

Zwiastunraportuz badań ilościowychw ramachprojektu:

SAMOTNA GRA W KRĘGLE W OBSZARZE KULTURY?

Który ukaże się drukiem jako część książki w nakładzie
Narodowego Centrum Kultury w 2014 r.

Dr hab. Arkadiusz Karwacki, prof. UMK
Instytut Socjologii UMK

SPIS TREŚCI:

- I. KONCEPCJA BADAŃ**
- II. CHARAKTERYSTYKA BADANYCH PODMIOTÓW**
- III. RELACJE MIĘDZY PODMIOTAMI DZIAŁAJĄCYMI W OBSZARZE
KULTURY**
- IV. STRATEGIE ROZWOJU KULTURY W ŚRODOWISKACH LOKALNYCH**
- V. CHARAKTER DZIAŁAŃ I RELACJI BADANYCH PODMIOTÓW ORAZ
POTENCJAŁ ZASOBÓW PODMIOTÓW LOKALNYCH W OBSZARZE
KULTURY**
- VI. PODSUMOWANIE**

I. KONCEPCJA BADAŃ

I.1. Cele badania i problem główny badania

W ramach studium o charakterze ilościowym realizowano pierwszy z celów diagnostycznych zapisanych w koncepcji merytorycznej projektu: rozpoznanie doświadczeń osób w sektorach publicznym, obywatelskim i rynkowym w kwestii międzysektorowej i międzyinstytucjonalnej współpracy w projektach kulturalnych. Problemem w formie pytania, na które poszukiwano odpowiedzi było zatem: **jak przedstawia się jakość międzysektorowej i międzyinstytucjonalnej współpracy w obszarze kultury w przestrzeni lokalnej trzech województw?** Jednocześnie miała miejsce realizacja trzeciego z wykazanych w koncepcji celów ewaluacyjnych, czyli ocena potencjału do budowania warunków twórczej kooperacji.

I.2. Techniki badawcze

Badanie realizowano techniką sondażu telefonicznego (CATI) na 300-osobowej próbie reprezentatywnej, mający na celu zdiagnozowanie podstawowych problemów w ramach współpracy między podmiotami sektora publicznego, obywatelskiego i rynkowego w sferze kultury lokalnej. Sondaż dokonany został na próbie pracowników instytucji kultury różnego szczebla, urzędników średniego i niskiego szczebla w działach zajmujących się kulturą we wszelkich urzędach publicznych w województwach, przedstawicieli organizacji trzeciego sektora działających w obszarze kultury i przedstawicieli firm działających w obszarze kultury lub/i wchodzących w rozmaite relacje z instytucjami (marketingowe, sponsoringowe, mecenat, organizacyjne, wynajem etc.). Jednak na życzenie części badanych sondaż realizowany był także techniką ankiety internetowej. Respondenci zwracali bowiem uwagę, że choć pytania w narzędziu wydają się czytelne, to potrzebują więcej namysłu nad odpowiedziami i odpowiedniejszym sposobem wypełnienia narzędzia będzie samodzielne wypełnienie elektronicznego kwestionariusza.

I.3. Dobór próby

W ramach komponentu ilościowego badanie realizowano na losowej próbie reprezentatywnej dla sektora publicznego (administracja oraz publiczne instytucje kultury - PIK, obywatelskiego i rynkowego w trzech województwach, dokonanej na operacie losowania uzyskanym w ramach *desk research*. W rezultacie wylosowaną próbę stanowiło 300 podmiotów reprezentujących trzy sektory. W ramach badania osiągnięto zwrotność na poziomie 42,66% (128 zwrotów).

II. CHARAKTERYSTYKA BADANYCH PODMIOTÓW

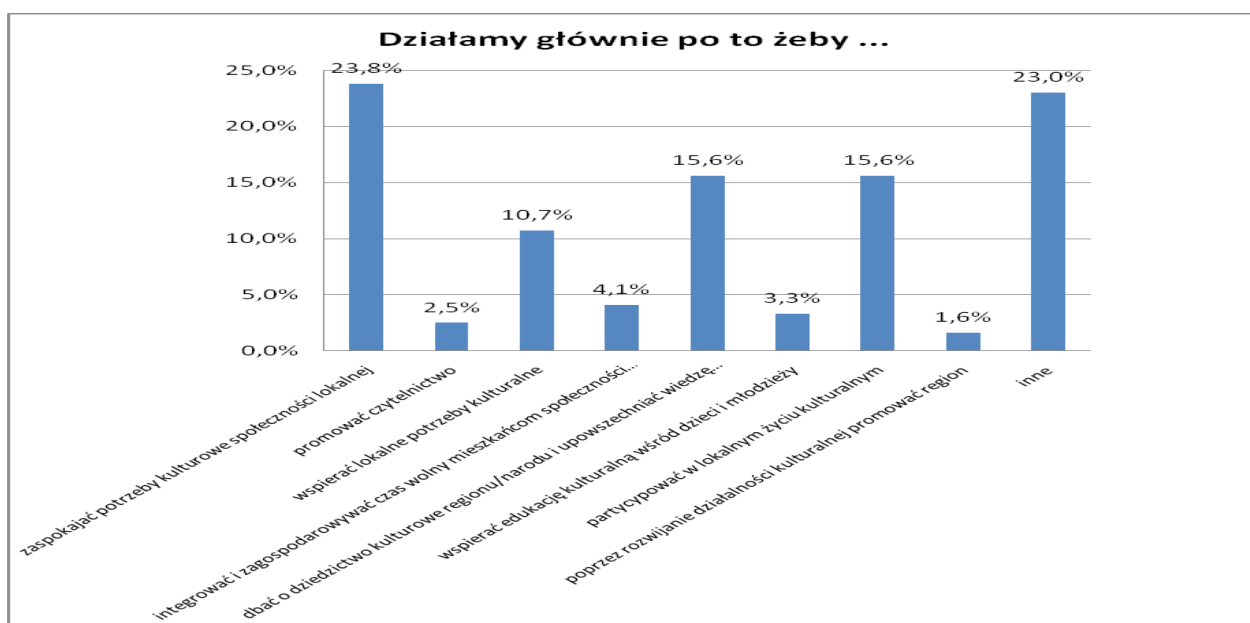
Spośród podmiotów, które wzięły udział w badaniu, odpowiadając na interesujące badaczy kwestie, najliczniejszy zbiór stanowiły publiczne instytucje kulturalne (68 podmiotów – ponad 53% badanych jednostek). W badanej próbie 23,4% (30 podmiotów) stanowiły organizacje pozarządowe działające w obszarze kultury, następnie 25 podmiotów administracji

samorządowej (19,5%). Jak już wskazywano, jedynie 5 podmiotów komercyjnych zgodziło się na wywiad lub samodzielne wypełnienie kwestionariusza.

Spośród podmiotów, które zgodziły się wziąć udział w badaniu zanotowano niemal równy udział według konkretnych trzech województw. W rezultacie w badaniu wzięło udział 46 podmiotów z województwa warmińsko-mazurskiego (35,9%), 45 z pomorskiego (35,2%) oraz 37 z województwa kujawsko-pomorskiego (28,9%).

Istotnym w ramach odczytywania dalszych deklaracji przedstawicieli podmiotów było ustalenie, w jakich typach działalności kulturalnej specjalizują się jednostki, które zgodziły się wziąć udział w badaniu. Należy skonstatować, że największy udział w badanej próbie mają podmioty podejmujące działalność edukacyjną (artystyczną i historyczną) – 31 podmiotów (31% ważnych deklaracji - po odliczeniu podmiotów, które nie odpowiedziały na to pytanie) oraz organizujących wydarzenia kulturalne (wystawy, koncerty, festiwale, spektakle). Kolejne podmioty, ze względu na wielkość udziału w próbie badanych stanowiły muzea, biblioteki i instytucje promujące kulturowe dziedzictwo regionu. Stanowiły one jednak po około 6-7% udziału w próbie.

Jeśli chodzi o podstawowe cele działalności podmiotów, które wzięły udział w badaniu, to największy udział w próbie miały podmioty, których celem jest zaspokajanie potrzeb kulturowych społeczności lokalnej – 29 podmiotów (23,8% ważnych odpowiedzi). Następne ze względu na wielkość udziału były podmioty, które za cel główny stawiają sobie partycypację w lokalnym życiu kulturalnym (19 podmiotów) oraz dbałość o kulturowe dziedzictwo regionu i promocję kultury, sztuki, czy historii (również 19 podmiotów). 13 podmiotów za cel główny własnej działalności postrzega wspieranie lokalnych inicjatyw kulturalnych. Pozostałe deklaracje celów działalności badanych podmiotów wykazują małe liczebności (3-5 podmiotów). Dane obrazuje poniższy wykres.

