

Jak uniknąć samotnej gry w kręgle w obszarze kultury?

Narzędzia do części jakościowej badań terenowych w projekcie dla Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego w ramach programu „Obserwatorium Kultury”

Narzędzie numer 1: Panel ekspercki z udziałem praktyków kultury w sektorach trzecim, instytucjonalnym, samorządowym i biznesowym

Wytyczne organizacyjne

- W panelu chodzi o wydobycie eksperckich interpretacji i uzasadnień (społecznych, kulturowych, ekonomicznych, formalno-prawnych, instytucjonalnych) dla motywacji aktorów, ich zachowań (zwłaszcza konfliktowych i anty-kooperacyjnych) w zakresie międzysektorowej współpracy w obszarze szeroko rozumianej działalności kulturalnej. Próbujemy wydobyć „prywatne”, „lokalne teorie” dla wyjaśnienia działań podmiotów instytucjonalnych i dla poczynań pojedynczych aktorów.
- W panelu eksperckim uczestniczą zaproszeni, celowo dobrani praktycy z samorządów, instytucji kultury, trzeciego sektora i biznesu.
- Panel prowadzi Tomasz Szlendak i Wojciech Walczak (UMK) z merytoryczną pomocą Jacka Nowińskiego (Biblioteka Elbląska).
- Panel nie powinien przekroczyć **dwóch godzin i piętnastu minut**.
- Panel odbywa się w Bibliotece Elbląskiej (ul. Św. Ducha 3, Elbląg, 8 listopada 2012, godz. 16.00) w wygodnym pomieszczeniu. Biblioteka zapewnia napoje i drobne przekąski.
- Panel jest **rejestrowany** za pomocą kamery cyfrowej (na wyposażeniu Instytutu Socjologii UMK) i dyktafonu (zapis z kamery pomaga w identyfikacji osób wypowiadających konkretne kwestie, jeśli zleją się one w zapisie dźwiękowym w dyskusji). Jeden z prowadzących „uwiecznia” spotkanie na zdjęciach dla celów dokumentacyjnych w projekcie, z możliwością wykorzystania na stronie internetowej wieńczącej projekt. Trzeba o tym poinformować uczestników.
- Zadaniem osoby wspomagającej prowadzenie panelu będzie sporządzenie **rzetelnej transkrypcji** dyskusji grupowej i wypowiedzi poszczególnych rozmówców oraz - ! – **sporządzenie notatki** zawierającej najważniejsze ustalenia, konkluzje, stanowiska dyskutantów, a także obszary, w których się ze sobą wzajemnie godzą i w ramach których pojawia się między nimi konflikt między-sektorowy. Istotne jest, aby obaj prowadzący panel czynili szczegółowe notatki w trakcie dyskusji. Usprawnią one potem proces analizy i interpretacji.
- Efektem materialnym panelu eksperckiego będą: a) transkrypcja dyskusji (*.pdf i *.doc), b) notatka zawierająca najważniejsze ustalenia (*.pdf i *.doc), c) trzy

egzemplarze płyt DVD z zapisem video panelu.

- Piętnastominutowe **merytoryczne wprowadzenie zachęcające do dyskusji** przedstawia na początku spotkania dyrektor Jacek Nowiński, sygnalizując interesujące badaczy problemy za pomocą obrazowych anegdot na temat trudności w międzysektorowej współpracy w obszarze kultury. Mówi też krótko na temat celów projektu i jego genezy.
- Każdy z uczestników panelu ma prawo do wygłoszenia w dogodnym momencie krótkiego, przygotowanego wcześniej „spiczu” zawierającego własną próbę wyjaśnień międzysektorowych kłopotów ze współpracą w obszarze kultury. Mile widziane będą egzemplifikacje tego rodzaju kłopotów znane z własnej praktyki samorządowej, instytucjonalnej czy biznesowej uczestników panelu.
- Zakłada się, że każdy z uczestników czyta konceptualizację projektu badawczego z zarysowanym problemem i celem badań przed spotkaniem.
- Kolejność poruszania zaproponowanych niżej problemów nie jest istotna.

