna	-	-	1	1	10

Stopień zaangażowania odbiorcy	Długosiodło	Raba Wyżnia	Gołdap	RAZEM	RANGA
<i>bierny odbiorca</i>	7	1	10	18	2
<i>zależny odbiorca usługi</i>	7	8	9	24	1
<i>aktywny odbiorca</i>	4	6	3	13	3
<i>wymiana/handel</i>	4	4	-	8	4

Typ wydarzeń/działań	Długosiodło	Raba Wyżnia	Gołdap	RAZEM	RANGA
jednorazowe	5	9	14	28	2
stałe	15	9	6	30	1

Typ oferty/program	Długosiodło	Raba Wyżnia	Gołdap	RAZEM	RANGA
Zajęcia sportowe	3	2	-	5	3
Współzawodnictwo sportowe	2	5	2	9	1
Posiłek	1	-	-	1	13
Konkurs	1	-	1	2	6
Kiermasz	1	-	-	1	13
Występ	1	-	1	2	6
Animacja	1	-	-	1	13
Koncert	1	1	3	5	3
Spotkanie z artystą	-	-	2	2	6
Ankieta	-	2	1	3	5
Film (projekcja)	-	1	5	6	2
Spektakl	-	-	2	2	6
Warsztaty	-	1	1	2	6
Plebiscyt	-	1	1	2	6
Pokaz	-	-	2	2	6
Obrzęd religijny	-	-	1	1	13
Pielgrzymka	-	1	-	1	13

W następnych tabelach opracowane zostały dane o jakościach estetycznych zbadanej informacji kulturalnej.

Nośnik	Długosiodło	Raba Wyżnia	Gołdap	RAZEM	RANGA
Plakat	8	14	18	40	1
Tablica informacyjna	5	4	-	9	3
Ogłoszenie	3	8	2	13	2
Baner	2	5	-	7	4
Ulotka	1	-	2	3	6
Tablica wystawiennicza	1	-	-	1	7
Wydruk A4	-	3	3	6	5

Technika i środki wyrazu	Długosiodło	Raba Wyżnia	Gołdap	RAZEM	RANGA
Napis	9	4	6	19	5
Kompozycja liternicza	8	14	8	30	4
Tekst różnicowany	7	16	16	39	1
Fotografia	7	2	8	17	6
Znak plastyczny	5	19	10	34	3
Tekst jednolity	5	4	1	10	8
Clipart	5	8	2	15	7
Grafika komputerowa	4	23	10	37	2
Fotografia (kadr komponowany)	2	-	-	2	18
Fotografia (kadr komponowany, układ)	2	1	-	3	15
Fotografia wycinana	2	4	2	8	9
Fotomontaż komputerowy	2	1	2	5	11
Fotografia (układ)	2	3	-	5	11
Rysunek	2	1	-	3	15
Mapa/plan	2	3	-	5	11
Ornament	1	-	-	1	19
Wycinanka	1	-	-	1	19
Wyróżnik	-	-	3	3	15
Znak plastyczny (układ)	-	6	2	8	9
Malarstwo	-	-	1	1	19
Fotografia przetworzona	-	3	1	4	14

Szczegółowe dane dotyczące przedmiotu/treści /parametru czcionki (takie jak np. *szyszki, rosa, dzieci, logo*) zostały poniżej pogrupowane wg odniesień do typów treści żywej kultury. Jest to kategoryzacja materiału empirycznego wykorzystująca metodę wysycania kategorii.

Przedmiot/treść/parametr czcionki	Długosiodło	Raba Wyżnia	Gołdap	RAZEM	RANGA
Natura dzika/elementy pejzażu	23	1	7	31	2
Natura oswojona	11	6	3	20	4
Zabudowa/budynki	6	4	-	10	6
Dzieci/zabawa	4	1	2	7	9
Herby/loga/flagi/medale/odznaczenia	4	24	9	37	1
Przedmioty gospodarstwa domowego	4	7	-	11	5
Organizacja płaszczyzny	3	18	7	28	3
Infrastruktura i przedmioty związane z kulturą fizyczną	3	3	1	7	9
Ludzie	2	3	3	8	8
Maszyny i narzędzia	2	3	5	10	6
Sportowcy	1	4	-	5	12
Jedzenie	1	-	-	1	17
Ornamenty/wzory/printy	-	3	-	3	14
Żołnierze/postacie z bronią	-	3	1	4	13
Celebryci	-	2	-	2	15
Detale postaci ludzkiej	-	7	-	7	9
Ludzie/zabawa/taniec	-	1	-	1	17
Młodzież	-	2	-	2	15
Zabytki architektoniczne	-	1	-	1	17
Przedmioty związane ze sztuką	-	1	-	1	17
Zabawki	-	1	-	1	17
Dziewczyna/y	-	1	-	1	17
Kibice sportowi/widownia sportowa	-	-	1	1	17

Walog	Długosiodło	Raba Wyżnia	Gołdap	RAZEM	RANGA
Kontrastowy	14	21	17	52	1
Mocny	5	-	3	8	3
Gama walorowa	2	4	13	20	2
Słaby	-	5	3	8	3

Barwy	Długosiodło		Raba Wyżnia		Gołdap		dominujące		akcentowe	
	dominujące	akcentowe	dominujące	akcentowe	dominujące	akcentowe	RAZEM	RANGA	RAZEM	RANGA
Biały	15	3	32	2	8	12	55	1	17	6
Niebieski	5	6	7	11	10	5	22	2	22	4
Zielony	3	12	3	5	4	5	10	4	22	4
Brązowy	2	2	-	1	2	-	4	6	3	11
Czarny	2	14	4	31	8	12	14	3	57	1
Różowy	1	1	1	1	2	-	4	6	2	12
Ugier	1	1	-	1	2	2	3	8	4	9
Czerwony	1	9	2	15	2	11	5	5	35	2
Fioletowy	1	-	-	-	-	1	1	11	1	14
Beżowy	1	1	2	-	-	-	3	8	1	14
Żółty	-	10	-	10	1	11	1	11	31	3
Szary	-	6	1	6	1	1	2	10	13	7
Pomarańczowy	-	3	-	2	-	2	-	12	7	8
Cielisty	-	1	-	2	1	1	1	11	4	9
Granatowy	-	1	-	-	-	1	-	12	2	12

Kompozycja	Długosiodło	Raba Wyżnia	Gołdap	RAZEM	RANGA
Zrównoważona, z dominantą	6	1	5	12	1
Zrównoważona, złożona	5	2	3	10	2
Zrównoważona, centralna	2	2	6	10	2
Zrównoważona, dwudzielna	2	-	1	3	8
Niezrównoważona, chaotyczna	2	2	1	5	5
Zrównoważona, ramowa	1	3	-	4	6
Zrównoważona z dystraktorem, dwudzielna	1	-	-	1	13
Zrównoważona, pasowa	-	4	4	8	4
Niezrównoważona, pasowa	-	2	-	2	10
Zrównoważona z dystraktorem, pasowa	-	2	-	2	10
Zrównoważona, symetryczna	-	2	-	2	10
Zrównoważona z dystraktorem, z dominantą	-	1	-	1	13
Zrównoważona z dystraktorem, centralna	-	1	2	3	8
Zrównoważona z dystraktorem, złożona	-	-	1	1	13
Zrównoważona z dystraktorem, złożona	-	4	-	4	6
Niezrównoważona, rozproszona	-	1	-	1	13
Niezrównoważona, dwudzielna	-	1	-	1	13
Zrównoważona, dwudzielna	-	1	-	1	13

Konwencja	Spójność konwencji/formy i treści						spójna		nie-spójna	
	Długosiodło		Raba Wyżnia		Gołdap					
	spójna	niespójna	spójna	niespójna	spójna	niespójna	RAZEM	R	RAZEM	R
Współczesna, naiwna	4	-	5	-	7	-	16	1	-	-
Współczesna, informacyjna	3	-	-	-	-	-	3	7	-	-
Realizm	3	-	3	-	6	-	12	2	-	-
Reklamowo/komercyjna/naiwna	2	1	2	4	1	1	5	5	6	1
Współczesna, klasyczna	2	-	3	-	7	-	12	2	-	-
Etno design	2	-	-	-	-	-	2	10	-	
Turystyczno-krajoznawcza	1	-	1	-	-	-	2	10	-	-
Syntetyzm	1	-	-	-	-	-	1	13	-	-
Estetyzm	1	-	1	-	-	-	2	10	-	-
Neokonstruktywizm	1	-	7	2	3	-	11	4	2	2
Ekspresjonizm	1	-	1	-	1	-	3	7	-	-
Przedszkolna	1	-	-	-	-	-	1	13	-	-
Ilustracja dla dzieci	1	-	-	-	-	-	1	13	-	-
Minimalizm	1	-	3	-	-	-	4	6	-	-
Reklamowo/komercyjna/profesjonalna	-	-	3	1	-	-	3	7	1	3
Hiperrealizm	-	-	1	-	-	-	1	13	-	-
Współczesna, profesjonalna	-	-	1	-	-	-	1	13	-	-
Hipermodernizm	-	-	1	-	-	-	1	13	-	-
Historyzm	-	-	-	-	1	-	1	13	-	-
Neopop	-	-	-	-	1	-	1	13	-	-
Syntetyzm kubistyczny	-	-	-	-	1	-	1	13	-	-
Realizm fantastyczny	-	-	-	-	1	-	1	13	-	-
Naukowo-profesjonalna	-	-	-	-	1	-	1	13	-	-
wizualizm	-	-	-	-	1	-	1	13	-	-

UWAGI DO NARZĘDZIA

Na koniec, respektując zasadę jawności warsztatu, chcielibyśmy się podzielić uwagami, **co do sprawności narzędzia**, które nasunęły się nam w trakcie analiz. Przedstawiamy je poniżej w punktach:

1) MATERIAŁ EMPIRYCZNY był bardzo niejednorodny – mamy wrażenie, że to jakie obiekty były fotografowane zależało nie tylko od ich dostępności, ale też od sprzętu, „zapału” i – jednak - wyboru fotografów. Nie jesteśmy pewne, czy różnice liczebności (zwłaszcza z małych miejscowości) faktycznie oddawały pełny obraz. Wyraźnie niektórzy fotografujący (zwłaszcza w miastach, gdzie panuje wizualny i reklamowy przepych) skupiali się przede wszystkim na wąsko rozumianej ofercie kulturalnej (popkulturowej i *wysokiej*), inni fotografowali wszystko - zgodnie z instrukcją dla realizatorów – stąd mogą wynikać pewne zafałszowania w proporcjach. My ze swojej strony też musiałyśmy dokonywać dodatkowej selekcji zwłaszcza w gminach o bogatej dokumentacji; starałyśmy się to zrobić tak by ukazać pełną różnorodność ofert i rozwiązań plastycznych. Gdyby podobne badanie miały być powtarzane, warto byłoby sformalizować sposób zbierania materiału, np. poprzez zalecenia dla fotografujących:

a) by w pierwszej kolejności odnajdywali miejsca, w których eksponowana jest oferta kulturalna w sensie wąskim wraz z istniejącym tam kontekstem – czyli starannie fotografowali wszystkie plakaty, ulotki, itd. dotyczące kultury oraz materiały wizualne w ich bezpośrednim sąsiedztwie

b) należałoby opracować możliwie szczegółową typologię istotnych z punktu widzenia społeczności miejsc, w których można spodziewać się największej „oglądalności” przez potencjalnych odbiorców oferty (np. przystanek PKS ma większą „oglądalność” niż latarnia na rogu ulicy obok pasmanterii). Nasza przykładowa propozycja:

- dla gmin o indeksie instytucji kultury 5 i mniej dokumentować wewnątrz i bezpośrednio sąsiedztwo 3 instytucji kultury (jeśli jest tylko 1 – to jedną, jeśli 5 – wybrać 3 najbogatsze pod względem oferty); dla większych miast mogłoby to być 5 instytucji;
- kościół i jego bezpośrednie sąsiedztwo (jeśli jest więcej kościołów w miejscowości, określić liczbę np. w zależności od liczby mieszkańców);
- jedna (lub więcej, w zależności od np. liczby mieszkańców) gablota/ tablica lub słup ogłoszeniowy w ścisłym centrum;
- jeden lub więcej węzeł komunikacyjny;
- jeden lub więcej obiekt sportowy i jego bezpośrednie sąsiedztwo;

- jedna lub więcej „dzika” tablica/ściana czy inne miejsce z ogłoszeniami;

2) w samym narzędziu analitycznym niektóre kategorie sprawdziły się dobrze - inne wymagają, wg nas modyfikacji:

A) OFERTA – zasadniczo najrzadziej wystąpiła *kultura konsumpcyjna* – prawdopodobnie fotografujący często ją pomijali. Najczęściej *konsumpcja popkulturowa* występuje też w ramach szerzej rozumianej *popkultury* (i tak ją klasyfikowaliśmy), np. na imprezach i festynach łączących różnego rodzaju aktywności (występowały *kiermasze, prezentacje oferty regionalnej, degustacje*) Samodzielnie ta kategoria wydaje się, jak dotąd, mało użyteczna;

B) TYP ODBIORCY – wg nas się sprawdził. Na pierwszy rzut oka widać, że **im większa miejscowość o bogatszej ofercie, tym ta oferta jest mniej aktywizująca (tu przeważał odbiorca bierny – zwykle oglądający lub słuchający) W mniejszych miejscowościach dużo częściej pojawiali się odbiorcy zależni i aktywni** (teza do dalszego testowania empirycznego);

C) EVENTY/ STAŁE DZIAŁANIA (jako *wydarzenia jednorazowe* traktowaliśmy też *ofertę sezonową*, np. *trwające tydzień półkolonie*);

D) NOŚNIK – w opisie słownikowym uwzględniliśmy większą różnorodność niż *de facto* się tu w znaczących liczbach pojawiła; w większości bowiem badany materiał to *plakaty* i *ulotki* – w przyszłości koniecznie trzeba od początku brać uwagę przede wszystkim format (rozmiar i proporcje) badanego materiału; warto też zastanowić się nad interpretacją danych o nośniku;

E) NAZWA – okazała się przydatna do identyfikacji oferty, zwłaszcza gdy trudno było ją określić przy pomocy innych informacji;

F) OFERTA KULTURALNA (PROGRAM) – klasyfikacja zasadniczo okazała się wystarczająca (można by uszczegółowić niektóre elementy);

G) TECHNIKA I ŚRODKI WYRAZU – nieźle obrazują różnorodność. Można np. wyliczyć, jaki format tekstu przeważa **(zakładając, iż kompozycje liternicze = większa świadomość projektującego); o jakości plastycznej w dużej mierze świadczy też częstotliwość korzystania z clipartów i fotografii wycinanej (też często gotowców ściągniętych z sieci);**

H) Na pewno warto zastanowić się nad zliczaniem wystąpień ZNAKÓW PLASTYCZNYCH/LOGO, bo odgrywały one bardzo różną rolę dla całości przekazu – od nieznaczącej po ważną. W przyszłości loga i herby trzeba badać inaczej; (przyp. red.: może np. jako znaki tożsamościowe?).

I) PRZEDMIOT/TREŚĆ/PARAMETR CZCIONKA - jedyna niemal otwarta kategoria, (obiekty występujące na zdjęciach są swobodnie opisane – niekodowane), jednak na podstawie tych opisów można by było utworzyć całkiem funkcjonalną klasyfikację tematów i motywów. Parametr czcionki – można z niego policzyć np. średnią liczbę występowania czcionek na plakat na gminę (wiadomo, że co za dużo to niezdrowo);

J) WALOR – w większości występował tu *kontrastowy* (co nie dziwi, ponieważ ma największą „siłę” wizualną), dodatkowo może współwystępować *gama walorowa*, zwłaszcza w realistycznych fotografiach. Zarówno **walor jak i kolor mogą być trochę przekłamane ze względu na jakość zdjęć** (czasami szukałyśmy w Internecie oryginału, żeby te cechy zweryfikować);

K) KOLORY – na ich podstawie widać np., że w gminach o „uboższej wyobraźni projektowej” dominuje *białe tło* (najprostsze i najtańsze rozwiązanie); zbyt duże bogactwo kolorów, zwłaszcza *akcentowych* świadczy o chaosie barwnym; poszczególne gminy różnią się też ogólną kolorystyką, np. upodobaniem do *niebieskiego* lub *żółtego*;

L) KOMPOZYCJA - kompozycji całkowicie „nieudanych” (*niezrównoważonych*) wystąpiło w badanym materiale bardzo niewiele (nawet amator intuicyjnie dąży do kompozycyjnej równowagi); **o niskiej jakości wizualnej szaty informacji kulturalnej w danej gminie świadczy liczba wystąpień kompozycji „zrównoważonej z dystraktorem” (co np. w Krakowie nie pojawiło się prawie wcale).** Rodzaj/stożek organizacji świadczy o preferencjach kompozycyjnych obszaru; zazwyczaj najwyższą jakość plastyczną prezentują kompozycje centralne, z dominantą i złożone;

Ł) SPÓJNOŚĆ KONWENCJI – *brak spójności* występował bardzo rzadko, niemniej jednak warto to odnotowywać, ponieważ świadczy o nieudanym projekcie;

M) KONWENCJA - **w gminach miejskich i nastawionych na turystykę występowała dużo większa różnorodność konwencji i pojawiało się mniej wariantów naiwnych.** Czasami można było określić wyraźnie konwencję wiodącą, jednak często z wybierając konwencję twórca czerpał z niej tylko niektóre elementy, uzupełniając je innymi; wówczas na ogół decydowałyśmy, że konwencje współwystępowały. W trakcie pracy doszłyśmy również do wniosku, że pewne konwencje wymagają dalszego podziału na warianty (np. historyzm, ekspresjonizm czy estetyzm); warto też zastanawiać się nad ich pogłębioną interpretacją;

Ogólnie można stwierdzić, że o „brzydocie”, nieatrakcyjności czy nieadekwatności formy plastycznej do treści oferty kulturalnej często świadczy zastosowanie konwencji reklamowo – komercyjnej (naiwnej lub profesjonalnej), która zasadniczo nie pasuje do oferty kultury wysokiej czy nawet popkulturowej oraz występowanie konwencji współczesnej – naiwnej, podczas gdy w tej samej gminie np. dla oferty kultury fizycznej czy finansowej pojawiają się dużo bardziej wyrafinowane projekty.

WNIOSEK RED.: **podane przykłady nie pozwalają uznać, że oferta kulturalna w swej wizualnej postaci jest *sztampowa i nieciekawa*, co było roboczą hipotezą w tych badaniach.**

UWAGA RED.: warto zauważyć, iż dysponując dużymi liczebnościami tak przeanalizowanego materiału można się pokusić o zastosowanie analiz statystycznych w celu uzyskania bardziej subtelnych wyników niż zaprezentowane tu proste rozkłady cech zwizualizowanej informacji kulturalnej. Jak już wspomnieliśmy, problematykę tę podejmujemy w osobnym opracowaniu. **Dalsze analizy mogą być prowadzone zarówno poprzez porównania gmin i województw w zakresie typów oferty, jak i porównań struktur ofert zrekonstruowanych z różnych materiałów empirycznych, przykładowo te dane można porównywać ze strukturami ofert odtworzonymi z materiału zebranego ze stron internetowych gmin oraz ich cechami. Pozwoli to m.in. odpowiedzieć na pytanie o jakość i różnorodność kanałów informacji kulturalnej. Podobnie można porównywać dane dotyczące odbiorców. Systematyczne monitorowanie jakości estetycznych oferty może mieć, z kolei, istotne znaczenie dla wielu zagadnień począwszy od edukacji wizualnej poprzez badania jakości życia w środowiskach lokalnych, skończywszy na badaniach trendów i mód estetycznych.**



Barbara Fatyga, Kaja Rożdżyńska-Stańczak, Bogna Kietlińska

ANALIZA WYWIADÓW

NOTKA METODOLOGICZNA

A) WYWIADY Z MIESZKAŃCAMI

W tym module badania terenowego prowadzaliśmy krótkie rozmowy z mieszkańcami, które nawiązywały charakterem do sondy ulicznej. Korzystaliśmy z przygotowanego **wcześniej scenariusza (zbioru dyspozycji do wywiadu swobodnego wraz z przykładami konkretnych pytań i instrukcją jak przeprowadzać badanie)**. Zakładaliśmy, że badacze będą mogli na bieżąco modyfikować pytania, w zależności od dynamiki wypowiedzi badanych, typu kontaktu czy poruszanych zagadnień. Taka formuła pozwalała na większą swobodę zarówno badaczom, jak i badanym, a w związku z tym tworzyła mniej formalną atmosferę i ułatwiała kontakt w otwartych przestrzeniach miejscowości. Niemniej, **podstawowym celem badaczy było uzyskanie możliwie wyczerpujących informacji o wszystkich zagadnieniach zawartych w scenariuszu**. Staraliśmy się przeprowadzić minimum **4 rozmowy, z mieszkańcami - reprezentantami kategorii wiekowych czyli z dziećmi, nastolatkami, dorosłymi i seniorami**. Wprowadzenie zróżnicowania wiekowego miało umożliwić pokazanie odbioru życia kulturalnego z różnych i – co ważne - uzupełniających się nawzajem perspektyw. Dlatego pytaliśmy każdego rozmówcę „krzyżowo” - nie tylko o potrzeby reprezentowanej przezeń grupy wiekowej, ale i o potrzeby pozostałych grup, (np.: nastolatków pytaliśmy o potrzeby nastolatków, dzieci, dorosłych i seniorów, itd.). **W próbie, liczącej N=341 osób** (zakładana wielkość to 192 osoby) widać **niedoreprezentację dzieci**, ponieważ badacze mieli duże trudności ze znalezieniem rozmówców. Osoby w wieku do 12 lat rzadko można było spotkać na ulicach, zwłaszcza jeśli temperatura na zewnątrz była zbyt wysoka lub panowała zła pogoda. Respektowaliśmy też zasadę by rozmawiać z dziećmi w obecności ich opiekunów. To często utrudniało nawiązanie kontaktu, np. gdy dzieci bawiły się same na placu zabaw lub grały w piłkę na Orliku. Braki z tej kategorii na bieżąco kompensowaliśmy rozmowami z innymi mieszkańcami. Rozmowy z dziećmi, które były w towarzystwie rodziców też były trudne ponieważ zdarzało się, że rodzic odpowiadał za dziecko, które tylko niemo próbowało dać do zrozumienia, iż *wcale tak nie jest jak mówi mama czy tata*. Wszystkie **wywiady przeprowadzaliśmy w miejscach publicznych**, najczęściej: w parkach, na skwerach, deptakach czy w przestrzeni rynków badanych miast. **Zwracaliśmy szczególną uwagę by naszą pracą nie przeszkadzać mieszkańcom** w bieżących czynnościach oraz by **zapewnić badanym jak największy komfort rozmowy** (np. prowadzić wywiady w pobliżu ławek, tak by rozmówca nie musiał zbyt długo stać). Nawiązywaliśmy kontakt nie tylko z pojedynczymi osobami, spełniającymi kryterium wiekowe, ale też z całymi grupami. Często dawało to efekt dyskusji grupowej, ale i ośmielało rozmówców do wydawania zdecydowanych opinii. Po zapewnieniu o anonimowości badania, rozmowy były rejestrowane przy pomocy dyktafonów. W przypadku braku zgody na nagrywanie - na bieżąco sporządzano notatki. Po zakończeniu rozmowy badacze wypełniali przygotowane wcześniej kwestionariusze, w których należało opisać miejsce, czas, podstawowe

informacje o rozmówcy (płeć, orientacyjny wiek), okoliczności przeprowadzenia rozmowy oraz ogólne z niej wrażenia. Tak stworzona dokumentacja była uzupełniana o transkrypcję nagrania. Przygotowane materiały były przekazywane do koordynatorki, a następnie poddawane analizie. Scenariusz wywiadu składał się z następujących bloków tematycznych:

- charakterystyki gminy, z podkreśleniem elementów wyróżniających ją pozytywnie lub negatywnie;
- „krzyżowo” badanych potrzeb mieszkańców;
- znajomości życia kulturalnego gminy, z wyróżnieniem instytucji, imprez, podmiotów organizujących (instytucjonalnych i pozainstytucjonalnych);
- miejsc aktywności kulturalnej mieszkańców;
- znajomości badań potrzeb mieszkańców lub prowadzonych w gminie konsultacji społecznych.

B) WYWIADY Z URZĘDNIKAMI

Ten moduł badania miał za zadanie uzupełnienie wniosków z badania mieszkańców o **perspektywę osób zarządzających kulturą w gminach**. Trudności związane z **procesem umawiania się na wywiady** same w sobie dostarczyły interesującej wiedzy. Spotykaliśmy się ze skrajnie różnymi reakcjami **urzędników**: od życzliwych i gościnnych przyjęć, do - mimo przedkładanych zaświadczeń o prowadzeniu badania finansowanego z MKiDN oraz zapewnień o anonimowości - unikania czy zbywania by finalnie wywiad się nie odbył. Przejawiało się to w nieodpowiadaniu na maile, deklaracjach braku czasu (nawet na rozmowę telefoniczną), zasłanianiem się brakiem uprawnień do rozmowy oraz w ewidentnie złej woli, np. zapraszaniu nas w terminach planowanego urlopu i nieobecności w pracy. Obrazuje to **niechęć części urzędników do badań, nawet finansowanych (firmowanych) przez Ministerstwo oraz świadczy o niezrozumieniu ich roli i korzyści dla samorządów, nie mówiąc już o łamaniu prawa dostępu do informacji publicznej**. Wywiady były przeprowadzane na podstawie **scenariusza wywiadu swobodnego z dyspozycjami**, forma i kolejność pytań mogły być modyfikowane w zależności od przebiegu rozmowy. Również tu priorytetem badaczy było uzyskanie możliwie najbardziej wyczerpujących odpowiedzi. W porównaniu do wywiadów z mieszkańcami te były przeprowadzane w znacznie bardziej formalnej atmosferze. Po pierwsze, odbywały się w miejscach pracy badanych, co nie zawsze sprzyjało swobodzie wypowiedzi (np. brak oddzielnego pokoju, rozmowa *przy świadkach*). Po drugie, badani występowali w roli reprezentantów swoich instytucji i odczuwali odpowiedzialność za swoje opinie (niezależnie od świadomości anonimowości wypowiedzi). Procedura rejestracji wywiadów oraz przygotowywania materiałów do analizy była identyczna jak przy rozmowach z mieszkańcami. Scenariusz wywiadów z urzędnikami miał części wspólne z narzędziem przygotowanym do rozmów z mieszkańcami. Poniżej przedstawiamy te zagadnienia, o które pytaliśmy tylko **urzędników**:

- pytania o znajomość życia kulturalnego gminy zostały poszerzone o kwestie z zakresu polityki kulturalnej. Dotyczyły one: porażek i sukcesów w jej prowadzeniu, odbiorców kultury, twórców i współpracy z nimi, wizji idealnej instytucji kultury oraz planowanych działań;
- do pytań o miejsca aktywności kulturalnej dodane zostały pytania dotyczące działalności samego rozmówcy, potencjalnych aktywności podejmowanych w sytuacji wyboru oraz stosunków międzyludzkich w pracy;
- usunięte natomiast zostały pytania dotyczące znajomości badań potrzeb mieszkańców lub prowadzonych w gminie konsultacji społecznych. Niemniej, w wywiadach spontanicznie pojawiały się nawiązania do prowadzonej działalności badawczo-konsultacyjnej.

W celu analizy materiału posłużyliśmy się **programem do kodowania danych – QDA Miner 4.2**. Pierwotna wersja użytego klucza kodowego została opracowana na potrzeby cytowanego badania z 2012 roku²⁵. W pierwszym roku realizacji niniejszego projektu klucz kodowy został wykorzystany - po niezbędnych modyfikacjach - do analizy dokumentów zastanych. Następnie wprowadziliśmy doń kolejne zmiany w celu uzgodnienia struktury kodów z charakterem zebranego w badaniu terenowym materiału (opis poniżej). Dla celów analitycznych pogrupowaliśmy następnie kody dotyczące infrastruktury kulturalnej i instytucji wedle indeksów infrastruktury kulturalnej²⁶, stworzonych dla projektu „GIS - Kultura. Budowa systemu geolokalizacji infrastruktury żywej kultury”. Wywiady z mieszkańcami i wywiady z *urzędnikami*, dzięki wspólnym pulom tematów, mogły być analizowane z wykorzystaniem podobnej struktury kodów. Takie ujęcie umożliwiło porównania między wynikami z obu typów materiałów. **Klucz kodowy dla rozmów z mieszkańcami** składał się z następujących kategorii:

- **otoczenie gmin**: podobnie jak w pierwszym roku badania, ta kategoria zawierała odniesienia do fizycznych uwarunkowań gmin, traktowanych jako określona przestrzeń (środowisko) życia rozmówców. W zależności od opinii zaliczane one były albo do **ograniczeń i/lub braków** (cech negatywnych), albo do **zasobów** (cech pozytywnych);
- **uczestnicy**: ta kategoria odnosiła się do uczestników życia kulturalnego gmin, w praktyce koncentrując się na ich mieszkańcach (odniesienia do innych grup, głównie turystów, były marginalne). Zakodowaliśmy tu charakterystyki tych podmiotów z podziałem na grupy, zasoby, ograniczenia oraz działania. W stosunku do poprzednio używanej struktury kodów rozwinęliśmy gałąź dotyczącą potrzeb uczestników oraz przestrzeni, w których odbywają się dane działania;

²⁵ Barbara Fatyga (red.), *Kultura pod pochmurnym...*, op. cit.

²⁶ <http://ozkultura.pl/node/1800>

- **instytucje**: kategoria odnosiła się do typów instytucji, które podzieliliśmy według indeksów infrastruktury żywej kultury – por. uwagi wyżej. Zastosowaliśmy tu również podział na zasoby, ograniczenia i działania, z wyróżnieniem prowadzonych badań i konsultacji. Ze względu na specyfikę rozmów z mieszkańcami zrezygnowaliśmy z kodów dotyczących celów instytucji oraz efektów ich działań (pytania o metarefleksję nad działalnością instytucji nie pojawiły się w scenariuszu, a spontanicznie praktycznie nie występowały w rozmowach).

Jak już zostało wskazane, znaczna część kodów pokrywała się w analizach obu typów wywiadów. Poniżej przedstawiamy różnice pomiędzy strukturami kluczy kodowych:

- **uczestnicy kultury**: ze względu na obecność szczególnego pytania do urzędników (*Co Pan/i chciał(a)by robić w wolnym czasie gdyby Pan/i miał(a) wybór?*) **dodaliśmy kody** odnoszące się do potencjalnych działań rozmówców;

- **instytucje**: pozostawiliśmy tu kody dotyczące celów i efektów działań instytucji. Zdecydowaliśmy się na to ze względu na argumentację pojawiającą się przy dłuższych wypowiedziach. Ponadto, w nawiązaniu do scenariusza wywiadu, wprowadziliśmy **nową gałąź kodu** dla wizji idealnej instytucji kultury.

Przypomnijmy na koniec jeszcze raz, że **badanie to miało charakter eksploracyjny** i służyło rozpoznaniu problematyki oraz testowaniu narzędzi, **a badane były zebrane TREŚCI, nie zaś OSOBY**, których próbka była stosunkowo niewielka.

WYNIKI ANALIZ

W interpretacjach nie omawiamy wszystkich zakodowanych treści ani nawet wszystkich informacji wydobytych z analizowanych materiałów lecz zwracamy uwagę na najciekawsze zjawiska oraz te, które odnoszą się do hipotez i celów badania. Warto jednak, wg nas, przygotowanym tabelom i wykresom przyjrzeć się dokładnie by odkryć wiele interesujących detali, istotnych z punktu widzenia badanych gmin a także wynikających z przeprowadzonych porównań.

Układ tej części raportu przedstawia zagadnienia związane z życiem kulturalnym zbadanych gmin, pogrupowane wg województw i typów gmin, widziane oczami mieszkańców i osób odpowiedzialnych za politykę kulturalną (*urzędników*). Na początek przedstawiamy zasoby i ograniczenia gmin.

ZASOBY I OGRANICZENIA

Tabela 12. Zasoby gmin w opiniach MIESZKAŃCÓW (M) i URZĘDNIKÓW (U), wg województw, w % i wg rang, łączna liczba kodów dla urzędników N=133.

ZASOBY GMIN	MAŁOPOLSKIE				MAZOWIECKIE				WARMIŃSKO-MAZURSKIE			
	M (N=148) ²⁷	R	U	R	M (N=211)	R	U	R	M (N=65)	R	U	R
Bogate dziedzictwo kulturowe	32,4	1	16,5	1	6,6	5	4,5	5	21,5	2	3,8	1
Dobra infrastruktura publiczna	12,8	2	6,8	2	40,3	1	8,3	3	10,8	3	2,3	3
Walory krajobrazowe	11,5	3	5,3	4	16,6	2	11,3	1	35,4	1	3,8	1
Dobra przestrzeń publiczna	8,1	4	0,8	7	1,9	10	0,8	7	1,5	9	-	-
Korzystne położenie geograficzne	7,4	5	6,8	2	4,3	6	9,8	2	6,2	4	-	-
Nie wiem	6,8	6	0,8	7	0,5	14	1,5	6	6,2	4	2,3	3
Dobra komunikacja/stan dróg	6,1	7	3,8	5	8,5	3	5,3	4	1,5	9	-	-
Brak zasobów	4,1	8	-	-	2,8	8	-	-	6,2	4	-	-
Cisza, spokój	3,4	9	-	-	8,1	4	-	-	3,1	8	-	-
Inne zasoby gmin	3,4	9	3,8	5	1,9	10	0,8	7	4,6	7	-	-
Czystość	1,4	11	-	-	3,3	7	-	-	1,5	9	-	-
Dobre powietrze	1,4	11	-	-	0,9	13	-	-	-	-	-	-
Bezpieczeństwo	0,7	13	-	-	2,4	9	-	-	1,5	9	-	-
Silny ośrodek akademicki	0,7	13	0,8	7	0,5	14	0,8	7	-	-	-	-
Dobry stan architektury	-	-	-	-	1,4	12	-	-	-	-	-	-

Źródło: badanie terenowe, oprac. własne KR-S. Kolorem czerwonym zaznaczono najwyższe odsetki w wierszach; kolorem niebieskim – najniższe odsetki w wierszach.

²⁷ Liczby „N” podawane w tabelach i wykresach opisują liczebność występowania w wypowiedziach danego kodu, w żadnej mierze nie odnoszą się więc do wypowiedzi pojedynczych osób.

W ocenie zasobów widać relatywnie duże różnice w opiniach mieszkańców i urzędników ze badanych województw: **urzędnicy mówili o nich zdecydowanie mniej**: z dwoma wyjątkami: w **mazowieckim** to oni wskazywali nieco częściej korzystne położenie geograficzne oraz minimalnie częściej w **mazowieckim i małopolskim** wymienili jako zasób *silne ośrodki akademickie*. Poza dość oczywistym wynikiem dla **małopolskiego**, jeśli idzie o pozytywną waloryzację *dziedzictwa kulturowego*, to większą świadomość posiadania cennego *dziedzictwa kulturowego* mają mieszkańcy **Warmii i Mazur** niż **mazowieckiego** (różnica = 14,9%). W **mazowieckim** mieszkańcy wyżej cenili *walory krajobrazowe* niż w **małopolskim** (różnica= 5,1%); te zaś – z kolei – zostały najliczniej podkreślone przez mieszkańców **Warmii i Mazur**: różnica w stosunku do **mazowieckiego** = 18,8%; do **małopolskiego** = 23,9%). Wysokie miejsce *walorów krajobrazowych* Warmii i Mazur w opiniach mieszkańców może być efektem kampanii „Mazury – cud natury”. W **mazowieckim** najwięcej mieszkańcy mówili o *dobrej infrastrukturze publicznej*, zaś w **małopolskim i warmińsko-mazurskim** – o *złej* (różnica odpowiednio wynosi: 27,5% oraz 29,5). Ogólnie: w **mazowieckim** większą uwagę zwraca się na *infrastrukturę* jako taką. Może to być efekt, o którym wspominaliśmy w głównych hipotezach – czyli, z jednej strony - startu do zmian z niskiego pułapu cywilizacyjnego i związana z tym większa społeczna widoczność zmian na lepsze w województwie **mazowieckim**; z drugiej strony, *galicyjskie* zapóźnienia standardów *stricte* cywilizacyjnych oraz długotrwała dewastacja nieswojej infrastruktury w **warmińsko-mazurskim**. *Stan dróg* jako zasób ceniono we wszystkich województwach dość rzadko, ale narzekań na *złe drogi* najwięcej było w **mazowieckim**. *Potencjał przestrzeni publicznej* nie pojawił się w wypowiedziach mieszkańców jako zasób, któremu by poświęcili dużo uwagi, jednak warto zaznaczyć, iż stosunkowo najczęściej wymieniali go mieszkańcy **małopolskiego**, którzy zarazem dwukrotnie częściej na niego narzekali. Zastanawiające jest natomiast **o wiele częstsze zwracanie uwagi w małopolskim na dziedzictwo kulturowe niż na krajobraz jako na zasoby**. Ciekawe zatem czy nie są one wyłącznie symboliczne – przenoszone w głowach mieszkańców jako składnik mityzacji regionu albo wniesione z zewnątrz i niezinternalizowane? Stosunkowo rzadkie wskazywanie zasobów takich jak *jakość powietrza, hałas* czy *czystość* świadczy o ich niskim znaczeniu. Z pozostałych kodów zasobów wyraźniejsze są już tylko *cisza i spokój*, na które zwrócili uwagę mieszkańcy **mazowieckiego**, co może być efektem „zakrytej części”²⁸ porównania z Warszawą.

Dość ponure efekty przynosi porównanie wypowiedzi mieszkańców i urzędników np. gdy przyjrzymy się **relatywnie wysokiemu docenianiu walorów krajobrazowych na Warmii i Mazurach przez mieszkańców i śladowej obecności tego kodu w wypowiedziach urzędników**, co ma swoje źródła w **akcyjnym i projektowym traktowaniu przez nich tego zasobu** (por. też uwagi wyżej oraz kolejny komentarz - poniżej). **Urzędnicy z Warmii i Mazur w 11 kategoriach na 15 nie mieli - jak widać - NIC do powiedzenia lub odpowiadali nie wiem** (mieszkańcy z tego województwa nie wymienili 3 kategorii); **urzędnicy z mazowieckiego i małopolskiego NIC nie powiedzieli o 6 kategoriach na 15**. *Pro domo sua* zwróćmy jeszcze uwagę na kod *silny ośrodek akademicki* (województwa mazowieckie i małopolskie posiadają na swoim terenie najlepsze ośrodki akademickie w kraju): zarówno mieszkańcy, jak

²⁸ Pojęcie „zakrytej części” znaczenia w zastosowaniu do porównania przejęte zostało przez Fatygę z teorii metafory, por.: George Lakoff, Mark Johnson, *Metafory w naszym życiu*, Warszawa: PIW, 1988, s. 77. Autorzy ci piszą o „niewykorzystanej” części metafory. Jest to szczególny przypadek stosowania kodu ograniczonego, por. Basil Bernstein, *Odtwarzanie kultury*, Warszawa: PIW, 1990.

i *urzędnicy* z obu tych województw wymieniali go jako zasób poświęcając mu najmniej uwagi, zaś w wypowiedziach z Warmii i Mazur w ogóle się on nie pojawił. To szczególny przyczynek dla tematu naszego badania!

Tabela 13. Zasoby gmin w opiniach MIESZKAŃCÓW (M) i URZĘDNIKÓW (U), wg gmin „D” i gmin „S”, w % i wg rang, łączna liczba kodów dla *urzędników* N=133.

ZASOBY GMIN	GMINY „D”				GMINY „S”			
	M (N=214)	R	U	R	M (N=210)	R	U	R
dobra infrastruktura publiczna	25,7	1	7,5	4	26,7	1	9,8	2
walory krajobrazowe	20,1	2	11,3	1	15,2	3	9,0	3
bogate dziedzictwo kulturowe	18,2	3	9,0	2	17,6	2	15,8	1
dobra przestrzeń publiczna	7,0	4	0,8	9	1,0	12	0,8	8
korzystne położenie geograficzne	6,1	5	7,5	3	5,2	6	9,0	3
dobra komunikacja/stan dróg	5,1	6	5,3	5	8,1	4	3,8	5
cicho, spokojnie	3,7	7	-	-	7,6	5	-	-
nie wiem	3,3	8	1,5	6	3,8	8	3,0	6
brak zasobów	2,8	9	-	-	4,8	7	-	-
czystość	2,3	10	-	-	2,4	10	-	-
inne zasoby gmin	2,3	10	1,5	6	3,3	9	3,0	6
dobrze powietrze	1,4	12	-	-	0,5	14	-	-
bezpieczeństwo	0,9	13	-	-	2,4	10	-	-
silny ośrodek akademicki	0,5	14	1,5	6	0,5	14	-	-
architektura	0,5	14	-	-	1,0	12	-	-

Źródło: badanie terenowe, oprac. własne KRS. Kolorem czerwonym zaznaczono najwyższe odsetki w wierszach; kolorem niebieskim – najniższe odsetki w wierszach.

Gdy idzie o zasoby, to na poziomie gmin **trend wskazujący różnice pomiędzy mieszkańcami i urzędnikami rysuje się momentami jeszcze wyraźniej: urzędnicy mniej uwagi poświęcili zasobom relatywnie istotnym dla mieszkańców**; znów wyjątkiem *jest korzystne położenie geograficzne*. W gminach typu „D” mieszkańcy częściej wskazali jedynie *dobre wykorzystanie przestrzeni publicznej* i *walory krajobrazowe*. W gminach „S” nieznacznie częściej mówili o *ciszy i spokoju* oraz o *dobrych drogach*. Nie są to jednak różnice, które można poddawać głębszym interpretacjom, mogą być jedynie wskazówkami do ewentualnego formułowania hipotez. Wypowiedzi *urzędników* wg typów gmin (por. tabela 13) pokazują jeden szczególnie interesujący wynik: **na Warmii i Mazurach: bogate**

dziedzictwo kulturowe jest przez nich najczęściej wspominane. Czyżby w oficjalnym dyskursie samorządowym już nie przyroda tylko zabytki miały priorytet w politykach społeczno-kulturalnych? Aby to wyjaśnić wystarczy zajrzeć na jeden z portali samorządowych: „Jednym z najważniejszych zadań, finansowanych ze środków UE na lata 2014-2020, będzie rewitalizacja; na związane z nią projekty zarezerwowano już ok. 25-26 mld zł, a kwota ta z pewnością wzrośnie (...)”²⁹ Wyższe odsetki zaznaczone na czerwono w tabeli 17 wskazują jedynie zarysowującą się niezbyt wyraźnie prawidłowość: minimalnie większego zainteresowania problematyką w gminach sąsiedzkich – stwierdzenie to ma tylko status hipotezy wyprowadzonej z empirii.

WNIOSKI: warto zwrócić uwagę **na potrzebę upowszechniania w środowiskach lokalnych świadomości zasobów, w szczególności związanych z otoczeniem przyrodniczym. Badanie pokazuje, iż jest ona dość przypadkowo ukształtowana i najczęściej niedoceniana, zwłaszcza przez osoby odpowiedzialne za politykę kulturalną.** Niewielkie liczebności większości ujętych w tabelach 12 i 13 kategorii zdają się świadczyć, że uwaga badanych koncentruje się *gdzie indziej*. **Pośrednio wyniki te mogą uzasadniać hipotezy o ciągle niskiej randze standardu cywilizacyjnego związanego z przestrzenią, w której się żyje oraz o słabości dyskursu publicznego na te tematy.** Hipotezy te trzeba jednak zestawić z obrazem dostrzeganych przez badanych ograniczeń i braków w ich miejscach zamieszkania - por. tabele 14, 15.

