

RAPORT CZĄSTKOWY

# Badania jakościowe z aktorami kultury

KTW\_  
GZM\_  
2029



Mabee Dick®

# Cel projektu

## Najważniejsze informacje

Przedmiotem projektu jest kompleksowa diagnoza sektora kultury na terenie gmin GZM, włączając w to kulturę finansowaną publicznie i prywatnie ze szczególnym uwzględnieniem:

- diagnozy potencjału kulturowego gmin GZM (zarówno w kontekście geografii i centralizacji kultury, jak i kultury cyfrowej),
- diagnozy uczestnictwa i braku uczestnictwa w kulturze na tym terenie,
- analizy kondycji sektora kultury GZM.

Cele badawcze projektu dotyczą czterech obszarów:

- I. uczestnictwa w kulturze,
- II. kondycji sektora kultury,
- III. kultury lokalnie/centralnie,
- IV. kultury w dobie cyfrowej.

[Oferta](#) ▾[Portfolio](#)[Blog](#)[O nas](#)[Kariera](#)[Kontakt](#)[PL](#) [EN](#)

# PODZIEL SIĘ Z NAMI SPOJRZENIEM NA KULTURĘ

Mieszkaśz na terenie Górnośląsko-Zagłębiowskiej Metropolii? Korzystasz z kultury, a może nawet ją tworzysz? Weź udział w naszym badaniu. Razem z Instytucją Kultury Katowice – Miasto Ogrodów chcemy przyrzeć się z bliska tematowi kultury.

Zaproszenie do udziału w badaniach opublikowane na stronie Mobee Dick i w mediach społecznościowych.

# I. Uczestnictwo w kulturze

Obszar badań obejmuje różne przejawy i aspekty uczestnictwa w kulturze (w tym segmentacja uczestników), a także rezygnacji/ograniczania uczestnictwa:

- motywacje i potrzeby,
- wartości,
- bolączki i bariery,
- formy uczestnictwa,
- kwestie ekonomiczne,
- dostępność oferty,
- logistykę.

## Grupy badawcze:

mieszkańcy/mieszkancki Metropolii, poza lokalni uczestnicy/uczestniczki kultury.

## Metody badawcze:

badanie ankietowe mieszkańców GZM, badanie ankietowe mieszkańców Katowic z podziałem na dzielnice, IDI z mieszkańcami GZM, ilościowe badanie percepcji marki Katowic jako miasta kultury, badania warsztatowe z dziećmi i młodzieżą, internetowe badania z użyciem technik generatywnych.

## INFORMACJE JAKICH DOSTARCZĄ BADANIA:

- Jak mieszkańcy GZM definiują kulturę?
- Jakie są segmenty uczestników kultury w GZM?
- Jak wygląda uczestnictwo w kulturze mieszkańców GZM (formy, istotność, częstotliwość, aktywne/bierne uczestnictwo, wiedza, wydatki, dostępność, logistyka)?
- Z jakimi barierami/bolączkami mierzą się mieszkańcy GZM chcący korzystać z kultury?
- Czy i dlaczego niektórzy mieszkańcy GZM nie uczestniczą w kulturze? Jak do nich dotrzeć? Czego potrzebują?
- Kto/co ma wpływ na aktywności kulturalne mieszkańców GZM? Jakie są ich wartości, potrzeby i motywacje?
- W jakim stopniu mieszkańcy GZM są otwarci na nową ofertę kulturową?
- Gdzie i z jakich powodów mieszkańcy GZM korzystają z kultury poza GZM?
- Jak w kulturze na terenie GZM uczestniczą osoby spoza Metropolii?

# II. Kondycja sektora kultury

Obszar związany z mapowaniem kondycji interesariuszy instytucjonalnych i pozainstytucjonalnych tworzących kulturę w obszarze GZM obejmuje:

- motywacje i potrzeby,
- bolączki i bariery,
- formy działalności,
- kwestie ekonomiczne,
- dostępność oferty,
- logistykę,
- identyfikację typów twórców.

## Grupy badawcze:

aktorzy sektora kultury, decydenci, biznes spoza obszaru kultury.

## Metody badawcze:

badanie ankietowe mieszkańców GZM, badanie ankietowe mieszkańców Katowic z podziałem na dzielnice, anonimowe badanie decydentów z obszaru kultury z GZM, IDI z twórcami kultury z obszaru GZM, IDI z twórcami kultury cyfrowej na Śląsku, warsztaty percepcji GZM z ekspertami ds. kultury, warsztaty z przedstawicielami biznesu, *Research through Design* na Kongresie Kultury.

## INFORMACJE JAKICH DOSTARCZĄ BADANIA:

- Kim są osoby/aktorzy tworzący kulturę na terenie GZM?
- Jakie są motywacje, potrzeby, bariery i bolączki aktorów sektora kulturowego?
- W jaki sposób podejmowane są decyzje dotyczące działań kulturowych w instytucjach kultury na terenie GZM?
- Co powinno się zmienić w działaniach dotyczących kultury w przyszłości?
- W jaki sposób finansowana jest kultura na terenie GZM?
- Jakie motywacje, potrzeby, bolączki czy bariery ma biznes w kontekście promowania/wspierania kultury (np. mecenatu, sponsoringu)?
- Mapowanie relacji mieszkańcy-twórcy-instytucje kultury.

# III. Kultura lokalnie/centralnie

Zagadnienia związane z tworzeniem i uczestnictwem w kulturze w kontekście geografii i centralizacji (gminy GZM, miasta-dzielnice), obejmują:

- formy uczestnictwa,
- funkcje instytucji w kulturze,
- twórców kultury,
- bariery, bolączki i wyzwania instytucji kultury, twórców kultury
- i uczestników kultury związane z przestrzenią geograficzną i centralizacją.

## Grupy badawcze:

mieszkańcy Metropolii, pozalokalni uczestnicy kultury, aktorzy sektora kultury.

## Metody badawcze:

badanie ankietowe mieszkańców GZM, badanie ankietowe mieszkańców Katowic z podziałem na dzielnice, IDI z mieszkańcami GZM, badania warsztatowe z dziećmi i młodzieżą.

## INFORMACJE JAKICH DOSTARCZĄ BADANIA:

- Jak rozkłada się uczestnictwo w kulturze w podziale na miasta i gminy GZM?
- W jakich przestrzeniach mieszkańcy GZM realizują aktywności kulturalne (dom, ulica, dzielnica, instytucja kultury, pub)?
- Jaki wpływ na uczestnictwo w kulturze na terenie GZM mają miejsce zamieszkania, miejsce pracy, dostępność transportu?
- Jakie funkcje spełniają obecne instytucje kultury (domy kultury, miejskie domy kultury, biblioteki etc.)?
- Jaki wpływ na kulturę w GZM mają lokalni, amatorscy twórcy kultury?
- Jak na szczeblu lokalnym podejmować dobre decyzje dotyczące kultury?
- Jak wychodzić z kulturą poza centra miast?

# IV. Kultura w dobie cyfrowej

Zagadnienia związane z tworzeniem i uczestnictwem w kulturze za pośrednictwem mediów cyfrowych:

- formy uczestnictwa,
- motywacje i wartości z konsumpcji/tworzenia kultury cyfrowej,
- identyfikację różnic między kulturą cyfrową a offline'ową,
- identyfikację miejsc przenikania się kultury cyfrowej i offline'owej,
- bariery, bolączki i wyzwania związane z kulturą w przestrzeni cyfrowej.

## Grupy badawcze:

mieszkańcy Metropolii, pozalokalni uczestnicy kultury, aktorzy sektora kultury.

## Metody badawcze:

badanie ankietowe mieszkańców Katowic z podziałem na dzielnice, badanie ankietowe mieszkańców GZM, IDI z twórcami kultury cyfrowej na Śląsku, IDI z mieszkańcami GZM, internetowe badania z użyciem technik generatywnych, badania warsztatowe z dziećmi i młodzieżą.

## INFORMACJE JAKICH DOSTARCZĄ BADANIA:

- Jakie znaczenie ma kultura cyfrowa dla mieszkańców GZM?
- Czy i w jaki sposób mieszkańcy GZM realizują potrzeby kulturowe za pomocą środków cyfrowych?
- Jaki jest potencjał GZM w zakresie kultury w dobie cyfrowej?
- Jaki wpływ na tworzenie i uczestnictwo w kulturze w GZM ma dostęp/brak dostępu do mediów cyfrowych?

# Elementy procesu badawczego

## 1 Badania ilościowe

- badanie ankietowe mieszkańców Katowic z podziałem na dzielnice,
- badanie ankietowe mieszkańców GZM,
- badanie ankietowe percepcji marki Katowic jako miasta kultury,
- anonimowe badanie decydentów z obszaru kultury z GZM.

## 2 Badania jakościowe

- indywidualne wywiady pogłębione (IDI) z twórcami kultury z obszaru GZM,
- indywidualne wywiady pogłębione (IDI) z twórcami kultury cyfrowej na Śląsku,
- indywidualne wywiady pogłębione (IDI) z mieszkańcami GZM,
- warsztaty badawcze percepcji GZM z ekspertami ds kultury,
- warsztaty badawcze z przedstawicielami biznesu.

## 3 Badania generatywne

- warsztaty badawcze z dziećmi i młodzieżą,
- *Research through Design* na Kongresie Kultury.

## 4 Koordynacja procesu badawczego

- spotkania statusowe z zespołem KMO,
- opracowanie raportów cząstkowych,
- dbanie o RODO i aspekty administracyjne badania,
- dokumentacja badania, otwarty charakter wyników badań,
- konsolidacja i synteza danych z poszczególnych badań,
- opracowanie końcowego raportu i segmentacji.



# **Cel i metodologia wywiadów z twórcami kultury z GZM**



# Cel badań

Celem badania było zebranie informacji w II. i IV. obszarze badawczym: **Kondycja sektora kultury i Kultura w dobie cyfrowej.**

W odniesieniu do aktorów kultury z terenu Metropolii GZM Interesowały nas ich potrzeby, bolączki i opinie. Chcieliśmy zmapować relacje w ekosystemie kultury na terenie GZM. W grupie biznesu badaliśmy świadomość i spojrzenie na kulturę GZM przedstawicieli przedsiębiorstw różnej wielkości. Istotne było to, jak szeroko pojęty biznes patrzy na mecenat kultury, jakie widzi szanse i jakie bolączki w łączeniu misji firmy z sektorem kultury.

## Proces:

- Analiza pytań badawczych obszaru II. *Kondycja sektora kultury.*
- Opracowanie scenariusza wywiadu i planu warsztatów.
- Konsultacje z KMO.
- Rekrutacja do badań.
- Realizacja wywiadów i warsztatu.
- Analiza wyników badania.
- Opracowanie raportu cząstkowego.



# Metodologia badań



Badanie prowadzone było metodą pogłębionych wywiadów indywidualnych (IDI). Badania te miały jakościowy, eksploracyjny charakter – obserwacje zawarte w raporcie stanowią podsumowanie rozmów z grupą 58 osób będących aktorami sektora kultury z GZM.



Oprócz tego przeprowadzone zostały dwugodzinne warsztaty z czworgiem przedstawicieli biznesu działającego na terenie Metropolii GZM. Zróżnicowaliśmy uczestników i uczestniczki warsztatu pod kątem wielkości przedsiębiorstwa oraz ich aktywności względem budowy synergii między biznesem i kulturą.



Wywiady przeprowadzone zostały w okresie 25.07-06.12.2023.  
Warsztaty zrealizowane zostały 12.12.2023.



Wywiady zostały przeprowadzone przy pomocy Google Meet oraz telefonicznie (1 badanie). Analiza prowadzona była w programie FigJam (wirtualnej tablicy do współpracy). Warsztaty prowadzone były przy pomocy Google Meet (programu do spotkań online) i FigJam z wykorzystaniem technik Design Thinking.

