

KONFERENCJA

**BADANIA  
W SEKTORZE  
KULTURY**

---

PRZYSZŁOŚĆ I ZMIANA

# **KSIĘGA ABSTRAKTÓW**

- Zakład Zarządzania Kulturą Instytutu Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

KONFERENCJA

**BADANIA  
W SEKTORZE  
KULTURY**

---

PRZYSZŁOŚĆ I ZMIANA

# SESJA REFERATOWA

- Zakład Zarządzania Kulturą Instytutu Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

KONFERENCJA

**BADANIA  
W SEKTORZE  
KULTURY**

---

PRZYSZŁOŚĆ I ZMIANA

**PANEL I**  
**TEATR**  
**DOŚWIADCZAJĄCY**  
**PANDEMII**

- Zakład Zarządzania Kulturą Instytutu Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

mgr Karolina Purlan-Leśniak  
*Stowarzyszenie Teatr Nowy*  
e-mail: karolinapurlan@gmail.com

### **Festiwale teatralne w Polsce w czasie pandemii COVID-19**

Na zakończenie studiów podyplomowych Zarządzanie Kulturą na Wydziale Zarządzania i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego pod kierownictwem prof. Emila Orzechowskiego napisana została praca dyplomowa pt. „Przegląd festiwali teatralnych w Polsce”, która jest rozwijana w ramach Stypendium Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego. W ramach stypendium powstanie publikacja „Festiwale teatralne w Polsce – diagnoza, wyzwania, perspektywy”. Jednym z jej elementów będzie przyjrzenie się obecnej sytuacji festiwali spowodowanej przez pandemię COVID-19.

Analizując zagadnienie należy zwrócić uwagę na wiele aspektów: finansowy, organizacyjny, promocyjny, przyjrzeć się temu jak organizatorzy festiwali odnaleźli się w nowej, trudnej, rzeczywistości. Najpowszechniejszym zjawiskiem było przełożenie festiwali na inny termin, niektóre podjęły się zmiany formuły z off-line na on-line lub zdecydowały o modelu hybrydowym. W celu przedstawienia kompleksowej sytuacji podjęte zostaną następujące działania oraz wykorzystane zostaną metody takie jak: badania ilościowe w postaci ankiet wśród organizatorów festiwali, wywiady zaplanowane z organizatorami festiwali, wywiady z dyrektorami teatrów, których spektakle otrzymały zaproszenia na festiwale, przeprowadzenie analiz SWOT poszczególnych festiwali poprzez wskazanie ich mocnych oraz słabych stron oraz możliwości w otoczeniu, które można wykorzystać i zagrożeń w otoczeniu, które trzeba brać pod uwagę. Przygotowana zostanie również warstwa merytoryczna referatu w oparciu o analizę tekstów i danych (opracowania, artykuły, publikacje).

Przedmiotem badań będą zarówno największe festiwale teatralne w Polsce (między innymi Międzynarodowy Festiwal Teatralny Boska Komedia czy Warszawskie Spotkania Teatralne), jak i te o mniejszym zasięgu (choćby Olsztyńskie Spotkania Teatralne czy Ogólnopolski Festiwal Dramaturgii Współczesnej „Rzeczywistość przedstawiona” w Zabrze). Dzięki temu ogląd sytuacji festiwali teatralnych w Polsce w czasie pandemii COVID-19 będzie pełniejszy.

- Zakład Zarządzania Kulturą Instytutu Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

KONFERENCJA

# BADANIA W SEKTORZE KULTURY

PRZYSZŁOŚĆ I ZMIANA

dr hab. Karolina Prykowska-Michalak  
*Uniwersytet Łódzki*

## **"Naturtheater von Oklahoma" – przyszłość badań sektora widowisk**

Ten dziwny tytuł "Naturtheater von Oklahoma" pochodzi z powieści Franza Kafki "Zaginiony" ("Ameryka"), przytaczam go aby wskazać na dwa aspekty, jak mi się wydaje przyszłych badań teatralnych. Pierwszy z nich to dziwne połączenie natury (czyli przyrody) i teatru – tworu z natury sztucznego. Problemy środowiska, klimatu stają się coraz częściej także problemem dyskutowanym, prezentowanym na scenie – jednak nie ma to jeszcze odniesienia do innych kwestii np. samego procesu produkcji. To zagadnienie pewnej wiarygodność przy jednoczesnej pełnej mistyfikacji wydaje się być problemem przyszłości. Drugi aspekt przyszłych badań teatralnych, powinien nam być znany bo wywodzi się ze świata Kafki i jest to swoista osobliwość, dziwność, którą jeszcze niedawno ignorowaliśmy, gdy tymczasem racjonalizm od dawna nas zawodzi.

- Zakład Zarządzania Kulturą Instytutu Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

dr Małgorzata Ćwikła  
*Uniwersytet Jagielloński, Instytut Kultury*  
*Stowarzyszenie Instytut Badań Organizacji Kultury – IBOK*  
e-mail: malgorzata.cwikla@uj.edu.pl

### **Teatry w ekosystemie internetu – eksperymenty, pułapki i pytanie o ciągłość rozwiązań**

W referacie poruszony zostanie problem funkcjonowania teatrów w trakcie i po trwającej epidemii. Skoncentrowano się na procesach organizacyjnych, związanych z przeniesieniem działalności programowej i administracyjnej do internetu. Analizowane modyfikacje z początku miały charakter nagły. Szybko jednak pojawiły się nowe pomysły umożliwiające produkowanie i pokazywanie wydarzeń artystycznych oraz kontynuowanie pracy teatrów jako ważnych instytucji społecznych. Fakt rozbudowywania obecności w sieci pozwolił teatrom na testowanie różnych rozwiązań, które mogą okazać się istotne dla definiowania długoterminowych strategii w czasach, gdy internet stanowi element codzienności. Pracownicy teatrów zauważyli również pułapki – tendencję do programowego i informacyjnego nadmiaru, wielozadaniowość i rozproszenie uwagi widzów, ograniczenia prawne, a także, po prostu, zmęczenie przed ekranem.

„Teatr w sieci” to przewrotny oksymoron. Przewrotny, bo teatr bez spotkania aktorów z widzami nie powinien mieć prawa bytu, a jednak stopniowo staje się częścią współczesnych praktyk kulturowych. Podczas gdy do tej pory były one domeną poszukiwań artystycznych, teraz wiążą się z koniecznością zachowywania higienicznego dystansu, co ma wpływ na całe organizacje i ich otoczenie. Obserwujemy więc przełomowy moment w dziejach teatru – na nowo definiowane są relacje z odbiorcami, artyści wraz z pracownikami działów marketingu tworzą wirtualną tożsamość instytucji, otwierają się nowe drogi bycia dostępnym dla widzów, można pomyśleć o redukowaniu śladu węglowego instytucji.

- Zakład Zarządzania Kulturą Instytutu Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

Badania zostały przeprowadzone od marca do sierpnia 2020 roku. Opierały się one na metodzie netnografii przy użyciu dwóch technik zbierania danych. Podstawową techniką była obserwacja uczestnicząca działań teatrów w charakterze odbiorcy, co wiązało się z regularnym korzystaniem z oferty programowej oraz śledzeniem aktywności teatrów w mediach społecznościowych. Druga technika bazowała na wywiadach zrealizowanych na różnych etapach rozwoju epidemii z przedstawicielami sześciu polskich teatrów. Wybór metody podyktowany był specyfiką sytuacji oraz możliwościami badawczymi. Pierwsze analizy pozwoliły na stwierdzenie, że teatry tworzą spójną grupę skonfrontowanych z tym samym problemem organizacji. Stopniowo ujawniały się jednak różnice, pokazujące wewnętrzne zróżnicowanie krajobrazu instytucjonalnego.

Na jaw wyszły zależności związane z dojrzałością cyfrową, strukturą zespołów, doświadczeniem w elastycznych technikach zarządzania, a nawet charakterem repertuaru. Skupiono się właśnie na odstępstwach, nietypowych wzorach działań organizacyjnych w sieci i ich uwarunkowaniach.

W omówieniu badań naświetlone zostaną wyzwania i szanse związane z działalnością teatrów w sieci zgodnie z podejściem afirmatywnym. Zmiana widziana tu jest jako reorientacja z natury pożądana. Równocześnie podkreślony zostanie wątek ciągłości wdrażanych na szybko rozwiązań, który uznano za problem badaczy.

[Wademekum. Budowanie publiczności teatralnej w sieci](#)

- Zakład Zarządzania Kulturą Instytutu Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

KONFERENCJA

# BADANIA W SEKTORZE KULTURY

PRZYSZŁOŚĆ I ZMIANA

dr Bogna Kietlińska  
*Uniwersytet Warszawski, Instytut Stosowanych Nauk Społecznych*  
e-mail: b.kietlinska@uw.edu.pl

## Teatr w czasach epidemii koronawirusa w Polsce

Celem wystąpienia jest przedstawienie wyników badania pt. "Teatr w czasach epidemii koronawirusa w Polsce", które przeprowadziłam w kwietniu i maju tego roku (tj. 2020). Interesowało mnie, czy widzki i widzowie teatralni korzystają w czasie epidemii z internetowej oferty teatrów, czy dostrzegają korzyści takiej formy przekazu oraz co im w takim zdalnym odbiorze przeszkadza. Ciekawiło mnie także, jak uczestniczki i uczestnicy badania wyobrażają sobie teatr w Polsce po zakończeniu epidemii koronawirusa i co ich zdaniem ulegnie zmianie w organizacji życia teatralnego. Badanie spotkało się z zainteresowaniem Instytutu Teatralnego im. Z. Raszewskiego, czego efektem jest napisany na jego zlecenie raport badawczy.

- Zakład Zarządzania Kulturą Instytutu Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)



KONFERENCJA

**BADANIA  
W SEKTORZE  
KULTURY**

---

PRZYSZŁOŚĆ I ZMIANA

# **PANEL II**

# **TERAŹNIEJSZOŚĆ I PRZYSZŁOŚĆ KULTURY**

- Zakład Zarządzania Kulturą Instytutu Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

dr Ewa Drygalska

*Polsko-Japońska Akademia Technik Komputerowych*

### **Technologicznie mediowane doświadczenia zwiedzających: jak badać nowe media w muzeach**

Biorąc pod uwagę zwiększone wykorzystanie technologii multimedialnych w muzeach, istnieje silna potrzeba lepszego zrozumienia, w jaki sposób innowacje technologiczne wspierają misję muzeum i kształtują doświadczenia zwiedzających. Poza transformacją technologiczną, muzea zmierzają w kierunku paradygmatu bardziej skoncentrowanego na publiczności, który uwzględnia potrzeby zwiedzających (Hooper Greenhill 2006). Rola muzeum zmienia się w kierunku bardziej partycypacyjnej (Simon 2010), otwartej, inkluzywnej, wielofunkcyjnej przestrzeni, a projektowanie wystaw w kierunku dynamicznych „doświadczeń pośredniczących”, łącząc artefakty, architekturę i nowe technologie dla coraz bardziej świadomej medialnie publiczności (Greenberg 2005).

Opierając się na stanie badań w tej dziedzinie, zidentyfikowałam istotne luki w istniejących badaniach. Podczas gdy większość prac naukowych na temat technologii cyfrowych w muzeach koncentruje się jedynie na metodach oceny ilościowej i recepcji nowych mediów, niewiele uwagi poświęcono dogłębnym badaniom nad tym, jak technologia wpływa na publiczność podczas wizyt w muzeach. Wdrażane technologie powinny być badane z uwzględnieniem interakcji pomiędzy zwiedzającymi (ich wcześniejsze doświadczenia, zainteresowania, motywacje), technologią (funkcjonalność, sposób interakcji) i kontekstami muzealnymi (misja, wartości, strategie, środowisko fizyczne, kolekcja, projekt wystawy). Biorąc pod uwagę ostatnie prace dotyczące doświadczeń zapośredniczonych w muzeach (Roppola 2012, Ch'ng, Cai 2019, Recupero 2019), w polskich badaniach uwidacznia się brak tej perspektywy. W jaki sposób możemy poszerzyć perspektywę badań nad technologią/muzeami i zacząć zadawać pytania o wzajemny wpływ środowiska technologicznego i sektora dziedzictwa kulturowego?

- Zakład Zarządzania Kulturą Instytutu Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

Ram konceptualnych dostarczyć może postfenomenologia – współczesny nurt filozofii technologii skoncentrowany przede wszystkim na doświadczeniach technologicznych. Kluczowym dla tej teorii jest koncept mediacji (Verbeek 2016), której badanie może pomóc odpowiedzieć na pytanie: w jaki sposób nowe technologie muzealne kształtują nasze rozumienie i dostęp do dziedzictwa kulturowego? Postfenomenologia stworzyła siatkę pojęć („program działania”, „skrypt”, „intencjonalność”, „reedukacja/wzmocnienie”, „kompozycja pola uwagi”, „multistabilność” Ihde 1992, 2002, 2009) pomocną przy badaniach jakościowych na zwiedzających muzea multimedialne.

W referacie chciałabym przedstawić założenia teoretyczne badań postfenomenologicznych oraz możliwe sposoby ich adaptacji w badaniach zwiedzających w muzeach. Materiałem, którym się posłużę będą badania doświadczenia ekranów multimedialnych w Muzeum Fryderyka Chopina w Warszawie, które przeprowadziłam w 2020 roku. Omówię rezultaty badań i wyłaniające się w ich trakcie obserwacje, w kontekście założeń merytorycznych zespołu kuratorskiego, jakie miały przyświecać tworzeniu ekspozycji multimedialnej.

- Zakład Zarządzania Kulturą Instytutu Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

mgr Damian Dubielis  
*Centrum Kultury w Lublinie*  
e-mail: damian.dubielis@gmail.com

### **Jaka będzie przyszłość kultury? – uczestniczenie w wydarzeniach kulturalnych w kontekście pandemii**

Referat stanowi prezentację wniosków zebranych w trakcie badań przeprowadzonych przez Centrum Kultury w Lublinie w maju 2020 roku. W kontekście izolacji i pandemii COVID-19 instytucja przeprowadziła drogą internetową badanie, którego celem było poznanie gotowości uczestników do wzięcia udziału w różnego rodzaju wydarzeniach po otwarciu instytucji kultury (tzw. „odmrożenie” instytucji kultury). W trakcie badania uczestnicy mogli się podzielić także swoimi refleksjami dotyczącymi czasu izolacji, braku wydarzeń kulturalnych w formule „na żywo”, a także wypowiedzieć się na temat transformacji pandemicznego uczestniczenia w kulturze – przeniesienia organizacji wydarzeń do internetu. Badanie stało się także źródłem wiedzy o planowanych wydatkach uczestników życia kulturalnego w Lublinie w momencie niepewności gospodarczej oraz potencjalnych obaw związanych z powrotem do uczestniczenia w kulturze instytucjonalnej w warunkach pandemii.

Wyniki badania stały się podstawą działalności programowej Centrum Kultury w Lublinie w momencie ponownego otwarcia instytucji oraz budowania jej letniego programu.

[Raport: Jaka będzie przyszłość kultury? Uczestniczenie w wydarzeniach kulturalnych w kontekście pandemii](#)

- Zakład Zarządzania Kulturą Instytutu Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

mgr Filip Skowron  
*Muzeum Narodowe w Krakowie*  
e-mail: fskowron@mnk.pl

### **Janusowe oblicze badań publiczności prowadzonych przez instytucje kultury**

W niniejszym referacie przeanalizuję specyfikę prowadzenia badań publiczności organizowanych przez instytucje kultury. Badania takie mają dwa wymiary. Pierwszy to cele wewnętrzne danej instytucji kultury oraz dokonanie w niej ewentualnej zmiany. Drugi to cele porównawcze i naukowe. W praktyce instytucji kultury nie docenia się wzajemnych relacji między tymi dwoma wymiarami. Jako przykład posłużą mi przede wszystkim badania dotyczące oczekiwań publiczności Muzeum Narodowego w Krakowie w czasie pandemii COVID-19.

Badania te, przeprowadzone w postaci ankiety internetowej w kwietniu i maju 2020 roku, miały przede wszystkim na celu poznanie oczekiwań publiczności wobec stacjonarnych programów muzeum, sposobów korzystania przez nią z prowadzonej przez muzeum działalności on-line, jak również wizerunku instytucji w perspektywie zagrożeń związanych z epidemią. Te trzy kwestie okazały się istotne dla instytucji w sposób nierówny, przy czym najważniejsze były oczekiwania na przyszłość oraz dokonana przez ankietowanych ocena działalności on-line. To one obiecywały możliwość szybkiego zareagowania na ograniczenia związane z epidemią, z którymi przyszło zmierzyć się muzeum i jego otoczeniu. Nie doceniono jednak trzeciej kwestii, która pojawiła się w wynikach otrzymanych w badaniach: wizerunku instytucji, której jako miejscu publicznemu stawia się wysokie wymagania w sprawach poczucia bezpieczeństwa osób z niej korzystających. Po paru miesiącach okazało się bowiem, że oczekiwania i oceny ankietowanych jedynie w umiarkowanym stopniu przekładają się na wybory dokonywane przez publiczność w ciągle zmieniających się warunkach epidemicznych.