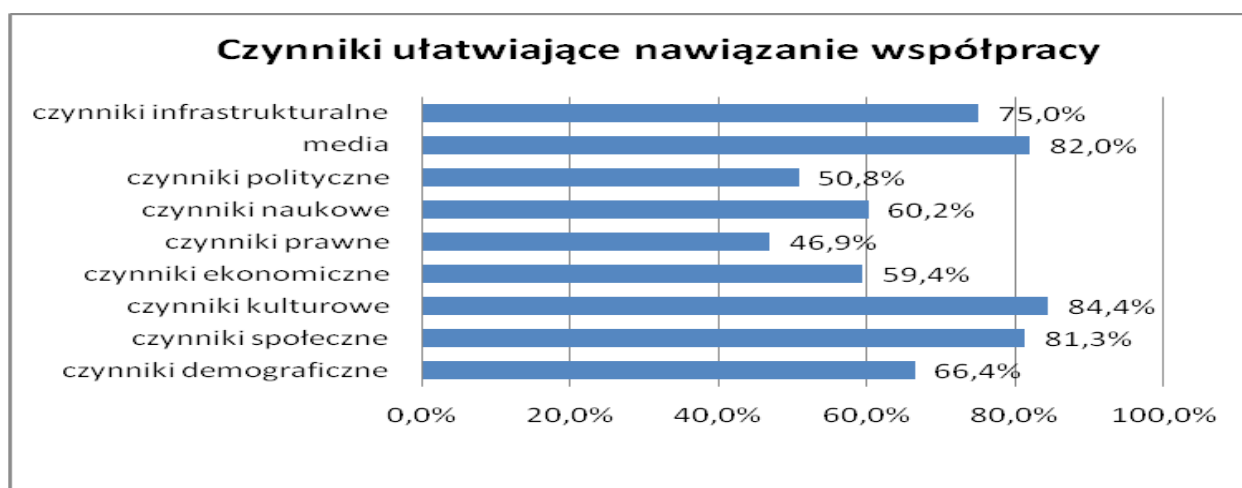


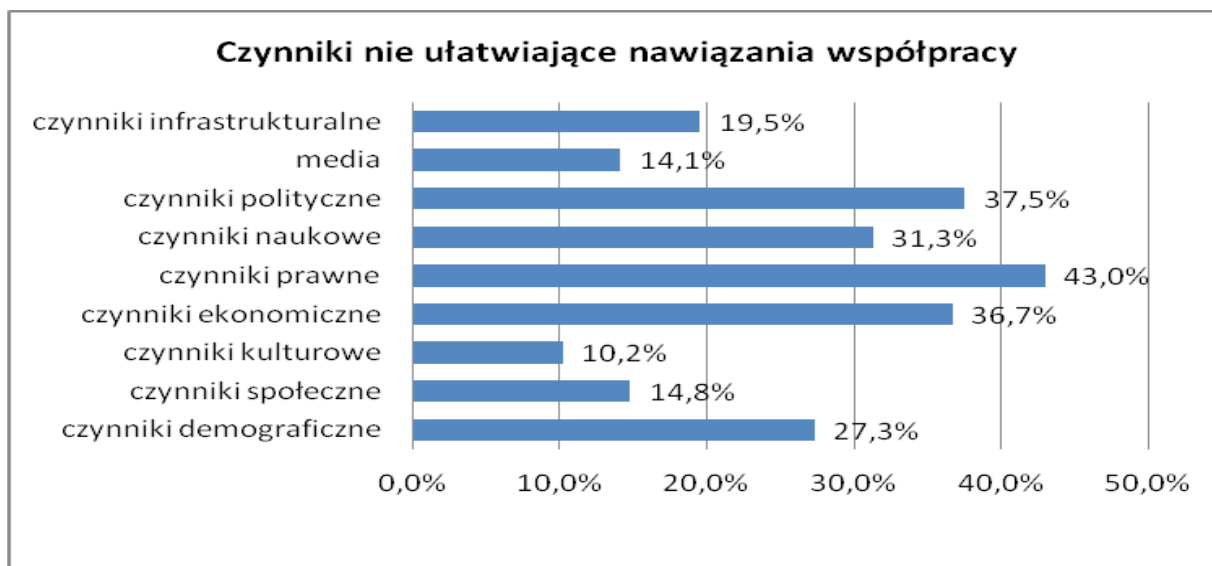
III. RELACJE MIĘDZY PODMIOTAMI DZIAŁAJĄCYMI W OBSZARZE KULTURY

Na pytanie, które określenie spośród wskazanych badanych, najlepiej odzwierciedla relacje między instytucjami samorządowymi, obywatelskimi i biznesem w otoczeniu lokalnym, badani wskazywali najczęściej na **współdziałanie** – taką deklarację złożyło 88 podmiotów (69,8% ważnych deklaracji). 25 podmiotów uznaje te relacje za partnerskie, zaś 13 wskazują na realną rywalizację w obszarze działań kulturalnych między podmiotami reprezentującymi różne sektory.

Spośród czynników wpływających na zawiązywanie lub nie współpracy między różnymi instytucjami, organizacjami i firmami w obszarze kultury respondenci odnosili się do: demograficznych, społecznych, kulturowych, prawnych, ekonomicznych, naukowych, politycznych, medialnych i infrastrukturalnych. Interesujące było stwierdzenie, czy konkretne czynniki przedstawione respondentom w ich opinii ułatwiają, czy też nie zawiązywanie współpracy.

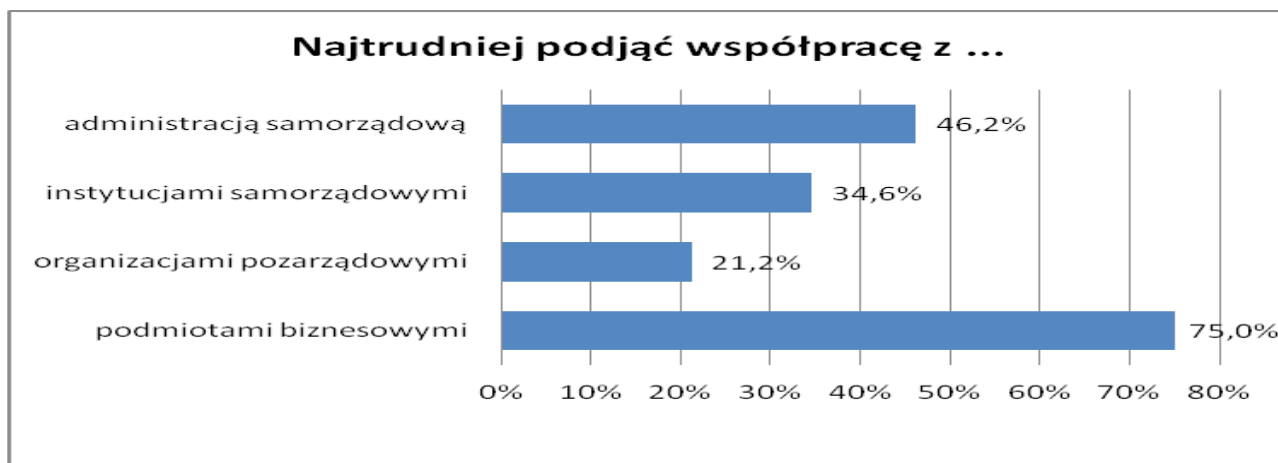
Spośród wskazanych respondentom czynników, które potencjalnie mogą sprzyjać zawiązywaniu współpracy międzyinstytucjonalnej i międzysektorowej, respondenci najczęściej podkreślali wagę **czynników kulturowych** (108 deklaracji o roli tych czynników w zawiązywaniu współpracy), **medialnych** (105 wskazań) oraz **społecznych** (104 wskazania). Oznacza to, że w opiniach badanych przedstawicieli podmiotów odpowiedzialnych za budowanie oferty kulturalnej kulturowo warunkowana skłonność do schodzenia w relacje z innymi ludźmi, sieć relacji społecznych pomiędzy pracownikami poszczególnych podmiotów, czy medialna kontrola aktywności lokalnej w sferze kultury i inicjatywa mediów dla wzmocnienia przedsięwzięć kulturalnych sprzyjają międzysektorowym i międzyinstytucjonalnym aliansom. Oprócz wyżej wskazanych najważniejszych uwarunkowań współpracy między podmiotami działającymi w obszarze kultury należy także zwrócić uwagę na uwarunkowania infrastrukturalne (potrzeby wchodzenia w relacje ze względu na konieczność łączenia zasobów) (80 wskazań) oraz demograficzne (85 wskazań), czyli liczbę potencjalnych odbiorców inicjatyw.





Z perspektywy realizacji celów badania kluczowe było dociekanie realności barier w zawiązywaniu współpracy między różnymi podmiotami oraz natury tych barier. Respondentom zadano pytanie, czy w otoczeniu lokalnym można mówić o istnieniu problemów/barier we współpracy w obszarze kultury między podmiotami samorządowymi, obywatelskimi i biznesowymi? **Zdaniem ponad 42% badanych istnieją realne bariery, problemy we współpracy w obszarze kultury.** Ponad 27% (35 podmiotów) uznaje, że takich barier nie ma, a dokładnie tyle (35 podmiotów – 27,3%) nie jest w stanie konkretnie odpowiedzieć na to pytanie.

Spośród 54 respondentów, którzy we wcześniej zadanym pytaniu uznali, że w lokalnym otoczeniu istnieją problemy we współpracy 39 wskazań wiązało problemy/bariery z zawiązywaniem współpracy z podmiotami biznesowymi, 24 z administracją, 18 podmiotów wskazywało na publiczne instytucje kultury a 11 podmiotów na organizacje pozarządowe. W wyciąganiu wniosków należy mieć jednak na uwadze niewielki udział w badanej próbie podmiotów biznesowych, które nie zgadzały się powszechnie na wzięcie udziału w badaniu. Te dwie kwestie wyraźnie można łączyć ze sobą – unikanie zobowiązania w postaci odpowiedzi na zadane pytania i stosunkowo częste wskazywanie na biznes, jako zbiór podmiotów niechętnych do angażowania się w inicjatywy kulturalne pokazują, że w wielu środowiskach lokalnych inicjatywy kulturalne są przedsięwzięciami jedynie podmiotów publicznych, rzadziej w porozumieniu z podmiotami obywatelskimi. Dane obrazuje zamieszczony wykres, który zawiera zagregowany rozkład odpowiedzi. Czytelnie wskazuje on, że spośród ważnych wskazań podmioty biznesowe są w opinii badanych najbardziej niechętnie do wchodzenia w relacje w działaniach na rzecz kultury.