# Opis badanej próby

## CHARAKTERYSTYKA PRÓBY

Naszym celem była rekrutacja osób mających wpływ na kulturę tworzoną i oferowaną na terenie GZM. Zaliczali się do niej m.in.:

- pracownicy domów kultury,
- pracownicy instytucji kultury: teatrów, muzeów, galerii etc.,
- przedstawiciele kultury alternatywnej,
- przedstawiciele kultury „knajpianej”,
- pozaprofesjonalni facylitatorzy aktywności kulturalnych,
- eksperci z zakresu kultury,
- przedstawiciele biznesu związanego z kulturą.



34 kobiety



28 mężczyzn

## ROZMIESZCZENIE BADANYCH W SUBREGIONACH

- Bytomski, 8 osób
- Gliwicki, 14 osoby
- Katowicki, 29 osoby
- Sosnowiecki, 9 osoby
- Tyski, 2 osób

# Sailboat

## Opis techniki warsztatowej:

Aby zidentyfikować trudności i motywacje pojawiające się w relacjach, jakie zawiązują się lub mogłyby się zawiązywać między przedstawicielami biznesu a szeroko pojętym sektorem kultury, poprosiliśmy uczestników warsztatu o wykonanie ćwiczenia Sailboat, gdzie metafora żagla oraz kotwicy odpowiada kolejno motywacjom, oraz bolączkom. Ćwiczenie obejmowało dwa główne elementy:

- wypisanie swoich odpowiedzi,
- argumentacja swoich wyborów.

Dzięki osadzeniu warsztatu w powyższych ramach uczestnicy chętnie dzielili się z nami swoimi doświadczeniami i opiniami.

Dodatkowo rozmawialiśmy również o już wspieranych inicjatywach kulturalnych oraz o samym rozumieniu kultury.





# Wyniki badania



# Wyniki badania w kontekście projektu

Projekt, którego częścią są *Wywiady z twórcami kultury z GZM*, obejmuje szereg działań badawczych. W ramach czterech obszarów tematycznych badamy różne grupy i odpowiadamy na odmienne pytania. W tym badaniu koncentrowaliśmy się na wybranych pytaniach obszaru **II. Kondycja sektora kultury** i **IV. Kultura w dobie cyfrowej**.

W raporcie prezentujemy częściowe odpowiedzi na pytania badawcze, które stopniowo uzupełniane będą także informacjami uzyskanymi w innych badaniach. W tej części prezentujemy także zidentyfikowane na tym etapie istotne informacje, które pozwalają na lepsze zrozumienie działań i potrzeb grupy docelowej.



# Kim są osoby/aktorzy tworzący kulturę na terenie GZM?

Aktorzy sektora kultury, którzy przyjęli zaproszenie do rozmowy, to najczęściej osoby **nastawione na działanie i zmianę, cechujące się wytrwałością i wysokim poziomem chęci do działania oraz silną motywacją wewnętrzną**. Jednocześnie, sami badani przyznawali, że wśród osób zatrudnionych w sektorze kultury znajdują się także osoby, które traktują swoją pracę instrumentalnie, są odporne wobec zmian i nowych inicjatyw, a działania w instytucjach realizują „do godziny 15:00”.

Część aktorów sektora kultury to osoby, które **angażują się w działania kulturalne z poczucia misji**. Często są świadome tego, że mogą działać w kulturze tylko dlatego, że inna osoba z rodziny utrzymuje gospodarstwo domowe.

Co ciekawe, aktorzy sektora kultury często **sami nie myślą o sobie jako o twórcach kultury**. Zwłaszcza jeżeli nie wytwarzają kultury samodzielnie, a są jej promotorami, organizatorami, czy pełnią funkcję managerów kultury.

Osoby pracujące w sektorze kultury **definiują kulturę jako sposób na życie i/lub jego istotną część, wartość, marzenie**; coś, co pozwala zachować tożsamość, jest sposobem na realizację siebie.



Kultura jest czymś co utożsamia nas samych, jest to związane z dziedzictwem, daje nam normę, ale też urozmaica nasze życie i nas rozwija.

– działacz NGO, subregion katowicki



Mam możliwość pracy w kulturze,  
bo finansowanie mojego męża pozwala mi  
się wygłupiać.

– pracowniczka w instytucji kultury, subregion bytomski



Kultura to taka forma poszerzania swoich horyzontów i sposób na zrozumienie otaczającego nas świata.

– działacz NGO, subregion gliwicki

# Jakie są motywacje aktorów sektora kultury?

Wśród aktorów sektora kultury dominuje motywacja wewnętrzna, przez co aktywność w tym sektorze jest dla nich wartością samą w sobie, z której czerpią radość i satysfakcję. To, co motywuje ich do działania najbardziej, to kontakt z ludźmi i możliwość wywierania przez kulturę pozytywnego wpływu na życie innych.

## MOTYWACJE AKTORÓW SEKTORA KULTURY

- ludzie (publiczność, poznanie nowych osób, kontakt z ludźmi, tworzenie wspólnoty),
- poczucie misji i odpowiedzialności,
- radość, satysfakcja z działań,
- chęć promowania kultury, wiedzy, tradycji,
- poczucie sprawczości i wywierania pozytywnego wpływu,
- poszerzanie horyzontów (swoich i innych),
- zarabianie pieniędzy,
- odpowiedź na braki w ofercie.

“

Nie ukrywam że najbardziej motywują mnie młodzi ludzie, z którymi pracuję na co dzień i którzy są jeszcze tacy nieskalani i pełni pasji. Oni są tacy, że chcieliby tworzyć, iść w świat, przekraczać różne bariery i granice.

– edukatorka, subregion katowicki

“

Zawsze to robiłam, od dziecka, wydaje mi się to moim środowiskiem naturalnym [...] Twórczość i takie kreatywne spełnienie jest super ważne i chciałam po prostu pokazać to innym ludziom, jak to jest, kiedy się coś tworzy i jakie to jest fajne.

– aktywistka kulturalna, subregion katowicki

Ciągle jest coś do odkrycia, tu się pojawia ciągle coś nowego i nie chodzi tutaj tylko o premiery muzyczne, teatralne, książkowe czy jakiegokolwiek inne, ale że tu ciągle napływają ludzie, napływają historie, napływają opowieści. I fantastycznie obserwować, jak ta kultura się zmienia. Bardzo lubię obserwować tę dynamikę.

– reporterka, subregion gliwicki

# Potrzeby i bolączki aktorów sektora kultury

PROMOCJA

PRZESTRZEŃ DO WSPÓLPRACY

PŁACE I WARUNKI ZATRUDNIENIA

OFERTA

KADRY

WSPÓLPRACA Z INSTYTUCJAMI

UPOLITYCZNIENIE SEKTORA KULTURY

FINANSOWANIE

WARUNKI PRACY



# Promocja

Jedną z najczęściej pojawiających się bolączek wśród aktorów sektora kultury jest kwestia promocji – zarówno promocji ich działalności lub miejsca, jak i promocji konkretnych wydarzeń realizowanych przez twórcę/institucję. **Twórcy wprost mówią, że brak dobrej promocji sprawia, że na wydarzenia przychodzi najczęściej grono stałych, tych samych osób.** Jest im trudno dotrzeć ze swoją ofertą do nowych odbiorców.

### Aktorom sektora kultury brakuje:

- wsparcia w dotarciu do nowych grup odbiorców,
- miejsca/przestrzeni na promocję wydarzeń na terenie całej Metropolii,
- środków finansowych na promocję.

Kilka osób potrzebę promocji chciałoby zaadresować aplikacją/portalem, na którym znalazłyby się wszystkie wydarzenia organizowane w Metropolii. Inne przywoływały działający kiedyś w podobny sposób portal *Ultramaryna*. Przedstawiciele Gliwic i Bytomia mogli pochwalić się takimi produktami działającymi w ich miastach (odpowiednio aplikacja *Gliwice Gama* i portal *Made In Bytom*). W ich opinii brakuje jednak takiego produktu na skalę metropolitalną.



Przydałaby się platforma informacyjna, która trafiłaby do mieszkańców. Można by tam przedstawiać potencjał lokalnych/wojewódzkich przedsięwzięć. Teraz jest chaos informacyjny. [...] Twórcy są pozamykani w gminach.

– niezależny publicysta, subregion tyski



Wyzwaniem jest dotarcie, brak promocji.

– pracowniczka instytucji kultury, subregion bytomski

“  
[Zmieniłbym] sposób informowania o imprezach.  
Tutaj dzieje się, mówimy o naszym regionie, tak dużo  
takich mniejszych rzeczy, które są bardzo ciekawe.  
A dowiadujemy się [o nich] no niestety z Facebooka,  
z profili facebookowych miasta, ale po imprezie,  
czyli po tym, co się wydarzyło.

– działacz nieformalny, subregion katowicki

# Płace i warunki zatrudnienia w sektorze kultury

Kolejna bolączka, z którą na co dzień mierzą się aktorzy sektora kultury, jest temat płac i warunków zatrudnienia w tym sektorze. Mówią o tym zarówno osoby zatrudnione w publicznych jednostkach sektora kultury, jak i osoby wykonujące pracę na rzecz instytucji kultury, których rynkowe stawki wynagrodzeń nie są akceptowane przez instytucje.

### Do głównych bolączek należą:

- wysokość wynagrodzeń pracowników sektora kultury,
- brak wynagrodzenia za pracę konieczną do wykonania po godzinach pracy i w weekendy,
- rodzaje umów, na jakich zatrudniani są niektórzy aktorzy sektora kultury (umowy „śmieciowe”).

“

Wynagrodzenia – patrzę na oferty, to nie są oferty gratyfikujące finansowo, a to zawody związane z np. pracą w sobotę, organizacją do późna.

– edukatorka, subregion katowicki

“

Marzenie, żeby można pracować w fundacji, żebym mogła w niej zatrudnić ludzi. Obecnie nie ma na to środków.

– muzyczka, subregion katowicki

“

Brak komfortu pracy – umowa zlecenie podpisywana co miesiąc, potem jedna umowa na rok, a rachunki co miesiąc.

– działaczka NGO, subregion katowicki



W instytucji zarobki są na poziomie  
najniższej krajowej, a jest wymóg pracy  
po godzinach i w weekendy.

– pracowniczka instytucji kultury, subregion katowicki

# Kadry

Niskie płace i brak odpowiedniego finansowania dla kadry instytucji kultury to przyczyna kolejnej bolączki w tym sektorze. Konsekwencją takiego stanu jest to, że często **do pracy w instytucjach kultury nie zgłaszają się wykwalifikowane, zaangażowane osoby**, co skutkuje brakami kadrowymi w instytucjach.

Pracownicy publicznych instytucji kultury zauważają, że **brak odpowiedniego wynagrodzenia sprzyja zatrudnianiu i utrzymywaniu na stanowiskach osób, które nie angażują się w pracę i nie posiadają odpowiednich kwalifikacji.**

“

Wywaliłabym wszystkich ludzi, którzy pracują w kulturze za karę, robią sztukę dla sztuki, nie angażują odbiorców i zastąpiła ich ludźmi z pasją.

– pracowniczka instytucji kultury, subregion gliwicki

“

Brak rąk do pracy. Poziom uposażeń nie odpowiada zadaniom, a szukamy osób, które mają wiedzę i kompetencje, predyspozycje do zajmowania się kulturą.

– pracownik instytucji kultury, subregion gliwicki

# Upolitycznienie sektora kultury

**Potrzeba wolności i swobody w działaniach z zakresu kultury była jedną z najczęściej pojawiających się potrzeb.** I odwrotnie – często wymienianą bolączką aktorów sektora kultury było wywieranie wpływu na decyzje dotyczące przedsięwzięć kulturalnych przez osoby związane z lokalną czy ogólnopolską polityką. Dotyczyło to zarówno wpływu bezpośrednio na aktorów kultury, jak i decyzji podejmowanych wewnątrz publicznych instytucji kultury.