- Zakład Zarządzania Kulturą Instytutu Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

KONFERENCJA

# BADANIA W SEKTORZE KULTURY

PRZYSZŁOŚĆ I ZMIANA

Dodatkowym aspektem sytuacji jest fakt, że autor niniejszego referatu występuje jednocześnie w trzech rolach: jako jeden z autorów badań, jako pracownik Działu Edukacji żywo zainteresowany pozyskaniem materiału badawczego w celu dalszego tworzenia programów edukacyjnych oraz jako akademicki badacz publiczności muzealnej. W niniejszym referacie opowiem o swoistym „nagięciu” tych trzech ról, do którego dochodzi w trakcie badań, w czasie prób wdrożenia ich wyników oraz w czasie ogólnego namysłu nad ich znaczeniem dla instytucji kultury.

Badania prowadzone przez Muzeum Narodowe w Krakowie w trakcie epidemii koronawirusa ukazały swoje janusowe oblicze – prowadzenie ich i wyciąganie z nich praktycznych wniosków w szybko zmieniających się warunkach prowadzenia bieżącej działalności kulturalnej sprawiły, że nie doceniono ich szerszego potencjału.

[Raport: Zmiany – dlaczego nie? Muzeum Narodowe w Krakowie po pandemii](#)

- Zakład Zarządzania Kulturą Instytutu Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

KONFERENCJA

# BADANIA W SEKTORZE KULTURY

PRZYSZŁOŚĆ I ZMIANA

dr Weronika Plińska

*Uniwersytet Pedagogiczny im. KEN w Krakowie, Katedra Nauk o Sztuce, Instytut Sztuki Mediów*

## **Badanie fenomenu uczestnictwa w projektach sztuki w przestrzeni publicznej: perspektywa antropologiczna**

W wystąpieniu chciałabym zaprezentować taką perspektywę spojrzenia na animację kultury, która z jednej strony akcentuje jej wymiar emancypacyjny, a z drugiej rozumie ją w sposób antropologiczny. Na podstawie badań zainspirowanych teorią brytyjskiego antropologa sztuki Alfreda Gella zwrócę uwagę na to, że lokalności, które odślaniają się za sprawą działań opartych o utopię twórczej współpracy mają na ogół charakter relacyjny. Słownik Gella dla opisanego społecznej sprawczości przedmiotu sztuki powołuje kilka terminów, które warto tutaj przytoczyć. Sztuka jest dla niego przede wszystkim działaniem w bliskości obiektów mediatyzujących społeczną sprawczość. Inicjatorem działania może być artysta, ale przedmiot sztuki zawsze powołuje też swego odbiorcę, który odpowiada tak, jakby to działanie skierowane było właśnie do niego. Teoria Gella otwiera perspektywę etnograficznego badania złożonych wymiarów uczestnictwa w kulturze, wybrane tezy tego badacza zilustruję więc przykładami pochodzącymi z moim własnych badań nad fenomenem uczestnictwa w wybranych projektach sztuki w przestrzeni publicznej.

- Zakład Zarządzania Kulturą Instytutu Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

dr Natalia Brylowska  
*Instytut Kultury Miejskiej w Gdańsku*  
e-mail: natalia.brylowska@ikm.gda.pl

dr Krzysztof Stachura  
*Uniwersytet Gdański*  
e-mail: krzysztof.stachura@ug.edu.pl

### **Potencjał uczestnictwa w kulturze on-line**

W związku z izolacją wywołaną przez pandemię COVID-19 dużą część oferty kulturalnej została przeniesiona do Internetu. Dzięki temu stała się dostępna na wyciągnięcie ręki. W badaniach realizowanych przez Obserwatorium Kultury przy Instytucie Kultury Miejskiej w Gdańsku przyglądaliśmy się między innymi temu: w jaki sposób różne grupy uczestników kultury korzystają z oferty online? Jakie są plusy i minusy takiej formy uczestnictwa? Z jakimi wyzwaniami mierzą się instytucje kultury przenosząc działania do sieci? Staraliśmy się w ten sposób ocenić potencjał kontynuacji działań online i rozwoju dostępu do kultury z wykorzystaniem Internetu.

Przeprowadziliśmy analizę zasięgów instytucji kultury i ruchu wokół tematów związanych z kulturą w Internecie na podstawie danych dostępnych z monitoringu sieci w terminie od lutego do maja 2020. Badanie publiczności oparliśmy o 3 ankiety online: badanie publiczności online gdańskich instytucji kultury (n=126), badanie publiczności metropolitalnych domów kultury (n=867) oraz badanie sytuacji i potrzeb gdańskiego środowiska pracowników i twórców kultury (n=98). Badania ilościowe zostaną uzupełnione o metody jakościowe pogłębiające wątki dotyczące potencjału kultury online.

Dotychczasowe badania wskazały na duże znaczenie kultury online w czasie izolacji wśród grupy intensywnie uczestniczącej w kulturze. Taki dostęp pozwolił na podtrzymanie aktywności i kontaktu ze sztuką, choć bywa traktowany często jako rozwiązanie tymczasowe: zdecydowana większość preferuje możliwość bezpośredniego uczestnictwa w wydarzeniach. Szczególnie istotna dla publiczności jest możliwość dostępu do treści kultury w wybranym miejscu i czasie. Ta obserwacja odpowiada trendom indywidualizacji usług i produktów zgodnie ze stylem życia i preferencjami klientów na rynku komercyjnym.

- Zakład Zarządzania Kulturą Instytutu Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)



KONFERENCJA

# BADANIA W SEKTORZE KULTURY

PRZYSZŁOŚĆ I ZMIANA

Potencjałem rozwoju kultury dostępnej w Internecie jest jej ponadlokalny zasięg i dotarcie do grup rzadziej uczestniczących do tej pory w wydarzeniach w formie tradycyjnej – dotkniętych wykluczeniem komunikacyjnym, trudnościami w poruszaniu się, czy osób intensywnie pracujących, dysponujących czasem nieregularnie i w niestandardowych godzinach. Nie możemy jednak zapominać o wykluczeniu cyfrowym części odbiorców, szczególnie grup senioralnych. Z kolei trudności w przenoszeniu aktywności kulturalnej do Internetu pojawiają się zarówno po stronie uczestników, jak i organizatorów: wymaga to kompetencji i zasobów technicznych.

Mamy nadzieję, że pogłębione badania jakościowe odpowiedzą na dalsze pytania o znaczenie kultury i sztuki dla samopoczucia i życia społecznego w czasie izolacji, sposoby korzystania z kultury online w czasie pandemii i w konkurencji z bezpośrednim uczestnictwem w wydarzeniach, a także wskażą obszary, na których warto skupić się planując działalność online.

[Link do strony Obserwatorium Kultury w Gdańsku](#)

- Zakład Zarządzania Kulturą Instytutu Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

KONFERENCJA

**BADANIA  
W SEKTORZE  
KULTURY**

---

PRZYSZŁOŚĆ I ZMIANA

**PANEL III**  
**ZARZĄDZANIE**  
**KULTURĄ**

- Zakład Zarządzania Kulturą Instytutu Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

KONFERENCJA

# BADANIA W SEKTORZE KULTURY

PRZYSZŁOŚĆ I ZMIANA

mgr Piotr Knaś  
*Małopolski Instytut Kultury w Krakowie*  
e-mail: knas@mik.krakow.pl

## **Prezentacja wyników badań „Edukacja kulturowa w czasie dystansu społecznego” oraz “Straty i problemy podmiotów działających w sektorze kultury i w sektorze kreatywnym w Małopolsce w związku z pandemią COVID-19”**

Przedstawienie skali strat, problemów i wyzwań, z którymi muszą się zmierzyć podmioty sektora kultury i sektora kreatywnego w Małopolsce w związku z pandemią COVID-19 oraz prezentacja rozwiązań wdrożonych przez podmioty kultury w związku z prowadzeniem działań kulturalnych w przestrzeni mediów wirtualnych. W podsumowaniu przedstawię wnioski odnoszące się do zmian w obszarze kultury, które będą wyznaczały kierunek zmian w ciągu najbliższego czasu – pod dyskusję w ramach debaty.

[Raport: Kultura w Małopolsce. KORONARAPORT](#)

[Raport: Edukacja kulturowa w czasie dystansu społecznego](#)

- Zakład Zarządzania Kulturą Instytutu Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

dr Mariusz Cembruch-Nowakowski  
*Urząd Statystyczny w Krakowie, Ośrodek Statystyki Kultury*  
e-mail: M.Nowakowski@stat.gov.pl

### **Satelitarny Rachunek Kultury jako metoda określania ekonomicznego znaczenia działalności kulturalnej**

W ostatnim czasie coraz większe zainteresowanie ze strony podmiotów działających w obszarze kultury budzi ekonomiczny wymiar kultury. Sprzyja to podejmowaniu działań mających na celu dostarczenie nowych danych, pozwalających szerzej opisać obszar kultury.

Jednym z takich działań jest podjęcie przez Ośrodek Statystyki Kultury Urzędu Statystycznego w Krakowie wyzwania polegającego na opracowaniu metodologii mającej na celu określenie ekonomicznego znaczenia działalności kulturalnej w formie satelitarnego rachunku kultury (SRK).

Istotą SRK jest określenie rzeczywistej roli obszaru kultury w gospodarce Polski poprzez przedstawienie wkładu kultury w tworzenie PKB, ze szczególnym uwzględnieniem udziału w tworzeniu wartości dodanej brutto.

Opracowana przez Ośrodek Statystyki Kultury Urzędu Statystycznego w Krakowie przy współpracy Departamentu Rachunków Narodowych Głównego Urzędu Statystycznego metodologia szacowania satelitarnego rachunku kultury bazuje na rekomendacjach grupy roboczej ds. statystyk kultury Europejskiego Systemu Statystycznego ESSnet-Culture. Opracowanie Urzędu Statystycznego ma nowatorski charakter ponieważ do tej pory, szacunki dotyczące obszaru kultury można było opierać na danych pochodzących z Rachunków Narodowych, w których kultura jest ujmowana łącznie z rozrywką i rekreacją (sekcja R Polskiej Klasyfikacji Działalności), a zatem w powiązaniu z działalnością związaną z grami losowymi czy działalnością sportową. Ograniczało to możliwość bardziej precyzyjnego opisanie i oszacowania wkładu kultury w PKB w Polsce. Satelitarny Rachunek Kultury stwarza taką możliwość poprzez skoncentrowanie uwagi wyłącznie na obszarze kultury, ale i jej bardziej kompleksowe ujęcie dzięki wyjściu poza wspomnianą sekcję R i włączenie do analizy także innych działów Polskiej Klasyfikacji Działalności stanowiących razem obszar kultury.

- Zakład Zarządzania Kulturą Instytutu Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

KONFERENCJA

# BADANIA W SEKTORZE KULTURY

---

PRZYSZŁOŚĆ I ZMIANA

W prezentowanym referacie zostanie ujęta charakterystyka metodologii Satelitarnego Rachunku Kultury oraz wstępne wyniki oszacowania wkładu kultury w PKB Polski za lata 2010-2012.

[Raport z pracy metodologicznej. Satelitarny Rachunek Kultury](#)

[Publikacja: \*Jak liczymy satelitarny rachunek kultury?\*](#)

- Zakład Zarządzania Kulturą Instytutu Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

dr hab. Bożena Gierat-Bieroń  
*Uniwersytet Jagielloński, Instytut Europeistyki*

dr Kinga Gajda  
*Uniwersytet Jagielloński, Instytut Europeistyki*

### **Sektor kultury wobec pandemii COVID-19. Sukcesy i porażki samorządowych strategii wsparcia. Prezentacja efektów badawczych**

Środowiska kultury oraz pojedynczy artyści (pracujący często w warunkach samozatrudnienia) znaleźli się w trudnej sytuacji organizacyjnej i finansowej w związku z pandemią w Polsce. Wszystkie szczeble administracji terenowej, rząd oraz Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego (MKiDN) wdrażały od 30 marca 2020 r. doraźne rozwiązania i programy wsparcia. Tak zwane samorządowe tarcze antykrzysowe były ogłaszane relatywnie szybko po ogólnokrajowych obostrzeniach, obejmowały szerokie spectrum dziedzin kultury i zawierały konkretne rozwiązania wraz z kwotami wsparcia.

Profilowane przez trzy naukowczynie: dr hab. Bożenę Gierat-Bieroń (Instytut Europeistyki UJ) dr Kingę Gajdę (Instytut Europeistyki, UJ) oraz dr Joannę Szulborską-Łukaszewicz (niezależną badaczkę) badania nad samorządowymi tarczami antykrzysowymi w dużych polskich miastach (Kraków, Wrocław i Gdańsk), stawiało kluczowe pytanie o konsekwencje wprowadzanych rozwiązań formalno-prawych i ich realną pomoc dla środowisk artystycznych w dobie pandemii. Było próbą analizy i ewaluacji metod przeciwdziałania negatywnym skutkom koronawirusa w sektorze kultury zastosowanym w samorządowych tarczach antykrzysowych. Dodatkowym celem badań była ewaluacja skuteczności działań ratujących kulturę, ich innowacyjność oraz efekt międzyludzkiej solidarności.

Materiał badawczy opierał się na analizach eksperckich (analizie uchwał miejskich uruchamiających "tarcze antykrzysowe") oraz analizach opinii respondentów (15 respondentów/miasto, razem 45 respondentów; badania ilościowe i jakościowe). Badanie przeprowadzono w ramach grantu Uniwersytetu Jagiellońskiego, „Society Now!”. Miało wyłonić najbardziej skuteczne rozwiązania samorządowe dla sektora kultury, które mogłyby uchodzić za „zestaw awaryjny” w innych, globalnych kryzysowych okolicznościach. Projekt zakładał 3 etapy realizacyjne:

- Zakład Zarządzania Kulturą Instytutu Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

# BADANIA W SEKTORZE KULTURY

PRZYSZŁOŚĆ I ZMIANA

- 1) Wstępną inwentaryzację pola badawczego (badania typu desk research).
- 2) Badania porównawcze samorządowych tarcz antykryzysowych skierowanych do środowiska kultury, w oparciu o wyznaczone pola działań.
- 3) Badania empiryczne wśród beneficjentów pomocy antykryzysowej, weryfikujące celność wsparcia.

Ostatecznie badanie miało wyłonić listę rekomendacji rozwiązań uznanych obiektywnie za najbardziej odpowiadające na kluczowe bolączki kultury w dobie pandemii.

Referat przygotowywany na konferencję będzie prezentował całościowe wyniki badań, które zakończą się 30 września 2020 oraz pełną listę rekomendacji dla samorządów wynikających z badań empirycznych. W imieniu 3 badaczek, rezultaty badań przedstawi kierownik projektu dr hab. Bożena Gierat-Bieroń.

[Raport: Miejska „tarcza antykryzysowa” wobec środowisk artystycznokulturalnych. Efektywność, innowacja, solidarność. Badania porównawcze i ewaluacyjne. Rekomendacje dla władz centralnych i władz samorządowych](#)

- Zakład Zarządzania Kulturą Instytutu Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

mgr Paweł Kamiński  
*Ośrodek Postaw Twórczych we Wrocławiu*  
e-mail: pawel.kaminski@opt-art.net

### **Ekonomiczne skutki pandemii COVID-19, w samorządowych instytucjach kultury**

Pandemia COVID-19 a w jej następstwie tzw. zawieszenie a następnie ograniczenie działalności instytucji kultury w znaczący sposób wpłynęło na sytuację finansową samorządowych instytucji kultury. Celem badania było dostarczenie wiedzy na temat zmian w wysokości przychodów i kosztów funkcjonowania instytucji kultury oraz podejmowanych w związku z tym działań organizacyjnych podejmowanych przez dyrektorów instytucji kultury w związku z pandemią COVID-19. Badanie zrealizowano w formie ankiety internetowej, w której wzięło udział ok. 400 instytucji kultury z całego kraju. W opinii blisko 70 proc. badanych instytucji ich sytuacja finansowa pogorszyła się. Głównym źródłem takiej sytuacji jest zmniejszenie dochodów własnych, które wskazało 84 proc. badanych oraz zmniejszenie dotacji podmiotowej przez organizatora (25 proc. badanych). Wpływ na sytuację finansową instytucji mają też wydatki związane ze spełnieniem wymogów sanitarnych związanych z pandemią. Spadek dochodów i pojawienie się nowej pozycji kosztowej nie są jedynymi efektami pandemii. Ponad połowa badanych wskazała spadek kosztów funkcjonowania instytucji związany m. in. z mniejszymi wydatkami na zakup materiałów i usług oraz wynagrodzenia, w szczególności bezosobowe. Pandemia w najbardziej znaczący sposób wpłynęła na sytuację finansową instytucji o dużym udziale dochodów własnych w ogóle dochodów, w tym instytucji artystycznych oraz centrów części kultury czerpiących dochody ze sprzedaży biletów na wydarzenia oraz projekcje filmów oraz opłat za zajęcia. W najmniejszym stopniu skutki pandemii dotknęły instytucje utrzymujące się niemal wyłącznie z dotacji podmiotowej, w szczególności biblioteki.

