



Dział Badań i Analiz NCK

**1
/
2018**

**NOWOŚCI
BADAWCZE
NCK**

styczeń – marzec 2018

**1
/
2018**

**NOWOŚCI
BADAWCZE
NCK**

1.	Z PROGRAMU BADAWCZEGO NCK	4
•	Świętowanie niepodległości 11 listopada 2017 roku oprac. Marlena Modzelewska i Zuzanna Maciejczak	5
•	Postawy Polaków związane z językiem polskim. Komunikat z badania ilościowego oprac. dr Małgorzata Retko-Bernatowicz	8
2.	NOWY SŁOWNIK POLITYKI KULTURALNEJ oprac. Aleksandra Wiśniewska	12
•	Wartość kulturowa	13
3.	POLSKIE RAPORTY oprac. Natalia Szeligowska	16
•	Archiwistyka społeczna. Diagnoza i wyzwania	17
•	Branża modowa – znaczenie gospodarcze, analiza czynników sukcesu i dalszych możliwości	19
•	Rynek książki w Polsce 2017 – dystrybucja	21
•	Rynek książki w Polsce 2017 – wydawnictwa	22
•	Kompetencje kulturowe rodziców a uczestnictwo w kulturze dzieci. Studium przypadku na przykładzie Przasnysza	24
•	Krakowskie festiwale muzyczne a potencjał kreatywny i gospodarczy miasta. Raport z badań	25
•	Wpływ lubelskich festiwali plenerowych na rozwój gospodarczy i społeczny miasta	28
•	Kultura, biznes, aplikacje – historia sukcesu polskich aplikacji i gier mobilnych	30
•	Sukces w zawodzie projektanta wzornictwa przemysłowego: czynniki i mechanizmy wpływające na efektywną współpracę między projektantami i przedsiębiorcami wdrażającymi nowe produkty na rynek oraz kształtujące rozwój kariery zawodowej projektanta	31
•	Zaprojektowane w Polsce. Analiza potencjału ekonomicznego polskiego rynku wzornictwa	32
•	Ocena użyteczności programu „Dobry Wzór” w promowaniu przez przedsiębiorców swoich projektów, produktów i firm	34
•	Modele orkiestr polskich	36
•	Publiczność muzeów w Polsce. Badanie pilotażowe. Raport	37

4.	DZIEDZICTWO I PAMIĘĆ	38
	oprac. Wojciech Głowacki	
•	Europejski Rok Dziedzictwa Kulturowego	39
•	Eurobarometr 466	40
•	Raport o stanie zachowania zabytków nieruchomych w Polsce	42
•	Nowe wpisy na listę dziedzictwa niematerialnego UNESCO	44
•	Muzea w 2016 roku	45
•	Po co kolekcjonować?	46
•	Najpopularniejsze w sieci muzeum	47
5.	ZAGRANICZNE RAPORTY	48
	oprac. Jerzy Pawlik	
•	Dostęp do kultury w Unii Europejskiej	49
•	Prze-kształcanie polityk kulturowych. Monitorowanie funkcjonowania <i>Konwencji w sprawie ochrony i promowania różnorodności form wyrazu kulturowego</i>	51
•	Raport podsumowujący rok 2017 w muzyce	54
•	Kultura cyfrowa 2017	56
•	Polityka równouprawnienia płci w sztuce, kulturze i mediach. Perspektywa porównawcza	58
•	Co wpływa na dobre samopoczucie? Systematyczny przegląd efektów muzyki i śpiewu dla dobrostanu dorosłych	61
•	Rodzący się kapitał kulturowy w mieście – spojrzenie na Londyn i Brukselę	62
6.	ARTYKUŁY NAUKOWE	64
	oprac. Aleksandra Wiśniewska	
•	Rynek pracy artystów	65
•	Wartości kultury	69

1.

Z PROGRAMU BADAWCZEGO NCK

ŚWIĘTOWANIE NIEPODLEGŁOŚCI 11 LISTOPADA 2017 ROKU

Autorzy raportu: Marlena Modzelewska, Zuzanna Maciejczak, dr Tomasz Kukołowicz,

dr hab. Rafał Wiśniewski, prof. UKSW

Konsultacja ekspercka: dr Marcin Zarzecki (UKSW)

Realizacja sondażu: GfK Polonia

Rok 2018 to setna rocznica odzyskania przez Polskę niepodległości. W ramach tegorocznych obchodów organizowane są liczne przedsięwzięcia, których punktem kulminacyjnym będzie uczczenie daty rocznicy tego wydarzenia. W 2017 roku mieliśmy ostatnią okazję, aby, zanim to nastąpi, poznać wiedzę i opinie Polaków o Święcie Niepodległości bezpośrednio po dniu 11 listopada. W związku z tym Narodowe Centrum Kultury zrealizowało badanie, którego wyniki zostały opublikowane w raporcie „Świętowanie niepodległości 11 listopada 2017 roku”.

W pierwszej części badania (jakościowej) zrealizowaliśmy 6 zogniskowanych wywiadów grupowych (FGI) w dwóch miastach – Warszawie i średnim mieście (ok. 50 tys. mieszkańców). Grupy różniły się między sobą ze względu na wiek oraz stopień uczestnictwa w obchodach świąt państwowych. Kluczowym etapem badania był sondaż zrealizowany na próbie 1 tys. Polaków w wieku 15+ w dniach 13–16 listopada 2017 roku przez firmę GfK Polonia.

Jak wskazują wyniki sondażu, aż 98% Polaków wie, że 11 listopada obchodzone jest Święto Niepodległości (liczba poprawnych odpowiedzi udzielanych spontanicznie). Dla 62% badanych 11 listopada 2017 roku był dniem wyjątkowym. Osoby te najczęściej uzasadniały „wyjątkowość” w następujący sposób: „bo to był ważny dzień w historii Polski / ważne święto” (38%), „bo czuję się częścią wspólnoty narodowej” (14%), „bo spędziłem czas z bliskimi/rodziną” (9%).

Święto Niepodległości nosi znamiona uroczystości wspólnototwórczej. Partycypacja w obchodach częściej odbywa się na poziomie wspólnych interakcji rodzinnych lub towarzyskich niż indywidualnych aktów uczestnictwa. Wśród uczestników obchodów lub wydarzeń publicznych 87% osób zadeklarowało, że brało w nich udział z rodziną i/lub znajomymi, a tylko 13% indywidualnie.

Realizacja sondażu tuż po 11 listopada dała wyjątkową możliwość pytania Polaków o to, jak spędzali ten dzień, gdy wciąż łatwo było im wrócić do

niego pamięcią. Przeprowadzenie badania w tym terminie miało na celu uzyskanie możliwie wiarygodnych informacji. Spytałismy respondentów o czynności, które różniły dzień 11 listopada 2017 roku od typowego dnia (czynności niecodzienne) oraz te związane ze spędzaniem wolnego czasu. Polacy najczęściej wskazywali na relacje z bliskimi (spędzanie czasu z rodziną/znajomymi – 53%). Duża grupa respondentów jako aktywność wyróżniającą dzień 11 listopada 2017 roku wskazała udział w mszy świętej lub innych praktykach religijnych (18%). 14% Polaków jako czynność wyróżniającą 11 listopada 2017 roku wymieniło udział w obchodach lub wydarzeniach publicznych. Najpopularniejsze ich formy to marsz (38% uczestniczących w wydarzeniach publicznych) oraz koncert (18% uczestniczących w wydarzeniach publicznych).

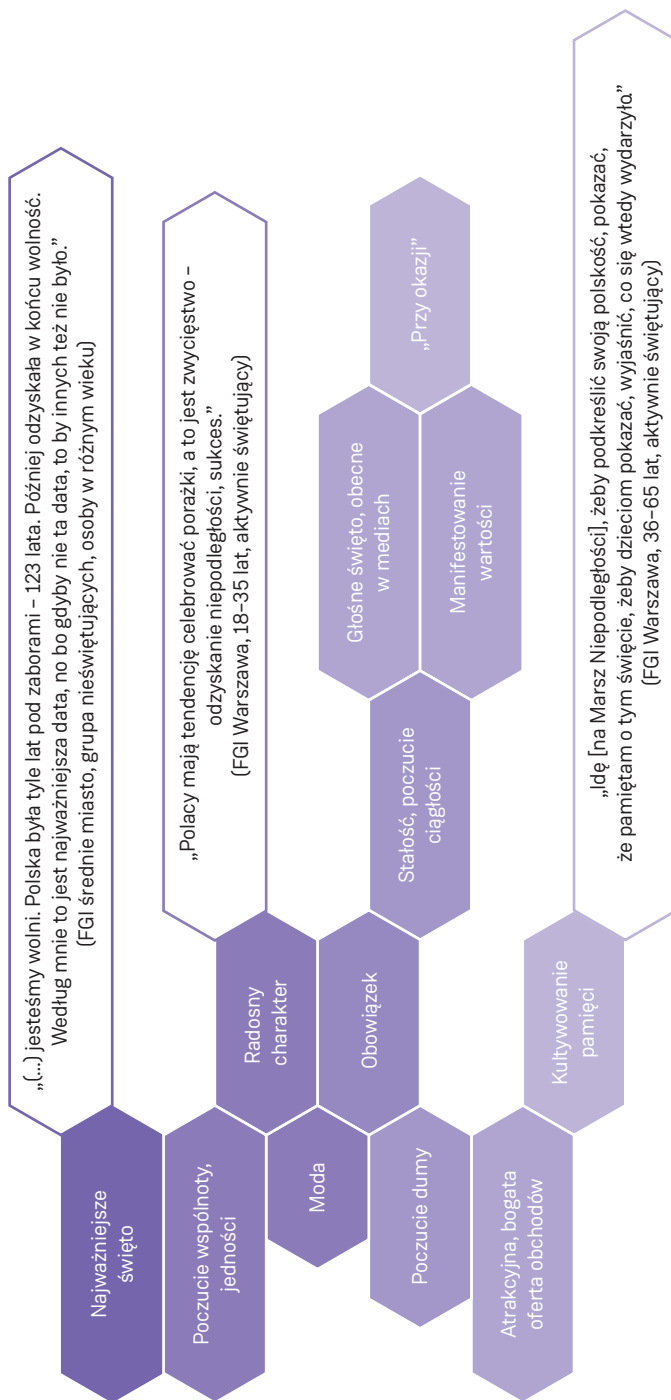
Deklarowane podczas dyskusji grupowych powody, dla których Polacy biorą udział w obchodach Święta Niepodległości, to przede wszystkim: przekonanie o wadze święta i wydarzenia, które ono upamiętnia, poszukiwanie poczucia wspólnoty, jedności i dumy, radosny charakter święta (co odróżnia je od wielu innych upamiętnianych wydarzeń z historii Polski). Do udziału w obchodach zniechęcają głównie: podziały społeczne uwidaczniające się tego dnia, upolitycznienie, obawa o bezpieczeństwo swoich bliskich oraz... pogoda.

Ponad połowa Polaków (57%) deklaruje chęć wzięcia udziału w tego-rocznych obchodach Święta Niepodległości.

CZYNNOŚCI NIECODZIENNE ORAZ ZWIĄZANE ZE SPĘDZANIEM CZASU WOLNEGO 11 LISTOPADA 2017 ROKU



CO ZACHĘCA DO UDZIAŁU W OBCHODACH?



POSTAWY POLAKÓW ZWIĄZANE Z JĘZYKIEM POLSKIM. KOMUNIKAT Z BADANIA ILOŚCIOWEGO

Organizator badania: Narodowe Centrum Kultury

Założenia badawcze: Tomasz Dulinicz, Marta Rosołowska (Smartscope)

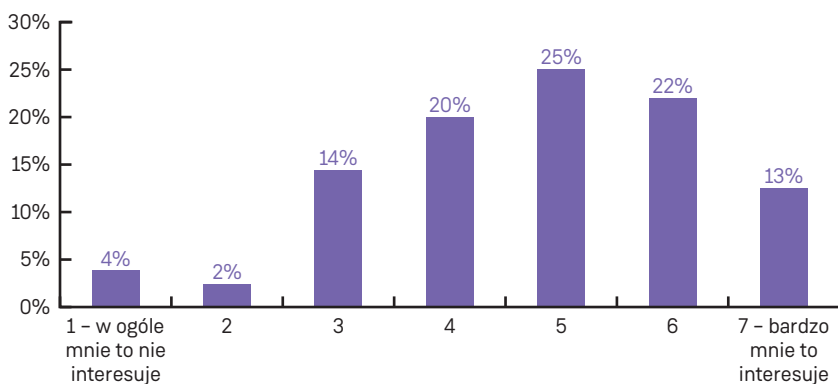
dr Małgorzata Retko-Bernatowicz (NCK)

Realizator badania: Smartscope

Autorzy raportu: Marta Rosołowska, Tomasz Dulinicz, Urszula Jankowska (Smartscope)

Ponad połowa Polaków deklaruje zainteresowanie zagadnieniami związanymi z poprawną polszczyzną i językiem polskim. Tak wynika z badań zrealizowanych na zlecenie Narodowego Centrum Kultury techniką CAWI w grudniu 2017 r. na reprezentatywnej próbie dorosłych Polaków (15+) N=504¹. Zainteresowanie zagadnieniami językowymi wykazują częściej: osoby deklarujące posługiwanie się poprawną polszczyzną (69%), osoby najstarsze 65+ (95%), osoby z wykształceniem średnim (68%) i wyższym (82%), z największych miast powyżej 200 tys. mieszkańców (76%).

JAK OKREŚLIŁBYŚ SWOJE ZAINTERESOWANIE TEMATEM POPRAWNEJ
POLSZCZYZNY I ZAGADNIENIŹ ZWIĄZANYCH Z JĘZYKIEM POLSKIM? (N=504)



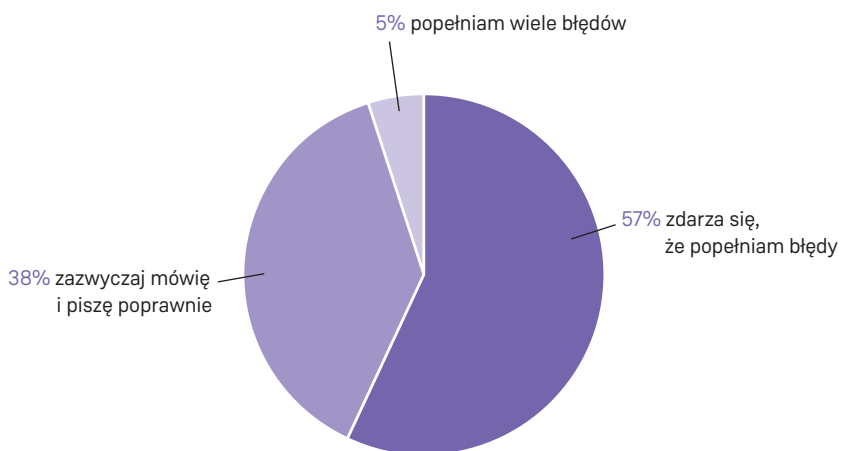
¹ Narodowe Centrum Kultury od 2012 r. realizuje kampanię społeczną „Ojczysty – dodaj do ulubionych”. Badanie składało się z kilku części i miało na celu przede wszystkim ocenę zasięgu i atrakcyjności przekazów kampanii, scharakteryzowanie jej odbiorców oraz wypracowanie pomysłów na kolejne działania podnoszące świadomość językową Polaków.

Osoby deklarujące zainteresowanie językiem najczęściej zainteresowane są kwestiami poprawności języka: ortografią, poprawną wymową, unikaniem zapożyczeń. Zainteresowania związane z rozwijaniem wiedzy o języku lub poszerzaniem słownictwa były znacznie rzadziej wymieniane przez badanych.

Zagadnienia językowe jako przedmiot zainteresowań ustępują pola innym, znacznie bardziej powszechnym zainteresowaniom, takim jak: kino, filmy, seriale (56%), muzyka (52%) lub gotowanie (49%). Interesowanie się zagadnieniami językowymi (12%) w zestawieniu z innymi zajęciami jest w całej populacji rzadkie. Z pokrewnych dziedzin Polacy znacznie częściej deklarują zainteresowanie literaturą (40%), poznawaniem innych kultur (31%) lub kulturą i sztuką (24%). Zagadnienia językowe częściej interesują osoby z wyższym wykształceniem (15%), osoby z miast 100–200 tys. mieszkańców (29%) oraz osoby zajmujące się domem / wychowaniem dzieci (25%).

