

---

# KULTURA W CZASIE ZARAŻY\*

---



**\* W WOJEWÓDZTWIE PODKARPACKIM**

---

Artur Kawa

Joanna Jęczalik

Oktawia Skakowska

opracowanie graficzne: Anna Mazur

---

# SPIS TREŚCI

---

<b>WSTĘP</b>	3
<b>ROZDZIAŁ I</b>	
BADANIE PRACOWNIKÓW INSTYTUCJI KULTURY	5
OPIS RESPONDENTÓW	5
DZIAŁALNOŚĆ KULTURALNA PRZED PANDEMIA	7
DZIAŁALNOŚĆ KULTURALNA W TRAKCIE PANDEMII	10
DZIAŁALNOŚĆ KULTURALNA PO PANDEMII	13
<b>ROZDZIAŁ II</b>	
BADANIE ODBIORCÓW OFERTY KULTURALNEJ	16
OPIS RESPONDENTÓW	16
PYTANIA OGÓLNE	17
UCZESTNICTWO W KULTURZE PRZED PANDEMIA	19
UCZESTNICTWO W TRAKCIE PANDEMII	20
UCZESTNICTWO W KULTURZE PO PANDEMII	23
<b>PODSUMOWANIE</b>	



---

# WSTĘP

---

*Zespół Rzeszowskiego Inkubatora Kultury pragnie złożyć serdeczne podziękowania wszystkim osobom zaangażowanym w proces wypełnienia ankiet. Bez Państwa ten raport by nie powstał.*

## **RAPORT O STANIE KULTURY W WOJ. PODKARPACKIM PODCZAS PANDEMII WIRUSA SARS-COV-2**

Sytuacja epidemiologiczna, która spadła w 2020 roku na sektor kultury, podobnie jak na inne obszary rynku w Polsce i na świecie, spowodowała iż wiele instytucji i zatrudnionych w nich pracowników znalazło się w bardzo trudnym położeniu. W przypadku instytucji funkcjonujących na rynku kultury jest to o tyle znaczące, że wiele podmiotów prowadzących działalność kulturalną opiera swoje działania na bezpośrednim kontakcie z odbiorcą. Kontakt ów ma miejsce „tu i teraz” w przestrzeni organizacji, a izolacja radykalnie go ogranicza. Zespół pracowników Rzeszowskiego Inkubatora Kultury (dział programowy Estrady Rzeszowskiej), w odpowiedzi na płynnie zmieniające się warunki funkcjonowania instytucji, postanowił zdiagnozować problemy z jakimi borykają się podmioty sektora kultury. Opracowane badanie objęło organizacje mające swą siedzibę na Podkarpaciu. Celem przeprowadzonej analizy było zgromadzenie informacji, które mogą być przydatne w procesie podejmowania decyzji przez instytucje w obliczu nagłego kryzysu. Wynikiem tego badania powinno być stworzenie szeregu procedur umożliwiających usprawnienie działalności oraz organiza-



cji wydarzeń w trakcie i po pandemii. Trudność w oszacowaniu dodatkowo wzmacnia brak realistycznych, a zarazem wiarygodnych modeli zakończenia pandemii.

Badanie zostało przeprowadzone z zastosowaniem metody ankiety internetowej. Próbkę badawczą stanowili przedstawiciele dwóch grup: pracowników badanych instytucji oraz odbiorców oferty kulturalnej z terenu województwa podkarpackiego. Badanie składa się z dwóch części. Pierwsza z nich, to ankieta skierowana łącznie do 216 podmiotów, z czego 95 to instytucje kultury, a 121 to liczba organizacji pozarządowych. Wszystkie z siedzibą w województwie podkarpackim. Organizator badania pomimo relatywnie dużej liczby organizacji odnotował zaledwie 19 odpowiedzi. Druga część badania to ankieta skierowana do odbiorców oferty kulturalnej, w którym odnotowano 88 odpowiedzi. Na uwagę zasługuje relatywnie spora próba badawcza, szacowana na podstawie zasięgów organicznych wygenerowanych przez kanały social media. Odpowiedzi gromadzone były za pośrednictwem formularza Google przez niepełny miesiąc, w okresie od 21 maja do 15 czerwca 2020 roku. Udział w badaniu był anonimowy, a wyniki uwzględniały jedynie podstawowe dane demograficzne jak wiek, płeć i wielkość miejsca zamieszkania. Wyniki posłużyły do opracowania niniejszego raportu opisującego pewien obraz sektora kultury na Podkarpaciu w czasie pandemii SARS-Cov2 oraz diagnozy potencjalnych zagrożeń, które mogą wystąpić na rynku działalności kulturalnej w Polsce.

Choć w kwestionariuszu ankiet pytania nie zostały w wyraźny sposób ujęte w kategoriach, w opracowaniu końcowym przyjęto podział na trzy zestawy. Pierwszy z nich dotyczył stanu działalności instytucji przed wystąpieniem pandemii, kolejny zakładał działalność w trakcie jej trwania, a trzeci uwzględnia plany działalności po zakończeniu kryzysu związanego z izolacją.



---

# ROZDZIAŁ I

---

## ANKIETA SKIEROWANA DO PRACOWNIKÓW KULTURY

Głównym założeniem w badaniu było zebranie informacji pochodzących bezpośrednio od instytucji kultury, gdyż w czasie pandemii to one i ich działalność zostały dotknięte najostrzejszymi rygorami. Tym samym organizacje prowadzące działalność kulturalną zobowiązane zostały do radykalnej zmiany oferty. Ponadto przyjęto dyskurs, iż podmioty te będą zainteresowane otrzymaniem wyników niniejszego badania, co może przełożyć się na planowanie i wdrażanie procedur związanych z organizacją i prowadzeniem działalności statutowej w czasie kryzysu.

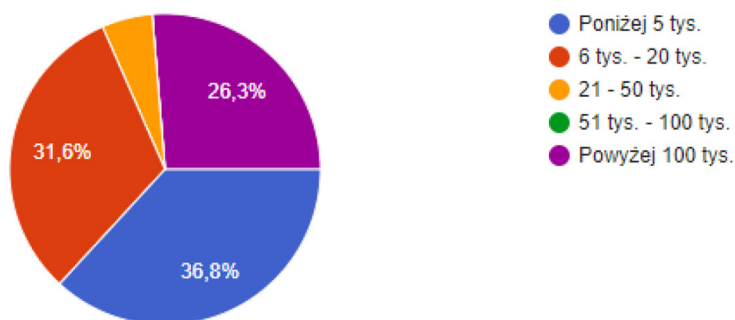
Zaproszenie do udziału w badaniu skierowane zostało drogą mailową do 216 organizacji funkcjonujących w sektorze kultury. Aby upewnić się, że informacja została dostarczona do każdego wyznaczonego podmiotu, organizator badania ponowił dwukrotnie przypomnienie w rozmowie telefonicznej. W efekcie w badaniu udział wzięło 19 respondentów (11 kobiet, 8 mężczyzn). Ankieta składała się z 31 pytań zamkniętych i otwartych, z podziałem na zagadnienia związane z ofertą kulturalną realizowaną przed wystąpieniem pandemii oraz w trakcie jej trwania, z uwzględnieniem wszystkich narzuconych reżimów.



## OPIS RESPONDENTÓW

Najliczniejszą grupę respondentów stanowili pracownicy zatrudnieni w instytucjach kultury zlokalizowanych w niewielkich miejscowościach, tj. do 20 tysięcy mieszkańców (ponad 2/3 ankietowanych), a pozostałe osoby pracują w instytucjach w dużych miastach powyżej 50 tysięcy mieszkańców.

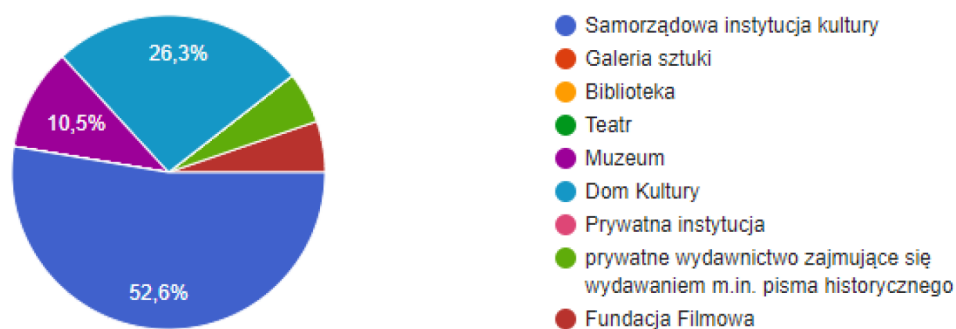
Wykres 1. Wielkość miejscowości, w której znajduje się badana instytucja



Źródło: Google Forms| <https://docs.google.com/forms/d/14Z0rYOjU-U4g7UaP3baFBw4Sfu7ZP3hBZ6cFtBY9bqQ/edit#responses>

Większą część badanych stanowią kobiety (57,9%), jednak ich przewaga nad mężczyznami nie jest znacząca (42,1%). Należy przy tym zauważyć, iż zdecydowana większość reprezentuje publiczne instytucje kultury (89,4%) przy czym założono, że zadeklarowane w odpowiedziach „domy kultury” i „muzea” przynależą do tej właśnie kategorii. Warto także podkreślić udział przedstawicieli prywatnych instytucji zajmujących się działalnością kulturalną (10,6%).