Braki infrastruktury publicznej i słabe wykorzystanie przestrzeni publicznej wskazano relatywnie najliczniej w **małopolskim** – co ciekawe – **najmniejszą wartość** kod ten miał w wypowiedziach mieszkańców **mazowieckiego**, którzy najliczniej zwracali uwagę na **kiepskie drogi**. Warto też zwrócić uwagę na **kody o wartości zerowej**: w **małopolskim** nikt nie narzekał na **braki walorów krajobrazowych** i **zły stan architektury**; w **mazowieckim** – na **brak dziedzictwa** a w **warmińsko-mazurskim** na **słabe wykorzystanie przestrzeni publicznej, zaniedbanie i hałas**. Naszym zdaniem **wyniki te potwierdzają przede wszystkim hipotezę o słabości dyskursu publicznego na tematy związane z jakością otoczenia**. Zauważmy bowiem, iż przedstawione kategorie zasobów i braków w gruncie rzeczy tworzą pewne syndromy cech i - co więcej, ze swej istoty są nierozłączne. Zatem gdyby problematyka przez nie reprezentowana była ważna miałyby zarazem wyższe i podobne wartości. Wydaje się, że ograniczenie w postaci **niekorzystnego położenia geograficznego** najliczniej omawiane w wypowiedziach **urzędników z województw małopolskiego i mazowieckiego** wypływa z ich zaabsorbowania problemami infrastrukturalnymi oraz **sposobu myślenia ugruntowanego na opozycji centrum – peryferie**, o czym już wspominaliśmy wyżej, analizując dane dotyczące badanych mieszkańców. Zarazem, jak widać, nie ma tu niemal w ogóle zainteresowania - łączącą się przecież z położeniem geograficznym zaletą - **walorami krajobrazowymi**. Ciekawe, że na Warmii i Mazurach zainteresowanie tymi cechami wystąpiło śladowo – mimo niedawnej kampanii o *cudach natury*, co dodatkowo potwierdza tezę o akcyjnym i *projektowym* traktowaniu środowiska.

²⁹ Por. Portal samorządowy, <http://www.portalsamorzadowy.pl/fundusze-europejskie/rewitalizacja-priorytetem-na-lata-2014-2020.53038.html>

Tabela 14. Ograniczenia i braki gmin w opiniach MIESZKAŃCÓW (M) i URZĘDNIKÓW (U), wg województw, w % i wg rang, łączna liczba kodów dla urzędników N=87.

OGRANICZENIA I BRAKI GMIN	MAŁOPOLSKIE				MAZOWIECKIE				WARMIŃSKO-MAZURSKIE			
	M (N=121)	R	U	R	M (N=108)	R	U	R	M (N=51)	R	U	R
brak infrastruktury publicznej	20,7	1	6,9	2	13,0	3	5,7	3	17,6	1	2,3	2
zła komunikacja/stan dróg	19,8	2	3,5	3	30,6	1	6,9	2	15,7	2	4,6	1
brak ograniczeń	18,2	3	3,5	3	18,5	2	2,3	5	15,7	2	1,1	4
słaba przestrzeń publiczna	15,7	4	-	-	4,6	7	3,4	4	-	-	1,1	4
zanieczyszczenie powietrza	7,4	5	-	-	4,6	7	-	-	3,9	8	-	-
niekorzystne położenie geograficzne	5,0	6	12,6	1	1,9	9	21,8	1	7,8	5	2,3	2
nie wiem	4,1	7	3,5	3	5,6	6	2,3	5	15,7	2	-	-
hałas	2,5	8	-	-	0,9	11	-	-	-	-	-	-
brud	2,5	8	-	-	1,9	9	-	-	7,8	5	-	-
brak bogatego dziedzictwa kulturowego	1,7	10	1,1	7	-	-	1,1	8	2,0	10	-	-
zaniedbanie	1,7	10	-	-	0,9	11	-	-	-	-	-	-
inne ograniczenia gmin	0,8	12	2,3	6	8,3	4	6,9	2	7,8	5	1,1	4
brak walorów krajobrazowych	-	-	-	-	0,9	11	2,3	5	3,9	8	-	-
zły stan architektury	-	-	-	-	8,3	4	-	-	2,0	10	-	-
brak silnego ośrodka akademickiego	-	-	1,1	7	-	-	-	-	-	-	-	-

Źródło: badanie terenowe, oprac. własne KRS; kolorem czerwonym zaznaczone są najwyższe odsetki w wierszach (relatywnie wysoki poziom odczucia braku); kolorem niebieskim najniższe odsetki w wierszach (relatywnie niski poziom odczucia braku).

Tabela 15. Ograniczenia gmin w opiniach MIESZKAŃCÓW i URZĘDNIKÓW, wg podziału na gminy „D” i gminy „S”, w %, i wg rang, łączna liczba kodów dla urzędników N=87.

OGRANICZENIA GMIN	GMINY „D”				GMINY „S”			
	M (N=128)	R	U	R	M (N=152)	R	U	R
brak infrastruktury publicznej	20,3	1	6,9	3	14,5	3	8,1	2
zła komunikacja/stan dróg	19,5	2	8,1	2	26,3	1	6,9	3
brak ograniczeń	15,6	3	1,1	6	19,7	2	5,8	4
słaba przestrzeń publiczna	10,9	4	1,1	6	6,6	4	3,5	5
nie wiem	8,6	5	3,5	4	5,3	5	2,3	6
zanieczyszczenie powietrza	6,3	6	-	-	5,3	5	-	-
inne ograniczenia gmin	4,7	7	2,3	5	5,3	5	8,0	2
niekorzystne położenie geograficzne	4,7	7	9,2	1	3,9	10	27,6	1
zaniedbanie	2,3	9	-	-	-	-	-	-
brak walorów krajobrazowych	1,6	10	-	-	0,7	13	2,3	6
hałas	1,6	10	-	-	1,3	11	-	-
brud	1,6	10	-	-	4,6	9	-	-
zły stan architektury	1,6	10	-	-	5,3	5	-	-
brak bogatego dziedzictwa kulturowego	0,8	14	1,1	6	1,3	11	1,1	8
brak silnego ośrodka akademickiego	-	-	1,1	6	-	-	-	-

Źródło: badanie terenowe, oprac. własne KRS. Kolorem czerwonym są zaznaczone najwyższe odsetki w wierszach; niebieskim – najniższe.

W innym przekroju – wg typów gmin – widać, że **jedynym licznym kodem symbolizującym treści wygłoszone przez urzędników i to występującym tylko w gminach „S”** jest **niekorzystne położenie geograficzne**. Z jednej strony, może to być uzasadnienie dla nadrabiania braków infrastrukturalnych; z drugiej - wygodny (bo ewidentnie stanowiący „trudność obiektywną”) argument tłumaczący niepowodzenia i/lub inercję. Warto w kontekście powyższych analiz przypomnieć, że rozmowy z urzędnikami – były trudne, zwłaszcza na Warmii i Mazurach. Niemniej jednak powinniśmy chyba wyniki tej części badania, w szczególności zawarte w tab. 14 i 15, zadedykować PT WYBORCOM w wyborach samorządowych. Nie twierdzimy tu (bo nie mamy do tego podstaw), że zbadane osoby *nic nie wiedzą* o środowiskach, za które są odpowiedzialni albo iż mają wąskie horyzonty, **twierdzimy jednak, że zbyt często nie chcą i/lub nie potrafią i/lub boją się tę wiedzę w normalny sposób komunikować, a to co najmniej nasuwa wątpliwość czy potrafią ją też wykorzystywać**

w interesie dobra wspólnego. (Ten wątek towarzyszy też analizie potrzeb mieszkańców zadeklarowanych w badaniu). W postrzeganiu ograniczeń na plan pierwszy wysuwa się **problematyka infrastrukturalna** oraz – co ciekawe, w przekrojach wg obu podziałów - na województwa i na gminy – **brak ograniczeń** czyli **zadowolenie mieszkańców z ich środowisk. Postrzeganie zarówno zasobów, jak i ograniczeń nie układa się w wyraźny wzór, który wskazywałby szczególną pozycję zbadanych przez nas gmin posiadających diagnozy.** Nie dała też tu o sobie znać skłonność Polaków do narzekania, bowiem porównując liczby kodów mówiących o zasobach z liczbami kodów mówiących o ograniczeniach (por. liczby „N” kodów w główkach tabel 12-15) można stwierdzić, **że zasoby były wspominane częściej niż ograniczenia i braki.**

ANALIZA POTRZEB

Poniżej zestawione są **potrzeby deklarowane przez mieszkańców badanych województw i gmin.**

Tabela 16. Potrzeby w opiniach MIESZKAŃCÓW (M) i URZĘDNIKÓW (U), wg województw, w % i wg rang, łączna liczba kodów dla urzędników N=136.

POTRZEBY MIESZKAŃCÓW (infrastruktura i życie kulturalne)	MAŁOPOLSKIE				MAZOWIECKIE				WARMIŃSKO-MAZURSKIE			
	M (N=197)	R	U	R	M (N=417)	R	U	R	M (N=134)	R	U	R
nowe miejsca aktywności kulturalnej łącznie	47,2	1	11,5	1	57,6	1	20,1	1	38,1	1	5,0	1
potrzeby w pełni zaspokojone	17,3	2	6,5	4	10,8	2	1,4	5	11,2	3	1,4	4
nie wiem	9,6	3	3,6	6	8,4	3	-	-	5,2	6	-	-
organizacja usług	9,1	4	1,4	8	5,0	5	4,3	2	11,2	3	0,7	5
program/oferta ogółem	7,6	5	10,1	2	5,0	5	2,2	4	9,0	5	3,6	2
organizacja imprez	5,6	6	6,5	4	6,5	4	1,4	5	20,9	2	0,7	5
inne potrzeby	2,0	7	-	-	1,4	9	0,7	8	-	-	0,7	5
poprawa infrastruktury, wyposażenia, organizacji	1,0	8	7,9	3	2,2	7	3,6	3	2,2	7	2,1	3
współpraca	0,5	9	0,7	9	1,4	9	1,4	5	0,7	9	-	-
informacja i promocja	-	-	2,2	7	1,7	8	-	-	1,5	8	-	-

Źródło: badanie terenowe, oprac. własne KRS. Kolorem czerwonym zaznaczone są odsetki wyższe w wierszach; niebieskim - najniższe.

W województwach **małopolskim** i **mazowieckim**, oprócz niewielkich odsetków treści dotyczących rozmaitych potrzeb, wydaje się, iż opinie mieszkańców się polaryzują: na zgłoszoną **potrzebę nowych miejsc** oraz opinię, że **potrzeby są zaspokojone** (i – dodajmy - może lepiej by zostało *po staremu*). Zauważmy, że **potrzebę nowych miejsc** najczęściej deklarowali mieszkańcy **mazowieckiego**. Opinię o tym,

iż ich **potrzeby kulturalne i społeczne są w pełni zaspokojone** najliczniej wyrazili mieszkańcy **małopolskiego**, zaś najwięcej o **potrzebie imprez** wypowiedzieli się mieszkańcy **Warmii i Mazur**. Mimo iż – jak to już pisaliśmy w raporcie z badań sytuacji kulturalnej tego województwa w 2012 roku - zbyt gorączkowa i przytłaczająca aktywność instytucji kultury w produkowaniu *eventów* może powodować przesyt³⁰, to jednak na drugim miejscu wskazywano tu **potrzebę imprez**. Można przypuszczać, że działa **efekt uzależnienia od kulturalnego fast foodu**; przesyt nie powoduje wygaszenia potrzeby, ale ją utrzymuje lub nawet wzmacnia, jak w każdym uzależnieniu.

Tabela 17. Potrzeby w opiniach MIESZKAŃCÓW (M) i URZĘDNIKÓW (U), w gminach „D” i gminach „S”, w % i wg rang, łączna liczba kodów dla urzędników N=136.

POTRZEBY MIESZKAŃCÓW	GMINY „D”				GMINY „S”			
	M (N=366)	R	U	R	M (N=382)	R	U	R
nowe miejsca aktywności kulturalnej- łącznie	48,4	1	14	1	54,2	1	24	1
potrzeby w pełni zaspokojone	11,5	2	2,9	4	13,6	2	6,6	4
organizacja imprez	10,7	3	1,5	6	7,1	4	11	2
nie wiem	9,3	4	0,7	7	7,1	4	2,9	7
program/oferta ogółem	7,7	5	4,4	3	5,2	6	3,7	6
organizacja usług	6,0	6	2,2	5	8,4	3	5,9	5
usprawnienia infrastruktury, wyposażenia, organizacji	3,0	7	6,6	2	0,8	10	8,1	3
inne potrzeby	1,6	8	-	-	1,0	8	1,5	8
informacja i promocja	1,4	9	0,7	7	1,0	8	1,5	8
współpraca	0,5	10	0,7	7	1,6	7	1,5	8

Źródło: badanie terenowe, oprac. własne KRS. Kolorem czerwonym zaznaczone są wyższe odsetki wyższe w wierszach, niebieskim - niższe.

Tabele 16 i 17 są szczególnie istotne z punktu widzenia **centralnych kategorii badania – czyli lokalnych polityk kulturalnych oraz działalności diagnostycznej w gminach**. Obrazują one zarazem istotną w oficjalnym dyskursie o życiu kulturalnym – kategorię potrzeb. Te zaś widziane oczyma **urzędników** można opisać następująco:

- w podziale wg województw **potrzeby mieszkańców opisywano najczęściej w województwie mazowieckim**, następnie **małopolskim**; śladową uwagą obdarzyli je **urzędnicy z Warmii i Mazur**;

³⁰ Barbara Fatyga (red.), *Kultura pod pochmurnym...*, op. cit., s.109.

- relatywnie najczęściej znów wskazano potrzeby wiążące się z infrastrukturą (*nowe miejsca*) oraz, *ale tylko w mazowieckiem – potrzeby związane z ofertą kulturalną*.

W podziale wg typów gmin znów najliczniej reprezentowany był kod dotyczący *nowych miejsc* - najliczniejszy z gmin typu „S”.

W osobnych tabelach (18 i 19) opisana jest dokładniej *zawartość kodu potrzeba nowych miejsc*. W ostatnich latach w kraju wiele zainwestowano w infrastrukturę kulturalną. Nie mogliśmy zatem pominąć okazji by sprawdzić w jakim stopniu w badanych środowiskach potrzeby te zostały zaspokojone i jakie potrzeby tego rodzaju zgłaszali *mieszkańcy*.

Tabela 18. Potrzeba nowych miejsc aktywności kulturalnej w opiniach MIESZKAŃCÓW – wg województw, w % i wg rang.

TYPY NOWYCH MIEJSC AKTYWNOŚCI KULTURALNEJ (potrzeby w zakresie infrastruktury)	MAŁOPOLSKIE (N=93)	R	MAZOWIECKIE (N=240)	R	WARMIŃSKO-MAZURSKIE (N=51)	R
sportowa	32,3	1	19,2	2	11,8	3
popkultury	18,3	2	15,0	3	35,3	1
gastronomii	14,0	3	15,0	3	2,0	7
upowszechniania kultury	12,9	4	23,3	1	29,4	2
nowe miejsca aktywności - ogólnie	12,9	4	7,9	5	7,8	4
oswojonej natury (parki, skwery itp.)	4,3	6	6,7	6	2,0	7
handlowa	2,2	7	6,3	7	-	-
edukacji	1,1	8	2,9	8	3,9	6
kultury wysokiej	1,1	8	2,5	9	5,9	5
pomocy społecznej	1,1	8	1,3	10	2,0	9

Źródło: badanie terenowe, oprac. własne KRS. Kolorem czerwonym zaznaczone są najwyższe odsetki w wierszach; niebieskim – najniższe.

W *małopolskim* – najwięcej mówiono o potrzebie *infrastruktury sportowej, popkulturowej, gastronomicznej* i kolejno o miejscach *upowszechniania kultury* oraz ogólnie o *nowych miejscach wspólnych*; w *mazowieckim* – relatywnie najczęściej o *miejscach upowszechniania kultury, potrzebie nowych obiektów sportowych, popkulturze* i *infrastrukturze gastronomicznej*, zaś w *warmińsko-mazurskim* o infrastrukturze towarzyszącej *popkulturze* oraz *upowszechnianiu kultury i obiektach sportowych*. (W tym ostatnim województwie, jak widać, wyniki są zatem bardzo spójne i zgodne z badaniami z 2012 roku). Ciekawe, iż *efekt fast foodu kulturalnego* nie dotyczy tym razem *infrastruktury handlowej*, a przecież jeszcze niedawno w każdej miejscowości szczytem prestiżu była galeria handlowa. Być może gęsta sieć Lidlów, Biedronek, Żabek i innych tego rodzaju sklepów zaspokoiła wreszcie tę potrzebę.

Tabela 19. Potrzeba nowych miejsc aktywności kulturalnej w opiniach MIESZKAŃCÓW, w gminach „D” i gminach „S”, w % i wg rang.

TYPY NOWYCH MIEJSC AKTYWNOŚCI KULTURALNEJ (infrastruktura)	gminy „D” (N=177)	R	gminy „S” (N=207)	R
sportowa	24,3	1	18,8	3
upowszechniania kultury	23,7	2	19,8	1
popkultury	16,9	3	19,8	1
gastronomii	13,6	4	12,6	4
nowe miejsca aktywności kult.- ogólnie	6,8	5	11,1	5
oswojonej natury	6,2	6	4,8	7
handlowa	3,4	7	5,3	6
kultury wysokiej	2,3	8	2,9	9
edukacji	1,7	9	3,4	8
pomocy społecznej	1,1	10	1,4	10

Źródło: badanie terenowe, oprac. własne KRS. Kolorem czerwonym zaznaczone są odsetki wyższe w wierszach, niebieskim – niższe.

Konkretne nowe miejsca (tab. 19) dla **sportu** i **upowszechniania kultury** częściej pojawiały się w wypowiedziach mieszkańców gmin typu „D”, ale mglista potrzeba takich miejsc częściej była artykułowana w gminach „S”. **Tezę o niszowym charakterze potrzeb związanych z kulturą wysoką** uzasadniają zarówno wyniki zestawione dla 3 województw, (choć warto zaznaczyć, że najczęściej ten kod pojawił się na Warmii i Mazurach, a więc tam relatywnie częściej ją dostrzegano), jak i dla typów gmin.

Ogólna interpretacja tego fragmentu analiz może być następująca: ludzie na co dzień nie zajmują się artykułowaniem swoich potrzeb kulturalnych. Gdy jest to wywoływane w jakimś innym typie dyskursu niż rutynowy, codzienny, w pewny sensie **produkuja sobie potrzeby wg doraźnie przywoływanych wzorców, które im się - najprawdopodobniej sytuacyjnie - kojarzą. Dzisiaj są to już wzorce czerpane głównie z popkultury. W tych wynikach widać, że nowe miejsca aktywności kulturalnej są przywoływane właśnie w ten sposób. W wypadku urzędników może skutkować brakiem gospodarności i nieodpowiedzialnością, jeśli taki typ myślenia nie łączy się z wiedzą o obiektywnym stanie infrastruktury kulturalnej na ich terenie, a uruchamiają go jedynie aktualne możliwości i konieczności w zakresie dotacji i ich rozliczania.** Jakkolwiek interpretacja ta nie wydawałaby się na wyrost (w istocie jest bowiem niedostatecznie jeszcze ugruntowaną empirycznie hipotezą), to wg nas przedstawione dane dostarczają wskazówki by **przemyśleć jeszcze raz od strony teoretycznej i metodologicznej kategorię potrzeb, w tym jej wiarygodność**³¹.

³¹ Bazowaliśmy tu także na uwagach recenzentów - ekspertów zgłoszonych podczas paneli prezentujących w regionach wyniki badań; wszyscy zgodzili się z tezą, że doraźnie przywoływane potrzeby mieszkańców nie muszą być kategorią najlepiej opisującą realne uwarunkowania lokalnych kultur.

ANALIZA INSTYTUCJI KULTURY I ICH DZIAŁALNOŚCI

Spółeczną widoczność instytucji kultury w oczach mieszkańców i urzędników pokazują tabele 20 i 21.

Tabela 20. Instytucje kultury wymienione przez MIESZKAŃCÓW (M) i przez URZĘDNIKÓW (U), wg województw, w % i wg rang.

INSTYTUCJE KULTURY	MAŁOPOLSKIE				MAZOWIECKIE				WARMIŃSKO-MAZURSKIE			
	M (N=573)	R	U (N=414)	R	M (N=816)	R	U (N=519)	R	M (N=292)	R	U (N=133)	R
upowszechniania kultury	35,6	1	24,6	2	34,8	1	32,2	2	38,7	1	27,8	2
administrowania kulturą	28,3	2	49,0	1	18,9	2	49,9	1	20,2	2	51,9	1
sportowe	6,5	3	1,7	7	5,5	5	0,2	10	3,4	7	1,5	7
edukacyjne	5,9	4	3,4	6	11,5	3	5,6	3	10,6	4	-	-
organizacje pozarządowe	5,8	5	6,0	3	2,3	8	5,2	4	3,4	7	3,8	5
religijne	4,9	6	1,7	7	5,1	6	1,3	7	1,0	9	3,8	5
kultury wysokiej	3,7	7	5,1	5	1,0	10	2,1	5	11,0	3	4,5	3
nie wiem/nie znam	2,6	8	-	-	0,9	12	-	-	4,1	5	-	-
gastronomiczne	2,6	8	0,2	11	10,9	4	1,9	6	2,1	8	-	-
popkulturowe	1,9	10	1,4	9	3,8	7	0,2	10	0,7	10	0,8	9
handlowe	1,6	11	0,7	10	2,3	8	1,0	8	3,8	6	-	-
nieformalne, subkultury*	0,5	12	6,0	3	0,9	12	0,4	9	-	-	4,5	3
zdrowia	0,2	13	-	-	1,1	9	-	-	0,3	12	-	-
pomocy społecznej	-	-	-	-	1,0	10	-	-	0,7	10	-	-

Źródło: badanie terenowe, oprac. własne KRS. Kolorem czerwonym zaznaczone są instytucje wymienione co najmniej w 10% wypowiedzi.* do kategorii doliczono wypowiedzi o oddolnie organizowanych zespołach regionalnych, jak np. chóry.

Najbardziej widocznymi instytucjami są we wszystkich 3 województwach są dla mieszkańców instytucje upowszechniania kultury, co skądinąd jest wnioskiem optymistycznym. Drugi pod względem liczebności kod to **instytucje zarządzania kulturą** – ciekawy wynik: można postawić hipotezę do dalszego sprawdzania czy aby nie świadczy to o tym, że mieszkańcy zaczynają korzystać ze swoich obywatelskich uprawnień by *patrzeć władzy na ręce*. (Jeszcze wyraźniej widać omówione kody w przekroju wg typów gmin, w tab. 21). W **mazowieckim** wskazano ponadto **instytucje edukacyjne** i **infrastrukturę gastronomiczną**; w **warmińsko-mazurskim** **instytucje kultury wysokiej** i **edukacyjne** (liczebności wystąpień powyżej 10 %). **Instytucje sportowe** są słabo społecznie widoczne, być może dlatego, że należą do porządku codzienności, gdy znaczenie innych instytucji wykracza poza rutynę. W tym kontekście można się zastanawiać nad **tezą wywiedzioną z wielu badań, że Polacy postrzegają kulturę jako sferę odświętną**, bowiem nie ma pewności czy sportu też tak nie postrzegają. *Nota bene* uczulaliśmy realizatorów badania na unikanie w pytaniach o infrastrukturę gmin bezpośrednich

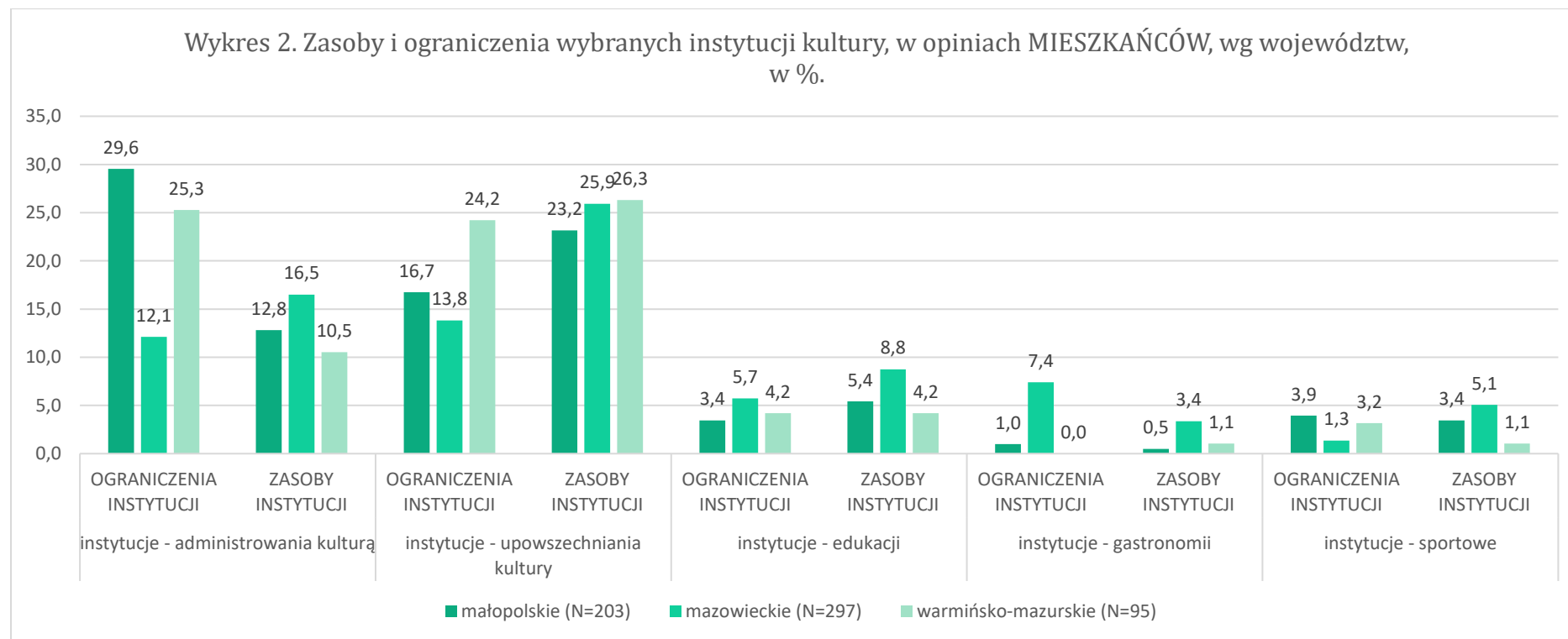
odniesień do słowa „kultura” aby nie prowokować myślenia w kategoriach odświętnych i zwykłych. **Urzędnicy** na pierwszym miejscu wymienili **instytucje zarządzania kulturą**, ale na drugim – **instytucje upowszechniania**. Aż o **30,1% więcej kodów opisujących administrowanie kulturą w stosunku do kolejnej kategorii** pojawiło się w wypowiedziach **urzędników w województwie warmińsko-mazurskim; o 24,4% więcej odpowiednio w województwie małopolskim i o 17,7% więcej - w mazowieckim**. Zdaje się to potwierdzać popularne tezy mówiące, że **władza typu biurokratycznego głównie zajmuje się sama sobą**. Ciekawe, że w wypowiedziach **urzędników z Warmii i Mazur** nie pojawiły się w ogóle **instytucje edukacyjne**, które na tym specyficznym terenie często pełnią ważne funkcje kulturotwórcze. **Może to być efekt polityk sektorowych, skutkujący pilnowaniem własnego podwórka**. Zróżnicowanie wg typów gmin (tab. 21) nie dodaje do przedstawionych wyżej obserwacji nowych treści, wyjąwszy fakt, że – podobnie jak poprzednio - na pierwszym miejscu **urzędnicy** zdecydowanie najczęściej mówili o **administrowaniu kulturą**: w gminach „D” o 14,4% częściej wymieniono tę kategorię niż **instytucji upowszechnieniowych**; w gminach „S” – odpowiednio o 26,7%.

Tabela 21. Instytucje kultury wymieniane przez MIESZKAŃCÓW (M) i URZĘDNIKÓW (U), wg podziału na gminy „D” i gminy „S”, w % i wg rang.

INSTYTUCJE KULTURY	GMINY „D”				GMINY „S”			
	M (N=910)	R	U (N=486)	R	M (N=771)	R	U (N=580)	R
upowszechniania kultury	36,4	1	30,7	2	35,0	1	27,1	2
administrowania kulturą	20,1	2	45,1	1	24,9	2	53,8	1
edukacyjne	9,5	3	5,1	5	9,5	3	3,1	5
gastronomiczne	7,5	4	1,2	8	5,4	5	1,2	8
sportowe	6,2	5	0,8	10	4,7	6	1,0	9
kultury wysokiej	4,8	6	6,0	3	2,2	8	1,6	7
organizacje pozarządowe	3,3	7	6,0	3	4,2	7	4,8	3
popkulturowe	3,1	8	0,8	10	2,1	9	0,7	10
handlowe	3,0	9	1,0	9	1,6	11	0,5	11
religijne	2,7	10	1,2	7	6,2	4	2,2	6
nie wiem/nie znam	2,0	11	-	-	2,1	9	-	-
zdrowia	1,0	12	-	-	0,3	14	-	-
pomocy społecznej	0,5	13	-	-	0,6	13	-	-
nieformalne, subkultury	-	-	2,1	6	1,3	12	4,0	4

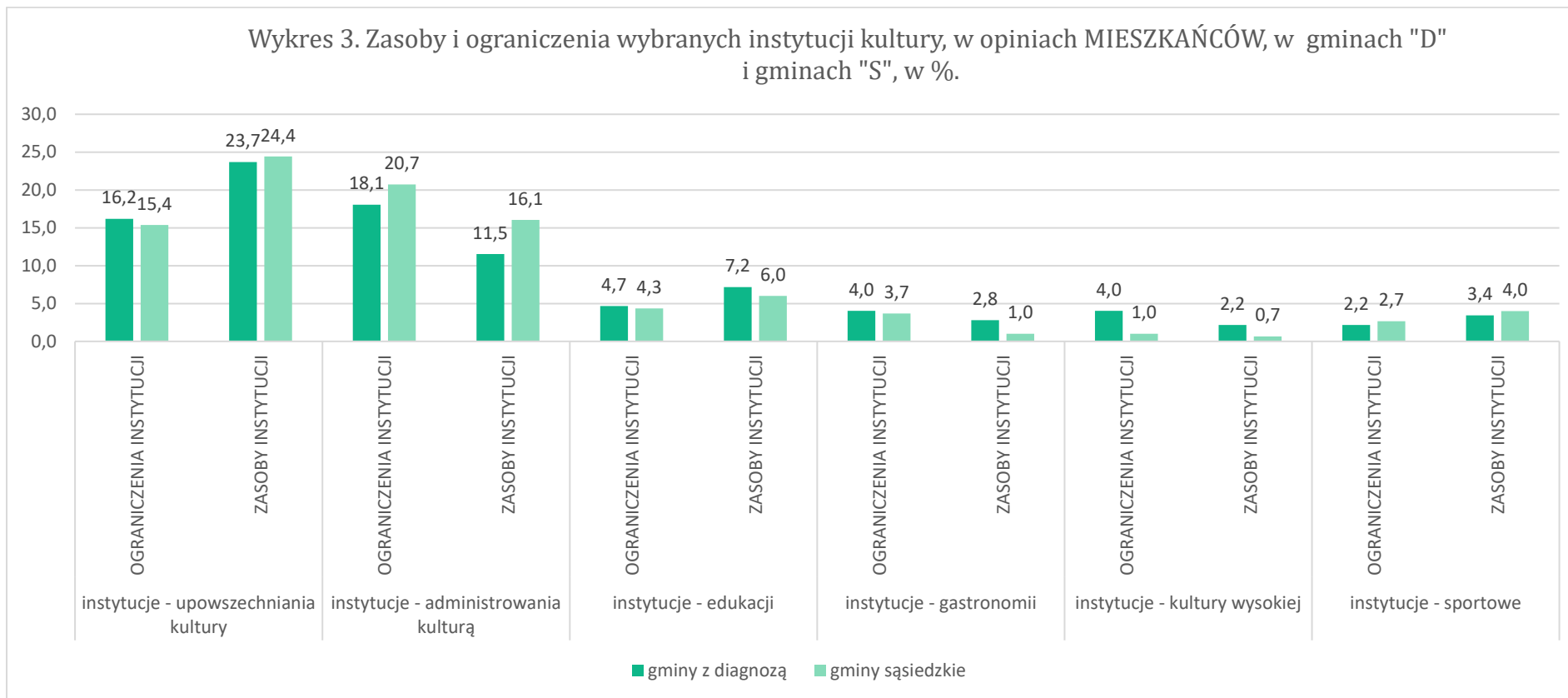
Źródło: badanie terenowe, oprac. własne KRS. . Kolorem czerwonym zaznaczone są instytucje wymienione co najmniej w 10% wypowiedzi.

Porównanie obrazu infrastruktury kulturalnej zrekonstruowanej z wypowiedzi **mieszkańców** i **urzędników** pokazuje interesujące zróżnicowania: o ile **mieszkańcy**, oprócz dominujących dwóch typów instytucji, wymieniali też (choć relatywnie rzadko) wiele innych, o tyle po **urzędnikach** można byłoby się spodziewać większej uwagi skierowanej na całość podległych im instytucjonalnych subświatów. Warto zwrócić uwagę na **słabą społeczną widoczność organizacji pozarządowych** i to w obu grupach respondentów. **Instytucje religijne, popkulturowe** i odpowiedzialne za tzw. **kulturę wysoką** także nie wypadły tu szczególnie wyraziście. Zaś **subkultury i grupy nieformalne** w ogóle niemal nie są widoczne dla **mieszkańców** – lecz w województwach **małopolskim** i **warmińsko-mazurskim** - są nieco częściej dostrzegane przez **urzędników**. Być może to kolejny efekt oddziaływania swoistej mody, wspartej finansowaniem, na partycypację społeczną. Poniżej przedstawiamy wyniki **analizy ocen zasobów oraz ograniczeń i braków wybranych instytucji kultury w opiniach mieszkańców i urzędników**.



Źródło: badanie terenowe, oprac. własne KRS.

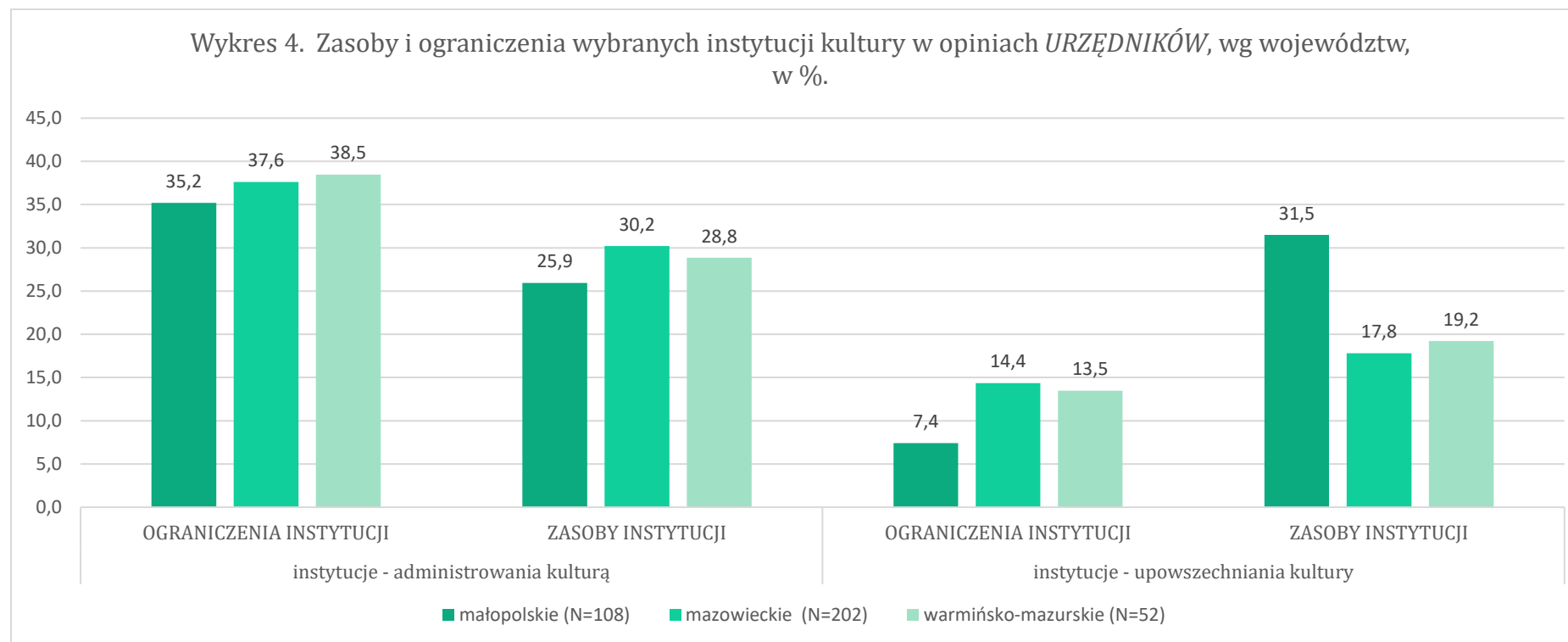
Z wykresu 2 wynika, że w województwach **małopolskim** i **warmińsko-mazurskim** w opinii **mieszkańców** i w odniesieniu do **instytucji administrowania kulturą** dysproporcja pomiędzy **ograniczeniami** a **zasobami** wynosi odpowiednio 16,8% i 14,8%, **z przewagą ograniczeń i braków**; w województwie **mazowieckim** mieszkańcy dostrzegają natomiast **niewielką przewagę zasobów nad brakami** – 4,4%. Jeśli chodzi o **instytucje upowszechniania kultury** we wszystkich zbadanych województwach mieszkańcy dostrzegali **przewagę zasobów nad brakami i ograniczeniami**, w tym w **małopolskim** -6,5%; w **mazowieckim** – 12,1% i w **warmińsko-mazurskim** – 2,1%, z czego wynika, że **najbardziej spolaryzowane opinie o tym typie instytucji mieli mieszkańcy Warmii i Mazur**. Pozostałe zakodowane opinie dotyczące typów instytucji kultury nie były już tak obszernie wypowiedane by był sens je tutaj komentować.



Źródło: badanie terenowe, oprac. własne KRS.

Z wykresu 3 wynika, że dla przedstawionych kategorii instytucji w ocenie ich zasobów i ograniczeń nie ma większego znaczenia czy były to gminy, w których udało się zbadać dokumentację diagnostyczną czy też gminy sąsiedzkie, w których takiej dokumentacji nie badaliśmy.

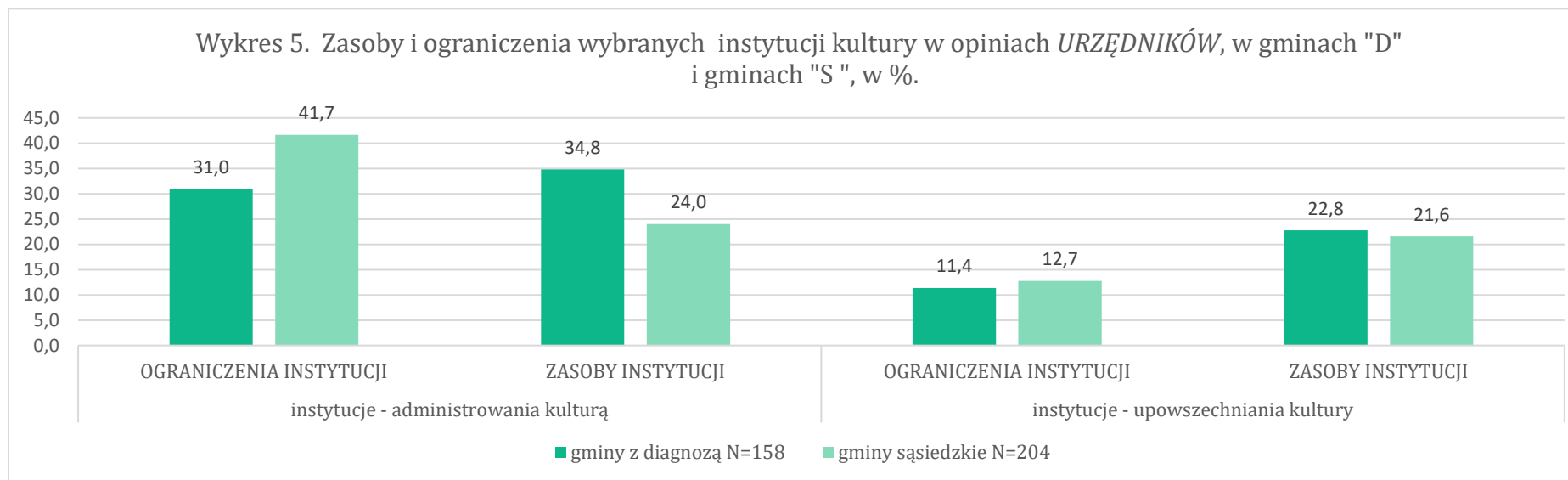
Jedynie zasoby instytucji administrowania kulturą nieznacznie wyżej (4,6%) oceniono w **gminach sąsiedzkich**.



Źródło: badanie terenowe, oprac. własne KRS. *Wybrane instytucje w których było >10 wspólnych kodów w kategorii (konkretny typ instytucji i zasoby lub ograniczenia >10)

Dane zamieszczone na wykresie 4 wskazują, że zdecydowanie częściej **urzędnicy** dostrzegali ograniczenia i braki **instytucji administrowania kulturą** niż **instytucji upowszechniania kultury**: w województwie **małopolskim** różnica ta wynosiła aż 27,8%; w **mazowieckim** – 23,2%, w **warmińsko-mazurskim** – 25%. Więcej też mówiono o ograniczeniach i brakach **w instytucjach administrowania kulturą** niż o ich zasobach: w **małopolskim przewaga braków i ograniczeń** wyniosła 9,3%, w **mazowieckim** – 7,4%,

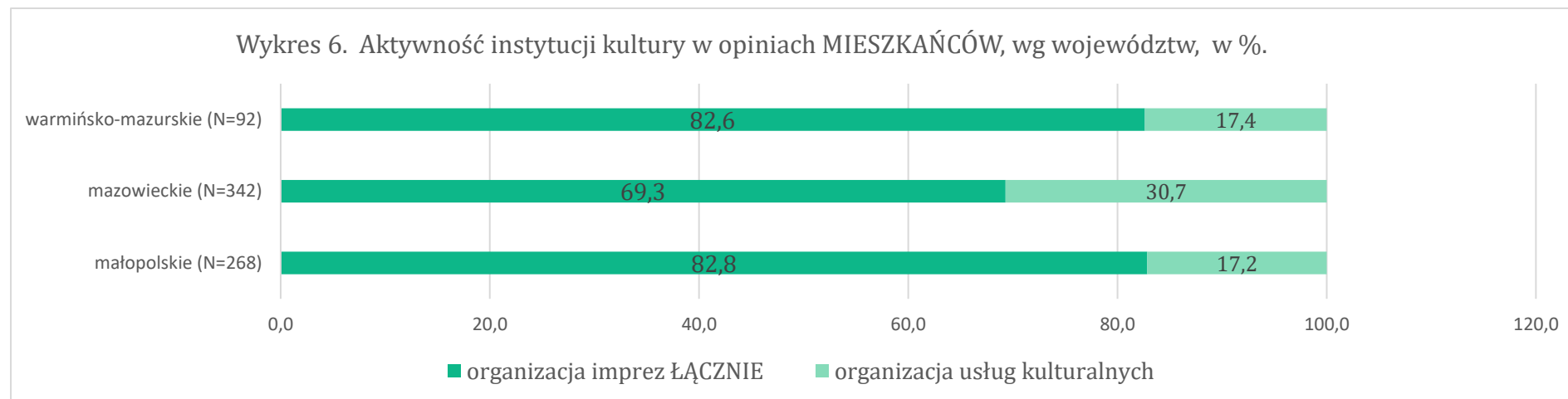
w **warmińsko-mazurskim** – 9,7%. Zarazem w **instytucjach upowszechnienia kultury urzędnicy częściej wskazali zasoby niż braki i ograniczenia: w małopolskim** różnica ta wynosiła najwięcej, bo 24,1%, w **mazowieckim** – 3,4%, w **warmińsko-mazurskim** – 5,7%.