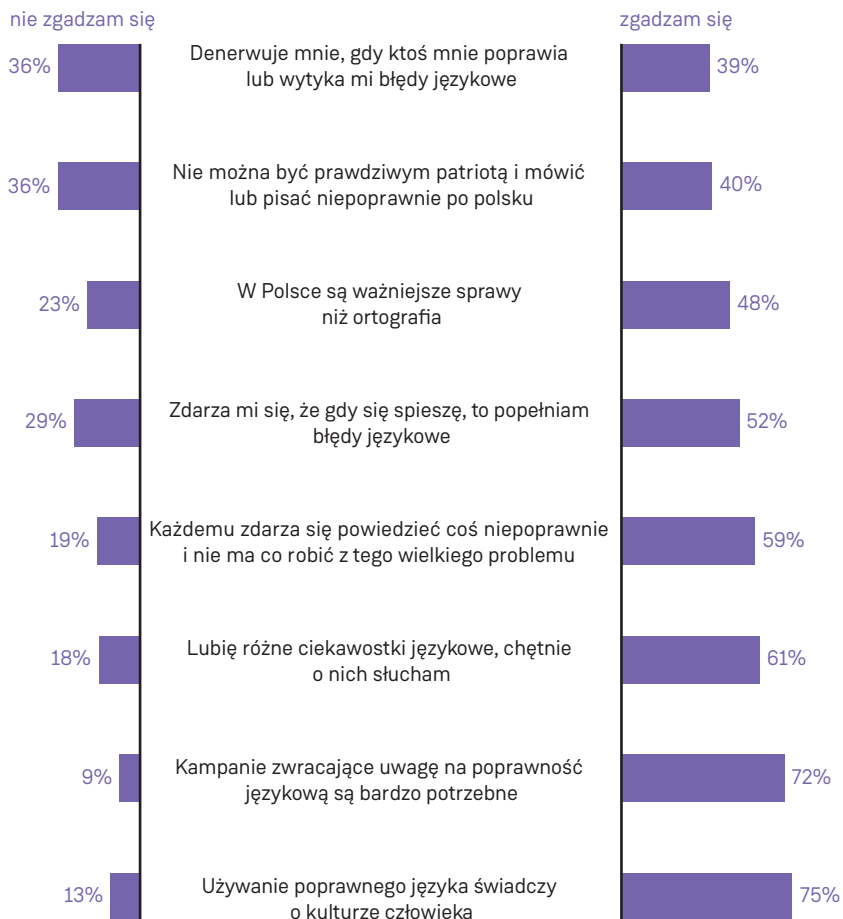
Większość Polaków (57%) przyznaje, że zdarza im się popełniać błędy. Częściej do popełniania czasem błędów przyznają się: osoby w wieku 35–44 lata (69%), osoby z Regionu Wschodniego (79%), z dziećmi poniżej 18 r.ż. (64%), mające w domu mniej książek (np. 61–80 książek: 85%). Istotnie częściej o poprawności swojej polszczyzny są przekonane osoby z wykształceniem wyższym (59%) oraz osoby, których rodzice mają wykształcenie wyższe (46%), a także osoby bez dzieci poniżej 18 r.ż. (43%).

KTÓRE Z PONIŻSZYCH ZDAŃ NAJLEPIEJ OPISUJE TO, JAK TY POSŁUGUJESZ SIĘ POLSZCZYZNĄ? (N=504)



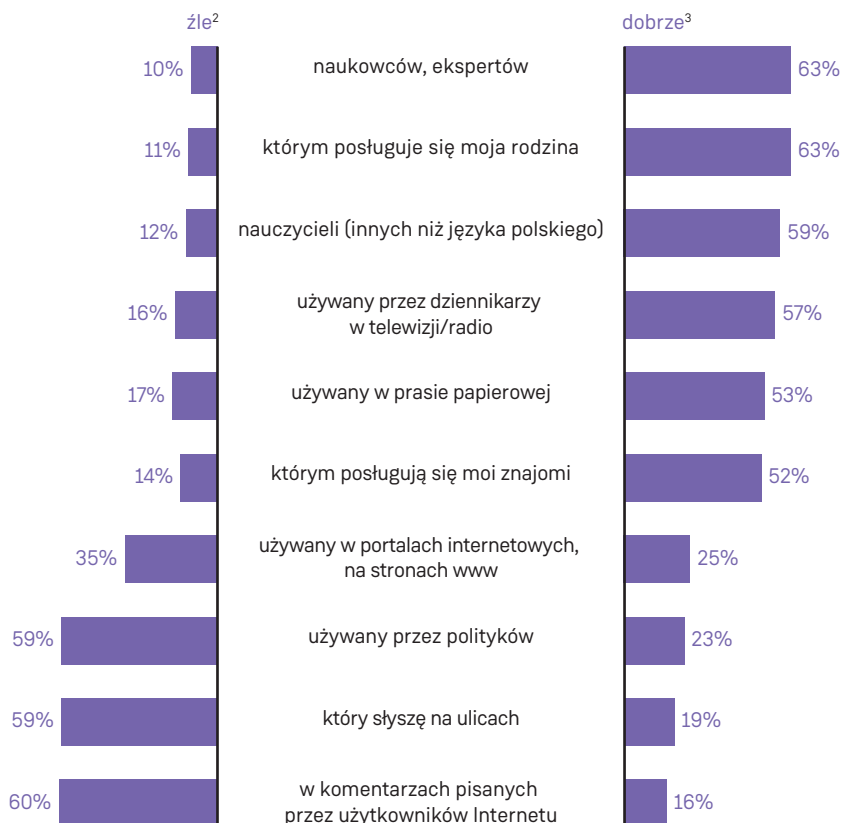
Poprawność językowa jest kojarzona przez Polaków z kulturą człowieka, a kampanie edukacyjne związane z poprawnością oceniane są jako bardzo potrzebne. Równocześnie Polacy nie lubią być poprawiani i uważają, że nie należy koncentrować się na jednostkowych błędach językowych.

KTÓRE Z PONIŻSZYCH POSTAW SĄ CI BLISKIE? ZAZNACZ, W JAKIM STOPNIU ZGADZASZ SIĘ Z DANĄ OPINIĄ, KORZYSTAJĄC ZE SKALI, GDZIE 1 – ZDECYDOWANIE SIĘ NIE ZGADZAM, A 7 – ZDECYDOWANIE SIĘ ZGADZAM. (N=504)



Polacy najlepiej oceniają język naukowców, własnej rodziny, nauczycieli, dziennikarzy mediów tradycyjnych oraz znajomych. Najgorzej oceniamy język ulicy, Internetu i polityków.

JAK OCENIASZ POPRAWNOŚĆ JĘZYKA W NASTĘPUJĄCYCH SFERACH?
W SVOJEJ OCENIE POSŁUŻ SIĘ SKALĄ, W KTÓREJ 1 OZNACZA NAGANNY
POZIOM POPRAWNOŚCI JĘZYKOWEJ, A 7 – POZIOM WZORCOWY. (N=504)



Najczęściej dostrzegane błędy to błędy fonetyczne (19%), ortograficzne i interpunkcyjne (17%), przekleństwa (15%) oraz spolszczenia angielskich wyrazów (10%)⁴.

² Suma odpowiedzi 1, 2 i 3.

³ Suma odpowiedzi 5, 6 i 7.

⁴ Treść pytania otwartego: „Nie zawsze język, którym się posługujemy, można nazwać poprawnym. Zdarza się, że niektórzy popełniają błędy albo mówią lub piszą w sposób, który warto by było zmienić. Jakie problemy dotyczące języka, którym posługujemy się na co dzień Ty najczęściej dostrzegasz?”. N=504.

2.

**NOWY SŁOWNIK
POLITYKI
KULTURALNEJ**

WARTOŚĆ KULTUROWA

„Myślenie o kulturze sprowadza się do myślenia o wartości” – twierdzi David Throsby, jeden z prekursorów ekonomii kultury i jednocześnie ekonomista niezwykle ostrożny w orzekaniu o wartości kultury. Kultura jest sferą produkcji wartości, ale jest też przedmiotem wartościowania – sama ma jakąś wartość. Ostatnie kilkadziesiąt lat rozwoju ekonomii kultury to próby precyzyjnego stwierdzenia, gdzie znajduje się granica mierzalnego – ile w kulturze jesteśmy w stanie zmierzyć (co ekonomista nazwie wartością ekonomiczną), a ile się nam wymyka. „Wartość kulturowa” weszła do języka ekonomii kultury i polityki kulturalnej jako słowo-wytrych, niezbędne, by naukowiec zatrzymał się w pół kroku przed triumfalnym ogłoszeniem społeczeństwu, ile warta jest kultura. Bo zawsze pozostaje to, co niemierzalne, dla czego nie mamy lepszego określenia niż właśnie „wartość kulturowa”. To słowo ratuje nas przed totalną ekonomizacją języka opisu kultury. Sugeruje co prawda, że nawet to, co niemierzalne, potencjalnie ma wartość, pozostawia naukowca z nadzieją na lepsze metody badawcze, które pozwolą ją uchwycić. Ale jest jasnym komunikatem: do zrozumienia (i policzenia) wartości kultury możemy się tylko zbliżać, to, co wyliczymy, zawsze jest niedoszacowane. Nie wiemy, jak duże jest to niedoszacowanie.

Nie podając definicji wartości kulturowej, Throsby rozkłada ją na czynniki pierwsze. Jako przejawy czy składowe wartości kulturowej wskazuje:

- wartość estetyczną – wartość obiektu kultury związaną z cechami estetycznymi dzieła (w zależności od przyjętej estetyki te cechy mogą być różne, np. harmonia),
- wartość duchową – związaną z wartością, jaką dzieło ma dla wyznawców określonej wiary, ale też osób dzielących wspólne przekonania na gruncie świeckim,
- wartość społeczną – wynikającą z tego, że obcowanie z dziełem daje poczucie bliskości z innymi ludźmi, tożsamości i identyfikacji z miejscem zamieszkania,
- wartość historyczną – sposób, w jaki dzieło odzwierciedla charakter epoki, z której pochodzi, i buduje poczucie ciągłości między przeszłością a teraźniejszością (więcej o wartości historycznej w epoce rozwoju nowoczesnych technologii w rozdziale poświęconym zagranicznym artykułom naukowym),

- wartość symboliczną – gdy dzieło jest nośnikiem sensów, które odbieramy w procesie interpretacji,
- wartość autentyczności – cenimy to, co oryginalne i unikatowe.

Tę listę można oczywiście rozbudowywać.

Pojęcie wartości kulturowej jest ściśle związane z praktyką ewaluacji polityk kulturalnych, a zatem także uzasadniania publicznego finansowania kultury. Nawet jeżeli samo słowo pozwala pozostawić otwarte wszelkie ekonomiczne wyliczenia wartości kultury, to jednak posługiwanie się nim jasno kieruje ku utylitarnemu i instrumentalnemu postrzeganiu kultury. Od lat dziewięćdziesiątych XX w., zwłaszcza w krajach anglosaskich, popularne jest uzasadnianie publicznego finansowania kultury jej rzekomą siłą wywoływania głębokich zmian w ludziach, szczególnie w tzw. grupach zagrożonych wykluczeniem społecznym. W ostatnich latach to podejście jest coraz silniej krytykowane. W przeglądzie zagranicznych artykułów naukowych z ostatniego kwartału opisujemy dwie publikacje dotyczące tego problemu. Z jednej strony autorzy dowodzą, że wciąż nie wiemy, co to jest „wartość kulturowa”, wiemy natomiast, że wiąże się ona silnie z ekonomizacją sfery kultury, a nieustanne używanie tego terminu jest wynikiem coraz silniejszego przywiązania naukowców do metod ilościowych. Z drugiej strony prezentujemy też próbę przywrócenia tego pojęcia antropologii i innym naukom humanistycznym. Dlaczego bowiem o wartości kulturowej mieliby mówić tylko ekonomiści? Przecież pod pojęciem wartości kulturowej kryją się takie sposoby doświadczania kultury (raczej uczucia jej niż kalkulowania), które możemy odkrywać raczej dzięki rozmowie z drugim człowiekiem i przyglądaniu się indywidualnym sposobom recepcji kultury niż poprzez „mędrca szkiełko i oko”.

ŹRÓDŁA:

- Belfiore E., Bennett O., *Beyond the „Toolkit Approach”: Arts Impact Evaluation Research and the Realities of Cultural Policy-Making*, „Journal for Cultural Research” 2010, nr 14 (2).
- Oancea A., Florez-Petour T., Atkinson J., *The ecologies and economy of cultural value from research*, „International Journal of Cultural Policy” 2018, nr 24 (1).
- Throsby D., *Ekonomia i kultura*, NCK, Warszawa 2010.
- Walmsley B., *Deep hanging out in the arts: an anthropological approach to capturing cultural value*, „International Journal of Cultural Policy” 2018, nr 24 (2).

3.



POLSKIE RAPORTY



ARCHIWISTYKA SPOŁECZNA. DIAGNOZA I WYZWANIA

Fundacja Ośrodka KARTA

Raport powstał w ramach zadania zleconego przez Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego w priorytecie „Obserwatorium Kultury”. Opisuje zjawisko archiwistyki społecznej oraz obecność tematyki archiwów społecznych w nauce i dydaktyce, a także kwestie zagrożonych zbiorów społecznych. Na podstawie wywiadów z przedstawicielami wybranych archiwów społecznych autorzy raportu wskazują czynniki sprzyjające rozwojowi archiwów. Na bazie raportu oraz przeprowadzonych dotychczas badań zwracają uwagę na wyzwania stojące przed archiwami społecznymi, których głównym celem jest przechowywanie i zabezpieczanie materiałów archiwalnych oraz integrowanie społeczności wokół historii i bezpośrednich świadectw. Do wyzwań tych należą m.in.:

- rozpowszechnianie gromadzonych zasobów, w tym: dokumentów, fotografii, dźwięków, relacji i filmów, w atrakcyjnej formie,
- integrowanie wiedzy o prowadzonych działaniach na jednej platformie branżowej (www.archiwa.org),
- podejmowanie współpracy ze specjalistami z innych dziedzin,
- szersze stosowanie zasad wolnych licencji i otwartych zasobów edukacyjnych,
- dalsza profesjonalizacja i podnoszenie kompetencji osób działających i pracujących zawodowo w archiwach społecznych,
- rozbudowa sieci archiwów,
- promocja zasad ich funkcjonowania,
- wdrażanie przyjętych na I Kongresie Archiwów Społecznych standardów archiwów społecznych – Karty Zasad Archiwum Społecznego.

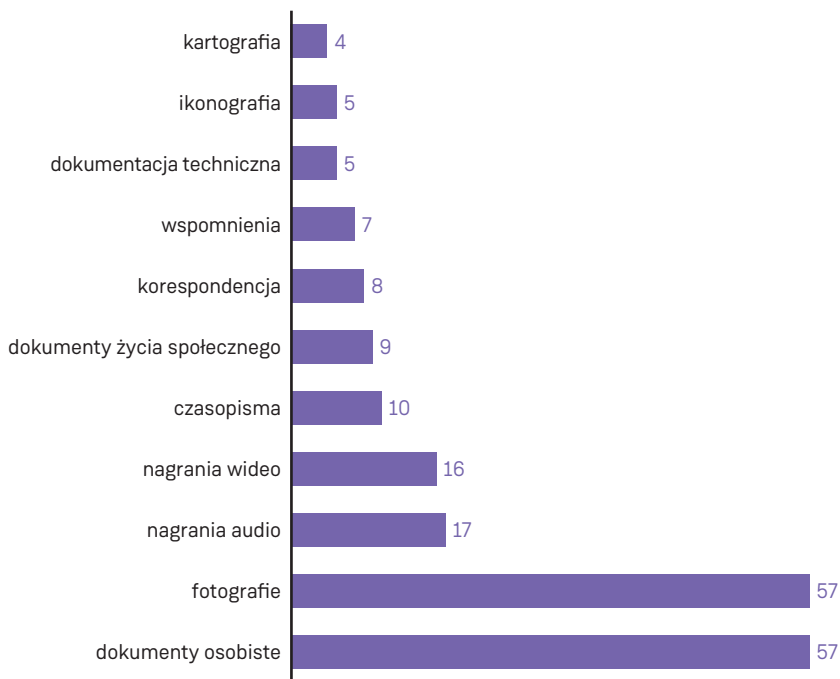
Autorzy raportu wskazują przede wszystkim na to, że dalszy rozwój archiwistyki społecznej nie będzie możliwy bez wprowadzenia pewnych zmian. Niezbędne ich zdaniem jest zatem prowadzenie prac nad uwzględnieniem archiwistyki społecznej w nowej ustawie archiwalnej oraz ustalenie zasad współpracy organów państwowej służby archiwalnej z archiwami społecznymi, które służyć będą stworzeniu rzeczywistej ewidencji zasobów archiwalnych organizacji pozarządowych.

Organizacje pozarządowe, które udzieliły odpowiedzi na pytania zawarte w ankiecie, bez problemu podawały tematykę swoich zbiorów: 30 (z 70) organizacji gromadzi zbiory związane z historią swojej organizacji, 23 – zbiory o tematyce lokalnej, zaledwie 2 organizacje zajmują się historią osoby – jej życia zawodowego i prywatnego (działacze opozycyjni, artyści), 3 – historią kolei, 4 dokumentują życie i działalność jednej z mniejszości narodowych w Polsce. Pozostałe organizacje gromadzą materiały dotyczące historii teatru, sportu, nauki i techniki. Organizacje opisywały także typy gromadzonych przez siebie materiałów archiwalnych. Większość z nich gromadzi dokumenty – 57 (z 70), fotografie – również 57. Co czwarta organizacja deklaruje, że posiada w zbiorach nagrania audio lub wideo.

W zbiorach zagrożonych można znaleźć również: wspomnienia, korespondencję, pocztówki, dokumentację techniczną, dokumenty życia społecznego, mapy, kroniki, materiały o charakterze bibliotecznym czy muzealnym.

Fundacja Ośrodka KARTA od 2012 roku ewidencjonuje polskie archiwa społeczne w ogólnodostępnej bazie, opublikowanej na stronie www.archiwa.org.

ORGANIZACJE POZARZĄDOWE GROMADZĄCE DANY TYP MATERIAŁÓW ARCHIWALNYCH (LICZBOWO)





BRANŻA MODOWA – ZNACZENIE GOSPODARCZE, ANALIZA CZYNNIKÓW SUKCESU I DALESZYCH MOŻLIWOŚCI

Centralne Muzeum Włókiennictwa w Łodzi oraz Biuro Badań Społecznych Question Mark

Raport stanowi opracowanie realizowanych na zlecenie Centralnego Muzeum Włókiennictwa w Łodzi ogólnopolskich badań ilościowo-jakościowych. Celem projektu dofinansowanego ze środków Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego w ramach programu „Rozwój Sektorów Kreatywnych” oraz ze środków Miasta Łodzi była diagnoza polskiego rynku modowego i jego potencjału ekonomiczno-społecznego. Badanie jakościowe zrealizowane z projektantami (przedstawicielami trzech sektorów: *basic*, *premium* oraz marki luksusowe) umożliwiło m.in. określenie profilu przedsiębiorstwa kreatywnego w branży modowej oraz poznanie profilu klienta z perspektywy przedsiębiorców, a także ocenę sytuacji rodzimego rynku.