Według uczestników badania, **takie ingerencje oddziaływały na ofertę czy program danej instytucji**, ale także miały wpływ na wybór inicjatyw i pomysłów rozpatrywanych w konkursach, a następnie finansowanych z grantów i środków publicznych.



[...] dyrektorka naszej instytucji, która miała zorganizować koncert chyba Natalii Przybysz też została, że tak powiem, zrugana przez władze, że to nie jest odpowiednia osoba.

– pracowniczka instytucji kultury, subregion bytomski



Odmówili lokalu jednej organizacji, bo jakiś senator sobie wymyślił, że potrzebuje jedną z najstarszych willi w mieście, a oni tam mieli ten lokal.

– niezależny publicysta, subregion katowicki

“  
Moje rzeczy związane z kulturą raczej wolę robić bezpłatnie. Po pierwsze, te pieniądze są drobne. Po drugie, jak robię bez hajsu, to nikt mi się nie może wtrącać w to, co robię. Nikt mi za to nie zapłacił, w związku z czym mogę sobie robić kompletnie, co chcę.

– niezależny publicysta, subregion katowicki

# Warunki pracy

## Wiele potrzeb i bolączek aktorów sektora kultury wiąże się z warunkami pracy, w jakich przyszło im działać.

Wśród największych bolączek wymieniano:

- zbyt szeroki zakres obowiązków, sprawiający, że dana osoba musi zajmować się zarówno produkcją, promocją, szukaniem finansowania i rozliczaniem inicjatywy,
- zmęczenie pracą po godzinach,
- potrzeba zadaniowego trybu pracy,
- niebranie pod uwagę opinii pracowników,
- wypalenie zawodowe,
- mobbing,
- finansowanie rozwoju pracowników – obecnie niektórzy pracownicy w ramach prywatnych wakacji organizują wizyty studyjne w inspirujących miejscach i instytucjach kultury,
- brak zasobów: ludzi, kompetencji, materiałów do pracy,
- brak roli producenta kultury – osoby wspierającej twórcę w realizacji pomysłu,
- brak przestrzeni/lokalu na prowadzenie aktywności kulturalnej.

“

Zarządzanie [powinno się zmienić], dyrektor nie musi być managerem, czasem to artysta i nie umie w zarządzaniu.

– pracowniczka instytucji kultury, subregion bytomski

“

Potrzeba zapasowych baterii – wsparcia w wypaleniu, bo to [praca w kulturze] wymaga dużo energii.

– pracowniczka instytucji kultury, subregion katowicki

“

No najbardziej bolesne jest to, że jako muzyk wykształcony muszę się zajmować wszystkim. Żeby zrobić projekt to muszę być scenografem, muszę być techniczną, muszę być panią piszącą grant, muszę być księgową, która to rozliczy.

– muzycza, subregion katowicki

“  
Wziąłbym wszystkich naczelników, wsadził  
w samolot, rozpisał festiwale, koncerty, dał  
zeszyty, w których mieliby zbierać podpisy.  
Dopiero po stu podpisach [potwierdzających],  
że byli tam, mogliby dostać funkcję  
i decydować o tym, jak wygląda kultura.

– organizator wydarzeń, subregion gliwicki



W instytucjach kultury martwisz się o to,  
czy będzie papier do ksero.

– pracowniczka instytucji kultury, subregion katowicki

“  
Taka funkcja producenta, który jest  
współtwórcą, ale odpowiada za całość  
organizacyjną, papierkową, finansową, ma  
wpływ na utwór artystyczny, ale jest do pomocy  
twórcy, żeby twórca mógł skupić się  
na wytworze.

– działaczka NGO, subregion katowicki

## Przestrzeń do współpracy

W badaniu mocno wybrzmiała potrzeba przestrzeni (niekoniecznie fizycznej) do współpracy między aktorami sektora kultury z terenu całej Metropolii. Przestrzeni, która dawałaby im **możliwość wymiany wiedzy, doświadczeń, pomysłów, materiałów, a także realizacji wspólnych projektów.**

### Dzięki takiej współpracy mogliby oni:

- lepiej organizować kalendarz imprez, aby w tym samym czasie nie realizować kilku podobnych wydarzeń dla tych samych grup odbiorców,
- korzystać i dzielić się materiałami, np. krzesłami, oznakowaniem przestrzennym etc.,
- dzielić się i wypracowywać wspólną wiedzę, np. poradnik, jak zrobić eko-wydarzenie,
- realizować wspólne projekty, wykraczające poza granice miasta/gminy.

“

Działamy samodzielnie, nie ma przestrzeni do spotkania.

– działaczka NGO, subregion katowicki

“

[Brakuje mi] formy wymiany doświadczeń, pomysłów, przestrzeni do wspólnego tworzenia czegoś.

– twórca teatralny, subregion katowicki

“

Brak pomostu między twórcami.

– pracowniczka instytucji kultury, subregion katowicki

Brakuje dialogu na co dzień. Gdyby ten dialog był, to wiele nowych, fantastycznych rzeczy można by było zrobić. Jako instytucje przy takiej współpracy byłibyśmy też bardziej odporni od niezależnych warunków, takich jak warunki ekonomiczne. Brakuje wymiany wiedzy, kontaktów itp.

– pracownik instytucji kultury, subregion gliwicki

# Oferta

Z ofertą kulturalną wiąże się kolejna kategoria potrzeb i bolączek aktorów sektora kultury. Zauważają oni systemowe problemy związane z edukacją kulturalną – **brak edukacji społeczeństwa, w tym młodych pokoleń, sprawia, że konsumują oni w dużej mierze łatwą kulturę o niskich walorach artystycznych**. Jednocześnie jakościowa, często droższa, kultura staje się dobrem dostępnym jedynie dla wąskiego grona odbiorców, często zamożniejszych, których stać na wyższe ceny biletów.

### W temacie oferty głównie bolączki to:

- wysokie ceny biletów,
- przesycenie festiwalami,
- okresy kumulacji wydarzeń o podobnej tematyce i profilu odbiorcy, a następnie okresy, w których mało się dzieje w kulturze,
- brak edukacji kulturalnej widowni,
- brak oferty dla dzieci i młodzieży,
- niska frekwencja na wydarzeniach,
- brak odpowiedniej diagnozy przyczyn małej frekwencji,
- brak własnej tożsamości w ofercie kulturalnej,
- brak informacji, czy wydarzenie jest dostosowane do osób z niepełnosprawnościami.



Z należyтым szacunkiem traktować dzieci, tworzyć dla nich projekty wysokiej jakości.

– działaczka NGO, subregion katowicki



Brak wydarzeń albo za dużo na raz. Przydałby się wspólny kalendarz instytucji.

– pracowniczka instytucji kultury, subregion katowicki



Kultura miałaby się lepiej gdyby była bardziej otwarta na ludzi, gdyby czuli się zaproszeni do udziału w tej kulturze. NOSPR sobie dobrze radzi, jest modny.

– pracowniczka instytucji kultury, subregion katowicki

Festiwalozia... To jednak nie powinno wyglądać tak, że przez trzy miesiące w roku jest straszne skupienie [festiwali], które jest też drogie [...] A przez pozostałe dziewięć miesięcy jest tak sobie i chcesz zobaczyć coś lepszego, posłuchać czegoś lepszego, to jednak zostaje wycieczka do Krakowa, który jest aktywny przez cały rok.

– nieformalny twórca, subregion katowicki



Dzięki Bogu w Katowicach nie jest takie modne disco polo, ale coraz częściej pieniądze idą na taką prostą kulturę, coś, co łatwo wejdzie, łatwo wyjdzie i zapomnijmy o tym, nie [na] jakieś ambitne projekty.

– nieformalny twórca, subregion katowicki

# Finansowanie projektów/wydarzeń

**Niewystarczające finansowanie projektów, inicjatyw i wydarzeń kulturalnych było najczęściej pojawiającą się bolączką wszystkich aktorów sektora kultury.** Wskazują oni, że kultura jest najgorzej finansowanym sektorem, który musi walczyć o środki i którego finansowanie najczęściej jest ucinane.

## W zakresie finansowania kultury pojawiają się następujące bolączki:

- trudności w pozyskiwaniu środków,
- okrajanie wielkości grantów/dofinansowania w celu wsparcia większej ilości podmiotów, co sprawia, że realizacja projektu staje się często niemożliwa,
- trudne wnioski, czasochłonne procesy, dużo biurokracji,
- brak instytucji wspierających artystów w finansowaniu ich pomysłów, to artysta musi stać się ekspertem ds. źródeł finansowania kultury i pisania wniosków,
- brak feedbacku przy grantach i wnioskach,
- brak transparentności w finansowaniu kultury – dlaczego jakiś projekt dostał dofinansowanie, a inny nie, podawane powody często nic nie mówią,
- *kolesiostwo* i znajomości przy decyzjach dotyczących finansowania,
- brak pomysłu na systemowe wspieranie zarówno inicjatyw, które się sprawdziły i urosły, jak i nowych, mniejszych inicjatyw.

“

[Największe bolączki to] koszty, nakłady, kultura musi walczyć o środki i uwagę. Przegrywa często ze sportem.

– działaczka NGO, subregion gliwicki

“

Brakuje środków, czasem wartościowe publikacje, np. historyczne nie są wydawane, bo zwyczajnie nie ma na to środków.

– działacz nieformalny, subregion sosnowiecki

“

[Co do zmiany?] Zmiana niektórych osób, które decydują, i systemu finansowania. Bo kultura jest ciągle albo niedofinansowana, albo jak już jest finansowana, to jest ograniczona różnymi właśnie tego typu sprawami, że trzeba być uległym wobec tej osoby, która decyduje.

– dziennikarka, subregion bytomski

Kultura jest wiecznie niedofinansowana. Wiecznie. Pieniędzy jest naprawdę za mało. Jeżeli się komuś te pieniądze zabiera, to zabiera się najczęściej kulturze. Ponieważ wielu decydentów traktuje tę sferę jako coś takiego gadżetowego. *Bez tego da się żyć* – takie słowa padają często. A spotykam się z tą drugą stroną, która jest finansowana, która dostaje dotację na projekty i tam jest ekwilibrystyka, żeby się z tymi finansami spiąć i wyrobić.

– działaczka nieformalna, subregion gliwicki

# Trudna współpraca z instytucjami

Kolejną bolączką jest sposób współpracy aktorów sektora kultury z publicznymi instytucjami. Często relacje te opisywane są jako niesymetryczne, trudne, niestabilne, praco- i czasochłonne oraz prześląknięte biurokracją. **Aktorzy sektora kultury w trakcie współpracy z instytucjami najczęściej spodziewają się słów „nie, nie da się”.**

Wspominały o tym osoby reprezentujące nieformalne inicjatywy, fundacje, stowarzyszenia, biznes związany z kulturą, jak i... przedstawiciele samych instytucji kultury.

### Wskazane elementy do zmiany to:

- podejście oparte na współpracy, nie rywalizacja,
- otwartość na rozmowę i współpracę z osobami z zewnątrz danej instytucji,
- wspieranie przez instytucję oddolnych działań i inicjatyw,
- zmniejszenie biurokracji,
- otwartość na realizację działań po godzinie 17:00.

“

[Co mi przeszkadza?] Biurokracja. Długo to trwa, odbija się na finansach, trzeba przerabiać plakat kilka razy, bo np. logo jest nie na takim [odpowiednim] tle.

– działacz nieformalny, subregion sosnowiecki

“

Instytucje kultury to nie jest stabilny partner. Nie jest otwarty na innowacje. Nie ufa osobom, które mają doświadczenie i zrobiły coś dobrego.

– działaczka NGO, subregion katowicki

“

[Zmieniłabym] formalne podejście instytucji kultury na bardziej otwarte. Chciałabym, żeby one trochę tej pary odpuściły i zwracały się bardziej miękko do twórców. Przede wszystkim – żeby się bardziej otworzyły.