Problemy do przedyskutowania w trakcie panelu eksperckiego

Z czego wynika nikkie zaangażowanie biznesu w projekty o charakterze kulturalnym? Jakiego rodzaju bariery stoją na drodze takiego zaangażowania? Z czego wynika „doskokowa”, „punktowa”, „od czasu do czasu” obecność sektora biznesu w działaniach kulturalnych? Czy może się to brać z problemów komunikacyjnych między podmiotami komercyjnymi a instytucjami kultury, samorządem i trzecim sektorem? Czy współpracę utrudnia tym podmiotom nieprzewycięzalna bariera w postaci kultury organizacyjnej, kultury pracy i stosunku do wydatkowanego pieniądza?

Dlaczego podmioty komercyjne tak niechętnie biorą udział w badaniach nad współpracą w obszarze kultury, chociaż pytania i prośby kierowaliśmy wyłącznie do tych podmiotów, które wspomagały bądź nadal wspomagają przedsięwzięcia kulturalne w ramach mecenatu lub/i sponsoringu?

Czy nastawienie na krótkoterminowy efekt ekonomiczny / marketingowy nie utrudnia współpracy z biznesem w obszarze kultury? Czego nie rozumieją przedstawiciele biznesu w tym zakresie? Czy rozumieją lokalne potrzeby w zakresie kultury? Czego z kolei nie rozumieją kontaktujący się z biznesem przedstawiciele „publicznych” instytucji kultury albo trzeciego sektora operującego w obszarze kultury?

W jaki sposób i czym zachęcić reprezentantów biznesu do częstszej współpracy przy projektach kulturalnych? Promocją marki albo przeprofilowaniem marki? Sprofilowaną reklamą trafiającą w „target”? Możliwością „ocieplenia” wizerunku firmy? Dlaczego KONKRETNIE biznes nie dostrzega wielu korzyści z inwestowania w kulturę? Czy to jakaś specyfika lokalna, specyfika wykształcenia reprezentantów kadr zarządzających czy może globalna (ogólnopolska)?

Z jakim podmiotem współpracuje się najtrudniej i dlaczego? **Każdemu uczestnikowi panelu dajemy okazję do „wyżalenia się”.**

Czy podmiotom operującym w obszarze kultury brak zdolności identyfikacji własnej konkurencji albo konkurują z podmiotami, z którymi winny raczej współpracować? Czy **dopomóc może w rozwiązaniu tego problemu odpowiednio sprofilowana edukacja? Powiedzieć o efekcie materialnym projektu w postaci „podręcznika współpracy” i**

poprosić o wytyczne, co mogłoby się w tym podręczniku znaleźć.

Czy we współpracy między różnymi podmiotami przeszkadzają jakieś bariery prawne albo instytucjonalne? Prosimy o szczegółową identyfikację tych barier.

Czy w języku przedstawicieli trzeciego sektora „współdziałanie” nie przykrywa przypadkiem „wykorzystywania”? Czy podmioty trzeciego sektora faktycznie są „roszczeniowe”? Czy chorują na „grantożę”? Czy „utrwalona zależność” między przedstawicielami trzeciego sektora i samorządem / instytucjami kulturalnymi finansowanymi z pieniędzy publicznych ma jakieś dobre strony? *Jeśli nie ma, to prosimy o opowiadanie o cieniach takiego uzależnienia z anegdotami.*

Czy media lokalne nie utrudniają współpracy międzysektorowej w obszarze kultury? *Jeśli utrudniają, to prosimy o wskazanie przypadków tego typu trudności wraz z precyzyjną charakterystyką działań medialnych.* Jak powinna wyglądać modelowa współpraca z podmiotami aktywnymi w sferze kultury z mediami? Dlaczego ona jest trudna? Z czego te trudności wynikają? Z niewiedzy dziennikarzy? Z ich niechęci? Z ich powiązań politycznych? Z populistycznego sposobu uprawiania dziennikarstwa? Czy dobra promocja przedsięwzięć kulturalnych ułatwiałaby współpracę międzysektorową? Jeśli tak, to w jaki konkretnie sposób?