Wykres 2. Rodzaj instytucji



Źródło: Google Forms| <https://docs.google.com/forms/d/14Z0rYOjU-U4g7UaP3baFBw4Sfu7ZP3hBZ6cFtBY9bqQ/edit#responses>

Pod względem wielkości zatrudnienia przeważały instytucje, w których pracuje nie więcej niż 10 osób (63,2%), a pozostałą część reprezentowały podmioty zatrudniające więcej niż 10 osób, w tym największa dająca pracę aż 25 osobom. Wielkość zatrudnienia ma wpływ na wiele czynników związanych z funkcjonowaniem organizacji – m. in. na koszty jej prowadzenia, czy potencjał.



## DZIAŁALNOŚĆ KULTURALNA PRZED PANDEMIA

W ramach badania poproszono o szacunkowe wykazanie liczby odbiorców wydarzeń, które realizowane były przez daną instytucję. Zakres badania w tej części obejmował przedział od stycznia do marca 2020 roku, czyli przed wprowadzeniem restrykcji związanych z pandemią SARS-Cov2 na terenie Polski. Punktem odniesienia był analogiczny okres z poprzedniego roku. Część wyników należy uznać za niewystarczająco precyzyjne, gdyż podano tylko jedną liczbę. W odpowiedziach obejmujących wyżej wskazane okresy i ich zróżnicowanie dostrzegalny jest znaczący spadek liczby odbiorców (średnio o 28% niższy) od momentu zamrożenia działalności w sektorze kultury.

Tabela 1. Zestawienie wyników

Styczeń - marzec 2019	Styczeń - marzec 2020	Różnica (%)
1005	551	45%
~2000	~1700	15%
4855	3873	20%
900	450	50%
500	200	60%
3400	3200	6%
Podobna ilość	Podobna ilość	0%
Średnia zmiana o:		28%

Źródło: Google Forms| <https://docs.google.com/forms/d/14Z0rYOjU-U4g7UaP3baFBw4Sfu7ZP3hBZ6cFtBY9bqQ/edit#responses>

W zestawieniu nie uwzględniono wyników zawierających tylko jedną odpowiedź, gdyż nie ma pewności czy podane liczby dotyczą okresu za 2019 czy 2020 rok. Niemniej jednak respondenci w przeważającej większości stwierdzali, że wskaźnik liczby odbiorców oferty kulturalnej zmniejszył się, a za przyczynę takiego stanu rzeczy dodatkowo wskazywano konieczność zawieszenia działalności i odwołania zaplanowanych wydarzeń.



Tabela 2. Liczba zaplanowanych wydarzeń

Styczeń – marzec 2019	Styczeń – marzec 2020	Różnica (%)
15	11	27%
10	10	0%
22	20	9%
16	10	38%
3	0	100%
1	1	0%
32	13	59%
2	3	-
2	2	0%
3	3	0%
12	12	0%
3	3	0%
10	10	0%
1	1	0%
15	15	0%
To samo	To samo	0%
Średnia zmiana o:		15%

Źródło: Google Forms| <https://docs.google.com/forms/d/14Z0rYOjU-U4g7UaP3baFBw4Sfu7ZP3hBZ6cFtBY9bqQ/edit#responses>

Odrzucono wyniki „około 87”, „kilkanaście” oraz „plus stałe zajęcia”, „od 1 do 4”, „+ kilkadziesiąt seansów filmowych” jako niedające się jednoznacznie zakwalifikować.

Mając na uwadze powyższe, ankietowani w zdecydowanej większości zadeklarowali, że bieżące wydarzenia zostały zawieszane lub całkowicie odwołane (84%). Warto przy tym zwrócić uwagę, że jedynie nieliczne instytucje zdecydowały się na przeniesienie części lub całości oferty do Internetu (21%). Z kolei 5% ankietowanych nie odwołało działań podejmowanych standardowo. W zestawieniu nie brano pod uwagę odpowiedzi, które były niewystarczająco precyzyjne (11%). Podkreślić także należy ważny głos, który może świadczyć o zależności badanych instytucji od działalności i procedur stosowanych w innych podmiotach w momencie wystąpienia reżimów pandemicznych.



*„Nie ukazał się 1 numer czasopisma, odwołane zostały 2 imprezy w których mieliśmy brać udział”*



Na uwagę zasługuje fakt, iż część instytucji wykazała się elastycznością w działaniu i podejmowała doraźne kroki związane z kryzysem. Deklarowano przeniesienie części wydarzeń w formie on-line, ale także przesunięcie terminów na późniejszy okres, w nadziei na złagodzenie reżimów. Część wydarzeń z powodu wyższej konieczności i z uwagi na bezpieczeństwo pracowników oraz odbiorców nie została zrealizowana.

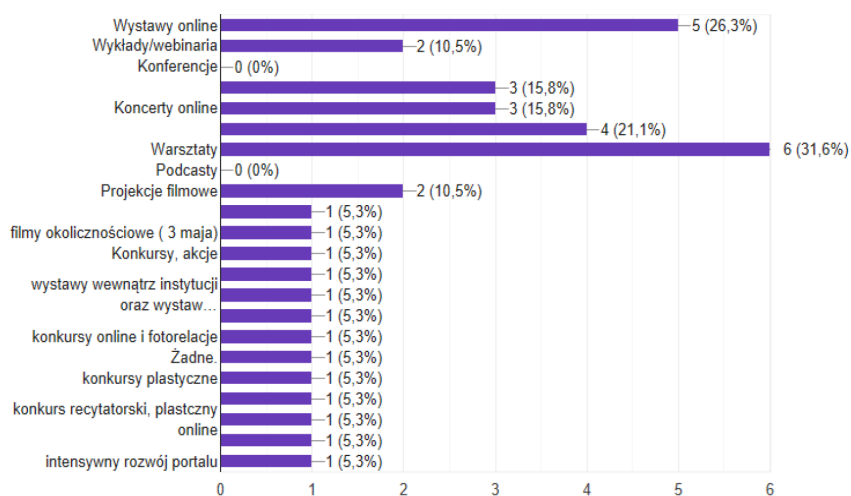
Oferta działań w okresie przed wprowadzeniem ograniczeń w instytucjach kultury tylko w nieznacznym stopniu - jak twierdzą respondenci - uwzględniała działania możliwe do realizacji zdalnej. W kwestionariuszu nie zaznaczono wartości liczbowych, dlatego trudno jednoznacznie oszacować wielkość tego czynnika. Ankietowani wskazywali przy tym wystawy, warsztaty, wykłady i prezentacje jako przykłady działań standardowo realizowanych on-line. Zainteresowanie udziałem w tego rodzaju wydarzeniach było różne, w zależności od ich charakterystyki, choć wskazuje się także informację, że uczestnicy od działań podejmowanych zdalnie wolą bezpośrednio uczestnictwo w siedzibie instytucji lub miejscu wydarzenia.

**Tabela 3. Zależność zainteresowania względem rodzaju wydarzenia**

Rodzaj wydarzenia	Poziom zainteresowania
Wystawy	Przeciętne
Konkursy	Znikome
Wykłady	Wysokie
Warsztaty	Przeciętne

Źródło: Google Forms| <https://docs.google.com/forms/d/14Z0rYOjU-U4g7UaP3baFBw4Sfu7ZP3hBZ6cFtBY9bqQ/edit#responses>

**Wykres 3. Rodzaj organizowanych wydarzeń**

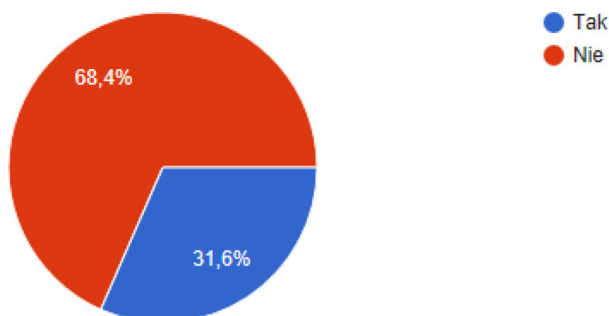


Źródło: Google Forms| <https://docs.google.com/forms/d/14Z0rYOjU-U4g7UaP3baFBw4Sfu7ZP3hBZ6cFtBY9bqQ/edit#responses>



Pojęcie pracy zdalnej w polskim systemie prawnym nie jest precyzyjnie zdefiniowane, a w sektorze kultury przed wystąpieniem pandemii nie było praktykowane regularnie. Jak pokazują wyniki niniejszego badania, było to możliwe zaledwie w co trzecim przypadku.

Wykres 4. Możliwość wykonywania pracy zdalnej przed pandemią



Zródło: Google Forms| <https://docs.google.com/forms/d/14Z0rYOjU-U4g7UaP3baFBw4Sfu7ZP3hBZ6cFtBY9bqQ/edit#responses>

Może to być sygnałem, że instytucje kultury są nastawione na realizację działań w murach placówki i nie są gotowe na wypełnianie przez pracowników ich obowiązków w formie zdalnej.

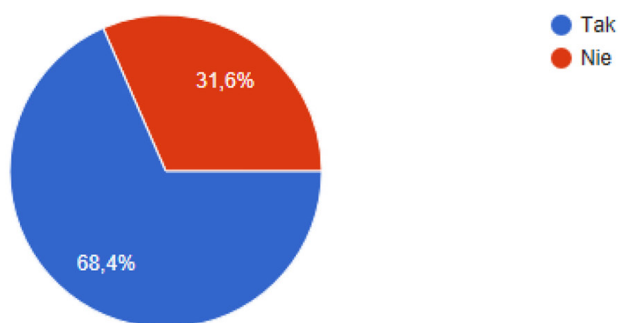
## DZIAŁALNOŚĆ KULTURALNA W TRAKCIE PANDEMII

Po nałożeniu ograniczeń związanych z wystąpieniem epidemii, obowiązki zdalnie wykonywała natomiast już ponad połowa ankietowanych. Wskazuje to na zmianę nastawienia pracodawców oraz potencjalną modyfikację ewentualnych obowiązków pracowniczych. Stan ów wynikać może również z charakterystyki wydarzeń organizowanych przed pandemią i w trakcie jej trwania.