- Zakład Zarządzania Kulturą Instytutu Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)



mgr Aleksandra Chabiera  
*Narodowy Instytut Dziedzictwa*  
e-mail: achabiera@nid.pl

### **Zarządzanie dziedzictwem, czyli czym? Co wiemy o polskich zasobach dziedzictwa i ich wykorzystaniu w kulturze?**

Skuteczna ochrona zabytków i zarządzanie nimi wymaga dokładnej wiedzy o posiadanym zasobie. To wręcz banalne stwierdzenie, w praktyce planowania i wdrażania działań zarządczych nie jest już takie proste, ani na poziomie lokalnym, ani na poziomie krajowym. Na tych dwóch poziomach rozgrywa się planowanie ochrony zabytków i ich włączania w rozwój społeczno-gospodarczy (co w kontekście ich potencjału jest szczególnie istotne dla rozwoju branż kultury):

- gminy, niezależnie od ich wielkości i bogactwa zasobu zabytkowego powinny wiedzieć, jakie dziedzictwo mają na swoim terenie jako właściciel (co skutkuje obowiązkiem opieki) i jako samorząd (co skutkuje obowiązkiem ochrony oraz ujęcia zabytków w planowanym rozwoju i wdrażanie odpowiednich działań). Rozpoznanie zasobu oznacza wiedzę o liczbie zabytków, stanie zachowania, formie własności itd., potrzebną do efektywnego planowania opieki, ochrony, mechanizmów wsparcia, wykorzystania ich potencjału;
- rząd polski, poprzez Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego powinien mieć rozpoznany zasób zabytkowy kraju, aby móc kreować politykę państwa w zakresie ochrony zabytków – tworzyć odpowiednie rozwiązania prawne, administracyjne, czy nawet dokumentacyjne, planować odpowiednie kierowanie środków finansowych i tworzyć narzędzia systemowe pozwalające na zrównoważone wykorzystanie potencjału zabytków. Zadania te można efektywnie realizować jedynie opierając się na danych dotyczących aktualnej sytuacji zabytków.

- Zakład Zarządzania Kulturą Instytutu Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

Nieco osobną, a równie ważną sprawą, zwłaszcza w kontekście rozwoju kultury, jest rozpoznanie zasobu dziedzictwa niematerialnego w Polsce. Metody jego dokumentacji i archiwizacji oraz rozpowszechniania na poziomie krajowym są dopiero rozwijane, co w efekcie oznacza wciąż niewystarczającą wiedzę na ten temat (aczkolwiek rosnącą). Badania i dokumentacja dziedzictwa niematerialnego w ujęciu antropologicznym są w Polsce prowadzone od bardzo dawna, natomiast brakuje zintegrowanego rozpoznania tych zasobów w ujęciu rozwojowym.

Charakterystyka systemu ochrony zabytków w Polsce, a ściślej jego aspektu dokumentacyjno-administracyjnego sprawia, że nasza wiedza o zabytkach, zwłaszcza w ujęciu całościowym, ma luki. Co jednak wiemy o zasobie zabytkowym Polski?

W referacie przedstawię wyniki badań statystyki publicznej dotyczących ochrony zabytków w Polsce. Ich omówienie – w kontekście raportu o stanie zachowania zabytków w Polsce, badań realizowanych wśród elit lokalnych i w LGD, oraz innych badań społecznych skupionych na wykorzystaniu dziedzictwa w aktywności społeczno-gospodarczej – pozwoli na diagnozę stopnia wykorzystania zabytków w rozwoju przemysłów kultury i diagnozę ich potencjału (uruchomionego bądź nie).

Skupiając się na danych jako podstawie planowania rozwoju, jako kluczowe dla debaty stawiam pytanie: dziedzictwo jest podstawą kultury; zatem w jakim zakresie dane o zasobie dziedzictwa są potrzebne w branżach związanych z zarządzaniem kulturą? Czy i w jaki sposób te dane są wykorzystywane?

- Zakład Zarządzania Kulturą Instytutu Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

KONFERENCJA

**BADANIA  
W SEKTORZE  
KULTURY**

---

PRZYSZŁOŚĆ I ZMIANA

# **PANEL IV**

# **KULTURA**

# **W CZASACH**

# **ZARAŻY**

- Zakład Zarządzania Kulturą Instytutu Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

mgr Monika Kamińska

*Urząd Miasta Łodzi, Akademia Humanistyczno Ekonomiczna w Łodzi*

e-mail: monikakamienska@gmail.com

### **Kultura w czasach zarazy – o nowych formach aktywności w czasach pandemii**

Pandemia, w czasie której przyszło nam funkcjonować, zredefiniowała pojmowanie świata, wszystkich nas „zahibernowała”. Zastanawialiśmy się, jak i czy pracować, uczyć się, studiować. Zostaliśmy pozbawieni możliwości realizacji codziennych obowiązków, ale i przyjemności, a przede wszystkim kontaktu z bliskimi. Internet wypełniał się treścią jak zbiornik retencyjny podczas wielotygodniowej ulewy. Pojawiły się nowe formy wyrazu artystycznego, ludzie kultury i sztuki wyzwolili niesamowitą energię i „modę” na czytanie, rozmowy o sztuce, pisanie i tworzenie teatru w sieci. Pierwszy raz w Polsce i to właśnie w Łodzi pojawiła się teatr IMPRO online z udziałem widzów, którzy podczas transmisji live kreowali spektakl. Teatr Powszechny zaproponował serial teatralny w internecie, teatry dla dzieci przygotowywały coraz to nowe propozycje tak spektakli, jak i warsztatów oraz zajęć ruchowych. Nasi studenci zaczęli brać udział w rekomendowanych przeze mnie dyskusjach i konferencjach, czytali poezję i prozę online, wędrowali po wirtualnych galeriach, zasiadali na widowni we własnym „M” i podróżowali po świecie opery, dramatu, komedii. Zorganizowana przez Urząd Miasta Łodzi Noc Muzeów okazała się strzałem dziesiątkę. Ponad 1,6 mln. odśłon, uczestnicy z całego świata, ludzie łaknący kontaktu z muzeami, wystawami, którzy stali wielokrotnie w gigantycznych kolejkach podczas tej magicznej nocy teraz, spokojnie mogli spędzić wiele wieczornychi nocnych chwil buszując po galeriach, wystawach stałych i czasowych. Tak też stało się z wydarzeniami zorganizowanymi z okazji Dnia Dziecka. W mojej pracy dydaktycznej także pojawiły się nowe przestrzenie kreacji projektów „skrojonych na miarę” pandemii. Studenci zaczęli analizować możliwości przeformułowania działań kulturalnych na formę wirtualną. Pojawiły się nowe, ciekawe propozycje działań animacyjnych i PR-owych. Studenci przygotowywali m.in. projekty na kampanie crowdfundingowe (np. tworzyli wirtualne kulturalne kawiarnie, mobilne biblioteki, organizowali wirtualne koncerty, założyli strony dla swoich projektów, nagrywali filmiki promocyjne).

- Zakład Zarządzania Kulturą Instytutu Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

KONFERENCJA

# BADANIA W SEKTORZE KULTURY

PRZYSZŁOŚĆ I ZMIANA

Podczas webinarów wielokrotnie słyszałam o nowym, zupełnie do tej pory nieznanym trendzie tworzenia właśnie i tylko w sieci. Zaproponowałam projekty hybrydowe, które miały tak przygotować działania, że rozpoczęcie ich w czasie pandemii w sieci kontynuowane mogłoby być w okresie postpandemicznym w realu. Pojawiły się bardzo interesujące propozycje spektakli, kawiarni online i offline, projekty muzyczne i animacyjne etc. Jeśli zatem uznamy pandemię COVID-19 za porażkę, to zgodnie z teorią, która mówi, że miarą naszego sukcesu jest umiejętność wykorzystania porażki, powinniśmy maksymalnie „wyeksploatować” ten czas, który został nam „dany” i stworzyć nową, interesującą formułę kultury na czas po pandemii.

[Akademia Humanistyczno-Ekonomiczna w Łodzi – studia kulturoznawcze](#)

[Urząd Miasta w Łodzi – kultura](#)

[Profil na Facebooku: Łódź pełna kultury](#)

- Zakład Zarządzania Kulturą Instytutu Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

dr Iryna Manczak  
*Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie*  
e-mail: manczaki@uek.krakow.pl

dr Katarzyna Sanak-Kosmowska  
*Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie*  
e-mail: sanakk@uek.krakow.pl

mgr Maria Bajak  
*Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie*  
e-mail: mariabajak@gmail.com

### **Organizacja festiwalu filmowych w dobie pandemii COVID-19**

Kluczowym celem artykułu jest zbadanie uwarunkowań organizacji festiwalu filmowych w dobie pandemii COVID-19. Postanowiono zidentyfikować kierunki i sposoby rozwoju oferty wydarzeń festiwalowych w warunkach obowiązujących obostrzeń epidemicznych. Podjęty temat zostanie przedstawiony w oparciu o wyniki zaplanowanych wywiadów pogłębionych. Wywiady te zostaną przeprowadzone z przedstawicielami wybranych festiwalu filmowych, w tym głównie osobami odpowiedzialnymi za program festiwalowy. W opracowaniu zostanie zwrócona uwaga na ważne charakterystyki obrazujące organizację festiwalu filmowych w czasach pandemii COVID-19. Istotnym elementem artykułu będzie również zarysowanie kwestii związanych z funkcjonowaniem sektora kultury w warunkach panującego kryzysu gospodarczego. W dalszej części dyskusji zostaną scharakteryzowane wydarzenia objęte badaniem: Krakowski Festiwal Filmowy, Festiwal Muzyki Filmowej oraz Festiwal Off Camera. Uwzględniając cel i charakter opracowania zdecydowano się przeanalizować festiwale filmowe, które już odbyły się w formie online.

W trakcie prowadzenia badań postanowiono zidentyfikować doświadczenia organizatorów zdobyte podczas tegorocznych edycji festiwalowych. Na potrzeby podjętych badań postawiono hipotezę głoszącą, że pandemia COVID-19 przyczyni się do organizacji festiwalu filmowych w formie hybrydowej w przyszłości. W trakcie prowadzenia badań przede wszystkim zostanie podjęta próba ustalenia, w jakim stopniu oraz zakresie zostaną wykorzystane doświadczenia zdobyte podczas organizacji wydarzeń w formie online.

- Zakład Zarządzania Kulturą Instytutu Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

KONFERENCJA

# BADANIA W SEKTORZE KULTURY

PRZYSZŁOŚĆ I ZMIANA

mgr Dominika Kawalerowicz  
*Strefa Kultury Wrocław*

## Programowanie działań Strefy Kultury Wrocław w czasie pandemii COVID-19

Wybuch pandemii COVID-19 zaskoczył sektor kultury, w tym Strefę Kultury Wrocław, samorządową instytucję kultury prowadzoną przez Gminę Wrocław. Z dnia na dzień zatrzymaliśmy prace nad Wrocławskim Kongresem Kultury dla ponad tysiąca uczestników, flagowymi festiwalami, takimi jak Jazz nad Odrą oraz wieloma programami. Zdecydowaliśmy szybko przemodelować strategię działania i opracowywać takie scenariusze, które pozwolą na tworzenie kultury mimo zamknięcia. Dodatkowo włączyliśmy się w badania preferencji odbiorców kultury. Pytania, które się nasuwają się w toku tego doświadczenia, to czy warto poświęcać czas na myślenie strategiczne o tym, jak działać, mając świadomość, że pewne jest tylko to, że wszystko jest niepewne oraz jak troszczyć się o potrzeby współtwórców i odbiorców kultury, kiedy porzuca się wszystkie znane scenariusze?

- Zakład Zarządzania Kulturą Instytutu Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

mgr Piotr Firych

*Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Instytut Kulturoznawstwa*

e-mail: piotr.firych@amu.edu.pl

### **Potencjał koncepcji rozwoju publiczności w dobie pandemii COVID-19**

Już przed pandemią, w obliczu współczesnych rynkowych, technologicznych i społecznych uwarunkowań sektora kultury stopniowo wzrastała istota „zwracania się” w działaniach ku publiczności. Wynika to z faktu, że o powodzeniu organizacji kulturalnych w coraz większym stopniu decyduje jakość relacji, jakie tworzą one z własnym otoczeniem społecznym. Można powiedzieć, że liczy się to, jakie jest ich znaczenie dla odbiorców. W reakcji na tę sytuację podmioty, chcąc efektywnie realizować swoją misję, zmuszone są poszukiwać nowych metod komunikacji i zarządzania. Dla wielu, odpowiedzią na najważniejsze wyzwania stojące przed organizacjami kulturalnymi w XXI wieku jest koncepcja rozwoju publiczności (ang. *audience development*). Zakłada ona strategiczne i kompleksowe podejście do zagadnienia budowania relacji z publicznością. Idea ta kształtowała się głównie w Wielkiej Brytanii (jej historia sięga końca lat 90-tych), gdzie wzmacnianie kompetencji z zakresu *audience development* od dłuższego czasu jest elementem zarówno systemowego myślenia o funkcjonowaniu tamtejszego sektora kultury, jak i konsekwencją obranej przez lokalne środowiska wizji polityki kulturalnej.

*Audience development* zyskało w ostatniej dekadzie dużą popularność, wykraczającą daleko poza kontekst brytyjski. Przyczyniła się do tego między innymi Komisja Europejska, odwołująca się do omawianej koncepcji w wielu dokumentach, a także traktująca ją jako jeden z priorytetów przy przyznawaniu dotacji. Od kilku lat jest to więc termin, o którym żywo dyskutuje się w środowiskach związanych z działalnością kulturalną. Jest on także „hasłem-przynętą”, kojarzącym się z pozytywnymi i pożądanymi trendami europejskimi. W raportach, na konferencjach i szkoleniach mnoży się przykłady tzw. dobrych praktyk. Niekiedy właśnie z tego powodu *audience development* postrzega się opacznie jako panaceum na różnego typu bolączki, czy też zestaw uniwersalnych metod działania, będących skuteczną odpowiedzią na współczesny „kryzys” uczestnictwa w kulturze.

- Zakład Zarządzania Kulturą Instytutu Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)



Wybuch pandemii COVID-19 z dnia na dzień zaburzył funkcjonowanie organizacji sektora kultury. Sytuacja – trwająca w Polsce od marca 2020 roku - w zasadniczym stopniu wpłynęła na funkcjonowanie sektora kultury, wprowadzając być może nieodwracalne już zmiany w obszarze uczestnictwa oraz sposobach organizacyjnych. Kiedy Rządowy Zespół Zarządzania Kryzysowego podjął decyzję o czasowym zamknięciu filharmonii, oper, operetek, teatrów, muzeów, kin, domów kultury, bibliotek, galerii sztuki i innych instytucji kultury – uczestnictwo w kulturze w tradycyjnym rozumieniu przestało być możliwe. W trosce o bezpieczeństwo Polaków odwołano niezliczoną liczbę koncertów, spektakli, wystaw, warsztatów i innych planowanych wydarzeń. Dla przedstawicieli sektora kultury był to ogromny szok. Oto, z dnia na dzień, poszczególne organizacje musiały znaleźć własną odpowiedź na nową sytuację. Zaobserwowane reakcje były różne: od zdecydowanych i szybkich decyzji o przeformułowaniu i przeniesieniu elementów programu do internetu, po skrajną hibernację i całkowite zawieszenie swojej działalności.

Celem referatu jest podjęcie rozważań na temat tego, na ile założenia koncepcji rozwoju publiczności – opartej na budowaniu relacji organizacji kulturalnych z ich otoczeniem społecznym – pozostają nadal możliwe do realizacji. Referat w pewnym zakresie stanowi pogłębioną refleksję w odniesieniu do ukończonej przez autora rozprawy doktorskiej, dotyczącej tytułowej koncepcji rozwoju publiczności.