Czy współpracy w obszarze kultury nie utrudniają / ułatwiają sieci lokalnych powiązań biznesowych, politycznych i towarzyskich? Jak wygląda niedobra / dobra praktyka wspierania działalności kulturalnej biorąc pod uwagę lokalne sieci powiązań? *Przydałaby się, w miarę możliwości zdradzenia wiedzy poufnej, identyfikacja konkretnych „patologicznych” przypadków, utrudniających opartą na normach „uniwersalnych” i prawnych kooperację.*

Czy – przypadkiem bądź celowo – nie zakłada się, że lokalna administracja publiczna winna być „z definicji” odpowiedzialna za inicjowanie, monitorowanie i kontrolę efektów współpracy w obszarze kultury między podmiotami, które mają odrębne interesy? Czy milcząco nie narzuca się samorządowi zbyt wielu zadań w tym zakresie? Czy nie zakłada się, że wszystko w tym zakresie zależy od lokalnej, publicznej polityki kulturalnej bądź, że wszelkie problemy w tym obszarze „załatwi” strategia rozwoju kultury? Czy taka – zdefiniowana i opisana na poziomie dokumentów – polityka jest w ogóle potrzebna do zainicjowania owocnej współpracy międzysektorowej?

Czy problem przywłaszczania pozytywnych efektów działań przez „głównych donatorów” w obszarze kultury to problem realny? Jak tego problemu uniknąć? Jakie dobre praktyki należałoby zastosować, żeby tego problemu uniknąć? I czy w ogóle da się do uniknąć?

Czy jest problemem dla współpracy międzysektorowej precyzowanie przez każdy z typów podmiotów własnych, odrębnych „grup docelowych” własnej aktywności? Czy te grupy, uwzględniając pewne warunki (*prosimy o ich wymienienie i charakterystykę*) nie mogą się łączyć / spajać?

Czy regionalna polityka kulturalna koniecznie musi być upolityczniona w tym sensie, że to wyłącznie politycy samorządowi będą decydować o wyznaczaniu celów dla działalności kulturalnej i o alokacji środków na tę działalność? Czy da się przedstawić takie warunki, w których do decydowania o tych celach i o alokacji środków dopuszczone są podmioty trzeciosektorowe albo mocny w regionie biznes? *Poprosić uczestników o przedstawienie takich hipotetycznych rozwiązań albo istniejących już dobrych wzorców.*

Czy wszystkie wymienione w projekcie podmioty mają wiedzę na temat potrzeb kulturalnych

mieszkańców regionu / miasta? Czy taka wiedza jest im w ogóle do czegośkolwiek potrzebna?

Czy jest możliwe, aby w jakimś łatwym do przewidzenia horyzoncie czasowym wymienione w projekcie podmioty zaczęły się orientować na wspólne cele lokalne? Czy da się uniknąć w sferze kultury – **zakładamy to nieco utopijnie i idealistycznie** – orientacji każdego podmiotu na swoje partykularne cele w obszarze kultury?

Co Państwo sądzą o barierach współpracy najczęściej pojawiających się w wypowiedziach respondentów w ramach badań ilościowych? Były to: niedostatek środków finansowych w każdym z sektorów, kołesiosstwo, klientelizm, system zależności politycznych, negatywne charakterystyki osobowe prominentnych przedstawicieli władz samorządowych, III sektora i biznesu.

Czy da się uniknąć strategii „na przetrwanie” przejawianej przez instytucje kultury oraz organizacje trzeciego sektora zajmujące się działalnością kulturalną? Czy taka strategia w jakiś konkretny sposób nie unicestwia możliwości efektywnej współpracy, np. przy pozyskiwaniu środków na działalność?