Ankietowani wskazują, że uczestnikami wydarzeń oferowanych przez ich instytucje są przedstawiciele każdej grupy wiekowej, z czego 42% określiło precyzyjnie przedziały wiekowe odbiorców. Należy przyjąć, że większość instytucji determinuje grupy beneficjentów w swoich dokumentach statutowych i zakłada, że oferta kierowana będzie zarówno do dzieci i młodzieży, dorosłych i osób w wieku senioralnym. O uczestnictwie decydować będzie w tym przypadku charakterystyka organizowanego wydarzenia. W celu właściwej realizacji wydarzeń instytucje wprowadziły także system pracy w sposób zdalny. Warto nadmienić, że pracodawcy zadbali o wyposażenie stanowisk w sprzęt niezbędny do wykonywania pracy poza siedzibą instytucji. Zaledwie 1/3 respondentów zaznaczyła brak narzędzi i sprzętu do pracy zdalnej.



Wykres 5. Czy pracodawca dostarcza sprzęt i/lub narzędzia do wykonywania pracy zdalnej



Zródło: Google Forms| <https://docs.google.com/forms/d/14Z0rYOjU-U4g7UaP3baFBw4Sfu7ZP3hBZ6cFtBY9bqQ/edit#responses>

Ponadto w odpowiedzi na pytanie o zmianę zakresu obowiązków pracowniczych, ankietowani twierdząco odpowiedzieli w podobnych proporcjach. Ponad 47% wskazało różnego rodzaju zmiany, z kolei niespełna 53% zasygnalizowało pracę w niezmiennym zakresie. Można wysunąć wniosek, że sytuacja kryzysu związanego z wystąpieniem pandemii i wprowadzeniem reżimów nie zmieniły w stopniu znaczącym obszarów, w jakich funkcjonują pracownicy instytucji kultury.

W oparciu o wyniki uzyskane na pytanie dotyczące umiejętności obsługi narzędzi social media oraz aplikacji umożliwiających prowadzenie zajęć on-line blisko połowa ankietowanych odpowiedziała, że nie posiada, gdyż nigdy nie było to do niczego potrzebne, 1/3 respondentów zdobywała umiejętności na bieżąco i na potrzeby przygotowania poszczególnych wydarzeń. Zaledwie co piąty ankietowany posiadał już niezbędne kompetencje. Nikt nie zadeklarował, że pracodawca skierował go na specjalistyczne szkolenie.

Wykres 6. Znajomość narzędzi social media i aplikacji do prowadzenia zajęć on-line

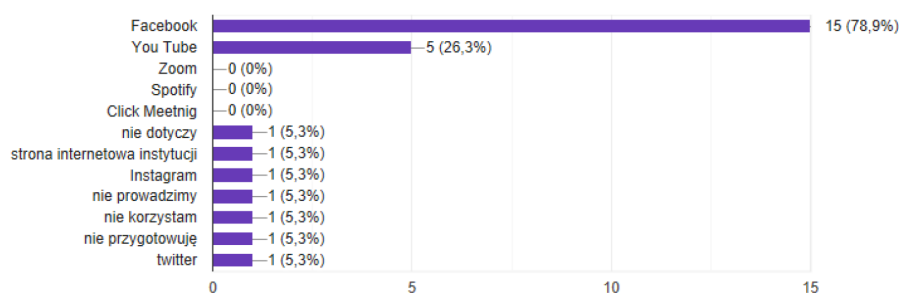


Zródło: Google Forms| <https://docs.google.com/forms/d/14Z0rYOjU-U4g7UaP3baFBw4Sfu7ZP3hBZ6cFtBY9bqQ/edit#responses>



W zakresie wykorzystania konkretnych narzędzi i aplikacji, przedstawiciele instytucji kultury uczestniczący w badaniu wskazywali Facebook jako najchętniej wykorzystywaną platformę do organizacji wydarzeń on-line (niemal 79%), na drugim miejscu, choć już nie tak popularnym, okazał się YouTube (ponad 26%). Nie prowadzi wydarzeń on-line, bądź nie wykorzystuje żadnych do tego narzędzi co piąty ankietowany, a ponad 15% używa innych narzędzi. Należy przy tym zaznaczyć, że można było wskazać wiele platform jednocześnie, dlatego nie powinno się sumować wyniku procentowo.

Wykres 7. Narzędzia do organizacji wydarzeń on-line



Źródło: Google Forms| <https://docs.google.com/forms/d/14Z0rYOjU-U4g7UaP3baFBw4Sfu7ZP3hBZ6cFtBY9bqQ/edit#responses>

Niewiele ponad połowa ankietowanych nie planuje kontynuacji wydarzeń on-line po zakończeniu restrykcji związanych z pandemią, jednakże 47% deklaruje chęć kontynuowania tego trendu. Jest to dobry sygnał, gdyż niemalże połowa instytucji przejawia zainteresowanie rozszerzeniem swojej dotychczasowej oferty o nowe formy aktywności. Należy przy tym wyraźnie zaznaczyć, że za kształt oferty kulturalnej odpowiada w większości przypadków dyrektor, czasami wspomagany przez specjalistów (42%). Oferta przygotowywana samodzielnie przez pracowników jest w 32% przypadków, a brak oferty wskazało około 16% ankietowanych. Część (10%) odpowiedzi zawierała nieprecyzyjne informacje, które uniemożliwiały jednoznaczne ich przypisanie, w związku z czym nie zostały wzięte pod uwagę.

Jak pokazuje badanie, nieznaczna większość instytucji starała się o pozyskanie dodatkowego źródła finansowania w czasie pandemii, np. poprzez złożenie wniosków do różnych programów grantowych (53%). Pozostałe instytucje nie planowały takich działań (47%).

Co ciekawe, zdecydowana większość ankietowanych zadeklarowała, że instytucja, w której jest zatrudniona nie była zmuszona do redukcji zatrudnienia w związku z wystąpieniem pandemii (blisko 90%). Niestety co 10 osoba musiała pożegnać się ze stanowiskiem pracy. Jednocześnie sytuacja niepewności związanej z potencjalną utratą pracy w wyniku kryzysu pande-



micznego przedstawia się następująco: prawie 58% nie boi się utraty pracy, jednakże 16% wyraża takie obawy.

Pracownicy poddani niniejszemu badaniu w większości przypadków uważają, że zatrudniająca ich instytucja podjęła odpowiednie działania zabezpieczające ich przed zakażeniem w trakcie wykonywania obowiązków służbowych (74%). Pojawiły się jednak istotne głosy, które powinny zostać wzięte pod rozważenie przez menedżerów organizacji. W sporadycznych przypadkach podjęto decyzje o zamknięciu instytucji dla odwiedzających, pracownikom zlecono wykonywanie obowiązków zdalnie (10%). Ponadto nie zdecydowano się na wdrożenie procedur związanych z odkażaniem pomieszczeń, co wzbudza dodatkowe obawy wśród pracowników (10%). Jeden na 20 respondentów nie miał jednak żadnej wiedzy na temat podejmowanych procedur zabezpieczających. Pojawiły się również przypadki publikowania informacji w mediach społecznościowych (5%).

Ważnym elementem funkcjonowania organizacji powinno być przygotowanie procedur antykryzysowych, na przykład w oparciu o proste analizy SWOT. W badaniu aż 68% ankietowanych wskazało, że ich instytucja nie opracowywała żadnych analiz związanych z szacowaniem ryzyka i zaleceń zmierzających do przeciwdziałania kryzysowym sytuacjom. Co 10 organizacji dysponuje zestawem działań bądź wykonała badania.

## **DZIAŁALNOŚĆ KULTURALNA PO ZAKOŃCZENIU PANDEMII**

Wiele organizacji zostało zmuszonych do radykalnych zmian w bieżącej ofercie, które były spowodowane ograniczeniami działalności kulturalnej. Mogło to wpłynąć również na zauważalną transformację w budżetach instytucji, uwzględniając ograniczenie przychodów przy pewnym, niezmiennym poziomie kosztów. Ankietowani zostali zapytani o lęk związany ze sposobami finansowania instytucji po zakończeniu pandemii. Aż 90% sygnalizuje obawę, a 10% nie boi się wprowadzenia takich modyfikacji. Należy przy tym zauważyć, że przekształcenie sposobu finansowania wcale nie musi wiązać się z redukcją wysokości dotacji przyznawanych przez organizatora. Z kolei ponad 70% respondentów przekonanych jest o tym, że działania podejmowane przez instytucję w obecnej formie podczas pandemii, będą zachęcające dla odbiorców również po zakończeniu reżimów izolacyjnych i ponownym, pełnym uwolnieniu działalności kulturalnej. Jak zatem według uczestników badania będzie wyglądać sytuacja po zmianach wprowadzonych w wyniku kryzysu SARS-Cov2? Choć pojawiają się głosy, że jest to trudne do określenia, to jednak większość sugeruje pesymistyczne scenariusze.



*„Moim zdaniem sytuacja niestety wygląda bardzo źle. Brak działań tradycyjnych a przeniesienie działalności do sieci (czyli wyzwanie kadrowo techniczne dla instytucji kultury które każda instytucja podejmie z lepszym lub gorszym skutkiem) dla wielu decydentów jest niezrozumiałe. Wiele samorządów uważa iż działalność online to tak naprawdę brak działalności. Co za tym idzie zmniejszane są etaty, prognozowane zwolnienia. Sektor kultury powinien przygotować się na „chude lata”, na obniżanie cen, zmniejszenie finansowania publicznego ale także finansowania sponsorów darczyńców itp. ale także większe wydatki na np. środki czystości, modernizację przestrzeni w kontekście wymogów bezpieczeństwa.”*

Źródło: Google Forms| <https://docs.google.com/forms/d/14Z0rYOjU-U4g7UaP3baFBw4Sfu7ZP3hBZ6cFtBY9bqQ/edit#responses>

Część przewiduje spadek frekwencji uczestników wydarzeń oraz zaostrzenie wymagań proceduralnych związanych z przestrzeganiem bezpieczeństwa.