Kwestionariusz do badania ilościowego został przygotowany dla klientów polskich marek. Pytania miały na celu poznanie ich motywów zakupowych i preferencji. Badania ilościowe zostały przeprowadzone dwiema metodami: metodą PAPI – indywidualnych, przeprowadzanych bezpośrednio z respondentami wywiadów kwestionariuszowych, oraz za pomocą ankiet do samodzielnego wypełniania przez respondentów drogą internetową. W ramach badania zastosowano również metodę obserwacji wraz z analizą wizualną (obserwacje miały charakter zewnętrzny, nieuczestniczący – badani nie wiedzieli, że są obserwowani). Obserwacji pod kątem stylistyki, asortymentu, obsługi, profilu, atrakcyjności i profesjonalizmu świadczonych usług zostały poddane butik modowe. Analiza wizualna bazowała na fotografiach wykonywanych według ustalonego wzoru.

Badani odpowiedzieli m.in. na pytanie, w czym przejawia się ich zainteresowanie modą. Zdecydowana większość ankietowanych przede wszystkim śledzi strony internetowe oraz profile na portalach społecznościowych poświęcone modzie – 79,7%. Ponad połowa śledzi blogi internetowe – 53,5% oraz ogląda programy lub filmy poświęcone modzie – 52,9%. Duża część respondentów przyznała, że ich zainteresowanie modą przejawia się

poprzez czytania prasy modowej – 44,4%, kupowanie rzeczy od projektantów mody – 43,9% i uczestniczenie w wydarzeniach modowych – 31%.

Polski rynek odzieżowy to jedna z najprężniej rozwijających się w naszym kraju branż, a projektowanie mody to obecnie jedna z głównych najlepiej rozwijających się gałęzi sektorów kreatywnych. Ubrania od projektantów znajdują coraz więcej entuzjastek i entuzjastów w polskim społeczeństwie. Sklepy polskich projektantów otwierają się w centrach handlowych i na głównych ulicach miast, a polska moda dociera do stolic mody za granicą.

RYNEK KSIĄŻKI W POLSCE 2017 – DYSTRYBUCJA

Łukasz Gołębiewski, Paweł Waszczyk – Biblioteka Analiz

Znaczący wpływ na ceny książek ma obecnie ogólnorynkowa tendencja wyprzedaży, często także oferty premierowej, a nawet – bestsellerowej. Na skalowanie optymalnej marży własnej pozwala wydawcom m.in. zawyżanie cen. Długoterminowa oraz zbyt agresywna polityka rabatowa naraża na poważne zagrożenia także finanse firm hurtowych.

Poza ogólną charakterystyką rynku książki w Polsce w raporcie Biblioteki Analiz odnajdziemy np. przegląd najważniejszych hurtowni książkowych (jednym z kryteriów doboru był zrealizowany przez nie w 2016 roku obrót). W przypadku wszystkich firm autorzy raportu podają łączny przychód – uwzględniający zarówno sprzedaż hurtową, jak i detaliczną książek. Firmy, w których dominuje w przychodach sprzedaż detaliczna (Matras, Nova Duo) zostały szczegółowo omówione w rozdziale dotyczącym księgarstwa.

Szczególnie ciekawa jest część raportu poświęcona wtórnemu rynkowi książki, który w znacznej mierze wymyka się branżowym analizom statystycznym. Choć w walce o utrzymanie przychodów sięga również po księgarskie nowości, funkcjonuje na marginesie obrotu książkowego.

„Jeżeli traktujemy to czysto biznesowo, to niewątpliwie w Polsce nie ma osoby, która na tym potrafiłaby zarobić. Wynika to ze specyfiki rynku antykwarycznego, który jest słabiutki. Można nawet powiedzieć, że cały czas jest w powijakach, a do tego występuje ogromne rozdrobnienie firm działających na tym rynku. Są to małe podmioty o niewielkim kapitale, albo nawet bez kapitału! Powoduje to, że wszyscy działamy raczej na granicy opłacalności niż po stronie zysku” – Waldemar Szatanek, współwłaściciel grupy antykwariatów „Książka dla każdego”.

Autorzy raportu zwracają uwagę na to, że rynkowa rzeczywistość powoduje, iż największym obecnie antykwariatem w Polsce jest platforma internetowa Allegro.pl, gdzie można kupić niemal każdą książkę, nie chodzi tu wyłącznie o publikacje polskojęzyczne. Aż 31% książek sprzedanych za pośrednictwem platformy stanowiły publikacje używane.

RYNEK KSIĄŻKI W POLSCE 2017 – WYDAWNICTWA

Biblioteka Analiz

Łączny nakład opublikowanych w 2016 roku książek wyniósł 94,2 mln egzemplarzy. Był zatem niższy o 3,6% niż w 2015 roku, kiedy to wyprodukowano 97,7 mln egzemplarzy. Wynik 2016 roku to jednocześnie najniższy łączny nakład od lat. Średni nakład natomiast jeszcze nigdy nie był tak niski.

Autorzy raportu wskazują na brak jednej ogólnopolskiej, rzetelnej i opartej na wynikach sprzedaży listy bestsellerowych tytułów, stanowiącej jedną z głównych bolączek polskiego rynku wydawniczego. Dostępne są jedynie zbiorcze zestawienia miesięczne prezentujące najlepiej sprzedające się tytuły w poszczególnych kanałach sprzedaży, w tym w sieciach księgarskich, niezależnych księgarniach stacjonarnych czy księgarniach internetowych. Popularnością wśród wydawców cieszą się zestawienia sprzedażowe, opracowywane na podstawie danych z sieci punktów sprzedaży detalicznej, analizowanych przez firmę GfK Polonia.

Listy bestsellerów stanowią istotne narzędzie analizy rynkowych trendów i są podstawą do kreowania własnej polityki ofertowej, marketingowej i promocyjnej. Analiza porównawcza różnych list bestsellerów pozwala na określenie specyfiki poszczególnych kanałów i podmiotów sprzedaży detalicznej.

„W efekcie, w jednych punktach detalicznych na «topkach» królują publikacje popularne, sygnowane przez celebrytów, a w innych na szczytach rankingów znaleźć można na przykład uznane nazwiska polskiej i światowej literatury.”

Poniżej prezentujemy autorskie zestawienie Biblioteki Analiz (top 3 – pełna lista w raporcie), uwzględniające najpopularniejsze – pod względem osiągniętej sprzedaży – tytuły 2016 roku. Zestawienie w dwóch kategoriach „literatura polska” oraz „literatura zagraniczna” powstało w oparciu o dane pochodzące od wydawców.

LITERATURA POLSKA:

1	Ks. Jan Kaczkowski, Piotr Żyłka, <i>Życie na pełnej petardzie, czyli wiara, polędwica i miłość</i> , Wydawnictwo WAM – 223 tys. egz.
2	Ks. Jan Kaczkowski, <i>Grunt pod nogami</i> , Wydawnictwo WAM – 220 tys. egz.
3	Katarzyna Grochola, <i>Przeznaczeni</i> , Wydawnictwo Literackie – 190 tys. egz.

LITERATURA ZAGRANICZNA:

1	Joanne K. Rowling, John Tiffany, Jeff Thorne, <i>Harry Potter i przeklęte dziecko</i> , Media Rodzina – 528 tys. egz.
2	Paula Hawkins, <i>Dziewczyna z pociągu</i> , Świat Książki – 323,6 tys. egz.
3	Jojo Moyes, <i>Zanim się pojawiłeś</i> , Świat Książki – 323,6 tys. egz.

Czynniki, które charakteryzują rynek wydawniczy w Polsce w 2017 roku to m.in.:

- silny trend sprzedaży promocyjnej, oferującej wysokie rabaty od ceny detalicznej, zapoczątkowany przez sieć Matras oraz zintensyfikowany przez sklepy internetowe,
- dynamiczny wzrost znaczenia sprzedaży przez Internet kosztem sprzedaży realizowanej przez podmioty stacjonarne,
- edycja i promocja literatury młodzieżowej, jako realnej alternatywy dla mediów elektronicznych i gier komputerowych,
- rozwój popularności szeroko rozumianej literatury faktu,
- wzrost sprzedaży bardziej ambitnej oferty książkowej dla dzieci, rozwój autorskiej oferty opartej na polskich autorach i ilustratorach.



KOMPETENCJE KULTUROWE RODZICÓW A UCZESTNICTWO W KULTURZE DZIECI. STUDIUM PRZYPADKU NA PRZYKŁADZIE PRZASNYSZA

Michał Kocikowski, dr Magdalena Ochał – Mazowiecki Instytut Kultury

Jak zauważają twórcy raportu, potrzeba przeprowadzenia badania wynikną z pytań, jakie zrodziły się w trakcie realizacji diagnozy edukacji kulturowej w województwie mazowieckim prowadzonej w ramach programu „Bardzo Młoda Kultura: Kulturalni Edukatorzy – mazowiecka sieć edukacji i kultury”, którego celem jest wzmocnienie współpracy pomiędzy sektorem oświaty i kultury w działaniach z zakresu edukacji kulturowej.

Badanie jakościowe zostało przeprowadzone w gronie 16 rodziców dzieci różniących się wiekiem, typem szkoły, do której uczęszczają, oraz uczestnictwem w zinstytucjonalizowanej edukacji kulturowej. Autorzy badania zdecydowali się na przeprowadzenie względnie swobodnych wywiadów biograficznych, w których pytali rozmówców o wspomnienia dotyczące ich domu rodzinnego, dzieciństwa i edukacji, młodości i życia dorosłego oraz aktualnego życia rodzinnego.

Bardzo niewiele z badanych matek podało jakiegokolwiek przykłady indywidualnego spędzania czasu wolnego. W ich opowieściach życie dzielone jest przede wszystkim na pracę i obowiązki rodzinne. Podczas wakacji, jak i w czasie wolnym w trakcie roku szkolnego badane poszukują wydarzeń, które zintegrowałyby całą rodzinę (zarówno dzieci, jak i rodziców).

Uczestniczki badania podkreślały również, że zajęcia pozalekcyjne dzieci są kosztowne. Konieczność ponoszenia wydatków związanych z uczestnictwem dzieci w zajęciach w sytuacji niewielkiego budżetu rodzinnego powoduje ograniczenie dzieciom możliwości „próbowania własnych sił”. Można więc stwierdzić, że dzieci z rodzin o wyższym statusie materialnym mają większe możliwości eksperymentowania – sprawdzania, poznawania i odkrywania swoich talentów, predyspozycji i zainteresowań.



KRAKOWSKIE FESTIWALE MUZYCZNE A POTENCJAŁ KREATYWNY I GOSPODARCZY MIASTA. RAPORT Z BADAŃ

Krakowskie Biuro Festiwalowe

Zakres badań objął różne aspekty recepcji czterech krakowskich festiwali muzycznych oraz ich wpływu na markę i finanse miasta. Ich przekrojowość sprawia, że mogą stanowić zestaw wskazówek dla organizatorów wydarzeń w całej Polsce. Badaniom poddano cztery festiwale muzyczne o szerokim spektrum programu, jak i publiczności.

Komentarzem i kontekstem do opisywanych w raporcie wyników badań festiwalowych są słowa Charlesa Landry’ego, twórcy koncepcji odkrywania kreatywności miast. Publikacja prezentuje wyniki trzech projektów badawczych:

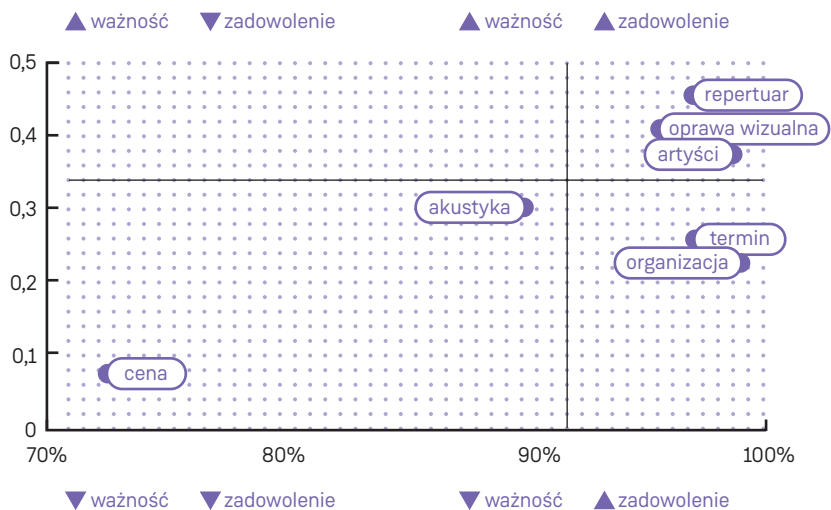
- badania widowni festiwali: Misteria Paschalia, Festiwal Muzyki Filmowej, Wianki – Święto Muzyki oraz Sacrum Profanum,
- badania wpływu ekonomicznego tychże,
- Indeksu Kreatywnego Miasta Krakowa, który ma pomóc w osadzeniu badań festiwalowych w szerszym kontekście miejskim.

Zgodnie z podejściem Charlesa Landry’ego – autora raportu – „sposób mierzenia i monitorowania kreatywności miasta koncentruje się na tym, jak miasto kultywuje i identyfikuje swój potencjał kreatywny, tworzy warunki dla kreatywności, wykorzystuje i pożytkuje swoje kreatywne zasoby, i w jaki sposób doświadczenie życia w mieście stymuluje ten cenny cykl”. Podstawą badań było zebranie opinii blisko 1 tys. osób, przy wykorzystaniu różnych narzędzi i w różnych konfiguracjach, według autorskiej metody Charlesa Landry’ego. Były to kwestionariusze internetowe badające „miejską psychologię” Krakowa. Prowadzący badania starali się dotrzeć do szerokiego grona respondentów, w tym do liderów i osób odpowiedzialnych za zarządzanie i rozwój miasta oraz jego politykę gospodarczą i społeczną.

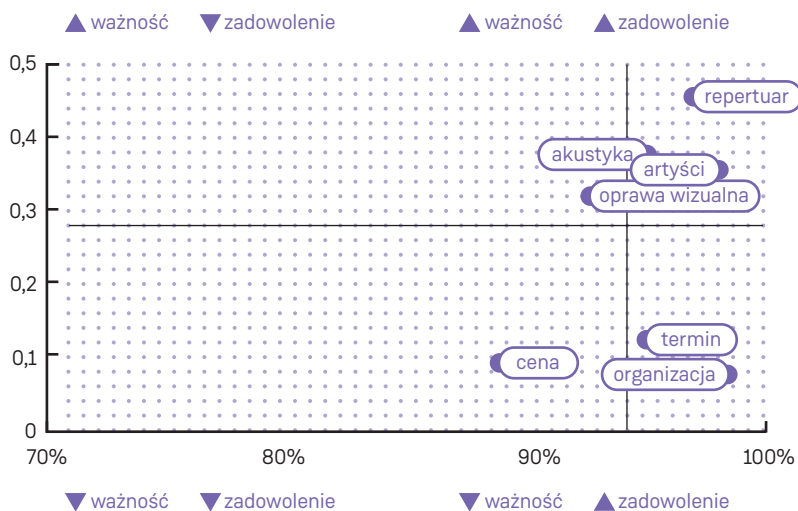
Analiza odpowiedzi uczestników na pytania o ocenę poszczególnych aspektów wydarzeń festiwalu pozwoliła autorom na skonstruowanie matrycy ważności zadowolenia (według metodologii IPA – Importance-Performance

Analysis). Dzieli ona aspekty wydarzeń na ćwiartki niższego i wyższego zadowolenia uczestników oraz niższej i wyższej ważności tych aspektów.