Źródło: badanie terenowe, oprac. własne KRS.

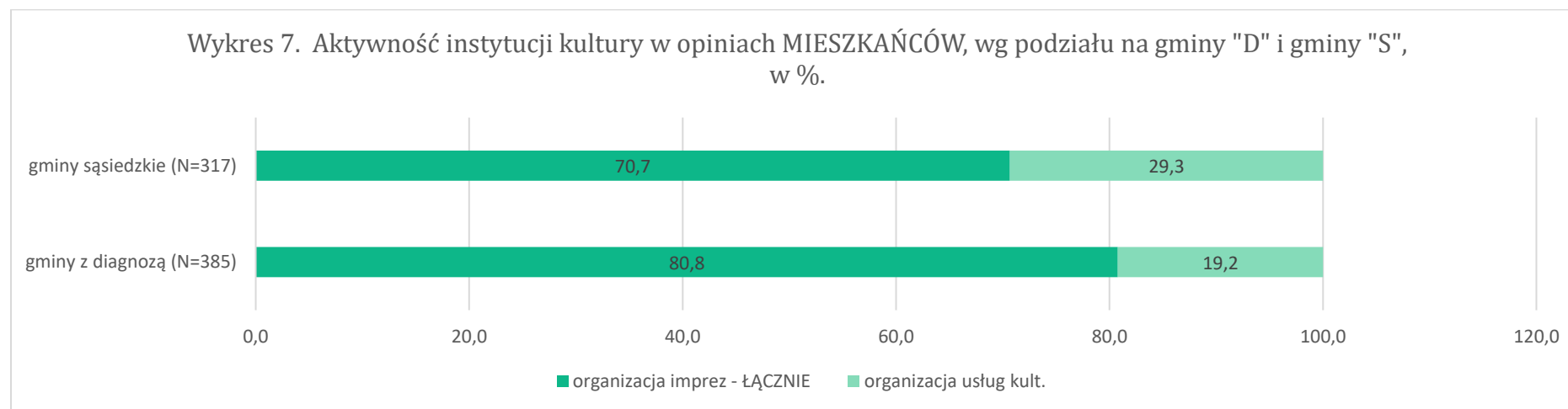
W świetle poprzednich wyników interesujące jest, że **w gminach „D” urzędnicy nieco lepiej ocenili zasoby niż ograniczenia i braki zarówno instytucji administrowania kulturą (różnica - 3,8%), jak i instytucji upowszechnieniowych (różnica - 11,4%).** W gminach „S” widać ten sam trend co na poziomie województw: w **instytucjach administrowania kulturą** zdecydowanie częściej mówili o brakach i ograniczeniach niż o zasobach: 17,7% różnicy. **Hipoteza o funkcji diagnoz przez pryzmat tego wyniku mówi o możliwości legitymizowania lokalnej władzy dzięki diagnozie (i o podnoszeniu jej samopoczucia).**

Na wykresach 6 i 7 przedstawiliśmy **postrzeganie przez mieszkańców aktywności lokalnych instytucji kultury** w zakresie dwóch ważnych typów: **organizacji imprez** (która jest wskaźnikiem tzw. *eventowego* modelu lokalnej kultury) oraz **organizacji usług kulturalnych**, mających na ogół charakter ciągły lub/i cykliczny, spełniających m.in. funkcje edukacyjne i upowszechnieniowe.



Źródło: badanie terenowe, oprac. własne KRS

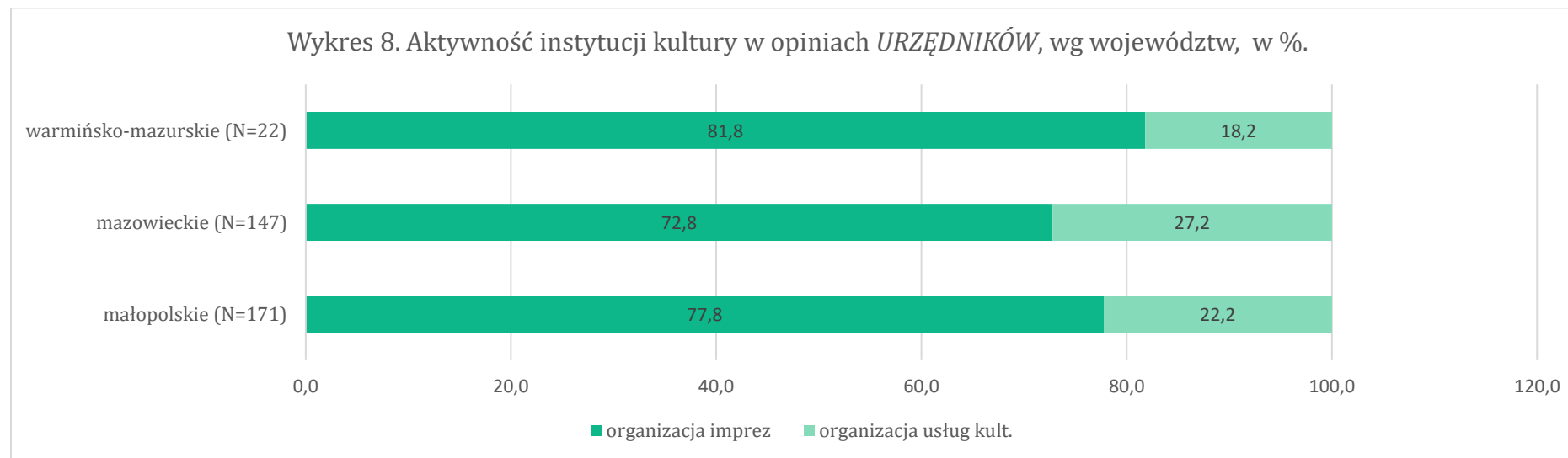
We wszystkich 3 województwach mieszkańcy bardziej dostrzegają imprezy niż działalność związaną z usługami instytucji kultury. Relatywnie najczęściej dostrzegano usługi kulturalne w województwie mazowieckim.



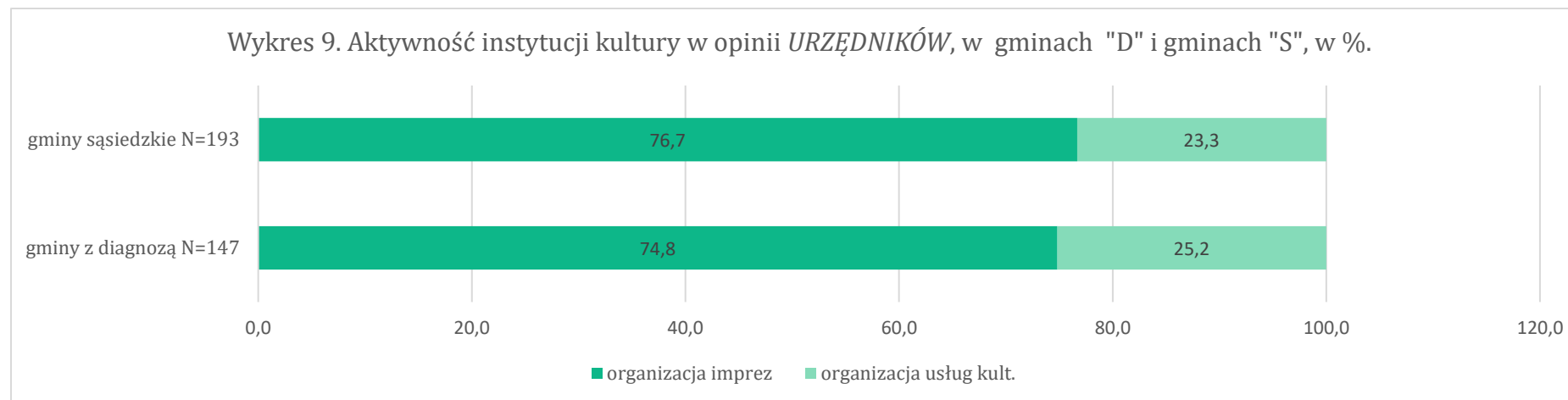
Źródło: badanie terenowe, oprac. własne KRS

Zastosowanie podziału zbadanych gmin wg kryterium udokumentowanej diagnozy i gmin sąsiedzkich, jak widać z wykresu 7, nie zmienia trendu: **we wszystkich gminach zdecydowanie przeważa organizacja imprez nad usługami**. Warto podkreślenia jest natomiast to, iż **w gminach „D” przewaga społecznej widoczności imprez nad usługami kulturalnymi jest większa (o 10,1%)**. Może to być argument dla zarządzających i realizujących polityki kulturalne by nie bać się działań diagnostycznych, bowiem i tak (skądinąd podatny na upolitycznienie) **model kultury eventowej się broni**. Z drugiej strony, **warto brać pod uwagę, że społeczna widoczność takich działań nie musi się równać z ich pozytywną oceną**. Często bowiem mamy tu do czynienia z **popkulturowym fast foodem i podszytą łagodnym resentymentem ambiwalencją**, co wyraża się np. w takich osądach: *wójt sobie zrobił festyn wyborczy, ale fajnie było, ludzie się spotkali, trochę się pośmiali, niektórzy pogwizdali, kiełbasę zjedli, piwa napili taniej*.

Kolejne wykresy (8 i 9) pokazują jak aktywność instytucji kultury w dwóch najczęstszych typach ocenili urzędnicy.



Źródło: badanie terenowe, oprac. własne KRS.



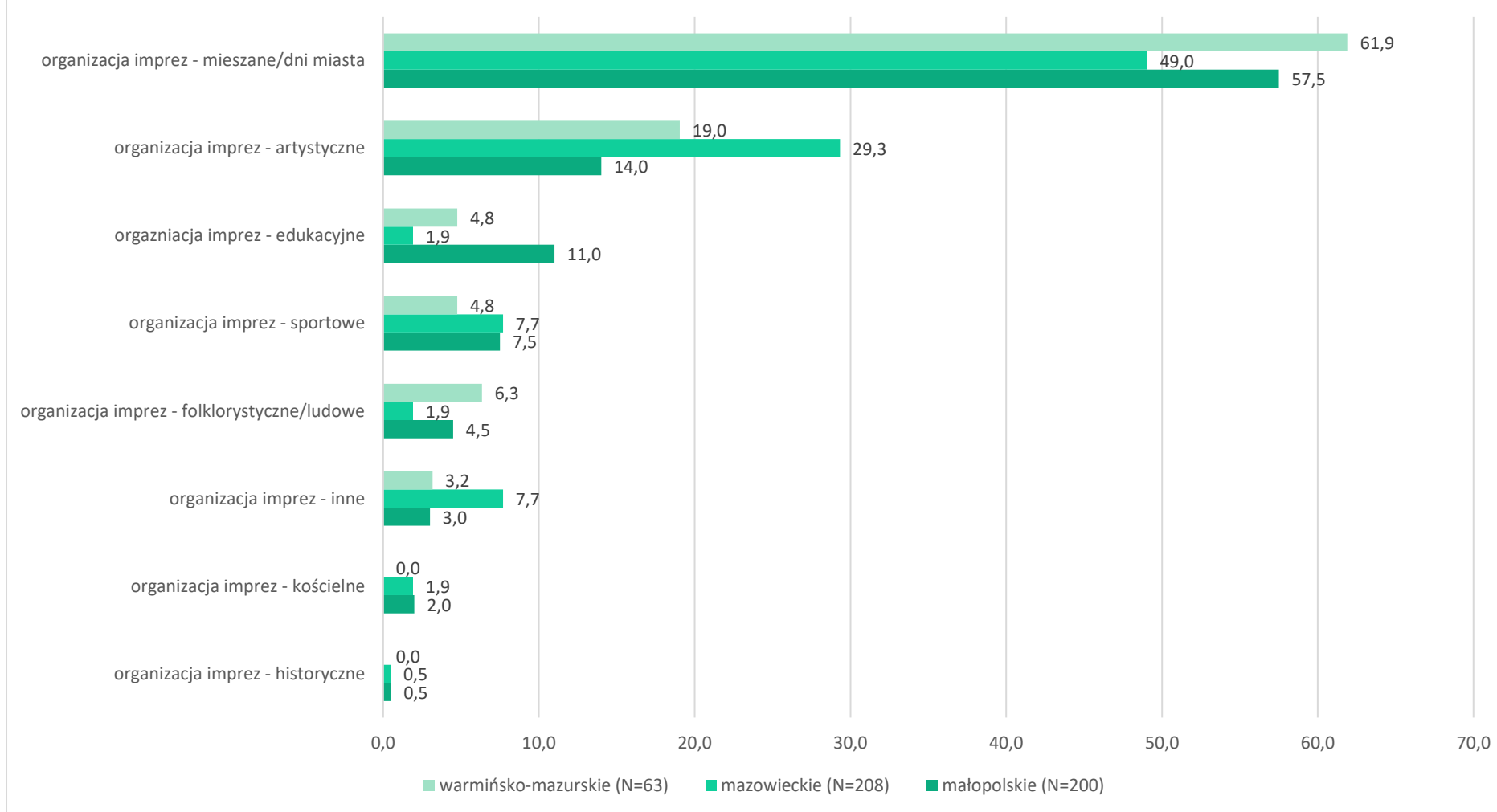
Źródło: badanie terenowe, oprac. własne KRS.

Dane zobrazowane na wykresach 8 i 9 wskazują, że **w opiniach urzędników także przeważa - i to znacznie - organizacja imprez nad usługami kulturalnymi**. Podobnie jak **mieszkańcy województwa mazowieckiego, urzędnicy** stamtąd także relatywnie najczęściej wspominali o **usługach kulturalnych** (wykres 8). **W gminach „D” urzędnicy** minimalnie częściej wspominali o **usługach** niż czynili to ich koledzy w gminach „S”. Co ciekawe, **mieszkańcy gmin sąsiedzkich** nieco częściej wymienili **usługi kulturalne** (o 6%) niż lokalni wóldarze i zarządcy kultury.

Cała powyższa seria wykresów pokazuje, że **zarówno mieszkańcy, jak i urzędnicy widzą przede wszystkim w swoich gminach i województwach przewagę (i to znaczną) eventowego, a nie edukacyjno-upowszechnieniowego modelu działalności kulturalnej w instytucjach. Imprezy** organizowane są najczęściej kosztem działań ciągłych i/lub cyklicznych, związanych praktycznie przede wszystkim z edukacją kulturalną oraz aktywnościami dzieci, młodzieży, seniorów, amatorskiego ruchu artystycznego itd. Dla gmin typu „D” i gmin typu „S” **proporcje postrzeganych imprez i usług kulturalnych zmieniają się w zależności od tego czy opisywali to mieszkańcy czy urzędnicy**. Skoro **mieszkańcy** zauważali więcej **usług kulturalnych w gminach „S”**, a **urzędnicy - w gminach „D”** może to stanowić kolejny przyczynek uzasadniający postawioną wyżej **tezę o legitymizującej funkcji diagnoz**. Wynik ten pokazuje, iż ciąg lokalnej produkcji kulturalnej (skoro *usługa* jest opisywana jako produkt, to można zapewne tak to nazwać) w tych gminach ma jedną z możliwych postaci - jak na diagramie 1 (nie wskazujemy pełnej matrycy możliwości) w podsumowaniu niniejszego raportu.

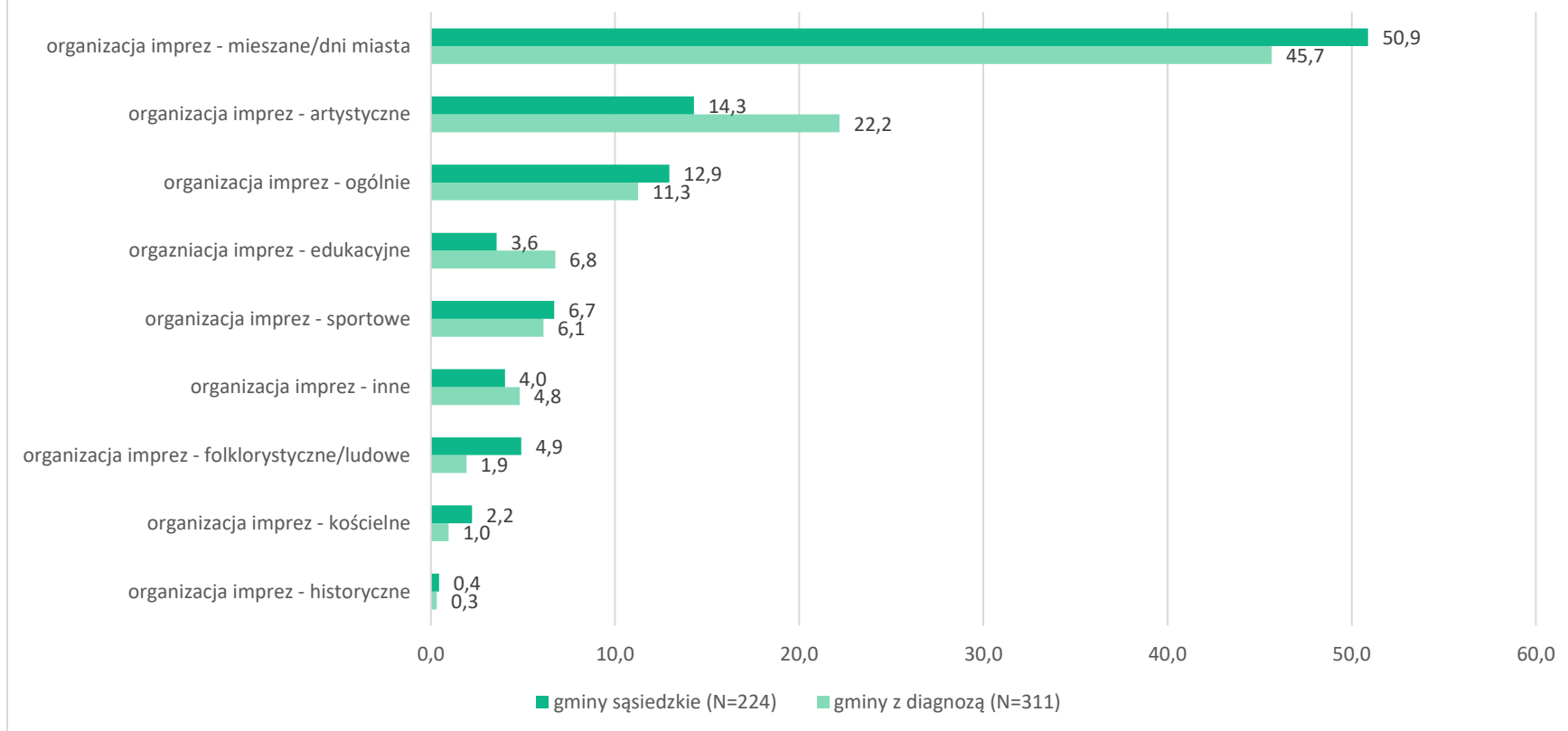
Poniżej prezentujemy stosunek badanych do - **dominujących w działalności instytucji - imprez**. Jak widać z danych zestawionych na wyk. 10, **wszyscy mieszkańcy** zauważali głównie **imprezy mieszane**.

Wykres 10. Imprezy kulturalne w opiniach MIESZKAŃCÓW, wg typów i wg województw, w %.



Źródło: badanie terenowe, oprac. własne KRS.

Wykres 11. Typy imprez kulturalnych w opiniach MIESZKAŃCÓW, w gminach "D" i gminach "S", w %.



Źródło: badanie terenowe, oprac. własne KRS.

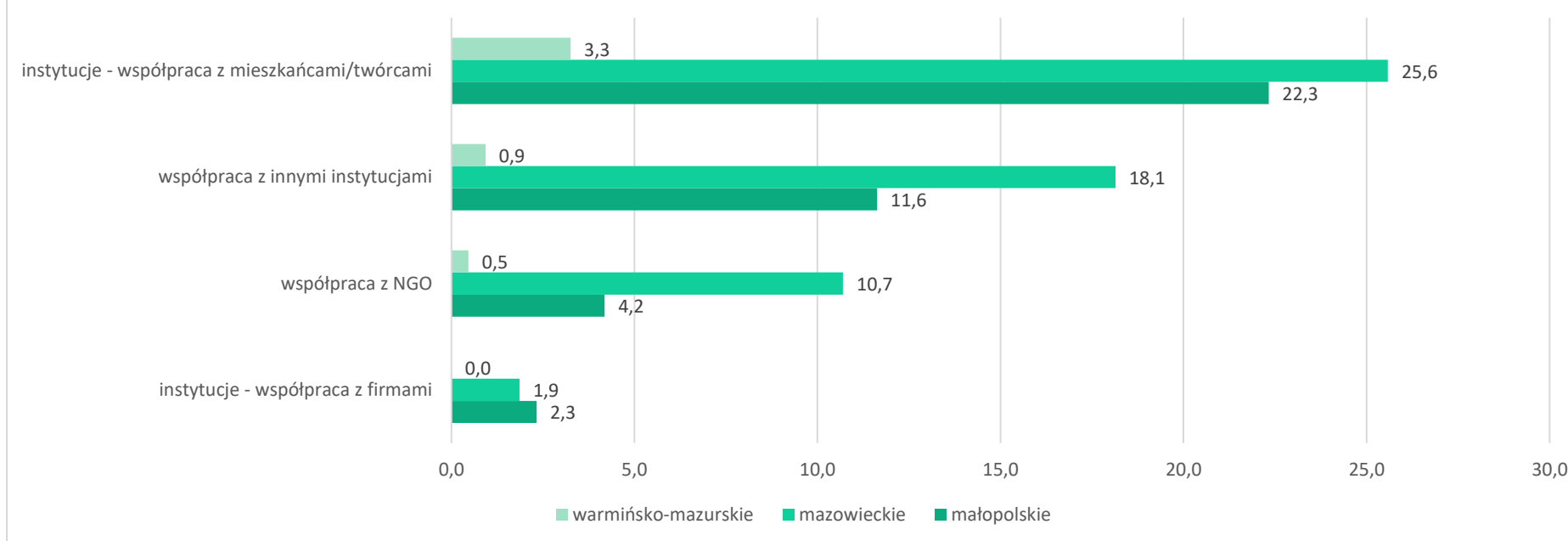
Najczęściej mówiono o imprezach mieszanych na Warmii i Mazurach, relatywnie najrzadziej w województwie mazowieckim. Można to – naszym zdaniem - uznać za kolejny **wskaźnik eventyzacji lokalnej kultury**. Co ciekawe, **imprezy artystyczne** dostrzegali zdecydowanie częściej **mieszkańcy mazowieckiego**, zaś typu **edukacyjnego** - **małopolskiego**. Pozostałe kategorie były wymieniane

rzadziej. Zwraca uwagę **nikła, a nawet w warmińsko-mazurskim zerowa widoczność imprez historycznych**³². Zauważmy, że najliczniej wspomniane **imprezy mieszane** nieco rzadziej wymienili **mieszkańcy w gminach „S”** oraz – co jest ciekawym wynikiem – częściej dostrzegli **imprezy artystyczne badani z gmin „D”**, w tych też gminach dostrzeżono niemal dwukrotnie więcej **imprez edukacyjnych**, chociaż nie były to duże odsetki kodów.

Zgłoszone w wywiadach z mieszkańcami zapotrzebowanie na imprezy (wyjawszy województwo warmińsko-mazurskie, gdzie – przypomnijmy - było ono najwyższe), sądząc po tych danych, zbliża się - bądź już osiągnęło - punkt nasycenia i zmierza ku, opisywanej wyżej, sytuacji przesytu. Dalszy monitoring może pokazać czy uczestnicy odpłyną w domowe pielesze i tzw. udomowiony odbiór treści kulturalnych, czy też zaczną domagać się nie tylko nowych miejsc, ale i nowych usług, dla których zresztą nowe miejsca mogą być rodzajem metonimii. Metonimia taka nie musi mieć jednoznacznie pozytywnego znaczenia, bowiem za zbitką *nowe miejsce* może się z jednej strony np. ukrywać przekonanie, iż w takim miejscu zacznie się też dziać coś nowego albo też, że tak jak mieszkańcy nie wykorzystują *starych miejsc*, tak i nie będą korzystać z *nowych*, a zapytani wyrażają uogólnioną pochwałę nowości dla samej nowości, itd.

Kolejne, przeanalizowane zagadnienie dotyczy tak modnego ostatnio **sieciowania i współpracy międzysektorowej**. Poniżej przedstawiamy opinie *urzędników* na ten temat.

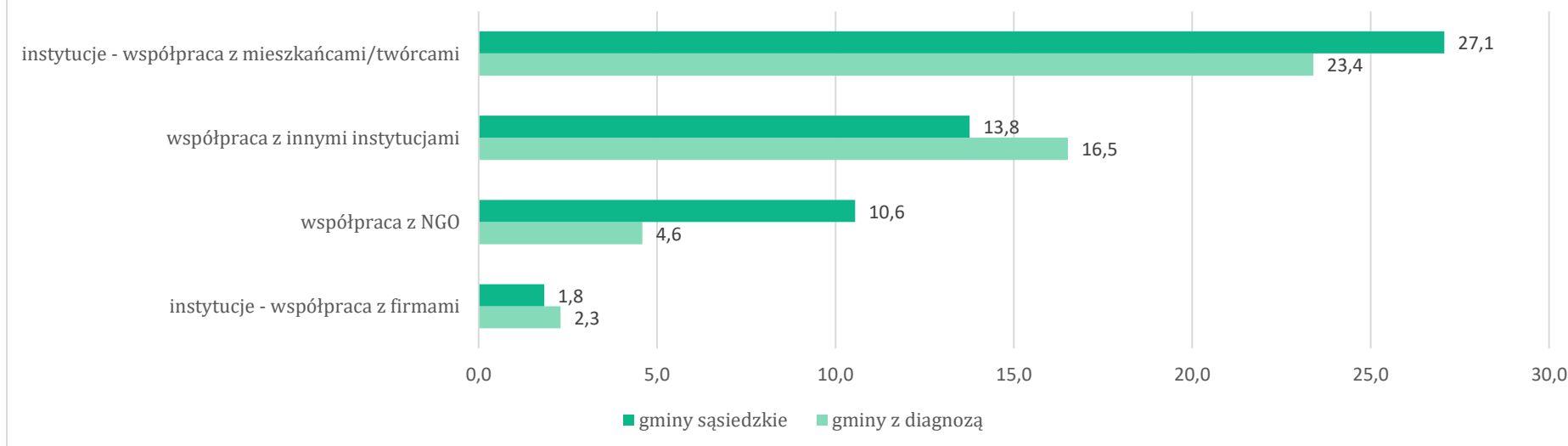
³² Jak piszą autorzy raportu „Grupy rekonstrukcji historycznych – działania oddolne na rzecz krzewienia kultury narodowej” z 2016 roku: „W ciągu 2016 roku odbyło się ok. 330 wydarzeń związanych z odtwórstwem historycznym, z których pierwsze miały miejsce już w styczniu i lutym, natomiast te zamykające kalendarz rekonstrukcyjny - w grudniu. Dla porównania, zespół pod kierownictwem prof. Tomasza Szlendaka, w badaniu przeprowadzonym w 2011 roku, uzyskał dane na temat 110 imprez rekonstrukcyjnych odbywających się w okresie od maja do września, podczas gdy ich liczba w tych samych miesiącach bieżącego roku wynosiła aż 264. Wg danych z cytowanego raportu **najwięcej takich imprez spośród badanych przez nas województw odbyło się w województwie mazowieckim**; por.: <http://www.nck.pl/media/attachments/318583/Grupy-rekonstrukcji-historycznych-raport-z-badan.pdf>

Wykres 12. Współpraca instytucji z innymi podmiotami wg *URZĘDNIKÓW*, wg województw, w %, N=218

Źródło: badanie terenowe, oprac. własne KRS.

Wg badanych *urzędników - współpracy instytucji kultury* z którymkolwiek z wymienionych na wyk. 12 podmiotów **w warmińsko-mazurskim niemal lub wcale nie widać**. W województwie **mazowieckim** ci badani **relatywnie najwyżej ocenili współpracę instytucji kultury zarówno z mieszkańcami, miejscowymi twórcami, jak i innymi instytucjami**. O ile nie ma niemal różnicy pomiędzy opiniami *urzędników z województw małopolskiego i mazowieckiego w ocenie współpracy instytucji kultury z mieszkańcami i twórcami, to rzadziej ci z małopolskiego* wspominali o *współpracy z innymi instytucjami* oraz *organizacjami pozarządowymi*; minimalnie częściej – *z firmami*. Co ciekawe, a nawet zaskakujące, **współpraca z organizacjami pozarządowymi we wszystkich zbadanych województwach jest rzadko wymieniana**, nawet gdy uwzględnimy fakt, że - tylko w województwie **mazowieckim** - kod ten sięga 10% wypowiedzianych treści.

Wykres 13. Współpraca instytucji kultury z innymi podmiotami, wg URZĘDNIKÓW, w gminach "D" i gminach "S", w %, N=218.



Źródło: badanie terenowe, oprac. własne KRS.

Zrekonstruowany obraz współpracy instytucji kultury w podziale wg typów gmin przedstawia się tylko nieznacznie lepiej. Warto zaznaczyć, że **współpraca z twórcami** była częściej wymieniana przez **urzędników z gmin „S”**, podobnie jak **współpraca z organizacjami**, gdy tymczasem **współpraca z innymi instytucjami** była deklarowana **częściej w gminach „D”**. **Współpraca z firmami** w obu przekrojach danych rysuje się śladowo.

W wywiadach z **urzędnikami** pytaliśmy także o ich **wizje idealnej instytucji kultury**. Wyniki prezentujemy poniżej w tabelach 22 i 23. Są one - naszym zdaniem - arcyciekawe: **w województwie mazowieckim** najczęściej wskazywano na **ofertę kulturalną** – co jest spójne z innymi wynikami omawianymi wyżej; następnie na **infrastrukturę**, następnie, ale już rzadziej, na **odbiorcę**, ciekawe, że **fundusze** wskazano dopiero na 6 miejscu; **w małopolskim** zwrócono uwagę najpierw na **infrastrukturę i fundusze**, potem na **ofertę, odbiorcę i kadry**; zaś **w warmińsko-mazurskim** najliczniejszy w ogóle w tej kategorii kod – **nie wiem/nie znam (sic!)**, zaś jedyny liczny kod dotyczący pozytywnej wizji to **fundusze (sic!)**, kolejny dotyczy **oferty**.

Warto jeszcze zwrócić uwagę na *pokerowy efekt „sprawdzam”*, który ukazuje ten element wizji, jaki odnosi się do **znaczenia diagnoz (tu pod nazwą: rozpoznawanie potrzeb odbiorców)** – jak widać, albo nie zostało w ogóle wzięte pod uwagę, albo – **tylko w mazowieckim** – pojawiło się śladowo.

Tabela 22. Wizja idealnej instytucji kultury w opinii *URZĘDNIKÓW*, z podziałem na województwa, liczba użytych słów w % i wg rang.

SKŁADOWE IDEALNEJ INSTYTUCJI KULTURY	MAŁOPOLSKIE N=7.330	R	MAZOWIECKIE N=4.863	R	WARMIŃSKO- MAZURSKIE N=620	R
infrastruktura	23,9	1	30,2	2	8,7	4
fundusze	20,3	2	4,1	6	28,7	2
program/oferta	17,8	3	31,0	1	19,4	3
odbiorcy	15,1	4	15,3	3	5,2	5
kadra	11,2	5	8,2	4	4,7	6
lokalizacja	6,5	6	-	-	-	-
sieć kontaktów	1,9	7	0,6	10	-	-
inne	1,4	8	4,3	5	-	-
godziny otwarcia	1,3	9	-	-	-	-
promocja i informacja	0,6	10	3,9	7	-	-
nie wiem/nie znam	-	-	1,3	8	33,4 (!)	1
rozpoznanie potrzeb odbiorców	-	-	1,2	9	-	-

Źródło: badanie terenowe, oprac. własne KRS. Kolorem czerwonym zaznaczone są najwyższe odsetki w wierszach; kolorem niebieskim - najniższe.

Z kolei, w przekroju wg typów gmin (tab. 23) widać, że **w gminach „D” urzędnicy najczęściej wskazywali infrastrukturę, ofertę, fundusze, odbiorców i kadre – śladowo rozpoznanie potrzeb**; zaś **w gminach „S” na pierwszym miejscu znalazła się oferta i tuż za nią infrastruktura, a kolejno odbiorcy i fundusze**.

Można stwierdzić, stosując ten sam *pokerowy chwyt*, co poprzednio, że **w obu przekrojach myślenie o instytucjach w kategoriach ich służebności wobec odbiorców jest jeszcze ciągle – mimo ogromnej włożonej w to pracy – dość fatalne. Twórcy polityki kulturalnej i jej wykonawcy myślą o tym bardzo wsobnie, z góry projektując te instytucje jako podmioty silne same w sobie i – niestety – jednak głównie dla siebie**.

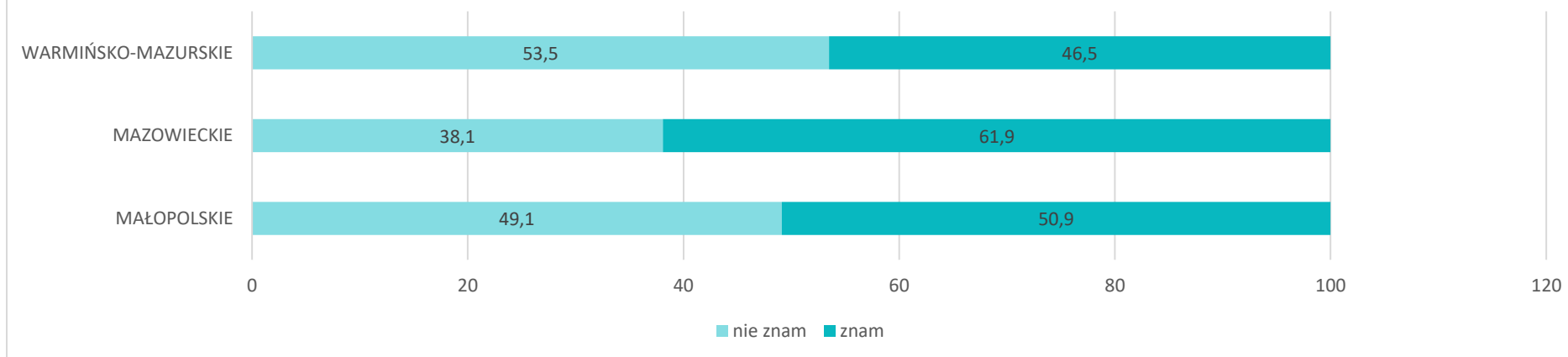
Tabela 23. Wizja idealnej instytucji kultury w opinii *URZĘDNIKÓW*, w gminach „D” i gminach „S”, liczba użytych słów w % i wg rang.

SKŁADOWE IDEALNEJ INSTYTUCJI KULTURY	gminy „D” N=5053	R	gminy „S” N=7760	R
infrastruktura	26,9	1	24,7	2
program/oferta	18,9	2	25,5	1
fundusze	16,4	3	13,4	4
odbiorcy	14,3	4	14,9	3
kadra	12,4	5	8,1	5
lokalizacja	3,0	6	4,2	6
sieć kontaktów	2,7	7	0,4	10
godziny otwarcia	1,8	8	-	-
nie wiem/nie znam	1,7	9	2,4	8
rozpoznanie potrzeb odbiorców	1,1	10	-	-
promocja i informacja	0,7	11	2,5	9
inne	-	-	4,0	7

Źródło: badanie terenowe, oprac. własne KRS. Kolorem czerwonym zaznaczone są wyższe odsetki w wierszach; kolorem niebieskim – niższe.

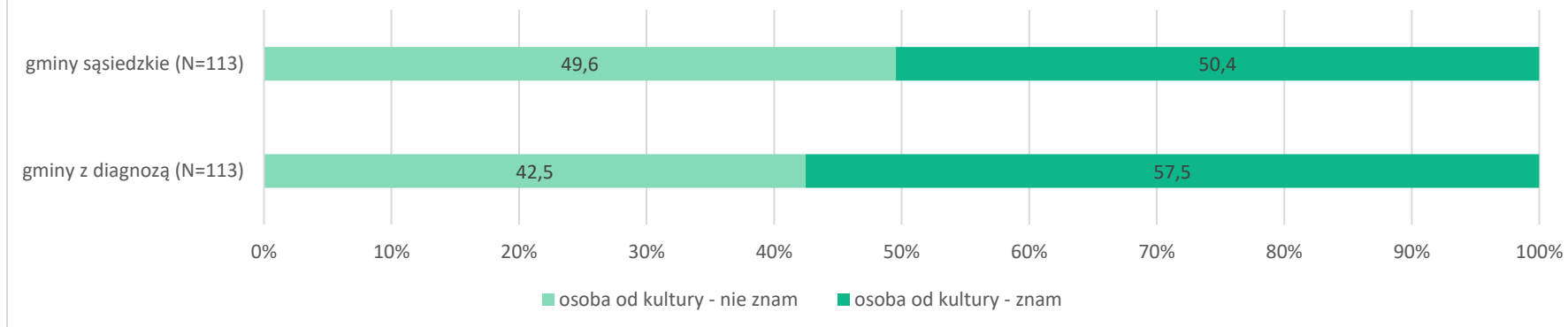
Ponieważ tajemnicą poliszynela jest fakt, że funkcjonowanie instytucji w dużej mierze (czasem w decydujący sposób) zależy od liderów (formalnych i/lub nieformalnych) zapytaliśmy również mieszkańców o społeczną rozpoznawalność twórców i wykonawców polityk kulturalnych w badanych społecznościach lokalnych (wykresy 14 i 15). Znow mamy interesujące wyniki: przede wszystkim społeczna rozpoznawalność osób zajmujących się kulturą okazała się całkiem wysoka – niestety trudno te dane porównać z wynikami z innych badań, a warto byłoby ją monitorować m.in. też po to by stwierdzić ilu takich liderów jest zakorzenionych formalnie, a ilu to animatorzy kultury działający poza instytucjami. W tym badaniu **najrzadziej stwierdzano tę rozpoznawalność w województwie warmińsko-mazurskim, najczęściej osoby zajmujące się kulturą były rozpoznawalne przez mieszkańców województwa mazowieckiego i zdecydowanie częściej w gminach typu „D”.**

Wykres 14. Społeczna rozpoznawalność osób zajmujących się kulturą w gminie w opinii MIESZKAŃCÓW, wg województw, w %, N=226



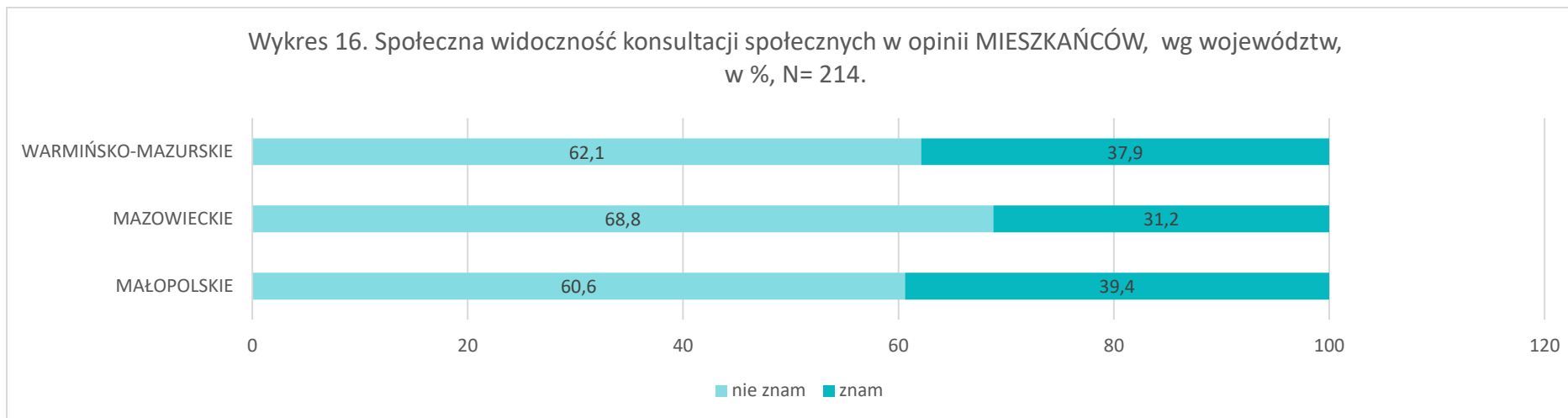
Źródło: badanie terenowe, oprac. własne KRS.

Wykres 15. Społeczna rozpoznawalność osób zajmujących się kulturą w gminie w opinii MIESZKAŃCÓW, w gminach "D" i gminach "S", w %

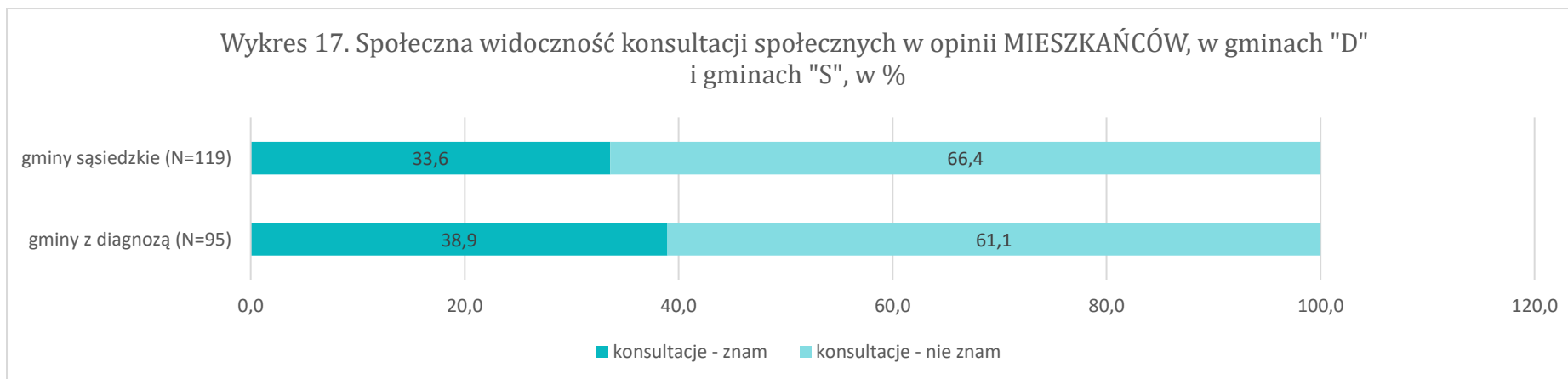


Źródło: badanie terenowe, oprac. własne KRS.

W partycypacyjnym modelu polityki kulturalnej słowem kluczem są **konsultacje społeczne**. Ciekawe, że we wszystkich 3 województwach odsetek tych kodów przekroczył 30%; przy czym **najrzadziej wskazano je w mazowieckim, a najczęściej mówiono o ich w małopolskim**. Zaś w podziale wg typów gmin nieco częściej konsultacje wskazali mieszkańcy z gmin „D”.