– twórczyni nieformalna, subregion gliwicki

# Potrzeby i bolączki aktorów sektora kultury

- Działalność poza instytucjonalna daje większą swobodę artystyczną niż w przypadku zatrudnienia w instytucji kultury, ale wiąże się także ze znaczącymi bolączkami, których praca w instytucji pozwala uniknąć, jak chociażby: konieczność działań na własną rękę od A do Z, brak fizycznej przestrzeni (i często zasobów) do realizacji działań, mała otwartość instytucji na autorskie inicjatywy, konieczność walki o finansowanie czy brak merytorycznego wsparcia w ubieganiu się o dofinansowanie.
  - Zarówno pracownicy instytucji kultury, jak i osoby współpracujące z nimi, zderzają się z ograniczeniami ze strony tych instytucji – biurokracją, złymi warunkami zatrudnienia/współpracy, nieznacznym wpływem na ofertę.
  - Praca w instytucji kultury wiąże się dodatkowo z ryzykiem wypalenia zawodowego i utraty poczucia sensu swoich działań – przez małą swobodę działania i decydowania, ale także złe warunki pracy (np. pracę po godzinach, w weekendy, przeciążenie liczbą obowiązków).
- Twórcy polegają na instytucjach, których pracownicy są często uzależnieni od sposobu działania tych instytucji. Wynikające z tego problemy mają to samo źródło i systemowy charakter – biorą się z nieodpowiedniego zarządzania i finansowania. Warto dodać, że ten system nie odpowiada również na potrzeby odbiorców kultury, chociażby w kontekście godzin funkcjonowania instytucji, a więc *de facto* dostępu do kultury.
  - Aktorzy kultury, z którymi rozmawialiśmy w ramach badań, to w przeważającej mierze osoby łączące ze sobą różne formy działalności kulturalnej. Oznacza to, że bardzo często borykają się one z bolączkami całego sektora, a nie konkretnego typu działalności (np. tylko instytucjonalnej lub oddolnej).
  - Problemy związane z upolitycznieniem i finansowaniem sektora kultury determinują większość bolączek, niezależnie od rodzaju działalności kulturalnej aktorów. Tym ograniczeniom wymykają się prywatne instytucje oraz osoby działające kulturalnie w ramach działalności gospodarczej, gdyż z założenia uprawiają kulturę według praw rynkowych, co daje im większą niezależność.

# Potrzeby i bolączki aktorów sektora kultury

- Aktorzy kultury, z którymi rozmawialiśmy podczas badań, to w przeważającej mierze osoby łączące ze sobą różne formy działalności kulturalnej. Oznacza to, że bardzo często borykają się one z bolączkami całego sektora, a nie konkretnego typu działalności (np. tylko instytucjonalnej lub oddolnej).
  - Zarówno pracownicy instytucji kultury, jak i osoby współpracujące z nimi, zderzają się z ograniczeniami wynikającymi z natury instytucji – biurokracją, złymi warunkami zatrudnienia/współpracy, ograniczonym wpływem na ofertę.
  - Twórcy polegają na instytucjach, których pracownicy są często uzależnieni od sposobu działania tych instytucji. Wynikające z tego problemy mają to samo źródło i systemowy charakter – biorą się z nieodpowiedniego zarządzania i finansowania. Warto dodać, że ten system nie odpowiada również na potrzeby odbiorców kultury, chociażby w kontekście godzin funkcjonowania instytucji, a więc de facto dostępu do kultury.
- Działalność pozainstytucjonalna daje większą swobodę artystyczną niż w przypadku zatrudnienia w instytucji kultury, ale wiąże się także ze znaczącymi bolączkami, takimi jak: konieczność działań na własną rękę od A do Z, niewystarczające zasoby do realizacji działań, niska otwartość instytucji na autorskie inicjatywy, czy konieczność walki o finansowanie, często przy braku merytorycznego wsparcia w ubieganiu się o nie.
  - Praca w instytucji kultury wiąże się także z ryzykiem wypalenia zawodowego i utraty poczucia sensu swoich działań – przez małą swobodę działania i decydowania, ale także warunki pracy (np. pracę po godzinach, w weekendy, przeciążenie liczbą obowiązków).
  - Problemy związane z upolitycznieniem i finansowaniem sektora kultury determinują większość bolączek, niezależnie od rodzaju działalności kulturalnej aktorów. Tym ograniczeniom wymykają się prywatne instytucje oraz osoby prowadzące działalność gospodarczą, które, z założenia, uprawiają kulturę według praw rynkowych, co daje im większą niezależność.

# W jaki sposób finansowana jest kultura na terenie GZM? (1/2)

Sposoby finansowania kultury na terenie GZM powiązane są z charakterem i formą działalności prowadzonej przez dany podmiot/osobę. W zależności od dostępnych środków i związanych z nim udogodnień i trudności, poszczególne osoby decydują się w różny sposób podchodzić do finansowania swojej działalności. Z rozmów przeprowadzonych w ramach badania wynika, że **kultura jest często uzależniona od dotacji i grantów**. Dotyczy to również publicznych instytucji kultury, których budżety zazwyczaj są ograniczone i aby móc funkcjonować, wspierają się one grantami i budżetami obywatelskimi.

Najczęściej używane formy finansowania to:

## FINANSOWANIE INSTYTUCJONALNE

- większość idzie na działania wewnętrzne,
- nie zawsze jest dobrze zarządzane,
- mniejszym instytucjom trudniej jest pozyskać granty, ponieważ nie mają środków na zewnętrznych ekspertów do pisania aplikacji.

## MECENAT

- daje większą swobodę i możliwość realizacji własnych inicjatyw,
- trudny do pozyskania dla mniejszych inicjatyw,
- często łatwiejszy pod kątem biurokracji niż granty i dotacje publiczne.



Każdy wiedział o tym, że wszystkie domy kultury w różnych dzielnicach Katowic mają bardzo mocno obcięte budżety na rzecz jednej instytucji, która wchłania wszystkie te pieniądze.

– pracowniczka instytucji kultury, subregion bytomski



Przedsiębiorca nie może robić kultury, nie można na niej zarabiać.

– działaczka NGO, subregion katowicki

# W jaki sposób finansowana jest kultura na terenie GZM? (2/2)

## GRANTY I DOTACJE

- często mocno sprofilowane, pod ich tematykę podporządkowują się twórcy i instytucje – aby zwiększać swoje szanse na otrzymanie wsparcia finansowego,
- nie zawsze dostępne dla wszystkich, np. sektor prywatny i osoby fizyczne nie mogą się o nie ubiegać,
- często rozdrabniane, aby środki mogła otrzymać większa liczba podmiotów,
- pisanie wniosków jest czasochłonne i frustrujące,
- trudne do pozyskania ze względu na biurokrację i ograniczenia czasowe,
- problematycznie w rozliczaniu, budżet jest sztywny i nieodporny na zmiany cen,
- brakuje dłuższych propozycji finansowania (na 2-3 lata projektu),
- brakuje uczciwego feedbacku przy negatywnie rozpatrzonych aplikacjach.

## BRAK FINANSOWANIA/FINANSOWANIE WŁASNE

- działania o charakterze wolontaryjnym, „dokładanie do kultury”,
- daje wolność i niezależność w kwestiach artystycznych,
- często konieczne jest wsparcie społeczności (np. zrzutki, crowdfunding)

“

Jako stowarzyszenie generujemy duże koszty, bo materiały też są duże. My nie otrzymujemy żadnego finansowania, jak trzeba, to sami dokładamy.

– działaczka NGO, subregion katowicki

“

Najłatwiej było poprosić przyjaciół o zbiórkę i tak dostałam pieniądze na swoje własne działania – to były wydruki zdjęć i katalogi.

– pracowniczka instytucji kultury, subregion gliwicki

“

Pisanie wniosków i rozliczanie ich to okropna sprawa. Nigdy więcej nie chciałabym tego robić.

– pracowniczka instytucji kultury, subregion bytomski

Widzę tendencję, że jak kultura jest finansowana i są granty, to z góry wiadomo, do kogo one pójdą. Nie trzeba być super byстрыm czy wnikliwym. To nie musi być złe – metropolia zna te działania, widzi merytorykę i jakość, to dlaczego nie miałyby finansować ich co roku. Ale brakuje tego, że nie ma finansowania nowych rzeczy.

– krytyk teatralny, subregion sosnowiecki

W zeszłym sezonie artystycznym złożyliśmy trzynaście wniosków o granty, z czego na pewno dwa odpadły ze względów formalnych (nasz błąd ludzki, czasami się czegoś nie dopatrzy). Z dziesięć zostało i z tych dziesięciu jeden dostał dofinansowanie tylko 1/6 kwoty. I to były wnioski na różnych polach: ministerialnych, samorządowych, miejskich, prywatnych fundacji też. Porażające to jest. Tyle pracy, czasami było tak, że jeden projekt gdzieś tam wszedł. [...] To bardzo trudne i czasochłonne, pracołłonne i czasami frustrujące w podcinający sposób.

– muzyczka, subregion katowicki

“  
Jednoosobowa działalność nie jest traktowana poważnie. Kultura zamyka się w jednostkach instytucjonalnych i działalności prywatnej [...]

Nie ma na mnie miejsca w przestrzeni kulturalnej, są instytucje, stowarzyszenia i fundacje, albo duzi gracze prywatni.

– działaczka NGO, subregion katowicki



Grantoza. Trzeba realizować projekty, które przeszły. Ktoś je napisał, a my to mamy ogarniać: papierologię, pamiętanie o umowach etc. To zabiera przestrzeń do działania i pewne środki, np. na inicjatywy lokalne.

– twórczyni nieformalna, subregion katowicki

“  
Finansowanie oparte na grantach nie pomaga  
w realizacji tematów innych niż historyczne,  
narodowo-lokalne... na coś nowego, eksperymentalnego,  
filozoficznego. Potem są wnioski oparte na słowach  
kluczowych, a realizacja czegoś innego, więc żeby się  
odnaleźć, trzeba być przebiegłym.

– działaczka NGO, subregion katowicki



Szukamy sponsorów, ale to jest trudne, niemożliwe właściwie. Może łatwiej jest tam, gdzie jest problematyka społeczna. W kulturze to jest trudne, potencjalny sponsor musi mieć interes.

– pracowniczka instytucji kultury, subregion bytomski

W jaki sposób finansowana jest kultura na terenie GZM?

## Walka o środki publiczne

Publiczne instytucje kulturalne postrzegane są przez aktywistów społecznych, fundacje i stowarzyszenia jako rywale w konkursach o granty publiczne. Aktywiści społeczni zwracali uwagę, że **braki w finansowaniu instytucje publiczne „zalepiają” grantami z konkursów przeznaczonych na działania oddolne mieszkańców.**

Sprawia to, że **aktywiści mają poczucie, że są na straconej pozycji, konkurując z wnioskami instytucji.** Na przykład, gdy wniosek do budżetu obywatelskiego składa też pracownik instytucji, to najczęściej posiada on wsparcie i wiedzę z zakresu pisania wniosków oraz może wykazać wkład własny w projekt (jak np. przestrzeń do realizacji projektu). Twórcom poza instytucjonalnym trudniej o takie zasoby.

“

Jestem oburzona faktem, że budżet obywatelski dofinansowuje biblioteki, które powinny być dofinansowywane z Urzędu Miasta. Biblioteka nie powinna się martwić o to, czy ma księgozbiory, czy nie. Jest jednostka prowadząca, która powinna się tym zajmować, a [zamiast tego jest] zabieranie pieniędzy z budżetu obywatelskiego, który by na przykład mógł finansować inicjatywy młodych ludzi.

– działaczka NGO, subregion katowicki

Taki przykład. Osoba udawała, że działa oddolnie, a zgłaszała profesjonalnie napisany projekt. To jest problem dla mieszkańców, kiedy chcą zgłosić projekt.