- Zakład Zarządzania Kulturą Instytutu Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

mgr Ewa Cofur-Machura  
*Akademia WSB*

## **Wykorzystanie mediów społecznościowych w promocji instytucji kultury w czasie pandemii**

### Wprowadzenie

Media społecznościowe i aplikacje z zakresu social media mogą z powodzeniem wspierać nawiązywanie relacji i budowanie społeczności internetowej związanej z instytucjami kultury. Ta kreatywna forma kontaktu z beneficjentami sprzyja zarówno postępującej wirtualizacji marketingu i uczestnictwa w kulturze, jak i rozwoju marketingu rekomendacji instytucji. Wspomaga także poszukiwania nowych form aktywności instytucji kultury, które w trakcie pandemii i związanej z nią koniecznością zmiany organizacji działań, stało się szczególnie istotne. Celem referatu jest ukazanie zastosowania nowoczesnych metod komunikacji w budowaniu relacji instytucji kultury z publicznością w czasie pandemii oraz rozpoznanie preferencji odbiorców kultury, dotyczących prezentowanych w mediach społecznościowych treści i form aktywności instytucji kultury.

### Materiały i metody

Referat dotyczy badań własnych prowadzonych w okresie 03.2020 – 08.2020 i dotyczy wykorzystywania przez wybrane jednostki w komunikacji marketingowej mediów społecznościowych. Analiza jakościowa i ilościowa obejmuje m.in. teatry, opery, domy kultury, muzea i biblioteki. Badanie objęło głównie dwa media społecznościowe: Instagram, oraz Facebook i obejmuje analizę umieszczonych tam treści oraz ich odbioru. Ważną częścią badań stanowi badanie ilościowe przeprowadzone wśród widzów teatralnych w okresie 06-07.2020 z wykorzystaniem ankiety internetowej przeprowadzonej poprzez panel badawczy.

### Rezultaty

Referat będzie prezentował wyniki dotyczące porównania prezentowanych w mediach społecznościowych treści, a także nowych form aktywności instytucji kultury wykorzystywanych w trakcie pandemii i związanej z nią koniecznością zmiany organizacji działań. Będzie zawierać m.in. tabele, wykresy oraz printscreeny.

- Zakład Zarządzania Kulturą Instytutu Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

KONFERENCJA

# BADANIA W SEKTORZE KULTURY

---

PRZYSZŁOŚĆ I ZMIANA

## Dyskusja wyników

Zebrane dane pozwolą na porównanie działań placówek, zasięgu promocji czy ilości odbiorców. Referat będzie zawierać informacje o rodzaju preferowanych przez użytkowników treści, a tym samym ewentualne rekomendacje dla przedstawicieli instytucji kultury.

- Zakład Zarządzania Kulturą Instytutu Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

KONFERENCJA

**BADANIA  
W SEKTORZE  
KULTURY**

---

PRZYSZŁOŚĆ I ZMIANA

**PANEL V**  
**ZMIANY**  
**W SEKTORZE**  
**KULTURY**

- Zakład Zarządzania Kulturą Instytutu Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

KONFERENCJA

# BADANIA W SEKTORZE KULTURY

PRZYSZŁOŚĆ I ZMIANA

mgr Marcin Bańdo  
*Filharmonia im. Karola Szymanowskiego w Krakowie*  
e-mail: marcin.bando@yahoo.com

mgr Iwona Parzyńska  
*Muzeum Narodowe w Krakowie*  
e-mail: iwona.parzynska@gmail.com

mgr Agnieszka Szostak  
*Muzeum Krakowa*  
*Uniwersytet Jagielloński, Instytut Kultury*  
*Stowarzyszenie Instytut Badań Organizacji Kultury – IBOK*  
e-mail: agnieszka@szostak.mail.pl

## Organizacja badań publiczności w instytucji kultury – doświadczenia z realizacji

Celem referatu jest przedstawienie zasad współpracy zespołu badawczego z ankieterami. Autorzy omówią metody rekrutacji, szkolenia oraz kontroli jakości pracy na poszczególnych etapach projektu i podzielą się swoimi doświadczeniami z działań podjętych w latach 2017 - 2019 w ramach projektu badawczego "Krakowski odbiorca kultury" zrealizowanego przez Zakład Zarządzania Kulturą UJ, Muzeum Narodowe w Krakowie, Muzeum Krakowa oraz Filharmonię im. Karola Szymanowskiego w Krakowie.

Autorzy zaprezentują w referacie sprawdzony i skuteczny model współpracy przy dużym projekcie, obejmującym kilkanaście instytucji kultury o różnej specyfice działania i różnych ofertach (instytucje wystawiennicze oraz artystyczne). Opowiedzą jak organizować badania na potrzeby instytucji kultury z udziałem wolontariuszy, tak aby minimalizować koszty prowadzenia badań.

Ważnym aspektem referatu będzie przedstawienie sposobu organizacji pracy wolontariuszy polegającego na przygotowywaniu przez zespół badawczy szkoleń z zakresu narzędzia badawczego, programów wspierających analizę danych, a także przedstawienie kwestii wprowadzenia wolontariuszy do instytucji, w których przeprowadzane były badania.

- Zakład Zarządzania Kulturą Instytutu Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

KONFERENCJA

# BADANIA W SEKTORZE KULTURY

PRZYSZŁOŚĆ I ZMIANA

Ostatnim punktem referatu będzie prezentacja badań publiczności Muzeum Narodowego w Krakowie prowadzonych od sierpnia 2020 roku. Będzie to przykład bezkosztowych badań realizowanych w MNK w oparciu o doświadczenia pozyskane w czasie realizacji projektu "Krakowski Odbiorca Kultury", dostosowywane do aktualnych potrzeb. Współpraca badaczy, zatrudnionych w instytucji kultury z wolontariuszami i stażystami zaowocowała możliwością stałego badania publiczności, co jest szczególnie istotne ze względu na dynamiczne zmiany w czasie pandemii.

[Raport z projektu badawczego: \*Krakowski odbiorca kultury\*](#)

- Zakład Zarządzania Kulturą Instytutu Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

mgr Agnieszka Budnik  
*Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu*  
e-mail: agnieszka.budnik@amu.edu.pl

### **Festiwale i nagrody literackie w dobie pandemii: smutna konieczność czy szansa zmian?**

Czas pandemii postawił w bardzo trudnej sytuacji cały sektor związany z kulturą. Okazało się jednak, że z wyjątkowymi trudnościami musieli zmierzyć się przede wszystkim działacze i działaczki stowarzyszeń i fundacji trzeciosektorowych. Jest to szczególnie widoczne w polu literackim: jakość i ilość spotkań literackich prowadzonych do czasu pandemii w dość regularnej formie (wyznaczonej choćby przez tryb wyznaczany dzięki cyklicznym nagrodom literackim i festiwalom literackim) uległa znaczącej zmianie. O ile instytucje państwowe i samorządowe po etapie zamrożenia swojej działalności powoli zaczęły przyzwyczajać się do streamingowania spotkań literackich i debat z ekspertami oraz pisarkami i pisarzami, o tyle wydarzenia tworzone przez NGO właściwie zamarły. Zmiana jakościowa ujawnia poważniejsze trudności systemowe w przemyśle kultury, które obnażają system reprodukcji nierówności. Fundacje i stowarzyszenia, przez pozyskiwanie funduszy na celowe, określone projekty, zazwyczaj nie dysponują stałym i własnym sprzętem, który umożliwiłby przeniesienie swojej działalności do rzeczywistości internetowej. Ze względu na ten fakt, organizacje pożytku publicznego oraz inne organizacje pozarządowe ucierpiały nie tylko finansowo (zwracając dotacje do samorządów czy miast przez niemożliwość dotrzymania warunków konkursów sprzed pandemii), ale również doszło do powtórnej monopolizacji sektora kultury. Na scenie pozostali jedynie najwięksi gracze oraz ci, którzy wpisali się w obecną agendę programową MKiDN.

W swoim wystąpieniu przedstawię lokalne studium przypadku poświęcone działalności literackiej Fundacji KulturAkcja z Poznania, którą współtworzę i za której program literacki jestem odpowiedzialna. Fundacja ta od 6 lat prowadzi festiwal literacki „LiteruFKA” (we współpracy z wydawnictwem WBPiCAK), którego gośćmi byli: Małgorzata Lebda (Laureatka Poznańskiej Nagrody Literackiej), Tomasz Bąk (Laureat Poznańskiej Nagrody Literackiej, Nagrody Literackiej Gdynia), Piotr Sommer (Laureat Poznańskiej Nagrody Literackiej, Nagrody Literackiej Gdynia), Jacek Podsiadło, Bronka Nowicka (laureatka Nagrody Nike) i wielu innych.

- Zakład Zarządzania Kulturą Instytutu Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

KONFERENCJA

# BADANIA W SEKTORZE KULTURY

PRZYSZŁOŚĆ I ZMIANA

Przedstawię zarówno innowacyjne formy animowania publiczności na spotkaniach literackich przed pandemią oraz zarysuję propozycję animowania spotkań literackich na spotkaniach streamingowanych lub odbywających się jedynie w internecie. Wnioski i zagrożenia związane z porównaniem animacji literatury i animacji publiczności takich wydarzeń zestawię również z rozważaniami dotyczącymi Poznańskiej Nagrody Literackiej (PNL jest również częścią ogólnopolskiego Festiwalu Fabuły), którą funduje Miasto Poznań oraz Uniwersytet im. Adama Mickiewicza (ze szczególnym naciskiem na Instytut Filologii Polskiej oraz reprezentowany przeze mnie Zakład Poetyki i Krytyki Literackiej), a także z bardzo dużym zainteresowaniem przedyskutuję ze współpanelistami, którzy również stawiają na praktyczny aspekt animacji kultury.

[Publikacja w czasopiśmie „Zarządzanie w kulturze”: Infrastruktura wartości. Nagrody literackie w Polsce po przełomie 1989 roku jako narzędzie wymiany kapitałów](#)

- Zakład Zarządzania Kulturą Instytutu Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)



dr Joanna Sanetra-Szeliga  
*Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie*  
*Urząd Statystyczny w Krakowie*

### **Institucje kultury w czasach zarazy. Zmiany**

W połowie marca br. w wyniku restrykcji mających na celu ograniczenie rozprzestrzeniania się koronawirusa SARS-CoV-2, instytucje kultury w całej Polsce zamknęły swoje podwoje dla zwiedzających i gości. Zazwyczaj nie oznaczało to jednak całkowitego zawieszenia działalności – większość instytucji część swojej aktywności przeniosła do internetu. Ze względu na decyzję o pracy w trybie zdalnym, zmianie uległa również sama organizacja pracy. Celem referatu jest prezentacja najważniejszych zmian jakie zaszły w sposobach realizacji działalności i formacie funkcjonowania publicznych instytucji kultury w Polsce. W oparciu o badania sytuacji w sektorze kultury w Europie, badaniach regionalnych (np. Małopolska, Gdańsk), a przede wszystkim wyników realizowanej w całej Polsce ankiety "Zmiany w działalności podmiotów kultury w wyniku pandemii COVID-19", realizowanej przez Urząd Statystyczny w Krakowie, przedstawiony zostanie wpływ pandemii na ucyfrowienie działalności merytorycznej instytucji, wykorzystanie narzędzi cyfrowych zarówno do promocji jak i organizacji pracy, a także kwestie zatrudnienia pracowników. Seria wywiadów z zarządzającymi instytucjami kultury dodatkowo pozwoli na zastanowienie się, czy obecna kryzysowa sytuacja może być wykorzystana jako szansa na pozytywną zmianę w sektorze kultury. Pandemii można, zdaniem części ekspertów, potraktować nie tylko jako chwilowe wyzwanie i problem do bieżącego rozwiązania, lecz także okazję do strategicznego namysłu nad lepszym funkcjonowaniem instytucji kultury.

[Raport: Wpływ pandemii COVID-19 na podmioty działające w obszarze kultury w drugim kwartale 2020 r.](#)

- Zakład Zarządzania Kulturą Instytutu Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

mgr Paulina Długosz  
*Uniwersytet Łódzki*  
*Muzeum Miasta Łodzi*  
e-mail: p.dlugosz@muzeum-lodz.pl

### **Razem czy osobno? Wyzwania i dylematy badań publiczności o różnorodnych potrzebach edukacyjnych i poznawczych**

Wystąpienie obejmuje zagadnienia związane z różnymi aspektami badań publiczności o szczególnych potrzebach (edukacyjnych oraz poznawczych) w placówkach muzealnych.

Kwestia ta zostanie omówiona w kontekście praktyki edukacyjnej, a przede wszystkim w formie analizy pierwszego etapu badań (luty 2019 – styczeń 2020) realizowanych w ramach prowadzonego przez Uniwersytet Łódzki (w partnerstwie z Muzeum Miasta Łodzi) projektu pn. „Sztuka łódzka na tle sztuki europejskiej. Wykluczeni / Włączeni”, współfinansowanego przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego w ramach Programu Operacyjnego Wiedza, Edukacja, Rozwój.

Głównym celem referatu będzie przedstawienie autooceny zaprojektowanych na potrzeby powyższego przedsięwzięcia narzędzi badawczych (kwestionariuszy ankiet i arkuszy obserwacji) oraz procesu ich modyfikacji wynikającego z zawartej w założeniu projektu różnorodności grup osób badanych, na którą składał się zarówno ich wiek (uczniowie klas 6-8 szkół podstawowych oraz seniorzy), jak i rodzaj dysfunkcji (wzroku, słuchu lub niepełnosprawności intelektualnej). Szczegółowej analizie zostanie poddany problem prowadzenia badań ilościowych oraz jakościowych wśród osób o różnych kompetencjach i możliwościach poznawczych, w kontekście potrzeby pozyskiwania wyników, które na dalszym etapie badań mogłyby zostać poddane wspólnej kategoryzacji oraz porównaniu.

Refleksje prowadzić będą do postawienia finalnego pytania o możliwość oraz zasadność przygotowania – w myśl zasady projektowania uniwersalnego – takich narzędzi oraz metod badawczych, które mogłyby być użyteczne w przypadku powszechnych badań publiczności instytucji kultury, uwzględniając różnorodność potrzeb poznawczych oraz/lub dysfunkcji poszczególnych jej reprezentantów.

- Zakład Zarządzania Kulturą Instytutu Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

dr Michał Pałasz

*Uniwersytet Jagielloński, Instytut Kultury, Katedra Kultury Współczesnej*

e-mail: [michal.palasz@uj.edu.pl](mailto:michal.palasz@uj.edu.pl)

### **Zarządzanie kulturą w antropocenie**

Panuje naukowy konsensus w kwestii zmierzania planety ku otchłani kryzysu klimatyczno-ekologicznego oraz co do antropogenicznych przyczyn tego ostatniego: stoimy nad przepaścią, kryzys jest faktem, winna jest działalność człowieka. Ludzkość jest na kursie kolizyjnym z własną chciwością. To, w jaki sposób organizowaliśmy świat w antropocenie – czy za początek tej postulowanej epoki geologicznej, wyróżnianej z uwagi na piętno, które ludzkość materialnie „wypaliła” Ziemi, przyjmujemy rewolucję neolityczną (początki rolnictwa), kolonizację Ameryk, rewolucję przemysłową czy erę atomu (zimną wojnę) – sprawia, iż należy uznać, że zarządzanie, skoncentrowane na krótkoterminowych i lokalnych korzyściach, niebiorące pod uwagę imperatywów moralnych, jak solidarność międzygatunkowa czy międzypokoleniowa, krótko mówiąc – nieodpowiedzialne wobec społeczeństw i natury, współodpowiada za wspomniane kryzysy.

W antropocenie rozumianym jako kulturowa „epoka człowieka”, w której ludzkość musi ponieść konsekwencje swych krótkowzrocznych i nieodpowiedzialnych działań, jeśli pozostanie w trybie *business as usual*, bądź podjąć radykalne aktywności zapobiegawczo-naprawcze, rola zarządzania kulturą wydaje się być nie do przecenienia i to w rozlicznych kontekstach: jako ekologiczne, ale też eko-aktywistyczne zarządzanie instytucjami kultury i inicjatywami kulturalnymi; jako zarządzanie w organizacjach oddolnych nastawionych na wywołanie wpływu w ciałach decyzyjnych (biznes i polityka) poprzez wydarzenia, które śmiało można w ujęciu zarządzania kulturą określić jako projekty kulturalne (aktywizm, artywizm, strajk, marsz, okupacja, kampania, akcja, subwersja, bezpośrednie działania bezprzemocowe – NVDA: *non-violent direct action*); jako zarządzanie zmianą kulturową konieczną do podjęcia adekwatnych działań; kontekstów jest więcej.

