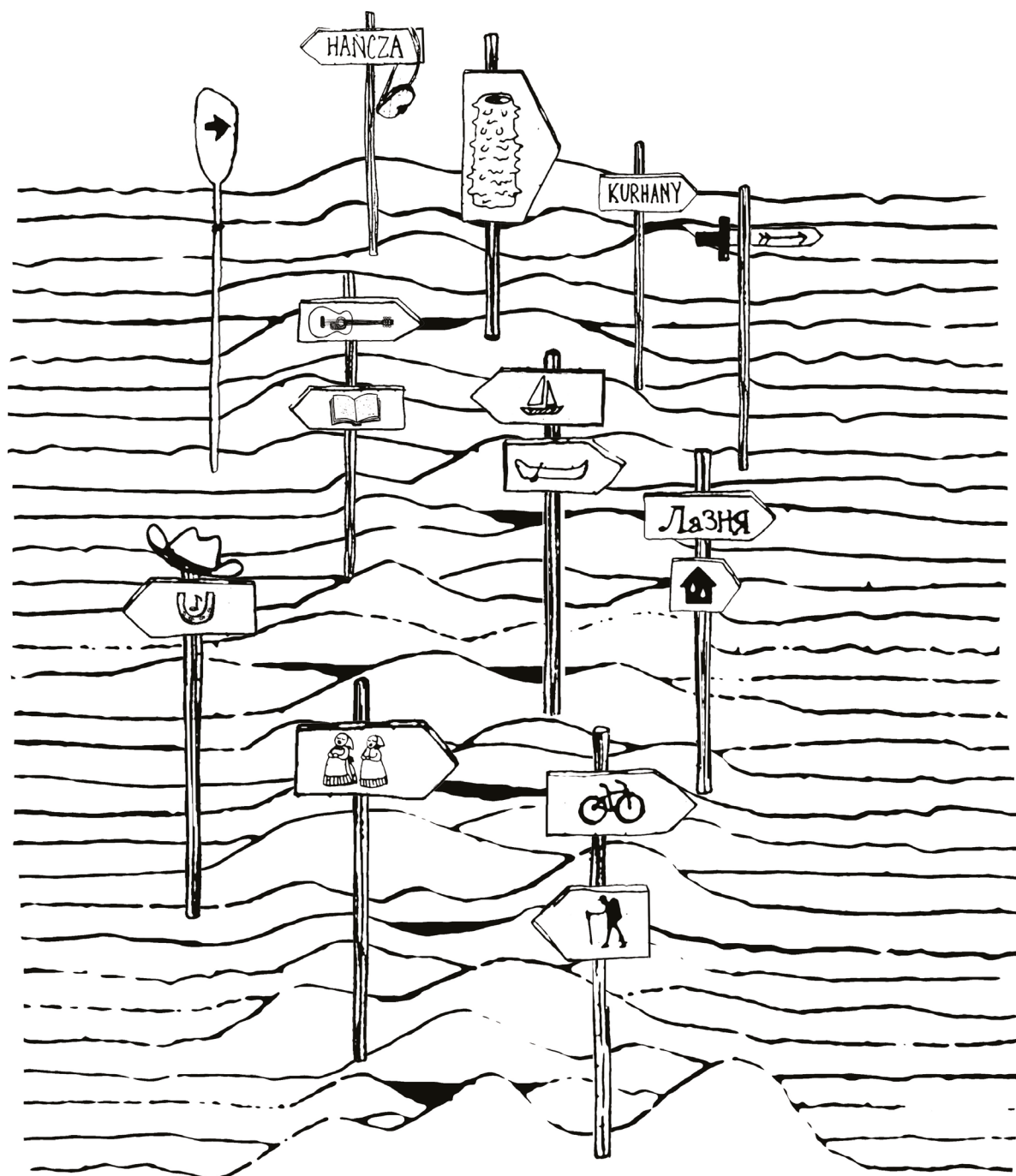


NOWE KIERUNKI, NOWE DROGOWSKAZY

Współczesna kondycja kultury w Suwałkach



NOWE KIERUNKI, NOWE DROGOWSKAZY

Współczesna kondycja kultury w Suwałkach

Maciej Białous
Łukasz Kiszkiel
Małgorzata Skowrońska

Białystok 2015

Autorzy:

Maciej Białous, Łukasz Kiszkiel, Małgorzata Skowrońska

Recenzja:

dr hab. prof. UwB Jan Poleszczuk (Uniwersytet w Białymstoku)

dr Jacek Bieliński (Instytut Socjologii Collegium Civitas)

Wydawca:

Laboratorium Badań
i Działań Społecznych

Fundacja Laboratorium Badań i Działań Społecznych
„SocLab”, ul. Zwierzyniecka 17/16, 15-312 Białystok,
e-mail: soclab@soclab.org.pl, www.soclab.org.pl.