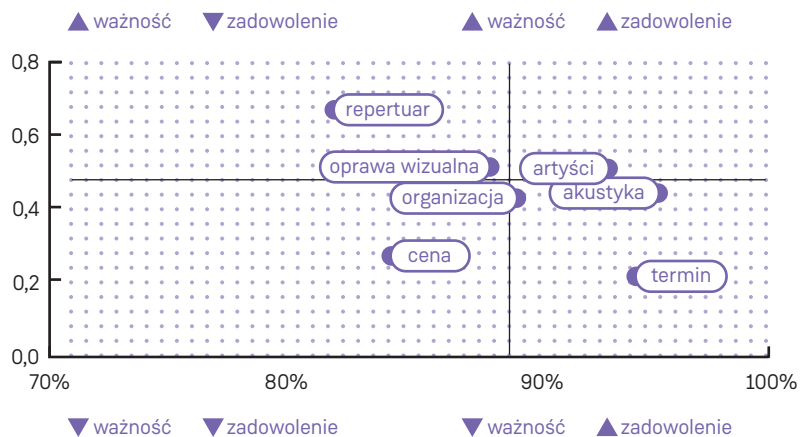
MISTERIA PASCHALIA – MATRYCA WAŻNOŚCI I ZADOWOLENIA



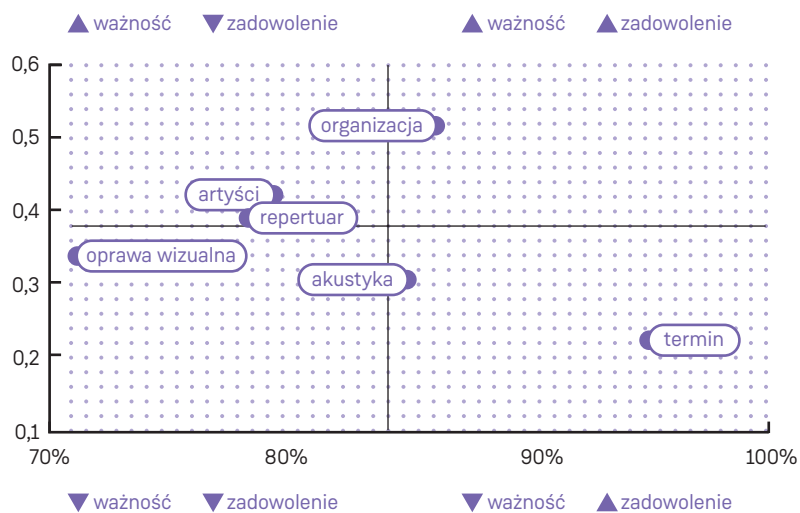
FESTIWAL MUZYKI FILMOWEJ – MATRYCA WAŻNOŚCI I ZADOWOLENIA



SACRUM PROFANUM – MATRYCA WAŻNOŚCI I ZADOWOLENIA



WIANKI – ŚWIĘTO MUZYKI – MATRYCA WAŻNOŚCI I ZADOWOLENIA





WPŁYW LUBELSKICH FESTIWALI PLENEROWYCH NA ROZWÓJ GOSPODARCZY I SPOŁECZNY MIASTA

Warsztaty Kultury w Lublinie

Twórcy badania skupili się na nakreśleniu sieci wzajemnych powiązań, które są współwytwarzane przez festiwale plenerowe wspólnie z różnorodnymi podmiotami gospodarczymi, jednostkami administracji publicznej, organizacjami i instytucjami oraz grupami i obywatelami. Problematyka badawcza dotyczyła między innymi:

- struktury publiczności,
- sposobów uczestniczenia w festiwalach,
- wielkości i rodzajów wydatków związanych z udziałem w wydarzeniach,
- ocen festiwali pod różnymi kątami (artystycznym i organizacyjnym, a także kwestii ich wpływu na gospodarkę, wizerunek i atrakcyjność miasta, jak i budowanie tożsamości lokalnej i kapitału społecznego mieszkańców),
- roli festiwali w postrzeganiu i funkcjonowaniu przestrzeni publicznej.

Zakres problemów badawczych pozwolił autorom raportu na uchwycenie korzyści ekonomicznych związanych z organizacją badanych festiwali. Połączenie metod ilościowych (m.in. sondażowych) i jakościowych (analizy treści, analizy materiałów wizualnych) oraz wzięcie po uwagę opinii i doświadczeń różnego rodzaju aktorów społecznych (mieszkańców, przedsiębiorców, urzędników itd.) kształtujących społeczne i gospodarcze funkcjonowanie miasta umożliwiło wszechstronne ujęcie badanego zagadnienia. Raport jest syntezą wniosków, jakie udało się wypracować w toku całości projektu. Szczegółowe wyniki z poszczególnych etapów badania znajdują się w 11 raportach cząstkowych, które stanowią uzupełnienie i poszerzenie tych wniosków. Raporty cząstkowe można znaleźć na stronie internetowej Warsztatów Kultury (www.warsztatykultury.pl).

Szczególną uwagę twórcy badania zwrócili na zdolność badanych wydarzeń do przyciągania turystów. W raporcie można znaleźć informacje dotyczące szacunkowych wydatków związanych z uczestnictwem w tychże festiwalach (zarówno dla lublinian, jak i gości festiwalowych). Inną ważną kwestią poruszaną w publikacji jest społeczny wymiar wpływu festiwali na

rozwój miasta. Ostatni rozdział raportu zawiera wyniki badań dotyczących kwestii związanych z jakością przestrzeni i kształtowaniem wizerunku miasta wśród jego mieszkańców. Kolejna część raportu to rekomendacje stworzone w gronie członków zespołu badawczego, pracowników Warsztatów Kultury i przedstawicieli lubelskiej administracji publicznej. Komentarze umożliwiają skonfrontowanie wniosków badawczych z doświadczeniami praktyków i naukowców.

Jak się okazuje, publiczności festiwalowe to osoby w młodym i średnim wieku (z pokolenia Y – urodzone w latach 1981–1997, czyli w wieku 20–36 lat, oraz z pokolenia X – urodzone w latach 1965–1980, w wieku 37–52 lata). Dominują wśród nich kobiety oraz osoby z wyższym wykształceniem. Trzema najczęściej wskazywanymi przez uczestników źródłami informacji o festiwalach są: znajomość i uczestniczenie w nich od wielu lat, Facebook oraz rodzina i znajomi.



KULTURA, BIZNES, APLIKACJE – HISTORIA SUKCESU POLSKICH APLIKACJI I GIER MOBILNYCH

Fundacja Culture Shock

Publikacja przedstawia siedem przypadków polskich firm i instytucji, których aplikacje odniosły sukces w obszarze aplikacji i gier mobilnych związanych z kulturą, edukacją i designem. Zawiera szereg rekomendacji i porad dla początkujących twórców: firm związanych z szeroko pojętą kulturą, które chcą przenieść swój biznes do świata *mobile*, oraz freelancerów, którzy marzą o stworzeniu aplikacji lub gry mobilnej, która nie tylko odniesie sukces, ale też umożliwi dostęp do kultury, edukacji czy rozbudzi w użytkownikach twórcze moce.

Autorzy raportu zastanawiają się nad tym, jak w kontekście biznesowym radzą sobie aplikacje mobilne związane z kulturą, sztuką, muzyką, designem czy edukacją. Inspiracją do badań były rozmowy z przedstawicielami instytucji kultury i organizacji, które planują tworzyć aplikacje mobilne. Za szczególnie interesujący uznano obszar, w którym stykają się: kultura, biznes i sukces oraz aplikacje mobilne. Celem projektu było zebranie doświadczeń firm i instytucji, którym udało się z sukcesem stworzyć i wypromować aplikację mobilną.

Sukces aplikacji mobilnej został zdefiniowany za pomocą kryteriów:

- liczba pobrań (vs. liczba odinstalowań) aplikacji w Polsce i za granicą,
- liczba aktywnych użytkowników,
- opinie ekspertów,
- nagrody i wyróżnienia branżowe,
- zaangażowanie użytkowników (np. *crowdfunding*),
- odbiorcy z wielu krajów,
- liczba wersji językowych,
- połączenie kilku dyscyplin w sposób twórczy („twórcza interdyscyplinarność”),
- wykorzystanie nowych mediów i nowych technologii, np. wirtualnej rzeczywistości (VR), rozszerzonej rzeczywistości (AR),
- współpraca z podmiotami z różnych sektorów (w tym pomoc naukowa).

SUKCES W ZAWODZIE PROJEKTANTA WZORNICTWA PRZEMYSŁOWEGO:

CZYNNIKI I MECHANIZMY WPŁYWAJĄCE NA EFEKTYWNĄ WSPÓŁPRACĘ MIĘDZY PROJEKTANTAMI I PRZEDSIĘBIORCAMI WDRAŻAJĄCYMI NOWE PRODUKTY NA RYNEK ORAZ KSZTAŁTUJĄCE ROZWÓJ KARIERY ZAWODOWEJ PROJEKTANTA

Instytut Wzornictwa Przemysłowego

Celem badań będących podstawą tej publikacji było pozyskanie wiedzy o czynnikach i mechanizmach mających wpływ na skuteczność nawiązywania efektywnej współpracy między projektantami wzornictwa przemysłowego i przedsiębiorcami wdrażającymi nowe produkty na rynek. W wyniku przeprowadzonych analiz opracowano wnioski i rekomendacje dotyczące rodzaju działań wspierających współpracę z przemysłem, jakich oczekują reprezentanci środowiska projektantów, oraz siły i intensywności oddziaływania poszczególnych rodzajów wsparcia.

Autorzy raportu rekomendują m.in. reaktywację lub utworzenie w nowej postaci ciała opiniotwórczego – Rady Wzornictwa, złożonej z wysokiej rangi przedstawicieli środowiska polityki, gospodarki, nauki i szkolnictwa oraz projektantów, a także powołanie centralnej instytucji zarządzającej Programem. Do zadań i instytucji zarządzającej miałyby należeć np.:

- edukacja w zakresie wdrażania na rynek nowych produktów i usług,
- badania naukowe,
- realizacja projektów naukowo-badawczych i wdrożeniowych we współpracy z przedsiębiorstwami,
- doradztwo i realizacja projektów doradczych dla projektantów i przedsiębiorstw aplikujących wzornictwo w procesie rozwoju nowych produktów i usług,
- upowszechnianie i promocja dobrych praktyk stosowania wzornictwa przemysłowego.

W przekonaniu autorów raportu wdrożenie rekomendowanych działań pozwoliłoby uniknąć inwestowania środków w działania nieefektywne i niedostosowane do potrzeb i oczekiwań adresatów wsparcia.



ZAPROJEKTOWANE W POLSCE. ANALIZA POTENCJAŁU EKONOMICZNEGO POLSKIEGO RYNKU WZORNICTWA

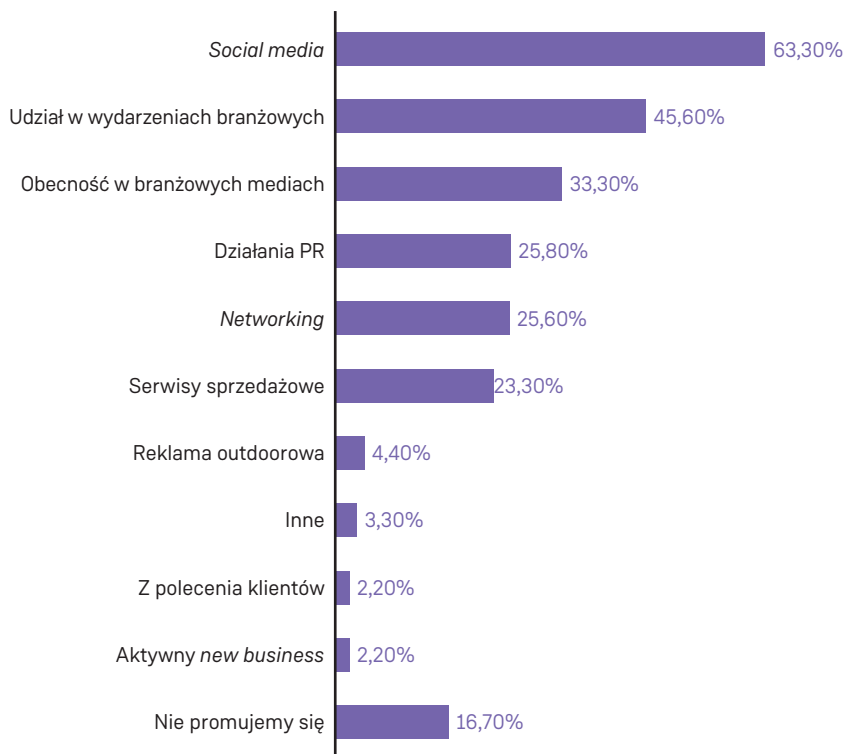
Łódź Design Festival

Na potrzeby raportu autorzy piszą o wzornictwie/designie w oparciu o definicję Instytutu Wzornictwa Przemysłowego, według której: „Wzornictwo jest działalnością twórczą mającą na celu uzyskanie określonych cech przedmiotów, procesów, usług oraz ich relacji w całościowych cyklach istnienia życia produktów lub usług. Wzornictwo łączy kreatywność i innowacyjność, nadaje formę ideom tak, by stały się praktycznymi i atrakcyjnymi propozycjami dla użytkowników lub konsumentów”. Poprzez wzornictwo/design w niniejszym raporcie odnoszono się przede wszystkim do wskazanych podsektorów analizowanych w toku badania.

Raport stanowi opracowanie ogólnopolskich badań ilościowo-jakościowych, realizowanych od kwietnia 2017 roku na zlecenie Łódź Design Festival. Głównym celem projektu była analiza potencjału ekonomiczno-społecznego oraz diagnoza kondycji polskiego rynku wzornictwa.

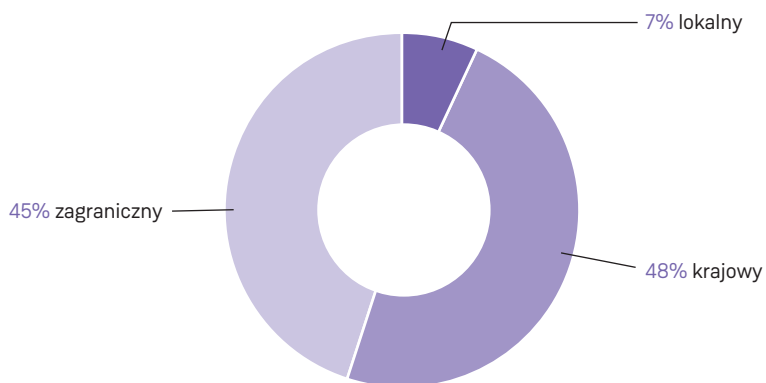
Część jakościowa badania umożliwiła przybliżenie profilu respondentów oraz miała służyć rozpoznaniu sytuacji designu w Polsce. Kwestionariusz do badania ilościowego, przygotowany dla potencjalnych odbiorców designu, składał się natomiast z pytań dotyczących ogólnej opinii na temat polskiego wzornictwa oraz przedmiotów zaprojektowanych przez projektantów. Analiza odpowiedzi umożliwiła poznanie źródeł czerpania wiedzy na temat designu, diagnozę usług projektantów oraz architektów najczęściej wykorzystywanych przez respondentów, a także zbadanie głównych kanałów sprzedaży polskich produktów wzorniczych. Zespół badaczy Biura Badań Społecznych Question Mark zrealizował łącznie 45 indywidualnych wywiadów pogłębionych z osobami zawodowo związanymi z designem.

W JAKI SPOSÓB PROMUJECIE SIĘ PAŃSTWO NA RYNKACH ZAGRANICZNYCH?*



* W pytaniu można było wybrać więcej niż jedną odpowiedź, w związku z czym odpowiedzi nie sumują się do 100%.

NA JAKI RYNEK GŁÓWNIIE KIERUJE PAN/PANI SWOJĄ OFERTĘ?





OCENA UŻYTECZNOŚCI PROGRAMU „DOBRY WZÓR” W PROMOWANIU PRZEZ PRZEDSIĘBIORCÓW SWOICH PROJEKTÓW, PRODUKTÓW I FIRM

Instytut Wzornictwa Przemysłowego i CBOS

Celem badań była ocena wpływu konkursu Dobry Wzór na działalność gospodarczą jego uczestników. Dobry Wzór to jedyny ogólnopolski konkurs na najlepiej zaprojektowane produkty i usługi na polskim rynku. Co roku w finale prezentowanych jest ponad sto produktów i usług. Misją konkursu jest z jednej strony wzmocnienie gospodarki poprzez promocję dobrze zaprojektowanych produktów, z drugiej edukacja konsumentów oraz zaszczepienie w nich świadomości, że otaczające ich przedmioty mogą być zaprojektowane estetycznie i funkcjonalnie i tworzyć dorobek kulturowy.

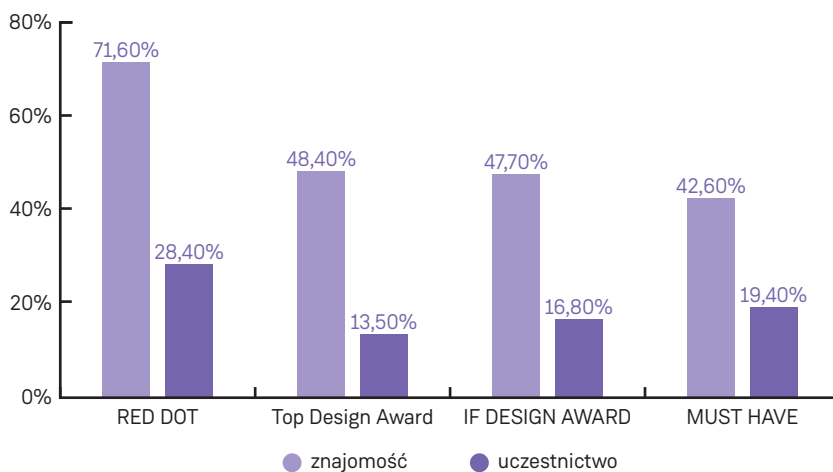
Badanie składało się z komponentu ilościowego oraz jakościowego. W ramach badania ilościowego zrealizowano 155 wywiadów telefonicznych z przedstawicielami przedsiębiorstw, finalistów konkursu, którzy reprezentowali swoje firmy w kolejnych edycjach wydarzenia w latach 2014–2017. W ramach badania jakościowego przeprowadzono 10 pogłębionych wywiadów indywidualnych z przedstawicielami przedsiębiorstw, które otrzymały w konkursie nagrodę. Wyniki przeprowadzonych badań wykazały, że konkurs Dobry Wzór wypracował sobie silną markę wśród odbiorców.