*„Mniej osób skorzysta z oferty instytucji kultury z powodu ograniczenia liczby uczestników wydarzeń oraz wymogów związanych z zabezpieczeniem, dzieci nie skorzystają, bądź skorzystają w małym stopniu z przygotowanej przez instytucje kultury oferty wydarzeń, zajęć i warsztatów wakacyjnych z powodu braku/ograniczenia możliwości wyjść/wyjazdów w ramach półkolonii, zajęć zorganizowanych w domach kultury czy świetlicach oraz ograniczenie liczby osób w grupie”*

*„Działania będą utrudnione i więcej wydarzeń będzie planowanych on-line. Zmienią się wymagania wobec pracowników. Kultura w czasie pandemii przeniosła się do Internetu ale nie zawsze są to sensowne działania tzw. żeby coś się działo...”*

Źródło: Google Forms| <https://docs.google.com/forms/d/14Z0rYOjU-U4g7UaP3baFBw4Sfu7ZP3hBZ6cFtBY9bqQ/edit#responses>

Ankietowani wskazują także zmniejszenie zainteresowania ofertą tradycyjną, ale przy jednoczesnym wzroście popularności wydarzeń organizowanych tylko w sieci. Wśród innych skutków, które przyniesie kryzys związany z wystąpieniem pandemii SARS-Cov2 na terenie Podkarpacia wymieniono obawy o wtórne rozleniwienie odbiorców spowodowane nadpodażą wydarzeń organizowanych on-line. Może to przełożyć się na zanik potrzeby korzystania z kultury w czasach następujących po zakończeniu pandemii i znormalizowaniu funkcjonowania instytucji. Ankietowani zwracają szczególną uwagę na związek opieszałości w działaniach podejmowanych przez



Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego, niezrozumienie istoty edukacji kulturalnej, w tym brak konkretnych wytycznych dla domów kultury i koncepcji wznowienia ich działalności. Pojawiły się zarzuty związane z upolitycznieniem kultury w kontekście przyznawania dotacji, co – jak twierdzą respondenci [stan ankiet na dzień 15 czerwca 2020 roku] – bardzo jasno pokazał program Kultura w sieci. Kolejne głosy wskazują wyraźne obawy o negatywne skutki finansowe zarówno dla twórców jak i samych instytucji kultury. Instytucje ponoszą realne straty, gdyż nie zarabiają w ogóle, bądź zarabiają ułamek kwot sprzed kryzysu. Niektóre instytucje (np. muzea) wprowadzając oszczędności zawieszają lub w drastyczny sposób ograniczają rozwój kolekcji, prowadzenie konserwacji zabytków, organizację wystaw, a także nie organizują wcale bądź organizują dużo mniejszą liczbę wydarzeń dla mniejszej liczby uczestników. Inne odpowiedzi, które wskazują na niskie nastroje wśród pracowników kultury to:

*„Upadek już wypracowanych i sprawdzonych działań kulturalnych w środowisku”.*

Źródło: Google Forms| <https://docs.google.com/forms/d/14Z0rYOjU-U4g7UaP3baFBw4Sfu7ZP3hBZ6cFtBY9bqQ/edit#responses>

Kilka odpowiedzi zwraca uwagę na niższą frekwencję wśród uczestników wydarzeń kulturalnych, problemy z zatrudnieniem związane ze zwolnieniami, straty materialne. Należy odnotować fakt, iż 21% ankietowanych nie było w stanie podać konkretnej informacji bądź nie udzieliło żadnej odpowiedzi.



---

## ROZDZIAŁ II

---

### ANKIETA SKIEROWANA DO ODBIORCÓW KULTURY

Instytucje kultury, jak i sama kultura będą niczym bez swoich odbiorców, do których kierować mogą ofertę i wraz z nimi ją współtworzyć. Głównym założeniem tej części badania było rozpoznanie opinii pochodzących od osób uczestniczących w życiu kulturalnym regionu. To właśnie odbiorcy oferty kulturalnej stali się mimowolnymi ofiarami ograniczeń związanych z kryzysem wywołanym pandemią wirusa SARS-Cov2.

Do udziału w badaniu zaproszono wszystkich chętnych, do których dotarła informacja zawierająca linki prowadzące do badania ankietowego. Pośrednio wykorzystano do tego wiadomości mailowe wysłane do instytucji kultury wymienionych w Rozdziale I oraz kanałami social media Estrady Rzeszowskiej. Na podstawie uzyskanych statystyk można założyć, że informacje te dotarły do grupy co najmniej 5200 odbiorców (z czego 601 stanowili odbiorcy z Instagrama, a 4599 to odbiorcy z Facebooka). Zaproszenia były powielane kilkukrotnie w formie dodatkowych postów.

### OPIS RESPONDENTÓW

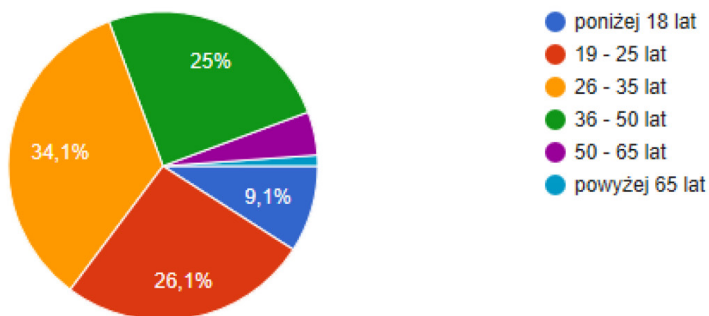
Najliczniejszą grupę respondentów stanowili mieszkańcy dużych miast, tj. powyżej 50 tysięcy mieszkańców (63% ankietowanych), warto przy tym zwrócić uwagę na fakt, że co 5 osoba biorąca udział w badaniu pochodziła z miejscowości najmniejszych, czyli poniżej 5 tysięcy mieszkańców [patrz wykres 9].





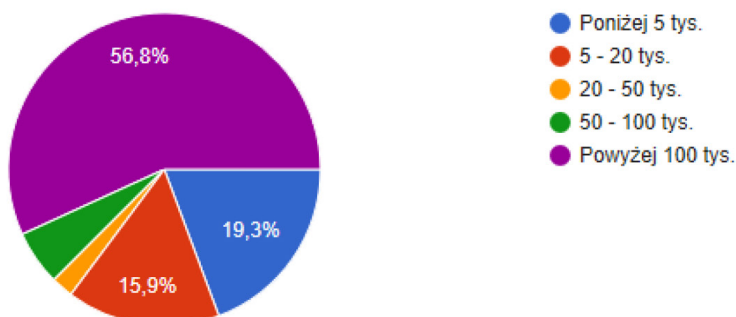
Finalnie w okresie, w którym prowadzono badanie (tj. od 21 maja do 15 czerwca 2020 roku) w badaniu udział wzięło 88 respondentów (63 kobiety, 25 mężczyzn). Ankieta składała się z 22 pytań zamkniętych i otwartych. Najliczniejszą grupę badanych stanowią ludzie młodzi (prawie 70% łącznie w przedziale do 36 lat), a osoby starsze i seniorzy to zaledwie 6% ankietowanych [wykres 8].

Wykres 8. Wiek odbiorców oferty kulturalnej



Zródło: Google Forms| <https://docs.google.com/forms/d/1RO24uqZZcV8TXFeNk0eLDx7NJUz77TqVXA1rTaFkFJU/edit#responses>

Wykres 9. Wielkość miejscowości, z której pochodzą odbiorcy oferty kulturalnej



Zródło: Google Forms| <https://docs.google.com/forms/d/1RO24uqZZcV8TXFeNk0eLDx7NJUz77TqVXA1rTaFkFJU/edit#responses>

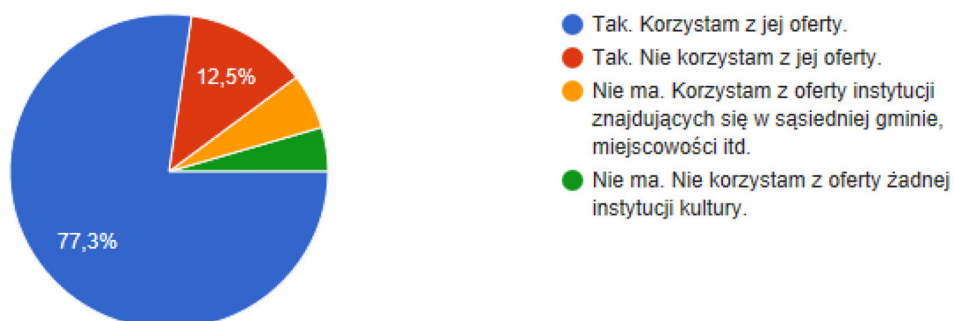
## PYTANIA OGÓLNE O DOSTĘPNOŚĆ OFERTY KULTURALNEJ



W tej części badania zapytano respondentów o dostępność do jakiegokolwiek instytucji zajmującej się działalnością kulturalną w miejscu ich zamieszkania. Pytanie jest o tyle istotne, gdyż zgodnie z ustawą zasadniczą państwo jest zobowiązane zapewnić dostęp do kultury mieszkańcom każdej gminy w kraju. Niemalże 90% ankietowanych potwierdza obecność instytucji kultury, jednakże 12,5% zaznaczyło, iż nie korzysta z jej oferty. Niecałe 6% badanych twierdzi zaś, że nie funkcjonuje w ich miejscu zamieszkania żadna instytucja, ale korzystają za to z oferty innej gminy. Pozostałe

4% wskazało natomiast brak możliwości korzystania z oferty kulturalnej, bo w miejscu zamieszkania nie ma żadnej instytucji.