- Zakład Zarządzania Kulturą Instytutu Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

KONFERENCJA

# BADANIA W SEKTORZE KULTURY

PRZYSZŁOŚĆ I ZMIANA

Czym jest zarządzanie kulturą w antropocenie – oto pytanie, na które warto poszukiwać odpowiedzi. Wychodząc od ogółu, w ramach referatu stawiam diagnozę sytuacji, a następnie odnoszę się do prób reform zarządzania w wymiarze praktycznym, naukowym i dydaktycznym, na gruncie koncepcji takich, jak zarządzanie humanistyczne, społeczna odpowiedzialność biznesu, etyka zarządzania, ekorozwój, zrównoważony rozwój, po czym zmierzam do precyzowania możliwych odpowiedzi na pytanie – czym jest zarządzanie kulturą w antropocenie, kończąc propozycją radykalnej zmiany optyki zarządzania w ogóle i zarządzania kulturą w szczególności, czerpiąc z teorii aktora-sieci, posthumanizmu i nowego materializmu.

- Zakład Zarządzania Kulturą Instytutu Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

KONFERENCJA

**BADANIA  
W SEKTORZE  
KULTURY**

---

PRZYSZŁOŚĆ I ZMIANA

**PANEL VI**  
**KADRY KULTURY**

- Zakład Zarządzania Kulturą Instytutu Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

dr Bartek Lis

*Centrum Praktyk Edukacyjnych w Centrum Kultury ZAMEK w Poznaniu*

dr Katarzyna Chajbos

*Centrum Kultury ZAMEK w Poznaniu*

### **Nadprodukcja i "wszechpraca" – typologia, uwarunkowania, obserwacje na podstawie zachowań przedstawicieli i przedstawicielek poznańskiego sektora kultury**

Na podstawie badań społecznych dotyczących funkcjonowania poznańskich „kulturotwórców” w pandemii COVID-19 realizowanych przez Centrum Praktyk Edukacyjnych (CK Zamek) w maju i czerwcu 2020 roku na zlecenie Wydziału Kultury poznańskiego Urzędu Miasta, powstał raport. Wspólnie z dr Katarzyną Chajbos chcę przedstawić słuchaczkom i słuchaczom wybrane wątki dotyczące zagadnienia nadprodukcji i „wszechpracy” w kulturze, które udało się nam zauważyć i pogłębić w ramach zrealizowanych badań ilościowych oraz jakościowych.

Wszechpraca [1,2] to termin, którym opisujemy sytuację w której za sprawą dostępu do urządzeń mobilnych, nowych technologii i internetu, człowiek jest praktycznie stale gotowy do świadczenia pracy. Niemożność, nieumiejętność odseparowania czasu aktywności zawodowej od momentu wolnego, przez fakt ich współwystępowania w tych samych/podobnych przestrzeniach (dom, miejsce zamieszkania) pozbawiają nie tylko psychologicznej higieny (powodując stres), ale skutkują także gromadzeniem się spraw do załatwienia. Już nie tylko wszechobecność narzędzi kojarzonych z wykonywaniem pracy, wykorzystywanych do jej wykonywania, które w każdym momencie mogą nas zavezwać do realizacji kolejnego zadania, ale także fakt, że dla wielu kulturotwórców praca jest pasją, którą trudno się oddzielić od „czasu po pracy” stanowią kłopot, z którym trudno się zmierzyć, tym bardziej w czasach postulowanej/rekomendowanej zdalności.

Wszechpraca mocno w warunkach pandemii związała pracownika/pracownicę z domem, który przestał być tylko przestrzenią wypoczynku — był często studium nagrań, kreatywnych narad, centrum transmisji treści.

- Zakład Zarządzania Kulturą Instytutu Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

Wszechpraca wiąże się z nadprodukcją. Odnosi się ona zarówno to czasu pandemii, gdzie momentami jedno webinarium albo warsztat online ścigał/o kolejny, rywalizując o uważność i zainteresowanie tego samego segmentu publiczności, jak i do praktyki „przedmarcowej”.

Tryliony gigabajtów powstałe w ramach wzmożonej aktywności online są efektem konkretnej pracy, czasami osób napędzających swoje działania pasją, poczuciem misji lub tak zwanym „artezolem”[3]. Zagęszczająca się planowanymi (przeniesionymi) wydarzeniami jesień, zwiastuje ciąg dalszy nadprodukcji. Nadprodukcja ma oczywiście wiele innych kontekstów. W trakcie naszego wystąpienia mamy zamiar naszkicować obie koncepcje, podać ich przykłady dostrzeżone w ramach badań oraz opowiedzieć nie tylko o związanych z nimi trudnościach i barierach, ale również o prognozowanych scenariuszach (szanse, nadzieje, rekomendacje).

[1] B. Lis, M. Skowrońska, Ćwiczenie kolektywności. O współdziałaniu we wrocławskim polu artystycznym na początku XXI wieku, w: K. Sikorska (red.), „Antywzorce” we współczesnej sztuce i kulturze wizualnej, Galeria Miejska Arsenał, Poznań 2018, s. 156.

[2] J. Walczyk, O drugoplanowych aktorach w rzeczywistości projektowej, 2018, tekst niepublikowany

[3] K. Szreder, ABC Projektariatu. O nędzy projektowego życia, Fundacja Bęc Zmiana, Warszawa 2016

- Zakład Zarządzania Kulturą Instytutu Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

KONFERENCJA

# BADANIA W SEKTORZE KULTURY

PRZYSZŁOŚĆ I ZMIANA

dr hab. Monika Murzyn-Kupisz, prof. UJ  
*Uniwersytet Jagielloński*  
e-mail: monika.murzyn-kupisz@uj.edu.pl

dr Dominika Hołuj  
*Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie*  
e-mail: holujd@uek.krakow.pl

## **Kształcenie projektantów mody a idea zrównoważonego rozwoju**

W referacie pragniemy podjąć bardzo aktualną i istotną, w dobie krytyki tzw. szybkiej mody (*fast fashion*) i generowanych przez nią wyzwań, kwestię uwzględniania różnych wymiarów zrównoważonego rozwoju w działalności artystycznej z zakresu projektowania mody. Celem artykułu jest pokazanie, w jakim stopniu kwestie ochrony środowiska naturalnego, stosowania ekologicznych materiałów (*green fashion, eco fashion*), kreatywnego, lecz oszczędnego wykorzystania materiałów (*zero waste, recycling, upcycling*), możliwości zindywidualizowania i elastycznego kształtowania funkcji ubiorów, kwestie społeczne, w tym odpowiedzialności za „przekaz” projektowanych ubiorów, sprawiedliwego handlu i wynagrodzenia dla pracowników sektora mody (*fair trade, ethical fashion*) oraz związane z wpisaniem się w specyficzny, lokalny lub regionalny kontekst kulturowy (np. etnodizajn), stały się w ostatnich latach istotnym tematem w ramach działalności edukacyjnej szkół wyższych i policealnych o profilu artystycznym. Swoje analizy oprzemy na wynikach badań przeprowadzonych wśród szkół wyższych i policealnych kształcących na kierunkach projektowanie ubioru i związanych z nimi specjalnościach. W rozważaniach uwzględnimy także powiązania pomiędzy uwzględnianiem założeń zrównoważonego rozwoju w programach i działaniach edukacyjnych a szerszą działalnością szkół artystycznych w zakresie organizacji ciekawych wydarzeń artystycznych i kulturalnych o tematyce modowej otwartych dla szerokiej publiczności.

- Zakład Zarządzania Kulturą Instytutu Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)



KONFERENCJA

# BADANIA W SEKTORZE KULTURY

PRZYSZŁOŚĆ I ZMIANA

dr Joanna Szulborska-Łukaszewicz  
*UNI EUROPA*  
e-mail: joanna.szulborska@poczta.fm

mgr Agnieszka Paczyńska  
*UNI EUROPA*  
e-mail: agnieszka.paczynska@gmail.com

## **Dialog społeczny w prywatnym sektorze występów na żywo w Polsce. Przesłanki i bariery**

Prezentacja wyników badań dot. dialogu społecznego w prywatnym sektorze występów na żywo, zrealizowanych z inicjatywy UNI MEI – międzynarodowej federacji związków zawodowych pracowników mediów, instytucji kultury, sztuki i rozrywki oraz twórców w partnerstwie z European Arts and Entertainment Alliance (EAEA) i PEARLE – Live Performance Europe, a finansowanych przez Komisję Europejską. Badaniem zostało objętych pięć krajów Europy Środkowo-Wschodniej – Bułgaria, Czechy, Polska, Rumunia i Serbia. Celem badania było ustalenie, jaki jest stopień rozwoju dialogu społecznego w tym sektorze, identyfikacja problemów, które stoją na przeszkodzie dialogu zarówno po stronie pracowników, jak i pracodawców oraz rekomendacje dotyczące ewentualnych działań, które mogłyby pozytywnie wpłynąć na inicjowanie i rozwijanie rozmów pomiędzy pracodawcami i pracownikami, w tym negocjowanie warunków pracy.

W badaniach prowadzonych w każdym z pięciu krajów przyjęto tę samą metodologię – analiza dostępnej literatury i danych zastanych, wywiady pogłębione z przedstawicielami sektora i przedstawicielami partnerów społecznych oraz kwestionariusze on-line dla pracowników i pracodawców aktywnych w sektorze występów na żywo (obejmującym podmioty działające w obszarach: teatr, teatr tańca, muzyka i nowy cyrk). W każdym z krajów powstał raport narodowy. Wyniki analiz narodowych zostaną zaprezentowane w raporcie końcowym „Mapowanie sytuacji dialogu społecznego w prywatnym sektorze występów na żywo”, który powinien być dostępny z końcem 2020 roku.

- Zakład Zarządzania Kulturą Instytutu Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

# BADANIA W SEKTORZE KULTURY

Warto podkreślić, że badania w poszczególnych krajach miały miejsce w okresie IX 2019 – I 2020 a same raporty powstały tuż przed wybuchem kryzysu związanego z całkowitym zawieszeniem działalności sektora z powodu pandemii COVID-19. Wyniki badań stanowią więc swoistą fotografię stanu sektora prywatnego występów na żywo tuż przed sytuacją „lockdownu”, kiedy sektor ten – mimo znikomych przesłanek dialogu społecznego – stosunkowo dobrze się rozwijał. Mimo, iż – oczywiście – obok siebie funkcjonowały w środowisku podmioty (i artyści) z różnym powodzeniem radzące sobie na rynku. Kryzys wywołany pandemią jeszcze mocniej uwidocznił problemy badanego sektora i konieczność tworzenia szeroko zakrojonych rozwiązań i instrumentów, dostępnych dla wszystkich przedstawicieli sektora, bez względu na rodzaj wykonywanej pracy oraz typ umowy.

Jak stymulować dialog społeczny w sektorze prywatnym występów na żywo? Jakie podstawowe bariery w inicjowaniu i rozwijaniu dialogu społecznego zidentyfikowano w procesie badawczym? Czy – paradoksalnie – kryzys ten może być szansą dla ożywienia dialogu społecznego w tym sektorze?

Wnioski z badań przedstawiają: dr Joanna Szulborska-Łukaszewicz, ekspert krajowy, oraz mgr Agnieszka Paczyńska, koordynatorka badań w pięciu krajach, autorka raportu końcowego.

- Zakład Zarządzania Kulturą Instytutu Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

dr Kalina Kukielko-Rogozińska  
*Uniwersytet Szczeciński*

dr Krzysztof Tomanek  
*Uniwersytet Jagielloński*

### **#SzczecinPomaga i instytucje kultury**

Od maja do lipca bieżącego roku w ramach miejskich „Mikrodotacji”, prowadziliśmy badania akcji #SzczecinPomaga, dotyczące sposobu, w jaki instytucje samorządowe i pozarządowe poradziły sobie z pomocą mieszkańcom tego miasta, podczas „zamknięcia” spowodowanego pandemią COVID-19. Oczywiście, początkowo skupiliśmy się przede wszystkim na organizacji pomocy ludziom w trudnej sytuacji życiowej (seniorom, osobom z niepełnosprawnościami czy przebywającym na kwarantannie), których najpilniejsze codzienne potrzeby, takie jak zakup jedzenia czy leków, nie mogły być „normalnie” realizowane. Pierwszym efektem tych badań stała się więc interaktywna mapa potrzeb zgłaszanych przez szczecinian podczas trzech miesięcy „lockdownu”, ankieta wypełniona przez wolontariuszy, którzy zgłosili się do działania w ramach tej akcji oraz wywiady z koordynatorami instytucji zaangażowanych w jej przebieg.

Jednak już podczas zbierania materiałów i ich wstępnej analizy, dość niespodziewanie (nie zakładał tego plan badania) dostrzegliśmy potrzebę uważniejszego przyjrzenia się zagadnieniom związanym z funkcjonowaniem szczecińskich instytucji kultury i samych artystów w tym trudnym dla wszystkich okresie. Ich działalność została bowiem całkowicie zamrożona, a artyści, których głównym źródłem utrzymania są honoraria, zostali w istocie z dnia na dzień pozbawieni możliwości zarabiania. W sytuacji poczucia strachu i niepewności wynikającej z zagrożenia wirusem, sztuka siłą rzeczy nie była najważniejszą z potrzeb. W naszym wystąpieniu chcielibyśmy przedstawić rozwiązania wprowadzone przez szczeciński Urząd Miejski, organizacje pozarządowe i wolontariuszy, które miały pomóc pracownikom kultury, a jednocześnie zainspirować ich do artystycznego wspierania mieszkańców. Podejmowane przez nich działania chcemy z kolei uczynić przyczynkiem do szerszej dyskusji na temat funkcjonowania tego typu instytucji w sytuacji kryzysu.

- Zakład Zarządzania Kulturą Instytutu Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

dr Katarzyna Plebańczyk  
*Uniwersytet Jagielloński*

### **Zarządzanie karierą z perspektywy twórców i artystów – raport wstępny z badań**

Na rynku kultury można zaobserwować różne formy zarządzania karierą – np. oparte na zarządzaniu talentami w organizacji kultury, z którą związany jest twórca/artysta. Optymalny model zarządzania karierą uwzględnia tu działania ze strony organizacji oraz jednostki, i ich wzajemne dopasowanie się. Zjawisko to, zwłaszcza w ostatnich latach (m.in. w związku z rozwojem zarządzania zasobami ludzkimi, obserwowanymi zmianami społecznymi), jest często podejmowanym problemem badawczym w naukach społecznych (Plebańczyk K. „Zarządzanie karierą artystyczną – kilka punktów widzenia” [w:] Gawęł Ł., Konior A., Pluszyńska A. (red.) „Zarządzanie w kulturze. Teoria i praktyka”, PWN 2020). Z drugiej strony możemy obserwować mniej bądź bardziej świadome prowadzenie indywidualnej kariery – samodzielnie lub przy wsparciu wyspecjalizowanych menedżerów/agentów. Ta perspektywa jest znacznie rzadziej reprezentowana w badaniach naukowych, choć w ostatnich latach pojawiło się w Polsce kilka wartych odnotowania projektów, które podjęły problematykę funkcjonowania artystów z różnych perspektyw i opublikowanych w postaci raportów, jak np. Ilczuk D. (red.) „Rynek pracy artystów i twórców w Polsce. Raport z badań” z 2013r.; Ilczuk, D., Dudzik, T., Gruszka, E., Jeran, A. „Artyści na rynku pracy” z 2015 r. Czy najnowszy pod red. D. Ilczuk „Szacowanie liczebności artystów, twórców i wykonawców w Polsce” z 2018 r.; Bachórz A., Stachura K. (2015) „Trajektorie sukcesu artystycznego. Strategie adaptacji artystów w polu kultury”; czy Bogacz-Wojtanowska, E. (red.). „Ogólnopolskie Badanie Losów Zawodowych Absolwentów Uczelni Artystycznych – raport ogólny” z 2016r.

- Zakład Zarządzania Kulturą Instytutu Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

W będącym w trakcie realizacji projekcie badawczym, pojawia się zarówno perspektywa organizacji, jak i menedżerów oraz artystów/twórców. W wystąpieniu zostaną zaprezentowane wstępne wyniki badania empirycznego wśród twórców i artystów. Pokazane zostaną mechanizmy zarządzania karierą artystyczną widziane z perspektywy jednostki – osobiste doświadczenia artystów i twórców w prowadzeniu własnej kariery, różne do niej podejścia zależne m.in. od rodzaju twórczości, wieku czy formy zatrudnienia oraz refleksje na temat funkcjonowania współczesnego rynku kultury.