Autorzy raportu wypracowali m.in. następujące rekomendacje:

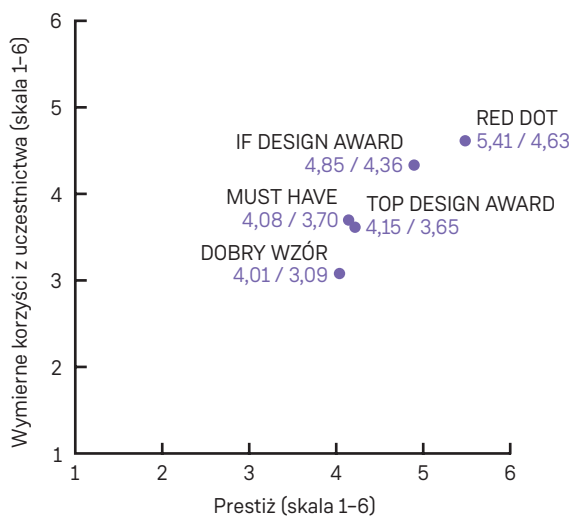
- wzmocnienie i rozwój niezależnego monitoringu rynku wzornictwa w Polsce zarówno w ramach konkursu Dobry Wzór, jak i (na bazie istniejących w IWP zasobów merytorycznych i narzędziowych) jako samodzielnego przedsięwzięcia, dostarczającego wiedzy i danych do badań i analiz,
- wzmocnienie i rozwój konkursu Dobry Wzór, odejście od komercyjnego charakteru wydarzenia i wykorzystanie wieloletniej tradycji najstarszego w Polsce konkursu wzorniczego, jego unikalnej formuły, dla ugruntowania pozycji w pełni niezależnego konkursu na najlepiej zaprojektowane produkty i usługi oraz podjęcie działań budujących wartość i rozpoznawalność marki konkursu w Polsce i za granicą.

Wyniki raportu stanowią potwierdzenie, że działania nakierowane nie tylko na działalność ekonomiczną, ale także działania promocyjne i wizerunkowe nakierowane na budowę marki poprzez wzornictwo stanowią oczekiwane i doceniane przez przedsiębiorców wsparcie, które w efekcie przełoży się na wzmocnienie kondycji ekonomicznej firmy.

ZNAJOMOŚĆ INNYCH KONKURSÓW WZORNICZYCH I UCZESTNICTWO W NICH



ŚREDNIA OCEN W WYMIARACH PRESTIŻU I KORZYŚCI Z UCZESTNICTWA





MODELE ORKIESTR POLSKICH

Jan Roguz

Zadaniem projektu „Modele orkiestr polskich” jest zebranie i opracowanie danych dotyczących różnych aspektów działalności statutowej i finansowania orkiestr polskich. Badaniem objęte są filharmonie, instytucjonalne polskie orkiestry i zespoły wokально-instrumentalne (z wyłączeniem orkiestr operowych), prowadzące stałą działalność koncertową (minimum 12 koncertów w roku), dla których organizatorami są: MKiDN, samorządy miejskie i wojewódzkie. W 2017 roku nastąpiło poszerzenie liczby badanych instytucji do 32 oraz wprowadzenie danych za rok 2016.

Zakres danych wprowadzanych do systemu obejmuje szczegółową statystykę działalności artystycznej poszczególnych instytucji.

W zestawieniach na uwagę zasługuje na przykład fakt dużego wzrostu liczby koncertów edukacyjnych oraz koncertów kameralnych i recitali w instytucjach, które w okresie objętym badaniem przeniosły się do nowych budynków lub do budynków zmodernizowanych. Takim przykładem są chociażby: Filharmonia Gorzowska, Filharmonia Świętokrzyska czy Narodowe Forum Muzyki, gdzie na przestrzeni 6 lat liczba wydarzeń poszczególnych kategorii znacząco wzrosła. Pokazuje to, jak bardzo istotna dla prawidłowego funkcjonowania takich instytucji jest właściwa, nowoczesna infrastruktura dająca wiele możliwości do działania i edukowania przyszłych melomanów bezpośrednio w siedzibie instytucji, bez konieczności ponoszenia dodatkowych kosztów związanych m.in. z dojazdem do szkół i placówek oświatowych.

PUBLICZNOŚĆ MUZEÓW W POLSCE. BADANIA PILATOŻOWE. RAPORT



Narodowy Instytut Muzealnictwa i Ochrony Zbiorów

Do głównych celów projektu należało określenie stanu badań prowadzonych przez polskie muzea wśród odwiedzających je osób, a także opracowanie rekomendacji dotyczących rozwoju tego typu badań w latach następnych.

Autorzy badania dokonali m.in. przeglądu literatury naukowej z zakresu muzealnictwa i uczestnictwa w kulturze. Na podstawie zebranego materiału określili listę najważniejszych kwestii poruszanych przez badaczy w zakresie celów i obszarów działalności muzeów. Udostępnione przez muzea na potrzeby projektu dane unaoczniły, że poza potrzebą pogłębienia wiedzy na temat publiczności muzealnej i poszerzenia zakresu działań podejmowanych przez placówki w celach prowadzenia badań statystycznych, w obszarze tej tematyki pojawia się także konieczność zweryfikowania celów i narzędzi dla tego projektu, poświęconych publiczności muzealnej.

W ramach drugiego etapu badań zespół przygotował ankietę internetową, o wypełnienie której poproszono przedstawicieli muzeów, które wcześniej deklarowały prowadzenie badań swojej publiczności. Link do ankiety rozesłano do 104 instytucji, z których odpowiedzi udzieliło 63.

Materiały pozyskane na podstawie ankiety zostały skonfrontowane z wynikami badań o charakterze jakościowym, na które złożyło się przeprowadzenie wywiadu grupowego z wolontariuszami współpracującymi z wybranymi muzeami w Warszawie oraz całodziennego warsztatu z ekspertami pracującymi w NIMOZ oraz w Narodowym Centrum Kultury.

Autorzy raportu rekomendują podjęcie m.in. następujących działań:

- opracowanie programu i zrealizowanie szkolenia dotyczącego badań ilościowych publiczności,
- opracowanie programu i zrealizowanie szkolenia dotyczącego badań jakościowych publiczności,
- stworzenie centrum wsparcia dla muzealników prowadzących badania,
- wypracowanie zestawu dobrych praktyk w zakresie tworzenia muzeum otwartego na publiczność,
- opracowanie poradnika dotyczącego prowadzenia badań publiczności dla muzealników.

4.



DZIEDZICTWO I PAMIĘĆ

EUROPEJSKI ROK DZIEDZICTWA KULTUROWEGO

Unia Europejska

Pod hasłem „Dziedzictwo. Tu przeszłość spotyka się z przyszłością” rozpoczął się Europejski Rok Dziedzictwa Kulturowego we wszystkich państwach Unii Europejskiej. W Polsce koordynacją działań zajmuje się Międzynarodowe Centrum Kultury w Krakowie.

Obchody ERDK 2018 mają służyć podkreśleniu znaczenia różnorodnych elementów dziedzictwa kulturowego. Unia Europejska chce zwrócić uwagę na wkład dziedzictwa w gospodarkę, jego rolę w dialogu międzynarodowym, a także potrzebę zachowania go dla kolejnych pokoleń. W założeniu organizatorów, obchody połączone z wieloma działaniami podejmowanymi przez różne podmioty (instytucje publiczne oraz organizacje społeczne) umożliwią Europejczykom poznanie dziedzictwa własnej społeczności, jak również innych wspólnot i narodów, co sprzyjać ma integracji europejskiej. Program ERDK 2018 adresowany jest w szczególności do dzieci i młodzieży oraz do osób, które rzadko obcują z kulturą, by budować w nich poczucie współodpowiedzialności za dziedzictwo.

Z ogłoszeniem ERDK 2018 zbiegła się publikacja wyników badania dotyczącego stosunku Europejczyków do dziedzictwa kulturowego (specjalny Eurobarometr 466).



EUROBAROMETR 466

Directorate-General for Communication

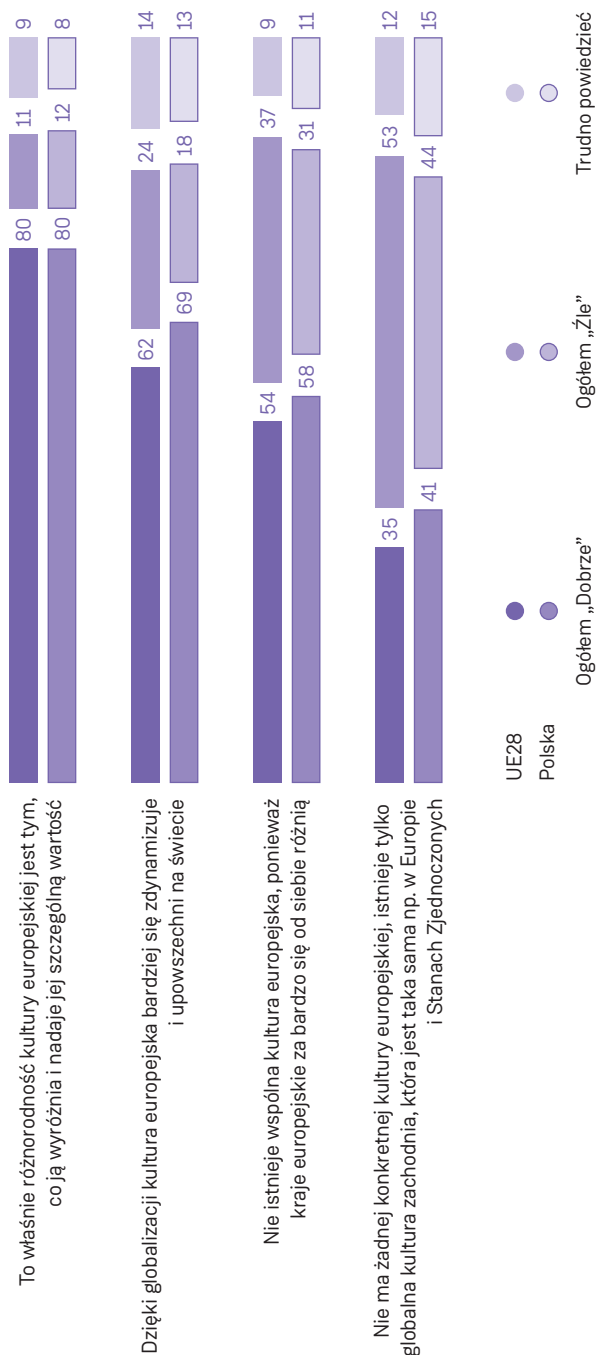
Opublikowany w grudniu 2017 roku Eurobarometr 466 jest pierwszym przekrojowym dla całej Unii Europejskiej (w momencie badania – 28 państw członkowskich) badaniem opinii publicznej w tematyce dziedzictwa kulturowego i stanowi preludium do przypadających na rok 2018 obchodów Europejskiego Roku Dziedzictwa Kulturowego. Problematyka raportu obejmuje kwestie zainteresowań dziedzictwem kulturowym, partycypacji, barier, świadomości i przekonań, wartości, a także oczekiwań związanych z promocją, finansowaniem, komercjalizacją i ochroną dóbr z nim związanych.

Wyniki badania wskazują na wyraźne napięcie między wagą przypisywaną dziedzictwu kulturowemu a możliwościami odpowiedniego celebrowania go. Z jednej strony – dziedzictwo kulturowe ma kluczowe znaczenie dla budowania poczucia tożsamości i jest rozpatrywane jako ważny element gospodarki, z drugiej strony nie zawsze możliwe jest odpowiednie poświęcenie mu czasu i należytego zaangażowania.

W kontekście finansowania i konserwacji dóbr kultury europejskiej, wyniki wskazują na powszechnie pozytywne nastawienie wobec zwiększania nakładów na tę sferę. Widać również wyraźnie większy kredyt zaufania pokładany w instytucjach państwowych, unijnych i samorządowych niż w sektorze prywatnym jako głównym źródle finansowania dziedzictwa.

Powyższy raport porusza też szersze kwestie globalizacji, relacji transatlantyckich czy normatywnych przekonań o sposobie funkcjonowania kultury. Dane z wykresu poniżej, dotyczące wyników z Polski, pozwalają dostrzec względne zbalansowanie wyobrażeń Polaków o elastyczności kultury europejskiej (bądź jej braku), z lekką tendencją do sugerowania gotowości i otwartości na zjawiska globalizacji.

W ODNIESIENIU DO KAŻDEGO ZE STWIERDZEŃ PROSZĘ POWIEDZIEĆ, CZY PASUJE ONO BARDZO DOBRZE, RACZEJ DOBRZE, RACZEJ ŹŁE CZY BARDZO ŹŁE DO TEGO, CO PAN(I) OSOBIŚCIE UWAŻA (%)



oprac. Jerzy Pawlik

RAPORT O STANIE ZACHOWANIA ZABYTEKÓW NIERUCHOMYCH W POLSCE

Narodowy Instytut Dziedzictwa

Wieloletnia praca NID zaowocowała publikacją kompleksowego raportu zbierającego informacje o zabytkach wpisanych do ksiąg rejestru A (zabytki nieruchome) i C (zabytki archeologiczne). Prezentacji zasobu towarzyszą wiadomości o stanie zachowania obiektów, jak również wskazówki i rekomendacje, które mogą posłużyć do określenia przyszłych działań w celu ochrony zabytków w Polsce.

W pierwszym rozdziale obszernej publikacji znalazły się podstawowe wiadomości dotyczące prawnych podstaw ochrony zabytków, struktury służb konserwatorskich, systemu finansowania prac konserwatorskich i form dokumentowania obiektów wpisanych do rejestru. Drugi rozdział precyzuje cele omawianego raportu, a trzeci wyczerpująco opisuje metodologię prac nad publikacją. Kolejne dwa rozdziały prezentują zasoby z ksiąg A i C. Szósty rozdział omawia akty prawne administracji publicznej ustanawiające ochronę konserwatorską zabytków, a następne dwa zawierają charakterystyki stanu dokumentowania i poziomu finansowania zabytków rejestrowych. Raport zamyka prezentacja wniosków, diagnoz i rekomendacji płynących z opracowania.

Zdaniem autorów publikacji najmniej zagrożoną grupą zabytków nieruchomych pozostają obiekty sakralne, służące wspólnotom religijnym. W przypadku tych budowli istnieje jednak ryzyko utraty części walorów zabytkowych za sprawą podejmowanych działań remontowych prowadzących niekiedy do znacznych przekształceń. Najbardziej zachowane i najbardziej narażone na dalsze zniszczenia są obiekty przemysłowe, gospodarcze i rezydencjonalne wraz z folwarkami (w ujęciu funkcjonalnym) oraz budowle wzniesione w konstrukcjach drewnianych (w ujęciu technologicznym). Zaniedbanie zabytków drewnianych doprowadziło do zaniku tej grupy obiektów w wielu regionach Polski, a najpełniejszą ochroną otoczone są, podobnie jak w przypadku pozostałych technik budowlanych, świątynie. Jeśli brać pod uwagę epokę powstania, najlepszą ochroną cieszą się zabytki średniowieczne. Niepokój autorów opracowania budzą jednak coraz częstsze niepoparte badaniami historycznymi rekonstrukcje, m.in. zamków i murów

miejskich wpisanych do rejestru zabytków jako ruiny. Eksperci odnotowali również znaczenie społeczności lokalnej w ochronie zabytków. Jak wykazały badania, w województwach, w których nastąpiła znaczna wymiana ludności po roku 1945, skala utraty i zagrożenia zasobu zabytków jest większa niż w pozostałych regionach kraju. Wśród licznych zagrożeń czyhających na zabytki wymienia się np. nieużytkowanie obiektu lub użytkowanie niewłaściwe, a także celowe wstrzymanie bieżącej konserwacji w celu doprowadzenia do całkowitej degradacji i wykreślenia z rejestru. Za obecną sytuację współodpowiedzialni są właściciele zabytków, często nieświadomi swych praw i obowiązków, służby konserwatorskie wykazujące daleko idące różnice doktrynalne w zakresie dopuszczalnych ingerencji w zabytek oraz władze lokalne wydające wadliwe decyzje i prawodawca niedostarczający odpowiednich przepisów i regulacji w zakresie ochrony zabytków i ich konserwacji.

NOWE WPISY NA LISTĘ DZIEDZICTWA NIEMATERIALNEGO UNESCO

UNESCO

Pod koniec ubiegłego roku UNESCO zdecydowało o kolejnym rozszerzeniu reprezentatywnej listy światowego dziedzictwa niematerialnego ludzkości, tworzonej od 2003 roku. Wśród wpisanych na nią elementów znalazły się: umiejętności związane z mieleniem zboża w wiatrakach i młynach wodnych (Holandia), grecka muzyka i taniec *Rebetiko*, obrzęd ze śpiewem i tańcami *Kushtdepdi* (Turkmenistan), sztuka *Bài Chòi* w środkowym Wietnamie, sztuka wypiekania pizzy neapolitańskiej, laotańska muzyka grana na instrumencie *khaen*, zwyczaje związane z obchodzeniem świąt *Alasitas* w La Paz, jak również tradycja przyrządzania i dzielenia się *dalma* (gołąbkami w liściach winogron), jako element tożsamości kulturowej Azerbejdżanu.

Ponadto UNESCO zdecydowało o otoczeniu szczególną opieką poprzez wpis na listę dziedzictwa wymagającego pilnej ochrony: muzyki ludowej *Dikopelo* plemienia Bakgatla ba Kgafa w regionie Kgatleng (Botswana), pieśni pasterskich w regionie Llanos (Kolumbia/Wenezuela), tradycji związanych z oddawaniem czci świętym miejscom w Mongolii, tańca wojennego *Taskiwin* popularnego w zachodniej części Atlasu Wysokiego, języka gwizdów (Turcja) oraz poezji śpiewanej opiewającej chwałę, dumę i siłę ducha – Al Azi (Zjednoczone Emiraty Arabskie).

Rejestr dobrych praktyk wzbogacił się natomiast o następujące pozycje: Chitalishte (lokalny ośrodek kultury) w Bułgarii, z uwagi na jego doświadczenia praktyczne w ochronie żywotności niematerialnego dziedzictwa kulturowego, oraz ośrodek rzemieślniczy w Marguilan w Uzbekistanie, jako przykład ochrony tradycyjnych technik wyrobu jedwabnych tkanin.