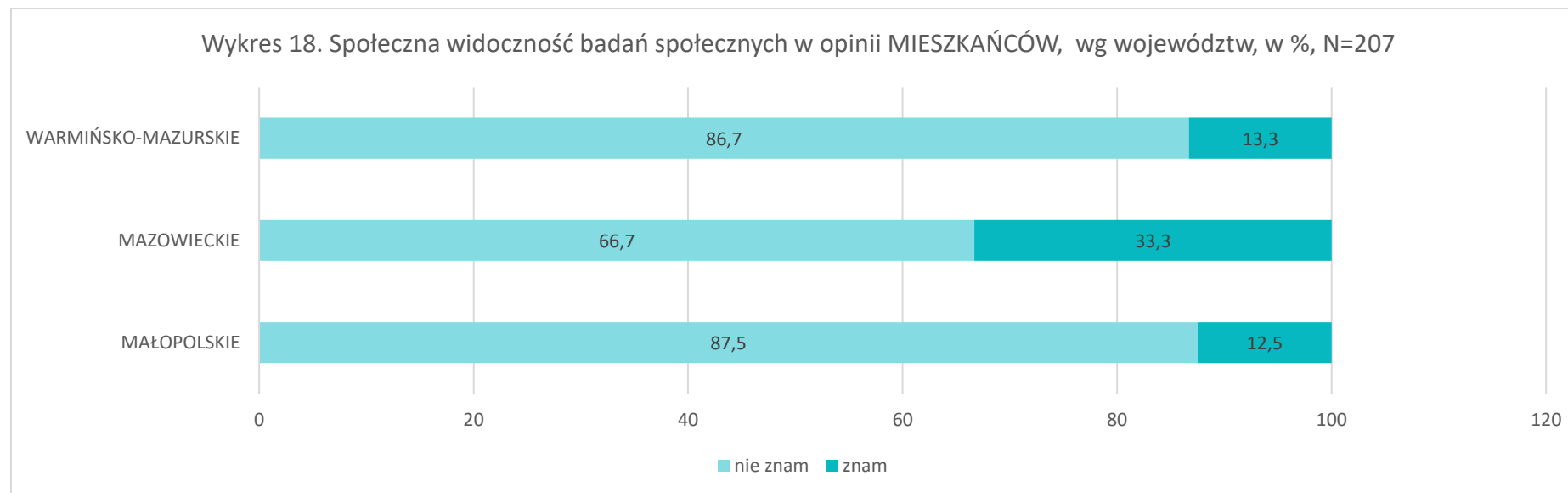


Źródło: badanie terenowe, oprac. własne KRS.



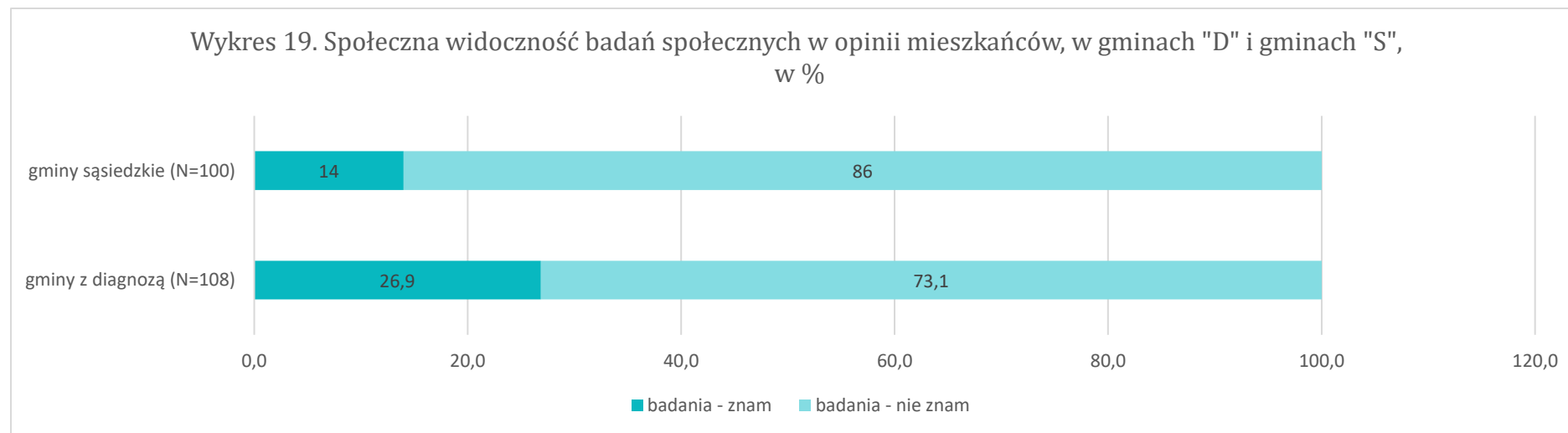
Źródło: badanie terenowe, oprac. własne KRS.

Dane te dobitnie świadczą to o rosnącej popularności tej formy kontaktu władzy z obywatelami, jakkolwiek trudno na tak wątej podstawie, jaką daje nasza próba, przesądzać o rzeczywistym społecznym znaczeniu konsultacji. Od pewnego czasu dużo się też o nich mówi w środkach masowego przekazu. Rzadko jednak podaje się informacje o ich społecznym zasięgu i wpływie na decyzje³³. Tak więc, powracając do naszego badania: **z faktu, iż relatywnie wiele osób coś wie o konsultacjach społecznych niewiele jeszcze wynika**. Niemniej jednak w powiązaniu z informacjami dotyczącymi wiedzy o badaniach tworzy to interesujące pole dla hipotez o rozwoju form partycypacji społecznej w naszym kraju. Zapytaliśmy też bowiem badanych **o społeczną widoczność badań prowadzonych w ich gminach** (por. wykresy 18, 19).



Źródło: badanie terenowe, oprac. własne KRS.

³³ Por.: Artur Celiński, Piotr Frączak, Jan Herbst i in., *Raport końcowy z badania efektywności mechanizmów konsultacji społecznych*, Warszawa: MPiPS, 2011, http://www.pozytek.gov.pl/files/Biblioteka/raport_efekt_konsult.pdf. Na ten raport powołuje się większość dostępnych źródeł, jednakże trudno stwierdzić, w jakim stopniu konkretne wyniki badania są jeszcze aktualne. W Internecie można również znaleźć trochę badań na ten temat o zasięgu lokalnym.



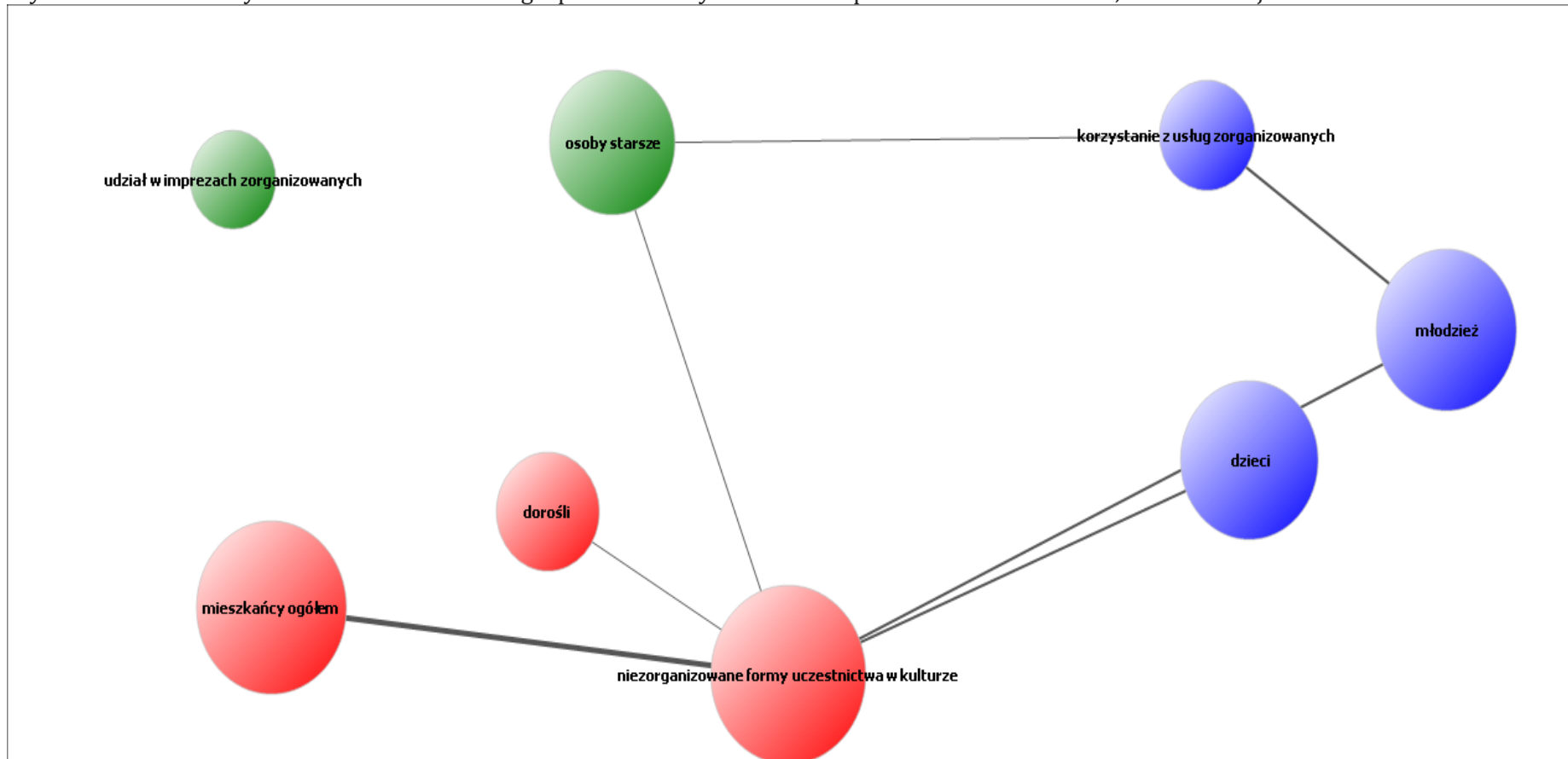
Źródło: badanie terenowe, oprac. własne KRS.

Tu pojawiły się kolejne, interesujące dane: **w województwie mazowieckim: aż 13% treści zawartych w wypowiedziach badanych dotyczyło jakiegoś kontaktu z badaniami!** W przekroju wg typów gmin – **w gminach posiadających diagnozy wspomniano o kontakcie z badaniami nieco ponad dwukrotnie częściej, a w gminach sąsiedzkich deklarowano to nieznacznie częściej niż w mazowieckim.** W tym kontekście warto mieć na uwadze, że w większości grantów na realizację różnorodnych projektów część diagnostyczna i/lub ewaluacyjna jest obligatoryjna, poza tym rozwija się działalność instytucji i firm zbierających opinie ludności oraz, jak już wspominaliśmy, pojawia się swoista moda na przedsięwzięcia z zakresu partycypacji społecznej, zaś samorządy uczą się, mniej lub bardziej sensownego, pytania mieszkańców o ich zdanie w różnych sprawach.

Niestety, w niniejszym badaniu **nie pytaliśmy już o to z jakimi badaniami społecznymi zetknęli się badani.** Ponadto próbka była tu zbyt mała, by sprawdzać np. korelacje pomiędzy typem badania a jego zapamiętaniem czy też znajomością wyników albo ich wykorzystywaniem przez mieszkańców gmin np. w dyskursie z władzą. Interesujące byłoby rozwinięcie tej problematyki w badaniu na próbie reprezentatywnej. Mogłoby zatem to być „badanie o badaniach” i ich postrzeganiu przez respondentów.

ANALIZA AKTYWNOŚCI KULTURALNEJ MIESZKAŃCÓW

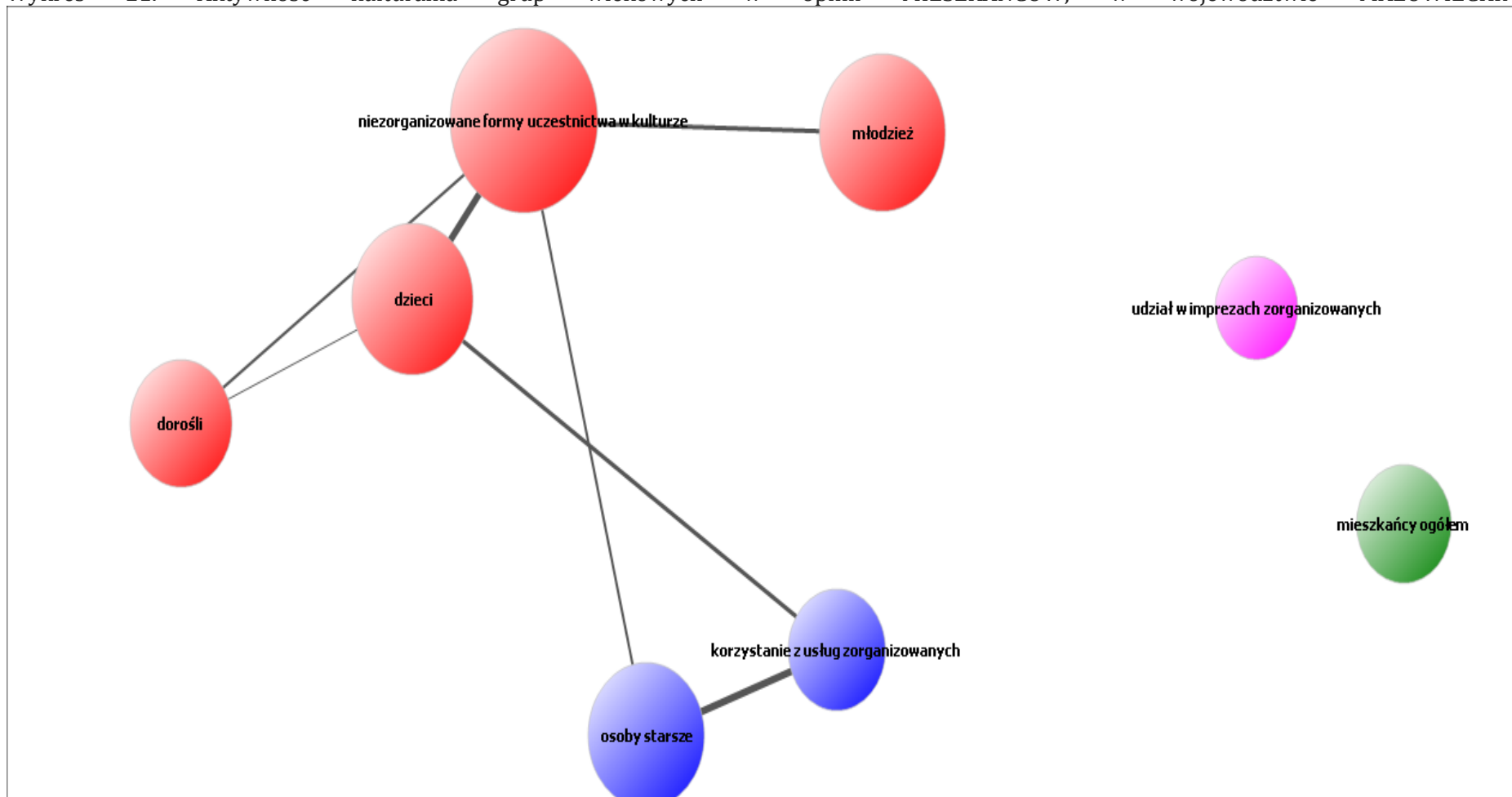
Wykres 20. Aktywność kulturalna grup wiekowych w opinii MIESZKAŃCÓW, w województwie MAŁOPOLSKIM*



Źródło: badanie terenowe, oprac. własne KRS. *Związek stwierdzony na podstawie współczynnika Jaccarda³⁴⁾

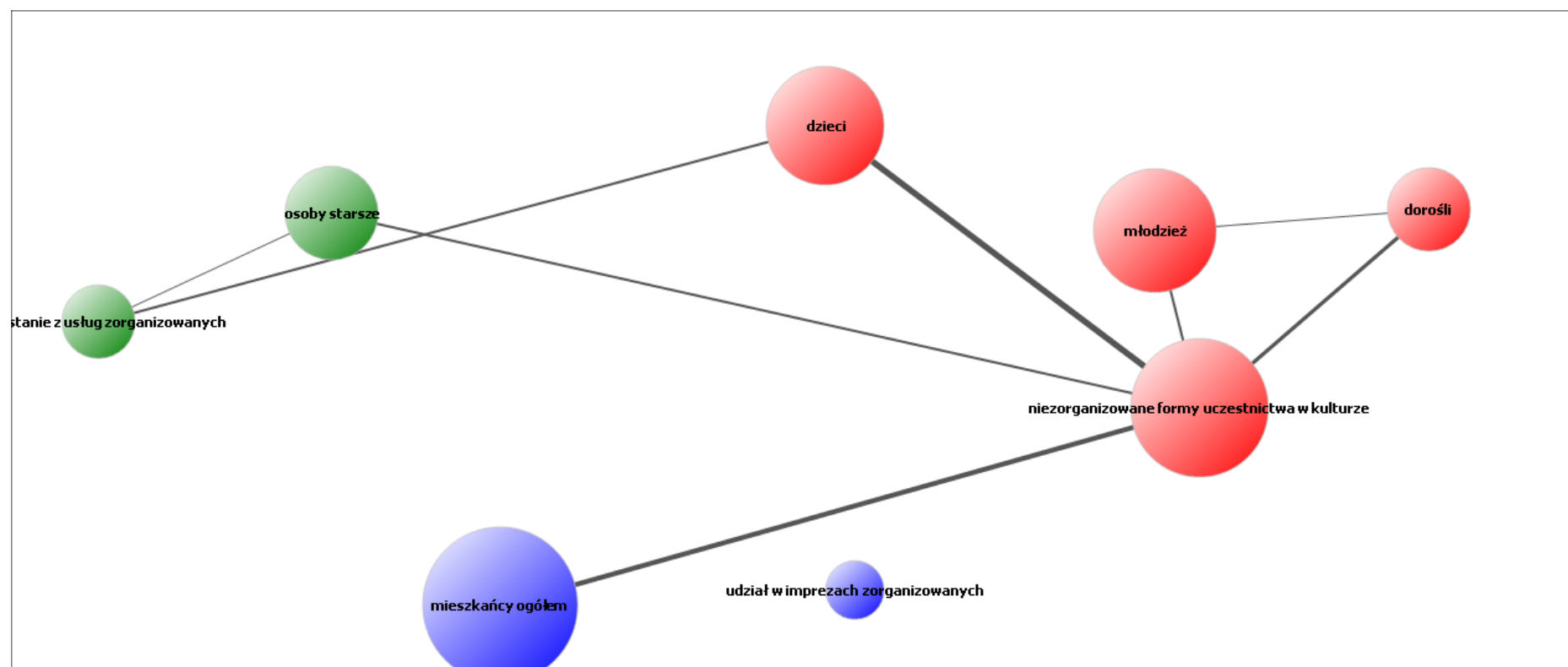
³⁴⁾ Indeks Jaccarda pokazuje podobieństwo między zbiorami na podstawie ich części wspólnych. Przyjmuje wartości od 0 do 1, gdzie 0 oznacza brak związku, a 1 pełne pokrywanie się zbiorów. Por. Instrukcja użytkownika QDA Miner, s.118, <https://provalisresearch.com/Documents/QDAMiner3.pdf>, dostęp on-line 05.01.2017.

Wykres 21. Aktywność kulturalna grup wiekowych w opinii MIESZKAŃCÓW, w województwie MAZOWIECKIM*



Źródło: badanie terenowe, oprac. własne KRS. *Związek stwierdzony na podstawie współczynnika Jaccarda.

Wykres 22. Aktywność kulturalna grup wiekowych w opinii MIESZKAŃCÓW w województwie WARMIŃSKO-MAZURSKIM*

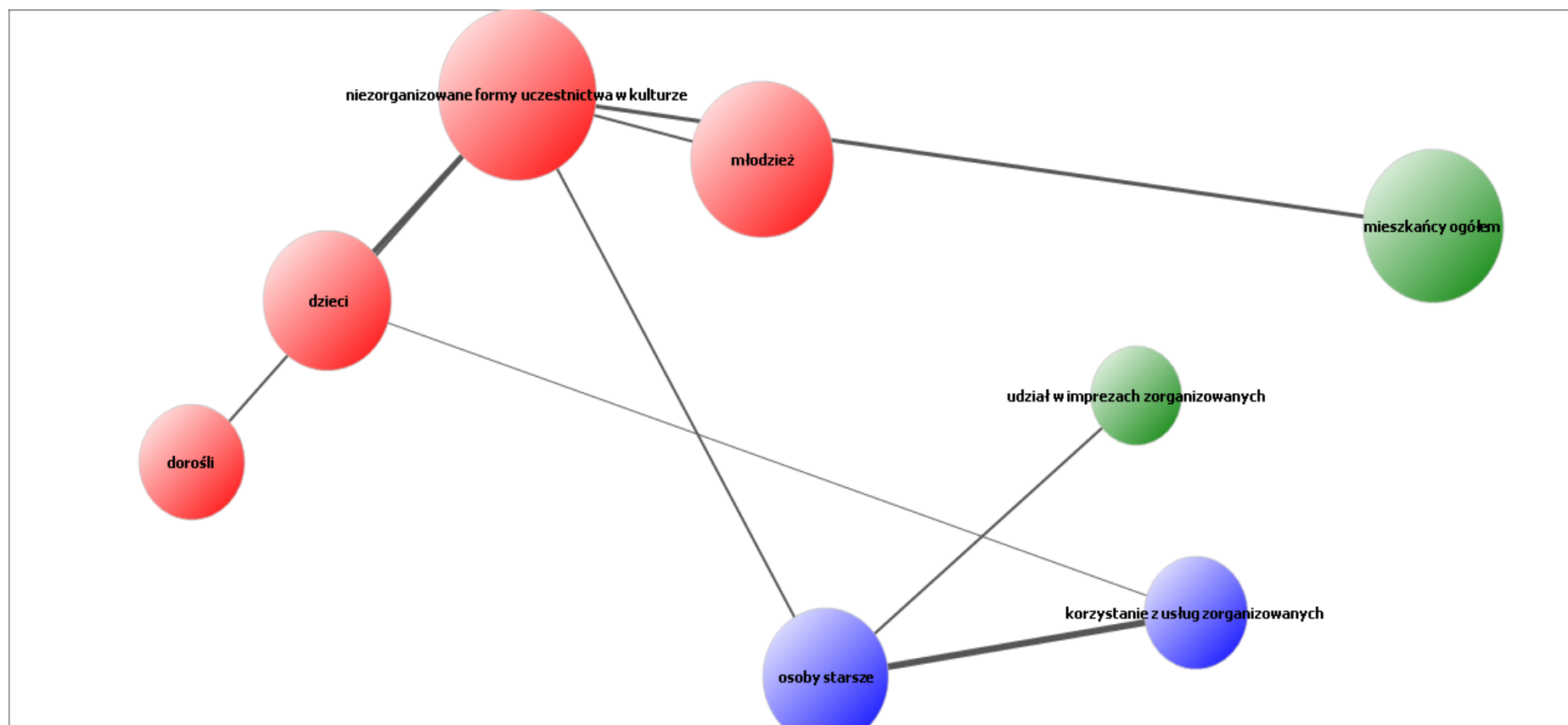


Źródło: badanie terenowe, oprac. własne KRS. *Związek stwierdzony na podstawie współczynnika Jaccarda.

Na podstawie wykresów 20-22 można wnioskować o podobnych opiniach mieszkańców odnośnie ich aktywności kulturalnej, niezależnie od województwa. **Dwie podstawowe grupy korzystające z usług zorganizowanych, wg tych wypowiedzi, to seniorzy i dzieci, a w Małopolsce dodatkowo silny związek ujawnił się w przypadku młodzieży.** Wśród tych trzech grup **najaktywniejsi są seniorzy. Młodzież, jak i dorośli najczęściej brali udział w nieorganizowanych przez zewnętrzne podmioty aktywnościach kulturalnych.** Inną ciekawą tendencją był - **najczęściej występujący - brak adresowania imprez zorganizowanych do konkretnych grup odbiorców. Co więcej, nie pojawiło się nawet odniesienie do ogółu mieszkańców.** W pewnej mierze wynika to z narracji mieszkańców, którzy mówiąc o imprezach zorganizowanych, nie wspominali o odbiorcach tych wydarzeń (a co za tym idzie nie można było oznaczyć kodu uczestników,

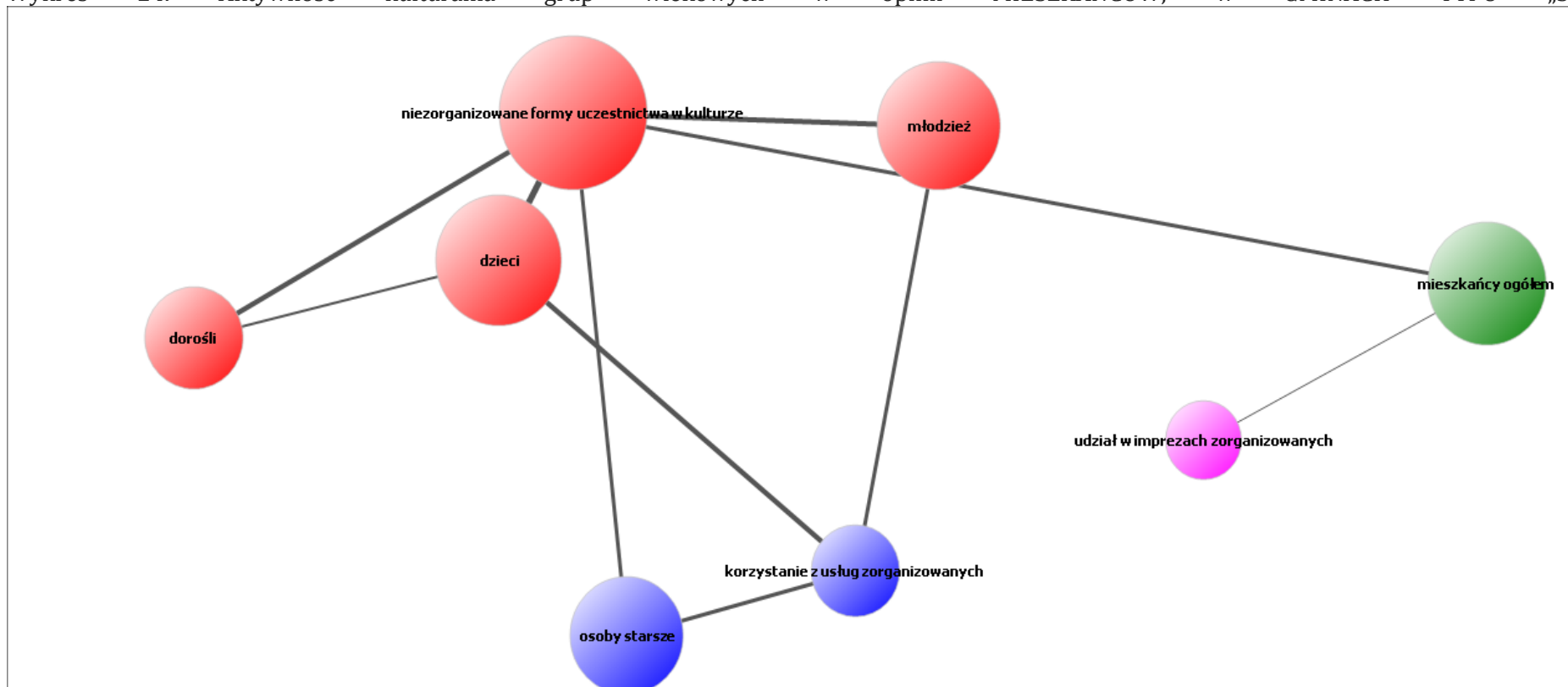
i w konsekwencji analizowany związek nie występował). Nasuwająca się interpretacja jest np. taka, że **imprezy są organizowane niezależnie od ich uczestników i wobec nich zewnętrzne. Zapamiętywane są jako *dziejące się*, w quasi-naturalny sposób, wydarzenia.**

Wykres 23. Aktywność kulturalna grup wiekowych w opinii MIESZKAŃCÓW, w GMINACH TYPU „D”*



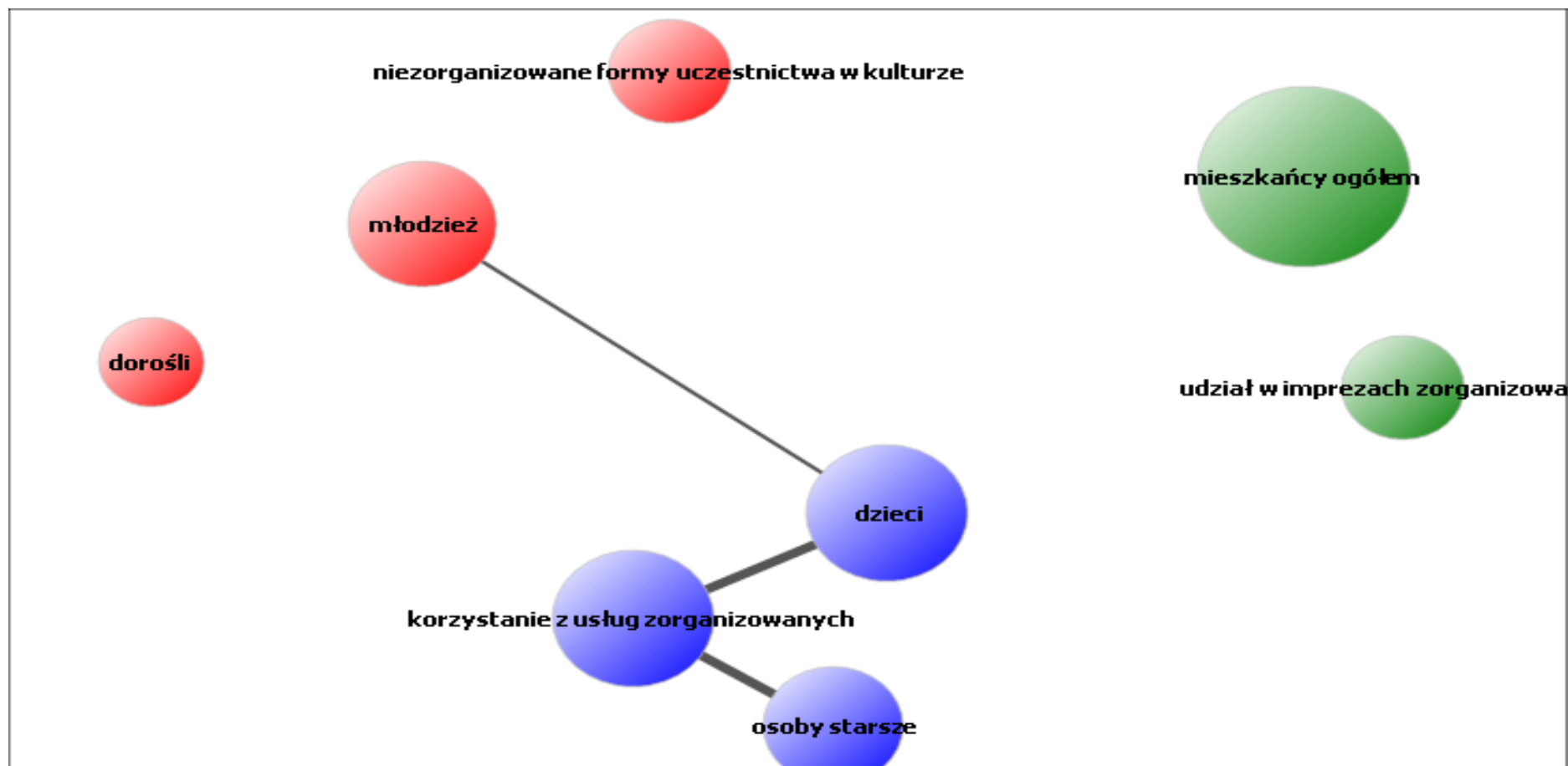
Źródło: badanie terenowe, oprac. własne KRS. *Związek stwierdzony na podstawie współczynnika Jaccarda.

Wykres 24. Aktywność kulturalna grup wiekowych w opinii MIESZKAŃCÓW, w GMINACH TYPU „S”*



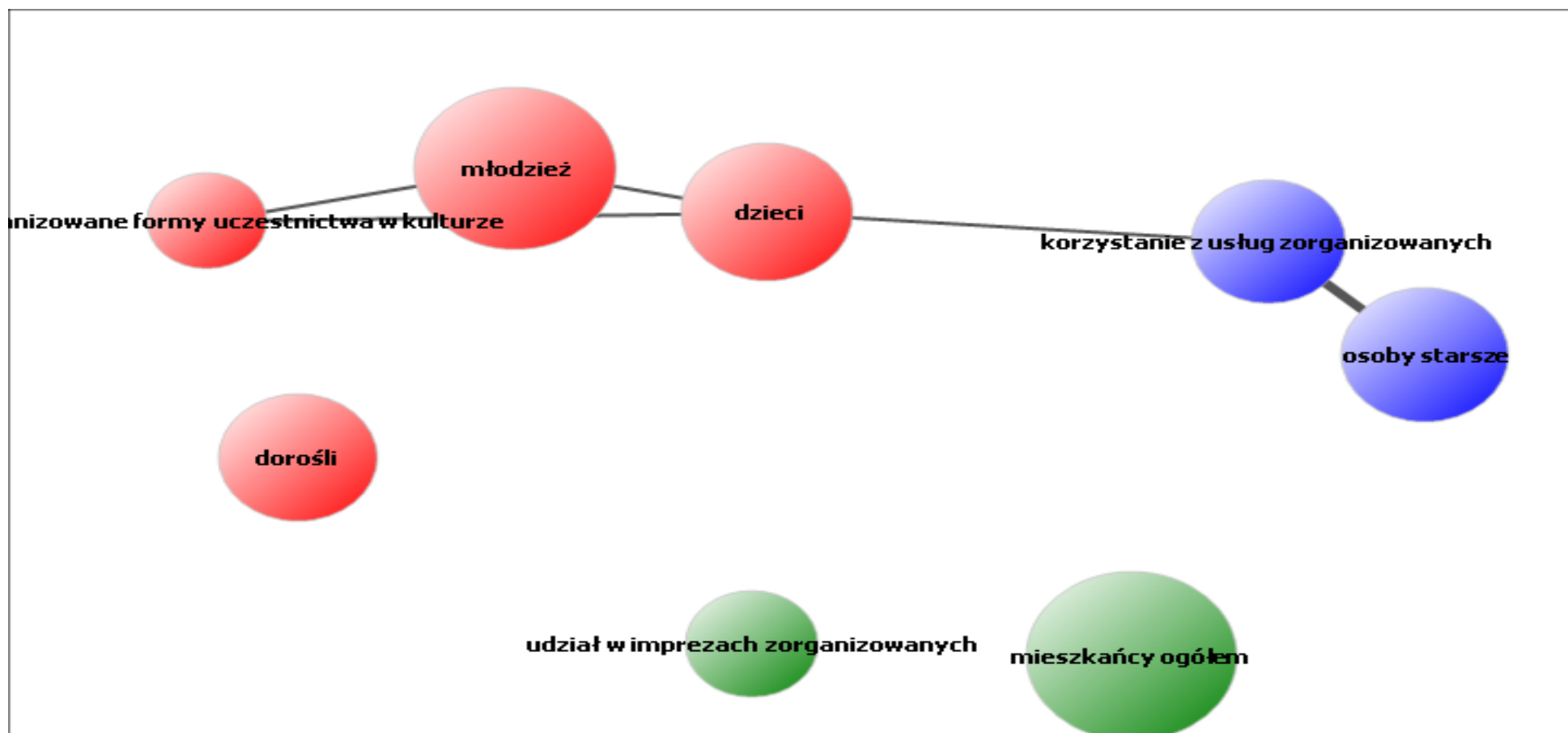
Źródło: badanie terenowe, oprac. własne KRS. *Związek stwierdzony na podstawie współczynnika Jaccarda.

W opiniach mieszkańców, przeanalizowanych wg podziału na typy gmin, również występują bardzo podobne oceny. **Główną formą aktywności wszystkich grup wiekowych są działania niezorganizowane. Seniorzy także występują jako główni odbiorcy usług zorganizowanych, a w przypadku gmin „D” - także imprez. W gminach „S”, jako odbiorcy usług pojawia się też młodzież. Dorośli - zarówno w gminach „D”, jak i gminach „S” - nie są wymieniani jako uczestnicy działań zorganizowanych.**

Wykres 25. Aktywność kulturalna grup wiekowych w opinii *URZĘDNIKÓW* w województwie MAŁOPOLSKIM*

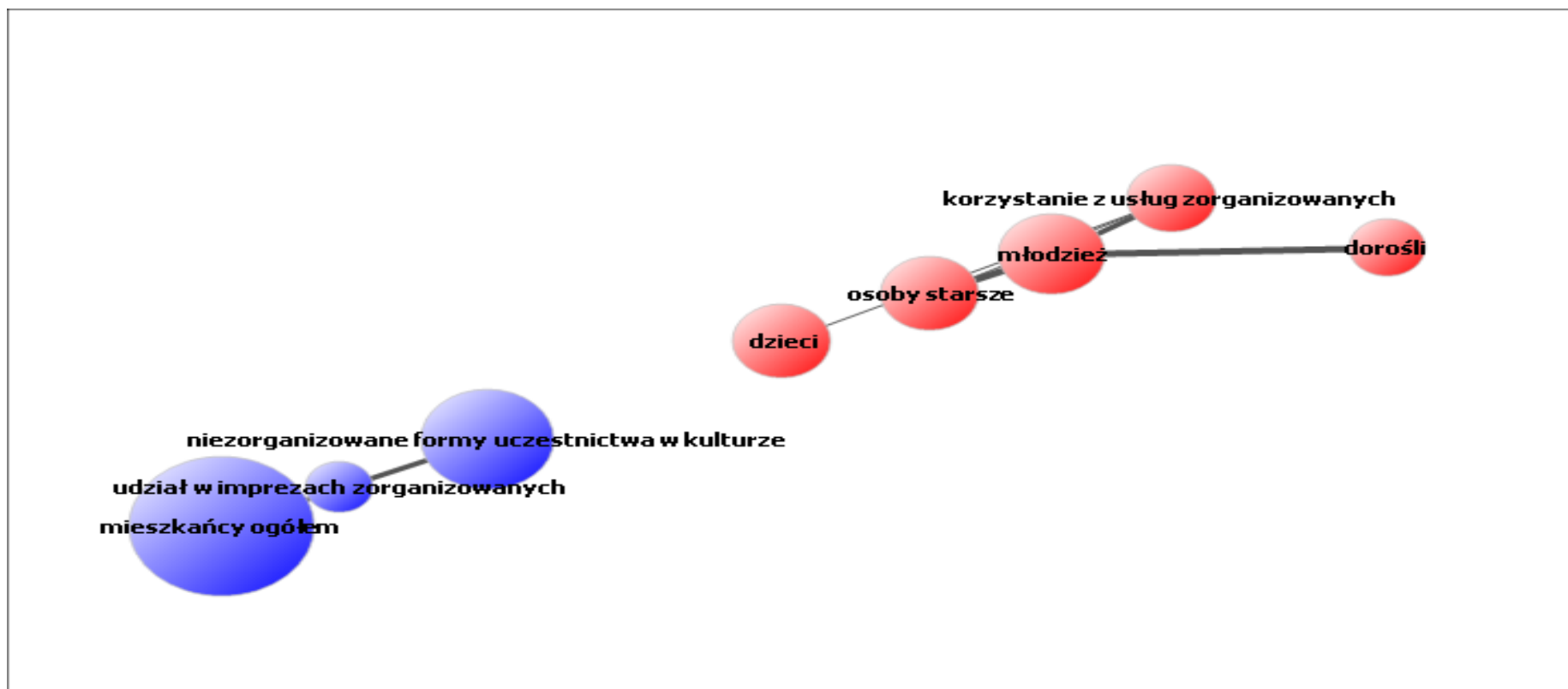
Źródło: badanie terenowe, oprac. własne KRS. *Związek stwierdzony na podstawie współczynnika Jaccarda.

Wykres 26. Aktywność kulturalna grup wiekowych w opinii URZĘDNIKÓW w województwie MAZOWIECKIM*



Źródło: badanie terenowe, oprac. własne KRS. *Związek stwierdzony na podstawie współczynnika Jaccarda.

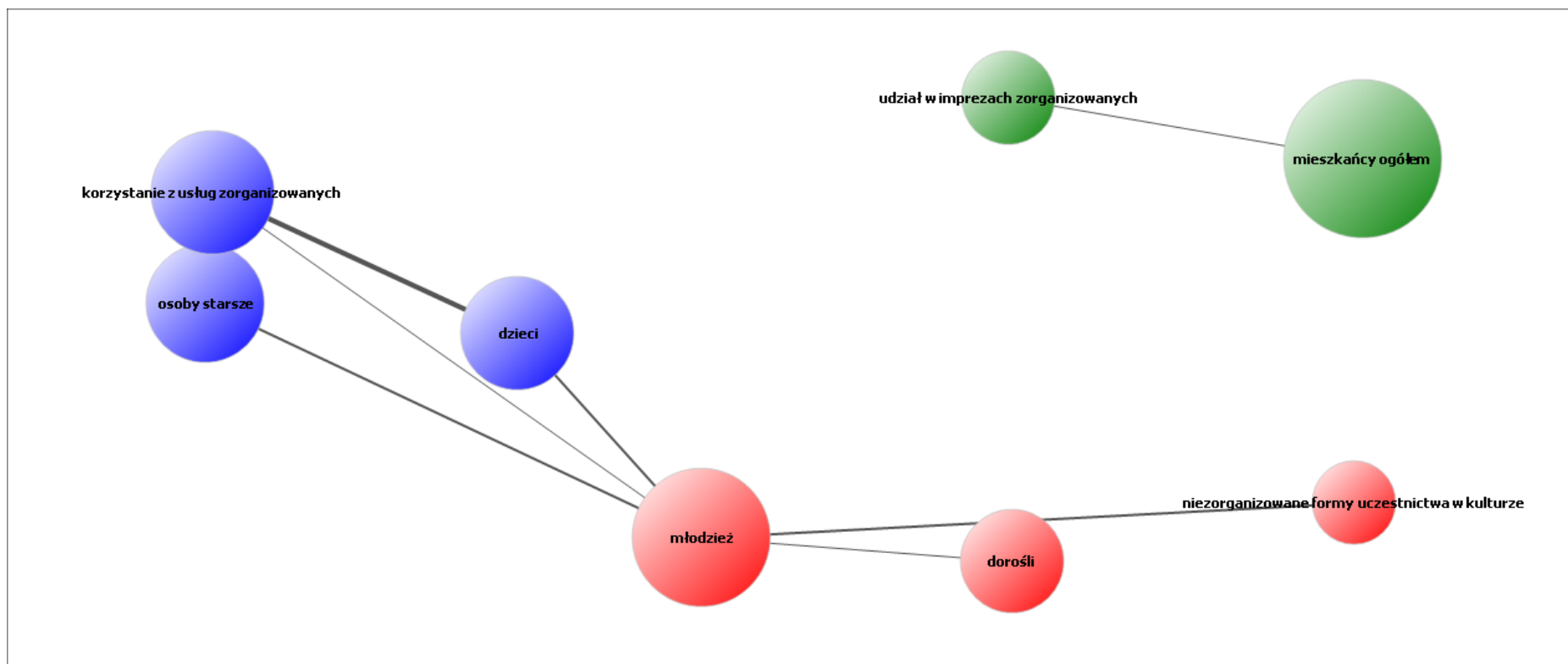
Wykres 27. Aktywność kulturalna grup wiekowych w opinii URZĘDNIKÓW w województwie WARMIŃSKO-MAZURSKIM*



Źródło: badanie terenowe, oprac. własne KRS. *Związek stwierdzony na podstawie współczynnika Jaccarda.

Jak pokazaliśmy to w serii wykresów 25-27, *urzędnicy* inaczej przedstawiali aktywność mieszkańców niż ci ostatni. W wypowiedziach na ten temat **nie koncentrowali się na niezorganizowanych formach działalności poszczególnych grup wiekowych, mówiąc o nich albo tylko w kontekście młodzieży, tylko siedzących po domach dorosłych, albo przedstawiając uczestników kultury jako ogół mieszkańców**. Związki pomiędzy ofertą a aktywnością były jednak słabsze niż miało to miejsce w opinii mieszkańców. **Aktywności dzieci, osób starszych (oraz w województwie warmińsko-mazurskim - młodzieży) przedstawiane były w kontekście korzystania z usług**. Może się to wiązać się z chęcią prezentowania przez *urzędników* prowadzonych przez instytucje działań.