Narzędzie numer 2: Zogniskowane wywiady grupowe / FGI w grupach „jednolitych” i „mieszanych”

Wytyczne organizacyjne

- FGI prowadzą dwa zespoły moderatorów: 1) dr Radosław Kossakowski (UG, odpowiedzialny za jakość efektów) i mgr Katarzyna Pstrąg (UMK) oraz 2) mgr Wojciech Walczak (UMK, odpowiedzialny za jakość efektów) i mgr Michał Wróblewski (UMK).
- Każdy z zespołów prowadzi trzy dyskusje grupowe – dwie w składzie „jednolitym” (zespół „toruński” z urzędnikami samorządowymi i pracownikami instytucji kultury, a zespół trójmiejsko-elbląski z przedstawicielami biznesu i reprezentantami III sektora) i jedną w składzie „mieszanym”. Łącznie w projekcie zakłada się przeprowadzenie sześciu FGI do końca listopada 2012.
- **Rekrutujemy 6-8 respondentów** do każdego FGI. W rekrutacji pomagają Tomasz Szlendak (FGI z samorządowcami i pracownikami instytucji kultury, województwo kujawsko-pomorskie) i Jacek Nowiński (FGI z trzecim sektorem i biznesem, województwa warmińsko-mazurskie i pomorskie).
- Pojedynczy FGI nie powinien przekroczyć **półtorej godziny**. Jeżeli jednak dyskusja będzie „ognista”, a rozmówcy będą mieli interesujące uwagi do przekazania po czasie, zadaniem moderatorów jest kontynuacja.
- Każdy FGI jest **rejestrowany** za pomocą kamery cyfrowej (na wyposażeniu Instytutu Socjologii UMK) i dyktafonu. Zapis z kamery pomaga w identyfikacji osób wypowiadających konkretne kwestie w sytuacji, gdy zleją się one w zapisie dźwiękowym. Uczestników informuje się o pełnej **anonimizacji** wyników. Żadne nazwisko połączone z konkretną wypowiedzią nie pojawi się w jakimkolwiek publicznie dostępnym materiale z badań.
- Zadaniem jednego z moderatorów będzie sporządzenie **rzetelnej transkrypcji dyskusji grupowej** i wypowiedzi poszczególnych rozmówców. Zadaniem drugiego moderatora będzie **sporządzenie krótkiej i treściwej notatki** zawierającej najważniejsze ustalenia, konkluzje, stanowiska dyskutantów, a także obszary, w których się ze sobą wzajemnie godzą i w ramach których pojawiają się między nimi spory.
- Efektem materialnym każdego z FGI będą: a) transkrypcja dyskusji grupowej (*.pdf i *.doc), b) notatka zawierająca najważniejsze ustalenia (*.pdf i *.doc), c) trzy egzemplarze płyt DVD z zapisem video każdego focusa.
- **Siedmiominutowe, merytoryczne wprowadzenie** zachęcające do dyskusji przedstawia na początku jeden z moderatorów posługując się wynikami badań ilościowych przeprowadzonych w projekcie oraz teoretyczną konceptualizacją problemu badawczego wpisaną we wniosek projektowy. **„Opowieści bodźcujące”**, anegdoty służące „rozruszaniu” dyskusji (dwie, maksymalnie trzy w trakcie jednego wywiadu grupowego) pochodzą z wyników panelu eksperckiego numer 1 i usłyszane od Jacka Nowińskiego. W celach pobudzających do dyskusji można też przedstawić najbardziej „stymulujące” fragmenty wyników badań ilościowych z prośbą o interpretację.
- Poczęstunek i pomieszczenia do przeprowadzenia FGI zapewniają Instytut Socjologii UMK i Biblioteka Elbląska.
- Kolejność zadawania zaproponowanych niżej pytań nie jest istotna. Istotny jest jednak odpowiedni wybór pytań z poniżej zaprezentowanej listy, uzależniony od

charakterystyki zawodowej rozmówców oraz ich wyobrażeń o „konkurencji”.