Dla czytelnego obrazu charakteru barier w zawiązywaniu współpracy między podmiotami, postawiono respondentom pytanie o realne powody utrudnień w zawiązywaniu tej współpracy.

Należy uznać, że są trzy podstawowe przesłanki, które każą podmiotom publicznym i obywatelskim wskazywać na **podmioty biznesowe**, jako problematyczne w kontekście wchodzenia w relacje z innymi podmiotami (innych sektorów) w budowaniu oferty kulturalnej. Po pierwsze zatem, **podmioty komercyjne nie chcą partycypować w kosztach inicjatyw kulturalnych są nastawione na zysk, nie wykazując zbieżności w celach działania z innymi podmiotami w innych aspektach niż *stricte* komercyjny**. Po drugie, badani wskazywali na brak chęci w ogóle na zaangażowanie w aktywność kulturalną, co wynika także z braku uznania dla działalności kulturalnej, postrzeganie takiej oferty i takich przedsięwzięć za mało ważne dla społeczności lokalnej. I wreszcie, po trzecie, brak ugruntowanych, czytelnych zasad współpracy, brak rozwiązań systemowych i systemu motywacji (ulgi) do zaistnienia takich relacji. W rezultacie zakres współpracy (także prawnie) jest nieokreślony a przez to podmioty unikają podejmowania aktywności w tym względzie.

W dalszej kolejności dokonano przeglądu charakteru problemów w zawiązywaniu współpracy, leżących po stronie podmiotów pozarządowych.

Jeśli chodzi o problemy w zawiązywaniu współpracy leżące według respondentów po stronie **organizacji pozarządowych**, to należy tu podkreślić cztery podstawowe bariery. Należy zatem, po pierwsze, zaakcentować **orientację roszczeniową przypisywaną przez badanych podmiotom obywatelskim i nastawienie na rywalizację o środki finansowe a nie współpracę**. Po drugie, podkreślano, że organizacje pozarządowe charakteryzują się brakiem zrozumienia zasad finansowania różnych przedsięwzięć ze środków publicznych, co wzmaga napięcia między sektorem publicznym i jego instytucjami a organizacjami obywatelskimi. Po trzecie, organizacjom tym przypisuje się małą świadomość wspólnych celów lokalnych, gdzie cel organizacji zdaje się być dla niej najważniejszy, co uniemożliwia poszukiwanie wspólnych płaszczyzn współpracy wykraczających poza to, co chce robić organizacja. I wreszcie po czwarte, organizacjom przypisywano mały potencjał organizacyjny, czy wręcz niedostosowanie organizacyjne, co uniemożliwia budowanie wartościowych relacji z innymi podmiotami. W wypowiedziach badanych pobrzmiwa syndrom tzw. grantozny, gdzie

podmiotom obywatelskim zależeć ma jedynie na otrzymaniu dotacji a nie na budowaniu wspólnych wartościowych, międzyinstytucjonalnych i międzysektorowych relacji.

Następnie warto skoncentrować się na barierach współpracy i ich naturze leżących po stronie instytucji kultury w ramach samorządu terytorialnego.

Analiza natury problemów w zawiązywaniu współprac leżących po stronie **podmiotów kulturalnych w ramach struktury samorządu terytorialnego** wskazuje, że można wyróżnić pięć podstawowych barier we współpracy z tymi podmiotami. Po pierwsze, wykazano **brak konkretnej strategii współpracy różnych podmiotów, brak wspólnej wizji i poszukiwania zintegrowanej oferty. Z tym problemem należy łączyć brak wizji rozwoju kultury w przestrzeni lokalnej, brak przemyślanej strategii działania w tym zakresie.** Po drugie, wskazywano na czynniki osobowościowe - mentalność ludzi (zwłaszcza kadry kierowniczej), brak zaufania do innych ludzi i podmiotów. Wyraźnie należy z powyższym łączyć także trzeci aspekt podkreślany przez badanych - powiązania i interesy wpisujące się w ramy tzw. koleśiostwa. Badani, po czwarte, wskazywali także na istniejący stan prawny, który utrudnia wchodzenie w relacje współpracy oraz, po piąte, koncentrację różnych podmiotów publicznych na ubieganiu się o te same środki finansowe, co rodzi rywalizację a nie współpracę.

Poniżej wskazano dane obrazujące problemy we współpracy wynikające z cech, aktywności administracji samorządowej zogniskowanej na problemach kultury.

W opinii badanych można mówić o pięciu powodach istnienia problemów w zawiązywaniu współpracy z **jednostkami administracyjnymi samorządu odpowiadającymi za działania w obszarze kultury.** Po pierwsze zatem, **brakuje w tych podmiotach wizji, długofalowej, precyzyjnej strategii działania.** Po drugie, brakuje środków finansowych w dyspozycji, ale także potencjału kadrowego, który mógłby przekładać się na skuteczne działania. Po trzecie, brakuje zrozumienia potrzeb ludzi w przestrzeni lokalnej i czytelnego rozpoznania na jakie inicjatywy jest zapotrzebowanie. Po czwarte, wskazywano na problemy formalizmu i biurokracji w ramach lokalnej polityki kulturalnej, która nie sprzyja skuteczności i efektywności działań (brak elastyczności gdzie potrzeba i działanie na jej rzecz dominuje nad formalizmem). Po piąte wreszcie, wskazywano na upolitycznienie działań (zwłaszcza alokacji środków publicznych) a przez to brak transparentności lokalnej polityki kulturalnej.

Biorąc pod uwagę fakt, że dotykaliśmy tu kluczowych problemów dla zrealizowanego badania poniżej zaprezentowano zbiór barier/problemów we współpracy dla każdego typu podmiotów.

PODMIOTY BIZNESOWE - BARIERY

1. podmioty komercyjne nie chcą partycypować w kosztach inicjatyw kulturalnych są nastawione na zysk, nie wykazując zbieżności w celach działania z innymi podmiotami w innych aspektach niż *stricte* komercyjny.
2. brak chęci w ogóle na zaangażowanie w aktywność kulturalną, co wynika także z braku uznania dla działalności kulturalnej, postrzeganie takiej oferty i takich przedsięwzięć za mało ważne dla społeczności lokalnej.

3. brak ugruntowanych, czytelnych zasad współpracy, brak rozwiązań systemowych i systemu motywacji (ulgi) do zaistnienia takich relacji. W rezultacie zakres współpracy (także prawnie) jest nieokreślony a przez to podmioty unikają podejmowania aktywności w tym względzie.

ORGANIZACJE POZARZĄDOWE - BARIERY

1. orientacja roszczeniowa, nastawienie na rywalizację o środki finansowe a nie współpracę.
2. brak zrozumienia zasad finansowania różnych przedsięwzięć ze środków publicznych, co wzmaga napięcia między sektorem publicznym i jego instytucjami a organizacjami obywatelskimi.
3. mała świadomość wspólnych celów lokalnych, gdzie cel organizacji zdaje się być dla niej najważniejszy, co uniemożliwia poszukiwanie wspólnych płaszczyzn współpracy wykraczających poza to, co chce robić organizacja.
4. mały potencjał organizacyjny, czy wręcz niedostosowanie organizacyjne, co uniemożliwia budowanie wartościowych relacji z innymi podmiotami. Syndrom tzw. grantozny, gdzie podmiotom obywatelskim zależy ma jedynie na otrzymaniu dotacji a nie na budowaniu wspólnych wartościowych, międzyinstytucjonalnych i międzysektorowych relacji.

PODMIOTY SAMORZĄDOWE - BARIERY

1. brak konkretnej strategii współpracy różnych podmiotów, brak wspólnej wizji i poszukiwania zintegrowanej oferty. Z tym problemem należy łączyć brak wizji rozwoju kultury w przestrzeni lokalnej, brak przemyślanej strategii działania w tym zakresie.
2. czynniki-bariery osobowościowe – mentalność ludzi (zwłaszcza kadry kierowniczej), brak zaufania do innych ludzi i podmiotów.
3. koleśiostwo.
4. istniejący stan prawny, który utrudnia wchodzenie w relacje współpracy.
5. koncentracja różnych podmiotów publicznych na ubieganiu się o te same środki finansowe, co rodzi rywalizację a nie współpracę.