Brakuje środków i ja jako mieszkaniec rywalizuję z domem kultury. To jest niefajne ze względu na wkład własny do projektu... Jeśli pracownicy w taki sposób chcą przyciągać ludzi do instytucji, to jest niefajne.

Instytucja mimo wszystko ma jakieś fundusze, mieszkańcy – niekoniecznie.

– aktywistka, subregion katowicki

## Mecenat też ma swoje ograniczenia

- **Mniejszym firmom ze względu na ograniczone przychody trudniej jest wspierać inicjatywy kulturalne i społeczne.** Jednocześnie, mają one ograniczoną wiedzę na temat tego, jak inaczej niż poprzez przekazywanie środków finansowych mogą dawać wsparcie twórcom.
- Inicjatywa działań pro bono/mecenatu w firmach bardzo często wychodzi od pracowników i działa motywująco na osoby decyzyjne.
- Główne **motywacje dla biznesu w kontekście wspierania kultury to zadowolenie i zaangażowanie pracowników, możliwość wpłynięcia na i zmianę najbliższego otoczenia, budowanie wizerunku i relacji.** Jednocześnie, przedstawiciele biznesu zwracają uwagę, że sponsoring jako forma promocji uległa już wyczerpaniu.
- Wsparcie kultury przez biznes jest ograniczone ze względu na brak przestrzeni/miejsca, do którego można by się zwrócić w celu chęci podjęcia inicjatywy.
- Władze (państwowe i miejskie) chętniej wspierają biznesy promujące sport niż kulturę.

# W jaki sposób podejmowane są decyzje dotyczące działań kulturowych w instytucjach kultury na terenie GZM?

Aktorzy sektora kultury najczęściej zwracają uwagę na **zwiększającą się w instytucjach otwartość na nowe pomysły i pojawiające coraz częściej zaufanie do kompetencji pracowników instytucji kultury.**

Jednocześnie, wyraźnie wybrzmiewają głosy o **negatywnych czynnikach**, które wpływają na decyzje dotyczące kultury:

- naciskach politycznych i ingerencji władz w program,
- wciąż funkcjonującym w niektórych instytucjach podejmowaniu decyzji przez dyrektorów, bez współpracy z wykwalifikowaną w tym kierunku kadrą czy konsultacji z ekspertami z zewnątrz,
- braku koncentracji na rozpoznawanie potrzeb i edukowanie odbiorców, a kierowanie się jedynie frekwencją w tworzeniu programów,
- braku transparentności dotyczącej finansowania projektów.

“

Brakuje doradztwa, refleksji, współpracy ze środowiskiem, brakuje ewaluacji, takiej dobrej.

– działaczka NGO, subregion katowicki

“

Zrozumienia i dialogu czasem brakuje na wyższych szczeblach. Poza rzeczami medialnymi jest codzienne działanie: dialog i animacja społeczna.

– pracownik instytucji kultury, subregion gliwicki

Decyzje podejmowane są przez ludzi, którzy nie powinni podejmować tych decyzji, którzy powinni mieć ludzi od tych decyzji. Np. miasto organizuje festyn, kto powinien zdecydować, co na tym festynie ma być? Czy osoba na samej górze, która decyduje o kasie? Czy osoba, która się zna na muzyce, na kulturze, na społeczności lokalnej?

– działaczka NGO, subregion katowicki

“  
Chyba zajmują się tym ludzie, którzy nie do końca  
powinni się tym zajmować, albo powinno to być  
szersze grono, w którym powinno się przedyskutować  
te rzeczy. Co jest ważne i potrzebne pod względem  
kultury, a nie pod względem frekwencji, bo w tym  
wypadku zawsze jakiś piknik wygra.

– działacz nieformalny, subregion katowicki

# Jak na szczeblu lokalnym podejmować dobre decyzje dotyczące kultury?

Badani w dużej mierze zgodnie identyfikowali główne czynniki, które wpływają na podejmowanie dobrych decyzji dotyczących kultury.

Najczęściej wymieniali oni **czynniki o charakterze ludzkim**, związane z otwartością na współpracę i współdziałanie z innymi aktorami sektora kultury, a także otwartość na opinię i wkład ze strony osób spoza danej instytucji (odbiorców, mieszkańców, stowarzyszeń, fundacji, ekspertów w danym temacie).

Duży nacisk kładli na **jakość kadr**, zatrudnianie osób, będących specjalistami w danej dziedzinie, ich odpowiednie wynagrodzenie, danie możliwości rozwoju i zaufanie względem ekspertów domenowych.

Wybrzmiała także **konieczność podejmowania obiektywnych decyzji**, dla których podstawą są merytoryczne argumenty i długofalowa strategia, a nie cele polityczne czy preferencje poszczególnych osób.

## CZYNNIKI CHARAKTERYZUJE DOBRE DECYZJE DOTYCZĄCE KULTURY

- współdziałanie osób z sektora kultury, networking,
- otwartość na opinię i wkład osób z zewnątrz,
- wsłuchiwanie się w potrzeby odbiorców,
- długofalowa strategia,
- inwestowanie w pracowników i ich kompetencje,
- zaufanie do eksperckiej kadry,
- podejmowanie obiektywnych decyzji na podstawie merytoryki,
- otwartość na eksperymenty i próbowanie czegoś nowego,
- wyjście poza centrum i Katowice, docenienie peryferiów,
- zwiększanie dostępności kultury.



[Dobra decyzja to...] Dopasowanie oferty,  
jak Światowid i seanse z prelekcjami.  
To coś ciekawego, co ludzie lubią.

– pracowniczka instytucji kultury, subregion bytomski



[Dobra decyzja to...] Docenianie i dowartościowywanie peryferiów. Ludzie są za to wdzięczni – kiedy ludzie, którzy tworzą centrum, dostrzegają wartość inwestowania w peryferia.

– niezależny publicysta, subregion tyski

[Dobra decyzja to...] Rzeczywiste zainteresowanie potrzebami kulturalnymi, to po pierwsze. Tak naprawdę to nie jest jakiś duży wysiłek. Wystarczy spotykać się regularnie z osobami, które tworzą kulturę instytucjonalną i od czasu do czasu posłuchać nieformalnych grup, one bardzo dużo wnoszą. Po prostu trzeba umieć słuchać i umieć zainteresować się.

– reporterka, subregion gliwicki

## Jak na szczepku lokalnym podejmować dobre decyzje dotyczące kultury?

# Kultura i biznes – różne podejścia

Wśród aktorów sektora kultury pojawiają się zróżnicowane głosy dotyczące najlepszego podejścia do zarządzania kulturą.

**Część osób mocno popiera traktowanie kultury jak biznesu.** Argumentują one, że tylko to pozwoli sektorowi kultury wsłuchiwać się w potrzeby i oczekiwania mieszkańców, zastanawiać się nad adekwatnym wydatkowaniem środków i otworzyć się na eksperymentowanie. Dzięki temu mogłaby zaistnieć realna szansa na tchnięcie nowej jakości do oferty instytucji kultury.

**Jednocześnie słychać głosy, mówiące, że o kulturze nie powinno się myśleć jak o biznesie;** że kategorie komercyjne nie są adekwatne do misji, jaka przyświeca kulturze i że instytucje powinny stawiać na jakość, a niekoniecznie na ilość. W tym kontekście często padał przykład rozliczania inicjatyw kulturalnych od wskaźnika frekwencji, który sprawia, że instytucje organizują mało ambitne, ale zapewniające większą liczbę odbiorców wydarzenia, takie jak koncerty popularnych gwiazd czy atrakcje o niskim walorze artystycznym.

“

Instytucje kultury mają naciski na to, by zaczęły na siebie zarabiać, a przecież idea pierwotna jest taka, by kultura była za darmo lub tania.

– pracowniczka instytucji kultury, subregion gliwicki

“

[Co charakteryzuje dobre decyzje dotyczące kultury?] Praca całej instytucji na wizerunek. Patrzenie na kulturę jak na biznes, żeby się to zgadzało, miało sens i odbiorców.

– pracowniczka instytucji kultury, subregion bytomski

“

Dobrze [by było] gdyby sektor publiczny i ludzie kultury przepracowali jakiś czas w sektorze prywatnym – to by ich dużo nauczyło, zwłaszcza odpowiedzialności.

– działacz nieformalny, subregion katowicki

Żeby [decyzje] niekoniecznie były motywowane komercyjnie. Nie wszystko w kulturze musi się opłacać i przenosić zyski. Jednym z najlepszych działań w ostatnich latach było, gdy Katowice w ramach święta miasta zorganizowały w parku olbrzymi koncert Manu Chao i to była największa darmówka, jaką widziałem w regionie. Przyciągnęło ludzi z całego regionu. Pograli trzygodzinny zajebisty koncert, wszyscy wiedzieli, że to jest organizowane przez miasto Katowice, że jest to promocja miasta. I takie imprezy działają. Nie działają imprezy typu *zaprosimy po raz trzydziesty Marylę i Beatę Kozidrak*. Te rzeczy już wszyscy widzieli na każdym możliwym sylwestrze.

– niezależny publicysta, subregion katowicki



Kultura powinna być finansowana z podatków,  
bo inaczej się nie utrzyma, tylko że to jest furtka  
do niewłaściwego zarządzania finansami [...]

Moim zdaniem podejście biznesowe nie  
wyklucza się ze zrozumieniem miejsca kultury.

– pracowniczka instytucji kultury, subregion gliwicki

# Co powinno się zmienić w działaniach dotyczących kultury w przyszłości? (1/2)

Badani pytani o przyszłość kultury koncentrowali się na kilku kategoriach tematycznych, w każdej z nich widziano zarówno szanse, jak i zagrożenia dla kultury.

## **TECHNOLOGIA**

Z jednej strony widzieli duży potencjał, jaki drzemie w nowej technologii, sztucznej inteligencji, gamingu, a także możliwości streamowania wydarzeń kulturalnych. Jednocześnie temat sztucznej inteligencji jawił się czasem jako duże zagrożenie dla kultury.

## **FINANSOWANIE**

Jedna z głównych bolączek aktorów sektora kultury przekłada się na obawy dotyczące źródeł finansowania w przyszłości – zarówno możliwości tworzenia kultury, jak i wydarzeń, ale także zatrzymania kompetentnych i zaangażowanych ludzi w sektorze kultury.

## **OFERTA**

Kolejnym tematem, który mocno wybrzmiał, była kwestia jakości, dostępności i widoczności oferty kulturalnej. Badani zaznaczali, jak ważne jest, aby tworzyć ciekawszą, bogatą ofertę skierowaną do różnych grup odbiorców (szczególnie podkreślano, jak mało jest oferty dla młodych ludzi). Pojawiły się obawy, że przez swoją profesjonalizację i brak edukacji kultura będzie trafiać tylko do wąskiego grona osób i stanie się bardzo elitarnym dobrem.

“

[Potrzebne jest] więcej pracy u podstaw, tzn. może najpierw warsztaty dla dzieci na konkretny temat, a dopiero później duża impreza.

– pracowniczka instytucji kultury, subregion gliwicki

“

Kultura się profesjonalizuje, trafia do coraz bardziej elitarnego grona, to źle. Jeżeli będziemy tworzyli tylko profesjonalne wystawy, to zrazimy ludzi do tego.

– twórca wizualny, subregion bytomski

Gorzej jest w mniejszych miejscowościach,  
które są słabo dotowane.

Przykład lokalnego muzeum, które dostaje  
budżet roczny w wysokości pięć tysięcy  
złotych, za to nic nie da się zrobić.

Kolejną rzeczą jest to, że jak ludzie wezmą  
udział w średnio udanych wydarzeniach, mało  
dofinansowanych, to w kolejnym już nie wezmą  
udziału.