Badanie było realizowane w okresie maj-czerwiec 2020 r., w trudnym z perspektywy badacza, okresie ponownego uruchamiania działalności po przymusowym zamknięciu związanym z pandemią. Z tego względu również podjęta została decyzja o niezamykaniu projektu i zrealizowaniu drugiej tury badań po wakacjach. Dotychczasowa próba badawcza (200 ankiet), 10 badań fokusowych (ok. 35 osób), 4 wywiady indywidualne, pozwalają jednak na wstępne częściowe podsumowanie wyników.

Badanie jest realizowane z wykorzystaniem metod mieszanych: ilościowych i jakościowych. We wstępnym etapie zostały przeprowadzone wywiady swobodne nieustrukturalizowane, których celem było doprecyzowanie pytań badawczych i zbudowanie kwestionariusza, który został następnie skonsultowany wśród potencjalnej grupy docelowej. Uwagi i komentarze, które pojawiły się w wyniku konsultacji, zostały uwzględnione w kwestionariuszu. Badania fokusowe zostały przeprowadzone online, a materiał został zarejestrowany – podobnie, jak w przypadku kilku dotychczas przeprowadzonych wywiadów indywidualnych.

- Zakład Zarządzania Kulturą Instytutu Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

KONFERENCJA

**BADANIA  
W SEKTORZE  
KULTURY**

---

PRZYSZŁOŚĆ I ZMIANA

**PANEL VII**  
**NOWE WYZWANIA**  
**BADAWCZE**

- Zakład Zarządzania Kulturą Instytutu Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

dr hab. Magdalena Sobocińska, prof. UEW  
*Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu*  
*Państwowa Wyższa Szkoła Filmowa, Telewizyjna i Teatralna im. Leona Schillera w Łodzi*  
e-mail: magdalena.sobocinska@ue.wroc.pl

### **Internet w badaniach marketingowych w sferze kultury – zastosowania, metody i obszary badań**

Duże znaczenie przypisywane technologii znajduje odzwierciedlenie w koncepcji determinizmu technologicznego, który występuje w wersji soft i hard. Ta pierwsza forma oznacza, że technologia jest jedną z wielu determinant zmian zachodzących w społeczeństwie, kulturze, gospodarce. Natomiast zgodnie z determinizmem technologicznym typu hard zachodzące przemiany wynikają głównie z rozwoju technologii, a inne czynniki rozwojowe są mniej istotne. Jednocześnie należy zauważyć, że niezależnie od tego, która forma determinizmu technologicznego zostanie uznana za wiodącą, należy zgodzić się z tym, że wdrożenie nowych technologii wywołuje zmiany znacznie wykraczające poza ramy jej funkcjonowania.

Zważywszy na postępującą wirtualizację życia społeczno-gospodarczego, a w tym kultury i uczestnictwa w kulturze, a także doświadczenia wynikające z pandemii koronawirusa, należy zauważyć, że bardzo wiele projektów badawczych uwzględnia aspekt nowych mediów jako przedmiotu badań, czy też metod i technik badań prowadzonych online. Jednocześnie należy zauważyć, że chociaż cyfryzacja wywiera znaczący wpływ na zarządzanie wiedzą w organizacji, to jednak samo korzystanie z nowych technologii nie gwarantuje poprawy jakości informacji. W tym kontekście powstaje pytanie o możliwości zastosowania nowych technologii informacyjno-komunikacyjnych w budowaniu wiedzy o uczestnikach kultury i służących wspieraniu decyzji podejmowanych w instytucjach kultury, a także pozwalających na ocenę skuteczności prowadzonych działań. Celem referatu jest ukazanie przesłanek i możliwości wykorzystywania internetu w badaniach marketingowych instytucji kultury.

- Zakład Zarządzania Kulturą Instytutu Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

KONFERENCJA

# BADANIA W SEKTORZE KULTURY

---

PRZYSZŁOŚĆ I ZMIANA

Szczególna uwaga poświęcona zostanie prowadzeniu jakościowych i ilościowych badań marketingowych przez internet, a w tym netnografii, typom wywiadów online, eksperymentom, panelom internetowym oraz obszarom ich zastosowań w sferze kultury. Realizacja celu wymaga zastosowania triangulacji metod. Wystąpienie zostanie oparte na wynikach analizy literatury i innych danych wtórnych, a także na wynikach ilościowego badania zrealizowanego z zastosowaniem techniki CATI wśród osób zarządzających instytucjami kultury w Polsce. W badaniu uczestniczyli: dyrektorzy naczelni, dyrektorzy i kierownicy artystyczni, kierownicy działów marketingu, promocji, sprzedaży, a także właściciele podmiotów kształtujących ofertę kulturalną w Polsce.

[Link do Google Scholar](#)

- Zakład Zarządzania Kulturą Instytutu Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)



dr Michał Wójciak  
*Uniwersytet Jagielloński, Instytut Kultury*  
e-mail: [michalwojciak@vp.pl](mailto:michalwojciak@vp.pl)

### **Jak badać modę? – analiza polskiego piśmiennictwa dotyczącego mody**

W ostatnich latach obserwujemy rosnące zainteresowanie tematyką mody w Polsce, czego dowodem są m.in. publikacje akademików (m. in. G. Żuchowskiej-Zimnal „Ponowoczesne szaty kultury”, J. Kall, A. Perchla-Włosik, A. Raciniewska, K. Sempruch-Krzemińska „Marka modowa. Jak zrozumieć konsumenta mody i stworzyć markę szytą na miarę?”) organizacji komercyjnych i instytucji kultury (m.in. raport Allegro z 2016 roku „Polska Strojna 2016. Trendy w zachowaniach zakupowych Polaków”, czy raport opublikowany przez Centralne Muzeum Włókiennictwa w Łodzi w 2018 roku „Branża modowa – znaczenie gospodarcze, analiza czynników sukcesu i dalszych możliwości rozwoju”), a także dziennikarzy (m.in. M. Różyca „Nowa moda polska”, zbiór reportaży K. Sulej „Od Arkadiusza do Zienia”).

Autorzy wykorzystują różne metody badawcze od ankiet, poprzez wywiady, analizę archiwaliów (w przypadku publikacji dotyczących mody w czasach PRL), po badanie przestrzeni, a nawet analizę garderoby respondentów. Celem referatu jest odpowiedź na postawione w tytule referatu pytanie o to, jak badać modę? W tym celu wykorzystana zostanie analiza publikacji dotyczących mody w Polsce jako zjawiska i branży. Punktem odniesienia będą anglojęzyczne publikacje z zakresu fashion studies (m.in. publikacje Y. Kawamury: „Fashion-ology: An Introduction to Fashion Studies”, “Doing Research in Fashion and Dress: An Introduction to Qualitative Methods”). Podobnie jak w innych dyscyplinach stosowane metody jakościowe i ilościowe pozwalają nam lepiej poznać skomplikowany świat mody rozumiany jako szereg relacji zachodzących między konsumentami, markami i produktami.

[Profil na Facebooku: Michał Wójciak – pracownia otwarta](#)

- Zakład Zarządzania Kulturą Instytutu Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

prof. Joanna Białynicka-Birula  
*Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie*  
e-mail: bialynij@uek.krakow.pl

### **Badania rynku dzieł sztuki. Zakres, metody, problemy**

W referacie „Badania rynku dzieł sztuki. Zakres, metody, problemy” zostaną nakreślone potencjalne możliwości prowadzenia badań rynku dzieł sztuki. Punktem wyjścia do rozważań stanie się koncepcja systemowego ujęcia rynku dzieł sztuki, określająca jego elementy, relacje między elementami oraz otoczenie systemu rynkowego.

Na tym tle zostanie przeprowadzona identyfikacja obszarów badawczych, związanych odpowiednio z podmiotami i przedmiotami rynkowymi, wchodzącymi w skład systemu, relacjami między elementami oraz otoczeniem (bliższym i dalszym). Wskazanie obszarów badawczych stanowić będzie podstawę do określenia zakresu możliwych do przeprowadzenia analiz rynku dzieł sztuki. W tym ujęciu należy wyróżnić m.in. analizę konkurencji w grupie kupujących, na aukcji, analizę atrybutów dzieł sztuki wystawianych na sprzedaż, analizę wpływu czynników na poziom cen dzieł sztuki, analizę preferencji konsumentów, analizę potrzeb potencjalnych kupujących, analizę sprzedaży dzieł sztuki, analizę dynamiki i sezonowości rynku dzieł sztuki, analizę stóp sprzedaży, analizę stóp zwrotu z inwestycji, analizę wpływu sytuacji makroekonomicznej na rynek dzieł sztuki i wiele innych. W kolejności poszczególnym obszarom badawczym zostaną przyporządkowane metody badawcze możliwe do wykorzystania w trakcie analizy. Uwzględnione tu zostaną różne metody analizy danych jakościowych i ilościowych stosowane w naukach społecznych np. analiza modeli funkcji trendu, analiza wskaźników sezonowości absolutnych i względnych, analiza wariancji ANOVA lub MANOVA, analiza regresji wielorakiej, drzewa klasyfikacyjne CART i wiele innych. W ostatniej części wskazane zostaną problemy związane z badaniami prowadzonymi na rynku dzieł sztuki (np. porównywalność danych z różnych baz danych, sposoby klasyfikacji dzieł sztuki, zmiany kursów walut, ciągłość szeregu czasowego danych, ukryta informacja, uwzględnianie wskaźników inflacji).

W założeniu autorki referat ma charakter holistyczny, obejmujący swym zakresem wszelkie badania odnoszące się do rynku dzieł sztuki. Podejmowane zagadnienia będą dotyczyły zarówno rynku dzieł sztuki w Polsce, jak i międzynarodowego rynku dzieł sztuki.

- Zakład Zarządzania Kulturą Instytutu Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

dr hab. Przemysław Kisiel  
*Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie*  
e-mail: kisielp@uek.krakow.pl

### **Jak badać współczesną partycypację kulturalną?**

Badania aktywności kulturalnej to jeden z najstarszych obszarów badań społecznych. Mimo bardzo obszernego dorobku badawczego zarówno ilościowego, jak i jakościowego (polskiego i światowego), można mieć wrażenie, że współczesne uczestnictwo w kulturze, ujmowane całościowo, nadal wymyka się badaczom. O ile bowiem realizowane obecnie badania pozwalają uzyskać rzetelny obraz aktywności w ramach poszczególnych pól produkcji kulturalnej oraz wyznaczać tendencje w tych obszarach (jak np. w zakresie czytelnictwa, uczestnictwa w polu filmowym czy muzycznym), to nadal jednak całościowa analiza partycypacji w kulturze jest zdecydowanie niedoskonała, zarówno na poziomie refleksji teoretycznej, jak i metodologicznej. We współczesnych czasach bowiem badania, zarówno oparte na modelu partycypacji kulturalnej P.Bourdieu, zakładającym homogeniczność praktyk kulturalnych, jak też oparte na modelu R.A.Petersona uwzględniającym „wszystkożerność” konsumentów kultury, nie dostarczają adekwatnej diagnozy. Dzieje się tak przede wszystkim dlatego, iż współczesne formy aktywności kulturalnej ulegają dynamicznej przemianie: wyraźnie wykraczają one poza ramy instytucji kultury, obserwujemy również indywidualizację i odmiejscowienie praktyk kulturalnych, zanika odrębność aktywności kulturalnej i społecznej, a poza tym pojawia się wiele nowych form aktywności, które pełnią funkcje aktywności kulturalnych, co jest konsekwencją poszerzania się pól uczestnictwa w kulturze. Na te zmiany nakładają się będą jeszcze dodatkowo społeczne skutki pandemii COVID-19, które, mogą stanowić istotne zagrożenie dla funkcjonowania wielu instytucji kultury (jak np. kin, teatrów) ale też mogą stanowić znaczący impuls do rozwoju innych (jak np. platformy filmowe).

- Zakład Zarządzania Kulturą Instytutu Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

KONFERENCJA

# BADANIA W SEKTORZE KULTURY

PRZYSZŁOŚĆ I ZMIANA

Wszystko to sprawia, że konieczna staje się refleksja nad nowym paradygmatem badania partycypacji kulturalnej. Nowa formuła badania wymaga jednak zarówno nowego modelu teoretycznego uczestnictwa, jak też modyfikacji technik zbierania materiału empirycznego. Stosowane dotychczas, w zakresie analiz ilościowych techniki standaryzowane okazują się mniej skuteczne w identyfikowaniu coraz bardziej złożonych i zindywidualizowanych aktywności kulturalnych, a to uniemożliwia właściwe interpretowanie badanych zachowań, zjawisk i procesów. Rozwiązania tych problemów należy upatrywać w pogłębionej refleksji nad współczesnym sensem aktywności kulturalnej, która stała się jedną z kluczowych płaszczyzn partycypacji w życiu społecznym. Towarzyszyć temu musi również opracowanie nowych formuł zbierania danych empirycznych, które pozwolą uchwycić nie tylko dynamiczne i otwarte różnicowanie się obszarów i form aktywności kulturalnej, ale również pozwolą powiązać je z subiektywną oceną ważności doświadczeń estetycznych, ich głębokości oraz poziomu zaspokojenia oczekiwań uczestnika kultury. Jednym z rozwiązań może być np. konkluzyjny wywiad pogłębiony, którego charakterystyka zostanie przedstawiona w prezentacji.

- Zakład Zarządzania Kulturą Instytutu Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

dr Magdalena Stoch

*Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie*

e-mail: magdalena.stoch@up.krakow.pl

### **Badanie fenomenu grup czytelniczych jako wyzwanie metodologiczne**

Tekst referatu odnosi się do cyklu obserwacji uczestniczących, przeprowadzonych w roku 2019 w krakowskich grupach czytelniczych (Dyskusyjne Kluby Czytelnicze, Dyskusyjne Kluby Książki).

Zebrany materiał badawczy został uporządkowany tematycznie z podziałem na dwie kluczowe kategorie: kryteria wartościowania dzieł literackich w grupach czytelniczych oraz dyskursy grup czytelniczych. Refleksje nad sposobem badania grup czytelniczych stanowią ramę łączącą kontekst historyczny, teoretyczny i badania własne autorki referatu. Z obserwacji wynika bowiem, że kryteria oceny dzieł literackich poza obiegami akademickimi różnią się od przyzwyczajeń, jakich nabywamy w toku edukacji formalnej. Dyskusje są bardziej zaangażowane, osobiste, emocjonalne i skojarzeniowe; ciążą też ku rozmowie o charakterze postaci, co wyklucza zainteresowanie awangardowymi formami literackimi. Dla dyskusji typowe jest: zawieszanie, skracanie i niekończenie wątków, odkładanie ich na później, wtrącanie dygresji, bezustanne zanurzanie się w żywej mowie, swobodne przemieszczanie się w fabule i uwalnianie jej chronologii, oddalanie się od tekstu i powracanie do niego – co stanowi poważne wyzwanie metodologiczne w badaniu grup czytelniczych jako fenomenu kulturowego.

Dyskusyjna jest też rola osoby badającej, jej zaangażowanie w dyskusję lub jego brak.

- Zakład Zarządzania Kulturą Instytutu Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

KONFERENCJA

**BADANIA  
W SEKTORZE  
KULTURY**

---

PRZYSZŁOŚĆ I ZMIANA

**PANEL VIII**  
**RELACJE**  
**Z ODBIORCAMI**  
**I NIE-ODBIORCAMI**  
**KULTURY**

- Zakład Zarządzania Kulturą  
Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

KONFERENCJA

# BADANIA W SEKTORZE KULTURY

PRZYSZŁOŚĆ I ZMIANA

mgr Magdalena Kosiada-Sylburska  
*Uniwersytet Łódzki, "EC1 Łódź – Miasto Kultury" w Łodzi*  
e-mail: magda.kosiada@gmail.com

## **Uwarunkowania zaangażowania konsumentów w działalność instytucji kultury na przykładzie warsztatu projektowania przestrzeni muzealnej**

Zaangażowanie konsumentów w działalności instytucji kultury pozwala na budowanie społeczności wokół instytucji oraz na zwiększanie satysfakcji konsumentów oferty kultury. Przeprowadzono badanie jakościowe w formie pogłębionego wywiadu strukturyzowanego z osobami biorącymi udział w warsztacie dotyczącym projektowania przestrzeni w muzeum, a zatem w grupie, która ma określone doświadczenia z takiej współpracy. Celem było określenie motywacji konsumentów, którzy aktywnie włączyli się w prace związane ze zmianami w przestrzeni muzealnej, do angażowania się w działania instytucji kultury oraz zidentyfikowanie warunków, które powinny być stworzone, aby takie zaangażowanie wspierać. Badanie ma charakter badania wstępnego i przygotowuje wnioski i perspektywy badawcze do dalszych etapów badań w zakresie angażowania konsumentów w działalności instytucji kultury.