ADMINISTRACJA PUBLICZNA - BARIERY

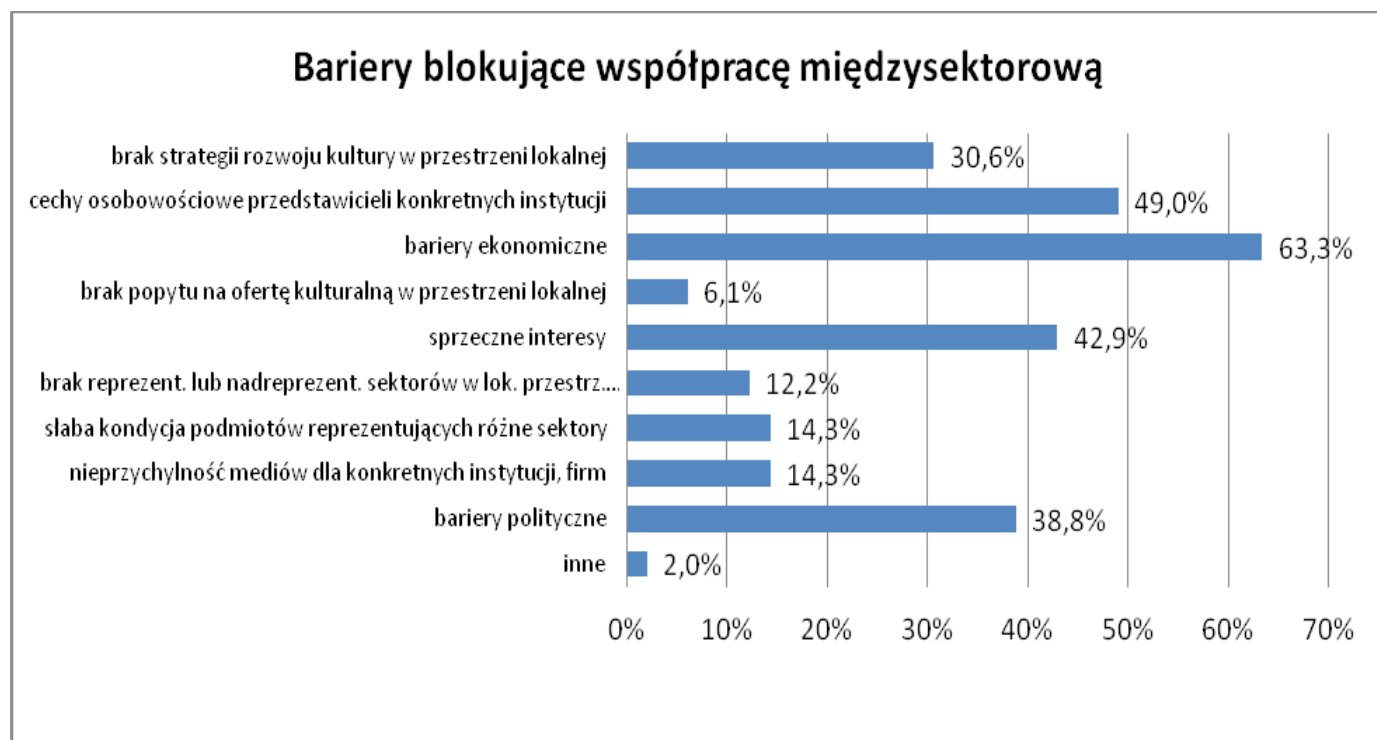
1. brak wizji, długofalowej, precyzyjnej strategii działania.
2. brak środków finansowych w dyspozycji, ale także potencjału kadrowego, który mógłby przekładać się na skuteczne działania.
3. brak zrozumienia potrzeb ludzi w przestrzeni lokalnej i czytelnego rozpoznania na jakie inicjatywy jest zapotrzebowanie.
4. problem formalizmu i biurokracji w ramach lokalnej polityki kulturalnej, która nie sprzyja skuteczności i efektywności działań (brak elastyczności gdzie potrzeba i działanie na jej rzecz dominuje nad formalizmem).

5. upolitycznienie działań (zwłaszcza alokacji środków publicznych) a przez to brak transparentności lokalnej polityki kulturalnej.

Celem dopełnienia obrazu problemów w zawiązywaniu relacji między różnymi podmiotami w przestrzeni lokalnej wskazaliśmy respondentom zestaw konkretnych barier, umożliwiając jednocześnie wskazanie wagi maksymalnie trzech z nich. I tak, respondenci na pytanie, które spośród wymienionych barier szczególnie blokują możliwość międzysektorowej współpracy lokalnej w obszarze kultury, najczęściej na:

1. bariery ekonomiczne (niedobór środków, konkurencja o środki etc.);
2. cechy osobowościowe przedstawicieli podmiotów (niechęć do wchodzenia w relacje);
3. sprzeczne interesy;
4. polityczne aspekty lokalnej polityki i wspierania konkretnych podmiotów i imprez.

Okazuje się zatem, że respondenci dopełnili obraz słabej współpracy lokalnej, w której na czele różnych podmiotów często stoją ludzie niechętni wchodzenia w relacje, gdzie konkurencja o ograniczone środki finansowe niweczy szanse na porozumienie a o kierunkach alokacji pieniędzy publicznych decyduje polityczna decyzja. W konsekwencji w przestrzeni lokalnej brakuje czytelnej, długofalowej polityki, skutkującej zaspokajaniem potrzeb obywateli.

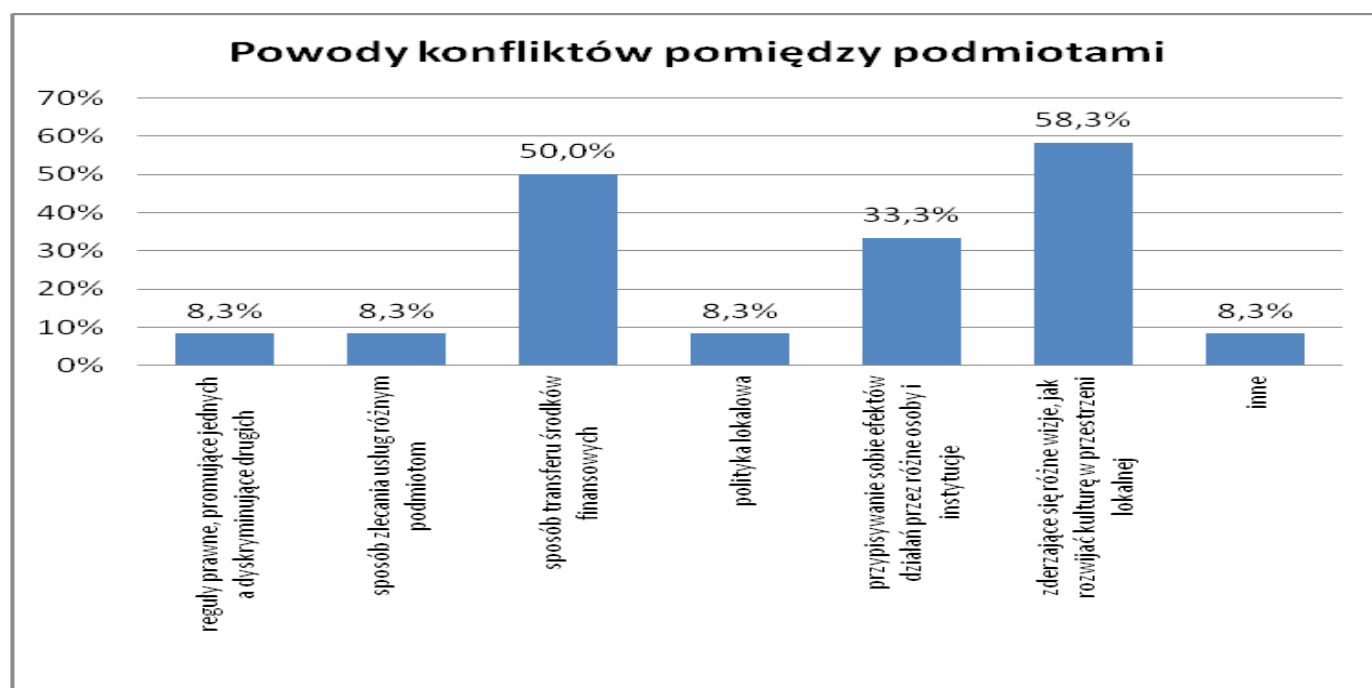


Bariery we współpracy mogą potencjalnie skutkować realnymi konfliktami pomiędzy podmiotami reprezentującymi różne sektory. Dlatego też zapytano respondentów, czy w ich otoczeniu lokalnym mają miejsce konflikty między instytucjami, organizacjami i firmami działającymi w obszarze kultury a na pytanie odpowiadali respondenci, którzy w jednym z poprzedzających pytań uznali że w otoczeniu lokalnym istnieją problemy we współpracy między różnymi podmiotami.

Okazało się, że spośród 56 podmiotów dostrzegających problemy/bariery w lokalnej współpracy w obszarze kultury 55,4% ważnych odpowiedzi wskazywało na realność skonfliktowania lokalnych podmiotów. 21,4% podmiotów deklaruje brak skonfliktowania, zaś 23,2% ma problem z jednoznaczną odpowiedzią. Istotne jest zatem dociekanie, co jest powodem konfliktów między podmiotami. Spośród wskazanych respondentom, mogli oni wybrać maksymalnie dwa.

Okazuje się, że można tu wykazać trzy dominujące płaszczyzny konfliktów. Po pierwsze, konflikt rodzi się na gruncie zderzających się różnych wizji, jak rozwijać kulturę w przestrzeni lokalnej (14 wskazań), sposobów transferu środków finansowych do różnych podmiotów (12 wskazań) oraz przypisywania sobie efektów działań (ludzie, instytucje) (8 wskazań). Poza podstawowymi odpowiedziami respondenci wskazali własne powody konfliktów.

Wskazywano zatem na cechy osobowościowe przedstawicieli konkretnych podmiotów oraz powiązany z powyższym system lokalnego rządzenia, które nie ma charakteru kooperacyjnego, lecz zdradza cechy scentralizowanego skupienia decyzji i zasobów w rękach konkretnych dysponentów, którzy w oparciu o swój zamysł i sieć własnych relacji decydują o kierunkach działania i alokacji.