– twórca wizualny, subregion bytomski

# Co powinno się zmienić w działaniach dotyczących kultury w przyszłości? (2/2)

## LUDZIE

Bardzo mocno wybrzmiała konieczność zadbania o ludzi kultury, budowania wspólnot wokół kultury i stwarzania przestrzeni do rozmowy i współpracy między aktorami tego sektora. Wybrzmiał także potencjał, jaki drzemie w oddolnych inicjatywach i konieczność zwiększania świadomości kulturowej odbiorców.

## PRZESTRZEŃ

W tym aspekcie badani liczą na zwiększenie ilości przestrzeni zielonych na terenie miast Metropolii, zadbania o pustostany i przekształcenia w architekturze postindustrialnej.

## POLITYKA

Padły głosy mówiące o potrzebie poszerzenia Metropolii o kolejne istotne regiony: Jaworzno, Cieszyn, Pszczynę (jednak należy pamiętać, że to perspektywa badanych, a więc mieszkańców Metropolii, a nie mieszkańców tych regionów). Badani mocno akcentowali także potrzebę organizacji wydarzeń i kierowania uwagi instytucji i decydentów na tereny poza centrum głównych miast Metropolii i Katowic oraz zainteresowanie się mniejszymi miejscowościami i peryferiami.

## INFRASTRUKTURA

W temacie infrastruktury pojawiały się dwa główne tematy. Pierwszy z nich to dostępność infrastruktury (w tym transportu) dla osób z niepełnosprawnościami – wiele instytucji nie jest przystosowana do potrzeb tej grupy. Drugim tematem jest transport metropolitalny i jego dostępność w godzinach, w których odbywają się wydarzenia oraz dostępność transportu z mniejszych miejscowości.

“

Może, gdyby byli dobrze wynagradzani [pracownicy kultury], to nie byłoby tam osób przypadkowych, nierozumiejących kultury.

– pracowniczka instytucji kultury, subregion katowicki

“

Zwiększyłbym budżet instytucji, które działają lokalnie, np. w Radzionkowie i Bytomiu, dotowałbym instytucje już istniejące i inicjatywy oddolne i offowe.

– twórca wizualny, subregion bytomski

“

Unowocześniłbym niektóre jednostki kultury, by przyciągnąć młodszych, by ich zainteresować.

– działacz NGO, subregion katowicki

Wyobrażam sobie kulturę, która się dzieje na  
tyle często i dużo, że idę ulica i mogę nagle  
wejść na wernisaż, czy coś innego [...]  
W tej chwili wydarzenia są trochę schowane,  
tzn. wszystko jest na tyle zhierarchizowane  
i ułożone, że zawsze trzeba wiedzieć, co i jak,  
i gdzie, i o której.

– pracowniczka instytucji kultury, subregion gliwicki

# Mapowanie relacji mieszkańcy-twórcy-instytucje kultury

**Istnieje duża otwartość wśród aktorów sektora kultury na współpracę, wzajemne wsparcie**

**i czerpanie inspiracji od siebie nawzajem.** Dotyczy to współpracy na terenie całego GZM (a nawet poza GZM), ale także współpracy pomiędzy branżami i typami działalności.

**Do współpracy pomiędzy twórcami dochodzi relatywnie często. Inspirują się nawzajem, deklarują wysoką otwartość na realizację wspólnych pomysłów** (choć wybrzmiewają także

głosy, że środowisko artystyczne bywa trudne i zdarzają się w nim zgrzyty i niezdrowa konkurencja). Przedstawiciele instytucji również często opisują współpracę z innymi instytucjami i otwartość na nowe wspólne projekty. Twórcy i instytucje deklarują chęć współpracy między sobą. Najczęściej kontakty opisywane są jako twórcze, inspirujące i pozytywne (choć twórcom często przeszkadza biurokracja i warunki współpracy z instytucjami, a przedstawiciele instytucji skarżą się czasem na trudne współprace z artystami). Opisywane problemy dotyczą najczęściej kwestii komunikacyjnych, rzadziej merytorycznych czy artystycznych.

**Twórcy uznają, że najmniej i najłagodniejsze relacje mają z odbiorcami swojej twórczości.**

Do kontaktu dochodzi głównie przez fanpage, ogólne feedbacki i rozmowy po wydarzeniach. Przedstawiciele instytucji są najczęściej, w pewnym stopniu, w kontakcie z odbiorcami, jednak sami często widzą potrzebę większego kontaktu z nimi. Szczególnie mocno w głosach przedstawicieli instytucji wybrzmiała chęć/potrzeba tworzenia oferty w odpowiedzi na potrzeby odbiorców.

**Zarówno twórcy jak, i reprezentanci instytucji zauważają, jak istotne w tej branży są relacje towarzyskie, spotkania i rozmowy. Brakuje im wspólnej przestrzeni do dialogu, spotkania także z aktywistami i twórcami oddolnych inicjatyw.**

“

Skoro pracujemy w tym samym burdelu to równie dobrze możemy sobie pomagać.

– twórca wizualny, subregion gliwicki

“

Praca z artystami jest ciężką pracą. Mocno wymagającą, dlatego że trzeba stać w takim rozkroku pomiędzy tą częścią formalną jak dokumenty i ogarnianie tego od strony organizacyjnej, i też mieć jakąś wrażliwość i otwartość na to co dostaje się od artysty, co jest często ulotne. Czasem przekraczają artyści granice i np. dzwonią w środku nocy.

– pracowniczka instytucji kultury, subregion bytomski

“

Brakuje synergii tu na Śląsku, moje doświadczenie z łódzką filmówką jest inne. Tutaj środowisko ma małą samoświadomość, mało się dzieje, mało spotkań typu śniadanie. Jest głównie spotkanie podczas wernisażu, ale to nie to samo, brak takiej organizacji.

– działacz nieformalny, subregion katowicki

“  
Są dla mnie bardzo inspirujące, bardzo słucham  
i obserwuję reakcje [odbiorców]. Uruchamia się  
coś co potem doprowadza do jakiejś wizji.

Mam też podejście, by traktować każdego z  
odbiorców z szacunkiem, by nie kategoryzować  
odbiorców.

– pracowniczka instytucji kultury, subregion gliwicki

“  
Jestem bardzo otwarta na wszystkie nowe  
zjawiska i wszystkie tego typu spotkania  
i relacje. Mogą być tylko pozytywne i dla mnie,  
i dla tych osób. Mnie bardzo ciekawi to, co oni  
mają do powiedzenia, mają dużo świetnych  
pomysłów i koncepcji, które rozwijają każdego.

– dziennikarka, subregion bytomski

[Relacje z innymi twórcami są] raczej nieformalne i incydentalne, chociaż się znamy. Brakuje otwartości, brakuje platformy, która animuje te spotkania i dialog. Każdy jest okopany na własnym odcinku. Większości z nas dotyka brak czasu i przeciążenie pracą, i to z tego wynika. Jesteśmy w kryzysie: mamy ograniczone zasoby ludzkie i finansowe, kontaktujemy się w potrzebie, ale na co dzień jest to trudniejsze.

– pracownik instytucji kultury, subregion sosnowiecki

[Relacje są] pozytywne, współpracuję z niektórymi ośrodkami regularnie, np. mam trwałą współpracę z biblioteką oświatową, projektem Future Artist [...] Lubię pracować z placówkami, które delegują osoby do kontaktu ze mną, wiem też, z kim chcę pracować.

– działaczka NGO, subregion gliwicki



[Relacje są] zróżnicowane, czasami są zgrzyty, mimo, że chcemy zasobami, jakie mamy, zrobić projekt najlepiej, jak możemy. Dla mnie projekt i cel są najważniejsze, nie kwestie osobiste.

– twórczyni, subregion katowicki

# Jak wychodzić z kulturą poza centra miast?

Aktorzy sektora kultury najczęściej nie mają wątpliwości związanych z tym, że życie kulturalne regionu będzie nieuchronnie kumulować się w centrach większych miast. Na badaniu wybrzmiała akceptacja tego stanu. Dlatego **podkreślali oni istotność dobrej komunikacji miejskiej, która obejmuje całość terenu GZM, w tym mniejsze gminy**. Transport taki powinien być dostępny w godzinach wieczornych i nocnych – kiedy kończą się wydarzenia w miastach.

Dodatkowo sugerują oni, że:

- kultura w mniejszych gminach powinna być wspierana i skupiona wokół lokalnych domów kultury i bibliotek, które powinny umożliwiać i wspierać twórcze działania mieszkańców,
- działania realizowane w dzielnicach, gminach i powiatach GZM powinny być systemowo promowane na terenie całej Metropolii,
- można wykorzystać ciekawe miejsca z różnych rejonów GZM do organizacji wydarzeń i imprez.

“

Ci, co tworzą centrum, dostrzegają tę wartość, że jednak trzeba inwestować w peryferia i przedstawianie środowisk twórców, potencjału tych okolicznych [gmin]. Choćby Kobiór – tu są bardzo ciekawe miejsca z potencjałem.

– twórca nieformalny, subregion tyski

“

[Kultura] Nie jest niedostępna, tylko bardziej jest pytanie: Jak zrobić, żeby była większa świadomość tego, co jest dostępne? Nie wiem, wymyślam tutaj teraz tak na dziko, że na przykład Katowice powinny więcej opowiedzieć o tym, co jest na przykład dostępne w Bytomiu, a Bytom, co w Chorzowie.

– twórczyni, subregion katowicki

Zadbanie o peryferia to przede wszystkim zorganizowanie im powrót do domu. To jest problem że imprezy kończą się o 23-24 i jeżeli chcesz sobie dojechać gdzieś do swoich Tarnowskich Gór to to już jest wyprawa na pół nocy. To jest też zadanie dla KZK GOP\*, że jednak trzeba połączyć te wszystkie miasta także nocą, skoro Katowice są centrum kultury i życia na nocnego, wieczornego.

– działacz nieformalny, subregion katowicki

Bardzo duża jest dostępność. W GZM wszystko bardzo blisko [...] Instytucje nie mają komunikacji [między sobą], żeby duże imprezy dla tych samych odbiorców nie działały się w tym samym czasie. W Małopolsce np. ustala się harmonogram dużych imprez. Czasem ekologicznie miejsca nie wytrzymują. Festiwale mają wpływ na wiele aspektów życia. Tego w GZM brakuje.

– pracowniczka instytucji kultury, subregion gliwicki

# Jakie funkcje spełniają obecne instytucje kultury (domy kultury, miejskie domy kultury, biblioteki etc.)?

Zróżnicowanie sposobu działania i podejścia osób pracujących w instytucjach kultury pomiędzy różnymi placówkami sprawia, że **niemożliwe jest jednoznaczne wskazanie funkcji, jakie pełnią te instytucje**. Kluczowy dla funkcjonowania danej placówki jest jej personel oraz osoba zarządzająca instytucją. To oni sprawiają, że dany dom kultury czy biblioteka aktywizuje i wspiera lokalną społeczność lub że jest to placówka, której nie kojarzy i z której nie korzysta zbyt wiele osób, która nie wspiera lokalnej wspólnoty.

## **Dobrze działające instytucje kultury:**

- skupiają swoje działania i program na potrzebach lokalnych odbiorców,
- tworzą program z myślą o mieszkańcach i ich aktywizacji (często skupiają się jednak jedynie na dzieciach i seniorach),
- spajają lokalną społeczność,
- wspierają twórców i oddolne, lokalne działania dając np. przestrzeń na spotkanie, warsztaty, promują lokalnych twórców i lokalne, oddolne inicjatywy,
- finansowo wspierają twórców, dając im zlecenia.

## **Cechy, które dodatkowo poprawiłyby działanie instytucji kultury:**

- swoboda eksperymentowania, zarówno pod kątem oferty, jeżeli obecna nie działa, ale także, bycia formą labu dla lokalnej, oddolnej kultury i powstających inicjatyw,
- otwartość na twórców,
- orientacja na tworzenie wydarzeń i oferty z ludźmi, a nie tylko dla nich,
- tworzenie jakościowego programu, który będzie edukował odbiorców.