- Zakład Zarządzania Kulturą  
Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

dr Beata Nessel-Łukasik  
*Muzeum Józefa Piłsudskiego w Sulejówku*

### **Wielość postaw. Obecność osób dorosłych w muzeum**

Badania publiczności polskich muzeów to ogólnopolski program Narodowego Instytutu Muzealnictwa i Ochrony Zbiorów, którego celem jest pogłębienie wiedzy z uwzględnieniem trzech, odmiennych perspektyw: doświadczeń muzealników, współpracowników muzeów i przedstawicieli poszczególnych grup publiczności. W 2019 r. i 2020 r. to wielowymiarowe podejście do badań interesariuszy, ich oczekiwań, jakie od 2017 r. stanowi podstawę realizacji poszczególnych etapów badań, umożliwiło m.in. zebranie nowych materiałów o jednym bardzo zróżnicowanym segmencie publiczności, jaki tworzą osoby dorosłe odwiedzające polskie muzea.

W ramach krótkiego przeglądu danych, które zostały zebrane w formie ankiety internetowej wypełnionej przez muzea (2019: N=186; 2020: N=191] oraz wywiadów indywidualnych (2019: N=16) i grupowych (2019: N=6) zrealizowanych w wybranych instytucjach kultury reprezentujące muzea różnego typu, uwagę zwraca m.in. duża dywersyfikacja sposobu postrzegania tej grupy publiczności. To wewnętrzne rozwarstwienie tego segmentu wynika jednak nie tylko z uwagi na współobecność osób reprezentujących kilka różnych pokoleń gości muzeów. Zestawienie ze sobą wyników badań, które w pierwszej kolejności były dedykowane osobom 60+ (edycja z 2019 r.) a następnie osobom w wieku 18-60 (edycja 2020 r.) pozwoliło także na dostrzeżenie innego rodzaju zależności wpływających na duże zróżnicowanie tego segmentu odbiorców.

Co zatem jest motywatorem, a co demotywatorem wpływającym na obecność / nieobecność osób dorosłych w muzeum? Z jakich powodów przekraczają próg instytucji zdaniem muzealników, a z jakich zdaniem osób reprezentujących tę grupę publiczności? W których obszarach pojawiają się najczęściej, a kiedy sporadycznie? Dlaczego? Czy ma to odzwierciedlenie w zmianach wprowadzanych w programie, strukturze czy infrastrukturze muzeum? Krótki przegląd danych przybliżający wyobrażenie muzealników na temat obecności osób dorosłych pozwoli na ukazanie na jak wielu odmiennych poziomach i w jak różnych rolach pojawiają się osoby dorosłe w tego rodzaju instytucjach.

- Zakład Zarządzania Kulturą  
Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)



KONFERENCJA

# BADANIA W SEKTORZE KULTURY

PRZYSZŁOŚĆ I ZMIANA

Całość domknie zaproszenie do dyskusji o niezmienności tego obrazu relacji muzeów z dorosłą publicznością w sytuacji doświadczania przeobrażania realiów funkcjonowania instytucji w czasach pandemii. Czy działając bardziej w sferze pytań niż odpowiedzi, będąc wciąż w drodze do „nowej normalności”, a nie w sytuacji powrotu po „przerwie technicznej” obrane wcześniej strategie pozostają aktualne? Przedstawione zestawienie wyników badań realizowanych przed i w trakcie pandemii będzie stanowić punkt wyjścia do dalszej rozmowy o celach i metodach nowego podejścia do badań interesariuszy. W jakim kierunku powinny dziś zmierzać badania uwzględniające różne perspektywy: muzealników, współpracowników i przedstawicieli osób dorosłych, aby ich wyniki ułatwiały wprowadzania zmian pod kątem potrzeb odbiorców w polskich muzeach?

- Zakład Zarządzania Kulturą  
Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

mgr Aleksandra Głowacz  
*Muzeum Pałacu Króla Jana III w Wilanowie*  
e-mail: [aglowacz@muzeum-wilanow.pl](mailto:aglowacz@muzeum-wilanow.pl)

### **Między profesjonalizacją badań a bieżącym monitoringiem programów edukacyjnych**

Skuteczne funkcjonowanie programu edukacyjnego muzeum jest możliwe dzięki ciągłej refleksji i poddawaniu ocenie działań skierowanych do publiczności oraz monitorowaniu efektywności procesu edukacyjnego. Wymagania dotacji finansowanych ze środków Unii Europejskiej oraz Europejskiego Obszaru Gospodarczego, z których korzystają muzea, stanowią dodatkową zachętę do sięgnięcia po konsultacje czy ewaluacje. Muzea dysponujące ograniczonymi środkami często ograniczają liczbę badań zleczanych firmom zewnętrznym. Dobrym rozwiązaniem może być stosowanie systemu mieszanego, który łączy wyniki profesjonalnych firm badawczych z zaangażowaniem pracowników w stały proces ewaluacji programu edukacyjnego. Udział muzealników w programowaniu i prowadzeniu badań sprawia, że wyniki otrzymane są częściej, taniej oraz w sposób bardziej bezpośredni.

W 2019 roku Muzeum Pałacu Króla Jana III w Wilanowie zleciło Kolektywowi Badawczemu badanie w związku z planowanym remontem Domku Lanciego i Drwalni Peldy wraz z adaptacją wewnątrz tych budynków do prowadzenia warsztatów rękodzielniczych. Celem badania było określenie, w jakim stopniu projekt remontu i adaptacji wewnątrz odpowiada na potrzeby aktualnych i potencjalnych odbiorców oferty warsztatowej muzeum w zakresie organizacji przestrzeni oraz jej wyposażenia. W trakcie konsultacji diagnozowano potrzeby uczestników warsztatów w oderwaniu od planów remontu i adaptacji wspomnianych budynków, a następnie po zapoznaniu uczestników z planami wewnątrz budynków przeznaczonych na pracownie rękodzielnicze proszono ich o opinie. Nowe przestrzenie edukacyjne muzeum będą dzięki przeprowadzonym konsultacjom lepiej spełniały potrzeby użytkowników, a nie przewidywane potrzeby odbiorców określane przez pracowników muzeum i projektantów. Wartością dodaną badań jest też promocja oferty muzeum wśród osób potencjalnie zainteresowanych uczestnictwem w planowanych warsztatach rękodzielniczych.

- Zakład Zarządzania Kulturą  
Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

KONFERENCJA

# BADANIA W SEKTORZE KULTURY

PRZYSZŁOŚĆ I ZMIANA

Publiczność muzeum najczęściej korzysta z oferty stałej skierowanej do grup. Ze względu na skalę oddziaływania istotne jest regularne monitorowanie programu, w ramach którego rocznie przeprowadzanych jest się ok. 4000 zajęć. Muzeum prowadzi wewnętrzną ewaluację programu dla grup realizowaną zarówno w oparciu o dane z ankiet wypełnianych przez opiekunów grup, jak i dane ilościowe gromadzone w systemie rezerwacji, a także system superwizji. Coroczna analiza danych umożliwia aktualizację oferty, a także dostosowanie metod edukacyjnych do potrzeb zmieniającej się publiczności. Pozwala także określić obszary wymagające poprawy i zaplanować szkolenia metodyczne dla edukatorów oraz tworzyć nowe scenariusze zajęć.

Aby angażować publiczność, zdobywać stale nowych odbiorców i utrzymywać relacje z dotychczasowymi, konieczne są ciągłe obserwacje zmieniających się potrzeb widzów. Wrażliwość na sygnały płynące od publiczności, analizowanie danych regularnie gromadzonych przez instytucje kierkuje zakres koniecznych modyfikacji w programie edukacyjnym.

- Zakład Zarządzania Kulturą  
Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

dr Magdalena Paul

*Uniwersytet Warszawski, Wydział Dziennikarstwa, Informacji i Bibliologii*

e-mail: m.paul@uw.edu.pl

## **Nieobecni, niewidzialni, nieuchwytni – o nieużytkownikach bibliotek**

### Wprowadzenie

Badania użytkowników bibliotek mają długą tradycję i środowisko bibliotekarskie (także lokalne polskie środowisko) wypracowało szereg metod badania tej grupy – zaczynając od analizy statystyk bibliotecznych i wskaźników funkcjonalności, przez badania satysfakcji, aż do stosunkowo nowego trendu badania wpływu i wartości bibliotek (por. np. projekt [Analiza Funkcjonowania Bibliotek](#)). Jednak skupiając się jedynie na badaniu użytkowników, pomijamy olbrzymią część publiczności, społeczności lokalnej bibliotek. Coroczne raporty przygotowywane przez Bibliotekę Narodową na podstawie danych przekazywanych przez biblioteki do GUS (Budyńska & Jezierska, 2019) oraz lokalne badania (Kotnarowski & Piechocki, 2019) wskazują, że nawet 75-85% osób nie korzysta z bibliotek. Celem niniejszego badania jest właśnie opisanie tej – w dużej mierze nieznannej – grupy nieużytkowników (ang. *non-users*).

### Materiały i metody

W referacie przedstawię wyniki dwóch badań, których głównym celem było opisanie zbiorowości nieużytkowników bibliotek. Pierwsze z nich przeprowadzone zostało w 2019 roku wśród publiczności Biblioteki Pedagogicznej w Toruniu na próbie nauczycieli i pracowników placówek oświatowych znajdujących się na terenie objętych nadzorem biblioteki (Budrowska, Paul, Zawałekiewicz & Żynda, in print). Drugie badanie, z 2020 roku, obejmowało szerszą publiczność i analizowało praktyki spędzania czasu wolnego i praktyki kulturalne użytkowników i nieużytkowników bibliotek różnych typów. Badania przeprowadzono odpowiednio techniką CAWI i CATI.

### Rezultaty oraz dyskusja wyników

Oprócz przedstawienia wyników badań, skupiając się przede wszystkim na różnicach między zbiorowościami użytkowników i nieużytkowników oraz profilach nieużytkowników, chciałabym podjąć refleksję na temat prowadzenia badań osób niekorzystających z usług bibliotek. Chciałabym poruszyć zwłaszcza kwestię teoretycznych, metodologicznych i praktycznych dylematów badawczych, a także znaczenia tego rodzaju badań dla praktyki pracy bibliotecznej.

- Zakład Zarządzania Kulturą  
Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

mgr Jakub Mirek  
*Małopolski Instytut Kultury*  
e-mail: kubum@onet.eu

### **Edukacja kulturowa dzieci i młodzieży w czasie dystansu społecznego – perspektywa małopolska**

Celem referatu jest przedstawienie wyników badań na temat wpływu pandemii COVID-19 na sektor działań edukacyjnych i animacyjnych skierowanych do dzieci i młodzieży. Opiswane badanie skupiało się na osobach realizujących takie działania w ramach programu „Bardzo Młoda Kultura 2019-2021 – Małopolska”, opartego na założeniach edukacji kulturowej. Celem tak pojętej edukacji jest zapewnienie edukowanym nie tylko wiedzy i cenionych społecznie kompetencji, ale też umiejętności krytycznego myślenia i inicjatywności. Drogą do tego jest budowa partnerskich relacji między edukującymi a edukowanymi. W obliczu dystansu społecznego i fizycznego pojawiło się pytanie: w jakim stopniu tak zdefiniowana edukacja jest możliwa, np. z wykorzystaniem komunikacji zapośredniczonej przez komputery (CMC)?

Badania na ten temat zrealizowaliśmy jako Małopolski Instytut Kultury w kwietniu i maju br. Badanymi były osoby, które prowadziły działalność skierowaną do dzieci i młodzieży przed 12 marca 2020 roku na terenie Małopolski (w tym w ramach programu „Bardzo Młoda Kultura”). Pierwszym etapem badania była ankieta internetowa, którą wypełniły 33 osoby. Następnie zaprosiliśmy 8 naszych respondentek i respondentów do wywiadów telefonicznych i online. Badanie miało charakter eksploracyjny, a ze względu na małą skalę, jego wyników nie można traktować jako reprezentatywnych.

Jak zauważali sami badani, edukacja kulturowa w czasie dystansu społecznego jest możliwa w bardzo ograniczonym zakresie, przez co traci swoje definicyjne cechy. Niski stopień interaktywności oraz ograniczenia CMC (acielesność, czasem asynchroniczność) nie pozwalały bowiem na tworzenie nowych więzi i relacji, a co najwyżej podtrzymanie starych. Możliwe było nadawanie i odbieranie komunikatów, niekoniecznie aktywne współdziałanie. Działalność prowadzona w sieci miała też kilka pozytywnych cech. Po pierwsze badani wskazywali, że nabyli nowe kompetencje cyfrowe. Ożywiły się też cyfrowe strony projektów

- Zakład Zarządzania Kulturą  
Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

i instytucji. Adaptacja do nowych warunków okazywała się też okazją do obopólnej nauki, kiedy młodzi dzielili się z dorosłymi swoją wiedzą o sieci i odwrotnie.

W kontekście wpływu pandemii na sektor działań dla dzieci i młodzieży, możemy mówić o rozmaitych aktorach ludzkich i nie-ludzkich (urządzeniach ICT, koronawirusie, restrykcjach prawnych). Ich oddziaływanie naruszyło sieci relacji między dziećmi, edukatorami i rodzicami. Zerwaniu uległa też sieć współpracy na poziomie instytucji – szkół i domów kultury. Również one muszą teraz uczyć się współpracy w nowych warunkach, a dzieci, młodzież i dorośli, empatycznie odbudować zaufanie i więzi. Wykorzystanie narzędzi ICT stworzyło jednak szansę do socjalizacji odwrotnej, tak ważnej w edukacji kulturowej. Sieć, jako miejsce wzajemnych inspiracji i pomocy, zdaje się dawać też pole do eksperymentów edukacyjnych oraz zwiększać siłę słabych więzi. W związku z tym warto przyglądać się jej potencjałowi, jednocześnie powracając w edukacji i kulturze do kontaktów face-to-face.

[Raport: Edukacja kulturowa w czasie dystansu społecznego](#)

- Zakład Zarządzania Kulturą  
Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

KONFERENCJA

**BADANIA  
W SEKTORZE  
KULTURY**

---

PRZYSZŁOŚĆ I ZMIANA

# SESJA POSTEROWA

- Zakład Zarządzania Kulturą  
Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

KONFERENCJA

# BADANIA W SEKTORZE KULTURY

PRZYSZŁOŚĆ I ZMIANA

mgr Marianna Otmianowska  
*Muzeum Łazienki Królewskie*  
*Uniwersytet Kadrynała Stefana Wyszyńskiego*  
e-mail: marianna.otmianowska@gmail.com

mgr Dominika Treit  
*Muzeum Narodowe w Krakowie*  
e-mail: dominika.treit@gmail.com

## **Metoda Design Thinking – znaczenie empatii podczas prowadzenia wywiadów pogłębionych**

Ponieważ instytucje kultury są przedmiotem zainteresowania różnych dyscyplin naukowych, prowadzone w nich i nad nimi badania mogą przybierać charakter interdyscyplinarny. Dobór metodologii wynika zazwyczaj z celu, dla którego są realizowane. Często potrzeba badań jest spowodowana planowanymi zmianami, w wyniku których powstają nowe projekty naukowe lub wystawiennicze, inna struktura organizacyjna, oferta edukacyjna strategia komunikacji, etc. W tym miejscu należy postawić kropkę, ponieważ celów prowadzonych badań może być tak wiele, ilu pomysłodawców.

Rozwiązaniem, które może być odpowiedzią dla poszukujących innowacji, czerpiącym ze wspomnianych wyżej różnych dyscyplin, jest metoda Design Thinking, która mimo tłumaczenia na język polski jako myślenie projektowe jest zazwyczaj używana w oryginalnym brzmieniu. Wywodzi się z The Hasso Plattner Institute of Design zwanego potocznie d.school na Uniwersytecie Stanforda w Dolinie Krzemowej w Stanach Zjednoczonych, założonego przez Profesora Bernarda Rotha oraz David M. Kelley'ego. Ten ostatni był także twórcą współpracującej z Uniwersytetem firmy projektowej IDEO. Słowa „design” nie należy tutaj zawężać jedynie do określenia związanego z wzornictwem. U podstaw zarówno metody Design Thinking, jak i założenia Instytutu stało głębokie przeświadczenie, że absolutnie każdy jest kreatywny, należy tylko umieć wdrożyć taki proces, który pozwoli tę kreatywność wyzwolić i ukierunkować w założonym celu.