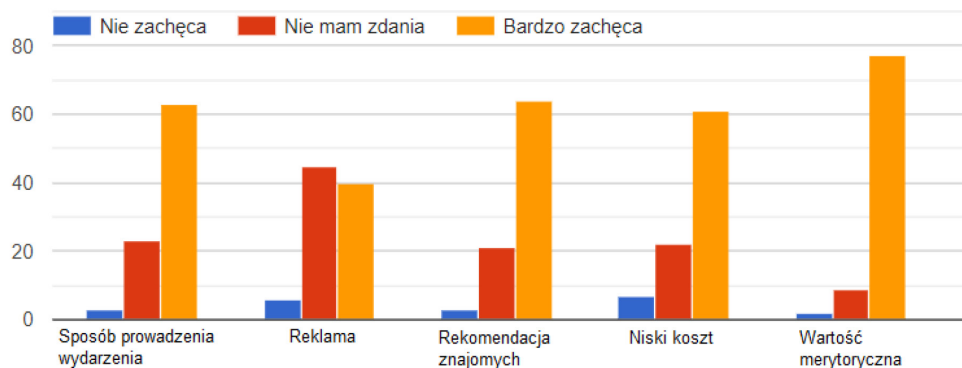
Wykres 10. Dostępność instytucji kultury

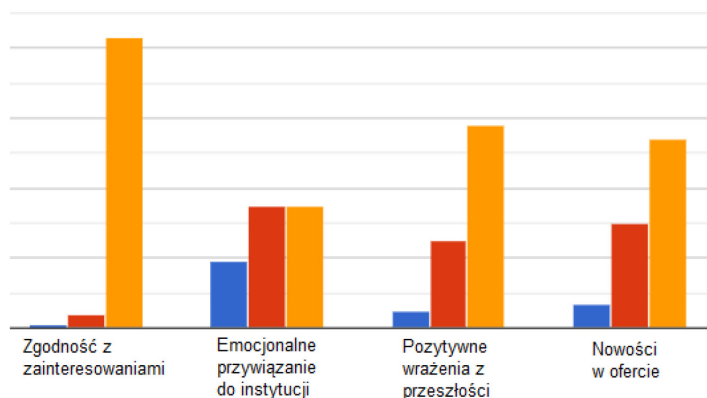


Zródło: Google Forms| <https://docs.google.com/forms/d/1RO24uqZzcV8TXFeNk0eLDx7NJUz77TqVXA1rTaFkFJU/edit#responses>

Warto przy tym przyrzeć się czynnikom, które wpływają na zachętę do uczestnictwa w wydarzeniach kulturalnych. Najwyższy współczynnik zachęty stanowi zbieżność z poziomem zainteresowania odbiorcy (94%), wartość merytoryczna wydarzenia (88%), rekomendacja znajomych (73%), sposób prowadzenia wydarzenia (72%) oraz niski koszt udziału (69%). Należy zwrócić także uwagę na czynniki, które ankietowani uznali jako niezachęcające, w tym przywiązanie do instytucji kultury (22%), nowość w ofercie kulturalnej i niski koszt udziału (po 8%). Co ciekawe, reklama wydarzenia na większości badanych nie wywiera oczekiwanego efektu (51% nie zdecydowało, czy czuje się zachęcona, czy nie, a 7% wyraźnie nie odczuwa zachęty), gdyż zaledwie 42% odbiera promocję wydarzenia pozytywnie.

Wykres 11. Czynniki wpływające na zachęcenie do udziału w wydarzeniach kulturalnych



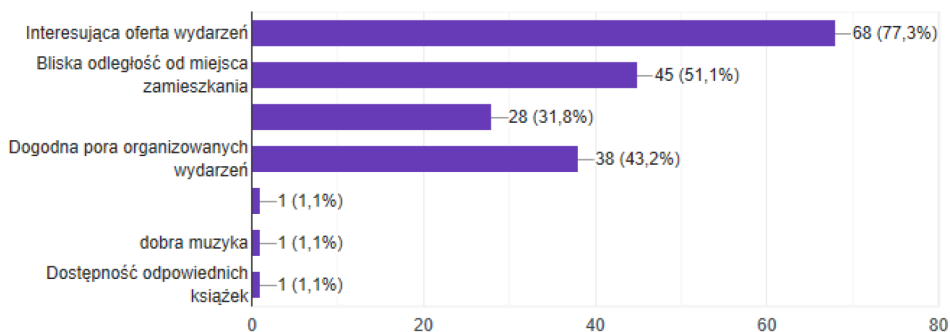


Źródło: Google Forms| <https://docs.google.com/forms/d/1RO24uqZZcV8TXFeNk0eLDx7NJUz77TqVXA1rTaFkFJU/edit#responses>

## UCZESTNICTWO W KULTURZE PRZED PANDEMIĄ

Podejmując się analizy obszaru województwa podkarpackiego respondenci najchętniej odwiedzali biblioteki (prawie 65%), lokalne domy kultury i teatry (po ok. 51%). W następnej kolejności sporym zainteresowaniem cieszyła się oferta muzeów (prawie 41%), filharmonii (ok. 38%) i galerii sztuki (ok. 35%). Odwiedzanie innych instytucji kultury (w tym również prywatnych) deklarowało łącznie 61%. Zaskakiwać może porównanie organizacji koncertu z instytucją kultury, aczkolwiek respondenci mogli połączyć masowe wydarzenia o charakterze rozrywkowym z lokalnymi organizacjami zajmującymi się prowadzeniem działalności kulturalnej w tym zakresie. Ponadto warto zauważyć, że istnieje wiele czynników, które wpływają na wybór konkretnej instytucji i jej oferty. Ankietowani zaznaczyli, że najważniejszym z nich jest atrakcyjność oferty (ponad 77%). Przy tym wysoko ceniona jest dobra lokalizacja instytucji i jej stosunkowo niewielka odległość od miejsca zamieszkania odbiorcy (ponad 51%). Wśród pozostałych czynników, które można uznać za kluczowe dla sukcesu frekwencyjnego należy wskazać dogodną porę wydarzenia (ponad 43%) oraz koszty uczestnictwa (blisko 32%).

Wykres 12. Czynniki wpływające na wybór oferty instytucji kultury



Źródło: Google Forms| <https://docs.google.com/forms/d/1RO24uqZZcV8TXFeNk0eLDx7NJUz77TqVXA1rTaFkFJU/edit#responses>

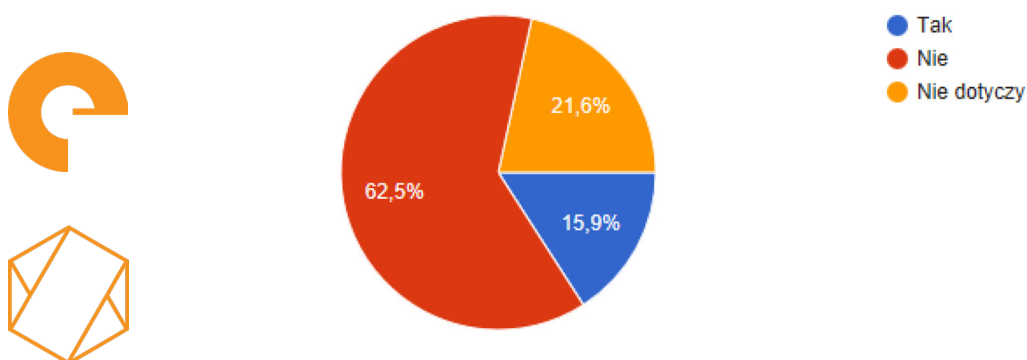
W przypadku częstotliwości uczestnictwa w wydarzeniach kulturalnych przeważały deklaracje częstego i bardzo częstego uczestnictwa (łącznie 41%) oraz przeciętna częstotliwość (niemal 38%). Jedyne co 5 ankietowany zadeklarował, że korzysta z oferty kulturalnej rzadko lub bardzo rzadko. Spora grupa respondentów oznajmiła, że korzysta także z płatnych wydarzeń znajdujących się w ofercie kulturalnej (łącznie ponad 61%), w tym: koncerty (niemal 28%), spektakle teatralne (ponad 29%), projekcje filmowe (prawie 18%). Aż 50% pomimo deklaracji, nie zamieściło opisowej informacji dotyczącej szczegółów płatnych wydarzeń. Kilkoro z ankietowanych otwarcie przyznało, że nie uczestniczyło w wydarzeniach z różnych powodów – głównie finansowych, ale także przytoczono lenistwo i brak płatnych wydarzeń w ofercie instytucji.

## UCZESTNICTWO W KULTURZE W TRAKCIE PANDEMII

Pomimo wprowadzenia radykalnych obostrzeń w funkcjonowaniu instytucji kultury w trakcie pandemii wirusa SARS-Cov2 nie wszyscy odbiorcy wycofali się z uczestnictwa w życiu kulturalnym. Co prawda większość zadeklarowała zaprzestanie udziału w wydarzeniach organizowanych w formie zdalnej przez instytucję, którą zwyczajowo odwiedzano (ponad 60%). Pozostała część ankietowanych korzystała z różnego rodzaju działań oferowanych zdalnie, np. wykładów, warsztatów, czy koncertów on-line (niemal 40%).