Projekt został dofinansowany ze środków
Urzędu Miejskiego w Suwałkach.



Publikacja dostępna na licencji Creative Commons
Uznanie autorstwa – Na tych samych warunkach 3.0
Polska (CC-BY-SA 3.0 PL). Treść licencji:
<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0>.

Autorzy dziękują Pauli Lewczuk, Monice Jurgielewicz,
Ernestowi Greckiemu oraz Zuzannie Kućmierowskiej
za pomoc przy realizacji badań.

Projekt graficzny:

Katarzyna Siemieniako

Korekta, skład:

Krzysztof Rutkowski

ISBN 978-83-63870-07-2

SPIS TREŚCI

Z recenzji wydawniczych.....	5
Od autorów.....	8
CZĘŚĆ TEORETYCZNA	11
Refleksje teoretyczne.....	12
Metodologia badań.....	20
ANALIZA DANYCH ZASTANYCH	28
Oferta kulturalna Suwałk w świetle danych urzędowych.....	29
Konkursy ofert.....	39
Analiza stron internetowych.....	44
Strony internetowe.....	45
Serwisy społecznościowe.....	47
Analiza kalendarza kultury.....	50
Kalendarz wydarzeń.....	52
Organizatorzy wydarzeń.....	56
Topografia kultury.....	59
WYWIADY JAKOŚCIOWE I ILOŚCIOWE	62
Wywiady jakościowe i ilościowe.....	63
Znajomość i generalna ocena oferty kulturalnej.....	64
O imprezach cyklicznych i nowych formułach.....	84
Znajomość i ocena instytucji oraz miejsc kultury.....	94
Sposoby docierania do informacji o ofercie kulturalnej.....	104
Rola organizacji pozarządowych i działań oddolnych.....	112
Rola sportu i turystyki.....	116
Barierzy uczestnictwa w kulturze.....	120
Uczestnicy i (nie)uczestnicy kultury.....	126
WNIOSKI I REKOMENDACJE	145
Aneks. Kwestionariusz wywiadu CATI.....	151
Wykaz tabel.....	166
Wykaz wykresów.....	166
Wykaz ilustracji.....	167

Z RECENZJI WYDAWNICZYCH

Nowe kierunki, nowe drogowskazy. Współczesna kondycja kultury w Suwałkach – praca trojga młodych socjologów z Fundacji „SocLab” i Uniwersytetu w Białymstoku – nie jest typowym (urzędowym lub naukowym) raportem, składającym się z suchych tabel, zestawień statystycznych, nudnych analiz dokumentów i rozporządzeń etc., ale jest przykładem dobrej socjologicznej roboty – dobrze przemyślanym, zaplanowanym i wykonanym przedsięwzięciem badawczym, które dostarcza interesujących informacji mogących stanowić podstawę planowania działań praktycznych służących zaspokojeniu ważnych potrzeb społecznych. Autorzy raportu wychodzą od przyjęcia niezwykle trafnej metafory „ruchu”, opisującej kondycję kultury w Suwałkach – ów ruch realizuje się w realnej i symbolicznej „przestrzeni” wypełnionej miejscami, w których funkcjonuje kultura, to również „mapa” służąca do orientacji w tej przestrzeni, „drogowskazy” oraz same zdarzenia kulturowe. Ta organizująca myślenie, ogłąd i opis kondycji kultury metafora wymaga szerokiego spojrzenia na samą kulturę: na „ofertę” kulturową, jej funkcjonowanie w otoczeniu nowych form komunikacji społecznej (media, Internet, serwisy społecznościowe) oraz analizy zmieniających się form samych wydarzeń kulturowych. W tym zakresie raport przynosi bogatą dokumentację stanu kultury w Suwałkach, jej form instytucjonalnych, analizę czynników sprzyjających i niesprzyjających uczestnictwu w kulturze. [...].

Autorzy nie ograniczają się jedynie do rejestracji zjawisk, dostrzegają również przemiany, które być może mają sens ogólniejszy, niezwiązany specyficznie z Suwałkami i regionem, będąc „drogowskazami” trwałych kierunków przemian. [...] To spojrzenie w przyszłość poprzez dostrzeżenie istotnych procesów zmian wymaga już dziś podjęcia sensownych działań związanych z wypracowaniem nowych narzędzi aktywizacji kulturowej, wspierania obywatelskich form twórczości, nowych instrumentów monitorowania rozwoju kultury zarówno przez GUS, jak i przez organizacje społeczne, kryteriów oceny jej wartości.