MUZEA W 2016 ROKU

Narodowy Instytut Muzealnictwa i Ochrony Zbiorów

Ukazał się pierwszy numer nowej serii wydawniczej NIMOZ – „Statystyka muzeów”. Publikacja, pomyślana jako rozpoczynająca cykl, stanowi kontynuację prowadzonego od czterech lat programu badawczego o tej samej nazwie. Służy on diagnozie stanu polskiego muzealnictwa. Badacze opracowali dane uzyskane od 232 polskich jednostek muzealnych dotyczące 2016 roku. Według danych GUS, w Polsce funkcjonują 944 muzea, zatem autorzy raportu otrzymali wiadomości ze średnio jednej na cztery instytucji tego sektora.

Raport zawiera m.in. informacje na temat stanu ilościowego zbiorów muzealnych, sposobów ich ochrony, kontroli i udostępniania. Zbiory dzieł sztuki na dziesięć muzeów (88,4%) poszerzyły się w badanym okresie. Najwięcej pozyskano muzealiów fotograficznych, stanowiących 33,6% ogółu nabytków, w stosunku do 25,1% w poprzednim roku sprawozdawczym. Dwa na trzy nowe nabytki polskich muzeów (66%) zostały przyjęte w formie darowizn. Autorzy zauważają, że ta prawidłowość może wpływać negatywnie na politykę kształtowania zbiorów muzealnych. Odnotowano niewielki wzrost odsetka muzeów prowadzących ewidencję zbiorów w systemach elektronicznych: w 2015 roku stosowało je 68,5%, a w 2016 roku – 72% instytucji. Jednak zaledwie 20,3% ankietowanych muzeów udostępniało swoje zbiory na pośrednictwem Internetu, a ponad połowa (65,5%) instytucji nie posiadała stanowiska Głównego Inwentaryzatora lub jego odpowiednika. Wiele instytucji prowadzi dokumentację w sposób niekonsekwentny, co utrudnia im opracowanie i udostępnianie zbiorów.

Autorzy publikacji poddali również analizie podstawowe aspekty działalności muzeów: aktywność edukacyjną, naukową, wydawniczą i wystawienniczą. Najpopularniejszą formą zajęć edukacyjnych prowadzonych w instytucjach muzealnych pozostają lekcje (przeprowadzono ich niemal 50 tys.), znacznie wyprzedzając pozostałe typy działań, m.in. warsztaty (ok. 18 tys.) oraz wykłady i prelekcje (ok. 6 tys.).

PO CO KOLEKCJONOWAĆ?

David Cannadine – Art Fund i Wolfson Foundation

Alarmujący raport autorstwa uznanego historyka Davida Cannadine’a z Uniwersytetu Princeton zachęca do zwiększenia funduszy angielskich muzeów przeznaczanych na zakup dzieł sztuki i innych muzealiów oraz do przeznaczania większych sum z budżetu państwa na te instytucje w ogóle. Wzrostom cen na rynku sztuki towarzyszy stały spadek wysokości budżetów instytucji kultury (o 13% w ciągu ostatnich dziesięciu lat). Autor oparł raport na analizie danych statystycznych z 266 muzeów i galerii w Wielkiej Brytanii. Zaledwie połowa badanych jednostek posiada wydzielony budżet na nabytki i nie przekracza on zazwyczaj 1% wszystkich wydatków instytucji. Publikacja zarysowuje historię publicznego kolekcjonerstwa na Wyspach od jego początków w XIX wieku do czasów dzisiejszych. Zaprezentowano 11 studiów przypadku omawiających niedawne nabytki (m.in. współczesne filmy, antyczne rzeźby, zabytkowe uzbrojenie), obrazujących wpływ publicznych kolekcji na kulturę i społeczeństwo.

Raport stara się wskazać rolę publicznych kolekcji w epoce wielkich przemian w funkcjonowaniu i statusie instytucji udostępniających zbiory sztuki. Najbardziej zauważalny element zmian stanowi obserwowane od lat postępujące otwarcie muzeów i galerii na szeroką publiczność oraz nacisk kładziony na popularyzację edukacji kulturalnej. Większość muzeów udostępnia na co dzień jedynie niewielką część swych kolekcji (często mniej niż 10% ogółu zbiorów). Cannadine chwali nową, zyskującą na popularności praktykę umożliwiania widzom zwiedzania magazynów muzealnych. Badacz wskazuje również na pozytywne skutki cyfrowej rewolucji w udostępnianiu zbiorów. Jego zdaniem internauta po odkryciu zdjęć i informacji o zabytkach w cyfrowym repozytorium chętniej odwiedzi gmach placówki, do której kolekcji owe obiekty należą.

Raport zwraca uwagę na spadek liczby kuratorów i kustoszy zatrudnionych w brytyjskich muzeach. Środki przeznaczane dotychczas na wynagrodzenia dla pracowników merytorycznych przesuwane są do działów odpowiedzialnych za edukację i kontakty zewnętrzne. Zmniejszenie budżetów instytucji doprowadziło już w wielu wypadkach, zwłaszcza na prowincji, do skrócenia godzin otwarcia muzeów i zastąpienia etatowych pracowników

specjalistami zatrudnianymi do realizacji konkretnych projektów. Wynagrodzenia pracowników instytucji muzealnych i galeryjnych w Wielkiej Brytanii wynoszą średnio 7% mniej niż pensje na porównywalnych stanowiskach w innych działach gospodarki, a zaczynający pracę młodzi muzealnicy zarabiają nawet 25% mniej niż pracownicy pozostałych sektorów.

MUZELNICTWO

NAJPOPULARNIEJSZE W SIECI MUZEUM

ARTnews

Paryski Luwr był w ubiegłym roku muzeum najczęściej pojawiającym się na zdjęciach użytkowników portalu Instagram. Kolejne miejsca zajęły muzea amerykańskie: popularne Met i MoMA (Nowy York) oraz Los Angeles County Museum of Art prezentujące dzieła sztuki dawnej oraz nowoczesnej. Pierwszą piątkę zamyka londyńskie Muzeum Brytyjskie (historia starożytna), po którym następują kolejne muzea nowojorskie: American Museum of Natural History i Whitney Museum of American Art. Na ósmej i dziewiątej pozycji uplasowały się Victoria & Albert Museum (sztuki zdobnicze i użytkowe) oraz Muzeum Historii Naturalnej (Londyn), a na dziesiątej – filia Museum of Ice Cream (pol. Muzeum lodów) w Los Angeles, otwarta w ubiegłym roku. Hashtag #art (pol. sztuka) zajął piąte miejsce wśród najpopularniejszych hashtagów ubiegłego roku na Instagramie.

5.

ZAGRANICZNE RAPORTY



DOSTĘP DO KULTURY W UNII EUROPEJSKIEJ

(ACCESS TO CULTURE IN THE EUROPEAN UNION)

Magdalena Pasikowska-Schnass (Members' Research Service)

Directorate-General for Parliamentary Research Services

Raport został przygotowany na zlecenie i zaadresowany do członków Parlamentu Europejskiego i podlegających im kadr. Zważywszy na poddany znacznej dewolucji i decentralizacji charakter współpracy Unii Europejskiej z państwami członkowskimi w zakresie kultury, styl raportu jest głównie sprawozdawczy i zawiera jedynie skromne sugestie odnośnie do potencjalnych decyzji bardziej uprawnionych do tego organów państwowych, lokalnych i samorządowych.

W oparciu o dane z badań takich jak Eurostat, Eurobarometr, teksty naukowe i wykładnie prawno-polityczne sporządzone we wcześniejszych fazach integracji europejskiej, raport przywołuje zarówno filozoficzne i socjologiczne uzasadnienia ważności kultury, jak i empiryczne wskazówki określające zróżnicowanie w sposobach rozumienia, uczestniczenia w kulturze na terytorium państw członkowskich, a także pokazuje, gdzie pojawiają się bariery instytucjonalne w dostępie do niej.

Wnioski zostały skonstruowane w ramach podsumowania dotychczasowych badań z lat wcześniejszych i rysują dość pesymistyczny obraz partycypacji w kulturze. Dominującym problemem są przede wszystkim czynniki subiektywne (brak zainteresowania ofertą kulturalną) i obiektywne (brak czasu, środków). Jednocześnie rzadko wskazywanym czynnikiem powstrzymującym badanych przed korzystaniem z oferty jest ewentualny problem ze znalezieniem sobie satysfakcjonującej opcji (choć nie zawsze można zakładać znajomość oferty).

W kontekście zaleceń oznacza to, że rozwiązań warto szukać w obniżaniu kosztów i zmniejszaniu ograniczeń przestrzennych (np. poprzez rozszerzanie dostępu do Internetu na terenach wiejskich), a także uprzystępnianiu

konkretnych wydarzeń dla grup tradycyjnie wykluczonych – niepełnosprawnych oraz mniejszości etnicznych i narodowych. Ponowiony zostaje również apel z 2006 roku o promowanie kształcenia ustawicznego i znaczenia kompetencji miękkich w budowaniu kapitału kulturowego.

UCZĘSZCZANIE NA SZTUKI TEATRALNE

	POWODY NIEUCZĘSZCZANIA		
	OGRANICZONY WYBÓR	BRAK ZAINTERESOWANIA	BRAK PIENIĘDZY
Średnia 27 państw członkowskich (EU 27)	12%	36%	20%
Wieś	17%	38%	15%
Małe i średnie miejscowości	12%	37%	20%
Duże miasta	5%	32%	26%

Źródło: Eurobarometr 399.



PRZE-KSZTAŁCANIE POLITYK KULTUROWYCH. MONITOROWANIE FUNKCJONOWANIA KONWENCJI W SPRAWIE OCHRONY I PROMOWANIA RÓŻNORODNOŚCI FORM WYRAZU KULTUROWEGO

**(RE | SHAPING CULTURAL POLICIES.
MONITORING THE 2005 CONVENTION
ON THE PROTECTION AND PROMOTION OF
THE DIVERSITY OF CULTURAL EXPRESSIONS)**

Danielle Cliche (przewodnicząca komitetu edytorskiego) i inni
UNESCO

Trzy lata po pierwszej (2015) ewaluacji procesu implementowania przyjętej w 2005 roku *Konwencji* ponownie zrealizowany globalny raport UNESCO został przygotowany z intencją sprawdzenia postępów w realizacji następujących 4 celów:

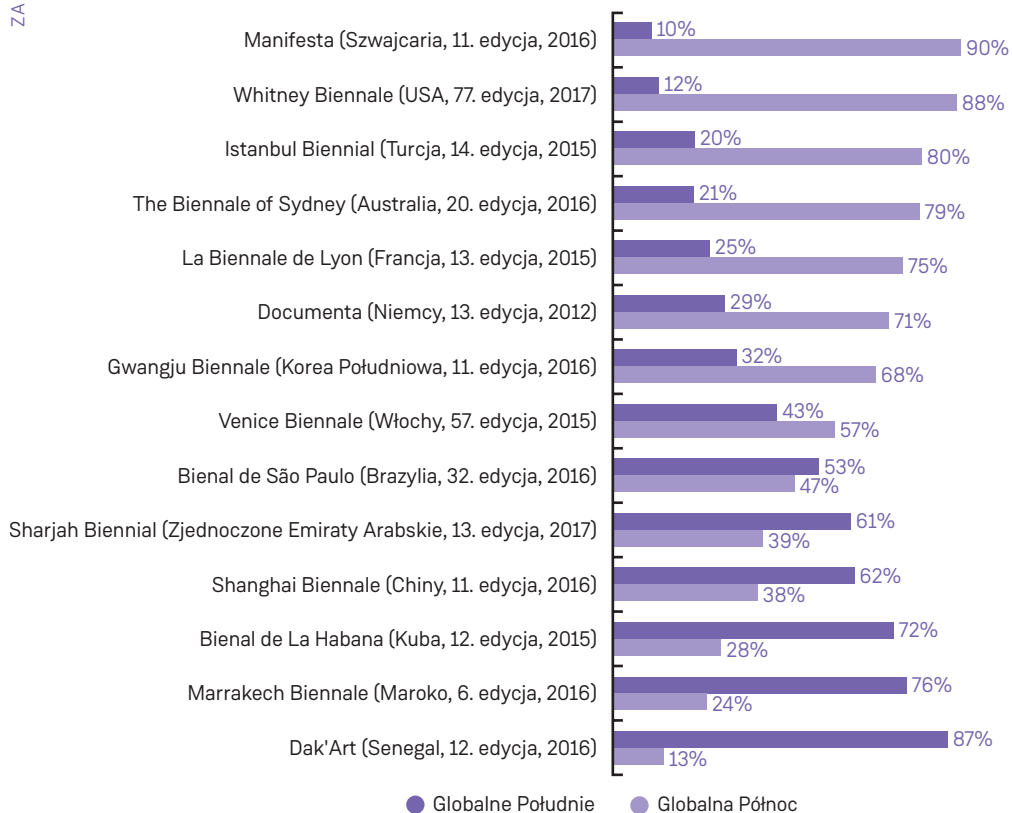
- wspieranie zrównoważonych systemów zarządzania kulturą,
- osiągnięcie zbalansowanego przepływu dóbr i usług kulturowych, a także wzmożenie mobilności artystów i profesjonalistów z sektora kultury,
- integrowanie kultury wewnątrz ram rozwoju zrównoważonego,
- promowanie praw człowieka i wolności podstawowych.

Powyższe cele powiązane są również z szerszym planem implementacji agendy zrównoważonego rozwoju, zarządzanej w perspektywie sięgającej 2030 roku.

W poszczególnych podrozdziałach raportu widoczna jest główna oś porównawcza, jaką stanowią różnice w zmianach zachodzących w krajach rozwiniętych i rozwijających się bądź podział na Globalną Północ i Globalne Południe. W przykładowym kontekście festiwalu filmowych możemy dostrzec płynnie zachodzącą reglamentację twórców kultury w zależności od profilu i miejsca wydarzenia – senegalski Dak'Art przyciąga artystów z Południa w proporcjach 87% do 13%, szwajcarski Manifesta na odwrót, bo 90% do 10% na korzyść tych z Północy. Przykładem największego

pluralizmu są festiwale w Sao Paulo (53% do 47%, z przewagą artystów z Południa) i w Wenecji (57% do 43%, z przewagą artystów z Północy).

POCHODZENIE ARTYSTÓW BIORĄCYCH UDZIAŁ W WYBRANYCH BIENNALE ARTYSTYCZNYCH, 2017

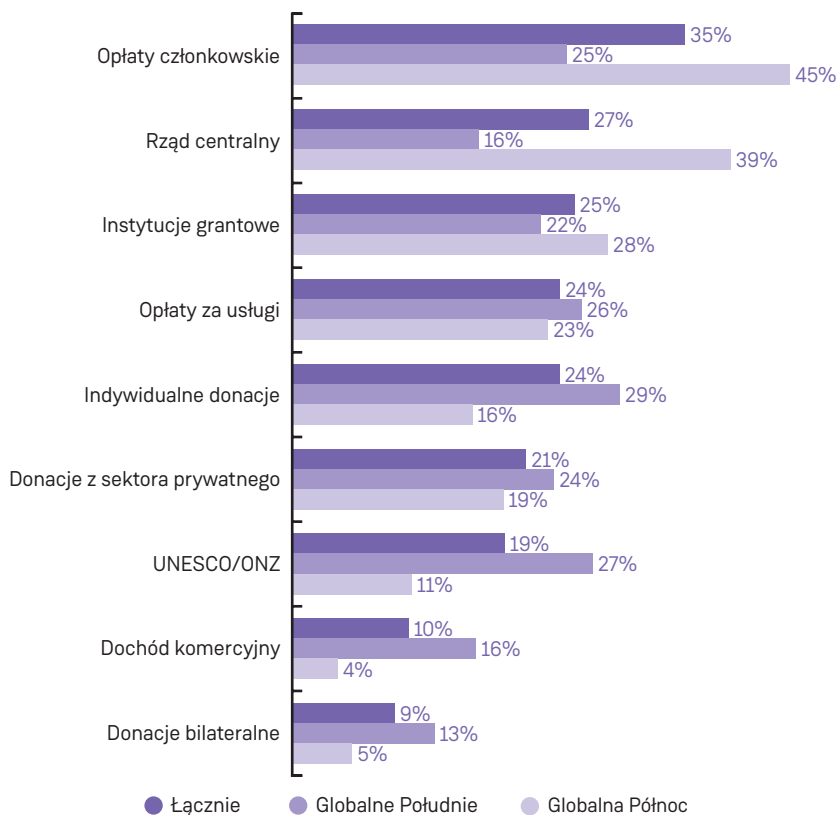


Źródło: BOP Consulting (2017).

W kwestii finansowania organizacji społeczeństwa obywatelskiego (CSO¹) różnice między krajami Północy i Południa przejawiają się głównie na poziomie profesjonalizacji i zakorzenienia w społeczeństwie – w krajach Północy widać większą rolę członków stowarzyszeń i państwa, na Południu zaś większy akcent kładzie się na finansowanie przez UNESCO i ONZ, a także różne formy donacji charytatywnych.

¹ CSO – Civil Society Organization.

GŁÓWNE ŹRÓDŁA FINANSOWE ORGANIZACJI SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO – GLOBALNE POŁUDNIE I GLOBALNA PÓŁNOC



Źródło: BOP Consulting (2017).