Należy zwrócić uwagę na fakt, iż na podstawie obserwacji uczestnicy zadeklarowali, że wybrane instytucje kultury, z których oferty zwyczajowo korzystają, przed pandemią nie prowadziły żadnych działań on-line (ponad 62%). Zaledwie 15% ankietowanych zauważyło tego typu wydarzenia w ofercie przed pandemią. Co 5 ankietowany nie korzystał wcale z oferty przed pandemią i w jej trakcie.

Wykres 13. Dostępność wydarzeń on-line w ofercie instytucji kultury przed pandemią



Źródło: Google Forms| <https://docs.google.com/forms/d/1RO24uqZZcV8TXFeNk0eLDx7NJUz77TqVXA1rTaFkJU/edit#responses>

Znaczącym jest fakt, iż ponad 71% respondentów zdecydowało się na skorzystanie z oferty innych instytucji w trakcie pandemii, do których nie uczęszczali wcześniej. Wiąże się to niewątpliwie z koniecznością zaspokojenia potrzeb obcowania z kulturą w trudnym czasie kryzysu. Od marca 2020 roku, czyli od momentu zamrożenia działalności kulturalnej w kontakcie bezpośrednim instytucji i odbiorców, ponad 77% osób uczestniczących w badaniu stwierdziło, że korzysta z dostępnej oferty kulturalnej bardzo rzadko lub rzadko. Niespełna 8% ankietowanych zadeklarowało, że robi to często lub bardzo często. Czy ograniczenie dostępności oferty kulturalnej lub samej instytucji spowodowało poczucie dyskomfortu lub niedostatku u osób korzystających z ich usług? Niemalże co 5 ankietowany stwierdził, że nie odczuwa żadnych negatywnych emocji z tym związanych. Wśród tych respondentów warto zwrócić uwagę na osoby, które odnalazły czas na inne aktywności związane z kulturą, np. udział w wydarzeniach o zasięgu globalnym, w tym streaming sztuk teatralnych takich instytucji, jak Old Vic z Belfastu, National Theatre Live, czy Metropolitan Opera. Część z tych projekcji dostępna była przed pandemią także w lokalnych rzeszowskich kinach (np. Zorza czy Helios). Osoby niekorzystające wcześniej z oferty instytucji kultury nie odczuwają ich braku także w czasie pandemii. Ankietowani zwracali uwagę na ważniejsze i poważniejsze problemy niż skupianie się na aktywności kulturalnej lub jej braku. Ponadto część udzieliła także niejednoznacznych odpowiedzi:

*„Średnio. Zawsze są jakieś zaległe książki w domu, na które brakowało czasu.”*

*„Po części tak, bo brak mi kina i wyjść ze znajomymi na koncerty czy nawet do teatru.”*

*„Odczuwam pewien niedostatek ponieważ nie mogę mieć bezpośredniego kontaktu z moimi ulubionymi instytucjami.”*

*„Poniekąd. Niestety na Podkarpaciu działa niewiele miejsc, które w miarę prędko i systematycznie prowadziły jakieś wydarzenia online. A szkoda. Choćby Muzeum w Stalowej Woli, które jest bardzo ciekawym obiektem kulturalnym i przeprowadziło sporo interesujących wystaw i warsztatów. Brakuje mi wykładów online.”*

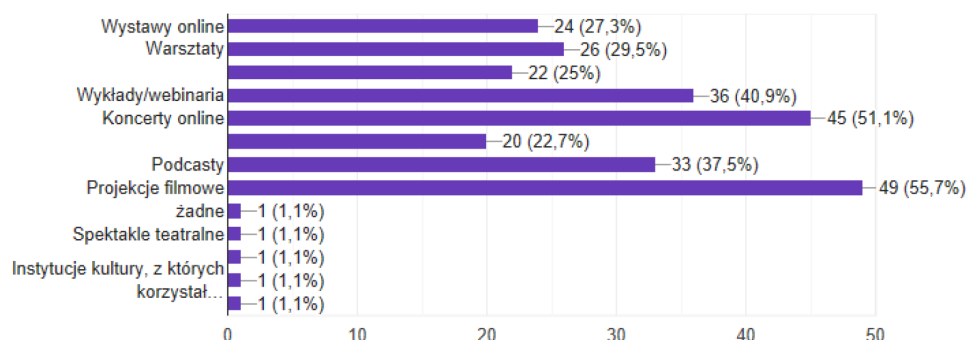


Podczas izolacji dotychczasowi odbiorcy oferty kulturalnej również dostrzegli możliwość obcowania z ulubionymi wydarzeniami, wskazując wybrane działania. Najbardziej interesujące są projekcje filmowe (prawie 56%) i koncerty on-line (ponad 51%). Wykłady prowadzone w formie zdalnej oraz różnego rodzaju webinaria cieszą się popularnością wśród 40% ankietowanych. Najniższy poziom zainteresowania zbierają spektakle teatralne on-line (1%). Odnotować również należy niewielką liczbę osób, które w ogóle nie są zainteresowane zdalną formą korzystania z kultury (3%).

*„Żadne z powyższych. Kultura to kontakt artysty z widownią. Tu nie ma miejsca na on-line...”*

Źródło: Google Forms| <https://docs.google.com/forms/d/1RO24uqZZcV8TXFeNk0eLDx7NJUz77TqVXA1rTaFkFJU/edit#responses>

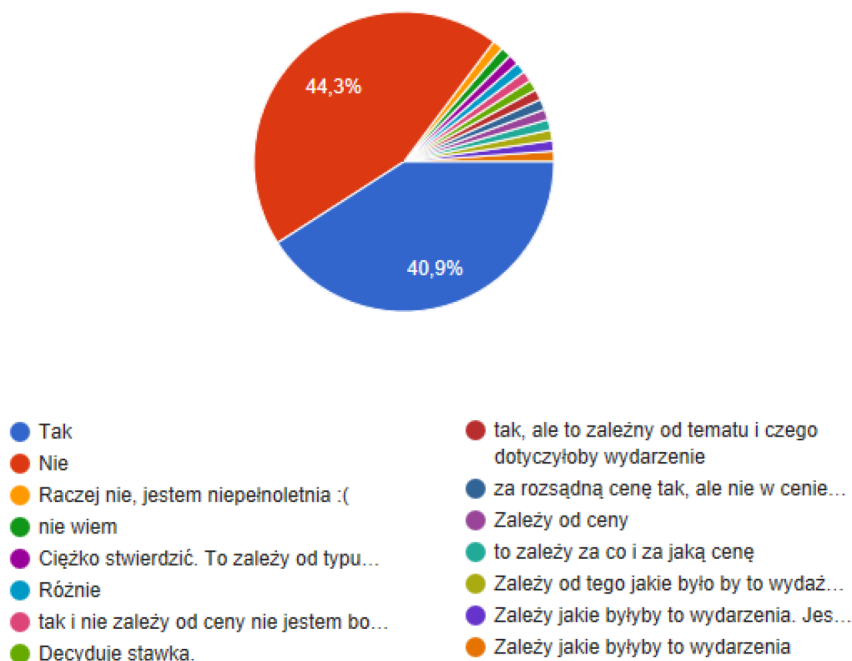
**Wykres 14. Najbardziej interesujący element oferty kulturalnej w trakcie pandemii**



Źródło: Google Forms| <https://docs.google.com/forms/d/1RO24uqZZcV8TXFeNk0eLDx7NJUz77TqVXA1rTaFkFJU/edit#responses>

W przypadku konieczności wniesienia opłaty za uczestnictwo w wydarzeniach organizowanych za pośrednictwem Internetu zdania respondentów są podzielone niemalże po równo. Nieznaczna większość wskazuje, że nie byłaby skłonna za to płać (ponad 44%), przy czym niewiele mniejsza grupa chętnie zapłaciłaby za możliwość udziału w takim wydarzeniu (blisko 41%). Pozostałą część respondentów stanowią osoby jednoznacznie niezdecydowane. Wśród argumentów pojawiają się informacje, że zależne jest to od tematyki lub rodzaju wydarzenia. Pojawiają się także argumenty zbyt młodego wieku jako przeszkody do takiej formy uczestnictwa w kulturze.





Źródło: Google Forms| <https://docs.google.com/forms/d/1RO24uqZZcV8TXFeNk0eLDx7NJUz77TqVXA1rTaFkFJU/edit#responses>

## UCZESTNICTWO W KULTURZE PO ZAKOŃCZENIU PANDEMII

Wszyscy zgodnie oczekujemy na powrót do relatywnej normalności funkcjonowania. Choć pojawiają się głosy, że po zakończeniu pandemii wirusa SARS-Cov2 nic na świecie nie będzie już takie samo jak przedtem. Można pokusić się o przywołanie słów Heraklita z Efezu – wszystko jest płynne i podlega nieustającej zmianie. Czy instytucje i odbiorcy będą na tyle elastyczni, żeby do tej nagłej zmiany się dostosować? Respondenci zapytani o to, czy nadal będą korzystać z oferty on-line po zakończeniu pandemii nie opowiedzieli się zdecydowanie jednoznacznie. Co prawda większa część deklaruje chęć korzystania z takiej formy dostępu do kultury (ponad 46%), to nieznacznie mniejsza grupa (ponad 37%) kategorycznie oświadczyła, że nie będzie. Pozostałych 16% dodatkowo argumentuje swoje wybory. Część nie jest zdecydowana, ale uzależnia możliwość korzystania z oferty on-line od tego, czy będzie ona interesująca. Pojawiają się też głosy, że lepsze są spotkania w tzw. realu. Jednocześnie ankietowani sygnalizują potrzebę takiej oferty skierowanej do nich np. w sezonie zimowym lub dostosowanej do osób, które nie mogą skorzystać wydarzeń organizowanych w określonym miejscu.