Pytania do respondentów w ramach FGI, profilowane w zależności od grup / grupy zawodowej rozmówców

Czy kiedykolwiek współpracowali Państwo przy jakichś przedsięwzięciach kulturalnych z przedstawicielami trzeciego sektora / biznesu / samorządu / publicznych instytucji kultury?

Co Państwo chcieli osiągnąć podejmując taką współpracę? Czy wasze cele były ogólniejszej natury czy mieli Państwo na uwadze jedynie partykularne cele waszej instytucji?

Jakie to były konkretnie przedsięwzięcia? Czy się powiodły? Jak oceniacie ich wyniki? Jak oceniacie jakość tej współpracy? *Prosimy o anegdoty / opowieści o konkretnych przypadkach, najchętniej tych mocno nieudanych lub / i tych bardzo udanych.*

Jeżeli przedsięwzięcia, przy których Państwo współpracowali się nie powiodły, to jakie były KONKRETNE przyczyny tych niepowodzeń? Ekonomiczne, polityczne, uzależnione od charakterystyk zbiorowych albo indywidualnych przedstawicieli instytucji, z którymi podjęliście Państwo współpracę?

Czy wiedzą Państwo, czym jest koopetycja (*tłumaczymy jeżeli nie wiedzą*)? Czy założenie, że tak właśnie – koopetycyjnie – winna wyglądać działalność w obszarze kultury lokalnej wydaje się Wam utopijne / nierealne / realne? Czy jakieś działania edukacyjne w tym zakresie pomogłyby Państwu rozwijać współpracę w obszarze kultury? Jak takie działania edukacyjne powinny Waszym zdaniem wyglądać? *Powiedzieć o efekcie materialnym projektu w postaci „podręcznika współpracy i poprosić o wytyczne, co mogłoby się w tym podręczniku znaleźć.*

Z czego wynika nikłe zaangażowanie biznesu w projekty o charakterze kulturalnym? Jakiego rodzaju bariery stoją na drodze takiego zaangażowania? Z czego wynika „doskokowa”, „punktowa”, „od czasu do czasu” obecność sektora biznesu w działaniach kulturalnych? Czy może się to brać z problemów komunikacyjnych między podmiotami komercyjnymi a instytucjami kultury, samorządem i trzecim sektorem? Czy współpracę utrudnia tym podmiotom nieprzezwycięzalna bariera w postaci kultury organizacyjnej, kultury pracy i stosunku do wydatkowanego pieniądza?

Dlaczego podmioty komercyjne tak niechętnie biorą udział w badaniach nad współpracą w obszarze kultury, chociaż pytania i prośby kierowaliśmy wyłącznie do tych podmiotów, które wspomagały bądź nadal wspomagają przedsięwzięcia kulturalne w ramach mecenatu lub/i sponsoringu?

Czy nastawienie na krótkoterminowy efekt ekonomiczny / marketingowy nie utrudnia współpracy z biznesem w obszarze kultury? Czego nie rozumieją przedstawiciele biznesu w tym zakresie? Czy rozumieją lokalne potrzeby w zakresie kultury? Czego z kolei nie rozumieją kontaktujący się z biznesem przedstawiciele „publicznych” instytucji kultury albo trzeciego sektora operującego w obszarze kultury?

W jaki sposób i czym zachęcić reprezentantów biznesu do częstszej współpracy przy projektach kulturalnych? Promocją marki albo przeprofilowaniem marki? Sprofilowaną reklamą trafiającą w „target”? Możliwością „ocieplenia” wizerunku firmy? Dlaczego KONKRETNIE biznes nie dostrzega wielu korzyści z inwestowania w kulturę? Czy to

jakaś specyfika lokalna, specyfika wykształcenia reprezentantów kadr zarządzających czy może globalna (ogólnopolska)?