RAPORT PODSUMOWUJĄCY ROK 2017 W MUZYCE

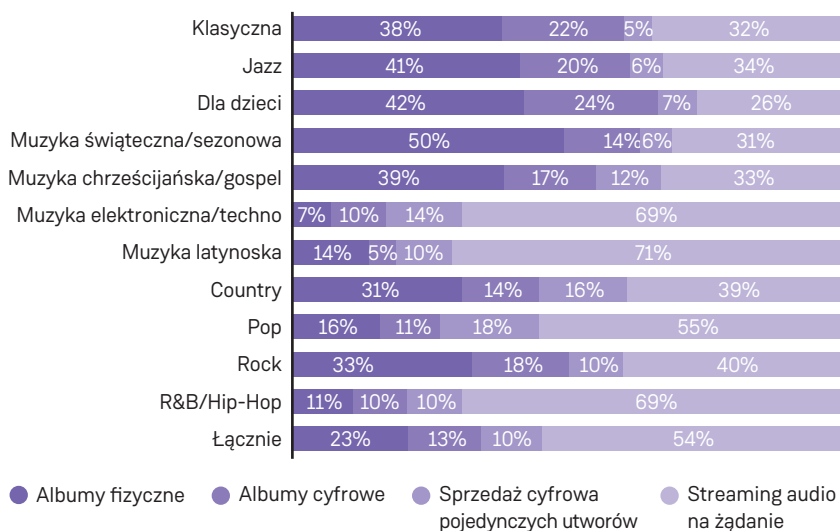
(2017 YEAR-END MUSIC REPORT)

Erin Crawford

Nielsen

Trendy konsumenckie i struktura rynku muzycznego w coraz większym stopniu kształtowane są przez powszechność dostępu do Internetu i korzystanie z technologii mobilnych. Szczególnie widoczna staje się dominacja streamingu jako głównego źródła pozyskiwania muzyki, gdzie można było zaobserwować wzrost użytkowania (w kategorii Audio) aż o 58% względem poprzedzającego roku 2016. Serwisy streamingowe zapewniają już ponad połowę (54%) całej konsumpcji treści muzycznych na świecie i dominują w najpopularniejszych kategoriach, jak R&B/Hip-Hop czy muzyka latynoska (Latin), która szczególnie w roku 2017 stała się globalnym fenomenem dzięki rekordowej popularności piosenki *Despacito* (ok. 1,3 mld odsłon teledysku w roku 2017).

UDZIAŁ ŁĄCZNYCH FORM KONSUMPCJI TREŚCI AUDIO WEDŁUG FORMATU



Jednocześnie w kategorii Albumy winylowe można zaobserwować dość niespodziewane zróżnicowanie epok muzyki. Mamy tu bowiem zarówno artystów znanych od dekad (The Beatles, Pink Floyd bądź niedawno zmarły Prince), jak i wykonawców ze ścisłej czołówki dzisiejszych rankingów słuchalności – np. Eda Sheerana. W dziesiątce najbardziej popularnych pozycji winylowych pojawiły się również dwie ścieżki filmowe – jedna autorska z filmu *La La Land* i druga, stanowiąca kompilację klasyków, ze *Strażników Galaktyki cz. 2*. Choć obecnie jest to już bardzo niszowa forma nośników audio, to można sądzić, że przywracanie klasyków do publicznej świadomości poprzez kasowe sukcesy, jak wspomniane wyżej filmy, może prowadzić do podtrzymania tradycji winyli.

TOP 10 ALBUMÓW LONGPLAY NA WINYLACH

MIEJSCE	ARTYSTA	TYTUŁ	SPRZEDAŻ
1	The Beatles	<i>Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club</i>	72 000
2	The Beatles	<i>Abbey Road</i>	66 000
3	ścieżka dźwiękowa	<i>Guardians Of The Galaxy: Awesome Mix vol. 2</i>	62 000
4	Ed Sheeran	<i>Divide</i>	62 000
5	Amy Winehouse	<i>Back To Black</i>	58 000
6	Prince	<i>Purple Rain</i>	58 000
7	Bob Marley & The Wailers	<i>Legend</i>	56 000
8	Pink Floyd	<i>Dark Side Of The Moon</i>	54 000
9	ścieżka dźwiękowa	<i>La La Land</i>	49 000
10	Michael Jackson	<i>Thriller</i>	49 000



KULTURA CYFROWA 2017

(DIGITAL CULTURE 2017)

Sam Mitchell (menedżer projektu) i inni

Nesta

Publikowany co dwa lata raport „Kultura cyfrowa” jest w swoim wydaniu z roku 2017 czwartym z tej serii i wykorzystuje poprzednie edycje jako tło do rozpatrzenia dynamiki przemian w wymiarze cyfryzacji zachodzącej we-
wnątrz instytucji kultury w Wielkiej Brytanii. Według autorów motywem

DZIAŁANIA CYFROWE WYKAZUJĄCE ISTOTNE STATYSTYCZNIE ZMIANY W ROZKŁADZIE ZADAŃ INSTYTUCJI W LATACH 2013, 2015, 2017 (POSORTOWANE WEDŁUG WYNIKÓW Z 2017)



Teraz, myśląc o działalności cyfrowej Waszej organizacji, proszę wskazać, które z poniższych czynności wykonujecie obecnie.

Próba: 2013 – wszyscy respondenci (n = 891); 2015 (n = 984); 2017 (n = 1424).

przewodnim tych przemian jest wzrost znaczenia sfery cyfrowej jako źródła potencjalnej amortyzacji problemów finansowych, jakie napotykają poszczególne organizacje w trudnej sytuacji rynkowej. Widać to po wzrostach znaczenia sprzedaży biletów on-line, dotacji przez Internet, a także korzystania z przestrzeni reklamowej oferowanej przez wyszukiwarki.

Motywy przewodnim przemian ostatnich kilku lat jest stopniowy wzrost profesjonalizacji i racjonalności w korzystaniu z nowoczesnych technologii cyfrowych. Po początkowym nacisku na konieczność sprawdzania każdej możliwej platformy, rozwiązania czy narzędzia, obecny trend wskazuje na wyższy poziom zawężania, priorytetyzowania i ogniskowania tych cyfrowych decyzji wraz z lepszymi rezultatami, również komercyjnymi, finansowymi.



POLITYKA RÓWNOUPRAWNIENIA PŁCI W SZTUCE, KULTURZE I MEDIACH. PERSPEKTYWA PORÓWNAWCZA

(GENDER EQUALITY POLICY IN THE ARTS, CULTURE AND MEDIA. COMPARATIVE PERSPECTIVES)

Helmut K. Anheier

Hertie School of Governance

Usytuowany w tradycji komparatystycznej, powyższy raport koncentruje się na charakterystycznym dla współczesności temacie nierówności na rynku pracy, a konkretniej na pozycji kobiet w instytucjach kultury i w mediach. Mając wyraźnie praktycznie ukierunkowane intencje i zamiary, autorzy stawiają sobie za cel porównanie sposobów zaprowadzania polityki antydyskryminacyjnej w siedmiu wybranych krajach Unii Europejskiej.

W ramach tak zwanej mainstreamizacji polityki antydyskryminacyjnej dokonywane są działania na rzecz rozszerzania praktyk równouprawnienia na wszystkie obszary życia społecznego. Zwiększanie częstotliwości ewaluacji i monitorowania zmian ma prowadzić zarówno do wymiernych efektów w postaci strukturalnych przeobrażeń tych problematycznych wymiarów, jak i powodować większą refleksyjność pracowników, klientów, polityków czy zwykłych obywateli. Autorzy badania wskazują na cztery elementy stanowiące podstawę do analizy przemian na polu równouprawnienia:

- szanse awansu na pozycje przywódcze,
- dostęp i szanse rynkowe,
- różnice w pensjach i emeryturach,
- godzenie życia zawodowego z rodzinnym.

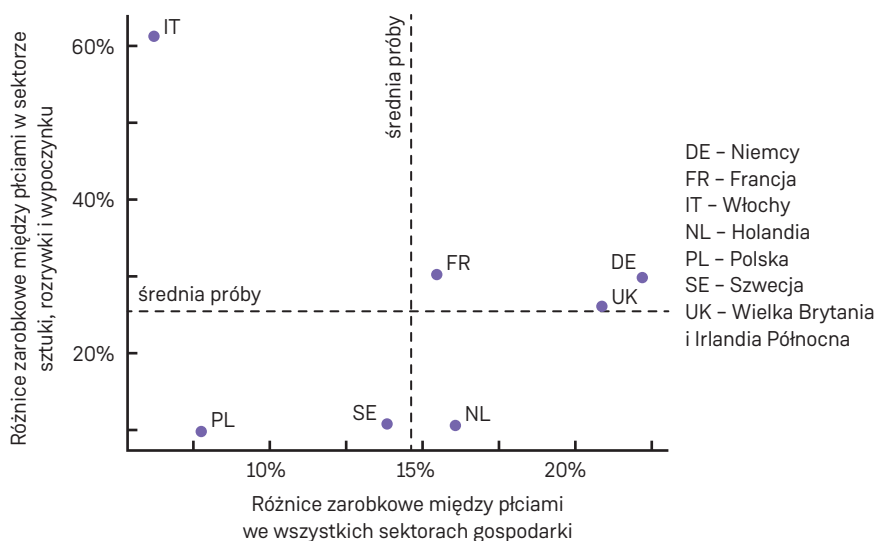
Elementem piątym i wiążącym dla reszty jest wątek możliwości ponownego i ciągłego ewaluowania zmian.

Porównywane państwa to Francja, Niemcy, Holandia, Polska, Szwecja, Wielka Brytania i Włochy, a dane, które były analizowane, pochodzą z różnych lokalnych źródeł poszczególnych państw, wspomagane analizami eksperckimi. Wskazuje się na konieczność czynnego udziału państwa w zapobieganiu strukturalnym nierównościom płacowym, na pozytywny wpływ

dzielenia obowiązków rodzicielskich, a także na oddolną rolę wywierania wpływu i budowania sojuszniczego konsensusu na różnych szczeblach zatrudnienia (szefowie, zarządy, pracownicy) i w różnych wymiarach działalności edukacyjnej i reporterskiej.

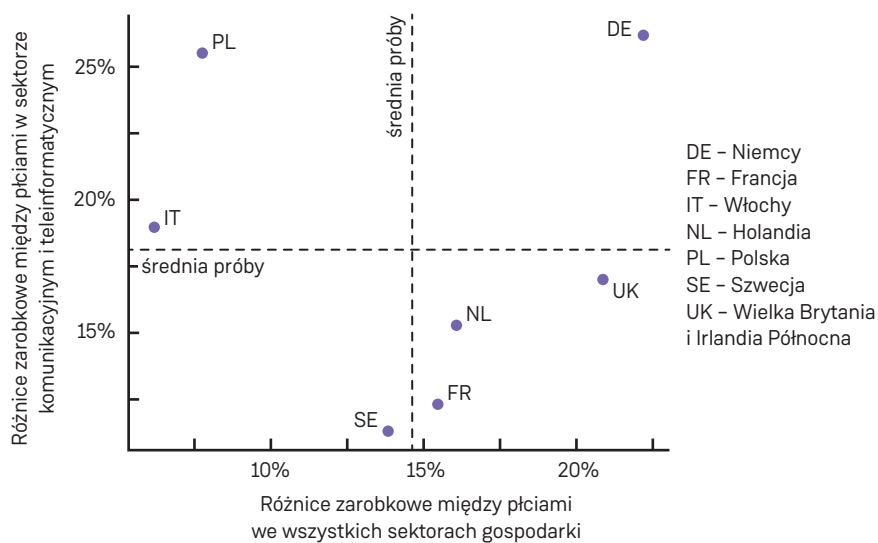
Z danych wyłania się potwierdzenie tezy o „szklanym suficie”, będącym stałym punktem trajektorii zawodowych kobiet, w tym również tych działających w sektorze kultury, sztuki i mediów. W badanych krajach powszechnym zjawiskiem jest nadreprezentacja kobiet studiujących na kierunkach związanych z tymi dziedzinami (średnio ok 2/3 studentów), przy jednocześnie (z wyjątkami) przewadze mężczyzn na stanowiskach kierowniczych w instytucjach kultury takich jak muzea, szkoły filmowe i na wydziałach humanistycznych istotnych uniwersytetów, co ma przełożenie na realne dysproporcje w sprawowaniu władzy. Jeszcze większe dysproporcje pojawiają się w kwestii prestiżu, a mianowicie w rozkładzie nagród środowisk kulturalnych, gdzie najbliżej parytetu wypada Holandia, ale jest to wciąż wynik wskazujący na proporcję dwóch nagród przyznawanych mężczyznom na jedną przyznawaną kobietom.

RÓŻNICE ZAROBKOWE MIĘDZY PŁCIAMI W GOSPODARCE OGÓŁEM I W SEKTORZE KREATYWNO-KULTURALNYM



Sposób odczytu: Rozdźwięk w zarobkach między płciami w gospodarce holenderskiej jest nieznacznie większy niż średnia przyjęta dla próby (pionowa linia przerywana), ale rozdźwięk w zarobkach między płciami w sektorze sztuki, rozrywki i wypoczynku jest znacznie poniżej średniej przyjętej dla próby (pozioma linia przerywana).

RÓŻNICE ZAROBKOWE MIĘDZY PŁCIAMI W GOSPODARCE OGÓŁEM I W SFERZE MEDIÓW



Sposób odczytu: np. w Niemczech rozdziałek zarówno między zarobkami w gospodarce jako takiej, jak i w sektorze komunikacyjnym i teleinformatycznym wychodzi znacznie ponad przyjęte dla prób.



CO WPŁYWA NA DOBRE SAMOPOCZUCIE? SYSTEMATYCZNY PRZEGLĄD EFEKTÓW MUZYKI I ŚPIEWU DLA DOBROSTANU DOROSŁYCH

(WHAT WORKS FOR WELLBEING? A SYSTEMATIC REVIEW OF WELLBEING OUTCOMES FOR MUSIC AND SINGING IN ADULTS)

Norma Daykin i inni

Perspectives in Public Health

Zaproponowana w powyższym artykule interdyscyplinarna problematyka wpisuje się w rosnącą popularność badań nad środowiskowymi i life-style'owymi sposobami radzenia sobie z trudnościami o podłożu psychicznym. Jednym z elementów kultury terapeutycznej jest postępująca instytucjonalizacja i demokratyzacja metod wychodzenia z depresji, niepokojów, traum itp. Autorzy artykułu skupili się na przeglądzie potencjalnie terapeutycznych scenariuszy, jakie niosą ze sobą słuchanie muzyki i śpiewanie.

Do metaanalizy wzięto 37 badań nad związkami między spontanicznym i celowym słuchaniem muzyki bądź śpiewaniem a poziomem dobrostanu. Na podstawie zróżnicowanych źródeł autorzy tego podsumowania stwierdzają zasadność hipotezy o pozytywnym związku w powyższej relacji.

W próbach badawczych starsi dorośli wykazywali się zmniejszonym poziomem depresji dzięki regularnemu uczestnictwu we wspólnym słuchaniu muzyki i śpiewie, co także pomaga uniknąć poczucia izolacji i samotności. Jednocześnie terapeutycznie ukierunkowane interwencje polegające na organizowaniu tych samych aktywności pomagają w poprawie nastroju i zmniejszaniu napięcia wśród młodych ludzi, kobiet w ciąży, a także w populacji zakładów karnych.



RODZĄCY SIĘ KAPITAŁ KULTUROWY W MIEŚCIE – SPOJRZENIE NA LONDYN I BRUKSEŁĘ

(EMERGING CULTURAL CAPITAL IN THE CITY: PROFILING LONDON AND BRUSSELS)

Mike Savage, Laurie Hanquinet, Niall Cunningham, Johs Hjelbrekke
INTERNATIONAL JOURNAL OF URBAN AND REGIONAL RESEARCH

Można pokusić się o stwierdzenie, że jednym z powszechniejszych toposów współczesności jest wzrost wielowymiarowego napięcia między środowiskami wielkomiejskimi a podmiejskimi i wiejskimi. Autorzy powyższego raportu starają się dokonać rekonfiguracji pewnych wcześniejszych założeń wywiedzionych z teorii kapitału kulturowego Pierre’a Bourdieu i zastanowić się nad jego współczesnymi emanacjami na podstawie danych dotyczących dwóch europejskich stolic – Londynu i Brukseli.

Autorzy proponują, by spojrzeć na współczesny sposób kształtowania się kapitału kulturowego przez pryzmat miejsc i przestrzeni, w jakich się on akumuluje. W proponowanej perspektywie środowiska wielkomiejskie stają się punktami węzłowymi dla rodzących się kapitałów kulturowych w mniejszym stopniu poprzez treści kultury, jakie proponują, a w większym poprzez sposoby partycypacji w kulturze, jakie zapewniają. Czynniki takie jak oferty akademickie, modernizacja i uprzystępnienie aren sportowych, profil rynku mieszkaniowego nakierowany na zamożniejszych klientów, poziom kosmopolityzmu itp. stają się istotnymi elementami nowych formacji społeczno-kulturowych, jakie możemy zaobserwować we wpływowych społecznościach miejskich.

Innym z elementów składających się na argumentację w artykule jest podniesienie kwestii względnie zmniejszającej się roli stolicy jako wyjątkowego i nieporównywalnego z resztą miast ośrodka kulturalnego. Proponowana optyka zakłada większą konkurencyjność innych wielkomiejskich ośrodków przy jednoczesnym podtrzymaniu kluczowego znaczenia ich wiel-

komiejskości jako swoistego „magnesu” dla kapitału kulturowego. Do cech tego „magnesu” zaliczają się przede wszystkim:

- rosnąca dominacja elitarnych miejskich uniwersytetów,
- rola miejskich środowisk sportowych,
- wydatność i wyrazistość miejskiego kosmopolityzmu,
- rosnąca hegemoniczność gentryfikacji miast.

6.