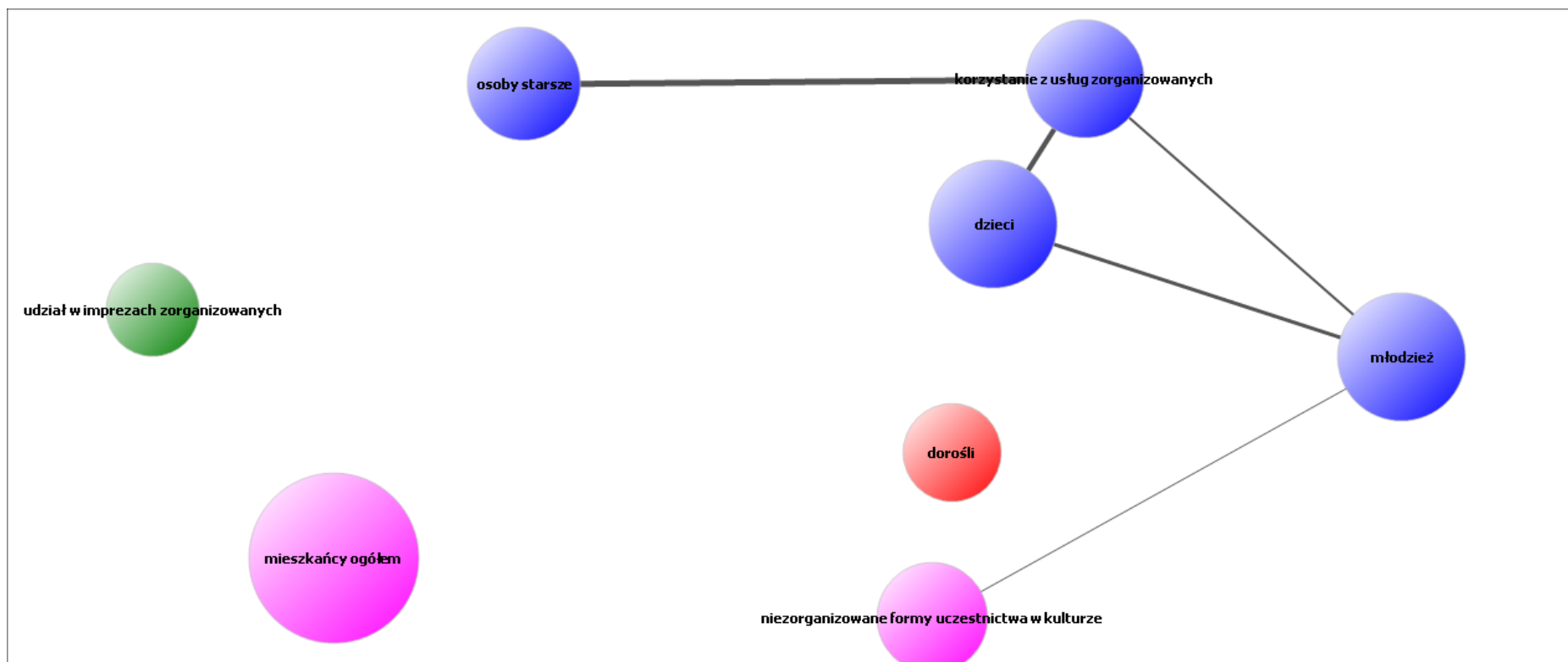
Wykres 28. Typy działań uczestników w określonych kategoriach wiekowych, w opinii *URZĘDNIKÓW*, w GMINACH TYPU „D”.



Źródło: badanie terenowe, oprac. własne KRS. Związek stwierdzony na podstawie współczynnika Jaccarda.

Zdaniem urzędników, w gminach „D” z usług zorganizowanych korzystają przede wszystkim dzieci i osoby starsze. Młodzież, z kolei, chętniej uczestniczy w formach niezorganizowanych i tym samym substytucyjnych względem oferty instytucjonalnej. Może to, naszym zdaniem, wynikać z dwóch przyczyn: po pierwsze, młodzież często bywa przez dorosłych oceniana gorzej, niż na to w rzeczywistości zasługuje; po drugie, mimochodem ujawnił się tu efekt niedostosowania oferty instytucjonalnej do oczekiwań młodych ludzi. Zaprojektowanie wydarzeń skierowanych do *młodzieży* jest bowiem trudniejsze, niż zorganizowanie działań i wydarzeń dla *dzieci* i *osób starszych*. Obie te hipotezy wymagałyby jednak dalszej weryfikacji.

Wykres 29. Typy działań uczestników w określonych kategoriach wiekowych, w opinii *URZĘDNIKÓW*, w GMINACH TYPU „S”.



Źródło: badanie terenowe, oprac. własne KRS. Związek stwierdzony na podstawie współczynnika Jaccarda.

Opisane wyżej zależności podobnie kształtują się w gminach typu „S”, z tą różnicą, że pojawiło się powiązanie pomiędzy *dziećmi i młodzieżą*, świadczące o podobieństwie ich aktywności oraz większy związek między *młodzieżą a korzystaniem z usług zorganizowanych*. *Młodzież* zarazem to jedyna grupa wiekowa wymieniana tutaj w kontekście *niezorganizowanych form uczestnictwa*. Te wyniki również wskazują, że - w wypowiedziach *urzędników* - *imprezy zorganizowane* nie mają adresatów.

Rysunek 1. Macierz aktywności kulturalnej grup wiekowych mieszkańców w instytucjach kultury, opinie MIESZKAŃCÓW, wg województw, kody w lb.

		instytucje - nie wiem/nie znam	instytucje kultury ogółem	nieokreślona instytucja lub instytucje	instytucje - edukacji	instytucje - upowszechniania kultury	instytucje - popkultury	instytucje - handlowe	instytucje - ngo	instytucje - gastronomii	instytucje - sportowe	instytucje - kultury religijnej	instytucje - kultury wysokiej	instytucje - administrowania kulturą	instytucje - zdrowia	instytucje - pomocy społecznej	instytucje - nieformalne, subkultury
małopolskie	dorośli		1			3		1	1		1			3			
	dzieci			5	2	8							3	9			
	młodzież		2	1	4	12	1		1	4	2	1		1			
	osoby starsze		1	2	1	13				2	1	4	1	2			
mazowieckie	dorośli	1		2	3	8		1		17	1	2		2	1		
	dzieci			1	13	24	4	1		5	4	1	1	5		1	
	młodzież			1	7	14	3	1	2	14	4	3		2			
	osoby starsze			1	10	33	3	3		5	3	11	1	4	1	4	1
warmińsko - mazurskie	dorośli	1			1	1		1	1	1			1				
	dzieci		2		4	7					1		1	1			
	młodzież		1	1	2	6	1	1	1		1						
	osoby starsze	1	1		3	7			1			1	2			1	

Źródło: badanie terenowe, oprac. własne KRS.

Największa aktywność kulturalna mieszkańców, niezależnie od ich wieku, przejawia się w korzystaniu z oferty instytucji upowszechniających kulturę. Ta analiza również pokazuje, że **w każdym z województw jedną z najaktywniejszych grup są seniorzy, a najmniej aktywną - dorośli**; kolejno mieszkańcy wskazali **instytucje edukacyjne**, głównie **szkoły**. Świadczy to o tym, że w dalszym ciągu, poza swoją podstawową funkcją, nieraz spełniają one także rolę organizatora aktywności kulturalnej. Być może w przyszłych badaniach należałoby sprawdzić czy za tego typu działania odpowiadają pojedyncze osoby, na przykład konkretni nauczyciele (model oddolny) czy jest to odgórna inicjatywa szkoły lub wobec niej zewnętrzna.

Rysunek 2. Macierz aktywności kulturalnej grup wiekowych mieszkańców w instytucjach kultury, wg podziału na gminy „D” i gminy „S”, opinie MIESZKAŃCÓW, kody w lb.

		instytucje - nie wiem/nie znam	instytucje kultury ogółem	nieokreślona instytucja lub instytucje	instytucje - edukacji	instytucje - upowszechniania kultury	instytucje - popkultury	instytucje - handlowe	instytucje - ngo	instytucje - gastronomii	instytucje - sportowe	instytucje - kultury religijnej	instytucje - kultury wysokiej	instytucje - administrowania kulturą	instytucje - zdrowia	instytucje - pomocy społecznej	instytucje - nieformalne, subkultury
gminy z diagnozą	dorośli	1		1	1	5		1	2	4	1	1	1	2			
	dzieci		2	2	4	13	1				1		2	2		1	
	młodzież		2	2	4	9		1	1	5	3	1		1			
	osoby starsze		2	1	8	20			1	2	1		2	1		1	
gminy sąsiedzkie	dorośli	1	1	1	1	6		1		12	1	1		1	1		
	dzieci			4	12	19	3	1		5	4		3	11			
	młodzież		1	1	4	19	4		2	4	3	3		2			
	osoby starsze	1		1	3	24		3		3	2	10	2	5	1	3	1

Źródło: badanie terenowe, oprac. własne KRS.

W podziale na gminy „D” i „S” opisane wyżej zależności znajdują swoje potwierdzenie dla *instytucji upowszechniania kultury*: tu także najaktywniejsi są *seniorzy i kolejno dzieci i młodzież*. W gminach „S” wskazywano częstsze korzystanie z oferty tych instytucji.

Rysunek 3. Macierz aktywności kulturalnej grup wiekowych mieszkańców w instytucjach kultury, wg województw, opinie URZĘDNIKÓW, kody w lb.

		instytucje - administrowania kulturą	instytucje - sportowe	instytucje - ngo	instytucje - kultury religijnej	instytucje – edukacji	instytucje - pomocy społecznej	instytucje - gastronomii	instytucje - upowszechniania kultury	instytucje - kultury wysokiej	instytucje - handlowe	instytucje - nieformalne/subkulturowe	instytucje - popkultury
małopolskie	dzieci	8	2			1			11	1	1	2	1
	młodzież	7	1	1		1		1	11		1	1	2
	dorośli	4	1	1	1	1		1					
	osoby starsze	9			1	1			12	1			
mazowieckie	dzieci	10		1		3			13		1		
	młodzież	15		2	1	6		4	10	1	1		
	dorośli	7				1		2	4	1	2		
	osoby starsze	10		1	1	2			15				
warmińsko-mazurskie	dzieci	4							1				
	młodzież											1	1
	dorośli	1											
	osoby starsze			1					1	1			

Źródło: badanie terenowe, oprac. własne KRS.

Zdaniem *urzędników* największa aktywność kulturalna mieszkańców realizuje się w *instytucjach upowszechniania kultury*, co jest zgodne z opiniami mieszkańców. *Urzędnicy* w swoich wypowiedziach mocno akcentowali rolę reprezentowanych przez siebie *instytucji administrowania kulturą*. Warto zauważyć, że w województwie warmińsko-mazurskim – niezależnie od wieku mieszkańców - ich aktywność była przedstawiana przez *urzędników* jako bardzo niska.

Rysunek 4. Macierz aktywności kulturalnej grup wiekowych mieszkańców w instytucjach kultury, w podziale na gminy „D” i gmin „S”, opinie *URZĘDNIKÓW*, kody w lb.

		instytucje - administrowania kulturą	instytucje - sportowe	instytucje - ngo	instytucje - kultury religijnej	instytucje - edukacji	instytucje - pomocy społecznej	instytucje - gastronomii	instytucje - upowszechniania kultury	instytucje - kultury wysokiej	instytucje - handlowe	instytucje - nieformalne/subkulturowe	instytucje - popkultury
gminy z diagnozą	dzieci	15		1		3			13	1			1
	młodzież	16	2	5	1	5		2	11	1			
	dorośli	15							6	2	1		
	osoby starsze	13		5	1	4			11	3			
gminy sąsiedzkie	dzieci	20	2		1	1			9	1		3	
	młodzież	14		1		1			9	1	1	3	
	dorośli	11		1	2			2	6				
	osoby starsze	14	1	2	1	2			12			1	

Źródło: badanie terenowe, oprac. własne KRS.

Opinie urzędników, analizowane w podziale wg typów gmin, rozkładają się w podobny sposób. Poziom aktywności mieszkańców w obu typach gmin jest, zdaniem urzędników, do siebie zbliżony.

Tabela 24. Miejsca aktywności kulturalnej - z wyłączeniem instytucji kultury - w opiniach MIESZKAŃCÓW (M) i URZĘDNIKÓW (U), wg województw, kody w % i wg rang, liczba kodów dla urzędników ogółem N=180.

MIEJSCA AKTYWNOŚCI KULTURALNEJ MIESZKAŃCÓW	MAŁOPOLSKIE				MAZOWIECKIE				WARMIŃSKO-MAZURSKIE			
	M (N=279)	R	U	R	M (N=431)	R	U	R	M (N=157)	R	URZĘDNICY	R
Przyroda, parki, lasy	24,7	1	8,3	2	18,8	1	5,0	4	14,6	2	3,3	3
Domy prywatne	17,2	2	6,1	5	15,5	2	2,2	7	21,0	1	6,7	1
Sportowe	15,1	3	6,7*	4	13,2	5	6,1*	2	12,7	3	1,1	5
Wyjazdy	12,5	4	10,0	1	15,1	3	5,0	4	6,4	8	4,4	2
Reprezentacyjne	7,9	5	1,1	8	7,0	6	1,7	8	8,9	5	0,6	7
Place zabaw	6,1	6	2,8	6	14,2	4	6,7	1	10,2	4	-	-
Nie znam	4,7	7	-	-	5,8	7	-	-	2,5	10	-	-
Inne	3,6	8	7,8	3	3,0	9	2,8	6	7,0	7	0,6	7
Praca	3,2	9	-	-	0,9	11	-	-	1,9	11	-	-
Substytucyjne ³⁵	3,2	9	1,7	7	5,3	8	6,1	2	8,3	6	1,7	4
Działki	1,8	11	0,6	9	1,2	10	-	-	6,4	8	1,1	5

Źródło: badanie terenowe, oprac. własne KRS. * Urzędnicy wymienili tylko boiska i tzw. Orliki. * Kolorem czerwonym zaznaczone są najwyższe odsetki w wierszach; niebieskim - najniższe.

Mieszkańcy województwa małopolskiego najczęściej mówili o spędzaniu czasu na terenach zielonych i rzadziej wskazywali domy; mazowieckiego – zadeklarowali, że spędzają czas niemal równie chętnie w otoczeniu przyrody i w domach, zaś warmińsko-mazurskiego – zdecydowanie w domach i o wiele rzadziej na łonie natury. Przypomnijmy zatem, że to właśnie w województwie warmińsko-mazurskim jako **największy zasób gmin wymieniano walory krajobrazowe**. Tereny zielone w województwie warmińsko-

³⁵ Przypomnijmy, że **substytucyjne miejsca aktywności kulturalnej** to takie, których zasadnicze funkcje są zdefiniowane jako usługowe, transportowe itp. Są to więc np. miejsca za sklepem, przystanki autobusowe, *dzikie łączki*, opuszczone zabudowania, itp., por. Barbara Fatyga, Alicja Bakulińska, *Autoewaluacja i ewaluacja programów ministra kultury z lat 2009-2014*, <http://ozkultura.pl/node/7186>

mazurskim kojarzone są głównie z przestrzeniami turystycznymi, a jako takie nie muszą być atrakcyjne dla mieszkańców³⁶. **W województwach małopolskim i warmińsko-mazurskim dużą popularnością cieszy się infrastruktura sportowa**, np. siłownie plenerowe. Z kolei, **mieszkańcy województwa mazowieckiego w celach rekreacyjno-kulturalnych chętnie wyjeżdżają poza miejsce zamieszkania**. Aktywność kulturalna wyraźnie wpisuje się tu w przestrzenie czasu wolnego, a zwłaszcza **czasu dla siebie** rozumianego jako „czas, który jednostka uznaje za: a) wyjęty spod większości presji życiowych (dorabianie, codzienne czynności domowe, codzienne zaopatrzenie domu, itd.); b) pozostający w jej swobodnej dyspozycji”³⁷. **Opinie urzędników na temat aktywności mieszkańców poza instytucjami kultury, różnią się pomiędzy poszczególnymi województwami. W województwie małopolskim jako główne, urzędnicy wskazywali miejsca poza terenem zamieszkania i obszary zielone; w mazowieckim - place zabaw, boiska/orliki i miejsca substytucyjne; w warmińsko-mazurskim - domy prywatne, miejsca poza terenem zamieszkania i obszary zielone. Warto zwrócić uwagę na spore rozdziewki pomiędzy tym, co deklarują mieszkańcy oraz tym, jak ich aktywności postrzegają urzędnicy.** Poniżej, w tab. 25 zestawiliśmy opinie mieszkańców i urzędników w przekroju wg gmin typu „D” i gmin typu „S”.

³⁶ Por. np.: Barbara Fatyga (red.), *Kultura pod pochmurnym niebem...*, op. cit.; Barbara Fatyga, Magdalena Dudkiewicz, Katarzyna Chwieduk i in., *Pomosty. Budowanie kapitału społecznego młodzieży z terenów wiejskich Warmii i Mazur*, Olsztyn: IBS sp. z o.o., Stowarzyszenie Tratwa, 2012, http://efs.warmia.mazury.pl/images/stories/file/PKM%20i%20Ewaluacja/Badania_ewaluacyjne/raport_podsumowujacy_wyniki_badan_projektu.pdf

³⁷ Barbara Fatyga, definicja autorska dla OŻK-SB, 2012, <http://ozkultura.pl/node/148>

Tabela 25. Miejsca aktywności kulturalnej z wyłączeniem instytucji kultury, opinie MIESZKAŃCÓW (M) i URZĘDNIKÓW (U), w gminach „D” i gminach „S”, kody w % i wg rang.* Liczba kodów dla urzędników ogółem N=180.

MIEJSCA AKTYWNOŚCI KULTURALNEJ MIESZKAŃCÓW	GMINY „D”				GMINY „S”			
	M (N=400)	R	U	R	M (N=467)	R	U	R
Przyroda, parki, lasy	25,0	1	7,2	1	15,6	2	9,4	3
Domy prywatne	15,0	2	4,4	4	18,8	1	10,6	2
Sportowe*	12,0	3	4,4	4	15,2	3	9,4	3
Place zabaw	11,8	4	3,3	6	10,1	5	6,1	6
Wyjazdy	10,5	5	6,1	2	14,6	4	13,3	1
Reprezentacyjne	10,5	5	1,7	8	5,1	7	1,7	8
Nie znam	4,8	7	-	-	4,9	8	-	-
Inne	4,3	8	6,1	2	3,6	9	5,0	7
Substytucyjne	3,8	9	2,8	7	6,4	6	6,7	5
Działki	1,5	10	1,1	9	3,0	10	0,6	9
Praca	1,0	11	-	-	2,6	11	-	-

Źródło: badanie terenowe, oprac. własne KRS * Urzędnicy wymienili tylko boiska i tzw. Orliki. Kolorem czerwonym zaznaczone są najwyższe odsetki w wierszach; niebieskim najniższe.

W opiniach mieszkańców, analizowanych w podziale wg typów gmin, powtarza się opisana wyżej tendencja, dostrzeżona przez nas w wypowiedziach mieszkańców. **Warto natomiast zwrócić uwagę, że w obu typach gmin wypowiedzi urzędników na temat gdzie mieszkańcy spędzają czas znacznie odbiegają od deklaracji mieszkańców.**



Aleksandra Zalewska-Królak

ANALIZA OBSERWACJI PROWADZONYCH W GMINNYCH INSTYTUCJACH KULTURY ZMODYFIKOWANĄ METODĄ „TAJEMNICZEGO KLIENTA”

W wypadku metody *tajemniczego klienta* konieczne są nieco obszerniejsze wyjaśnienia metodologiczne nie tylko ze względu na fakt, że zastosowaliśmy ją w naszych badaniach po raz pierwszy, ale i dlatego, iż może ona być postrzegana jako kontrowersyjna etycznie.

NOTKA METODOLOGICZNA

„*Mystery shopping*, znany także jako metoda *tajemniczego klienta*, kojarzy się przede wszystkim z badaniami rynku. Jest używany głównie do sprawdzania standardów obsługi klienta. Jego celem jest określenie **poziomu usług** oraz **zdiagnozowanie co powinno być zmienione, aby zwiększyć ich jakość**. Ocenie podlega zarówno wygląd firmy jak i zachowanie osób w niej pracujących. Popularyzacja tej metody nastąpiła po opublikowaniu badań MSPA przez Marka Michelsona, który wykazał, iż **jednym z podstawowych powodów straty klienta jest nieodpowiednia obsługa**.”³⁸ (podkreśl. – AZ-K). Zainspirowani tą metodą³⁹ postanowiliśmy ją zastosować jako jedno z narzędzi ewaluacyjnych podczas badania terenowego. Bogna Kietlińska i Kaja Rożdżyńska-Stańczak stworzyły **szczegółową kartę obserwacji** dla badaczy. Zadaniem badaczy, jako *tajemniczych klientów* lokalnych instytucji kultury, była próba zapisania fikcyjnej osoby (dziecka, babci, niepełnosprawnej przyjaciółki itp.) na zajęcia organizowane przez te instytucje. Były to głównie: domy kultury, biblioteki, muzea i ośrodki sportowe. Badacze w terenie:

- zwracali uwagę na **przystępność miejsca** - biorąc pod uwagę jego architekturę, ułatwienia dla osób niepełnosprawnych, cechy wnętrza;
- przyglądali się **otoczeniu instytucji kultury**;
- sprawdzali czy (i jak) prezentowana była **oferta kulturalna instytucji**.

³⁸ https://pl.wikipedia.org/wiki/Mystery_shopping

³⁹ Doskonałe rezultaty przyniosło zastosowanie metody w pracy magisterskiej Marzeny Grzybowskiej, *Kultura organizacyjna firmy na przykładzie salonów Empik*, napisanej pod kierunkiem prof. Barbary Fatygi, Warszawa: ISNS UW, 2009, tekst niepublikowany, (a szkoda).

Głównym zadaniem podczas każdej takiej wizyty było jednak opisanie wrażeń, które jej towarzyszyły (element autoetnograficzny⁴⁰) oraz sprawdzenie na jakim poziomie w badanych miejscach świadczą się **usługi kulturalne**⁴¹. Badacze opisywali w karcie obserwacji :

- jak zostali **potraktowani** (np. *grzecznie, niemiło* itp.);
- czy byli **wyczerpująco informowani** o działaniu i – ewentualnie – o sytuacji kulturalnej gminy;
- czy **zachęcano** ich (lub osoby, które chcieli rzekomo zapisać na zajęcia) **do skorzystania z oferty kulturalnej** i czy proponowano np. inne zajęcia/działania/imprezy.

Karta obserwacji była wypełniana po zakończeniu rozmowy.

Podobnie jak w wypadku innych analizowanych w raporcie danych, zostały one uporządkowane w podziale wg województw oraz wg typów gmin („D” – posiadających zbadaną diagnozę sytuacji kulturalnej i „S” czyli tzw. sąsiedzkich). W tej części raportu zestawione są 2 rodzaje tabel: ilustrujące zbiorcze dane, które mogły zostać przedstawione za pomocą liczby lub odsetka oraz zawierające treści jakościowe. Pozostałe dane, które kodowano jako dłuższe wypowiedzi tekstowe, były analizowane bez dokładnych adresów w celu zachowania anonimowości instytucji. Te fragmenty w tekście są zaznaczone kursywą. Symbol „bd” oznacza tu oczywiście brak danych. Warto tu także przypomnieć, że **prezentowane niżej zestawienia tabelaryczne NIE mają wartości reprezentatywnej i są jedynie wygodnym, oszczędzającym miejsce i umożliwiającym szybką orientację sposobem prezentacji danych par excellence jakościowych.**

Musimy tu jeszcze wspomnieć o **względach etycznych** związanych z metodami obserwacyjnymi. Janusz Sztumski stwierdza autorytatywnie: „Obserwacja jest najbardziej elementarną metodą poznania empirycznego, (...). Przez obserwację rozumie się celowe, tzn. ukierunkowane i zamierzone oraz systematyczne postrzeganie badanego przedmiotu, procesu lub zjawiska.”⁴² Metoda *tajemniczego klienta* wywodzi się z badań rynku, niemniej w socjologii i antropologii zbliżoną do niej techniką jest **ukryta obserwacja uczestnicząca.**

⁴⁰ Ponieważ badacze wizytowali instytucje parami, to musieli uzgadniać swoje opinie. Element ten można też kwalifikować jako zakorzeniony w podejściu socjologii i/lub antropologii emocji. Nie ma tu jednak miejsca by ten wątek teorii metody rozwinąć.

⁴¹ Wg definicji Fatygi z WSK: „**Usługą kulturalną** jest sekwencja działań (najczęściej uporządkowana wg jakiegoś wzoru i wzorca) wychodząca od empirycznego lub ideologicznego ustalenia potrzeb jednostek i/lub grup społecznych, zmierzająca do ich jednorazowego, ciągłego lub cyklicznego zaspokajania. Usługa kulturalna odpowiadająca na potrzeby ustalone empirycznie wiąże się z animacyjnym lub rynkowym podejściem do działalności kulturalnej. Usługa kulturalna jako efekt ideologicznego traktowania potrzeb wiąże się zwykle ze zjawiskiem przemocy symbolicznej, np. ze strony państwa lub innych podmiotów (warstw społecznych, elit, mediów itp.). Zanim zostaną zrealizowane, usługi kulturalne istnieją w postaci oferty kulturalnej.(...)” por.: <http://ozkultura.pl/wpisy/360>

⁴² Janusz Sztumski, *Wstęp do metod i technik badań społecznych*, Katowice: "Śląsk" Sp. z o.o. Wyd. Naukowe, 1999, s.122.

Wyróżnia ją to, iż badani nie wiedzą o tym, że są obiektem obserwacji, dzięki czemu ich zachowania traktowane są jako bardziej „naturalne”. Jak podaje Kazimierz Doktór: „Obserwacja uczestnicząca jest procesem badawczym, w którym obserwator przebywa w środowisku społecznym dla celów badań naukowych. Obserwator jest w bezpośrednich, bliskich stosunkach z obserwowanymi i współuczestnictwo w ich naturalnym życiu dostarcza mu materiałów badawczych”.⁴³ W naszym przypadku badacze nie wchodzili w bliską relację z badanymi. Odgrywali rolę *klienta*, co jednak implikowało wejście w interakcje. Zarówno metoda ukrytej obserwacji uczestniczącej w socjologii i antropologii, jak i metoda *tajemniczego klienta* w badaniach rynku są krytykowane ze względu na wiążące się z nimi problemy etyczne. Przede wszystkim zauważa się, że **badany nie może zgłosić sprzeciwu i zdecydować, iż nie chce brać udziału w badaniach**. Z drugiej strony trzeba też zaznaczyć, że zdania na temat ukrytej obserwacji uczestniczącej są podzielone. Martyn Hammersley i Paul Atkinson zauważają **przewagę tej techniki ze względu na jej powiązania z podejściem naturalistycznym**, które opiera się na założeniu, iż: „jeśli to tylko możliwe, świat społeczny powinien być badany w jego <naturalnym> stanie, niezakłóconym przez badacza”.⁴⁴

Uznaliśmy, że **aby móc ocenić standardy usług kulturalnych w badanych instytucjach warto spróbować wcielić się w ich klienta**. W kilku przypadkach się to nie udało ponieważ pracownicy zostali powiadomieni przez urzędnika, z którym przeprowadzony był wywiad, że odwiedzi ich badacz. Karty obserwacji z tych miejsc znacznie odbiegają od pozostałych; badacze podkreślali, że byli inaczej traktowani ze względu na ich rolę. To spostrzeżenie potwierdziło, naszym zdaniem, sensowność niejawnego charakteru badań. Zależało nam bowiem na **sprawdzeniu jak zostałby potraktowany przypadkowy klient**.

Ze względu na kwestie etyczne ważna okazała się także wskazówka w instrukcji, aby próbować **zapisać na jakieś zajęcia inną osobę, a nie siebie**. Pozwalało to na nieangażowanie się w interakcję, niepodawanie kontaktu i przede wszystkim umożliwiało uniknięcie zobowiązania. Przykładowo, zapisując babcię do biblioteki badacz mógł uzyskać istotne informacje, ale w momencie gdy bibliotekarz podawał druk do wypełnienia mógł powiedzieć, że decyzja o korzystaniu z biblioteki należy ostatecznie do babci i musi być podjęta przez nią. Badacze, którzy pytali o zajęcia dla siebie samych (bo takie przypadki też się tu niestety zdarzyły, na szczęście były nieliczne), odczuwali problemy z zaangażowaniem się w interakcje. Czasami wikłali się też w nieautentyczne zobowiązania. Szczególnie niekomfortowe było także dla nich wchodzenie w rolę wiążące się z kłamstwem dotyczącym np. miejsca zamieszkania lub samej kwestii zainteresowania ofertą kulturalną. Dobrym rozwiązaniem natomiast było odgrywanie **turysty**, który chciałby zorganizować czas wolny komuś ze swojej rodziny.

⁴³ Kazimierz Doktór, *Przedsiębiorstwo przemysłowe. Studium socjologiczne Zakładów Przemysłu Metalowego "Cegielski"*, Warszawa: Książka i Wiedza, 1964, s. 43; z nowszych cennych prac na ten temat por. też: Krzysztof Konecki, *Nowi pracownicy a kultura organizacyjna*, Łódź: Wyd. UŁ, 1992.

⁴⁴ Martyn Hammersley, Paul Atkinson, *Metody badań terenowych*, Poznań: Wyd. Zysk i S-ka, 2000, s. 16.

W wyniku testu empirycznego **proponujemy przyjąć, że metoda tajemniczego klienta w badaniach społeczno-kulturowych lokuje się na pograniczu etnografii, autoetnografii i socjologii, jako odmiana obserwacji uczestniczącej ukrytej. Jeśli idzie o zastosowania uważamy, że metoda nadaje się doskonale jako narzędzie anonimowej ewaluacji instytucji przez ich rzeczywistych bywalców, co rekomendujemy.**

WYNIKI I WNIOSKI

Tabela 26. Traktowanie odwiedzających instytucje kultury, wg województw, N=105, w lb i w %.

TYP ZACHOWANIA	MAŁOPOLSKIE			MAZOWIECKIE			WARMIŃSKO-MAZURSKIE			% OGÓŁEM*	
	TAK	NIE	BD	TAK	NIE	BD	TAK	NIE	BD	Oceny pozytywne	Oceny negatywne
Grzecznie	33	6	2	28	7	8	15	4	2	81,7	18,3
Gościnnie	15	13	13	8	17	18	5	6	10	43,8	56,2
Profesjonalnie	10	16	15	17	11	15	2	7	12	46,0	54,0
Urzędowo	9	23	9	15	18	10	3	11	7	34,2	65,8
Odsyłanie do innych osób po informacje	19	20	2	20	22	1	11	10	-	51,0**	49,0***

Źródło: badanie terenowe, oprac. własne AZ-K, BF. N=100% w wierszach bez braków danych; ** tu jako pozytywna odpowiedź NIE; *** tu jako negatywna odpowiedź TAK. Kolorem czerwonym zaznaczone są najwyższe wartości w kolumnach TAK i % ogółem; niebieskim - najniższe.

We wszystkich zbadanych województwach, jak widać w ocenach badaczy zamieszczonych w tab. 26, w instytucjach kultury przeważało **grzeczne podejście do interesantów**, ale z **gościnnością** było już nieco gorzej, bowiem traktowano ich (badaczy) przede wszystkim **urzędowo**. Za niepokojący można uznać wysoki odsetek (prawie połowa obserwacji) **odsyłania do innych osób po informacje**.

Tabela 27. Udzielenie wyczerpującej informacji o działaniu instytucji i sytuacji kulturalnej gminy, N=105, w lb i w %.

INFORMOWANIE	MAŁOPOLSKIE			MAZOWIECKIE			WARMIŃSKO-MAZURSKIE			% OGÓŁEM*	
	TAK	NIE	BD	TAK	NIE	BD	TAK	NIE	BD	Oceny pozytywne	Oceny negatywne
O działaniu instytucji	26	12	3	25	17	1	15	6	0	65,4	34,6
O sytuacji kulturalnej gminy	5	33	3	5	36	2	3	16	2	13,3	86,7

Źródło: badanie terenowe, oprac. własne AZ-K, BF. *N=100% w wierszach bez braków danych. Kolorem czerwonym zaznaczone są najwyższe wartości w kolumnach TAK i % ogółem; niebieskim - najniższe.

Jak widać, (tab. 27), wszędzie raczej chętnie i wyczerpująco informowano potencjalnych klientów *o sytuacji instytucji*, ale już stosunkowo rzadko wdawano się w pogawędki *o sytuacji kulturalnej w gminie*. Trudno w tym miejscu przesądzić jakie były konkretne powody takich akurat zachowań: czy np. był to brak wiedzy, czy obawa przed sianiem plotek, a może jakieś inne względy.

Tabela 28. Zachęcanie do skorzystania z innych elementów oferty kulturalnej, N=105, w lb i w %.

ZACHĘTA	MAŁOPOLSKIE			MAZOWIECKIE			WARMIŃSKO-MAZURSKIE			% OGÓŁEM*	
	TAK	NIE	BD	TAK	NIE	BD	TAK	NIE	BD	Oceny pozytywne	Oceny negatywne
Zachęcanie osoby zapisywanej	23	16	2	27	15	1	16	4	1	62,9	33,3
Zachęcanie badacza i/lub innych osób	20	15	6	11	27	5	6	6	9	35,2	45,7

Źródło: badanie terenowe, oprac. własne AZ-K, BF. *N=100% w wierszach bez braków danych. Kolorem czerwonym zaznaczone są najwyższe wartości w kolumnach TAK i % ogółem; niebieskim - najniższe.

Tabela 29. Zachęcanie do skorzystania z innych elementów oferty kulturalnej, N=105, w lb i w %.

ZACHĘTA	MAŁOPOLSKIE			MAZOWIECKIE			WARMIŃSKO-MAZURSKIE			% OGÓŁEM*	
	TAK	NIE	BD	TAK	NIE	BD	TAK	NIE	BD	Oceny pozytywne	Oceny negatywne
Proponowanie innych zajęć/imprez	18	21	2	18	23	2	13	6	2	46,7	47,6
Odsyłanie do strony internetowej	18	21	2	17	25	1	8	13	0	41	56,2

Źródło: badanie terenowe, oprac. własne AZ-K, BF. *N=100% w wierszach bez braków danych. Kolorem czerwonym zaznaczone są najwyższe wartości w kolumnach TAK i % ogółem; niebieskim - najniższe.

Tabela 30. Charakterystyka instytucji, N=105, w lb i w %.

Cechy instytucji i jej otoczenia zewnętrznego	MAŁOPOLSKIE			MAZOWIECKIE			WARMIŃSKO-MAZURSKIE			% OGÓŁEM*	
	TAK	NIE	BD	TAK	NIE	BD	TAK	NIE	BD	Oceny pozytywne	Oceny negatywne
Miejsca parkingowe	37	3	1	31	8	4	18	3	-	86	14
Dojazd transportem publicznym	35	5	1	18	10	15	19	2	-	80,1	19,9
Tablice informacyjne	33	6	2	22	4	17	14	4	3	83,1	16,9
Ogłoszenia (plakaty itp.) o działalności	31	8	2	21	5	17	10	3	8	79,5	20,5
Umieszczenie w centrum miejscowości	31	10	-	22	20	1	19	2	-	69,2	30,8
Udogodnienia dla niepełnosprawnych	23	16	2	23	16	4	17	3	1	64,3	35,7
Własny budynek	21	20	-	20	23	-	9	12	-	47,6	52,4
Miejsca odpoczynku (ławki, siedziska, itp.)	17	-	24	19	5	19	1	-	20	88,1	11,9
Umieszczenie na obrzeżach	10	31	-	20	22	1	2	19	-	30,8	69,2

Źródło: badanie terenowe, oprac. własne AZ-K, BF. *N=100% w wierszach bez braków danych. Kolorem czerwonym zaznaczone są najwyższe wartości w kolumnach TAK i % ogółem; niebieskim - najniższe.

Tabela 31. Charakterystyka, N=105, w lb i w %.

Cechy instytucji - wewnątrz	MAŁOPOLSKIE			MAZOWIECKIE			WARMIŃSKO-MAZURSKIE			% OGÓŁEM*	
	TAK	NIE	BD	TAK	NIE	BD	TAK	NIE	BD	Oceny pozytywne	Oceny negatywne
Charakterystyczne elementy wystroju	32	6	3	30	6	7	17	3	1	84	16
Ogłoszenia o wydarzeniach	30	2	9	22	5	16	11	2	8	87,5	12,5
Czystość	29	3	9	30	2	-	11	-	10	93,3	6,7
Miejsca do siedzenia przed salami	23	5	13	6	3	12	6	3	12	76,1	23,9
Poczekalnia	21	8	12	9	1	11	9	1	11	79,6	20,4
Widoczność oznaczeń informacyjnych	19	13	9	9	9	3	9	9	3	54,4	45,6
Widoczne umiejscowienie recepcji	16	16	9	6	9	6	6	9	6	45,2	54,8
Wydzielone miejsce do kontaktów z odbiorcami działań instytucji	16	1	24	6	2	13	6	2	13	84,9	15,1

Źródło: badanie terenowe, oprac. własne AZ-K, BF. *N=100% w wierszach bez braków danych. Kolorem czerwonym zaznaczone są najwyższe wartości w kolumnach TAK i % ogółem; niebieskim - najniższe.

W województwie małopolskim w zdecydowanej większości badanych instytucji badacze zostali potraktowani *grzecznie*. Podczas wizyty nie mieli na ogół wrażenia, że traktowano ich *urzędowo*. Jednakże najczęściej obsługa klienta *nie została uznana za profesjonalną*. Zdarzało się – jak widać, iż *byli odsyłani do innych pracowników*. Czasami było to uzasadnione *brakiem kompetencji osoby obsługującej*: np. *odesłano ich do pani w instytucji X, ale w trakcie wcześniejszej wizyty w X, kiedy na jej koniec przyszła do sekretariatu Pani odpowiedzialna za działania, sama również zbyt wielu informacji nie udzieliła i odsyłała do strony internetowej (choć ona jedyna zapraszała do tego miejsca)*; lub: *po część informacji badaczka została odesłana do Pani Dyrektor Y, której w tym dniu nie było w pracy*. Innym powodem odsyłania było, że *dany pracownik z powodu krótkiego stażu pracy nie czuł się kompetentny lub upoważniony*; zdarzały się sytuacje gdy chciano *splawić klienta, zazwyczaj odsyłając go do strony internetowej*. Badacze odnotowali jednak także specyficzne łańcuszki działań odsyłających, które służyły jak najlepszemu zaspokojeniu potrzeb klienta - np.: *na pytanie o zajęcia z perkusji odesłano mnie do instruktora muzycznego zajmującego się ogólnie muzyką w MOKu. Ten z kolei poinformował mnie, że MOK nie prowadzi zajęć na zestawie perkusyjnym (o to zapytałem) dał mi numer do swojego znajomego nauczyciela gry na perkusji robiącego aktualnie II stopień w szkole muzycznej na zestawie perkusyjnym*. Takich sytuacji było dużo. Nie zawsze tak dostosowane do klienta jak w podanym przykładzie, zazwyczaj odnosiły się do wskazówki, aby zwrócić się *do innego ośrodka kultury*, niemniej warto podkreślić, że była to częsta praktyka.

Świadczy to o dobrym sieciowaniu między instytucjami w gminie. Podział obowiązków jest jasno wyznaczony i *każdy wie jakie są zadania poszczególnych placówek*. W kilku przypadkach doradzano, żeby *skontaktować się z konkretną osobą i wymieniono ją z imienia i nazwiska* - np. *do prezesa klubu. Podano jego imię i nazwisko*. Czasami takimi osobami byli *lokalni liderzy, ale częściej osoby zajmujące się danym tematem ze względu na pełnioną funkcję np. dyrektor, prezes, nauczyciel, trener*. Badacze byli wyczerpująco poinformowani o działaniu instytucji w większości przypadków, niemniej *nie dostali informacji dotyczących działań, które mają miejsce w gminie*. Pracownicy placówek skupiali się na udzieleniu odpowiedzi na zadawane pytania, *rzadko wychodzili poza swój ogródek*. Jeden z 5 wyjątków obrazuje poniższy cytat: *zostałam bardzo wyczerpująco poinformowana o wszelkich obiektach turystycznych, o najbliższych i również nieco dalszych wydarzeniach w X oraz o jego sytuacji kulturalnej*.

W województwie małopolskim, w większości sytuacji, **to badacze chcieli skorzystać z oferty instytucji**, w związku z czym rozróżnienie (osoba zapisywana i badacz) dokonane w tabeli nie ma tu istotnego znaczenia. Fakt, iż aż w 16 przypadkach *nie zachęcano klienta do korzystania z oferty* jest niepokojący. W takich sytuacjach pracownik odpowiadał tylko na zadane mu pytania, nie starał się przekonać do aktywności. W niemal wszystkich przypadkach *gdy badacz był zachęcany do skorzystania z oferty wiązało się to również z propozycją innych zajęć/ działań/ imprez*. Zazwyczaj były to *sugestie spersonalizowane i związane z pytaniem klienta np. w bibliotece głównie dotyczące bezpośrednio literatury, rynku wydawniczego itd. (czyli rzeczami, o które badacz pytał na początku)*. Proponowano mu również udział w wymianie książek (*bookswaping*). Pracownicy *odsyłali klienta do strony internetowej, jednakże 8 z nich nie podało adresu takiej strony* (nie tożsamej z oficjalną stroną gminy). Mogło to być związane z wiekiem badaczy (większość ok. 30 lat) i założeniem, że będą

potrafili znaleźć w przeglądarce Google stronę instytucji. *Raz odwołano się - oprócz strony - do fanpage'a na portalu społecznościowym Facebook.*

Większość zbadanych instytucji jest zlokalizowana w centrum. Można przyjąć, że większość z nich znajduje się w *miejscach łatwo dostępnych, z dojazdem transportem publicznym i miejscem do zaparkowania samochodu*. Co ważne, są *dobrze oznaczone i udostępniają informacje dotyczące działalności w instytucji lub gminie, np. na plakatach*. Niewiele ponad połowa posiada własny budynek, pozostałe znajdują się w ośrodkach sportowych, dzielą przestrzeń z innymi instytucjami o innym charakterze np. dom kultury i biblioteka lub stowarzyszenie, albo takimi o zupełnie odmiennym przeznaczeniu. *W pobliżu niektórych znajdują się place zabaw, znacznie rzadsza jest obecność ławek*. Niepokojące jest, iż *aż 16 z nich nie posiada udogodnień dla osób niepełnosprawnych*. Jest to niezależne od położenia (centrum czy obrzeża) i posiadania własnego locum. Po wejściu do instytucji w nieco ponad połowie przypadków klient wie gdzie się udać po informację. Zazwyczaj pomagają mu w tym *oznaczenia lub widoczna recepcja*. Wnętrza instytucji są *czyste, jest wiele ogłoszeń o wydarzeniach*. W wielu z nich znajduje się *poczekalnia lub chociaż miejsca do siedzenia*. Pierwsze wrażenia badaczy po wejściu do instytucji były zróżnicowane: *Pozytywnie ocenialiśmy nowoczesne wnętrza np. przestronne, czyste, zadbane, dobrze i praktycznie zaaranżowane miejsce, duże okna, przeszklony sufit, dużo światła lub takie, które są ciepłe, pełne prac uczestników, sprawiają poczucie przytulnych np. budynek wewnątrz robi dużo lepsze wrażenie niż na zewnątrz. Wnętrze odnowione, przestronne, jasne, estetyczne. Przemyślana aranżacja. Nowe wyposażenie. Jednym słowem przyjazna warsztatowa przestrzeń do spotkań projektowych*. Negatywnie oceniane były wnętrza w stylu PRL np. *pierwsze wrażenie jest raczej smutne, wnętrze szare, bez ducha, wystrój jakby zatrzymał się na czasach PRL*. Badacze zwrócili uwagę, że większość domów kultury i bibliotek wyróżnia się wystrojem wewnątrz. *Ich korytarze są pełne dyplomów, prac uczniów, pucharów, plakatów z informacjami oraz ulotek. Wnętrza są eklektyczne, ale sprawiają dobre wrażenie*. Instytucje zajmujące się także działalnością komercyjną (np. muzea) mają nowoczesne budynki, często z przeszklonymi elementami. Wnętrza te są *czyste, przejrzyste, nowoczesne*. Materiały, które otrzymali badacze w województwie małopolskim odnosiły się do różnych wydarzeń w gminie, ale skupiały się głównie na tych komercyjnych i to właśnie w instytucjach o działalności komercyjnej było ich najwięcej.