Nasze spotkania często są w instytucjach, bibliotekach, domach kultury etc. Pomagają nam.

– działaczka NGO, subregion gliwicki



Domy kultury w Katowicach bardzo chętnie współpracowały, one wręcz szukały takich zespołów, które mogłyby coś u nich wystawić. Na tym bardzo im zależy. Ta współpraca była bardzo owocna. Problematyczne może być nawiązanie współpracy z większymi instytucjami kultury.

– działacz NGO, subregion gliwicki

Współpraca z instytucją działa dopiero wtedy,  
jak działa tam osoba, która Cię zna.  
Przedostać się do takiej instytucji jest bardzo  
trudno, bo im się nie chce, to jest dla nich  
problem. Ich to nie interesuje, bo [instytucja] ma  
swój plan i musi się zająć swoimi  
wydarzeniami. Instytucje nie mają działów  
dedykowanych do działań ze środowiskiem,  
z otoczeniem.

– twórca wizualny, subregion katowicki

To są miejsca, które, przynajmniej jak patrzę na te które znam, mają bardzo fajnych kreatywnych pracowników. Chętnych do działania, mających różnorakie talenty, także swoje, które rozwijają. Te instytucje wspierają lokalną społeczność bardzo swoimi działaniami. Myślę że mają mnóstwo pomysłów i część tych pomysłów się przebija i są realizowane. Oczywiście zawsze zależy to od dyrektora takiej instytucji, ale raczej osoby które znam, które się tym zajmują są takie takimi osobami otwartymi.

– dziennikarka, subregion bytomski



Jeśli chodzi o domy kultury, to trochę  
podupadły, kiedyś działa się więcej.  
W bibliotekach raczej dużo się nie zmienia...  
Mamy wiele fajnych muzeów, które mają  
potencjał.

– nieformalny działacz kultury, subregion tyski

Powinny być trochę bardziej zaangażowane w robienie rzeczy z ludźmi. To znowu się sprowadza do kosztów. Biblioteka ma wytyczony, ograniczony budżet i może w jego zakresie zrobić tyle i tyle. Ale to jest jedna biblioteka, natomiast bibliotek jest tutaj mnóstwo i one nie prowadzą żadnej działalności poza biblioteczną, a mogłyby. Obserwuję to na forach książkowych i komiksowych – jest przez ostatnie lata w Polsce jakaś spora aktywizacja bibliotek, żeby się stać miejscowymi ośrodkami kultury i aktywizowania młodych ludzi.

# Jaki wpływ na uczestnictwo w kulturze na terenie GZM mają miejsce zamieszkania, miejsce pracy, dostępność transportu?

Aktorzy sektora kultury wyróżnili cztery obszary wpływające na dostępność kultury w GZM.

## **LOKALIZACJA**

Dostępność kultury w GZM jest różna w zależności od lokalizacji. W większych miastach GZM dostępność kultury jest duża, ale w mniejszych miastach jest gorzej.

## **TRANSPORT**

Komunikacja miejska w GZM jest przez aktorów sektora kultury oceniana jako dobra, ale zaznaczają oni, że transport metropolitalny nie zawsze dociera do małych dzielnic. Zwłaszcza ograniczona jest komunikacja nocna, a to transport w tych godzinach jest istotny pod kątem uczestnictwa w kulturze. W tym obszarze pojawiły się głosy mówiące także o braku wspólnego biletu na autobus i pociąg.

## **INFORMACJA**

Dostępność kultury częściej łączona jest z brakiem informacji o wydarzeniach kulturalnych, niż z brakiem oferty. Pojawiło się wiele głosów mówiących o braku zintegrowanego systemu informacji o kulturze w GZM.

## **DOSTĘPNOŚĆ FINANSOWA**

Związana z cenami biletów na wydarzenia kulturalne, które mogą być problemem dla niektórych osób, oraz brakiem miejsc, gdzie można skorzystać z darmowych lub tanich wydarzeń kulturalnych.

“

Transport wyklucza, bez samochodu praktycznie nie da się dojechać na czas na wydarzenia w mniejszych miastach.

– twórca, subregion katowicki

“

Nie stać ludzi na kulturę, muzea, teatry – to jest droższe, mało jest miejsc, gdzie można skorzystać za darmo lub tanio.

– pracowniczka instytucji kultury, subregion bytomski

Każde miasto przygotowuje własną ofertę kulturową, nie jest to równomiernie rozłożone i sprawiedliwie, czasem ktoś musi gdzieś podjechać. Inaczej jest u koleżanek z Zabrze, tam jest teatr, ale inne rzeczy grają [niż w Katowicach], ale to jest też wyprawa, nie zawsze jest czym wrócić, jak się nie ma samochodu. Brakuje infrastruktury pod kulturę – jak kończy się coś o 22, to czy mam jak wrócić [hipotetycznie] do Zabrze, Gliwic, Świętochłowic?

– działaczka NGO, subregion katowicki



Dostęp do informacji nie tak bardzo. Nie ma zintegrowanego jakiegoś systemu, gdzie mogę się dowiedzieć naprawdę co się dzieje w aglomeracji.

– pracowniczka instytucji kultury, subregion katowicki



Wiem, że mieszkając w dzielnicy  
Tarnowskich Gór, po 23 ja już tutaj nie  
dotrę komunikacją miejską.

– pracowniczka instytucji kultury, subregion bytomski

Obecnie komunikacja w GZM często autobusy oznaczone jako przystosowane [do osób poruszających się na wózku] a przyjeżdżają nieprzystosowane. Tak samo tramwaje mają zepsute często najazdy. Przy kolei trzeba zgłosić 3 dni wcześniej, żeby dworzec się przygotował na przyjęcie.  
To przykre i poniżające.

– twórca, subregion katowicki

# Jaki wpływ na kulturę w GZM mają lokalni, amatorscy twórcy kultury?

Aktorzy sektora kultury zgodnie zaznaczają, że granica między profesjonalnym a amatorskim twórcą jest płynna. **Samo wykształcenie kierunkowe nie oznacza, że ktoś jest dobrym praktykiem, a jego brak niekoniecznie wpływa na jakość twórczości danej osoby.** Co więcej, pojawiły się głosy, że niektórzy twórcy amatorscy potrafią tworzyć lepsze rzeczy niż profesjonalści.

## Wartość kultury amatorskiej:

- ma ogromny wpływ na społeczność i jest ważna dla lokalnej kultury,
- twórcy amatorscy często przynoszą świeżość i nowe pomysły,
- twórcy amatorscy często tworzą lokalne inicjatywy i wydarzenia,
- często sami finansują swoje działania,
- może być bardziej dostępna i inkluzywna niż profesjonalna kultura,
- niższa bariera wstępu, przez co jest to łatwiej dostępna, bliższa ludziom kultura, która może ich otworzyć na nowe rzeczy.

Mocno wybrzmiała potrzeba **docenienia i szacunku dla amatorskich twórców**, a także wsparcia tego rodzaju działalności w promocji i pozyskaniu miejsca na twórcze aktywności i finansowaniu.

“

Tworzą perełki. Kultura zależy od wewnętrznej wrażliwości, niekoniecznie profesjonalści muszą tworzyć kulturę.

– twórczyni, subregion bytomski

“

Amatorska kultura jest bardziej dostępna dla ludzi, inkluzywna, nie są oni onieśmieleni. Jest to dostępne, łatwe, przyjazne; profesjonalny artysta może przytłaczać.

– działaczka nieformalna, subregion katowicki

“

Wnoszą bardzo dużą wartość do kultury, ale na pewno jest im bardzo trudno się przebić, bo nie mają narzędzi, ale też pewnie dlatego, bo nie znają zasad funkcjonowania świata kultury.

– pracowniczka instytucji kultury, subregion gliwicki

“  
Nie no, myślę, że są bardzo potrzebni  
[amatorscy twórcy kultury]. Myślę, że kultura  
w każdym przejawie jest potrzebna, więc niech  
oni robią to, co robią. Nie trzeba być nie  
wiadomo jakim profesjonalistą, żeby  
wprowadzić kulturę do życia.

– działaczka nieformalna, subregion katowicki

Osoby bez papieru, a z dorobkiem, przynoszą świeżość, nie są obciążone środowiskiem, zależnościami w środowisku, eksperymentują. Ale trzeba ich też weryfikować i sprawdzać, żeby trzymać pieczę nad jakością tego, co się dzieje. Duet amatorksi/nieprofesjonalny twórca i manager/osoba z instytucji – to jest super sprawa. Tak powinno być, np. pozyskanie finansowania, promocja – to mogą robić zawodowi twórcy.

– działaczka NGO, subregion katowicki

To niefortunny wyraz [„amatorski”], u nas amatorka kojarzy się z badziewiem, a w Niemczech z energią. [...] Ważne jest wsparcie tego, pomóc im być coraz lepszym, nie pokazywanie ich w kontekstach, gdzie zawsze będą przegrywać.

– twórca, subregion gliwicki

One [amatorskie działania] są podstawą.  
Niekoniecznie muszą cenić tę sztukę, ale  
generalnie fajnie jak się coś dzieje w regionie  
i stąd się jednak biorą rzeczy większe  
i ważniejsze. Bez aktywizacji ludzi bez  
udostępniania im miejsc i możliwości,  
choćby warsztatów [...] w końcu ludzie nie  
będą nic robić, bo trochę nie mają motywacji.  
Tak, to jest element na który bym naciskał  
– większa aktywizacja amatorskiej sztuki

– działacz nieformalny, subregion katowicki

# Jakie znaczenie ma kultura cyfrowa dla mieszkańców GZM?

**Kultura cyfrowa również przez aktorów sektora kultury jest rozumiana głównie w kontekście środka przekazu, poprzez który można konsumować kulturę w domu.** Ten rodzaj uczestnictwa w kulturze popularność zyskał w czasie pandemii koronawirusa, kiedy większość instytucji i twórców starała się znaleźć sposoby na obejście wyzwań, z jakimi wtedy mierzył się sektor.

Większość badanych przyznawała, że ten typ korzystania z kultury jest i będzie coraz bardziej popularny, bo jest wygodny i pozwala dotrzeć do osób, które w inny sposób nie mogłyby korzystać z kultury (np. niemogących wychodzić z domu). **Jednak mocno podkreślali oni, że jest to jedynie erszac prawdziwego kontaktu z kulturą, która wiąże się konkretnym miejscem i spotkaniem z innymi ludźmi.**

Inną bolączką jest fakt, że kultura cyfrowa, rozumiana często głównie jako dostęp do treści zamieszczonych w internecie, daje dostęp do tak szerokiej i różnorodnej oferty, że znalezienie jakościowo dobrych treści stanowi wyzwanie dla uczestników kultury.

“

To worek, w którym trudno jest nawigować, jest wszystko i nic.

– działaczka NGO, subregion katowicki

“

Kultura cyfrowa jest znakiem czasu i od niej nie uciekniemy. [...] Mam nadzieję, że taka kultura polegająca na byciu ze sobą w jednym miejscu i czasie nie zostanie przez nią zastąpiona.

– pracownik instytucji kultury, subregion sosnowiecki

“

Bardziej jednak skupiłbym się na rozwoju kultury poza cyfrowej, bo jednak, kurde, jednym z podstawowych celów kultury jest socjalizacja. Spotykajmy się stadami, poznawajmy się z bliska.

– działacz nieformalny, subregion katowicki

“  
Trudno weryfikować jakość tej kultury,  
np. podcastów. Żeby dotrzeć do czegoś  
wartościowego, to potrzeba czasu, bo brakuje  
narzędzi, które pozwolą przesiać to, co mnie nie  
zaciekawi. Dla mnie to głównie rekomendacje  
znajomych.