Z jakim podmiotem współpracuje się najtrudniej i dlaczego? *Każdemu uczestnikowi FGI dajemy okazję do „wyżalenia się”.*

Czy we współpracy między różnymi podmiotami w obszarze przeszkadzają jakieś bariery prawne albo instytucjonalne? Prosimy o szczegółową identyfikację tych barier. *Szczególną uwagę należy poświęcić barierom ekonomicznym i biurokratycznym.*

Czy w języku przedstawicieli trzeciego sektora „współdziałanie” nie przykrywa przypadkiem „wykorzystywania”? Czy podmioty trzeciego sektora faktycznie są „roszczeniowe”? Czy chorują na „grantożę”? Czy „utrwalona zależność” między przedstawicielami trzeciego sektora i samorządem / instytucjami kulturalnymi finansowanymi z pieniędzy publicznych ma jakieś dobre strony? *Jeśli nie ma, to prosimy o opowiedzenie o cieniach takiego uzależnienia z anegdotami.*

Czy media lokalne nie utrudniają współpracy międzysektorowej w obszarze kultury? *Jeśli utrudniają, to prosimy o wskazanie przypadków tego typu trudności wraz z precyzyjną charakterystyką działań medialnych.* Jak powinna wyglądać modelowa współpraca z podmiotami aktywnymi w sferze kultury z mediami? Dlaczego ona jest trudna? Z czego te trudności wynikają? Z niewiedzy dziennikarzy? Z ich niechęci? Z ich powiązań politycznych? Z populistycznego sposobu uprawiania dziennikarstwa? Czy dobra promocja przedsięwzięć kulturalnych ułatwiałaby współpracę międzysektorową? Jeśli tak, to w jaki konkretnie sposób?

Czy współpracy w obszarze kultury nie utrudniają / ułatwiają sieci lokalnych powiązań biznesowych, politycznych i towarzyskich? Jak wygląda niedobra / dobra praktyka wspierania działalności kulturalnej biorąc pod uwagę lokalne sieci powiązań? *Przydałoby się, w miarę możliwości zdradzenia wiedzy poufnej, identyfikacja konkretnych „patologicznych” przypadków, utrudniających opartą na normach „uniwersalnych” i prawnych kooperację.*

Czy – przypadkiem bądź celowo – nie zakłada się, że lokalna administracja publiczna winna być „z definicji” odpowiedzialna za inicjowanie, monitorowanie i kontrolę efektów współpracy w obszarze kultury między podmiotami, które mają odrębne interesy? Czy milcząco nie narzuca się samorządowi zbyt wielu zadań w tym zakresie? Czy nie zakłada się, że wszystko w tym zakresie zależy od lokalnej, publicznej polityki kulturalnej bądź, że wszelkie problemy w tym obszarze „załatwi” strategia rozwoju kultury? Czy taka – zdefiniowana i opisana na poziomie dokumentów – polityka jest w ogóle potrzebna do zainicjowania owocnej współpracy międzysektorowej?

Czy regionalna polityka kulturalna koniecznie musi być upolityczniona w tym sensie, że to wyłącznie politycy samorządowi będą decydować o wyznaczaniu celów dla działalności kulturalnej i o alokacji środków na tę działalność? Czy da się przedstawić takie warunki, w których do decydowania o tych celach i o alokacji środków dopuszczone są podmioty trzeciosektorowe albo mocny w regionie biznes? *Poprosić uczestników o przedstawienie takich hipotetycznych rozwiązań albo istniejących już dobrych wzorców.*

Co Państwo sądzą o barierach współpracy najczęściej pojawiających się w wypowiedziach respondentów w ramach badań ilościowych? Były to: niedostatek środków finansowych w każdym z sektorów, kolesiostwo, klientelizm, system zależności politycznych, negatywne charakterystyki osobowe prominentnych przedstawicieli władz

samorządowych, III sektora i biznesu.

Czy da się unikać strategii „na przetrwanie” przejawianej przez instytucje kultury oraz organizacje trzeciego sektora zajmujące się działalnością kulturalną? Czy taka strategia w jakiś konkretny sposób nie unicestwia możliwości efektywnej współpracy, np. przy pozyskiwaniu środków na działalność?