W województwie mazowieckim badacze zwrócili szczególną uwagę na *uprzejmość* z jaką ich potraktowano. W 28 przypadkach ocenili obsługę jako *grzeczną*. Było *raczej urzędowo i profesjonalnie niż gościnnie*. W niewiele mniej niż połowie zbadanych placówek *odsyłano badaczy do innych osób*. Trzeba podkreślić, że poza dwoma sytuacjami zawsze dotyczyło to możliwości pogłębienia otrzymanej informacji. Badacze zostali odesłani np. *do osoby zajmującej się szachami czy zajęciami komercyjnymi na basenie*. Zdarzało się, że *polecano kontakt z osobą wymienioną z imienia i nazwiska*, która według rozmówcy najlepiej będzie mogła sprostać oczekiwaniom klienta. Zanotowano jednak dwa wyjątki. Pierwszy jedna z badaczek opisuje w następujący sposób: *Pani przebywająca w sali komputerowej odesłała mnie na piętro do sekretariatu. Pani sekretarka, która właśnie otwierała paczkę kosmetyków Avon odesłała mnie do pani plastyczki,*

która powinna być w pracowni plastycznej na parterze. Jak się okazało, poszukiwaną plastyczką była pani z sali komputerowej. Pani zarzekała się, że może udzielić tylko informacji o zajęciach plastycznych. Ponieważ nadal chciałam słuchać, wspomniała, że zajęcia już się kończą w czerwcu. Negatywne odsyłanie z miejsca do miejsca i od osoby do osoby zanotowano także w jednym z badanych kompleksów sportowych, w którym tzw. łańcuszek polegał na odsyłaniu badaczy do kolejnej osoby, która mogłaby udzielić informacji jak w ogóle wejść do placówki. Co ciekawe, według strony internetowej drzwi powinny być otwarte, instytucja teoretycznie funkcjonuje od poniedziałku do piątku w godzinach od 8 do 22. Dzięki dużej wytrwałości, co podkreślają badaczki, udało im się wejść do recepcji ośrodka sportowego tylnymi drzwiami. Należy podkreślić, że przypadkowa osoba raczej zrezygnowałaby już przy braku możliwości otwarcia głównych drzwi. Na korytarzu było ciemno. W recepcji siedziały dwie młode kobiety, które nie potrafiły udzielić żadnej informacji, ponieważ tylko pilnowały tego miejsca, były tam na praktykach. Pierwsza wizyta badaczek odbyła się w środku dnia. Biorąc pod uwagę nietypową sytuację postanowiły przyjechać w to samo miejsce jeszcze raz. Ponowna wizyta też zakończyła się pocałowaniem klamki.

Fakt, iż badaczki otrzymały wyczerpującą informację na temat działań instytucji w niewiele ponad połowie zbadanych przypadków jest niepokojący. Co gorsza, danych na temat działań podejmowanych w gminie nie udzielono im praktycznie w żadnym z badanych miejsc. Negatywnym wynikiem jest też 15 przypadków, w których badaczki nie mieli poczucia, że są zachęceni do skorzystania z oferty. Wygląda na to, że potencjalny klient powinien sam wiedzieć czego chce i mieć silną motywację do uczestnictwa w zajęciach/ imprezach oferowanych w instytucjach kultury. Miejsca te nie funkcjonują jako punkty informacyjne. Świadczy o tym niska liczba wskazań na zachętę do skorzystania z oferty. Badaczki (lub osoby, które reprezentowały) mogły stać się nowymi klientami, ale nawet tak o nich nie pomyślano. Dość znamienne jest wypowiedź jednej z pracownic obsługujących tajemniczego klienta: *Pani z X powiedziała, że „błagać nie będę, żeby przychodziły”. Słowem, jeśli same zbierzemy grupę, to możemy coś zorganizować, jak nie to zajęcia się nie będą odbywać. Zachęciła natomiast w ten sposób, że staraliby się zaadaptować przestrzeń domu kultury pod konkretne zajęcia, gdyby zorganizowała się grupa.* Widzimy tutaj, że **instytucje zajmujące się kulturą mogą udostępnić miejsce, ale organizowanie zajęć leży w oddolnej inicjatywie mieszkańców**⁴⁵. W niektórych placówkach zdarzyło się, że badacz pytał o zajęcia dla babci czy rodzeństwa, a proponowano mu także aktywności, które mogłyby zainteresować bezpośrednio jego: *festiwale i imprezy w gminie, które są niezwykle ciekawe i jeśli tylko ma czas to warto w nich wziąć udział.* Mocno akcentowano atrakcyjność oferty i starano się aby propozycje były adekwatne do wieku badacza. Widać było szczere zaangażowanie pracowników badanej instytucji. Opisy badaczy wskazują jednak, iż zdarzają się również zupełnie odwrotne sytuacje tj. pracownicy zniechęcają klientów do udziału w zajęciach np.: *Odnośnie zajęć dla nas, to „żeby przyjść to trzeba mieć w sobie to coś. Grają panie na czymś? –Nie. – No właśnie.”* Jeśli odsyłano tajemniczego klienta do strony internetowej to raczej były to rady aby tam poszukać

⁴⁵ O podobnej sytuacji mówiono **podczas krakowskiego panelu jako o sytuacji pożądanej**, będącej konsekwencją upowszechniania się modelu partycypacyjnego w polityce kulturalnej gmin.

szczegółowych informacji na konkretny temat np. *czym zajmują się poszczególne sekcje sportowe*. W kilku przypadkach doradzano śledzenie *fanpage'a* na portalu społecznościowym Facebook. Zaznaczano, że *tam najszybciej pojawiają się nowości, jest możliwy bezpośredni kontakt i co więcej, można obejrzeć zdjęcia z wydarzeń*.

Instytucje w województwie mazowieckim znajdowały się zarówno w centralnej części gmin jak i na ich obrzeżach. Podczas analizy wyników **nie zauważyliśmy aby położenie placówki różnicowało jakość oferowanych usług**. Wiele instytucji z ofertą kulturalną *dzieli tu budynki z urzędem gminy lub innymi instytucjami o podobnej ofercie*. Tylko kilka z nich znajduje się w budynkach, których działalność ma zupełnie inny charakter np. *przychodnia* czy *straż miejska*. Zdecydowanie *pozytywnie była opisywana elewacja budynków*. Badaczki uznały, że są *odnowione lub nowe, często zadbane*. W pobliżu większości instytucji *znajdują się parkingi*. Zazwyczaj *można dojechać do nich transportem publicznym*. **W 10 przypadkach jest to niemożliwe, co znacznie zmniejsza dostępność tych miejsc**. Ogranicza bowiem grupę, która może skorzystać z oferty do tych którzy, albo posiadają samochód, albo mieszkają w okolicach. Wyjątkiem są 3 instytucje, w pobliżu których *nie ma gdzie zaparkować samochodu, nie można też do nich dojechać komunikacją miejską*. W założeniu są chyba propozycją tylko dla mieszkańców pobliskich terenów. Dwie spośród nich znajdują się *na obrzeżach gminy*. Kwestia **udogodnień dla osób niepełnosprawnych powinna wyglądać lepiej. Aż w 16 instytucjach ich nie ma**. Zazwyczaj są to stare budynki, zabytkowe dworki lub budownictwo z lat, 60., 80. lub 90. XX wieku. Tylko w 2 przypadkach badaczka zauważyła brak udogodnień dla osób niepełnosprawnych fizycznie pomimo tego, iż obiekt był stosunkowo nowy. **Kwestia oznaczeń zarówno w budynkach jak i poza nimi powinna być poprawiona**. Jeśli w instytucji nie ma recepcji to powinny być jasne wskazówki gdzie się udać. Jeśli tak nie jest, miejsce staje się nieprzyjemne dla klienta. Czuje się w nim zagubiony. Bardzo **istotna jest przejrzystość oraz komunikatory** np. drogowskie, tablice informacyjne lub obecność osoby, która udziela informacji i pomaga w poruszaniu się po instytucji. Badane miejsca wewnątrz są oceniane pozytywnie. Jest w nich *czysto, są pełne ogłoszeń o wydarzeniach. Są kolorowe, na ścianach wiszą prace dzieci i dorosłych, jest wiele medali i pucharów, pokazujących, że tętnią życiem, działają, mają ciekawą ofertę, odnoszą sukcesy*. Tylko w jednym przypadku badaczki zwróciły uwagę na to, że *wywieszone ogłoszenia były nieaktualne*. Trzeba jednak zaznaczyć, że wizyta miała miejsce w okresie wakacyjnym. Opisując swoje pierwsze wrażenia badaczki zwracały przede wszystkim uwagę na to, czy *wnętrze jest jasne czy ciemne*. Istotnym punktem oceny była również jego czystość. Często za cechę pozytywną uznawano *przytulność przestrzeni i wiążące się z nią ciepło. Przestronne wnętrza - jeśli były puste - określano negatywnie, nie zachęcały bowiem do aktywności*.

Tajemniczy klienci w województwie warmińsko-mazurskim zostali *grzecznie* potraktowani. Nie mieli wrażenia, żeby interakcje miały *charakter urzędowy*. W połowie badanych instytucji *odsyłano ich do innych osób lub miejsc*. Niemniej zazwyczaj takie zachowania były celowe, wg spostrzeżenie jednego z badaczy: *odesłano mnie do osoby odpowiedzialnej, która udzieli mi więcej informacji na ten temat*. Obserwacje badaczy wskazują na to, że *pracownicy nie byli przygotowani na rozmowę z klientem*. Zazwyczaj więc badacze byli **odsyłani do**

wyższych instancji: dyrektorów placówek, prezesów, sekretariatu. Pomimo tego, badacze mieli poczucie, że *ostatecznie rzetelnie poinformowano ich o ofercie odwiedzanych miejsc*. Jedna z badaczek opisuje w następujący sposób swoje wrażenia: *zostałam wyczerpująco poinformowana, pan Dyrektor poprosił o mój telefon, nie chciał numeru lecz sam aparat. Zrobił zdjęcie tablicy informacyjnej w biurze gdzie znajdują się nazwiska i godziny pracy instruktorów. Zaprosił mnie na korytarz X i po kolei pokazywał gdzie jaki instruktor prowadzi zajęcia. Wymienił jakie są i dla kogo (pytałam o zajęcia dla osoby dorosłej jak ja i dla dzieci/młodzieży w wieku 14-17 lat) i powiedział że trzeba samemu iść do instruktora który nas interesuje aby zapytać o miejsca i cenę takowych zajęć ponieważ on się nie orientuje czy są miejsca na chwilę obecną i ile zajęcia kosztują*. Brakowało tu jednak wiadomości dotyczących działań kulturalnych w gminie. W wielu przypadkach, badacze mieli poczucie, że *są zachęcani do skorzystania z oferty instytucji wręcz z nadgorliwością i szczerym entuzjazmem: Można korzystać jest pięknie i miło*. Niemniej, ten wynik powinien być znacznie wyższy. W 13 przypadkach klient otrzymał *dodatkowe informacje na temat innych zajęć niż te, którymi się interesował*. Raczej *nie odsyłano go do stron internetowych instytucji*.

Większość zbadanych miejsc znajduje się w *centrum gmin*. Co sprawia, że *dojazd jest do nich bezproblemowy*. Dla mieszkańców poruszających się samochodami zapewnione są *parkingi*. Instytucje posiadają swoje *tablice informacyjne*. Zdarza się jednak, że nie są one dobrze widoczne. Tyczy się to zarówno tablic wewnątrz jak i na zewnątrz budynku. W niemal połowie przypadków *klient nie wiedział gdzie ma się udać po informację*. Badane instytucje posiadają *własne budynki lub współdzielą przestrzeń z innymi o zbliżonej działalności*. Badacze zaznaczali, że ich elewacje *nie wymagają raczej odnowienia*. Kilka z nich jest *nowa, wiele zostało wyremontowanych*. Tylko 4 zostały ocenione jako *niezadowolające*. Większość budynków posiada *ułatwienia dla osób niepełnosprawnych fizycznie*. Pierwsze wrażenia dotyczące odczuć po wejściu do instytucji były *opisywane jako raczej negatywne*. Badacze zaznaczali, że: *jest szarawo, bez polotu; przeciętnie; trochę biurowo, trochę pozarządowo, trochę promocyjnie; ciemno, ponuro, szaro*. Jest tylko kilka *pozytywnych spostrzeżeń nawiązujących jednak bardziej do obsługi niż do wnętrza*. Problemem, który zauważali badacze **w województwie warmińsko-mazurskim jest czystość wnętrza instytucji kultury**.

Poniżej **analiza wg typów gmin**. Warto podkreślić, że liczba tych kart nie jest jednakowa w obu przypadkach. Wiąże się to z tym, iż w niektórych gminach - w szczególności tych dużych - przeprowadziliśmy badanie w większej liczbie instytucji kultury. W tabelach dane przedstawione są w ten sam sposób co w analizach w podziale wg województw.

Tabela 31. Traktowanie odwiedzających instytucje kultury, wg województw, N=105, w %

ZACHOWANIA	Gminy „D”			Gminy „S”		
	TAK	NIE	BD	TAK	NIE	BD
Grzecznie	71	19	10	73	14	13
Profesjonalnie	31	33	36	25	32	43
Gościnnie	24	31	45	29	37	35
Urzędowo	19	52	29	30	48	22

Źródło: badanie terenowe, oprac. własne AZ-K, BF. Kolorem czerwonym zaznaczone są najwyższe wartości w kolumnach „TAK.”

Tabela 32. Odsyłanie do kogoś innego, N=105, w lb i w %.

Zachowania	Gminy „D”			Gminy „S”		
	TAK	NIE	BD	TAK	NIE	BD
Odsyłanie do innych osób po informacje	52	48	-	44	51	5

Źródło: badanie terenowe, oprac. własne AZ-K, BF. Kolorem czerwonym zaznaczone są najwyższe wartości w kolumnach „TAK.”

Tabela 33. Udzielenie wyczerpującej informacji o działaniu instytucji i sytuacji kulturalnej gminy, N=105, w %.

Wypowiedzi	Gminy „D”			Gminy „S”		
	TAK	NIE	BD	TAK	NIE	BD
O działaniu instytucji	71	29	-	57	37	6
O sytuacji kulturalnej gminy	19	79	2	8	83	10

Źródło: badanie terenowe, oprac. własne AZ-K, BF. Kolorem czerwonym zaznaczone są najwyższe wartości w kolumnach „TAK.”

Tabela 34. Zachęcanie do skorzystania z innych elementów oferty kulturalnej, N=105, w %.

Zachowania	Gminy „D”			Gminy „S”		
	TAK	NIE	BD	TAK	NIE	BD
Zachęcanie osoby zapisywanej	64	36	-	62	32	6
Zachęcanie badacza i/lub innych osób	33	52	14	37	41	22

Źródło: badanie terenowe, oprac. własne AZ-K, BF. Kolorem czerwonym zaznaczone są najwyższe wartości w kolumnach „TAK.”

Tabela 35. Zachęcanie do skorzystania z innych elementów oferty kulturalnej, N=105, w %.

Zachowania	Gminy „D”			Gminy „S”		
	TAK	NIE	BD	TAK	NIE	BD
Proponowanie innych zajęć/imprez	50	48	2	44	48	8
Odsyłanie do strony internetowej	40	60	-	41	54	5

Źródło: badanie terenowe, oprac. własne AZ-K, BF. Kolorem czerwonym zaznaczone są najwyższe wartości w kolumnach „TAK.”

Tabela 36. Charakterystyka instytucji, N=105, w %.

Cechy instytucji i jej otoczenia zewnętrznego	Gminy „D”			Gminy „S”		
	TAK	NIE	BD	TAK	NIE	BD
Miejsca parkingowe	90	3	7	76	21	3
Umieszczenie w centrum miejscowości	74	26	-	65	33	2
Dojazd transportem publicznym	74	5	21	65	24	11
Udogodnienia dla niepełnosprawnych	69	26	5	54	38	8
Ogłoszenia (plakaty itp.) o działalności	60	7	33	59	21	20
Tablice informacyjne	55	12	33	73	14	13
Własny budynek	43	57	-	51	49	-
Miejsca odpoczynku (ławki, siedziska, itp.)	33	5	62	37	5	59
Umieszczenie na obrzeżach	26	74	-	33	65	2
Stojaki dla rowerów	12	5	83	11	2	87

Źródło: badanie terenowe, oprac. własne AZ-K, BF. Kolorem czerwonym zaznaczone są najwyższe wartości w kolumnach „TAK.”

Tabela 37. Charakterystyka instytucji wewnątrz, N=105, w %.

Cechy instytucji - wewnątrz	Gminy „D”			Gminy „S”		
	TAK	NIE	BD	TAK	NIE	BD
Charakterystyczne elementy wystroju	71	14	14	78	14	8
Ogłoszenia o wydarzeniach	52	10	38	65	8	27
poczekalnia	40	14	45	44	19	37
Czystość	38	60	2	52	44	3
Miejsca do siedzenia przed salami	38	17	45	44	17	38
Widoczność oznaczeń informacyjnych	36	36	29	44	32	24
Wydzielone miejsce do kontaktów z odbiorcami działań instytucji	36	10	55	43	11	46
Widoczne umiejscowienie recepcji	31	45	24	38	38	24

Źródło: badanie terenowe, oprac. własne AZ-K, BF. Kolorem czerwonym zaznaczone są najwyższe wartości w kolumnach „TAK.”

Istotną różnicą, dostrzegalną podczas porównywania danych ze względu na to, czy w danej gminie była przeprowadzona diagnoza czy też nie jest to, iż **w gminach typu „D” tajemniczy klienci zdecydowanie częściej byli informowani o działaniu instytucji**. Pomimo tego, że **badacze rzadko dostawali jakąkolwiek informację dotyczącą działania gminy, to i tak w gminach „D” miało to miejsce częściej**. Kwestia *zachęcania do oferty kulturalnej osoby zapisywanej* wygląda podobnie w obu przypadkach - **tylko minimalnie większy wynik osiągają gminy „D”**. Podobnie wygląda kwestia *proponowanych alternatyw dla zajęć*, o które zapytał tajemniczy klient.

W centrum miejscowości znajduje się więcej przebadanych instytucji z gmin typu „D” niż w gminach typu „S”. Natomiast ta druga grupa może się pochwalić **większą liczbą instytucji, które posiadają swój własny budynek**. Udogodnienia dotyczące **dojazdu i ewentualnej możliwości zaparkowania są lepsze w gminach typu „D”**. Natomiast **tablic informacyjnych jest stanowczo lepiej rozwiązana w gminach typu „S”**. Dotyczy to zarówno *oznaczeń odnoszących się do miejsca*, w którym znajduje się instytucja i *wskazań jaką pełni funkcję*, jak i *kierunkowskazów ułatwiających poruszanie się wewnątrz* niej w celu otrzymania oczekiwanej informacji. Kwestia **udogodnień dla osób niepełnosprawnych ruchowo jest podobna w obu kategoriach**. Wyniki te powinny być stanowczo wyższe. Lepiej jest **w gminach „D”**, ale mowa tu o 69%, co i tak nie jest powodem do dumy. **Można zatem sądzić, że wpływ diagnoz sytuacji kultury w badanych gminach nie ma istotnego znaczenia na polepszenie jakości ich usług**. Zaobserwowane różnice są na tyle **niewielkie, że mogą być kwestią przypadku**.

WERYFIKACJA NARZĘDZIA BADAWCZEGO

W stworzonej na etapie planowania badania karcie obserwacji wprowadziliśmy zmiany, mając na uwadze spostrzeżenia zgłaszane przez badaczy terenowych po badaniu. Dla wszystkich badaczy biorących udział w realizacji tego modułu badania było to doświadczenie nowe i – momentami mocno – stresujące, np. gdy stykali się z ostentacyjną niekompetencją i/lub niegrzecznością. Przede wszystkim dlatego podkreśliliśmy w instrukcji, że badacz musi zapisać kogoś, a nie siebie na zajęcia w instytucji. Ważne ze względów etycznych jest to, by *zapisywać* osobę nieobecną podczas badania. W karcie obserwacji podzieliliśmy też każdy możliwy punkt na szczegółowe kryteria – ma to pomagać badaczom w porządkowaniu obserwacji. Zakładamy, iż badacze mający poczucie obowiązku będą się bowiem starali wypełniać każdy wiersz kolumny. Czasami mieliśmy wrażenie, że braki danych wynikały ze swoistego pogubienia się czy też niedostrzeżenia pewnych zagadnień, o których pierwotna instrukcja informowała zbyt ogólnie. Zdarzało się to nawet doświadczonym badaczom terenowym. Istotną zmianą jest także wprowadzenie na początku karty informacji o tym kogo badacz chciał zapisać i na jakie zajęcia. Ten punkt jest ważny aby móc później lepiej zanalizować ofertę instytucji. W tabelach pojawiło się też kilka nowych zagadnień, takich jak: *czy są miejsca do siedzenia w pobliżu instytucji, czy są stojaki na rowery*. Są to kwestie opisywane przez niektórych badaczy, ale nie można ich było poddać dokładnej analizie (np. w przekroju wg województw) ponieważ nie wszyscy zwracali na nie uwagę.

METODA *TAJEMNICZEGO KLIENTA* ma podwójną funkcjonalność:

- może być używana przez badaczy pracujących jako *tajemniczy klienci*;

- ale istnieje też inna możliwość jego wykorzystania, a mianowicie **użycie go jako ankiety ewaluacyjnej dla klientów/odbiorców działań instytucji kultury**. W niektórych gminach badacze zauważyli **informacyjne punkty elektroniczne z dostępem do sieci**, które mogłyby być w tym celu wykorzystywane, zapewniając też opiniodawcom **anonimowość**. Taka ankieta mogłaby również znaleźć się na stronach instytucji. Jej papierowa wersja powinna znajdować się w recepcji.

REKOMENDACJE

Praca *tajemniczych klientów* wykazała, że jest wiele elementów, które powinny być **najpierw porządnie zewalutowane w skali kraju, a następnie zmienione w konkretnych instytucjach kultury**. Przede wszystkim, **obecnie funkcjonowanie wielu z nich przypomina bardziej działalność punktu informacyjnego niż miejsce dziania się żywej kultury**. Kieruje się tam potencjalnego klienta pokazując mu gdzie ma się udać aby uzyskać informację, ewentualnie aby móc się zapisać na wybrane zajęcia, najlepiej wcześniej zapoznając się z ich opisem na stronie internetowej lub *fanpage'u* portalu społecznościowego Facebook. Ten efekt można opisywać w kategoriach

mcdonaldyzacji usług kulturalnych⁴⁶. Jak pisze George Ritzer: „UWAGA! Socjologowie ostrzegają, że częste korzystanie z systemów zmakdonaldyzowanych może być szkodliwe dla fizycznego i psychicznego samopoczucia jednostki i dla społeczeństwa jako całości”⁴⁷. **Brakuje pracowników**, którzy by zachęcali mieszkańców do działań kulturalnych, **miejsc**, które by tętniły życiem i zachęcały wszystkich, bez względu na wiek, umiejętności, ograniczenia ruchowe czy płeć, do aktywności. **Zbyt dużo instytucji wciąż nie posiada podjazdów lub wind** dla osób niepełnosprawnych ruchowo. **Pracownicy powinni bardziej skupić się na kliencie**, zachęcać go, proponować alternatywy oraz informować o tym co dzieje się nie tylko w instytucji, ale ogólnie w całej gminie. Ogromnym plusem byłoby również podniesienie ich wiedzy na ten temat. Odsyłanie do innych instytucji lub osób w celu pogłębienia informacji jest oczywiście jak najbardziej pozytywne. Pokazuje, że **różne placówki w gminie są ze sobą dobrze zsieciovane. Niemniej, czasami można odnieść wrażenie, że tzw. łańcuszki odsyłań są spowodowane brakiem kompetencji**. Badacze nie mieli wielu zastrzeżeń do **wnętrz instytucji**. Zwracali szczególną uwagę na ich czystość i oświetlenie. Jako najczęściej podawane pozytywne wrażenie można uznać słowo *przytulnie*. Instytucje powinny starać się aby być **czyste, jasne i przytulne**. Pozytywnie oceniane były również charakterystyczne elementy wystroju, takie jak prace uczestników zajęć, dyplomy, medale, ogłoszenia o wydarzeniach. Takie dekoracje świadczyły o aktywności miejsca. Na negatywną ocenę usług miało wpływ **złe oznaczenie instytucji. Istotne są zarówno informacje na zewnątrz budynku jak i wewnątrz niego**. Jeśli klient nie wie gdzie się udać po informacje od razu jest zniechęcony. Wreszcie **skorzystanie z przygotowanego przez nas narzędzia jako anonimowej ankiety ewaluacyjnej mogłoby pomóc uniknąć opisanych błędów**. Oczywiście ma to sens tylko i wyłącznie wtedy, kiedy wnioski z analizy tych ankiet będą wdrażane w życie.

⁴⁶ Por. George Ritzer, *Mcdonaldyzacja społeczeństwa*, Warszawa: Wyd. Muza SA, 1997.

⁴⁷ Ibidem, s. 330.



Barbara Fatyga

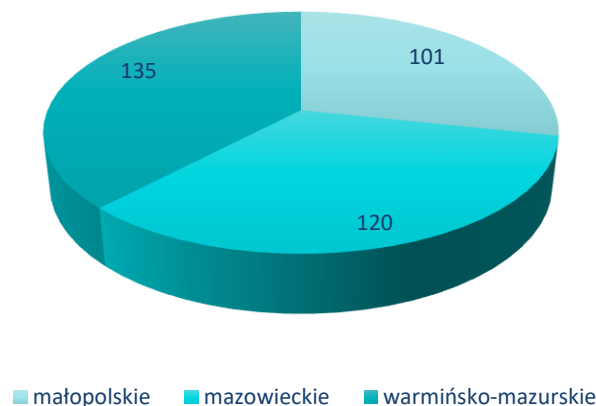
ANALIZA TESTU DWUDZIESTU STWIERDZEŃ TWÓRCÓW I WYKONAWCÓW LOKALNYCH POLITYK KULTURALNYCH

NOTKA METODOLOGICZNA

Analiza zaprezentowana poniżej jest typową analizą jakościowo-ilościową. Uzyskaną w TST liczbę kategorii samoopisu JA przedstawia wyk. 29. Co ciekawe, **12 osób proszonych o odpowiedź „kim jestem” przestraszyło się tej metody i odmówiło wypełnienia testu**, co przy **średniej 9 wymienianych kategorii** pozbawiło nas materiału badawczego w liczbie 108 dodatkowych autoidentyfikacji bądź autoprezentacji. **Efekt tego rodzaju wystąpił na taką skalę po raz pierwszy w naszych badaniach**⁴⁸. Dodajmy, że gdyby wszyscy zbadani urzędnicy wypełnili poprawnie test powinniśmy otrzymać do analizy $51 \times 20 = 1.020$ samookreśleń. Zabrakło więc 65,1% oczekiwanego materiału. W tym wypadku świadomie nie podajemy dalszych podziałów – np. wg typów gmin, bowiem liczebności byłyby tu zbyt niewielkie i więcej by mówiły o naszych rozmówcach (oraz - być może – nawet ich dekonspirowały) niż o stosunku *urzędników* do ich pracy i do społeczności lokalnych, na które wpływają.

⁴⁸ Por. Barbara Fatyga, Profile of Cultural Figures of Warmia-Masuria. Research Outline, (w:) „*Societas/Communitas. Special Issue In Memoriam Aldona Jawłowska*”, nr 2, 2014.

Wykres 29. Liczba kategorii samoopisu *URZĘDNIKÓW* w TST, wg województw, N=356, w lb.



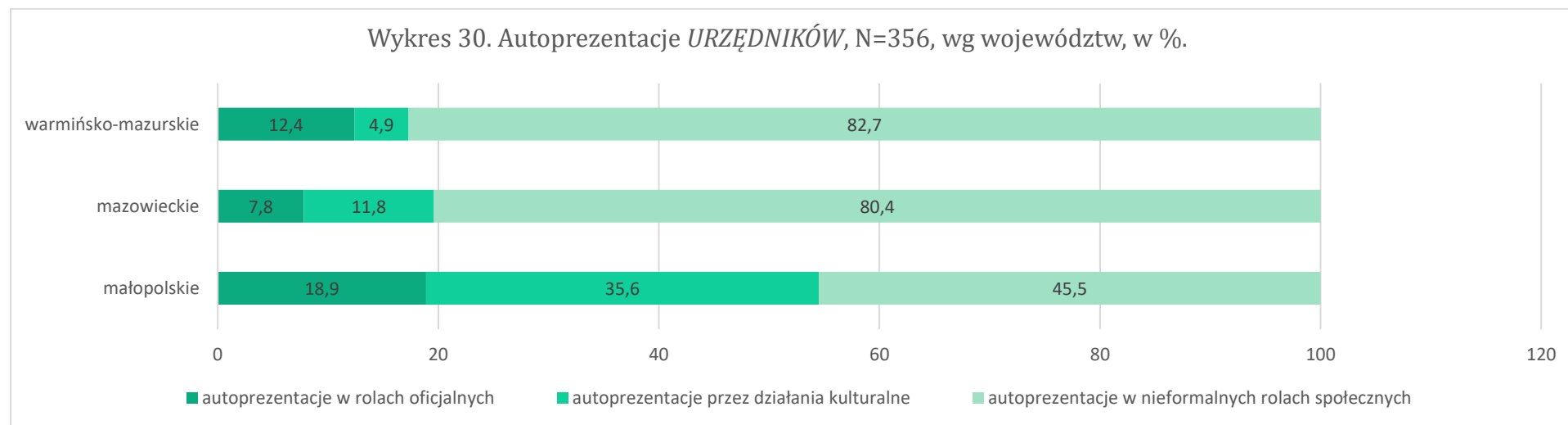
Źródło: badanie terenowe, oprac. własne, KR-S, BF.

W dalszej analizie zwracamy szczególną uwagę na te kategorie autoprezentacyjne i autoidentyfikacyjne *urzędników*, które wiążą badanych ze społecznościami lokalnymi oraz z rolami zawodowymi bądź nieformalnymi funkcjami w życiu kulturalnym badanych gmin.

Jak widać na wyk. 30, **zdecydowanie najrzadziej kategorii prywatnych, nieformalnych ról społecznych i cech charakteru używali do samoopisu urzędnicy z województwa małopolskiego; jednakże we wszystkich 3 województwach była to kategoria dominująca**. Najprawdopodobniej - jak zdają się świadczyć porównania wyników badań z 2012 roku prowadzonych przez nas na Warmii i Mazurach (ludzi kultury i pracowników socjalnych⁴⁹) oraz ogólnopolskie badanie nauczycieli Tomasza Kasprzaka na próbie TST liczącej

⁴⁹ Por. Barbara Fatyga (red.), *Kultura pod pochmurnym...*, op. cit., ss. 71-76 oraz: Magdalena Dutkiewicz, Barbara Fatyga, Ryszard Michalski, Katarzyna Chwieduk, Marcin Sińczuch, *Pomosty. Budowanie kapitału społecznego młodzieży ze środowisk wiejskich Warmii i Mazur*, 2012, http://pomosty.org.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=99

ponad 2800 kategorii⁵⁰, **autoprezentacja pokazująca ludzi związanych z kulturą jako *interesujących, posiadających pasje i hobbies, wrażliwych na sztukę, prospołecznych* i – co ciekawe – *mocno związanych rodzinie indywidualistów* jest typowa dla tej kategorii społecznej w naszym kraju.**

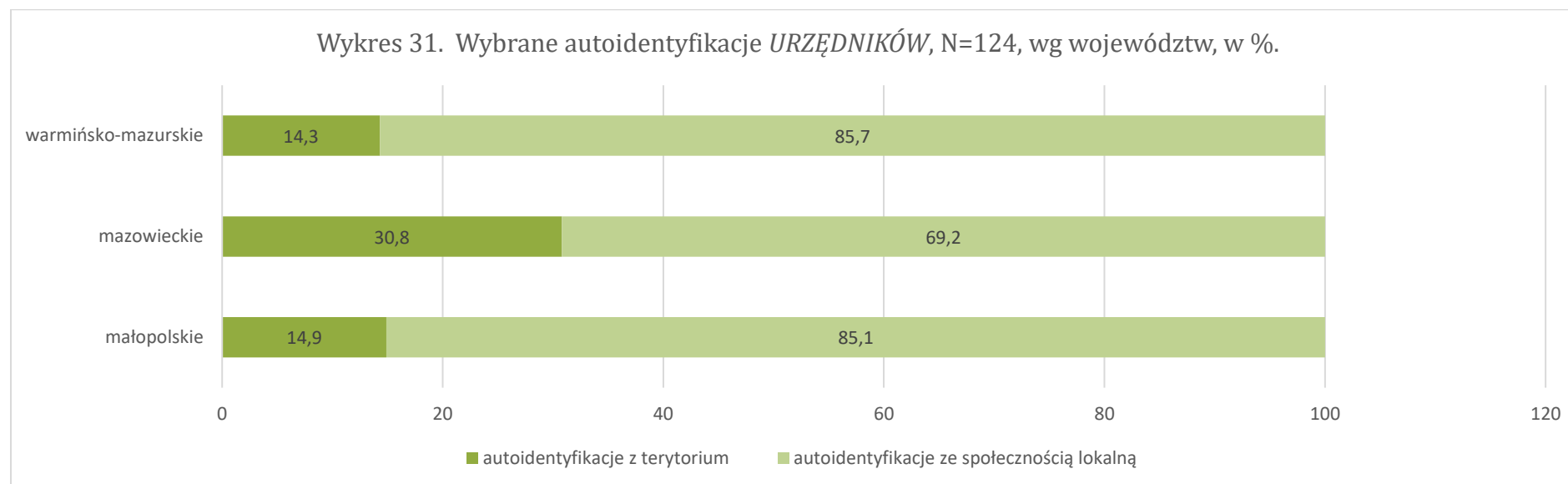


Źródło: badanie terenowe, oprac. własne KR-S, BF.

Wynik TST dotyczący **autoprezentacji przez działania kulturalne** ludzi kultury Warmii i Mazur z 2012 roku, (przy znacznie większej liczbie kategorii samoopisu =1.185 oraz zbadaniu wszystkich gmin w województwie), wówczas był niemal dwukrotnie wyższy (9%) niż ten uzyskany przez nas w 2016 roku. Ciekawe jest także, iż **autoprezentacje przez działania kulturalne zdecydowanie najczęściej przedstawiali urzędnicy z województwa małopolskiego. Oni też najczęściej używali w samoopisie autoprezentacji w rolach oficjalnych.** Można zatem uznać, że w najmniejszym stopniu okazali się ludźmi prywatnymi, a być może także ich identyfikacja z instytucjami była relatywnie największa. Z kolei **autoprezentacje przez role oficjalne** (zawodowe i charakter wykonywanej pracy) w badaniu ludzi kultury **Warmii i Mazur** z 2012 roku to 14% ogółu i wg danych z 2016 roku (12,4%) więc **wydają się pozostawać na względnie stałym poziomie.**

⁵⁰ Wystąpienie Autora na moim seminarium doktoranckim w Zakładzie Metod Badania Kultury ISNS UW poświęcone prezentacji wyników badania TST nauczycieli do rozprawy doktorskiej.

Przyjrzyjmy się jeszcze wynikom TST pod kątem autoidentyfikacji z konkretnym terytorium i społecznością lokalną badanych – por. wykres 31. Badane osoby **identyfikowały się przede wszystkim ze społecznościami lokalnymi podkreślając więzi i role formalne**, bardzo rzadko pojawiły się tu kategorie takie, jak *bochniak, ełczanka, sąsiadka*, a nawet *mieszkaniec*, świadczące o zakorzenieniu, własnym miejscu w danej społeczności. Wynik ten wydaje się spójny z deklarowanymi stosunkowo rzadko **więziami z terytorium**. Te zresztą głównie odnosiły się nie do konkretnych miejsc lecz do **kraju (Polski)**. W tym kontekście warto zauważyć, że **identyfikacje terytorialne** dwukrotnie częściej niż w pozostałych dwóch województwach podali **urzędnicy z mazowieckiego**.



Źródło: badanie terenowe, oprac. własne KR-S, BF.

Oczywiście obserwacje te nie mogą mieć charakteru mocno ugruntowanych w empirii wniosków (np. o różnicach w etosie pracy powiązanych z podziałami historycznymi, w tym zaborowymi), ale mogą być źródłem interesujących hipotez w dalszych badaniach. Bowiern samo narzędzie po raz kolejny potwierdziło swoją użyteczność do tego rodzaju analiz.



Barbara Fatyga, Mariusz Piotrowski

ANALIZY PRZESTRZENNE – PRZYKŁADY GMIN Z 3 WOJEWÓDZTW

Dzięki uprzejmości dr Mariusza Piotrowskiego z Zespołu Węzła Centralnego FOŻK-SB, koordynującego projekt Fundacji pn. „GIS kultura. Budowa systemu geolokalizacji infrastruktury żywej kultury”, którego głównym celem było stworzenie narzędzia do przestrzennych analiz infrastruktury kulturalnej, możemy poniżej **zaprezentować jak działa to narzędzie, na przykładzie 9 zbadanych gmin**. Są to:

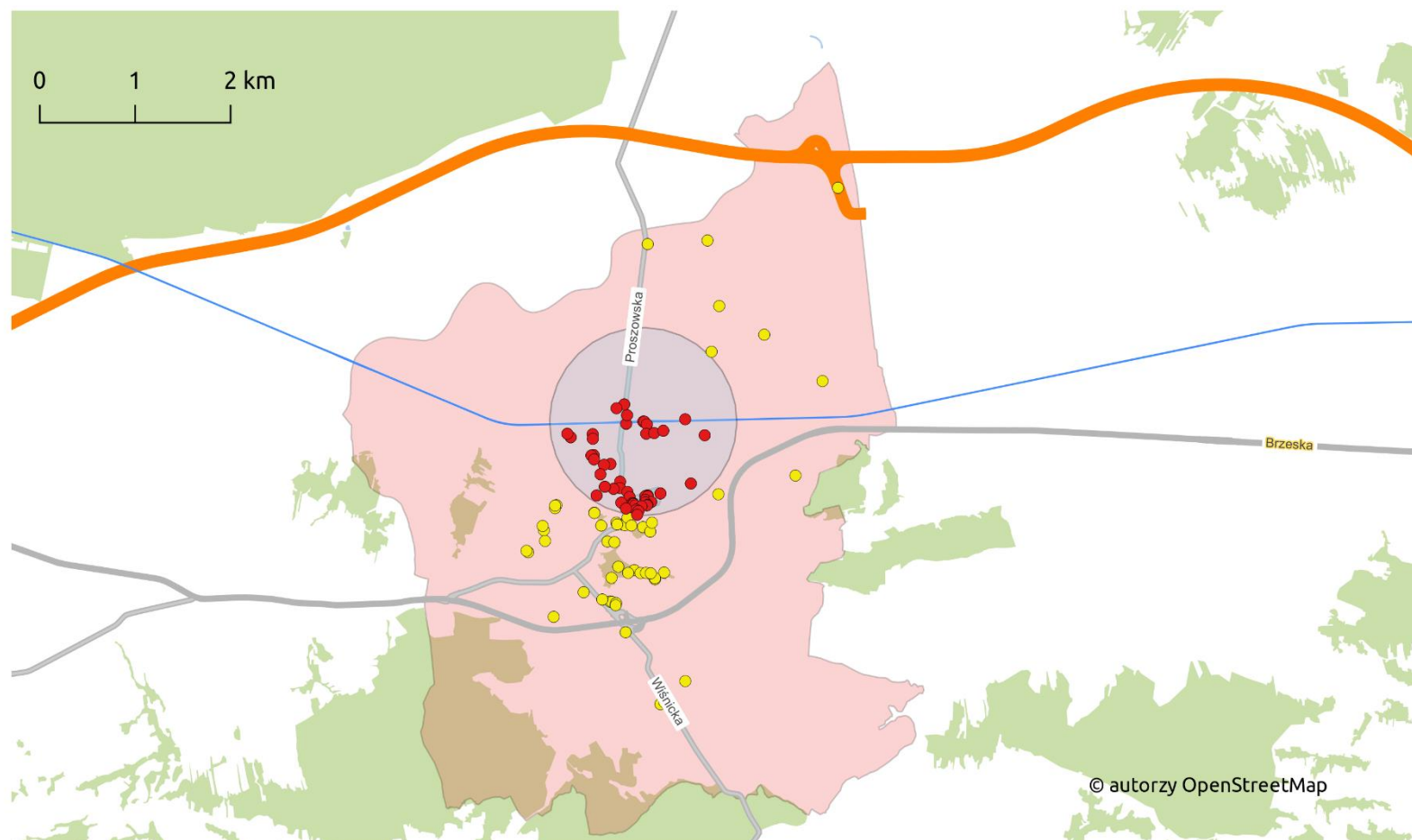
z **województwa małopolskiego**: gmina miejska Bochnia (typ „D” -ponadlokalny), gmina wiejska Bochnia (typ „S” – niskie wskaźniki sytuacji kulturalnej), gmina miejsko-wiejska Krzeszowice (typ „S” – wysokie wskaźniki);

z **województwa mazowieckiego**: gmina wiejska Długosiodło (typ „D” – lokalno-programowy), gmina miejska Otwock (typ „S” – wysokie wskaźniki), gmina miejsko-wiejska Żuromin (typ „D” - lokalno-partycypacyjny);

z **województwa warmińsko-mazurskiego**: gmina miejska Ełk (typ „D” lokalno-partycypacyjny), gmina wiejska Ełk (typ „S” – niskie wskaźniki) i gmina miejsko-wiejska Orneta (typ „D” – lokalno-partycypacyjny).

Zamieszczone poniżej **mapy obrazują przestrzenną i społeczno-kulturową DOSTĘPNOŚĆ obiektów infrastruktury kulturalnej, wąsko rozumianej w kontekście ogółu obiektów żywej kultury na terenie tych gmin**. Dostępność tę można oceniać m.in. dzięki tzw. *buforom* czyli odległościom wyznaczanym przez promień biegnący od **ustalonego obiektu centralnego w gminie, za który uznaliśmy dworce kolejowe lub autobusowe (ogólnie – centralne węzły komunikacyjne)**. Przyjęte tutaj bufory obejmują odległości w promieniu 300, 600 i 1000 metrów, czyli takie, które bez większego wysiłku można pokonać pieszo. Dane zobrazowane na kolejnych mapach pozwalają także odnieść **infrastrukturę kulturalną do sieci komunikacyjnej, (w tym przystanków i parkingów)** oraz do **gęstości zaludnienia na km²**.