– działaczka NGO, subregion katowicki

# Jaki wpływ na tworzenie i uczestnictwo w kulturze w GZM ma dostęp/brak dostępu do mediów cyfrowych?

Z dostępem do mediów cyfrowych wg aktorów sektora kultury wiążą się zarówno szanse, jak i zagrożenia:

## **SZANSE:**

- kontakt z użytkownikiem za pomocą środków internetowych, np. podcastów, transmisji online,
- narzędzie do promocji oferty i dotarcia z informacją do nowych odbiorców,
- możliwość uczestnictwa w kulturze osób nie mogących korzystać z niej w inny sposób,
- może być inspiracją i rozszerzeniem tradycyjnych form kultury,
- zwiększenie dostępności do kultury bez względu na miejsce czy finanse,
- umożliwienie tworzenia i udostępniania treści przez amatorskich twórców.

## **ZAGROŻENIA:**

- przesyt treściami cyfrowymi, który utrudnia nawigację i znalezienie wartościowych treści,
- groźba odejścia od fizycznych doświadczeń i spotkania z innymi ludźmi,
- nieprzemyślane, pozorne działania, które nie dostarczają wartości,
- kultura wytworem sztucznej inteligencji.

“

Rozpowszechniamy za darmo, czyli działania promocyjne na które brakuje środków,

– pracowniczka instytucji kultury, subregion bytomski

“

Pandemia pokazała, że trudno zdigitalizować co robimy na miejscu, wystawy wirtualne były po to żeby udowodnić, że coś robimy, bo jak byliśmy zamknięci to niby nic nie robiliśmy. Wystawy nie da się robić w internecie, ten boom w pandemii dot. żeby tak robić to był źle wykorzystany ludzki potencjał.

– pracowniczka instytucji kultury, subregion bytomski

“

W kulturze cyfrowej siedzę 24 godziny na dobę tak właściwie. Natomiast w Katowicach wydaje mi się, że najlepszym elementem kultury cyfrowej katowickiej jest Muzeum Komputerów, ale to znowu jest zajebista rzecz o której wiedzą trzy osoby na krzyż.

– działacz nieformalny, subregion katowicki

# Jaki jest potencjał GZM w zakresie kultury w dobie cyfrowej?

Aktorzy sektora kultury dostrzegają duży potencjał dla GZM w kulturze cyfrowej. **Związane jest to często z przeświadczeniem o dużym potencjale regionu, specyfiki Metropolii i osób tworzących tutaj kulturę.** Niemniej, przyznają, że będzie to wyzwaniem dla Metropolii pod kątem:

- współpracy z podmiotami tworzącymi cyfrową kulturę,
- balansu między kulturą cyfrową a tradycyjną,
- funduszy potrzebnych na wsparcie kultury cyfrowej,
- kompetencji technicznych i sprzętu, które mogą być barierą dla odbiorców takiej kultury,
- weryfikacji jakości treści cyfrowych.

Zauważają oni, że **cyfrowość może dać szansę niewykorzystanym do tej pory przestrzeniom, a nawet ożywić niektóre regiony i przestrzenie Metropolii.** Ważne jednak, aby tego potencjału nie zmarnować.

Jednocześnie zauważają oni, że kultura cyfrowa i twórcy kultury cyfrowej rzadko kiedy są utożsamiani z konkretnym regionem, a nawet państwem. O takiej przynależności świadczyć mogą prezentowane treści, czy język, w jakim tworzone są treści/materiały.

“

U nas w regionie jest potencjał. Dużo organizacji co tworzą takie produkty, to wyzwanie dla miasta, regionu, metropolii, aby współpracować z tymi podmiotami.

– pracownik instytucji kultury, subregion gliwicki

“

Potencjał duży, ale czuję, że coraz bardziej się też oddalamy od tych fizycznych doświadczeń i to uważam za niebezpieczne dla rozwoju kultury. Będzie jakiś dysbalans między tym, że ludzie po prostu są tylko w tej kulturze cyfrowej.

– pracowniczka instytucji kultury, subregion katowicki

“

Myślę, że z tą kulturą cyfrową w parze idą fundusze. I jeżeli w kulturze na terenie Metropolii nadal fundusze będą wyglądały w niektórych miejscach tak jak wyglądają, to może być kiepsko. Natomiast, chcąc nie chcąc, dojdziemy do takiego punktu, gdzie ta cyfrowość już tak naprawdę jest wszędzie.

– pracowniczka instytucji kultury, subregion katowicki

Jeżeli chodzi o możliwości, które widzę tutaj u nas to super, bo dzięki cyfrowości można w pewien sposób ożywić niektóre miejsca, tak na przykład skansen. Czyli te stare chałupy można w pewien sposób za pomocą cyfrowości ożywić. Natomiast to nie powinno być naszym głównym punktem naszej działalności.

– pracowniczka instytucji kultury, subregion katowicki



Jest politechnika, można byłoby to wykorzystać. Ale czy jest to wykorzystywane? Nie. Tak, potencjał [kultury cyfrowej] jest, ale, że tak powiem, jakichś działań w tym kierunku do końca nie widzę.

– działacz NGO, subregion gliwicki



**Kto zrealizował badanie?**



# Project Management



## Michał Piątek

UX Project Manager

Project Manager z ponad 7-letnim stażem w agencjach UX, 360 i brandingowych. Absolwent Kulturoznawstwa oraz studiów podyplomowych na kierunku Menedżer Kultury na Uniwersytecie Wrocławskim. Pierwsze kroki kariery zawodowej wiązał z kulturą, by płynnie przenieść się do świata produktów cyfrowych, gdzie kierując projektami łączy zamiłowanie do technologii, biznesu oraz antropologii.



# Research



**dr Patrycja Rudnicka**

Research Expert

Specjalizuje się w zagadnieniach z pogranicza psychologii, interakcji człowieka i technologii oraz designu. Od wielu lat łączy doświadczenie akademickie z biznesowym. Badacz i wykładowca ASP w Katowicach, ekspert obszarowy na studiach podyplomowych UXD w Uniwersytecie SWPS. Uczestniczyła w projektach dla m.in. Adobe, mElements (grupa mBank), Kross, PLL LOT oraz wielu projektach naukowych i wdrożeniowych. Autorka książki "Gotowość wobec technologii"



**Jadwiga Kijak**

Head of Research

Badaczka i projektantka usług z doświadczeniem w pracy z biznesem, sektorem publicznym i organizacjami pozarządowymi. Ukończyła socjologię na Uniwersytecie Śląskim oraz kurs projektowania usług w walijskim PDR. Badania z użytkownikami prowadziła m.in. dla takich firm jak Adobe, Credit Agricole, STS, RTV Euro AGD, TUIR Warta, PLL LOT, mElements (grupa mBank). Jako badaczka i projektantka współpracowała z działającą na Śląsku Fundacją Stajnia, wspierającą rewitalizację i social service design.

# Research



**Natalia Michalak**

UX Researcher

Psycholożka i badaczka, od 8 lat skoncentrowana na obszarze gdzie psychologia styka się z technologią. Ma doświadczenie w prowadzeniu projektów badawczych w kontekście wdrożeniowym, biznesowym i naukowym. Prowadzi zajęcia dla studentów poświęcone psychologii i technologii oraz badaniom user experience. Koordynatorka specjalności UX Research & Design na kierunku Psychologia i Informatyka Uniwersytetu SWPS w Warszawie.



**Patrycja Hojka**

UX Researcher

Zanim dołączyła do Mobee Dicka, była związana z firmami Kantar, Visa oraz PKO Bank Polski. Ma sześćoletnie doświadczenie w pracy jako badaczka oraz konsultantka produktowa. Wnosi do projektów perspektywę komunikologiczną oraz strategiczną. Z ramienia agencji liderka zespołów badawczych przy współpracy z Ministerstwem Finansów, Allegro oraz RTV Euro AGD.



# Zespół wspierający



**Łukasz Roth**

Senior UX Designer

W branży UX od 2013 roku. Doświadczenie budował m.in. w Orange, Brainly czy Software Mansion. Pracował przy projektach związanych z edukacją, ochroną zdrowia czy service designem. Orędownik badań z użytkownikami i szybkiej weryfikacji hipotez biznesowych. W Mobee Dicku analizuje kontekst, opracowuje koncepcje i prototypuje rozwiązania.



**Paulina Gajda**

UI Designer

Związana z projektowaniem od 2014 roku. Doświadczenie w projektowaniu wizualnym zdobywała, w branży reklamowej oraz w Mobee Dicku, projektując zaawansowane rozwiązania interfejsowe dla: RTV Euro AGD, Getin Bank, BNP Paribas, Martes Sport czy Diebold Nixdorf. Na co dzień przygotowuje projekty i prototypy interfejsów, współtworzy style guides i design systemy oraz projektuje interakcje.



**Michalina Bujas**

UX Designer

Projektantka doświadczeń użytkownika. Realizowała projekty dla branż edukacyjnej, eventowej i e-commerce, zarówno agencyjnie, w software house jak i w produkcji. Absolwentka Instytutu Historii Sztuki Uniwersytetu Jagiellońskiego. W Mobee Dick odpowiedzialna za projektowanie procesów i architektury Informacji. Ma doświadczenie w projektowaniu rozwiązań B2B, C2C oraz w pracy na design systemach.



**Mateusz Karski**

UI Designer

Projektant, który zdobywał doświadczenie m.in. w agencji Saatchi&Saatchi, projektując dla takich marek jak Microsoft, Procter&Gamble, Duracell, Mattel oraz w Rzeczywistych Doświadczeniach (inicjatywa UX-owa dla NGO), czy Applantic (inicjatywa twórców rozwiązań webowych). Fan, uczestnik i laureat wielu Hackathonów. W Mobee Dicku pracował dla takich klientów jak Vattenfall, Mastercard Advisors, Volkswagen Group Polska czy TUIR Warta.

# Jesteśmy Mobee Dick

**Projektujemy i badamy cyfrowy świat, w którym sami chcielibyśmy się zanurzyć.**

Wiedza na temat ludzkich potrzeb, motywacji oraz codziennych bolączek w korzystaniu z produktów i usług cyfrowych jest u nas podstawą dla projektowania.

## **Jak działamy?**

- śmiało – proponujemy odważne rozwiązania poparte naszym doświadczeniem,
- kreatywnie i solidnie – tworzymy na podstawie danych, ale wiemy też, jak sprawić, by marka się wyróżniała,
- po partnersku – wspieramy naszych Klientów swoim know-how, by z sukcesem rozwijać ich produkty.

---

**Mobee Dick®**

[www.mobeedick.com](http://www.mobeedick.com)



# Co robimy w Mobee Dicku?

## Projektujemy (UX i UI)

- Testujemy pomysły i wybieramy ten, który najlepiej zrealizuje cele.
- Szkicujemy koncepcje, by zamienić je później w makiety i prototyp pokazujący działanie produktu końcowego.
- Ubieramy pomysły w atrakcyjny design.

## Zarządzamy

- Pilnujemy budżetów i harmonogramów.
- Planujemy i realizujemy prace tak, aby efekty pojawiały się w trakcie trwania współpracy, a nie tylko na jej końcu.
- Dbamy o dobrą komunikację wewnątrz (z zespołem) i na zewnątrz (z Klientem).

## Badamy (Research)

- Prowadzimy badania jakościowe oraz ilościowe i tworzymy z nich użyteczne raporty.
- Weryfikujemy cele biznesowe.
- Sprawdzamy i podpowiadamy, jak ulepszyć produkt lub usługę.

## Piszemy (UX Writing)

- Pomagamy ustalić język dla Twojego produktu.
- Projektujemy zrozumiałe teksty, które prowadzą ludzi przez procesy (np. teksty przycisków, pól, powiadomień).
- Lokalizujemy anglojęzyczne produkty na rynku polskim.

**Mobee Dick®**

Meldujemy się na kolejne  
inspirujące projekty

**hello@mobeedick.com**

www.mobeedick.com