ARTYKUŁY NAUKOWE

RYNEK PRACY ARTYSTÓW

Przemysły kreatywne przykuwają uwagę polityków i ekonomistów jako potencjalne źródło nowych miejsc pracy. Niektórzy pokładają w nich nadzieje na wypełnienie luki po upadających sektorach gospodarki. Autorzy artykułów opublikowanych w ostatnim kwartale z jednej strony sprawdzają, czy aby dobrze wybraliśmy obiekt westchnień, z drugiej zaś próbują zbadać, jaki powinien być pracownik sektora kultury, by udało mu się pozostać w zawodzie długie lata.

R.F.J. Haans, A. van Witteloosuijn, *Expected job creation across the cultural industries: a sectoral division and its implications for cultural policy*, „International Journal of Cultural Policy” 2018, nr 42 (1).

Autorzy już na wstępie podważają założenie, zgodnie z którym sektor kultury miałby być środowiskiem szczególnie sprzyjającym tworzeniu nowych miejsc pracy. Przedsiębiorcy w sektorze kultury (badani byli wszyscy, którzy mają założoną działalność gospodarczą w tej sferze) częściej niż przedstawiciele innych sektorów kreślą plany dotyczące przyszłego zatrudnienia raczej w kategoriach utrzymania zatrudnienia niż poszerzania go. Ci, którzy reprezentują rdzeń sektora kultury (artyści *per se*) nie mają ani motywacji do poszerzania zatrudnienia (bo w ogóle ich celem nie jest rozwój biznesu, tylko sztuka), ani możliwości (bo praca artystyczna wymaga całkowitej kontroli procesu twórczego i bardzo wysokich kompetencji współpracowników). Publicznie finansowana kultura z definicji nie może być źródłem nowych miejsc pracy, bo nie można mówić o perspektywach rozwoju, skoro celem finansowym jest jedynie pokrywanie kosztów. Zupełnie inaczej wygląda sytuacja w sektorach związanych z kulturą, których sednem nie jest wytwarzanie treści kultury, a tylko reprodukcja, upowszechnianie i czerpanie z kreatywności jako czynnika produkcji – mowa o reklamie czy architekturze. Przedsiębiorcy w tych sektorach czerpią z korzyści skali (im więcej produkuje, tym lepszy wynik ekonomiczny) czy rozwoju technologicznego – pomaga im to samo, co przedsiębiorcom poza sektorem kreatywnym. Powstaje pytanie: czy faktycznie należy włączać przedstawicieli tych sektorów do przemysłów kreatywnych, skoro bliżej im do tradycyjnych gałęzi gospodarki?

Wykorzystanie przemysłów kreatywnych jako narzędzia zmiany rynku pracy może być trudne, niemniej autorzy formułują trzy proste rady dla decydentów, które mogą pomóc zrealizować ten cel:

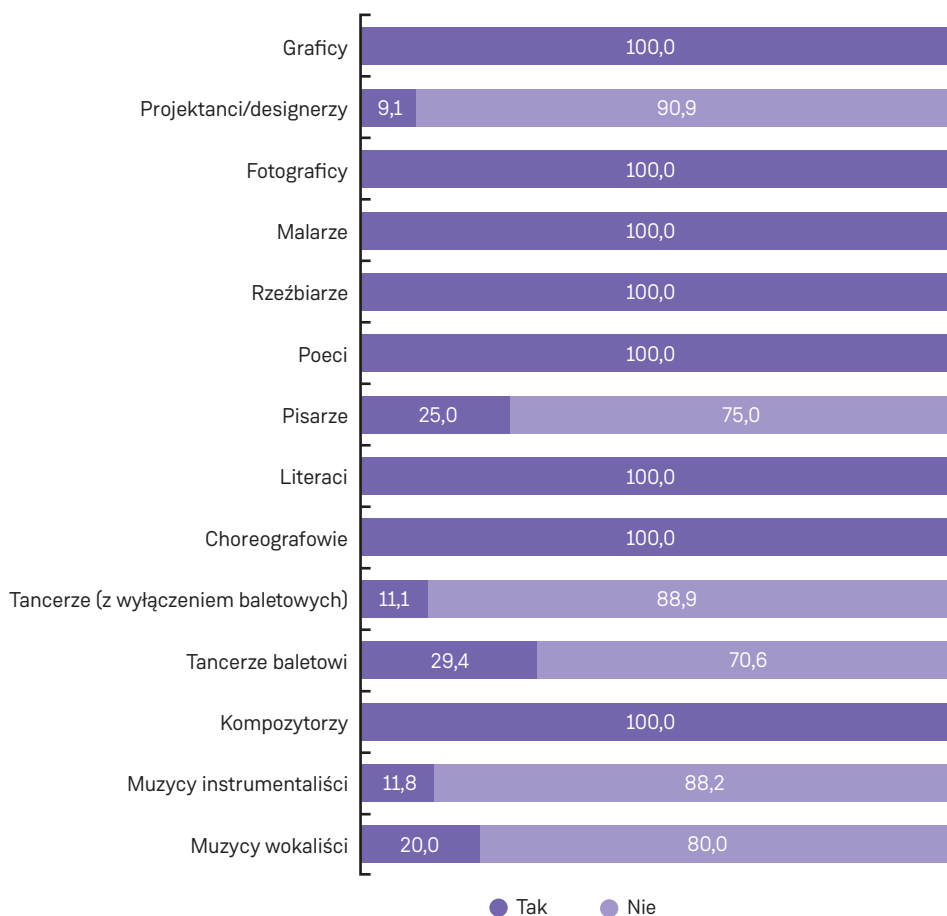
1. Podstawą polityki wspierania powstawania nowych miejsc pracy w sektorze kreatywnym powinna być identyfikacja tych przedsiębiorców, którzy faktycznie mają motywację i możliwości zwiększenia zatrudnienia (czyli uwaga powinna być kierowana poza artystyczny rdzeń sektora kultury).
2. Narzędziem wsparcia powinny być szkolenia i edukacja w zakresie zarządzania i pewności siebie przedsiębiorców (kursy liderские).
3. W związku z tym, że praca w przemysłach kreatywnych jest często zdecentralizowana i oparta na kontaktach równorzędnych współpracowników, ważną rolę w rozwoju rynku pracy w obrębie przemysłów kultury może odegrać klastrowanie przedsiębiorstw (czyli tworzenia stałej współpracy dzięki wspólnej lokalizacji). To daje nadzieję nie tyle na poszerzenie zatrudnienia w istniejących firmach, co na poszerzanie liczby osób działających samodzielnie na polu kreatywnym.

T. Bille, S. Jensen, *Artistic education matters: survival in the arts occupations*, „Journal of Cultural Economics” 2018, nr 42 (1).

Edukacja to w teorii ekonomii najsilniejsza determinanta sukcesu zawodowego. Dla jednych jest to forma akumulacji kapitału ludzkiego (człowiek z wyższym wykształceniem naprawdę więcej wie i umie), dla innych dyplom to wyłącznie sygnał wysyłany pracodawcy, któremu inaczej trudno ocenić przydatność rekrutowanych pracowników. Rynek pracy artystów z zaskakującą konsekwencją wymyka się badaczom – do tej pory nie potwierdzono roli wykształcenia w odnoszeniu sukcesu artystycznego (czyli zawodowego). Ale też jest to bardzo trudny obszar badań – brakuje danych statystycznych, które pozwoliłyby na dużej próbie badać losy osób identyfikujących się jako artyści. Autorzy artykułu sięgają po duńską bazę danych zawierającą informacje o ponad 15-letniej historii życia zawodowego artystów. Każda praca artystyczna wiąże się z dużym ryzykiem porzucenia zawodu. Zgodnie z omawianym artykułem po 10 latach średnio tylko 20% osób pozostaje w zawodzie. Artyści uprawiający różne sztuki mocno jednak różnią się między sobą. Najbardziej narażeni na porażkę zawodową są aktorzy – po dwóch latach obserwacji wskazano, że aż połowa zmienia zawód. Niewiele lepiej jest wśród artystów sztuk wizualnych (rzeźbiarzy, malarzy) – po pierwszym roku odpada 30%. Najlepiej pod tym względem jest wśród pisarzy i dziennikarzy (co po części wynika z włączenia do tej grupy zawodowej osób dalekich od pracy *stricto* artystycznej) oraz muzyków, wśród których rezygnacja w pierwszych latach jest dosyć duża, ale za to wytrwałość na początku

przekłada się na późniejszą stabilność pracy (po 15 latach 20% wciąż pozostaje w zawodzie). Dla porównania, w badaniu przeprowadzonym w Polsce w 2013 roku na próbie artystów z aglomeracji bydgosko-toruńskiej wykazano, że artyści z różnych grup zawodowych w różnym stopniu myślą o rezygnacji z wykonywania pracy artystycznej, ale wyniki były zgoła odmienne niż w badaniu duńskim – to pisarze i muzycy najczęściej rozważali porzucenie zawodu (zob. Wykres).

ROZWAŻANIE REZYGNACJI Z WYKONYWANIA PRACY ARTYSTY WEDŁUG ZAWODÓW. (%)



Źródło: „Rynek pracy artystów i twórców w Polsce. Raport z badań”, red. D. Ilczuk, Bydgoszcz-Warszawa 2013, s. 112.

Rola wykształcenia ma różne znaczenie w zależności od uprawianej sztuki. Dla artystów wizualnych i tancerzy edukacja właściwie nie ma znaczenia – z nią czy bez niej z taką samą skutecznością radzą sobie na rynku pracy artystów. Autorzy artykułu tłumaczą to dużą rolą samokształcenia w obu profesjach. Co innego artyści słowa pisanego (pisarze i dziennikarze), którym wykształcenie pomaga utrzymać się w pracy tak na początku, jak i po wielu latach kariery. Muzykom i aktorom wykształcenie pomaga przede wszystkim w pierwszych latach życia zawodowego, w dłuższej perspektywie prawdopodobieństwo znalezienia się poza rynkiem pracy artystów jest takie samo dla wykształconych i niewykształconych.

WARTOŚCI KULTURY

W ostatnim kwartale naukowcy zarówno oglądali pod lupą „wartość kultury”, żeby odkryć w niej nowe składowe, odrzucali to pojęcie całkowicie, stwierdzając, że nie wiadomo, co to miałoby być, jak i próbowali odzyskać ten termin właściwy ekonomii kultury dla nauk posługujących się metodami jakościowymi (a nie ilościowymi).

C. Holtorf, *Perceiving the Past: From Age Value to Pastness*, „International Journal of Cultural Property” 2017, nr 24 (4).

Mówiąc o kulturze, chętnie dyskutujemy, dlaczego ma ona tak duże znaczenie dla człowieka, na czym polega jej wartość. Szukamy kolejnych określeń, które pozwoliłyby nam zrozumieć to znaczenie: wartość estetyczna, wartość symboliczna, wartość historyczna. Na początku XX wieku austriacki historyk sztuki Alois Riegl przypisał zabytkom „age value” – „wartość starości”. Podczas gdy wartość historyczna pomnika czy budynku wynika z faktu, że reprezentuje on konkretny moment w historii ludzkości, wartość starości jest związana z obserwowaniem widocznych śladów, które czas zostawia na materialnych obiektach (korozja, patyna, objawy zużycia). Żeby mieć przyjemność obcowania z czymś starym, nie trzeba wiedzy ani edukacji historycznej – to przyjemność w gruncie rzeczy zmysłowa. Współczesne techniki i technologie pozwalają na tworzenie realistycznych kopii starych obiektów, potrafimy (re)konstruować przeszłość. Autor stawia pytania o to, jaką wartość mają te kopie dla odbiorców (bo niewątpliwie mają, do rekonstrukcji zaliczylibyśmy zapewne m.in. większość Starego Miasta w Warszawie), skoro na pewno nie jest to wartość wynikająca z obcowania z autentycznymi obiektami z zamierzchłych czasów. I znajduje dla tej wartości nowe określenie – „pastness value”, wartość wywoływania wrażenia przeszłości. Jej źródło nie tkwi w obiekcie, ale w ludzkiej percepcji, która obcuje z obiektem znajdującym się w określonym społecznym i kulturowym kontekście. Autor sugeruje, że dziedzictwo kulturowe to znacznie więcej niż zabytki czy inne obiekty swoją autentycznością pozwalające odbiorcy odnieść się do przeszłości – to wszystko, co przywołuje przeszłość. W konsekwencji zarządzanie dziedzictwem staje się zarządzaniem przeszłością.

A. Oancea, T. Florez-Petour, J. Atkinson, *The ecologies and economy of cultural value from research*, „International Journal of Cultural Policy” 2018, nr 24 (1).

Badanie wartości kulturowej doczekało się już auto-metaanalizy, co oznacza, że w świecie naukowym nie tylko są już osoby badające wartość kulturową, ale także ci, którzy badają, jak wartość kulturowa jest badana. Okazuje się, że „wartość kulturowa” to termin niezwykle kontrowersyjny. Jedni wciąż toczą bój o to, by w świecie skazanym na mierzenie, wartościowanie i ocenianie wartość kultury nie sprowadzała się tylko do wartości ekonomicznej – by rozpatrywać jej wartość w szerszym aspekcie, poszerzonym właśnie o wartość kulturową. W tym samym czasie inni podważają sam sens wartościowania – jako poddanie się „kolonizacji dyskursu polityki kulturalnej przez ekonomię”. Analiza wywiadów z wieloma naukowcami prowadzącymi badania dotyczące wartości kultury pokazała, że nie ma zgody co do zrozumienia, czym jest wartość kulturowa, nie wiadomo też, jak ją mierzyć. W związku z tym badanie wartości kulturowej nie jest prostą alternatywą dla mierzenia wartości ekonomicznej kultury. Wiadomo na pewno, że niechęć do ryzykowania w nauce, która sama także została poddana wartościowaniu, mierzeniu i parametryzowaniu (a zatem ryzyko polega na podejmowaniu działań, które nie przekładają się bezpośredni na zdobywanie punktów dla siebie, wydziału czy uczelni), przekłada się na faworyzowanie badań ilościowych – takich, w których wartość kultury jest faktycznie mierzona, a wynik podawany w liczbach. Tym sposobem tracimy wiele na głębszym rozumieniu słowa „wartość” stosowanego w odniesieniu do kultury.

B. Walmsley, *Deep hanging out in the arts: an anthropological approach to capturing cultural value*, „International Journal of Cultural Policy” 2018, nr 24 (2).

Wartość kulturowa, wartość kultury to terminy, które weszły na stałe do słownika ekonomii kultury i polityki kulturalnej. Autor artykułu przywraca je innym naukom humanistycznym: socjologii i antropologii – z perspektywy tych nauk próbuje mówić o tym, jakie jest znaczenie kultury dla człowieka i społeczeństwa. Ekonomia kultury, nauki polityczne tam, gdzie mówią o polityce kulturalnej, starają się sprawdzić (a często: policzyć), jaka jest wartość kultury. Celom naukowym takich badań towarzyszy bardzo praktyczne poszukiwanie uzasadnienia dla publicznego finansowania kultury. Autor artykułu przedstawia problem w odwrotny sposób: twierdzi, że dobrze wiemy, jaka jest i na czym polega wartość kultury (uczestniczenie w kulturze daje poczucie przynależności i tożsamości, buduje poczucie własnej wartości i pewności siebie, pomaga tworzeniu się relacji społecznych, rozwija umiejętności potrzebne w pracy, jest językiem komunikowania osobistego doświadczenia itd.), ale wciąż nie potrafimy wystarczająco przekonująco okazać tego, że to wiemy. Źródła tego problemu mają tkwić w zbytnim przywiązaniu do *wiedzy*, a nie *czucia*. Żeby pojąć (dotknąć), na czym polega wartość kultury, zamiast usiłować zrozumieć i zrationalizować doświadczenie kultury, powinniśmy czuć ją i jej doświadczać. Jako naukowcy: zamiast liczyć i mierzyć, jakby była niezależnym obiektem badań, powinniśmy zanurzyć się w kulturze wraz z jej uczestnikami (badanie opisywane w artykule było prowadzone metodą obserwacji uczestniczącej zgodnie z koncepcją „deep hanging out” Clifforda Geertza). Przejść od obsesji epistemologicznej do obserwacji fenomenologicznej, jak pisze autor. To nie tyle propozycja alternatywna wobec badań ilościowych, co komplementarna: uzupełnia wyliczenia o sferę ludzkiego doświadczenia, którego nie da się tak łatwo zmierzyć i zważyć.

Nowości Badawcze NCK 1/2018
© Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2018

REDAKCJA

dr Tomasz Kukołowicz (redaktor naczelny, NCK)
Natalia Szeligowska, dr Małgorzata Retko-Bernatowicz,
Zuzanna Maciejczak, Marlena Modzelewska (NCK)
Aleksandra Wiśniewska (Wydział Nauk Ekonomicznych UW)
Wojciech Głowacki (MISH UW)
Jerzy Pawlik (Uniwersytet Łódzki)

KONTAKT

Dział Badań i Analiz Narodowego Centrum Kultury
tel. 22 21 00 186
e-mail: tkukolowicz@nck.pl

Opracowanie graficzne: Poważne Studio
Skład: Sławomir Łąkocy
Druk: Multigraf Drukarnia Sp. z o.o., ul. Bielińska 76c, 85-135 Bydgoszcz

ISSN (wersja drukowana): 2451-2214
ISSN (wersja elektroniczna): 2451-4128

Nakład 500 egz.

WYDAWCA



ul. Płocka 13
01-231 Warszawa
<http://nck.pl>
<http://sklep.nck.pl>

Redaktor Naczelny Wydawnictw NCK: dr hab. Rafał Wiśniewski, prof. UKSW

Narodowe Centrum Kultury jest instytucją państwową
działającą na rzecz rozwoju kultury w Polsce

**Ministerstwo
Kultury
i Dziedzictwa
Narodowego**

Publikacja finansowana ze środków
Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego



NARODOWE
CENTRUM
KULTURY