[Cenną inicjatywą] jest podjęta przez Autorów – na podstawie badań ilościowych i jakościowych – próba określenia typów postaw osób uczestniczących i nieuczestniczących w kulturze. Tego rodzaju typologie mają niezwykle doniosłą wartość z punktu widzenia sensowności i efektywności podejmowanych działań praktycznych: pozwalają określić profil socjodemograficzny kategorii, ogólny obraz jej sposobu postrzegania świata, wartościowania zjawisk kulturowych. Inaczej musimy się komunikować z „obytymi” lub „wszytkożernymi” uczestnikami kultury, co innego oferować tym, którzy cenią kulturę eventu lub oczekują od niej zaspokojenia potrzeby rozrywki. W przypadku osób nieuczestniczących w kulturze znaczenie podstawowe ma trafne rozpoznanie czynników zniechęcających – czy wynikają one z frustracji, nadmiaru zajęć, ogólnej pasywności; jakie czynniki mogą dawać nadzieję na aktywizację nieuczestnika, a jakie określają trwałe wykluczenie z wszelkich form aktywności. Przedstawiona przez Autorów lista rekomendacji stanowi logiczne ujęcie wniosków wypływających z treści raportu. Nie jest to więc jedynie „diagnoza bez konsekwencji” lub „lista życzeń”, ale warte przemyślenia przez animatorów kultury (na szczeblu samorządowym i organizacji pozarządowych) rzeczywiście *nowe drogowskazy nowych kierunków*.

Praca *Nowe kierunki, nowe drogowskazy* zasługuje na wysoką ocenę merytoryczną i z całą pewnością zasługuje na publikację i szerokie rozpowszechnienie.

Dr hab. Jan Poleszczuk, prof. UwB



Monografia wpisuje się w popularny od pewnego czasu nurt badań uczestnictwa w kulturze w lokalnych społecznościach. Autorzy monografii postawili sobie za cel stworzenie kompleksowej diagnozy suwalskiej oferty kulturalnej. Jest to zadanie ambitne i, jak pokazują dotychczasowe doświadczenia innych badaczy, trudne. Jednocześnie duże doświadczenie zespołu Fundacji SocLab w prowadzeniu różnorodnych projektów badawczych z zakresu nauk społecznych oraz ugruntowana pozycja Fundacji w tym obszarze pozwalają oczekiwać wyczerpującej, ciekawej i profesjonalnie przygotowanej publikacji. Oczekiwania te udało się Autorom w dużym stopniu spełnić.

[...] Autorzy przedmiotem swojego badania uczynili to co jest specyficzne dla lokalnego kontekstu abstrahując od powszechnych i dominujących w kulturze polskiej wzorów kulturowych. To dobrze. Takie podejście pozwala bowiem na uchwycenie unikalnego charakteru badanej społeczności lokalnej. To na poziomie lokalnym dynamika zmian kulturowych ujawnia się z największą intensywnością.

Jednocześnie takie podejście pozwala na uchwycenie ciekawych zjawisk społecznych i procesów poprzez wyłączenie przed nawias treści kultury dominującej. Problematyka kultury lokalnej traktowana jest przez Autorów monografii również jako swoisty wskaźnik innych procesów oraz problemów społecznych.

[...] Wysoka świadomość metodologiczna Autorów gwarantuje wiarygodność wyników. Przedstawione w monografii badania wpisują się w ważny nurt badań nad społecznościami lokalnymi.

Dr Jacek Bieliński

OD AUTORÓW

Przystępując do badania kultury w Suwałkach, zastanawialiśmy się, czy odnajdziemy jakiś jej charakterystyczny rys, który świadczyłby o specyfice miejsca. Bardzo szybko okazało się, że motywem, który powraca w różnych kontekstach i elementach badania, jest ruch. Można go rozumieć dwojako. Po pierwsze, jako „ruch w kulturze”. Często bowiem formułowano opinie, że oferta kulturalna Suwałk w ostatnich latach znacznie się zmieniła, a przeważająca część badanych ocenia te zmiany pozytywnie. Wydaje się, że w Suwałkach dzieje się coraz więcej, oferta kulturalna jest bardziej zróżnicowana i na wyższym poziomie. Pozytywnymi wyznacznikami zmiany stały się przede wszystkim dwa wydarzenia: rozwój Suwałki Blues Festival oraz oddanie do użytku nowoczesnej siedziby Suwalskiego Ośrodka Kultury.