- Zakład Zarządzania Kulturą  
Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)



Metoda, zwana Design Thinking składa się z pięciu podstawowych modułów: empatia, diagnoza potrzeb, generowanie pomysłów, prototypowanie, testowanie. Podczas naszego wystąpienia opartego na empirii jako moderatorek DT, planujemy pokazać nie tylko wartość i potencjał metody, ale także omówić szczególnie wagę i znaczenie pierwszego jej etapu, czyli empatii polegającego na pogłębionych wywiadach z wybranymi w sposób precyzyjny respondentami, a często także na obserwacji rutynowych ich działań, ponieważ jak pisze David Kelley w swojej książce zatytułowanej *Twórcza odwaga*: „Koncentracja na człowieku stanowi istotę naszego procesu innowacji. Głęboka empatia dla ludzi sprawia, że nasze obserwacje stają się potężnym źródłem inspiracji. (...) Empatyczne podejście jest paliwem dla naszego procesu, zapewniającym, że nigdy nie zapomnimy o tym, że projektujemy dla prawdziwych ludzi.”

Analizując etap empatii metody Design Thinking w ujęciu socjologicznym, można spróbować rozpatrywanie z perspektywy konstruktywistycznego odłamu metodologii teorii ugruntowanej (MTU), gdzie bogactwo zbieranych podczas badań danych uwidacznia się w zaobserwowanych działaniach i intencjach samych badanych. Jak podkreśla jedna z czołowych badaczek MTU Kathy Charmaz w swojej książce pod tytułem *Teoria ugruntowana*: „Z chwilą gdy badacz pozna sposób, w jaki badane osoby rozumieją własne doświadczenia, zaczyna wyciągać analityczne wnioski na temat przypisywanych przez te osoby znaczeń oraz podejmowanych przez nie działań.”

- Zakład Zarządzania Kulturą  
Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

mgr Małgorzata Gądek  
*Uniwersytet Jagielloński, Instytut Kultury*

## **Czego instytucje kultury mogą nauczyć się od sektora kreatywnego? Przegląd badań**

Sektor kultury według nomenklatur wielu uznanych instytucji (np. Komisji Europejskiej) przynależy do sektora kreatywnego, swoistego połączenia sztuki, biznesu i technologii. Według badaczy (takich jak Richard Florida) tenże sektor jest szansą na rozwój kreatywnej gospodarki i przedsiębiorczości.

Ujmowanie łącznie funkcjonowania instytucji kultury i przedsiębiorstw z pogranicza mediów, gier komputerowych czy przemysłu filmowego powoduje, że następuje wiele uogólnień, które mogą nie przystawać do specyfiki działalności stricte artystycznej.

Wśród osób zakładających działalność gospodarczą w ramach sektora kreatywnego dość dobrze rozpoznane są zjawiska przedsiębiorczości czy kreatywności w obszarze zarządzania. Zaś w grupie artystów, którzy przecież niejednokrotnie obejmują stanowiska kierownicze w instytucjach kultury lub zakładają działalność gospodarczą dotyczącą ich artystycznej aktywności, brakuje takiej pogłębionej refleksji, a badania prowadzone są rzadko.

Referat pokazuje, na podstawie krytycznej analizy treści dokonanych w latach 2014-2019 badań empirycznych i analiz, szanse na rozwój badań w zakresie przedsiębiorczości w nowej grupie badawczej, artystów pełniących funkcje zarządcze, administracyjne oraz działających samodzielnie. Poznanie funkcjonowania instytucji kultury w aspekcie kluczowych kompetencji ich pracowników pomoże postawić tezy, dzięki którym instytucje te sprostają wyzwaniom związanym z przemianami społecznymi i gospodarczymi tzw. „elastycznego kapitalizmu”.

Słowa kluczowe: Elastyczny kapitalizm, sektor kreatywny, przedsiębiorczość.

- Zakład Zarządzania Kulturą  
Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

mgr Marta Szadowiak  
*Centrum Badań nad Gospodarką Kreatywną*

### **Summer time and the festivalisation is not easy**

W sezonie wakacyjnym w Polsce oprócz plenerowych wydarzeń muzycznych czy filmowych organizowane są letnie festiwale literackie. Zarówno w dużych ośrodkach miejskich, jak i miejscowościach, które ożywają tylko na czas trwania wydarzenia. Z inicjatywy Marty Szadowiak, jednej z organizatorek festiwalu Literacki Sopot, doszło w 2019 roku do powstania #KoalicjaLetnichFestiwaliliterackich, skupiających 8 inicjatyw, odbywających się w miejscowościach w całej Polsce – od morza po góry. W skład koalicji wchodzi: Izabelińskie Spotkania z książką, Non – Fiction Festiwal Kraków, Góra Literatury Nowa Ruda, Stolica Języka Polskiego w Szczepleszynie, Zakopiański Festiwal Literacki, Patrząc na wschód w Budzie Ruskiej, Miedzianka Fest oraz Literacki Sopot, który jest liderem tej inicjatywy. To 8 bardzo zróżnicowanych wydarzeń pod względem skali, formy prawnej organizatora, wielkości miejscowości, formatu programowego czy źródeł finansowania.

Organizacja festiwali w sezonie letnim 2020 w czasie lockdownu i pandemii COVID-19 obarczona była wieloma niewiadomymi. Pierwszy z festiwali Koalicji odbywał się w dwóch różnych porządkach sanitarnych. Sytuacja globalna nie tylko zmusiła organizatorów do przemodelowania programów festiwali, ale wymusiła przyspieszoną cyfryzację i konieczność organizacji wydarzeń dla dwóch typów odbiorców: fizycznych offline oraz wirtualnych online. Ponadto promocja festiwali opierała się nie tylko na aspekcie merytorycznym, ale także na dbaniu o poczucie bezpieczeństwa i komunikację przygotowania infrastruktury do obowiązujących wymogów sanitarnych.

Nowa rzeczywistość to nie tylko nowe środki wyrazu, ale przede wszystkim mobilizacja Koalicji na rzecz dobra wspólnego, jakim jest praca na rzecz wzmocnienia czytelnictwa. Sytuacja pandemii i lockdownu utwierdziła sensowność istnienia oddolnej inicjatywy, ponadto wzmocniła siłę oddziaływania poprzez zasięgi transmisji internetowych, tym samym promując poszczególne festiwale w ramach największego polskiego hybrydowego festiwalu literackiego. Dowodem są badania, których wyniki chciałabym przedstawić podczas konferencji w formie posteru. Znajdą się na nim nie tylko liczby bezwzględne dotyczące liczby odbiorców online vs

- Zakład Zarządzania Kulturą  
Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

KONFERENCJA

# BADANIA W SEKTORZE KULTURY

---

PRZYSZŁOŚĆ I ZMIANA

offline czy sprzedaży książek, ale także wpływu wyrażonego w PLN, jaki mają festiwale na lokalną gospodarkę i tzw. turystykę festiwalową. Ponadto poprzez obserwację uczestniczącą podczas poszczególnych festiwali chciałabym przedstawić dziennik festiwalowicza i graficzny zapis wybranych spostrzeżeń oraz cytatów z wywiadów z różnymi aktorami życia festiwalowego – organizatorami, uczestnikami czynnymi – gośćmi/ prelegentami/ wolontariuszami, a także uczestnikami biernymi – mieszkańcami oraz turystami.

Dzięki ilościowym i jakościowym metodom badawczym będę chciała wykazać, że Koalicja jest liczącym się partnerem w rozmowach z innymi graczami na rynku książki w Polsce, a także, poprzez swoją wartość wewnętrzną i siłę zewnętrzną, może wpływać na zmiany legislacyjne czy uwarunkowania rozwoju branży wydawniczej w Polsce.

- Zakład Zarządzania Kulturą  
Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

dr Martyna Faustyna Zaniewska  
*Teatr Dramatyczny im. Aleksandra Węgierki w Białymstoku*  
e-mail: mzaniewska@dramatyczny.pl

### **Teatr Dramatyczny w czasie pandemii**

Teatr Dramatyczny im. Aleksandra Węgierki w Białymstoku jest jedną z najstarszych i największych instytucji kultury w Białymstoku. Teatralne tradycje stolicy województwa podlaskiego sięgają dawnych czasów rozkwitu tego miasta. Po raz pierwszy teatr zagościł tu już za czasów Jana Klemensa Branickiego i jego żony Izabelli Branickiej. W 2018 roku minęło 80 lat od wybudowania budynku teatru miejskiego w Białymstoku, jednak oficjalnie instytucja zaczęła prowadzić swoją działalność po wojnie – w 1944 roku. Od kilkudziesięciu lat Teatr Dramatyczny wychowuje i bawi kolejne pokolenia białostockich widzów.

W 2018 roku pracownicy teatru po raz pierwszy zwrócili się do publiczności z prośbą o udział w badaniu na temat oferty instytucji. W kolejnym roku widzowie także zostali poproszeni o podzielenie się swoimi opiniami na temat ostatniego sezonu artystycznego. W 2020 roku instytucje kultury znalazły się w bezprecedensowej sytuacji. Ze względu na wprowadzenie stanu epidemiologicznego, w ciągu zaledwie kilku dni działalność ośrodków kultury, muzeów, teatrów musiała zostać zawieszona i przeniesiona do sfery on-line. W związku z tą wyjątkową i niespotykaną sytuacją, Teatr Dramatyczny postanowił przygotować i zrealizować badanie na temat swojej aktywności w czasie pandemii.

W lipcu oraz sierpniu br. widzowie mieli okazję podzielić się swoimi spostrzeżeniami na temat funkcjonowania teatru w okresie od września ubiegłego roku, w tym także w czasie epidemii, a więc od marca br. Badanie z wykorzystaniem kwestionariusza ankiety on-line zostało zatytułowane „Teatr Dramatyczny w czasie pandemii”. Dzięki informacjom pozyskanym od odbiorców, udało się dowiedzieć, jak oceniają oni ofertę instytucji oraz jak, ich zdaniem, poradziła sobie ona po zawieszeniu działalności artystycznej. Ponadto, dzięki badaniu, podobnie jak w latach poprzednich, udało się poznać oczekiwania widzów odnośnie przyszłych propozycji repertuarowych, a także ustalić, z jakich kanałów komunikacyjnych pozyskują informacje na temat działalności placówki.

Wystąpienie będzie miało na celu ukazanie aktywności Teatru Dramatycznego im. Aleksandra Węgierki w Białymstoku w czasie epidemii oraz zaprezentowanie wyników badania – opinii widzów na temat działalności tej instytucji w sezonie artystycznym 2019/2020.

- Zakład Zarządzania Kulturą Instytutu Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

KONFERENCJA

# BADANIA W SEKTORZE KULTURY

PRZYSZŁOŚĆ I ZMIANA

dr Iwona Grodź

*współpraca z wieloma instytucjami naukowymi i kulturalnymi*

## **Sztuka jako dobro wspólne. Dostęp w sieci. Jak przygotowywać się na przyszłość w obszarze kultury?**

Tematem tekstu jest rozumienie pojęcia: „interes publiczny” i "dobro wspólne" w kontekście prawa autorskiego. Jego celem natomiast:

1. Wskazanie kluczowej dla tego zagadnienia bazy pojęciowej i przypomnienie podstawowych terminów.
2. Prezentacja i analiza relacji między interesem publicznym a interesem prywatnym.
3. Prawo autorskie wobec cyfryzacji.

Metoda pracy to przede wszystkim analiza dyskursu specjalistycznego, treści i zawartości mediów, rozumianych bardzo szeroko, a więc chodzi zarówno o teksty drukowane (książki i artykuły), ale także materiały dostępne on-line na wskazany temat.

Słowa klucze: interes publiczny, prawo autorskie, wolny dostęp.

- Zakład Zarządzania Kulturą Instytutu Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

dr Katarzyna Kopec  
*Uniwersytet Jagielloński, Instytut Kultury*  
e-mail: katarzyna.kopec@uj.edu.pl

### **Ulgi dla rodzin wielodzietnych w kulturze**

Rodziny 3+ są ważnym potencjalnym odbiorcą oferty kulturalnej. Rodzin zarejestrowanych w ogólnopolskim programie KDR (Karta Dużej Rodziny) jest ok. 700 tys. w Polsce, tj. ponad 3,46 mln osób (dane z 1.2020, MPiPS). Kluczowym odbiorcą oferty kulturalnej staje się w tym przypadku młody widz, bowiem to zgodnie z jego zainteresowaniami czy możliwościami dobierany jest program kulturalny przez rodziców. Lokalne instytucje kultury (muzea, teatry) często stanowią pierwsze spotkanie młodego widza z kulturą i mają wpływ na utrwalanie jego kompetencji kulturowych. Analiza danych dotyczących natężenia różnych rodzajów aktywności kulturalnej dzieci wykazuje, że poziom uczestnictwa, zwłaszcza w przypadku przedstawień i koncertów, jest niski – od 2/3 do 3/4 dzieci w ogóle nie partycypuje w tego rodzaju wydarzeniach kulturalnych lub robi to bardzo sporadycznie (jeden raz w roku) (Zob. "Wybory kulturalne opiekunów dzieci. Raport badania jakościowoilościowego", W-wa 2017). Stąd część działań w zakresie zarządzania publicznością powinna uwzględniać narzędzia wspomagające udział tych grup w ofercie instytucji kultury. Temat ulg dla rodzin wielodzietnych w kulturze jest ważny w kontekście przyszłości (nabywanie kompetencji kulturowych przez dzieci), jak i w kontekście realizacji idei sprawiedliwości społecznej i wyrównywania szans (zagrożenie wykluczeniem społecznym). Temat ten nie został jeszcze przeanalizowany systemowo. Jedyne raport nt. ogólnej oceny wdrożenia KDR został opracowany przez NIK w 2015r. Celem posteru jest prezentacja pilotażowych wyników badań nt. ulg dla rodzin wielodzietnych w kulturze, które prowadzone są w małopolskich instytucjach kultury.

- Zakład Zarządzania Kulturą Instytutu Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

KONFERENCJA

# BADANIA W SEKTORZE KULTURY

PRZYSZŁOŚĆ I ZMIANA

## Organizator



Zakład Zarządzania Kulturą  
Instytutu Kultury  
Uniwersytetu Jagiellońskiego

## Współorganizator



**i&k**  
Instytut Badań  
Organizacji Kultury

## Patronat honorowy



Narodowy  
Instytut  
Dziedzictwa



NARODOWY  
INSTYTUT MUZEALNICTWA  
I OCHRONY ZBIORÓW

- Zakład Zarządzania Kulturą Instytutu Kultury  
Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultura@uj.edu.pl](mailto:badania.kultura@uj.edu.pl)



**Komitet naukowy konferencji:**

- dr hab. Łukasz Gawel, prof. UJ (Uniwersytet Jagielloński, Muzeum Narodowe w Warszawie) – przewodniczący komitetu naukowego konferencji
- prof. dr hab. Barbara Fatyga (Uniwersytet Warszawski, Fundacja Obserwatorium Kultury Żywej – Sieć Badawcza)
- prof. dr hab. Dorota Ilczuk (SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny)
- prof. dr hab. Marek Krajewski (Uniwersytet Adama Mickiewicza w Poznaniu)
- prof. dr hab. Małgorzata Leyko (Uniwersytet Łódzki)
- dr hab. Ewa Bogacz-Wojtanowska, prof. UJ (Uniwersytet Jagielloński)
- dr hab. Rafał Kasprzak, prof. SGH (Szkoła Główna Handlowa)
- dr hab. Przemysław Kisiel, prof. UEK (Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie)
- dr hab. Piotr Tadeusz Kwiatkowski, prof. SWPS (SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny)
- dr hab. Monika Murzyn-Kupisz, prof. UJ (Uniwersytet Jagielloński)
- dr hab. Karolina Prykowska-Michalak, prof. UŁ (Uniwersytet Łódzki)
- dr hab. Magdalena Sobocińska, prof. UEW (Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu)
- dr hab. Rafał Wiśniewski, prof. UKSW (Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie, Narodowe Centrum Kultury)
- dr hab. Kamil Zawadzki, prof. UMK (Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu)
- dr Anna Pluszyńska – sekretarz komitetu naukowego (Uniwersytet Jagielloński)

- Zakład Zarządzania Kulturą Instytutu Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)

KONFERENCJA

# BADANIA W SEKTORZE KULTURY

---

PRZYSZŁOŚĆ I ZMIANA

## Komitet organizacyjny konferencji:

- dr Agnieszka Konior – przewodnicząca komitetu organizacyjnego
- dr Małgorzata Ćwikła
- dr Anna Pluszyńska
- dr Weronika Pokojaska
- mgr Olga Kosińska
- mgr Agnieszka Szostak

- Zakład Zarządzania Kulturą Instytutu Kultury  
Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ul. Łojasiewicza 4,  
30-348 Kraków
- [www.badania.kultura.uj.edu.pl](http://www.badania.kultura.uj.edu.pl)  
e-mail: [badania.kultury@uj.edu.pl](mailto:badania.kultury@uj.edu.pl)