IV. STRATEGIE ROZWOJU KULTURY W ŚRODOWISKACH LOKALNYCH

Jednym z kluczowych problemów sygnalizowanych przez badanych a odnoszących się do lokalnej polityki kulturalnej była słabość wizji, czytelnego kierunku inwestycji w tym względzie. W ramach zrealizowanego badania podjęto zatem kwestię strategii rozwoju kultury w przestrzeni lokalnej. Na pytanie o istnienie takiej strategii w przestrzeni lokalnej 45,6% ważnych odpowiedzi wskazywało na istnienie takiej strategii. Co istotne jednak, **33,6%**

ważnych odpowiedzi, to wskazania na brak takiej strategii a aż 20,8% badanych oddało ważną deklarację, że nie wie o istnieniu takiej strategii, co raczej należy potraktować kumulatywnie z deklaracjami o realności braku takiej strategii (pytania adresowano bowiem do podmiotów, które wykazują związki z działalnością kulturalną).

Przedstawiciele tych podmiotów, które zadeklarowały, że lokalna strategia rozwoju kultury istnieje, zapytano o doświadczenia (lub ich brak) w uczestnictwie w przygotowaniu tej/tych strategii. Pytanie skierowano zatem do 57 podmiotów. Zdaniem badanych, którzy dostrzegają istnienie lokalnej strategii rozwoju kultury, 37 podmiotów (66,1%) uczestniczyło w jej przygotowaniu. 48,2% podmiotów zostało zaproszonych do jej tworzenia. 19 podmiotów nie uczestniczyło w przygotowaniu strategii.

V. CHARAKTER DZIAŁAŃ I RELACJI BADANYCH PODMIOTÓW ORAZ POTENCJAŁ ZASOBÓW PODMIOTÓW LOKALNYCH W OBSZARZE KULTURY

Część raportu, w której rozpoznana będzie aktywność badanych podmiotów i zawiązywane relacje z innymi podmiotami w ramach lokalnej współpracy i wymiany zasobów we wspólnych przedsięwzięciach, rozpoczyna analiza odpowiedzi na pytanie, czy działając w obszarze kultury podejmują badane podmioty wymienione działania, które zbieżne są z cyklem działania zgodnie z teorią organizacji i zarządzania oraz postępowaniem celowościowym. Zdecydowana większość podmiotów określa cele działań, w które się angażuje (75,6%), określa grupy docelowe (67,7%), promuje swoje inicjatywy (68,5%) oraz profiluje ofertę (62,2%). Jednak tylko 10,2% badanych rozpoznaje konkurencję a niewiele ponad 40% rozpoznaje (czyli poszukuje) partnerów. Dotykamy tu ważnej słabości działań w przestrzeni lokalnej, która wymaga gruntownych inwestycji - należy przygotowywać podmioty działające w obszarze kultury do rozpoznawania otoczenia - konkurentów i partnerów.



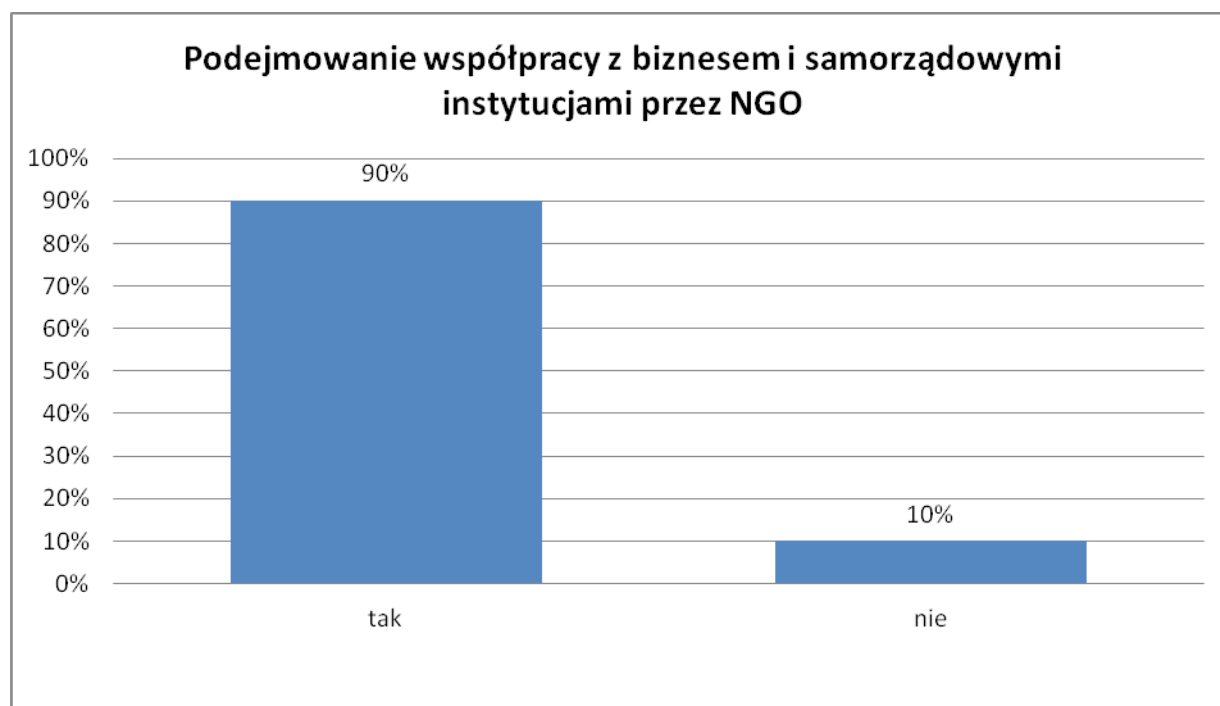
Jeśli chodzi o rzeczoną wyżej konkurencję, to dla badanych podmiotów (22, które wskazywały na konkurencyjność), w 6 przypadkach konkurentem jest organizacja pozarządowa.

Spośród badanych 39 podmiotów podejmujących współpracę w obszarze kultury z innymi podmiotami, 20 (51,3%) wskazywało na instytucje samorządowe jako partnera. 25,6% wskazywało tu na organizacje pozarządowe. Naturalnie mały udział biznesu w próbie podmiotów, które wzięły udział w badaniu, uniemożliwia w tym względzie wyciąganie daleko idących wniosków.

Powyżej wskazany problem interpretacyjny uwidocznił się poniżej w poniższych zestawieniach, kiedy pytanie o najczęściej zawierane relacje z podmiotami konkretnych sektorów skierowano właśnie do konkretnych typów (sektorowo) podmiotów. Pytanie skierowane do biznesu i uzyskane odpowiedzi ze względu na niską frekwencję trudno traktować jako materiał do formułowania wniosków.

Spośród badanych podmiotów biznesowych zapytanych o podejmowanie współpracy z podmiotami innych sektorów wszystkie podmioty złożyły pozytywną (odpowiedź „tak”) deklarację.

Podmioty pozarządowe w zdecydowanej większości wykazują w swej działalności wspólne przedsięwzięcia z podmiotami reprezentującymi inne sektory. 90% badanych organizacji pozarządowych współpracuje z podmiotami reprezentującymi inne sektory. 3 podmioty prowadzą działalność bez związków z innymi sektorami.



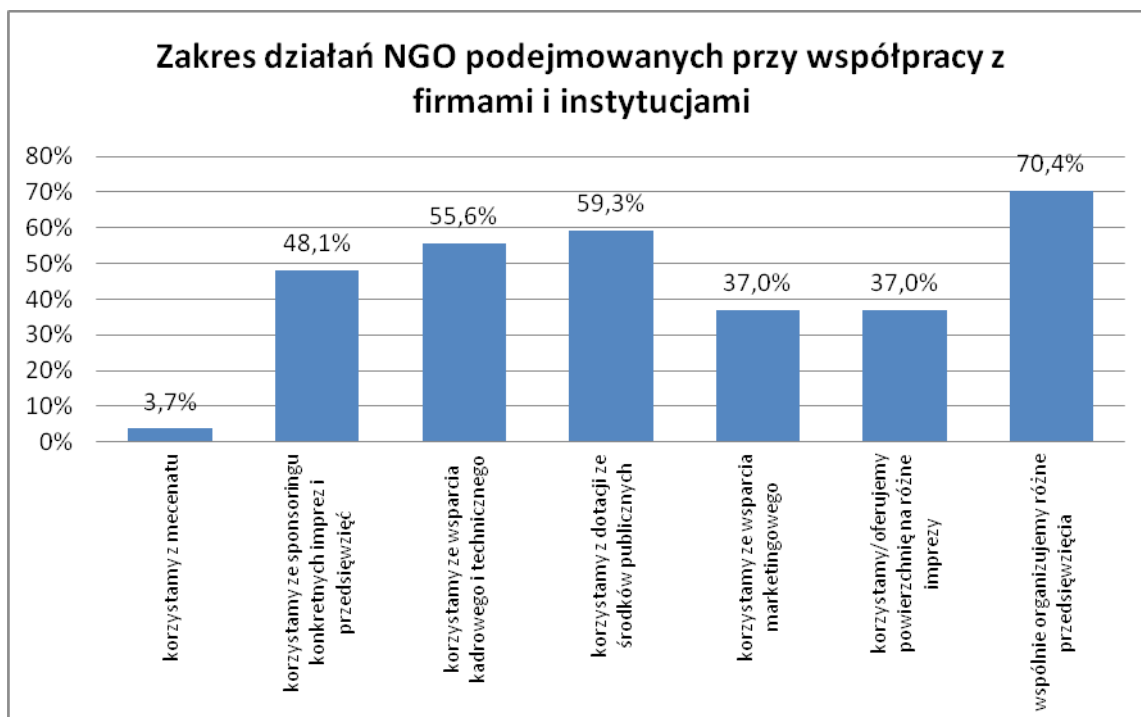
Jeśli chodzi o aktywność publicznych instytucji kultury i organów administracji samorządowej, to wykazują one wspólne działania z podmiotami biznesowymi i organizacjami obywatelskimi w 82,6%. 17,4% badanych podmiotów wskazywało, że takiej współpracy nie podejmuje.