Po drugie, ruch może być tu również rozumiany bardziej dosłownie. Szczególnie jakościowa część badania pokazała, że mieszkańcy Suwałk często spontanicznie włączają we własne rozumienie określenia kultury również kulturę fizyczną, sport. Zarówno ich wypowiedzi, jak i analiza danych zastanych pokazuje Suwałki jako miasto poważnie traktujące rozwój sportu wyczynowego oraz kultury fizycznej mieszkańców. Tym samym temat kultury fizycznej również znalazł swoje miejsce w naszej publikacji, choć siłą rzeczy w dość ograniczonym stopniu. Z tematem kultury fizycznej i sportu w Suwałkach związana jest również kwestia turystyki. Samo miasto, jak i cała Suwalszczyzna, predysponowane jest wszak do uprawiania oraz rozwoju zarówno turystyki kulturowej, jak i aktywnej. Ciekawa i bogata oferta kulturalna może być ważnym atutem przyciągającym turystów do Suwałk – wydaje się, że mieszkańcy miasta są przekonani o słuszności tej tezy.

Tytułowe kierunki i drogowskazy nawiązują więc do motywu ruchu. Pokazują drogi, którymi współcześnie podąża suwalska kultura, jej twórcy oraz odbiorcy. W publikacji chcieliśmy zwrócić uwagę na to, że oprócz głównych dróg,

popularnych i docenianych przez mieszkańców, można odnaleźć również mniej uczęszczane szlaki – podobnie jak na turystycznych wyprawach – niekiedy nieco trudniejsze, ale równie interesujące. Są to na przykład różnego rodzaju wydarzenia przygotowywane przez organizacje pozarządowe lub inicjatywy całkowicie oddolne, siłą rzeczy mniej promowane i mniej znane wśród ogółu mieszkańców. Są to również wydarzenia ambitne i niszowe, skierowane do wąskich grup odbiorców, ale jednocześnie bardzo potrzebne i istotne.

Drogowskazy służą przede wszystkim pieszym, którzy nie znają trasy. W takiej właśnie sytuacji znajdowaliśmy się jako badacze w chwili rozpoczęcia diagnozy kultury w Suwałkach. Nasze osobiste doświadczenia związane z suwalskim życiem kulturalnym były znikome i wyrwykowe. Ma to oczywiście swoje zalety – nie byliśmy skrępowani naszą pamięcią, ocenami, sympatiami czy uprzedzeniami. Z drugiej strony – jesteśmy tego świadomi – niektóre wnioski, do których dochodziliśmy powoli i ostrożnie, są z pewnością rozumiane zupełnie intuicyjnie przez osoby trwale związane z suwalską kulturą. W innych przypadkach, przede wszystkim w ramach badań jakościowych, być może nie zdołaliśmy postawić wszystkich pytań, które na co dzień zadają sobie twórcy i odbiorcy suwalskiej oferty kulturalnej.

Staraliśmy się w miarę dokładnie opisać ofertę kulturalną, tworząc „mapę” współczesnej kultury w Suwałkach i zaznaczając na niej wszystkie punkty orientacyjne oraz najważniejsze szlaki. Mapa powstała w oparciu o badaną metodami jakościowymi i ilościowymi perspektywę odbiorców-mieszkańców miasta, jak również perspektywę twórców. Interesowała nas nie tylko sama oferta kulturalna oraz jej ocena, ale również sposoby promocji wydarzeń i komunikacji pomiędzy twórcami oferty a jej odbiorcami. Zastanawialiśmy się nad występującymi lokalnie typami uczestników oraz (nie)uczestników kultury, nad barierami uczestnictwa i możliwościami włączenia jak największej liczby mieszkańców w życie kulturalne Suwałk.

Zdajemy sobie sprawę, że nad niektórymi poruszonymi przez nas wątkami warto jeszcze pochylić się w odrębnych badaniach. Uważamy również, że bardziej ogólna, całościowa diagnoza kultury powinna być w przyszłości powtórzona w celu porównania z uzyskanymi przez nas wynikami. Taka jest natura badań społecznych.

Mamy jednocześnie nadzieję, że przygotowana przez nas publikacja stanie się „drogowskazem” dla osób zaangażowanych w suwalską kulturę. Chcielibyśmy nią zainteresować zarówno przedstawicieli samorządu lokalnego, placówek kulturalnych, podmiotów komercyjnych oraz organizacji pozarządowych

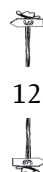
zaangażowanych w tworzenie kultury, jak i wszystkich mieszkańców Suwałk, dla których kultura jest istotną częścią życia. Liczymy, że nasza publikacja nie będzie projektem zamkniętym, ale zaowocuje publiczną dyskusją oraz dalszym rozwojem suwalskiej kultury.