*„Po części powinny być taka opcja dla osób które nie mogą wyjść z domu bo mają problemy zdrowotne ale dla wszystkich co mogą być to lepsza forma jest gdy na żywo się to widzi czuję” [pisownia oryginalna – przyp. red.]*

*„Trudno powiedzieć, ale myślę, że tak. bowiem w wielości oferowanych przez instytucje wydarzeń nie sposób zobaczyć wszystkiego na żywo.”*

Źródło: Google Forms| <https://docs.google.com/forms/d/1RO24uqZzcV8TXFeNk0eLDx7NJUz77TqVXA1r1aFkFJU/edit#responses>

Na uwagę zasługuje fakt, iż dla licznej grupy ankietowanych oferta kulturalna prezentowana w formie wydarzeń zdalnych może być atrakcyjniejsza od oferty tradycyjnej. Wśród argumentów pojawia się informacja, że rodzice zajmujący się swoimi dziećmi chętniej korzystają z takiej formy uczestnictwa w kulturze. Pozwala im to lepiej pogodzić liczne obowiązki związane z pracą i domem, bez konieczności wygoszparowywania konkretnego terminu. Wystarczy zachować link do wydarzenia i wyświetlić treść w dowolnym, dogodnym dla siebie momencie. Przeważają jednak głosy świadczące, że oferta kulturalna on-line jest o wiele mniej atrakcyjna od tradycyjnej. Przywoływane są tu m. in. interakcja z twórcami i realizatorami wydarzeń oraz innymi uczestnikami, które dostarczają odbiorcom o wiele wartościowszych doznań. W kilku przypadkach wskazano bardzo radykalne argumenty.

*„To jest zupełnie coś innego, dla mnie nie do zaakceptowania jako zastępstwo za tradycyjną formę odbioru sztuki.”*

Źródło: Google Forms| <https://docs.google.com/forms/d/1RO24uqZzcV8TXFeNk0eLDx7NJUz77TqVXA1r1aFkFJU/edit#responses>

Środki finansowe przeznaczone na organizację i prowadzenie działalności kulturalnej w Polsce oscylują w okolicach 1% w skali budżetu krajowego i osiągnęły wynik 3,87 mld złotych w 2019 roku<sup>1</sup>. Spór o to, czy poziom ten jest wystarczający trwa od wielu lat. Ankietowani zapytani o subiektywną ocenę dotyczącą zwiększenia bądź zredukowania poziomu finansowania kultury w kontekście bieżącej sytuacji, zdecydowanie opowiedzieli się za pierwszą możliwością (aż 67%). Warto przytoczyć trafne argumenty:

*„Transfer wydarzeń kulturalnych do Internetu wymaga skorzystania z profesjonalnych usług filmowo-graficzno-internetowych, który nie są darmowe, co większa jednostkowy koszt organizacji tego typu wydarzeń.”*

Źródło: Google Forms| <https://docs.google.com/forms/d/1RO24uqZzcV8TXFeNk0eLDx7NJUz77TqVXA1r1aFkFJU/edit#responses>





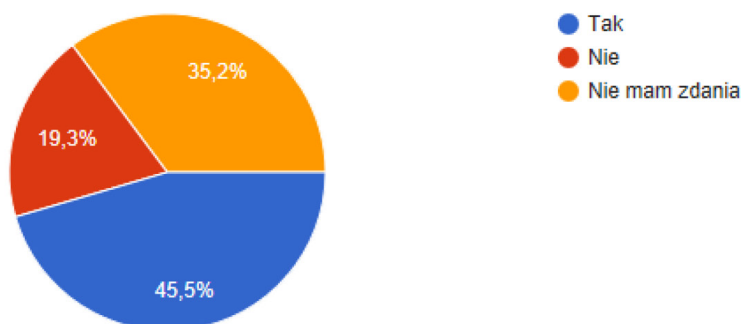
Respondenci zdają się być świadomymi, że sektor kultury jest mocno niedofinansowany, a zamrożenie działalności wpłynęło negatywnie na kondycję finansową wielu instytucji. Wśród odpowiedzi pojawiają się także propozycje wykonania analiz inwestycyjnych i przesunięcie części funduszy na rzecz promocji wydarzeń kulturalnych w sieci. Pojawiły się także głosy sugerujące, że należy zaprzestać ponoszenia jakichkolwiek wydatków związanych z funkcjonowaniem kultury na rzeczy innych, potrzebniejszych sektorów, jak służba zdrowia. Część z ankietowanych przekonana jest, że organizowanie wydarzeń kulturalnych w formie zdalnej nie pociąga za sobą dodatkowych kosztów, a zatem nie ma potrzeby podnoszenia poziomu dotowania instytucji.

*„Okres pandemii przetrwaliśmy dzięki wydarzeniom kulturalnym. Kultura i sztuka to obszary pielęgnowania ludzkiej duchowości i skłonności do dobra i piękna wiąże się z twórczością podstawową potrzebą oświeconego człowieka. więcej kultury i sztuki to więcej tolerancji, dobra i miłości.”*

Źródło: Google Forms| <https://docs.google.com/forms/d/1RO24uqZZcV8TXFeNk0eLDx7NJUz77TqVXA1rTaFkFJU/edit#responses>

Dostrzegalna jest wyraźna potrzeba wzmożonej opieki nad instytucjami kultury w Polsce, a działalność kulturalna powinna zdaniem ankietowanych być opłacana na zdecydowanie wyższym poziomie. Czy w związku z tym władze powinny rozważyć konieczność utworzenia nowych instytucji kultury? Znaczna część respondentów (ponad 45%) wyraża przekonanie, że tworzenie nowych instytucji jest potrzebne. Wielu z ankietowanych jednak nie ma zdania na ten temat (ponad 35%), a co 5 uczestnik badania jest temu przeciwny.

**Wykres 16. Czy w kontekście bieżących wydarzeń powstawanie nowych instytucji to zjawisko potrzebne?**



Źródło: Google Forms| <https://docs.google.com/forms/d/1RO24uqZZcV8TXFeNk0eLDx7NJUz77TqVXA1rTaFkFJU/edit#responses>



Uzasadnianie przez odbiorców oferty kulturalnej pytania o konieczność tworzenia nowych instytucji kulturalnych w czasie pandemii i po jej zakończeniu również należy traktować czysto subiektywnie. Jest to swoisty eksperyment socjologiczny, jednakże warto zauważyć wiele cennych opinii. Pojawia się sporo nieodosobnionych, krytycznych komentarzy sugerujących, aby niekoniecznie tworzyć nowe podmioty, a skupić się na wsparciu funkcjonujących już na rynku instytucji.

*„Nie jestem pewna czy powinny powstawać nowe czy nie lepiej wesprzeć finansowo obecnie istniejące, ale być może nie znam instytucji której działalność mogłaby być bardzo wartościowa, dlatego nie chcę zajmować stanowiska w tej materii.”*

*„Powiem więcej. Myślę, że powinno się zamknąć te instytucje, które są prowadzone w sposób staroświecki i „nie dają rady” w obecnej sytuacji.”*

*„Trudno mi powiedzieć. Być może wystarczyłoby bardziej rozreklamować i dofinansować już istniejące instytucje kulturalne.”*

Źródło: Google Forms| <https://docs.google.com/forms/d/1RO24uqZZcV8TXFeNk0eLDx7NJUz77TqVXA1rTaFkFJU/edit#responses>

Część ankietowanych uważa, że nie będzie to zadanie łatwe. Nowe instytucje powinny być zorganizowane i zarządzane w nowoczesny sposób, by sprostać obecnym trendom. Ponadto ich tworzenie będzie zasadne wówczas, gdy kultura rzeczywiście wróci do normalnego funkcjonowania. Ankietowani sygnalizują również obawę, że stworzenie nowego miejsca na mapie kulturalnej będzie wymagało niewspółmiernie wiele zasobów, a proces budowania marki będzie długotrwały, co może wpłynąć na odbiór społeczny danego zjawiska. Wśród argumentów pojawia się też aspekt czysto finansowy.



*„Myślę, że to zły pomysł i po prostu nieoptymalny. Należy dofinansować istniejące instytucje aby nie upadły, a jeśli sytuacja na rynku się poprawi wtedy można pomyśleć o powstaniu nowych instytucji.”*



*„Obecnie może lepiej zaprzestać powstawaniu nowych instytucji kultury. Chodzi tu głównie o aspekt finansowy, nie merytoryczny, czy kulturowy.”*

Źródło: Google Forms| <https://docs.google.com/forms/d/1RO24uqZZcV8TXFeNk0eLDx7NJUz77TqVXA1rTaFkFJU/edit#responses>

---

# PODSUMOWANIE

---

## PODSUMOWANIE

Bez wątplenia niniejsze badanie wykazało, że sektor kultury w czasie pandemii wirusa SARS-Cov2 został zmuszony do zmiany podejmowanych działań, ograniczenia ich lub czasowego zawieszenia. Może to przełożyć się na kształt modelu dalszego funkcjonowania instytucji. Na podstawie odpowiedzi udzielonych przez respondentów jawi się obraz podkarpackich instytucji kultury jako tych, które nie są przygotowane na nagły kryzys. Nie są one w stanie przygotować w krótkim czasie zmian w funkcjonowaniu. Powstają zatem pytania, co zrobić, aby w przyszłości uniknąć podobnych problemów? Czy jest możliwym aby instytucje zajmujące się upowszechnianiem kultury mogły szybko i bez strat zmienić zasady pracy bądź organizacji wydarzeń? Dobrym rozwiązaniem wydaje się opracowanie procedury kryzysowej, która uwzględnia m. in. nowy podział obowiązków pracowników i zasady ich wykonywania, alternatywne terminy oraz lokalizacje planowanych działań. Ważnym elementem, na który zwracają uwagę ankietowani, jest przeszkolenie pracowników z zakresu obsługi narzędzi wykorzystywanych w pracy zdalnej lub do organizacji wydarzeń on-line. Zaistniała sytuacja okazuje się być nietypowym sprawdzianem wydolności instytucji, z którego warto wyciągnąć wnioski i wprowadzić je w przyszłości w życie. Związane z okresem izolacji reżimy funkcjonowania organizacji stały się czasem wzmożonej kreatywności, a nawet zmiany profilu działań.