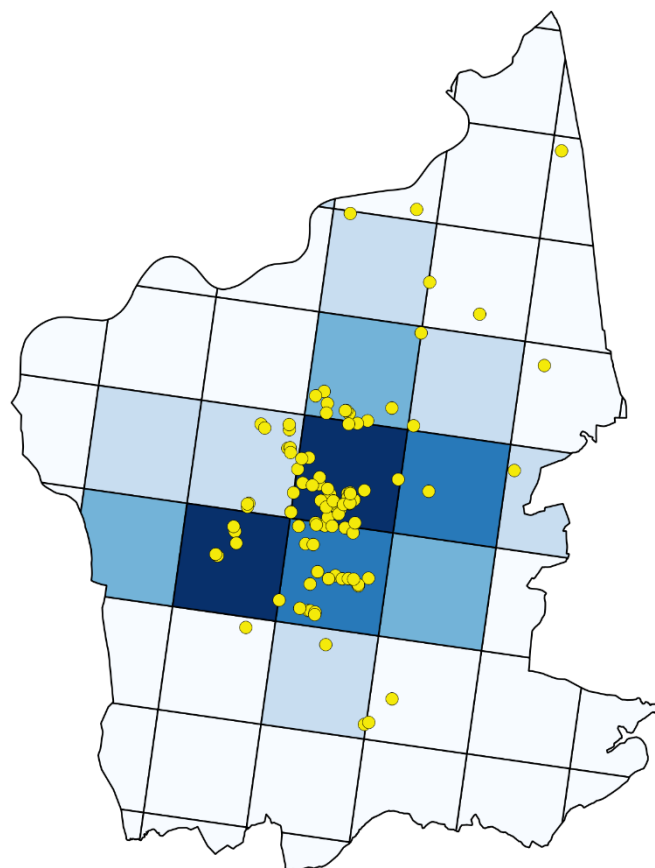
Kolejnym atutem narzędzia jest **możliwość skorzystania z baz danych edytowanych w arkuszach excel, co pozwala wykonywać analizy strukturalne zarówno indeksów żywej kultury, jak i pojedynczych kategorii obiektów** (np. całej infrastruktury gastronomicznej czy infrastruktury upowszechniania kultury (indeksy) albo wyłącznie restauracji na danym terenie lub tylko domów kultury w gminach). W dalszych pracach mamy zamiar tworzyć mini-atlasy gmin, wykorzystując opisane tu możliwości. Co więcej, w miarę dołączania nowych baz danych możliwości analityczne tego narzędzia będą się jeszcze zwiększać; w szczególności dla badań jednego z **kluczowych zagadnień polityki kulturalnej, jakim jest dostępność lokalnych ofert kulturalnych dla społeczności**.



Gmina miejska Bochnia, woj. małopolskie.
Wyróżnione obiekty infrastrukturalne (n = 105).
Powierzchnia gminy = 29,852 km²

Legenda

- Obiekty Żywej kultury [105]
- Obiekty Żywej Kultury w buforze [51]
- Bufor 1000m
- autostrady
- ekspresowe
- drogi wojewódzkie
- linie kolejowe



Gmina miejska Bochnia, woj. małopolskie
Mapa infrastruktury żywej kultury względem ludności na km²
Dane NSP 2011 GUS, openstreetmap.
Metoda tworzenia przedziałów ludności: Naturalne przedziały (Jenksa)

Legenda

● Obiekty Żywej kultury [105]

Przedziały ludności na km²

0 - 431

431 - 970

970 - 1803

1803 - 2749

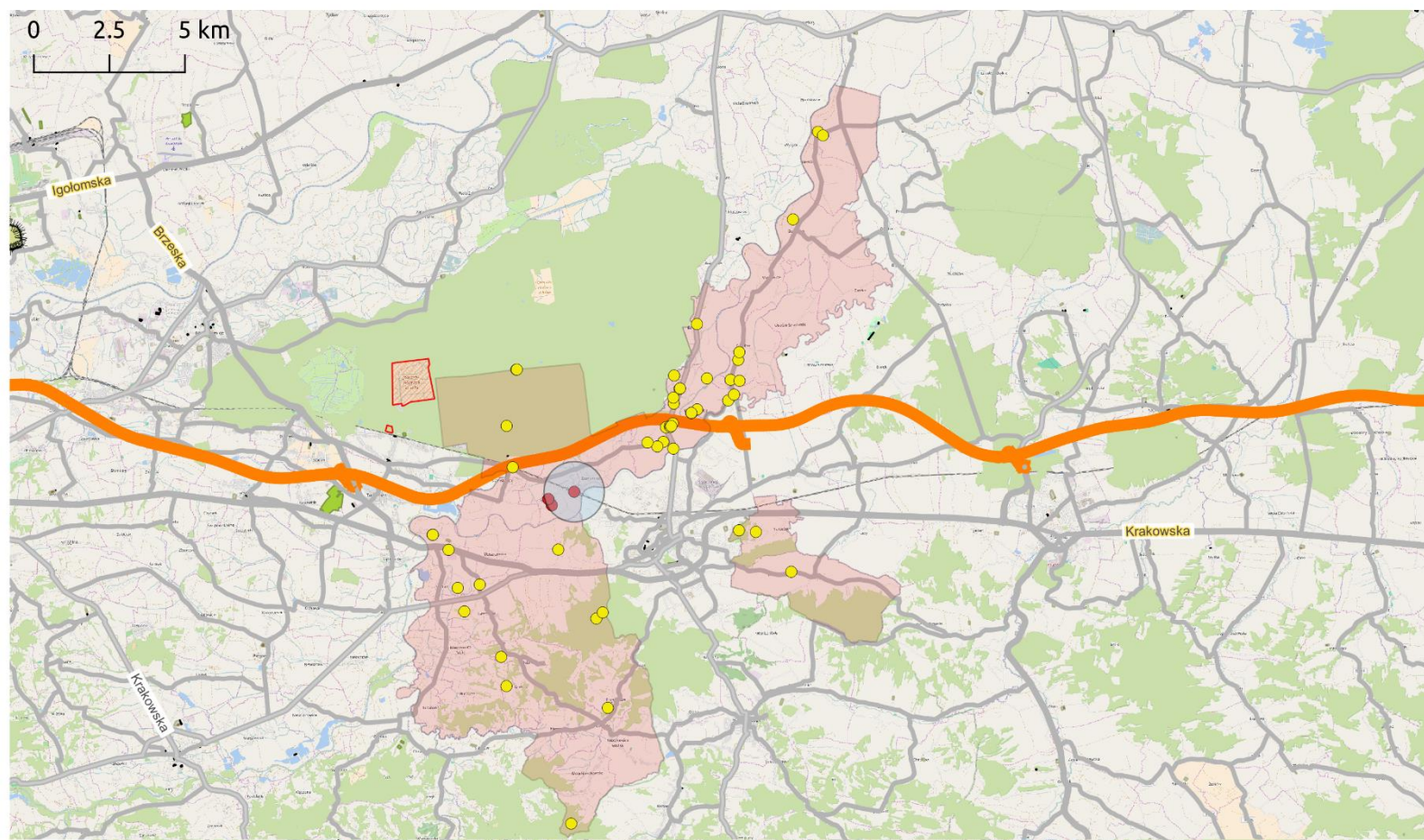
2749 - 6106



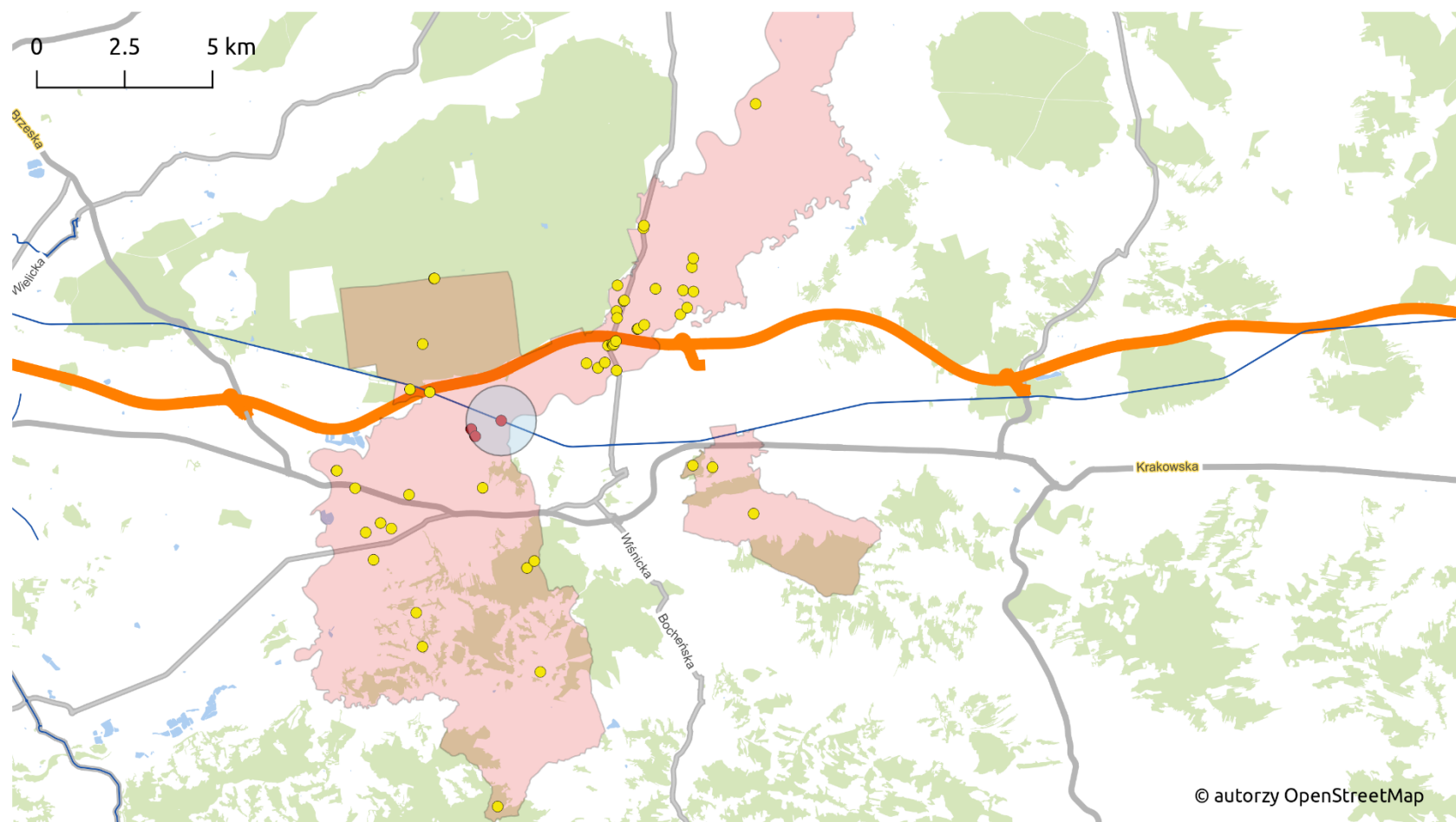
Legenda

- Obiekty Żywej Kultury w buforze [51]
 Bufor 1000m
 Bufor 300m
 ● Obiekty Żywej kultury [105]
 Bufor 600m

Gmina miejska Bochnia, woj. małopolskie
wyróżnione obiekty infrastrukturalne (n = 51)
Punkt centralny : Stacja kolejowa w Bochni



Gmina wiejska Bochnia, woj. małopolskie
wyróżnione obiekty infrastrukturalne (n = 54)

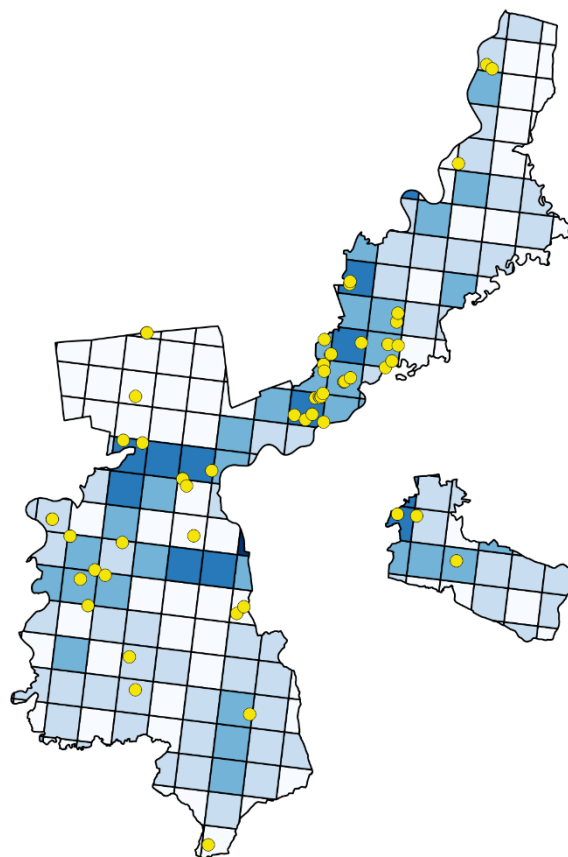


Gmina wiejska Bochnia, woj. małopolskie.
wyróżnione obiekty infrastrukturalne (n = 57).
Powierzchnia gminy: 130,583 km².

Legenda

- | | |
|---------------------------------------|---------------------|
| ● Obiekty Żywej Kultury [57] | — autostrady |
| ● Obiekty Żywej Kultury w buforze [4] | — ekspresowe |
| ■ Bufor 1000m | — drogi wojewódzkie |
| | — linie kolejowe |

0 2.5 5 km



Gmina wiejska Bochnia, woj. małopolskie
Mapa infrastruktury żywej kultury względem ludności na km².
Dane za NSP 2011 GUS, openstreetmap.
Metoda tworzenia przedziałów ludności: Naturalne przedziały (Jenksa)

Legenda

● Obiekty Żywej Kultury [57]

Przedziały ludności na km²

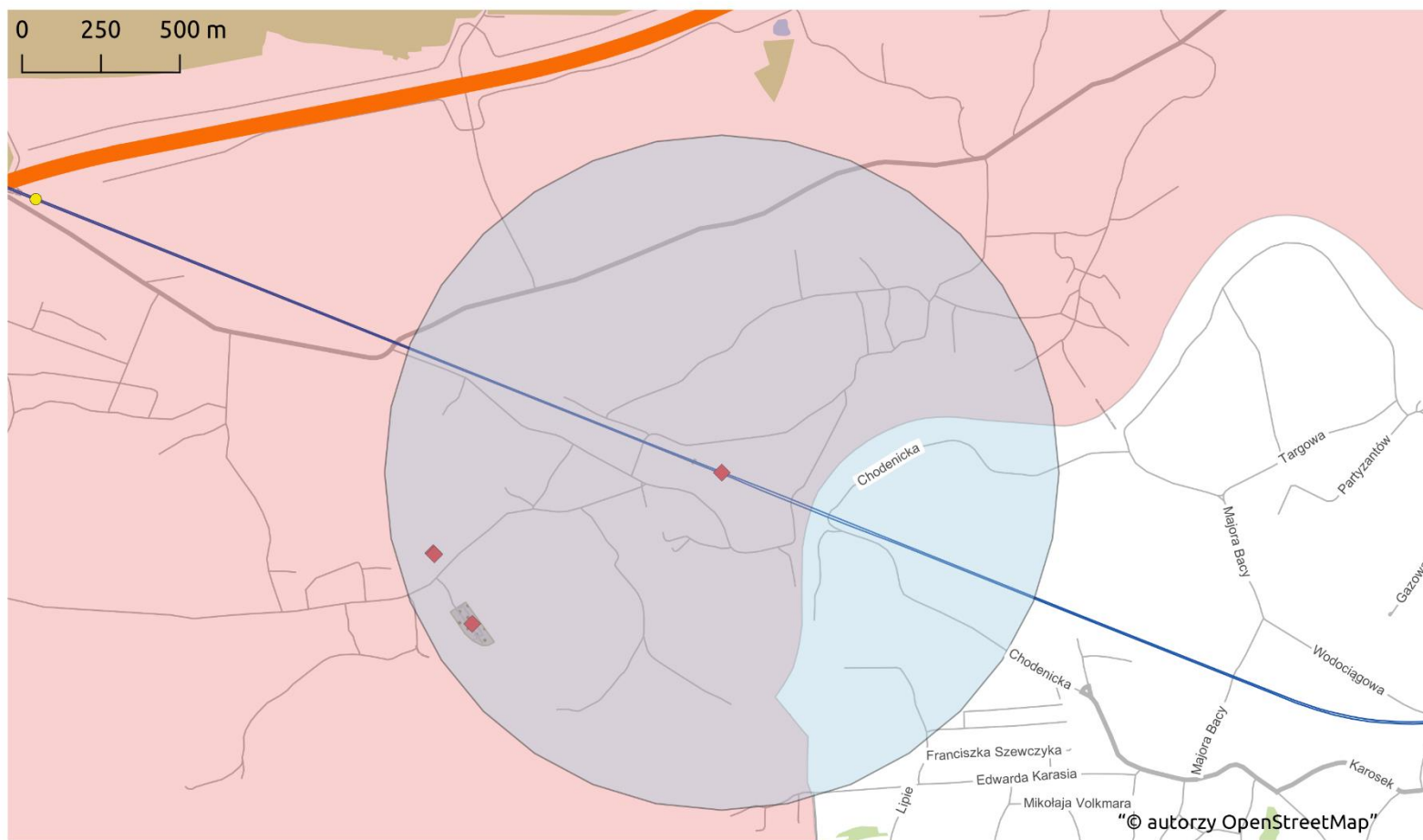
0 - 72

72 - 181

181 - 358

358 - 792

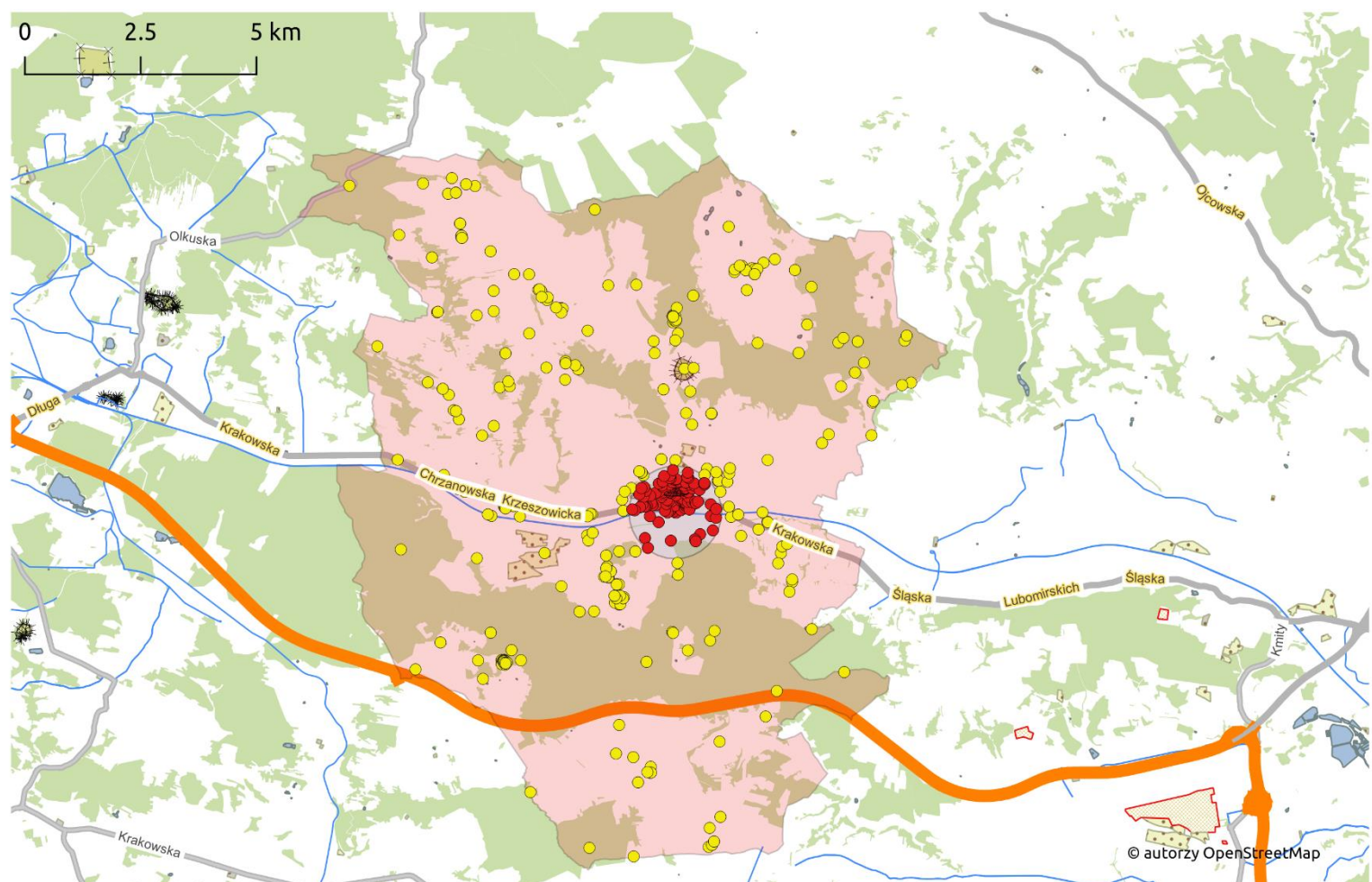
792 - 1648



Gmina wiejska Bochnia, woj. małopolskie
 wyróżnione obiekty infrastrukturalne (n = 4)
 Punkt centralny: Stacja kolejowa w Cikowicach

Legenda

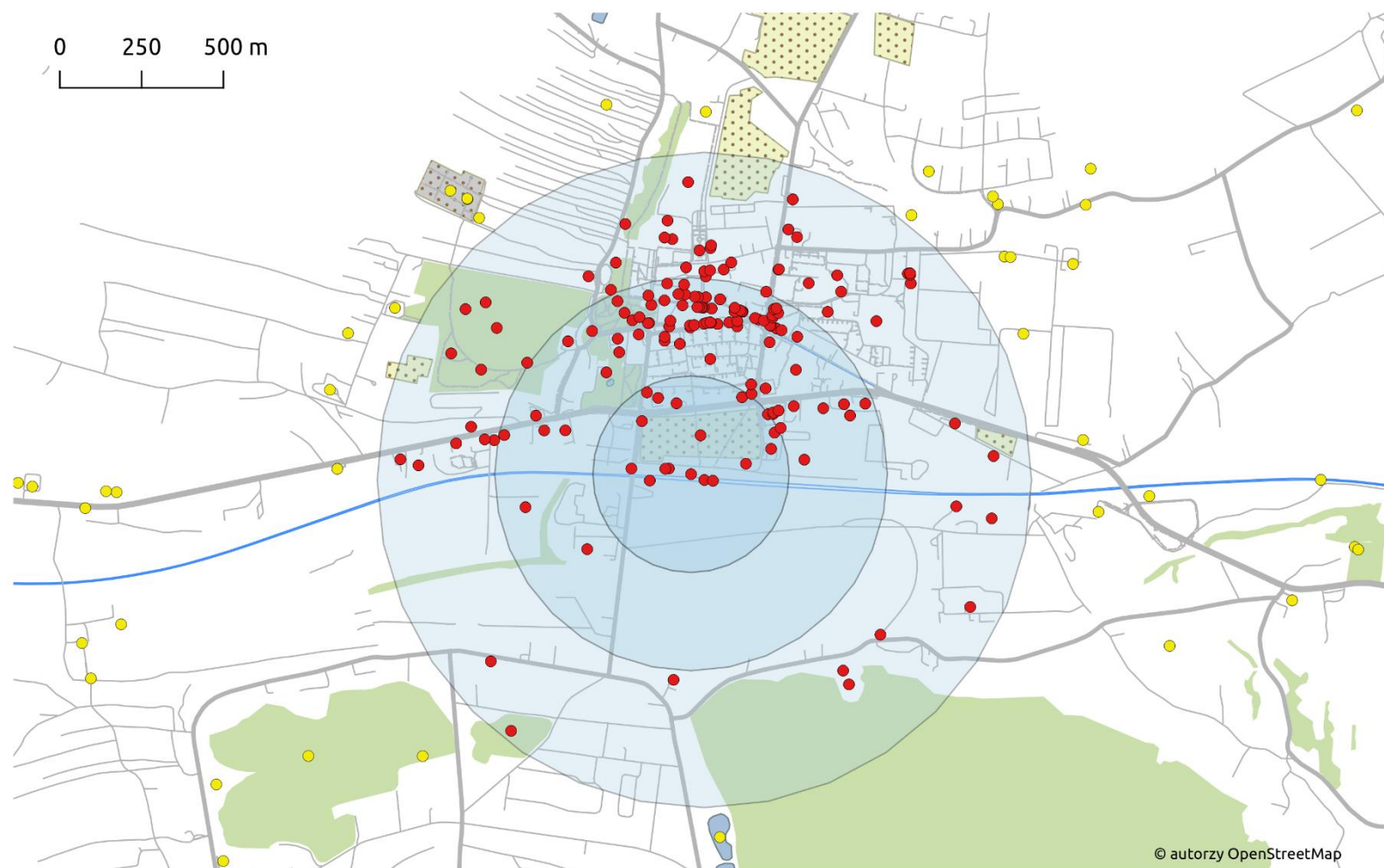
- Bufor 1000m
- Obiekty Żywej Kultury w buforze [4]
- Obiekty Żywej Kultury
- Obszar gminy
- Linia kolejowa



Gmina miejsko-wiejska Krzeszowice,
województwo małopolskie
wyróżnione obiekty infrastrukturalne (n = 436)
Powierzchnia gminy: 138,692 km²

Legenda

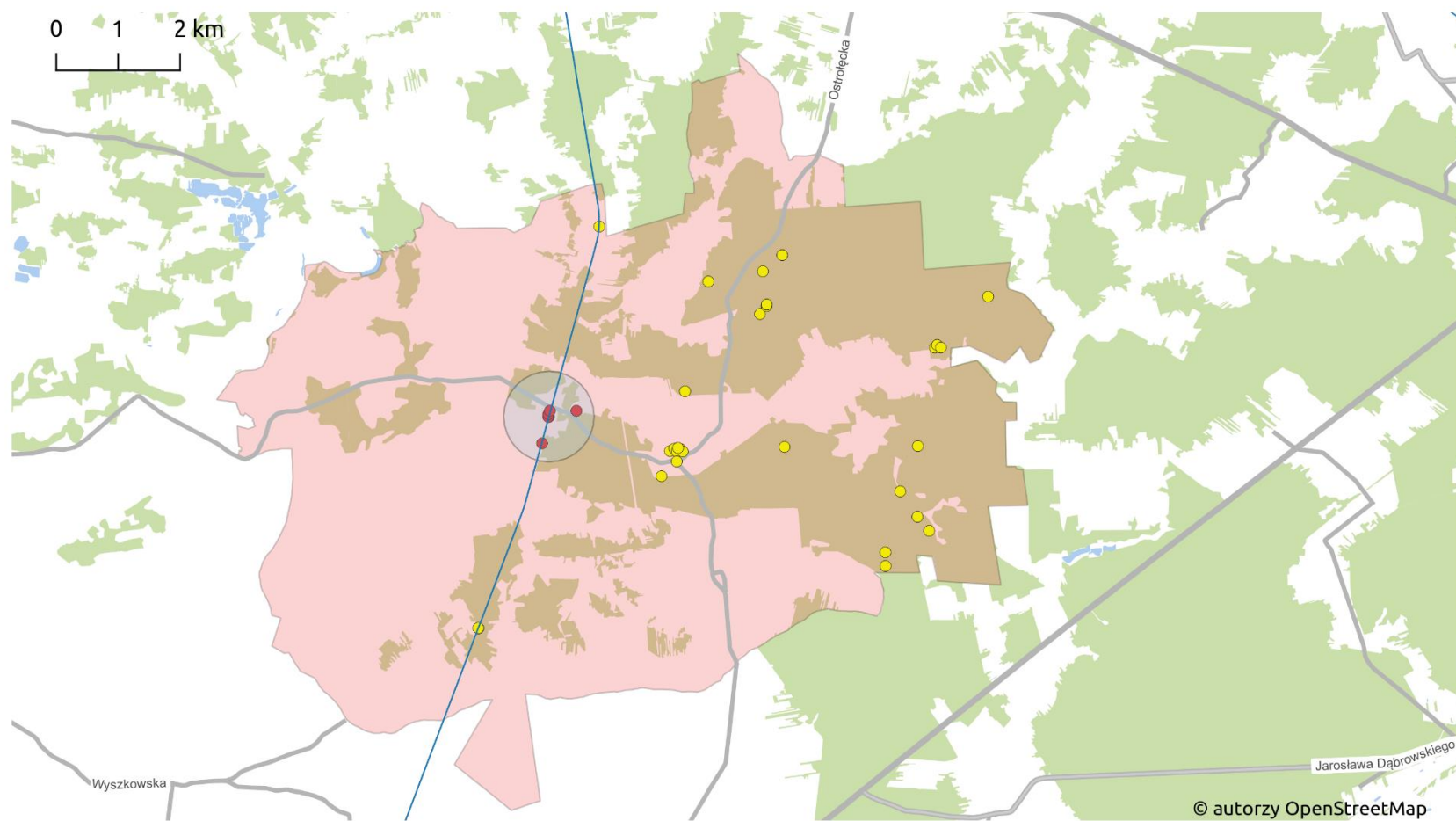
- Obiekty Żywej Kultury [436]
- Obiekty Żywej Kultury w buforze [158]
- Bufor 1000m
- Obszar gminy
- autostrady
- ekspresowe
- drogi wojewódzkie
- linie kolejowe



Gmina miejsko-wiejska Krzeszowice,
województwo małopolskie
wyróżnione obiekty infrastrukturalne (n = 158)
Punkt centralny: Stacja kolejowa w
Krzeszowicach

Legenda

- Obiekty Żywej Kultury w buforze [158]
- Obiekty Żywej Kultury [436]
- Bufor 300m
- Bufor 600m
- Bufor 1000m



Gmina wiejska Długosiodło, woj. mazowiecki.
wyróżnione obiekty infrastrukturalne (n = 39)
Powierzchnia gminy: 167,579 km²

Legenda

- Obiekty Żywej Kultury [38]
- Obiekty Żywej Kultury w buforze [9]
- Bufor 1000m
- ekspresowe
- drogi wojewódzkie
- linie kolejowe

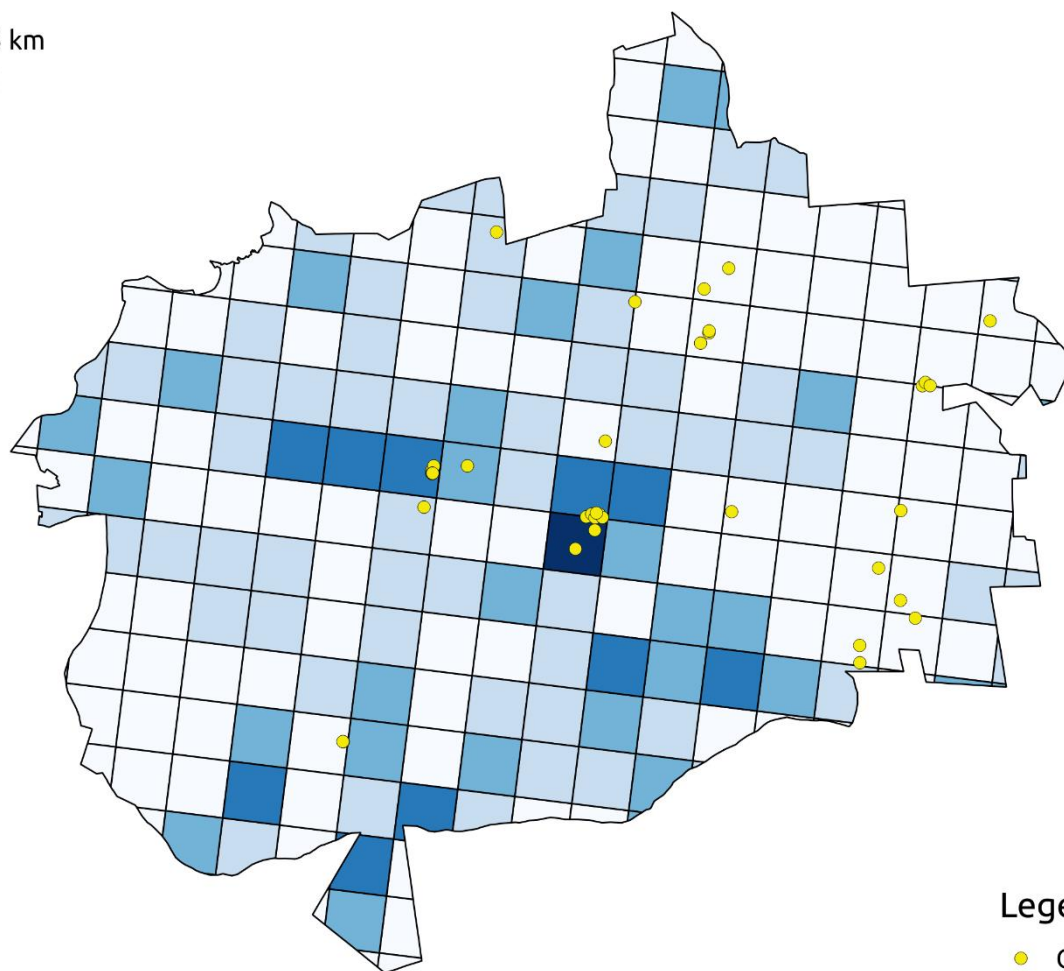


Gmina Długosiodło, woj. mazowieckie
wyróżnione obiekty infrastrukturalne (n = 9)
Punkt centralny : Stacja kolejowa Przetycz

Legenda

- Obiekty Żywej Kultury w buforze [9]
- Bufor 300m
- Bufor 600m
- Bufor 1000m
- Obiekty Żywej Kultury [38]

0 2.5 5 km



Gmina wiejska Długosiodło, woj. mazowieckie.
Mapa infrastruktury żywej kultury względem ludności na km².
Dane za NSP 2011 GUS, openstreetmap.
Metoda tworzenia przedziałów: Naturalne przedziały (Jenksa)

Legenda

● Obiekty Żywej Kultury

Przedziały ludności na km²

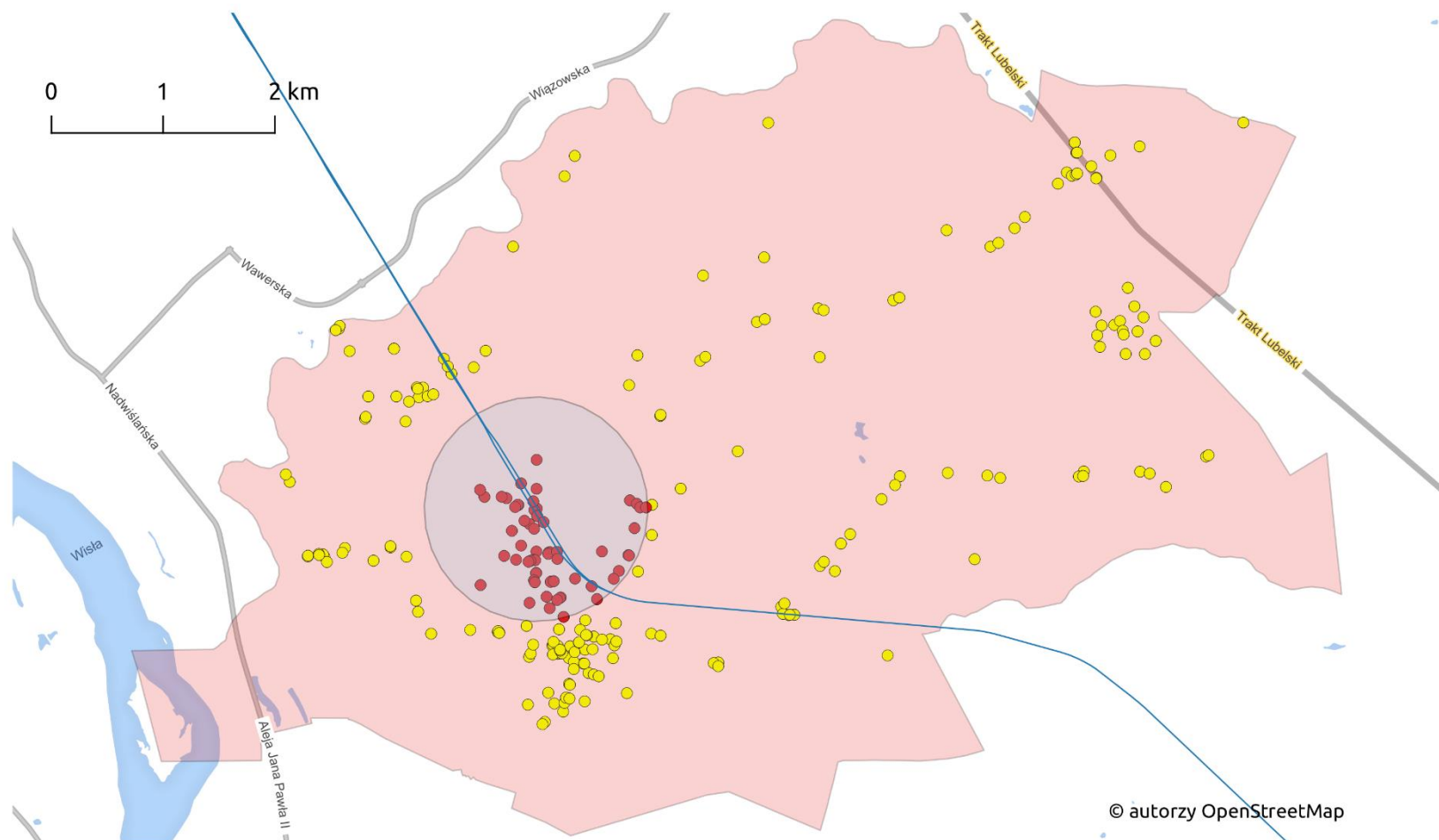
0 - 24

24 - 65

65 - 137

137 - 497

497 - 902



Gmina miejska Otwock, woj. mazowieckie.
wyróżnione obiekty infrastrukturalne (n = 255).
Powierzchnia gminy: 47,272 km².

Legenda

- Obiekty Żywej Kultury [255]
- Obiekty Żywej Kultury w buforze [64]
- Bufor 1000m
- drogi ekspresowe
- drogi wojewódzkie
- linie kolejowe

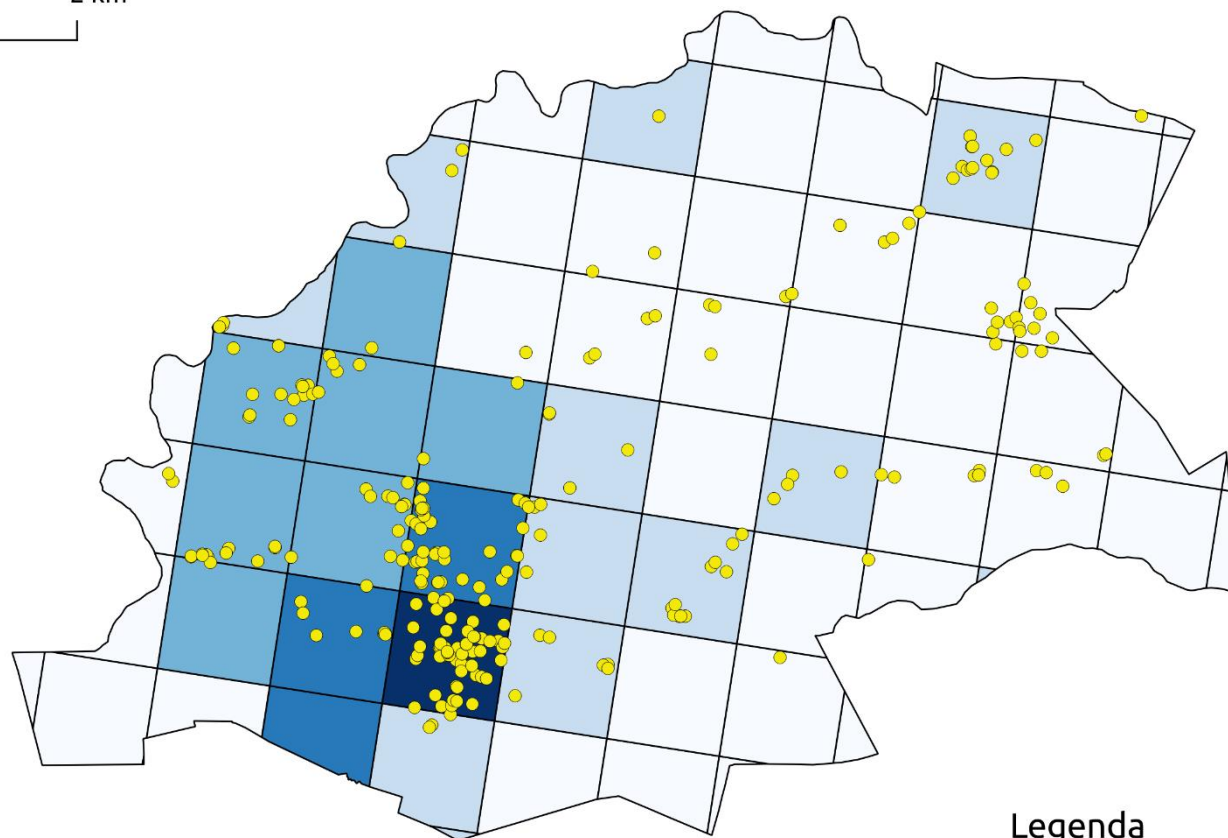


Gmina miejska Otwock, woj. mazowieckie.
wyróżnione obiekty infrastrukturalne (n = 255).
Punkt centralny: Stacja kolejowa w Otwocku.

Legenda

- Obiekty Żywej Kultury w buforze [64]
- Obiekty Żywej Kultury [255]
- Bufor 300m
- Bufor 600m
- Bufor 1000m

0 1 2 km



Gmina miejska Otwock, woj. mazowieckie.
Mapa infrastruktury żywej kultury względem ludności na km².
Dane za NSP 2011 GUS, openstreetmap.
Metoda tworzenia przedziałów: Naturalne przedziały (Jenksa)

Legenda

● Obiekty Żywej Kultury

Przedziały ludności na km²

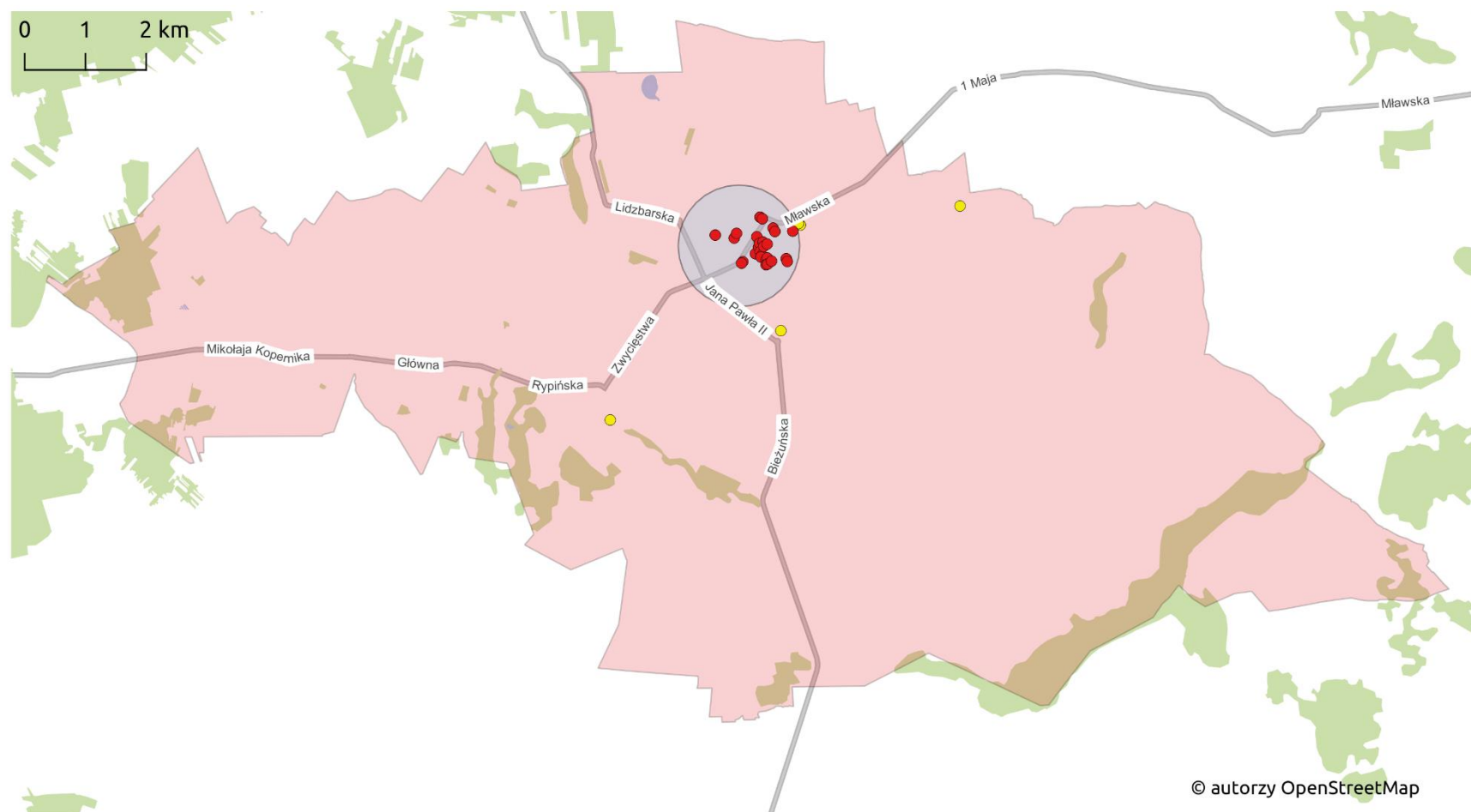
0 - 357

357 - 1162

1162 - 2970

2970 - 5308

5308 - 6560



Gmina miejsko-wiejska Żuromin, woj. mazowieckie.
wyróżnione obiekty infrastrukturalne (n = 34).
Powierzchnia gminy: 132,742 km².