CZĘŚĆ
TEORETYCZNA

REFLEKSJE TEORETYCZNE

Przystępując do badań kultury w Suwałkach, stanęliśmy przed dylematem, w jaki sposób powinniśmy pojęcie kultury definiować. Nie jest to bynajmniej kwestia wyłącznie akademicka, choć badacze kultury chętnie zajmują się teoretycznymi próbami uściślenia tego pojęcia. Znana jest wszak klasyczna praca Alfreda Kroebera i Clyde'a Kluckhohna *Culture. A Critical Review of Concepts and Definitions*¹, w której autorzy zestawili 168 definicji tego pojęcia, a od czasu jej powstania liczba funkcjonujących definicji z pewnością znacznie wzrosła. Oczywiście pojęcie to jest rozmaicie rozumiane w zależności od perspektywy badacza – dyscypliny naukowej czy szkoły teoretycznej, jaką reprezentuje. Z perspektywy antropologicznej kulturą jest właściwie niemal wszystko: „[...] od fryzur i sposobów spożywania napojów po określenia używane do dalszych kuzynostwa naszych małżonków”². Socjologowie koncentrują się raczej na kulturze niematerialnej, na którą składa się „wiedza i nauka, sztuka ze wszystkimi jej gałęziami, religia, mity, idee i ideologie, wartości i normy (obyczajowe, moralne i prawne) [...] język, który jest głównym środkiem porozumiewania się [...]. Podstawowymi wytworami kultury niematerialnej są wartości, normy i symbole”³. Co więcej, w perspektywie socjologicznej kultura nie jest traktowana jako swego rodzaju odrębna, zamknięta całość, ale jest odnoszona do innych zjawisk i procesów społecznych.

Tego rodzaju spostrzeżenia nie ułatwiają jednak kwestii badania kultury, chociażby ze względu na fakt, że każdy człowiek posiada własną, potoczną, często intuicyjną definicję tego, czym jest kultura. Sięgając po przykład zaczerpnięty z przeprowadzonych przez nas badań w Suwałkach: niektóre z osób, z którymi rozmawialiśmy, dopytywały, czy w trakcie wywiadu mogą mówić również o sporcie. Takie pytania wynikały z przeświadczenia, że choć badani na własny użytek



¹ A. Kroeber, C. Kluckhohn, *Culture. A Critical Review of Concepts and Definitions*, Cambridge 1952.

² T. Eagleton, *Po co nam kultura?*, Warszawa 2012, s. 50.

³ M. Gruchoła, *Kultura w ujęciu socjologicznym*, „Roczniki Kulturoznawcze”, t. 1, 2010, s. 99.

traktowali sport jako część kultury, nie byli pewni, czy jest to definicja właściwa, uznana przez autorytet badaczy. Dylemat, przed jakim stanęliśmy, rozpoczynając badania, w istocie dotyczył więc tego, w jaki sposób zaznaczymy „terytorium” badań, czyli ten zakres tematyczny, któremu będziemy starali się przyjrzeć możliwie najdokładniej.

Ostatecznie zakres ten został wyznaczony pomiędzy trzema podstawowymi kategoriami. Pierwszą z nich jest suwalska oferta kulturalna, rozumiana jako instytucje i organizacje zajmujące się w mieście kulturą, konkretne „miejsca kultury”, którymi te podmioty administrują, oraz przygotowywane przez nie wydarzenia, imprezy, projekty. Oferta kulturalna była przez nas traktowana możliwie szeroko, co oznacza, że w obszarze zainteresowań znalazły się również wydarzenia związane ze sportem, rekreacją i turystyką. Drugą kategorią było uczestnictwo w kulturze, czyli sposoby korzystania z oferty kulturalnej, praktykowane przez mieszkańców miasta. Trzecią kategorię stanowiły oceny i wyobrażenia dotyczące suwalskiej kultury, które – choć często wynikają z doświadczeń uczestników – nie muszą być wcale związane z rzeczywistymi praktykami udziału w kulturze. W przestrzeni pomiędzy tymi kategoriami znalazła się natomiast kwestia wymiany informacji na temat lokalnej kultury. Z jednej strony dotyczy ona promocji wydarzeń kulturalnych, czyli informacji przekazywanych od twórców do odbiorców oferty kulturalnej, z drugiej – informacji zwrotnych, ewaluacji twórców oferty kulturalnej, dokonywanej przez odbiorców kultury. Warto zwrócić uwagę, że informacje zwrotne od odbiorców często nie mają szansy na werbalizację w przestrzeni publicznej, można natomiast próbować odczytywać je pośrednio, na przykład z frekwencji podczas określonych wydarzeń czy w konkretnych placówkach. Tak czy inaczej kwestia komunikacji pomiędzy twórcami i odbiorcami oferty również została uznana za istotną część badania.