Narzędzie numer 3: Swobodne wywiady pogłębione / IDI z prominentnymi przedstawicielami instytucji kultury, samorządów, trzeciego sektora i biznesu

Wytyczne organizacyjne

- W projekcie przewidziano przeprowadzenie **sześciu IDI z celowo dobranymi**, prominentnymi przedstawicielami czterech sektorów: samorządowego, instytucjonalnego, trzeciego i biznesowego.
- W zróżnicowanej próbie, w wyniku analizy materiałów zgromadzonych w toku *desk research*, znalazły się następujące osoby:
- Wywiady przeprowadzamy w miejscu pracy respondentów lub w miejscu dla nich dogodnym, po uprzednim umówieniu się na rozmowę.
- Wywiady nagrywamy za pomocą dyktafonu.
- Czas prowadzenia wywiadu nie powinien przekroczyć **jednej godziny**.
- Efektem materialnym przeprowadzonych wywiadów pogłębionych będą **szczególne transkrypcje** całego wywiadu (*.pdf i *.doc).
- Kolejność zadawania zaproponowanych niżej pytań jest uzależniona od przebiegu rozmowy i powinna uwzględniać specyfikę wiedzy i doświadczeń konkretnego respondenta.

Pytania do respondentów w ramach IDI, profilowane w zależności od miejsca i charakteru pracy rozmówców

Z czego wynika nikiłe zaangażowanie biznesu w projekty o charakterze kulturalnym? Jakiego rodzaju bariery stoją na drodze takiego zaangażowania? Z czego wynika „doskokowa”, „punktowa”, „od czasu do czasu” obecność sektora biznesu w działaniach kulturalnych? Czy może się to brać z problemów komunikacyjnych między podmiotami komercyjnymi a instytucjami kultury, samorządem i trzecim sektorem? Czy współpracę utrudnia tym podmiotom nieprzezwycięzalna bariera w postaci kultury organizacyjnej, kultury pracy i stosunku do wydatkowanego pieniądza?

Dlaczego podmioty komercyjne tak niechętnie biorą udział w badaniach nad współpracą w obszarze kultury, chociaż pytania i prośby kierowaliśmy wyłącznie do tych podmiotów, które wspomagały bądź nadal wspomagają przedsięwzięcia kulturalne w ramach mecenatu lub/i sponsoringu?

Czy nastawienie na krótkoterminowy efekt ekonomiczny / marketingowy nie utrudnia współpracy z biznesem w obszarze kultury? Czego nie rozumieją przedstawiciele biznesu w tym zakresie? Czy rozumieją lokalne potrzeby w zakresie kultury? Czego z kolei nie rozumieją kontaktujący się z biznesem przedstawiciele „publicznych” instytucji kultury albo trzeciego sektora operującego w obszarze kultury?

W jaki sposób i czym zachęcić reprezentantów biznesu do częstszej współpracy przy projektach kulturalnych? Promocją marki albo przeprofilowaniem marki? Sprofilowaną reklamą trafiającą w „target”? Możliwością „ocieplenia” wizerunku firmy? Dlaczego KONKRETNIE biznes nie dostrzega wielu korzyści z inwestowania w kulturę? Czy to

jakaś specyfika lokalna, specyfika wykształcenia reprezentantów kadr zarządzających czy może globalna (ogólnopolska)?

Z jakim podmiotem współpracuje się najtrudniej i dlaczego? *Każdemu respondentowi dajemy okazję do „wyżalenia się”.*

Czy we współpracy między różnymi podmiotami przeszkadzają jakieś bariery prawne albo instytucjonalne? Prosimy o szczegółową identyfikację tych barier.