Legenda

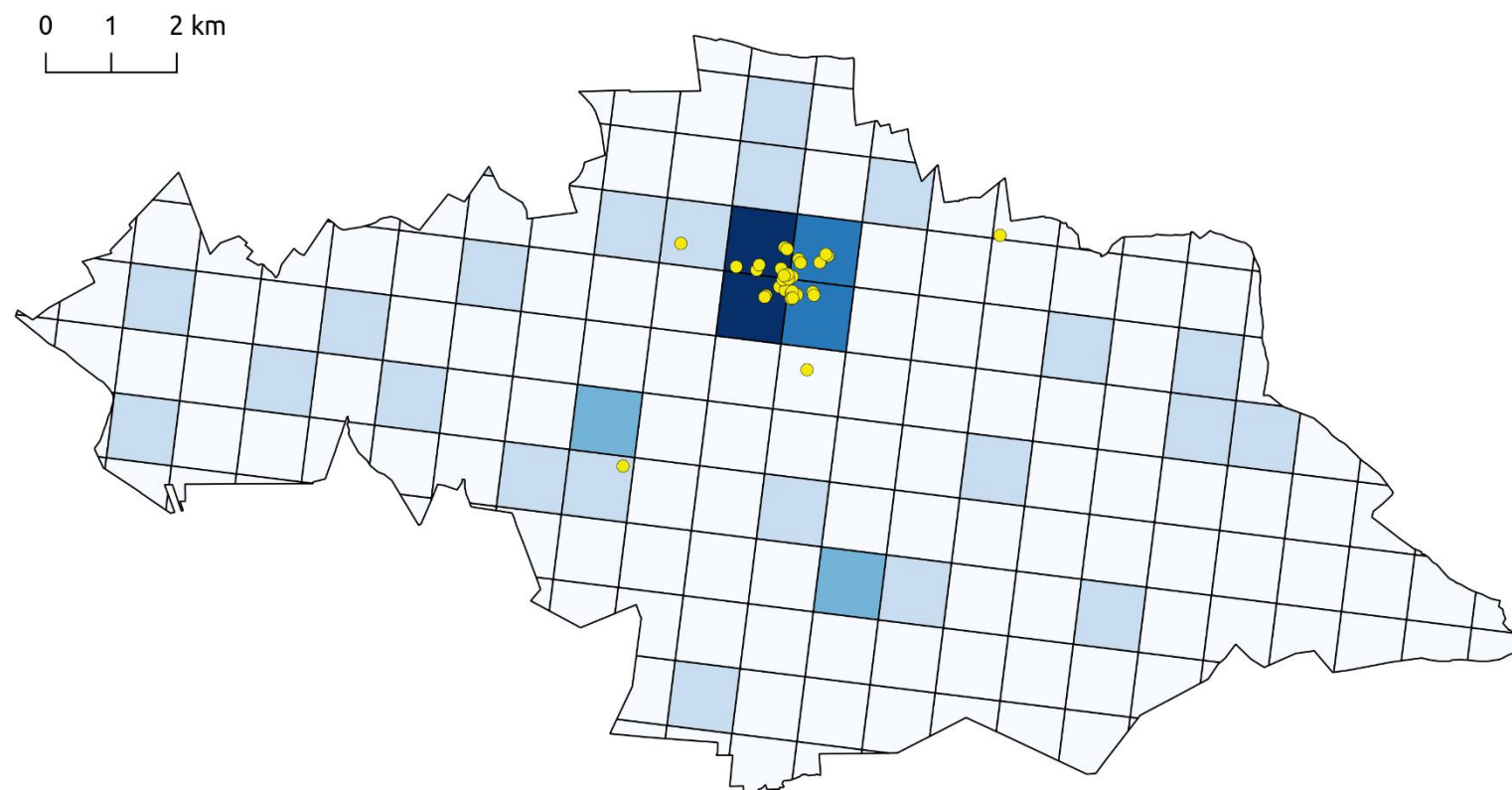
- Obiekty Żywej Kultury [34]
- Obiekty Żywej Kultury w buforze [28]
- Bufor 1000m
- ekspresowe
- drogi wojewódzkie



Gmina miejsko-wiejska Żuromin, woj. mazowieckie.
 wyróżnione obiekty infrastrukturalne (n = 34)
 Punkt centralny: Dworzec autobusowy w Żurominie

Legenda

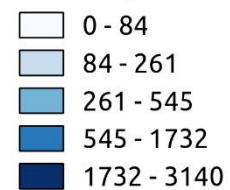
- Obiekty Żywej Kultury w buforze [28]
- Bufor 300m
- Bufor 600m
- Bufor 1000m
- Obiekty Żywej Kultury [34]

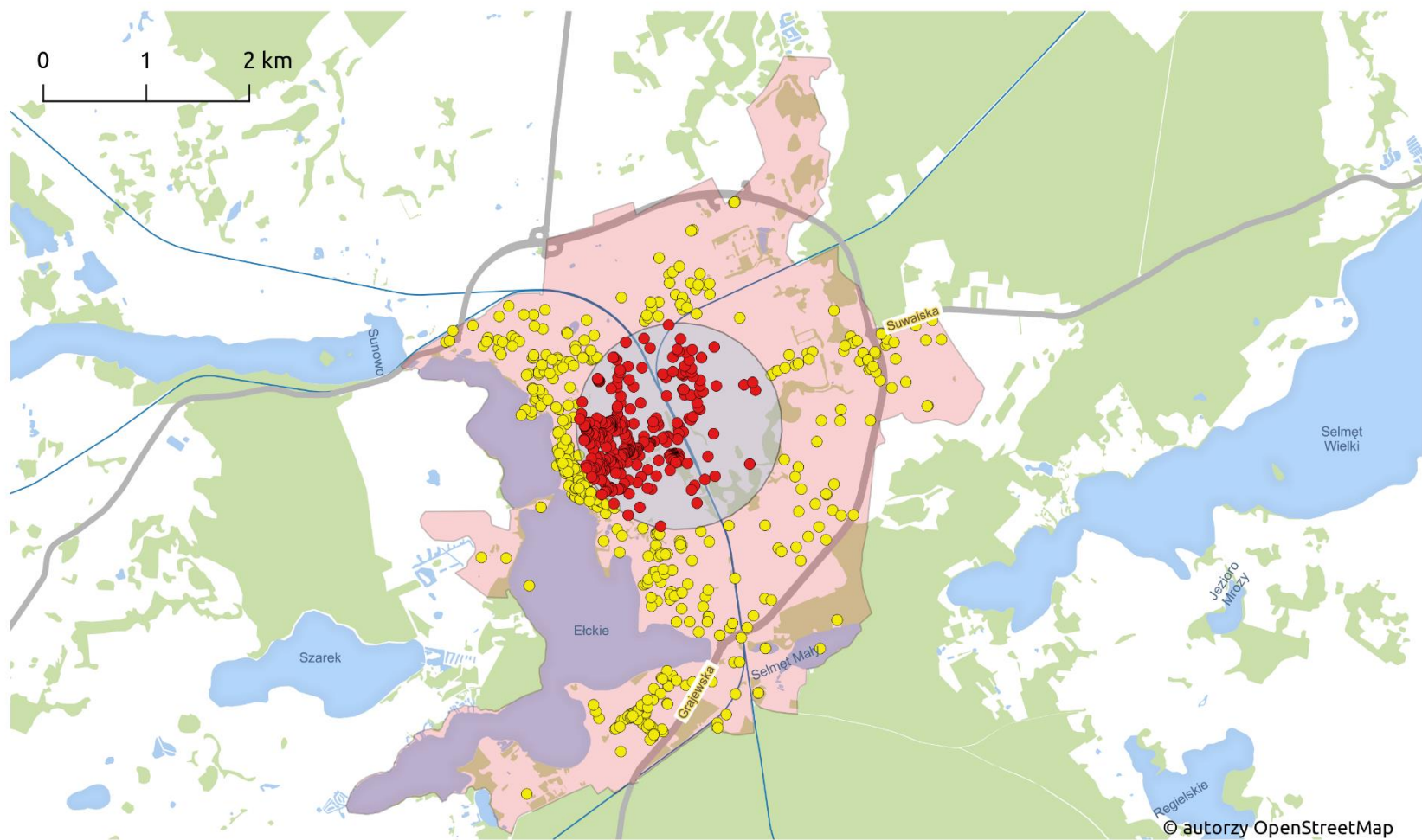


Gmina miejsko-wiejska Żuromin, woj. mazowieckie.
 Mapa infrastruktury żywej kultury względem ludności na km².
 Dane za NSP 2011 GUS, openstreetmap.
 Metoda tworzenia przedziałów: Naturalne przedziały (Jenksa)

● Obiekty Żywej Kultury [34]

Przedziały ludności na km²

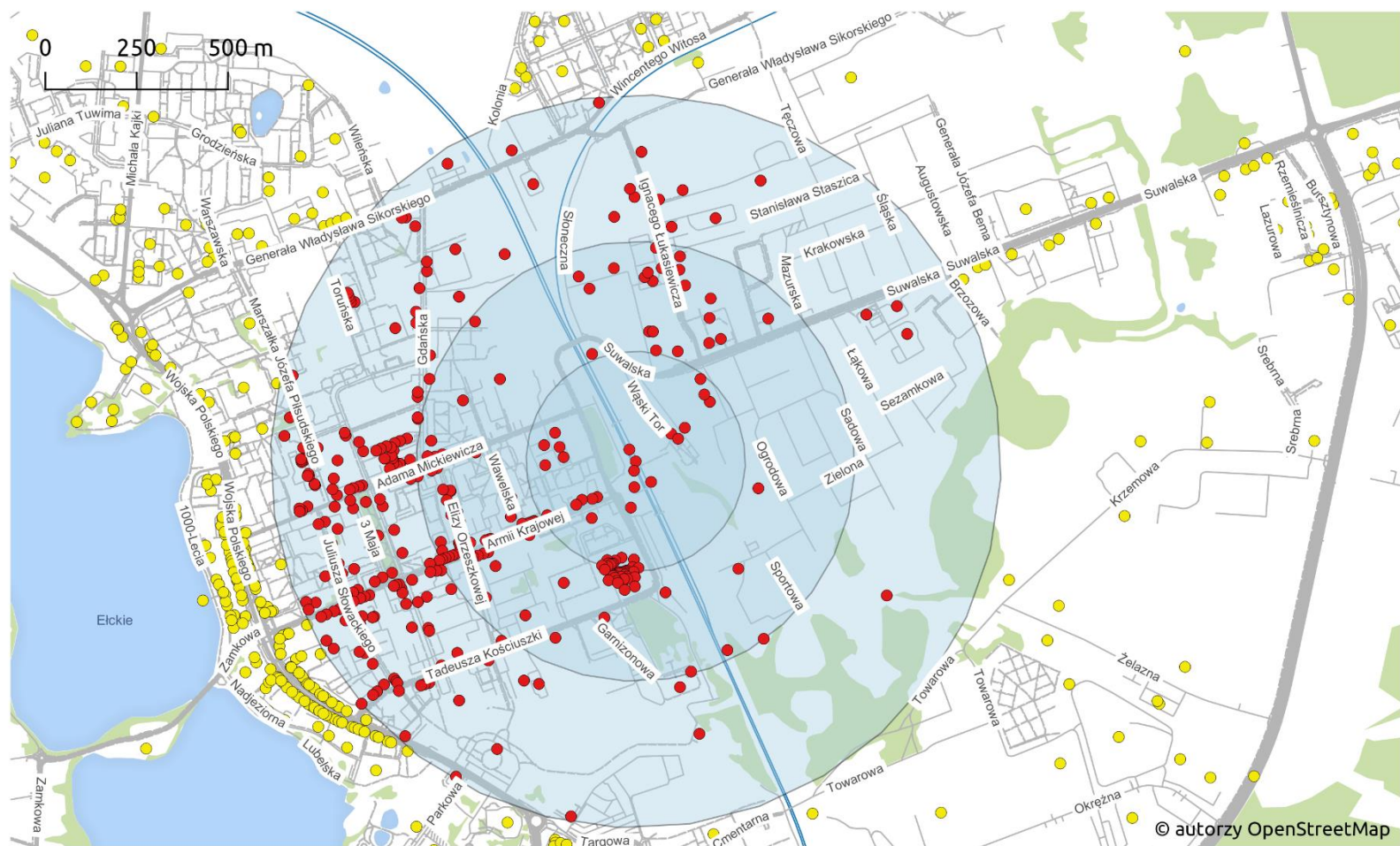




Gmina miejska Ełk, woj. warmińsko-mazurskie
 wyróżnione obiekty infrastrukturalne (n = 796)
 Powierzchnia gminy: 21,046 km²

Legenda

- | | |
|---|---------------------|
| ● Obiekty Żywej Kultury [796] | — autostrady |
| ● Obiekty Żywej Kultury w buforze [316] | — ekspresowe |
| ■ Bufor 1000m | — drogi wojewódzkie |
| ■ gminy | — linie kolejowe |

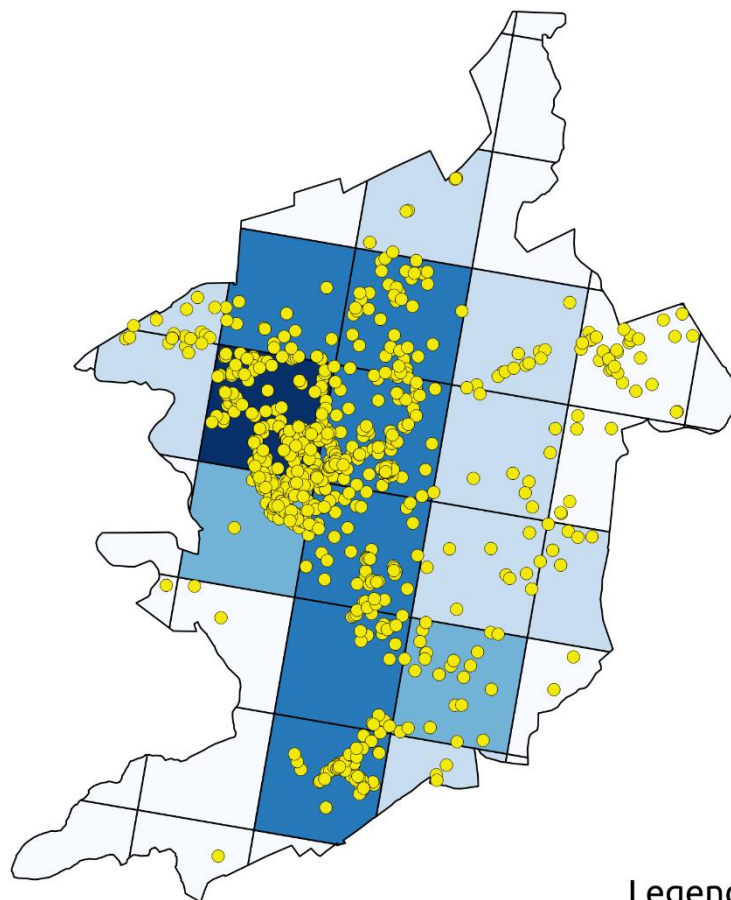


Gmina miejska Ełk, woj. warmińsko-mazurskie
 wyróżnione obiekty infrastrukturalne (n = 316)
 Punkt centralny : Stacja kolejowa Ełk

Legenda

- Obiekty Żywej Kultury w buforze [316]
- Bufor 300m
- Bufor 600m
- Bufor 1000m
- Obiekty Żywej Kultury [796]

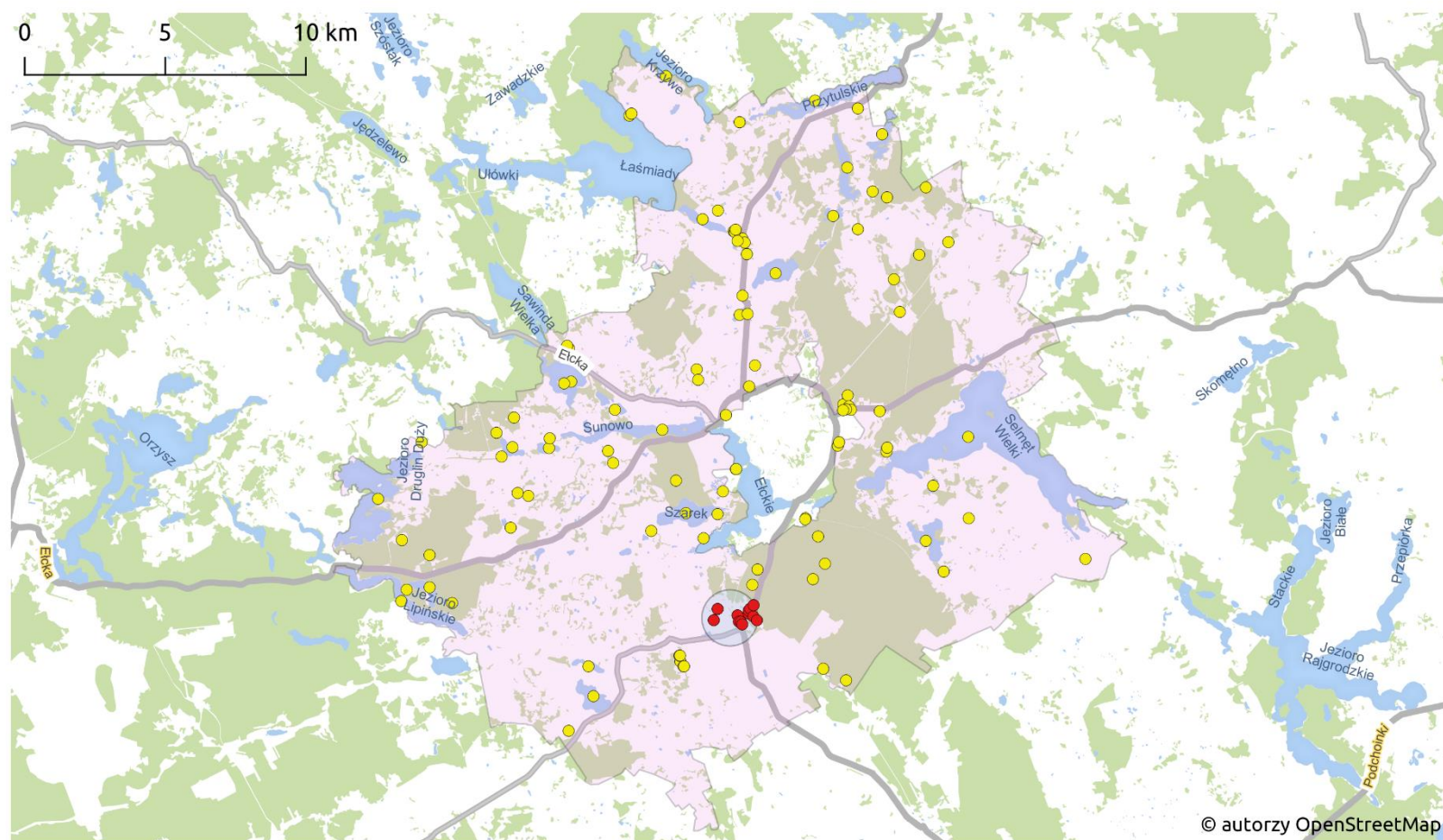
0 1 2 km



Gmina miejska Ełk, woj. warmińsko-mazurskie.
Mapa infrastruktury żywej kultury względem ludności na km².
Dane za NSP 2011, openstreetmap.
Metoda tworzenia przedziałów: Naturalne przedziały (Jenksa)

Legenda

- Obiekty Żywej Kultury [796]
- Przedziały ludności na km²
- 0 - 313
- 313 - 1299
- 1299 - 3738
- 3738 - 6738
- 6738 - 11551



Gmina wiejska Etk, woj. warmińsko-mazurskie.
wyróżnione obiekty infrastrukturalne (n = 117).
Powierzchnia gminy: 379,111 km².

Legenda

- | | |
|-----------------------------------|---------------------|
| ● Obiekty Żywej Kultury | — autostrady |
| ● Obiekty Żywej Kultury w buforze | — ekspresowe |
| ■ Bufor 1000m | — drogi wojewódzkie |

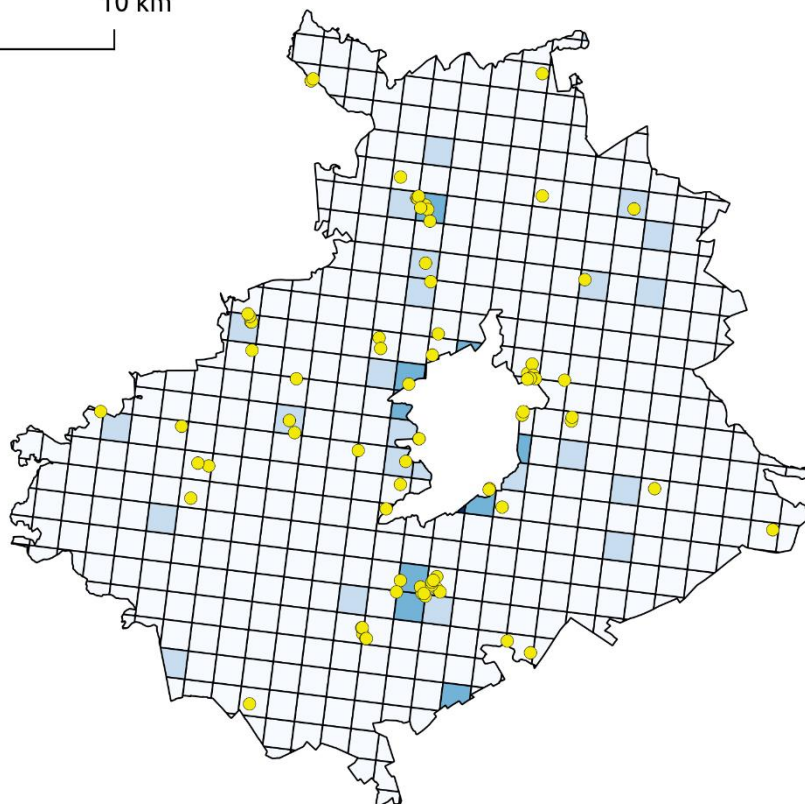


Gmina wiejska Ełk, woj. warmińsko-mazurskie
 wyróżnione obiekty infrastrukturalne (n = 12)
 Punkt centralny: Przystanek autobusowy Nowa Wieś - pętla

Legenda

- Obiekty Żywej Kultury w buforze
- Bufor 300m
- Bufor 600m
- Bufor 1000m
- Obiekty Żywej Kultury

0 5 10 km



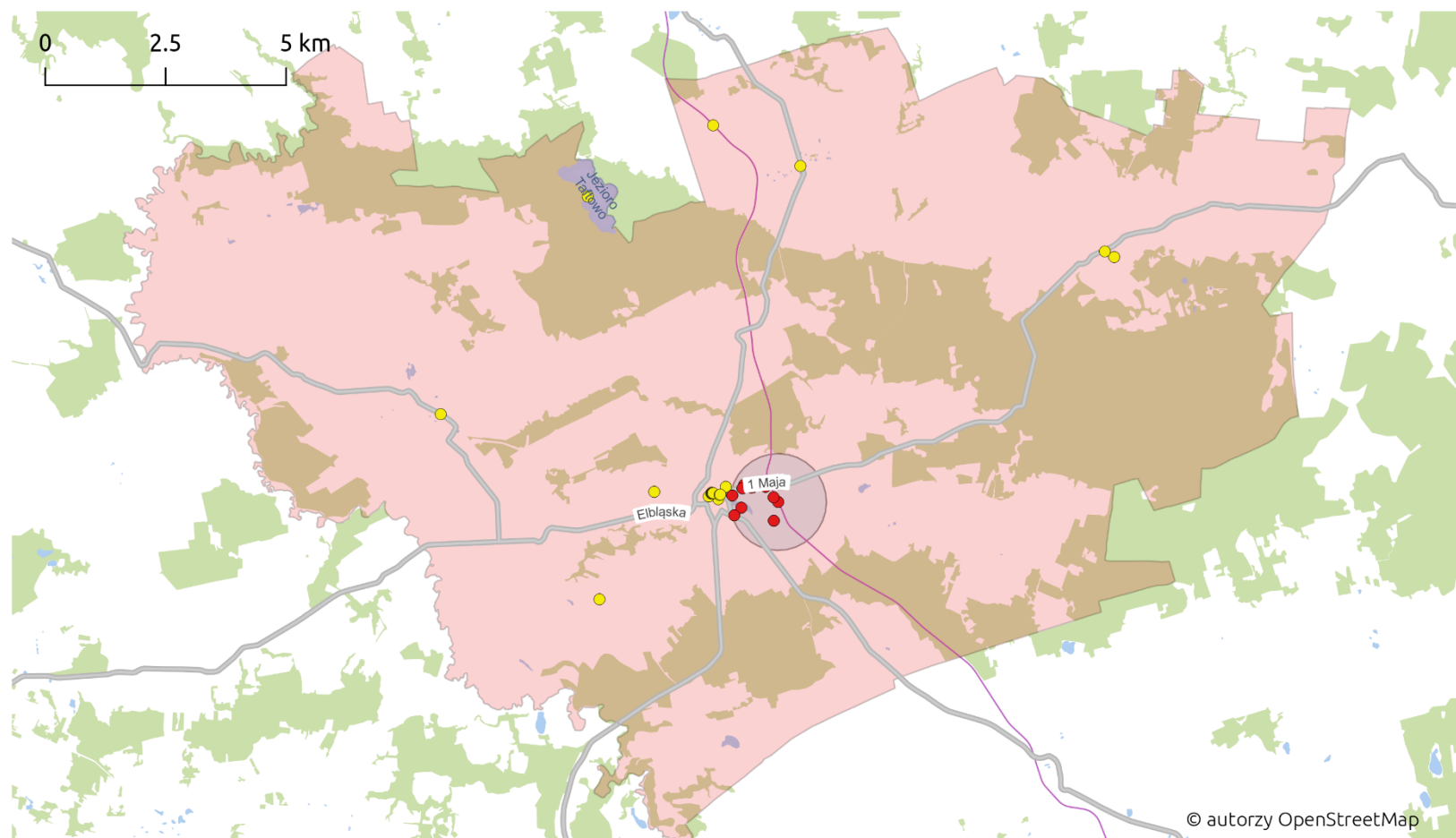
Gmina wiejska Ełk.
Mapa infrastruktury żywej kultury względem ludności na km².
Dane za NSP 2011 GUS, openstreetmap.
Metoda tworzenia przedziałów ludności: Naturalne przedziały (Jenksa)

Legenda

● Obiekty Żywej Kultury [77]

Przedziały ludności na km²

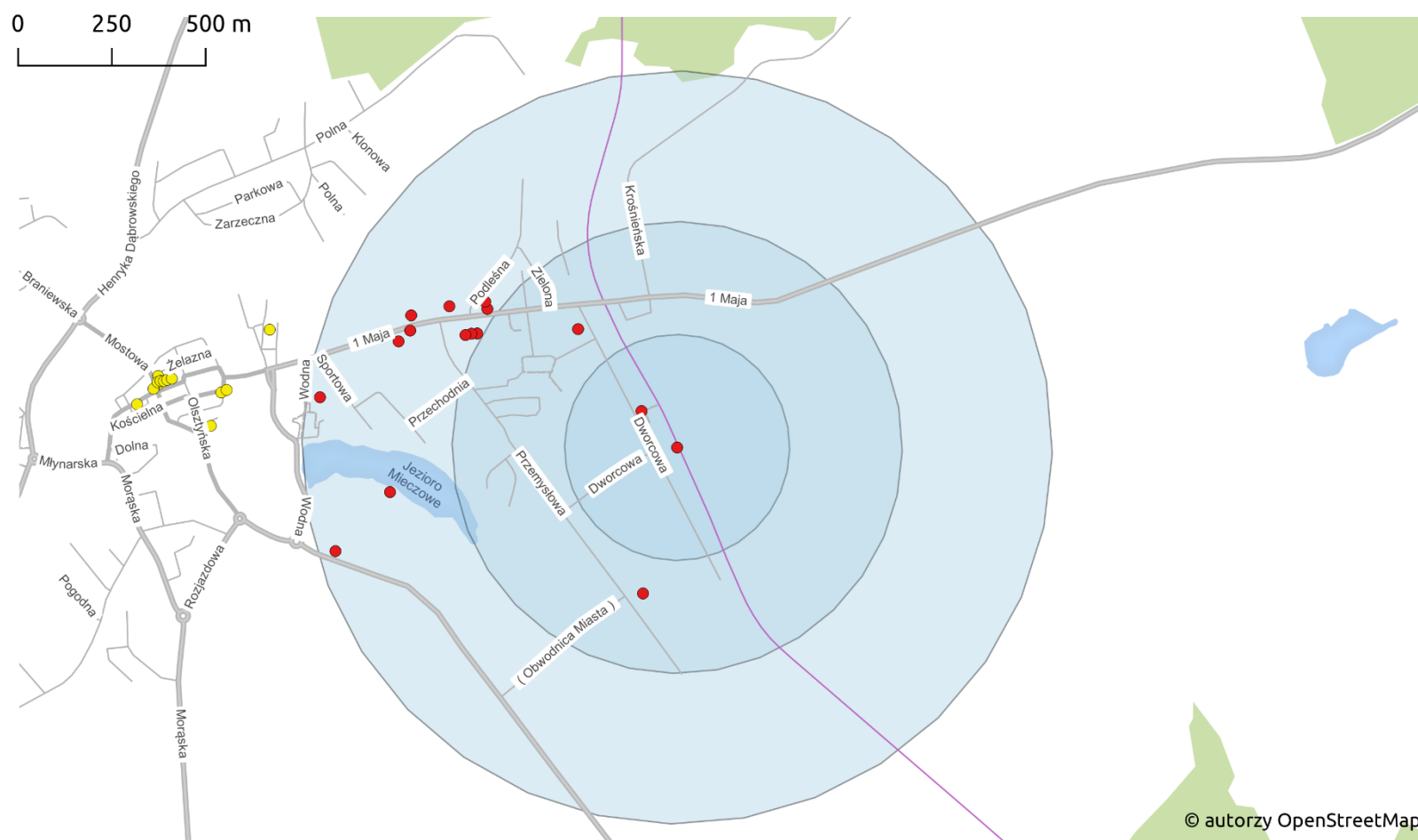
	0.0000 - 107.0000
	107.0000 - 358.0000
	358.0000 - 1143.0000
	1143.0000 - 3738.0000
	3738.0000 - 5889.0000



Gmina miejsko-wiejska Orneta, woj. warmińsko-mazurskie
 wyróżnione obiekty infrastrukturalne (n = 37)
 Powierzchnia gminy: 243,928 km²

Legenda

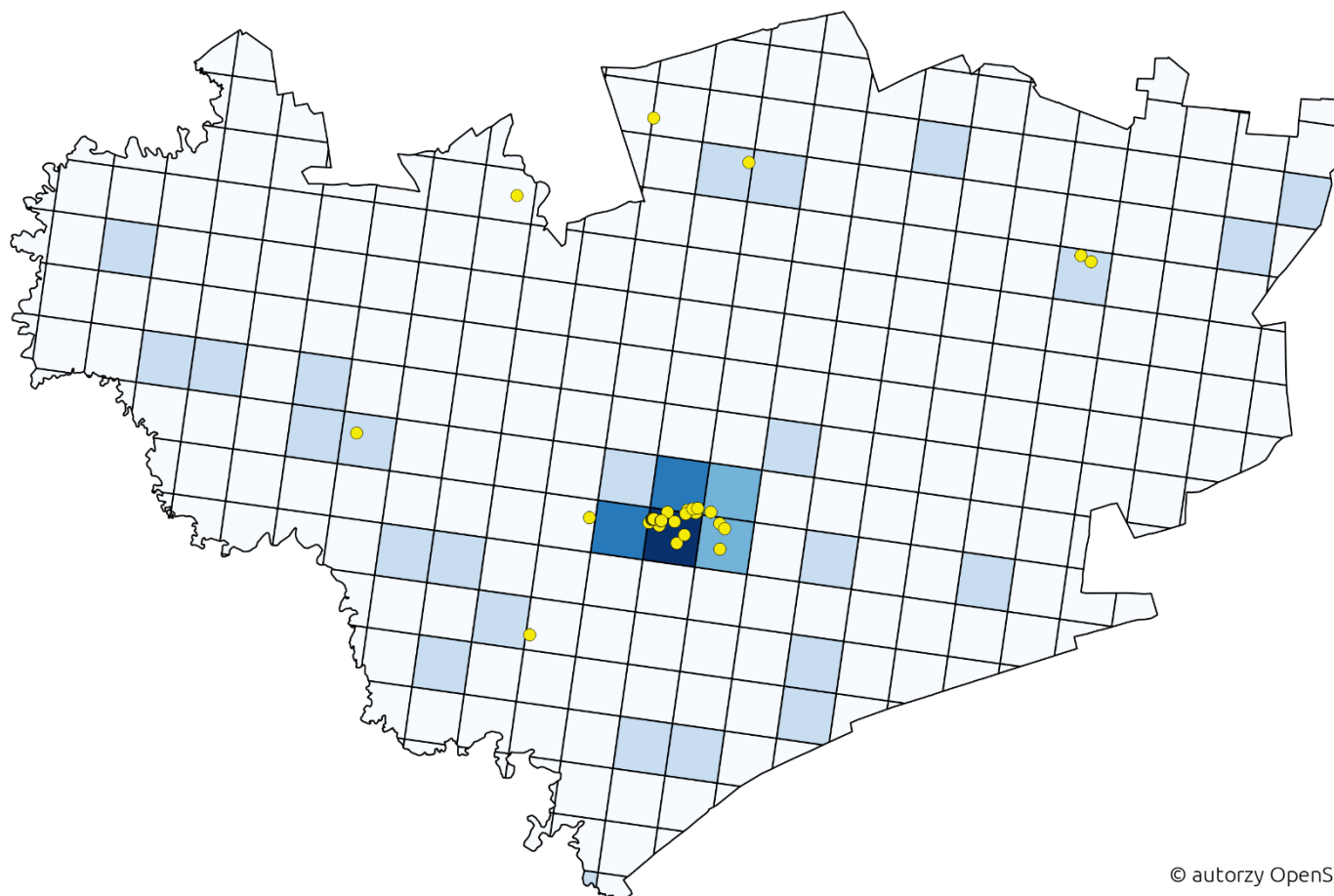
- | | |
|--|-------------------|
| ● Obiekty Żywej Kultury [37] | autostrady |
| ● Obiekty Żywej Kultury w buforze [16] | ekspresowe |
| gminy | drogi wojewódzkie |
| Bufor 1000m | linie kolejowe |



Gmina miejsko-wiejska Ornetą, woj. warmińsko-mazurskie
 wyróżnione obiekty infrastrukturalne (n = 16)
 Punkt centralny: Stacja kolejowa w Orniecie

Legenda

- Obiekty Żywej Kultury w buforze [16]
- Obiekty Żywej Kultury [37]
- Bufor 300m
- Bufor 600m
- Bufor 1000m



© autorzy OpenStreetMap

Gmina miejsko-wiejska Orneta, woj. warmińsko-mazurskie.
 Mapa infrastruktury żywej kultury względem ludności na km².
 Dane za NSP 2011 GUS, openstreetmap.
 Metoda tworzenia przedziałów: Naturalne przedziały (Jenksa)

Legenda

- | | |
|--|---------------------|
| ● Obiekty Żywej Kultury [37] | — autostrady |
| ● Obiekty Żywej Kultury w buforze [16] | — ekspresowe |
| ■ gminy | — drogi wojewódzkie |
| ■ Bufor 1000m | — linie kolejowe |



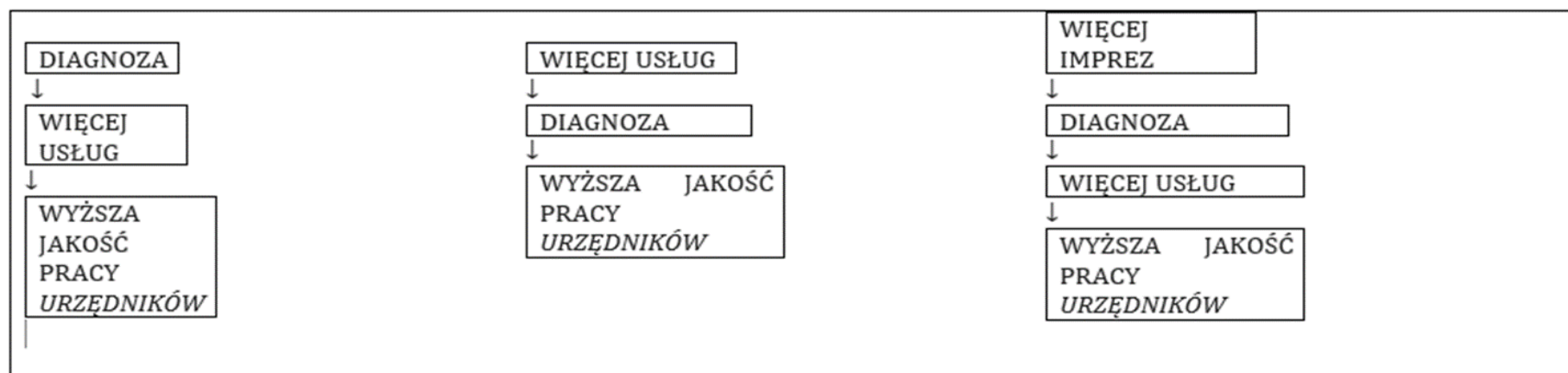
Barbara Fatyga

ZAKOŃCZENIE

GŁÓWNE WNIOSKI Z BADANIA

- 1) **Badanie potwierdziło – w tym zakresie, w jakim jest to możliwe dla jakościowych badań eksploracyjnych – niesprzeczność głównych hipotez**, mówiących o – z jednej strony, utrzymywaniu się pewnych residuów historycznych na poziomie zróżnicowań regionalnych; z drugiej strony – o funkcjonujących w układach lokalnych resentymentach i skłonnościach do zmian w zależności od stopnia rozpadu tradycyjnych sposobów funkcjonowania wspólnot i ich niekompatybilności z wyobrażeniami modernizacji oraz standardów cywilizacyjnych.
- 2) **Kultura wysoka na pewno nie jest już obszarem, z którego realnie promieniają wzorce praktyk kulturalnych**; nie jest też źródłem jedynych wzorców w praktykach upowszechniania kultury.
- 3) Zbadane przez **nas gminy posiadające diagnozę sytuacji kulturalnej mają ją przede wszystkim dlatego, iż polityki kulturalne są tam aktywniejsze niż w gminach tzw. sąsiedzkich oraz większa jest aktywność kulturalna mieszkańców**. Tam gdzie pojawiają się odstępstwa od tej prawidłowości działa głównie resentyment oraz konformizm wobec wzorców popkulturowych i to zarówno wśród mieszkańców, jak i lokalnych zarządców polityk kulturalnych. Można zatem też stwierdzić, że generalnie rzecz biorąc **diagnozowanie sytuacji kulturalnej NIE jest wstępem do modernizacji (nie zapoczątkowuje jej) lecz albo pojawia się wraz z aktywnością (często też modą, za którą idą środki finansowe – np. na partycypację obywatelską), albo jej towarzyszy, stwarzając tylko nowe kanały dla tej aktywności**.
- 4) **Badanie potwierdziło też zasadność typologii gmin wg wyróżnionych polityk kulturalnych**.
- 5) **Diagnozy sytuacji kulturalnej – niezależnie od wielkości i znaczenia danej społeczności lokalnej - mogą wpływać na legitymizację działań twórców i wykonawców lokalnych polityk kulturalnych**; w niektórych przypadkach jednak dostarczać im tylko (albo aż) **powodów do polepszania samopoczucia**, co nie jest bynajmniej wnioskiem ironicznym, gdy uznamy, że efekt tego rodzaju może działać jak *listek figowy* dla władzy lub jak motywacja pobudzająca do rozwoju w myśl zasady, iż *zadowolony władca to zadowolony lud*. Wydaje się wszelako, że modele zalecane, w oparciu o wyniki zrelacjonowanego badania mogą być takie, jak przedstawione na rys. 5.

Rysunek 5. Pozytywne modele funkcjonowania diagnoz w lokalnych politykach kulturalnych.



Źródło: badania terenowe, oprac. własne – BF.

- 6) Zaprezentowane modele wskazują zarazem jaką rolę – naszym zdaniem - mogą spełniać profesjonalne diagnozy sytuacji kulturalnej w gminach. Warto tu z całą mocą podkreślić, że są to „tylko” (i zarazem „aż” narzędzia pracy nad zmianami). Bowiem - wbrew niektórym oczekiwaniom mającym ewidentnie magiczny rodowód - sama diagnoza niczego nie załatwia, skoro problemem jest:
 - a) rzetelne zapoznanie się z nią przez zamawiającego, najlepiej w dyskusji wszystkich stron, których dotyczy;
 - b) przyswojenie sobie jej ustaleń, nie mówiąc już o rekomendacjach;
 - c) zastosowanie się do wniosków z dyskusji PO diagnozie.
- 7) Wreszcie ważnym wnioskiem wydaje się **POTRZEBA ZMIANY modelu badań tych elementów sytuacji kulturalnej, które dotąd były ujmowane jako DIAGNOZY POTRZEB**. Dotąd przyjmowano – często dość bezrefleksyjnie – że badania docierają do *autentycznych potrzeb ludności* - nie rozróżniając zresztą najczęściej, wg podziału pochodzącego od Arystotelesa, **potrzeb i pragnień**.⁵¹ I zarazem zapoznając fakt, że **często deklarowane przez ludzi potrzeby oraz te, które można sprytnie rekonstruować z zachowań, tworzą przestrzeń resentmentu, stereotypizacji i mityzacji - konglomerat trudno rozplątywalnego związku: klasycznego konformizmu i zewnątrzsterowności z oddziaływaniem przemocy symbolicznej**

⁵¹ Por. definicję potrzeb w WSK (zwłaszcza w Słowniku Encyklopedycznym, w którym przywołane są odniesienia do koncepcji potrzeb Kazimierza Obuchowskiego) <http://ozkultura.pl/wpisy/272>.

kultury dominującej (czyli – współcześnie – popularnej, co nasze badanie również potwierdziło). Potwierdziło się to m.in. przez - opisany wyżej - *efekt kulturalnego fast foodu* oraz *efekt Jourdaina-Maslowa*, o którym pisałam przy okazji innych badań, a który, przypomnijmy, **wyraża się w przekonaniu (raczej naiwnym – stąd *pan Jourdain*), że najpierw należy się zajmować potrzebami związanymi z podnoszeniem standardu cywilizacyjnego w zakresie infrastruktury, potem przyjdzie czas na zaspokajanie *fanaberyjnych* potrzeb związanych z samorealizacją i rozwojem kulturalnym** (innymi słowy ten typ myślenia odnosi się do naiwno-zwulgaryzowanej wersji piramidy potrzeb Maslowa⁵²).

⁵² Abraham Maslow, *Motywacja i osobowość*, Warszawa: PWN, 2014 (1954).