Samo stwierdzenie zawierania lub nie współpracy samo w sobie nie wiele mówi. Interesujący zdaje się zakres tejże współpracy – jej charakter. Dlatego też pytano badane podmioty o zakres współpracy podejmowanej z podmiotami reprezentującymi inne sektory. Każdy badany podmiot odnosił się do 5 kluczowych obszarów potencjalnej współpracy z jednoczesnym wskazaniem z podmiotami, którego sektora prowadzi współpracę w konkretnym (każdym z wymienionych 5) wymiarów.



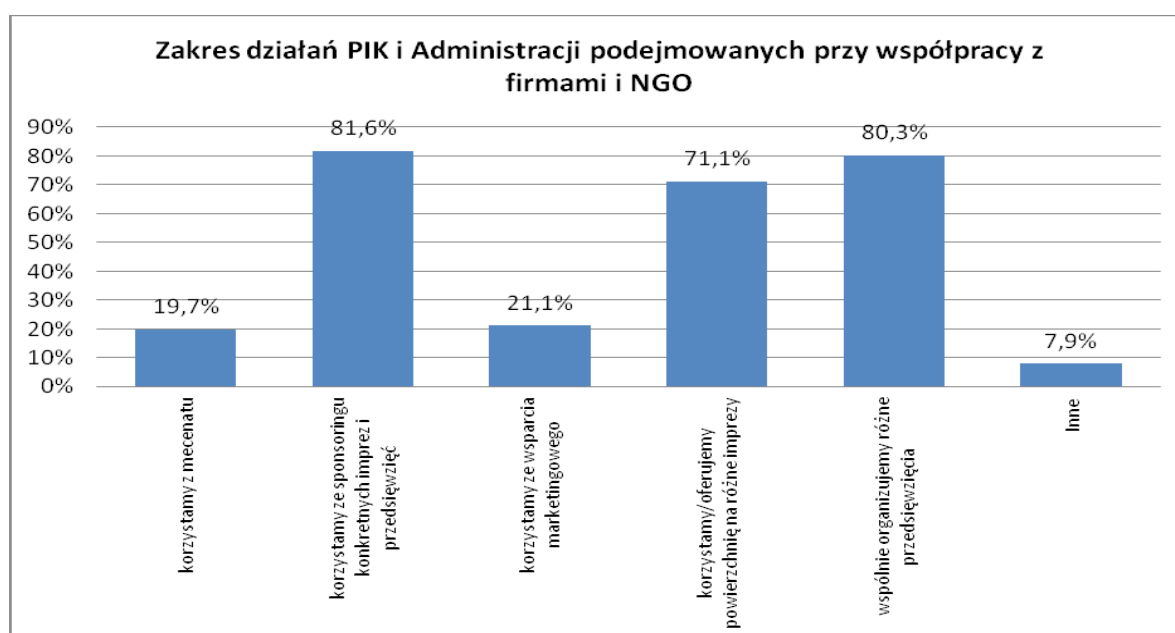
Średnio połowa podmiotów biznesowych angażuje się w konkretne wymiary działań wspólnie z innymi podmiotami (na 5 konkretne wymiary współpracy wskazywały 2-3 podmioty).

Jeśli chodzi o podmioty pozarządowe, to okazjonalnie korzystają one z mecenatu (deklaracja jednego podmiotu), zaś powszechnie (spośród tych, które wykazały, że wchodzą w relacje z innymi sektorami) korzystają ze sponsoringu (13 wskazań), wsparcia kadrowego i technicznego (15 wskazań), korzystają z dotacji (16 podmiotów) oraz wsparcia marketingowego i korzystają z powierzchni innych podmiotów (po 10 podmiotów). Najczęściej (19 wskazań) po prostu wspólnie organizują daną imprezę. **Dane te obrazują realne możliwości, które przez część podmiotów są wykorzystywane w bieżącej działalności.**



Podmioty pozarządowe najczęściej podejmują współpracę z podmiotami publicznymi (66,7% wskazań). Co ważne tylko jedna organizacja pozarządowa zadeklarowała, że prowadzi współpracę jednocześnie z biznesem i podmiotami publicznymi.

Jeśli chodzi o podmioty publiczne (publiczne instytucje kultury i administracja lokalna), to najczęściej wchodzi w relacje z innymi podmiotami poprzez korzystanie ze sponsoringu (62 wskazania) oraz organizację wspólnych przedsięwzięć (61 wskazań). 54 podmioty zadeklarowały, że korzystają z powierzchni podmiotów innych sektorów lub same oferują im powierzchnię.



Instytucje publiczne, co ciekawe, częściej podejmują współpracę z biznesem niż organizacjami pozarządowymi. 78 podmiotów zadeklarowało współpracę z biznesem a 54 z organizacjami pozarządowymi. Tylko 27 podmiotów podejmuje trójsektorową współpracę.

Badane podmioty biznesowe zostały także zapytane o korzyści, jakie płyną z zawiązywanej współpracy z podmiotami reprezentującymi inne sektory. To szczególnie interesujące w kontekście potencjału do włączania biznesu we wspólne działania i jednocześnie określanie płaszczyzn takiej współpracy. Naturalnie nikły udział podmiotów biznesowych w próbie nie pozwala na formułowanie daleko idących wniosków a wątek ten musi zostać pogłębiony w ramach studiów jakościowych. Dalej badane podmioty zostały poproszone o ocenę zasobów przedstawicieli innych sektorów (to ważna informacja wskazująca na zasoby, które mogą wydawać się potrzebne i z których w ramach współpracy można korzystać).

Biznes podejmując współpracę zdaniem wszystkich badanych podmiotów biznesowych może promować markę. W drugiej kolejności wskazywano na ocieplenie wizerunku firmy i zadowolenie pracowników z zaangażowania w obszar kultury.

Jak wskazywano powyżej, ważny zbiór pytań zadanych badanym podmiotom dotyczył oceny zasobów innych sektorów. I tak zadaniem przedstawicieli podmiotów biznesowych sektorowi obywatelskiemu można przede wszystkim przypisać wiedzę o potrzebach lokalnych i ciekawą ofertę inicjatyw kulturalnych. A zatem zdaniem biznesu silną stroną organizacji pozarządowych jest wiedza o potrzebach i oferta. To ważna deklaracja.

Jeśli chodzi o ocenę zasobów podmiotów publicznych dokonaną przez podmioty biznesowe, to podmiotom publicznym przypisano tworzenie, realizację i koordynację potrzebnych lokalnie działań w sferze kultury. Pozostałe zasoby wskazane były w pojedynczych przypadkach.

Zdaniem podmiotów pozarządowych instytucje publiczne dysponują przede wszystkim zdolnością tworzenia, realizacji i koordynacji potrzebnych lokalnie działań w sferze kultury. A zatem jest to identyczna ocena, jak w przypadku podmiotów biznesowych. 3 podmioty deklarowały organizację ciekawych przedsięwzięć.

Jeśli chodzi o ocenę podmiotów biznesowych, to zdaniem największej grupy organizacji pozarządowych nie dysponują one wiedzą do rozpoznania zasobów biznesu. Zdaniem 8 podmiotów zasobem biznesu jest fakt zaangażowania w przedsięwzięcia z innymi podmiotami.

Największy udział wśród badanych podmiotów wykazały podmioty publiczne. Zdaniem przedstawicieli tych podmiotów podmioty pozarządowe przede wszystkim dysponują zbiorem ciekawych inicjatyw (41 wskazań), 39 podmiotów złożyło deklarację, że podmioty obywatelskie mają rozeznanie lokalnych potrzeb kulturalnych. Co istotne, 31 podmiotów przypisało sprawstwo organizacjom pozarządowym w zakresie zaistnienia przedsięwzięć kulturalnych (wspólnych). A zatem organizacje społeczne mogą być motorem współpracy międzysektorowej.

Zdaniem podmiotów publicznych kluczowym zasobem biznesu jest zaangażowanie w różne przedsięwzięcia kulturalne z innymi podmiotami. Sam fakt zaangażowania uznawany jest zatem za cenny. Co ważne, ponad 30 podmiotów nie potrafiło wskazać zasobów biznesu w tym względzie.

Starając się zebrać deklaracje badanych i opinie o zasobach innych sektorów można zbudować takie o to zestawienie.

OPINIE BIZNESU

ORGANIZACJE POZARZĄDOWE

- wiedzę o potrzebach lokalnych
- ciekawa oferta inicjatyw kulturalnych.

INSTYTUCJE PUBLICZNE

- zdolność tworzenia, realizacji i koordynacji potrzebnych lokalnie działań w sferze kultury.

OPINIE ORGANIZACJI POZARZĄDOWYCH

INSTYTUCJE PUBLICZNE

- zdolność tworzenia, realizacji i koordynacji potrzebnych lokalnie działań w sferze kultury.
- ciekawa oferta inicjatyw kulturalnych.