Należy przy tym podkreślić, że organizatorzy badania nie uczestniczyli aktywnie w procesie wypełniania ankiet, by zachować jak najbardziej zbliżony do pożądanego obraz sytuacji. Estrada Rzeszowska wpisująca się w docelowy zbiór organizacji objętych niniejszym badaniem również zobligowana była do radykalnego ograniczenia działań. Część z zaplanowanych



wydarzeń została odroczone w czasie (np. jubileuszowa edycja festiwalu Wschód Kultury - Europejski Stadion Kultury). Pozostałe elementy oferty kulturalnej przeniesiono do wirtualnej przestrzeni Internetu (np. Święto Paniagi – Jarmark online prezentujący rękodzieło z regionu). Cykliczne działania Rzeszowskiego Inkubatora Kultury zawieszono. Sytuacja kryzysowa pozwoliła nam spojrzeć na dotychczasową organizację wydarzeń kulturalnych z nowej perspektywy. Mimo tego, że Estrada Rzeszowska nie ma statusu instytucji artystycznej, wiele działań typowych dla tej dziedziny pracownicy wykonywali samodzielnie, zamiast – jak to odbywało się przed kryzysem – zlecać je innym osobom. Oczywiście jest to zachowanie tymczasowe i nie może być traktowane jako pełnowartościowy substytut. Wcielenie się w nowe role i wykonywanie nowych zadań, pozwoliło bowiem zespołowi Estrady Rzeszowskiej na zrozumienie punktu widzenia artysty, z którym na co dzień nawiązuje się współpracę. Wiedzę tę należy uwzględnić z pewnością w przyszłych procesach negocjacyjnych. Za sprawą kryzysu pandemicznego szereg firm i pracodawców miał szansę odkryć, że możliwość pracy zdalnej jest równie efektywna, co działania prowadzone w sposób stacjonarny. Nie było to jednak równoznaczne z całkowitym porzuceniem wszelkiej aktywności. Czas społecznej izolacji poświęcono na opracowanie i przeniesienie wystawy grafiki do sieci, sporządzono plany przyszłych wydarzeń oraz konkursów, które można będzie wdrożyć po zakończeniu kryzysu. Nieobecność odbiorców kultury w murach placówki sprzyja realizacji intensywnych prac modernizacyjnych, a spotkania z grupą zwerbowanych wolontariuszy realizowano w formie wideokonferencji. Kiedy kultura została zamrożona, powstała również bardzo ciepła kampania „Miło Cię widzieć”, której celem było przypomnienie odbiorcom oferty kulturalnej, że wciąż są dla nas, twórców, niezwykle ważni.

Warto podkreślić przy tym, że więcej zaangażowania w badanie wykazali sami odbiorcy oferty kulturalnej, co może świadczyć o ich ważnej aktywności w jej odbiór i współtworzenie. Można wysunąć odważny wniosek, że sytuacja kultury nie jest im obojętna. Nieco zaskakujący może być fakt relatywnie słabego udziału w badaniu pracowników instytucji kultury. Czynnikiem stojących za tym mogło być wiele – sporo innych badań o podobnym charakterze, ograniczenie pracy w siedzibie instytucji i redukcja zakresu obowiązków, powolna adaptacja do kryzysowych realiów. Ponadto wykluczyć jednoznacznie nie można, iż udział w takich inicjatywach często bywa rutynowy, a sami pracownicy nie doceniają znaczenia swoich działań. Tę hipotezę opieramy częściowo na własnych doświadczeniach.

Wniosek dotyczący działań prowadzonych w Internecie nasuwa się samistnie. Wcześniej podejmowane przez instytucje działania online w przeważającym stopniu dotyczyły tylko promocji, a nie skupiały się na tworzeniu treści opartych o bezpośrednią interakcję z odbiorcami. Bezspornym



pozytywnym wydarzeń organizowanych w formie zdalnej jest koszt dostępu (w większości przypadków zerowy), możliwość powrotu do nich w dowolnym momencie lub odłożenia oglądania na późniejszą chwilę. Dodatkowo można korzystać z takiej oferty bez potrzeby przemieszczania się. Na przeszkodzie do swobodnego wdrażania procedur związanych z pracą zdalną stoi przede wszystkim Ustawa Kodeks Pracy. Państwowa Inspekcja Pracy opublikowała jedynie szereg zaleceń, w których informuje, że choć w Kodeksie Pracy nie przewiduje się możliwości powierzenia pracy zdalnej w żadnej formie, PIP zaleca potwierdzenie tego faktu w sposób pisemny. Powinno to leżeć w interesie obu stron związanych stosunkiem pracy. W kwestii długości okresu powierzenia pracy zdalnej uważa się, że nie powinien być on dłuższy niż 180 dni, jednakże dopuszcza się skracanie lub wydłużanie go. Pracownicy powinni być świadomi, że zgodnie z art. 100 § 1 k.p. są zobowiązani wykonywać polecenia służbowe pracodawcy – w tym również dotyczące pracy zdalnej. Tu może pojawić się wątpliwość co do możliwości świadczenia pracy zdalnej przez pracownika w jego miejscu zamieszkania. Przyczyny mogą być różne, ale jeśli rzeczywiście nie jest to możliwe, pracodawca winien wskazać miejsce wykonywania pracy zdalnej, w tym także wydać polecenie świadczenia pracy zdalnej w miejscu innym, niż dom pracownika. Ważne, że pracodawca nie może zlecać pracownikowi wykonywania pracy zdalnej na podstawie innej, niż przeciwdziałanie COVID-19. Więcej o uprawnieniach i obowiązkach pracodawcy oraz pracownika polecamy przeczytać na stronie Państwowej Inspekcji Pracy w artykule „Praca zdalna – przeciwdziałanie COVID-19”<sup>2</sup>.

Według odbiorców oferty kulturalnej, instytucje które nie potrafią się dostosować do dynamicznie zmieniającej się sytuacji i dostosować modelu swoich działań, są zbędne. To drastyczne twierdzenie wskazuje na fakt, iż odbiorcy są bardziej gotowi na wprowadzanie do oferty nowości – m. in. rozwiązań realizacyjnych on-line - niż sami jej twórcy. Warto zatem odejść od utartych schematów działań i pokusić się o nowe innowacyjne pomysły, które zaskoczą potencjalnych odbiorców i zachęcą ich do uczestniczenia w kulturze. Z drugiej strony należy zwrócić uwagę, że nie ilość, a jakość wydarzenia jest najważniejsza. Odbiorcy kultury w czasie pandemii, mogli być zmęczeni natłokiem wydarzeń oferowanych w Internecie. Pod uwagę należy wziąć fakt, iż dostęp do wydarzeń znacząco się poszerzył dzięki dostępności ofert z całej Polski (a nawet spoza granic kraju), a nie tak jak dotychczas z regionu.

Na uwagę zasługuje również niezwykle ważna potrzeba możliwości obcowania z kulturą przez odbiorców oferty kulturalnej. Wpisuje się to w standardowy model piramidy Masłowa – zaspokojeniu ulegają potrzeby wyższego rzędu, a także odpowiada to wprost zainteresowaniom samych odbiorców. Licniejsza grupa ankietowanych jest zdania, że instytucje kul-



tury, które nie radzą sobie na rynku lub mają nieciekawą ofertę, powinny zostać zmodernizowane lub zlikwidowane. Odbiorcy oferty kulturalnej na Podkarpaciu przekonani są, że większość instytucji prowadzona jest w staroświecki sposób, a w ich ofercie brakuje nowości, czy oryginalnych pomysłów. Ankietowani wskazują przy tym, że brak kontaktu z publicznością, czy możliwości nawiązania interakcji z artystą przez Internet sptyca doznania związane z odbiorem. Żywy, bezpośredni kontakt publiczności z artystą i oddziaływanie tych dwóch grup na siebie podczas wydarzenia jest możliwe w pełni tylko przy organizacji wydarzeń w sposób tradycyjny, bez pośrednictwa mediów i technologii strumieniowania obrazu i dźwięku.

Naszą końcową intencją jest nadzieja, że wszystkie uwzględnione w niniejszym raporcie informacje mogą przyczynić się do zwiększenia zainteresowania ofertą kulturalną instytucji kultury, pozwolą na opracowanie lub usprawnienie procedur związanych z funkcjonowaniem w czasie kryzysu i ostatecznie wpłyną na przyciągnięcie większej liczby odbiorców.

Rzeszów, 30 czerwca 2020 r.



---

1 Źródło: <https://www.gov.pl/web/kultura/budzet-ministerstwa>

2 Źródło: <https://www.pip.gov.pl/pl/wiadomosci/108610,praca-zdalna-przeciwdzialanie-covid-19.html> [odczyt 30.06.2020]



---

Estrada Rzeszowska | Rzeszowski Inkubator Kultury

35-025 Rzeszów, ul. Jagiellońska 24

[www.estrada.rzeszow.pl](http://www.estrada.rzeszow.pl) | [www.inkubatorokultury.eu](http://www.inkubatorokultury.eu)

e-mail: [kontakt@inkubatorokultury.eu](mailto:kontakt@inkubatorokultury.eu)

tel. +48 503 008 989