Czy w języku przedstawicieli trzeciego sektora „współdziałanie” nie przykrywa przypadkiem „wykorzystywania”? Czy podmioty trzeciego sektora faktycznie są „roszczeniowe”? Czy chorują na „grantożę”? Czy „utrwalona zależność” między przedstawicielami trzeciego sektora i samorządem / instytucjami kulturalnymi finansowanymi z pieniędzy publicznych ma jakieś dobre strony? *Jeśli nie ma, to prosimy o opowiadanie o cieniach takiego uzależnienia z anegdotami.*

Czy media lokalne nie utrudniają współpracy międzysektorowej w obszarze kultury? *Jeśli utrudniają, to prosimy o wskazanie przypadków tego typu trudności wraz z precyzyjną charakterystyką działań medialnych.* Jak powinna wyglądać modelowa współpraca z podmiotami aktywnymi w sferze kultury z mediami? Dlaczego ona jest trudna? Z czego te trudności wynikają? Z niewiedzy dziennikarzy? Z ich niechęci? Z ich powiązań politycznych? Z populistycznego sposobu uprawiania dziennikarstwa? Czy dobra promocja przedsięwzięć kulturalnych ułatwiałaby współpracę międzysektorową? Jeśli tak, to w jaki konkretnie sposób?

Czy współpracy w obszarze kultury nie utrudniają / ułatwiają sieci lokalnych powiązań biznesowych, politycznych i towarzyskich? Jak wygląda niedobra / dobra praktyka wspierania działalności kulturalnej biorąc pod uwagę lokalne sieci powiązań? *Przydałoby się, w miarę możliwości zdradzenia wiedzy poufnej, identyfikacja konkretnych „patologicznych” przypadków, utrudniających opartą na normach „uniwersalnych” i prawnych kooperację.*

Czy – przypadkiem bądź celowo – nie zakłada się, że lokalna administracja publiczna winna być „z definicji” odpowiedzialna za inicjowanie, monitorowanie i kontrolę efektów współpracy w obszarze kultury między podmiotami, które mają odrębne interesy? Czy milcząco nie narzuca się samorządowi zbyt wielu zadań w tym zakresie? Czy nie zakłada się, że wszystko w tym zakresie zależy od lokalnej, publicznej polityki kulturalnej bądź, że wszelkie problemy w tym obszarze „załatwi” strategia rozwoju kultury? Czy taka – zdefiniowana i opisana na poziomie dokumentów – polityka jest w ogóle potrzebna do zainicjowania owocnej współpracy międzysektorowej?

Czy problem przywłaszczania pozytywnych efektów działań przez „głównych donatorów” w obszarze kultury to problem realny? Jak tego problemu uniknąć? Jakie dobre praktyki należałoby zastosować, żeby tego problemu uniknąć? I czy w ogóle da się do uniknąć?

Czy regionalna polityka kulturalna koniecznie musi być upolityczniona w tym sensie, że to wyłącznie politycy samorządowi będą decydować o wyznaczaniu celów dla działalności kulturalnej i o alokacji środków na tę działalność? Czy da się przedstawić takie warunki, w których do decydowania o tych celach i o alokacji środków dopuszczone są podmioty trzeciosektorowe albo mocny w regionie biznes? *Poprosić respondentów o przedstawienie takich hipotetycznych rozwiązań albo istniejących już dobrych wzorców.*

Czy reprezentowana przez Panią / Pana instytucja dysponuje wiedzą na temat potrzeb kulturalnych mieszkańców regionu / miasta? Czy taka wiedza jest Panu / Pani w ogóle

do czegokolwiek potrzebna?

Co Pan / Pani sądzi o barierach współpracy najczęściej pojawiających się w wypowiedziach respondentów w ramach badań ilościowych? Były to: niedostatek środków finansowych w każdym z sektorów, koleśnictwo, klientelizm, system zależności politycznych, negatywne charakterystyki osobowe prominentnych przedstawicieli władz samorządowych, III sektora i biznesu.

Czy da się uniknąć strategii „na przetrwanie” przejawianej przez instytucje kultury oraz organizacje trzeciego sektora zajmujące się działalnością kulturalną? Czy taka strategia w jakiś konkretny sposób nie unicestwia możliwości efektywnej współpracy, np. przy pozyskiwaniu środków na działalność?