BIZNES

- brak wiedzy o zasobach podmiotów biznesowych
- sam fakt zaangażowania w inicjatywy.

OPINIE INSTYTUCJI PUBLICZNYCH

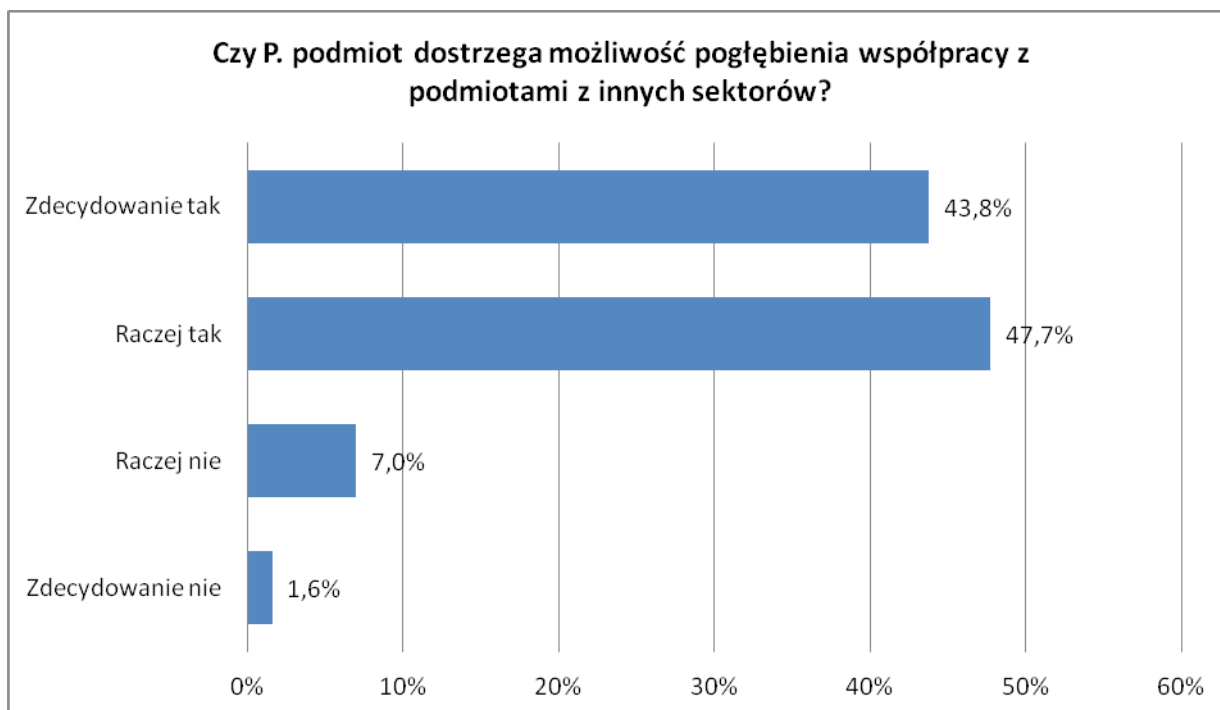
ORGANIZACJE POZARZĄDOWE

- ciekawa oferta inicjatyw kulturalnych.
- wiedzę o potrzebach lokalnych

BIZNES

- brak wiedzy o zasobach podmiotów biznesowych
- sam fakt zaangażowania w inicjatywy.

Na pytanie, czy badane podmioty dostrzegają możliwość pogłębienia współpracy z innymi sektorami w ramach działań w obszarze kultury badani zadeklarowali w 43,8%, że zdecydowanie tak, zaś w sumie deklaracje „zdecydowanie tak” i „tak” dotyczyły 91,4% podmiotów. Oznacza to, że istnieje realne pozytywne podłoże i wręcz potrzeba do budowania warunków do zaistnienia takiej bardziej pogłębionej współpracy.



VI. PODSUMOWANIE

W ramach podsumowania powyższych analiz zostaną zaakcentowane najważniejsze ustalenia. Uwypuklone zostaną przy okazji te kwestie, które są szczególnie istotne dla dalszych studiów prowadzonych z wykorzystaniem procedur jakościowych. Wnioski zostaną zaprezentowane w postaci zbioru wypunktowanych, najistotniejszych kwestii.

1. W badaniu wzięła udział bardzo mała liczba podmiotów komercyjnych (5) oraz niewielka liczba podmiotów obywatelskich (30). Reprezentacja podmiotów publicznych (administracja lokalna zajmująca się problemami kultury oraz publiczne instytucje kultury) wyniosła 93 jednostki. Oznacza to, że działania podjęte przez badaczy celem osiągnięcia wysokiej zwrotności przyniosły prawie idealny efekt w przypadku podmiotów publicznych, zaś takich rezultatów już nie przyniosły intensywne działania mające skłonić do odpowiedzi na przekazane pytania podmioty komercyjne i obywatelskie. Powodem tej sytuacji jest, z jednej strony, niechęć podmiotów komercyjnych do uczestnictwa w badaniach (obawy, brak wiedzy o skutkach takiej aktywności), brak utożsamiania się z aktywnością kulturalną, i, z drugiej strony, niestabilność (brak ciągłości w funkcjonowaniu – inicjatywność jedynie w kilku wydarzeniach w roku) oraz niechęć do ujawniania własnych opinii, właściwych sektorowi pozarządowemu. W ramach dalszych studiów terenowych należy pogłębić wiedzę płynącą od podmiotów komercyjnych i obywatelskich.
2. Respondenci – reprezentanci badanych podmiotów powszechnie wskazywali, że pojęciem właściwym relacjom między podmiotami działającymi w obszarze kultury w ich środowisku lokalnym jest „współdziałanie”. To pojęcie i diagnoza sytuacji raczej nie dotyczy relacji trójsektorowych ale wskazuje na obecne relacje dwusektorowe.

Zdaniem badanych, biznes raczej nie angażuje się w przedsięwzięcia kulturalne a jeżeli tak, to w tej inicjatywie zorientowany jest tylko na efekt ekonomiczny (zysk finansowy), co utrudnia współdziałanie. To „współdziałanie” należy odczytywać także, jako różne istniejące formy utrwalonej zależności między administracją publiczną (dysponent środków finansowych i podmiot decyzyjny wobec polityki kulturalnej) a publicznymi instytucjami kultury (PIK) oraz podmiotami obywatelskimi, często ubiegającymi się o wsparcie finansowe własnych inicjatyw. Dopełnieniem obrazu rzeczowego współdziałania jest charakterystyka barier dostrzeganych w środowiskach lokalnych.

3. Współpraca między podmiotami podejmującymi aktywność kulturalną jest, w opiniach badanych przedstawicieli tych podmiotów, warunkowana przede wszystkim przez czynniki kulturowe, medialne i społeczne. W praktyce sprowadza się to do utrwalonych wzorów działania, sieci relacji osobowych i zawiązanych porozumień o charakterze interesu między konkretnymi osobami i podmiotami oraz do zakresu zainteresowania mediów konkretnymi przedsięwzięciami, które mogą wzmacniać lub osłabiać wolę przedstawicieli różnych podmiotów do zaangażowania lub nie w konkretne przedsięwzięcia. Media dysponują też swoistym aparatem nacisku (kontroli) różnych podmiotów w kontekście realizacji polityki publicznej w obszarze kultury oraz wydatkowania środków publicznych w kontekście potrzeb artykułowanych przez członków środowisk lokalnych. Dlatego też wyzwaniem w kontekście organizowania współpracy w obszarze kultury w lokalnej przestrzeni jest promocja współpracy, obrazowanie korzyści z niej płynącej oraz uaktywnienie mediów jako sojusznika ale i kontrolera lokalnych inicjatyw.
4. W opiniach 42% badanych istnieją realne bariery we współpracy między podmiotami komercyjnymi, pozarządowymi i publicznymi a ponad 27% respondentów nie potrafi jednoznacznie potwierdzić lub wykluczyć istnienia takich barier/problemów. Oznacza to, że problemy/bariery we współpracy stanowią wyzwanie dla osób zaangażowanych w promowanie i rozwijanie aktywności kulturalnej, jednocześnie wskazując na potencjał, jaki może płynąć z sytuacji, w której bariery te byłyby niwelowane. Bariery we współpracy najczęściej wiązane są postawą biznesu – skoncentrowanego na zysku, nie rozumiejącego lokalnych potrzeb i sytuacji. Jednak takie deklaracje nie są dziwne, zważywszy na udział w badanej próbie podmiotów biznesowych (a przecież raczej rzadko wskazujemy źródło problemów w ramach naszego typu podmiotów). Jednak stosunkowo często wskazywano także na administrację publiczną, jako typ podmiotu, który odpowiada za problemy w lokalnej współpracy. Pogłębienie tego problemu stanowi niewątpliwie wyzwanie badawcze w ramach dalej prowadzonych studiów. Rodzą się tu bowiem pytania, o charakter działań podejmowanych lub nie przez podmioty administracji lokalnej odpowiadające za politykę kulturalną, które to rodzą bariery we współpracy między jednostkami reprezentującymi różne sektory.
5. W raporcie (strony 28-29) wykazano podstawowe problemy wpływające na jakość międzyinstytucjonalnej i międzysektorowej współpracy a przypisane do konkretnych sektorów. To ważny zbiór problemów, które stanowią wyzwanie dla tych, którzy

chcieliby kreować lokalną współpracę na rzecz wartościowej oferty kulturalnej, zgodnej z potrzebami potencjalnych odbiorców. Brak chęci zaangażowania, docenienia wartości oferty kulturalnej i wiedzy o potrzebach mieszkańców w aspekcie kultury właściwe biznesowi, roszczeniowość, słabe zorganizowanie i brak zorientowania na wspólne cele lokalne przy dominacji skoncentrowania na własnych celach przypisywane organizacjom pozarządowym oraz brak długofalowej wizji, strategii, brak zrozumienia potrzeb mieszkańców lokalnych środowisk, przebiurokratyzowanie oraz upolitycznienie decyzji w sferze kultury łączone z podmiotami publicznymi – o to zbiór problemów, z którymi należy się borykać w działaniach skoncentrowanych na uaktywnienie lokalnej współpracy w obszarze kultury.