W naszej opinii tak zakreślony obszar stwarza możliwości, by przyjrzeć się bliżej kilku istotnym kwestiom. Po pierwsze, mówiąc o kulturze, w istocie przedstawimy ważny fragment współczesnej społeczności Suwałk, zachodzących w niej procesów, istniejących dysproporcji czy potencjalnych problemów społecznych. Po drugie, tego rodzaju badanie powinno dostarczać wiedzy praktycznej, ułatwiającej planowanie i prowadzenie polityki kulturalnej na szczeblu lokalnym. Oczywiście niniejsza diagnoza jest przede wszystkim rodzajem fotografii, statycznym przedstawieniem obecnego stanu kultury w Suwałkach. Naszym zdaniem istnieje więc potrzeba stałego monitorowania najważniejszych procesów dotyczących życia kulturalnego w mieście. Pozwoliłoby to nie tylko na dokładniejsze prognozowanie istotnych trendów, ale również na sprawdzanie, na ile skuteczne są działania z za-

kresu polityki kulturalnej, rozumianej jako „świadome, zgodne z założonymi celami i wartościami, wpływanie na procesy kulturowe w celu pobudzenia uczestnictwa w kulturze i jej demokratyzacji, tworzenie korzystnych warunków dla twórczości, zachowania duchowego i materialnego dorobku pokoleń, przygotowania – poprzez edukację – nowych pokoleń do dziedziczenia tego dorobku, czyli przekazu kanonu kultury danej społeczności oraz sprzyjania jej udziałowi w komunikacji między kulturami”⁴.

Naukowa refleksja na temat współczesnej kultury – zarówno w Polsce, jak i na świecie – skierowana jest w stronę pewnych charakterystycznych trendów, które wydają się istotne również w kontekście przeprowadzonych badań życia kulturalnego Suwałk. Warto opisać w skrócie niektóre z nich – w ten sposób podjęte przez nas zagadnienia badawcze oraz wybory metodologiczne mogą stać się bardziej przejrzyste dla czytelników.

Po pierwsze, obieg współczesnej kultury jest w coraz większym stopniu organizowany przez tzw. drugi i trzeci sektor, tzn. placówki komercyjne oraz organizacje pozarządowe (NGO) czy wręcz luźne, tworzone *ad hoc* ruchy oddolne. Szczególnie organizacje typu NGO, działające przede wszystkim w trybie projektowym (grantowym), często bez własnego zaplecza infrastrukturalnego, pozostają w ścisłych, choć niejednoznacznych relacjach z instytucjami publicznymi. Zewnętrzznemu obserwatorowi coraz trudniej jest ustalić na przykład, ile wydarzeń muzealnych zostało zorganizowanych przez same muzea, w ilu natomiast przypadkach instytucje te użyczały lub wynajmowały swoją przestrzeń organizacjom pozarządowym. Informacja taka może być natomiast kluczowa dla zrozumienia charakteru oferty kulturalnej oraz ilościowych wskaźników uczestnictwa w kulturze. Nietrudno wyobrazić sobie bowiem sytuację, w której na co dzień „martwe”, nieatrakcyjne muzeum ożywa w momentach, kiedy w jego murach organizowane są oddolne, interesujące lokalną społeczność wydarzenia. Każda rzetelna, całościowa próba opisu współczesnego stanu kultury powinna więc wychodzić zdecydowanie poza jej rozumienie jako domeny instytucji publicznych.

Po drugie, pomimo ciągłego funkcjonowania w dyskursie publicznym przebrzmiały stał się już dychotomiczny podział na pozytywnie wartościowaną „kulturę wysoką” (elitarną) oraz „kulturę niską” (masową, popularną). Co więcej, deprecjonowanie tzw. kultury niskiej może znacznie zacierać obraz współczesnej kultury. Dla przykładu, w oficjalnych opracowaniach dotyczących stanu kultury, przygoto-

⁴ K. Krzysztofek, *Polityka kulturalna w międzynarodowych raportach o kulturze*, [w:] *Problemy zarządzania sferą kultury i turystyki*, red. K. Mazurek-Łopacińska, Warszawa–Wrocław 1999, s. 11.

wywanych przez Główny Urząd Statystyczny, co prawda odnaleźć można informacje na temat imprez masowych bądź też kin, próżno szukać jednak danych na temat klubokawiarni czy klubów muzycznych, które – szczególnie w większych miastach – ale jak pokazało badanie również w Suwałkach – należą obecnie do najbardziej aktywnych i popularnych podmiotów tworzących ofertę kulturalną. Nie wspominając już o zwykłych dyskotekach, pubach, lokalach gastronomicznych, w których kultura – abstrahując od jej poziomu i estetyki – faktycznie żyje. W ramach badania kondycji kultury w Suwałkach posługujemy się pojęciami kultury wymagającej oraz lekkiej, które skonstruowaliśmy na użytek badań ilościowych i które odnoszą się do deklarowanych praktyk uczestnictwa w kulturze⁵. Pojęcia te w jakimś stopniu pokrywają się z tradycyjnym podziałem na kulturę wysoką i niską, odziewają się jednak od wartościowania poszczególnych praktyk odbiorców kultury. Poza tym wielu badaczy podkreśla, że współczesne wydarzenia kulturalne często mają charakter patchworkowy i trudno jest wyznaczyć wyraźną granicę między tym, co, powiedzmy, ambitne, a tym, co wyłącznie rozrywkowe. Należy zatem podkreślić, że wskazane tu pojęcia mają raczej charakter porządkujący aniżeli analityczny.

Trzecia kwestia wiąże się ze zmianą charakteru placówek kultury. Według tradycyjnych wyobrażeń biblioteki służą do udostępniania księgozbiorów, muzea – eksponatów, obiekty działalności wystawienniczej – dzieł sztuki itd. Tymczasem współczesna oferta kulturalna w większości wypadków nie uznaje tak ustalonych ram lub je przełamuje. Dla przykładu, wspomniane wyżej klubokawiarnie mogą zamiennie lub w tym samym czasie pełnić funkcję galerii, klubu dyskusyjnego, świetlicy organizującej warsztaty artystyczne, dyskoteki, kina, teatru i innych instytucji. Współczesnych odbiorców kultury nie dziwią też raczej takie zjawiska, jak warsztaty edukacyjne lub seanse filmowe, przeprowadzane w muzeach, pokazy tańca nowoczesnego w teatrze, koncerty muzyki elektronicznej w operze i inne – niekiedy egzotyczne – przykłady łączenia oferty z konkretnymi placówkami lub przestrzeniami. Zjawiska te korespondują ponadto ze spostrzeżeniem wyrażonym między innymi przez Tomasza Szlendaka o zadomowieniu się w polskiej rzeczywistości tak zwanej „kultury eventu”. Owe eventy w dużej mierze pokrywają się co prawda z występującą w języku potocznym kategorią imprez masowych, ale nie są

⁵ Uczestnicy kultury lekkiej to respondenci, którzy brali udział w jednym z następujących wydarzeń: bezpłatny koncert lub festyn plenerowy, seans filmowy w kinie, oglądanie serwisów filmowych, impreza sportowa lub mecz, dyskoteka lub zabawa. Uczestnicy kultury wymagającej brali udział w takich wydarzeniach, jak wizyta w bibliotece publicznej, płatny koncert muzyczny (nie w operze, filharmonii), wystawa w muzeum, spektakl teatralny, wizyta w lokalnym domu kultury, wystawa sztuki w galerii lub koncert filharmoniczny. Więcej na ten temat w rozdziale opisującym wyniki wywiadów jakościowych i ilościowych.

z nią tożsame chociażby ze względu na fakt, że „impresa masowa” jest ściśle określoną kategorią prawną⁶, której warunków event wcale nie musi spełniać. Myślenie o kulturze i tworzenie jej poprzez eventy – czyli najogólniej mówiąc, zazwyczaj duże, promowane jako niepowtarzalne wydarzenia kulturalne – wiąże się z określonymi konsekwencjami⁷. Istotą „kultury eventu” jest bowiem zacieranie się podziałów na zinstytucjonalizowane dziedziny sztuki oraz wielozmysłowy charakter odbioru. Różne formy kultury i sztuki mieszają się ze sobą w obrębie zbiorczych wydarzeń, które dla wielu odbiorców stają się podstawowym sposobem uczestnictwa w kulturze⁸. Fenomenem jest tutaj rozkwit różnego rodzaju festiwali.

Warto zwrócić uwagę, że między innymi w związku z przełamywaniem tradycyjnych ról instytucji kultury oraz jej festiwalizacją coraz częściej do kategorii kultury włącza się również wszelkie działania związane z turystyką, sportem, rekreacją, działalnością placówek gastronomicznych. Przykładem tego jest choćby definicja „żywej kultury” stworzona przez Barbarę Fatygę i mówiąca, iż jest to „wielowymiarowe środowisko (*milieu*) życia jednostek i grup społecznych oraz funkcjonowania instytucji społecznych, w którym zachodzą dynamiczne procesy, rozwijają się praktyki kulturowe, powstają mniej lub bardziej trwałe rezultaty (materialne i niematerialne wytwory) praktyk. Zarówno jednostki, grupy, instytucje, procesy, praktyki, jak i ich wytwory charakteryzują się zróżnicowanym, najczęściej wielowarstwowym i zmiennym nacechowaniem aksjologicznym oraz zróżnicowanymi, zmiennymi i wielowarstwowymi, najczęściej polisemicznymi, znaczeniami”⁹. Abstrahując od kwestii przyjęcia określonych definicji, również praktyka działania samorządów terytorialnych pokazuje, że kultura jest często nierozzerwalnie – poprzez organizację struktury administracyjnej na poziomie lokalnym bądź też treść opracowywanych dokumentów strategicznych – związana z kwestiami turystyki czy sportu. Często zdarza się więc na przykład, że ci sami urzędnicy odpowiadają za wszystkie wymienione wyżej obszary, a w strategiach rozwoju lub promocji miast płynnie łączą się kwestie rozwoju turystyki i kultury¹⁰.