6. Spośród wspólnych problemów/barier we współpracy (niezależnie od słabości podmiotów konkretnego sektora) najczęściej wskazywano na problemy ekonomiczne (niedostatek środków, nieczytelny podział środków, konkurencja o zasoby finansowe), cechy osobowościowe przedstawicieli konkretnych instytucji (niechęć do współpracy, zderzające się priorytety w polityce kulturalnej), sprzeczne interesy (klientelizm, koleśiostwo, system politycznych zależności, promujący jednych a obniżający rangę działania innych). To zbiór problemów, które należy nagłaśniać tak, aby budować bardziej transparentną politykę kulturalną w przestrzeni lokalnej.
7. Większość podmiotów, która dostrzega realność problemów we współpracy między instytucjami różnych sektorów w przestrzeni lokalnej, dostrzega też konfliktowy charakter tych relacji. Konflikt między podmiotami podejmującymi działania w sferze kultury dotyczy przede wszystkim wizji: jak rozwijać kulturę w przestrzeni lokalnej?, sposobów transferu środków finansowych do konkretnych sektorów i podmiotów oraz przywłaszczania sobie efektów działań przez konkretny podmiot w sytuacjach, kiedy inicjatywy realizowane są we współpracy kilku instytucji. Dwa pierwsze wymiary (podłoża) konfliktu w praktyce mogą sprowadzać się do konkurencji o fundusze – rzeczony spór o wizję rozwoju kultury w praktyce funkcjonowania jednostek terytorialnych często oznacza podważanie kierunków alokacji środków. Konflikt rodzi się wówczas, jeśli nie ma uświadomionej wizji polityki kulturalnej a transfer zasobów finansowych odbywa się według nieprzejrzystych reguł. Wskazane powyżej podłoża lokalnych konfliktów w obszarze kultury obrazują realne problemy rozwoju kultury w konkretnych środowiskach.
8. Ponad 50% przedstawicieli badanych podmiotów albo twierdzi, że nie istnieje lokalna strategia rozwoju kultury lub wskazuje, że nic nie wie o jej istnieniu. Jako, że w badaniu realnie wzięły udział w dominującej większości podmioty, który swoją podstawową działalność wiążą z kulturą, oznacza to, że nie istnieje w ich świadomości wspólna, opracowana lokalnie podstawa działania, która pozwalałaby na określanie własnej aktywności w ramach uświadomionego, pożądanego kierunku rozwoju oferty kulturalnej w przestrzeni lokalnej. Podmioty trudniące się budowaniem oferty kulturalnej po prostu trwają, ale swej działalności (i ewentualnych zmian w zakresie

oferty) nie potrafią lokować w szerszej wizji. To poważny problem w ramach lokalnych polityk publicznych w obszarze kultury.

9. Badane podmioty w swojej bieżącej działalności powszechnie określają cele, które chcą osiągnąć, starają się sprecyzować grupy docelowe własnej aktywności, podejmują aktywność służącą promocji własnych inicjatyw. Jednak według deklaracji przedstawicieli badanych podmiotów, w nielicznych jednostkach podejmuje się rozpoznania konkurentów w zakresie podejmowanej konkretnej aktywności (generowanej oferty), podobnie jak okazjonalnie wskazuje się na rozpoznawanie potencjalnych partnerów w kontekście organizowania i dostarczania konkretnej oferty. A zatem wyraźnym deficytem, który powinien zostać zniwelowany w bieżącej działalności podmiotów oferujących działania w sferze kultury powinna być edukacja w zakresie rozpoznawania konkurencji oraz – a może przede wszystkim – określanie partnerów, którzy mogą pomóc zrealizować dane przedsięwzięcie. To ustalenie pokazuje, że „współdziałanie” powszechnie deklarowane przez respondentów, jako charakterystyka związków lokalnych podmiotów w sferze kultury, w praktyce opiera się na utrwalonych formalnych relacjach. Respondenci powszechnie przyznają bowiem, że nie podejmują się rozpoznawania potencjalnych partnerów w ramach konkretnych działań, które są przez nich podejmowane. W ramach dalszych prac projektowych należy niewątpliwie skoncentrować się na wyposażeniu przedstawicieli wybranych podmiotów w instrumenty skuteczne w określaniu konkurencji i partnerów podejmowanych inicjatyw, co mieści się w schemacie działań marketingowych w realizacji działań prospołecznych wskazanym w koncepcji całego projektu.
10. Co interesujące, ale jednocześnie traktowane tu z dystansem ze względu na udział podmiotów biznesowych w zbadanej próbie, podmioty komercyjne dostrzegają potencjał płynący z zaangażowania w aktywność o charakterze kulturalnym. Według deklaracji wszystkich przedstawicieli tych podmiotów, które wzięły udział w badaniu, może to realnie skutkować promocją marki firm, czy ocieplaniem wizerunku podmiotu. Część przedstawicieli firm wskazywała także na potencjalny pozytywny odbiór takiej aktywności biznesu ze strony ich pracowników, czyli interesariuszy wewnętrznych ich społecznej aktywności. Dlatego też, poprzez odwołanie do takich potencjalnych korzyści, należy prowadzić zintensyfikowane działania skoncentrowane na włączaniu podmiotów komercyjnych do lokalnych konsorcjów budujących ofertę kulturalną. Promocja marki, przyjazny społeczności wizerunek podmiotu oraz pozytywny odbiór takiej aktywności przez pracowników firm stanowią ważne zasoby, które firmy mogą osiągać dzięki zaangażowaniu w kulturę. W staraniach o zaangażowanie biznesu w sferę kultury można się do tego odwoływać.
11. W raporcie zobrazowano podstawowe zasoby, którymi w opiniach przedstawicieli badanych podmiotów dysponują „reprezentanci” konkretnych sektorów. Informacje te są niezwykle istotne, ponieważ obrazują zarówno wiedzę płynącą z doświadczeń, która determinuje konkretne działania wobec podmiotów reprezentujących inne sektory w praktyce działalności podmiotów, ale także i uprzedzenia, które mogą mieć przemożne znaczenie w ramach tejże aktywności. I tak, biznesowi przedstawiciele

innych sektorów nie są w stanie przypisać zasobów, które można wykorzystać w ramach działań w sferze kultury. Dodatkowo, już sam fakt zaangażowania biznesu w tego typu działania uznaje się za zasobów sam w sobie. To znamieną informacją, która znajduje potwierdzenie w innych projektach¹ - biznes nie jest postrzegany jako partner. Podmioty publiczne i pozarządowe nie są w stanie artykułować korzyści innych niż komercyjne, które podmioty biznesowe mogą osiągać dzięki wspólnym działaniom w sferze kultury. Jak wcześniej zostało wskazane, takie korzyści można obrazować przy uwspólnianiu strategii działania. Z kolei organizacje pozarządowe, w opinii biznesu i podmiotów publicznych, dysponują zarówno wiedzą o lokalnych potrzebach kulturalnych, jak i generują ciekawą ofertę. Sektorowi publicznemu przypisuje się sprawstwo w zakresie organizacji i koordynacji działań w sferze kultury. Widzimy zatem wyraźnie, że poza brakiem dostrzegania potencjału biznesu w kontekście lokalnych działań kulturalnych (ale po części przeczy temu deklaracja, że sam fakt zaangażowania biznesu jest już jego zasobem, co każe ten wątek rozwijać w dalszych studiach) generalnie utrwalone są wizje zasobów (czytelnych) podmiotów pozarządowych i publicznych. Zasoby te, co istotne, zająają się, co z kolei wpisuje się znakomicie w założenia realizowanego projektu, który skutkować ma przygotowaniem oferty instrumentów, narzędzi dla podmiotów trudniących się ofertą kulturalną, dla skutecznego budowania warunków do zaistnienia międzyinstytucjonalnej i międzysektorowej współpracy, w oparciu o istniejące zasoby. Badanie pokazuje, że jest taka potrzeba, są ku temu podstawy, choć czytelne i dolegliwe są także zdiagnozowane bariery.

¹ Przykładowo w ramach „Toruńskiego Programu Współpracy”, który skutkowało opracowaniem programu projektującego relacje między Gminą Miasta Torunia a podmiotami ekonomii społecznej, eksperci będący przedstawicielami organizacji pozarządowych nie potrafili dostrzec możliwości wchodzenia w alianse z biznesem w ramach celów, które starają się realizować. Biznes nie jest postrzegany jako potencjalny partner przez wiele podmiotów publicznych i pozarządowych, co niewątpliwie wymaga zmiany, biorąc pod uwagę np. inicjatywy z jakimi podmioty komercyjne wychodzą do środowiska lokalnego w realizacji założeń. Tzw. społecznej odpowiedzialności.