Po czwarte, zarówno oferta kulturalna, jak i udział w kulturze są współcześnie w coraz większym stopniu oderwane nie tylko od przestrzeni konkretnych

⁶ Reguluje ją Ustawa z dnia 20 marca 2009 r. o bezpieczeństwie imprez masowych.

⁷ Przykładem opracowania prezentującego afirmatywne podejście do kategorii eventu w zarządzaniu kulturą jest praca J. B. Bączka *Psychologia eventu* (Warszawa 2011).

⁸ T. Szlendak, *Aktywność kulturalna*, [w:] *Kultura miejska w Polsce z perspektywy badań jakościowych*, red. W. Burszta i in., Warszawa 2010, s. 114.

⁹ B. Fatyga, *Żywa kultura*, [w:] *Słownik Teorii Żywej Kultury*, <http://ozkultura.pl/wpis/111/5> [dostęp: 1.11.2014].

¹⁰ Zwraca na to uwagę m.in. opracowanie *Miejskie polityki kulturalne. Raport z badań*, Warszawa 2013, http://publica.pl/wp-content/uploads/2014/01/miejskiepolkulturalne_fin.pdf [dostęp: 1.11.2014].

instytucji, ale wręcz od przestrzeni fizycznej w ogóle. Przejawem tego zjawiska jest chociażby coraz powszechniejsze wyprawianie wydarzeń kulturalnych w przestrzeń publiczną, poza mury instytucji. Wiąże się to z określonymi konsekwencjami zarówno dla odbiorców, jak i badaczy kultury. Dla przykładu, wystawa przygotowana przez placówkę muzealną i umieszczona w przestrzeni publicznej może być łatwo zapisana jako aktywność tejże placówki, ale czy możliwe jest dokładne oszacowanie liczby przechodniów, którzy zatrzymają się, aby ją obejrzyć? W związku z tym, na ile wiarygodne jest określanie wskaźników uczestnictwa w kulturze na podstawie liczby osób zwiedzających muzea lub galerie sztuki? Jeszcze większe trudności sprawia obserwacja aktywności kulturalnej w świecie wirtualnym, która tylko na pozór jest łatwo kwantyfikowalna przy pomocy statystyk „kliknięć” w poszczególne linki. Treści kultury umieszczane w Internecie mają bowiem tendencję do rozprzestrzeniania się, (nie zawsze legalnego) kopiowania, twórczego przetwarzania¹¹, co utrudnia lub wręcz uniemożliwia precyzyjne ustalenie liczby odbiorców. Dla przykładu, upowszechnienie Internetu, sieciowych bibliotek oraz systemów wymiany plików z książkami elektronicznymi z pewnością wpływa w jakiś sposób na statystyki korzystania z tradycyjnych bibliotek, ale skala tego zjawiska wymyka się prostym szacunkom. W tym kontekście złudne wydaje się choćby wnioskowanie o poziomie czytelnictwa w Polsce wyłącznie na podstawie liczby wypożyczeń bibliotecznych oraz liczby sprzedanych książek. Co więcej, wirtualne uczestnictwo w kulturze współcześnie często konkuruje z uczestnictwem w tradycyjnym sensie. Istniejąca dzięki rozwojowi nowych technologii możliwość zapośredniczenia udziału w konkretnym wydarzeniu przez Internet – co było skądinąd bezpośrednią przyczyną powstania popularnego serwisu YouTube¹² – sprawia, że pewne zbiorowości ważną część swojego uczestnictwa w kulturze przenoszą do sieci. Jest to szczególnie istotne w przypadku tych grup, które z różnych przyczyn nie mogą uczestniczyć w wydarzeniach kulturalnych bezpośrednio, na przykład osób młodych lub mieszkańców mniejszych miejscowości, w których oferta kulturalna nie jest bardzo zróżnicowana. Tym samym, choć uczestniczą oni w kulturze zgodnie ze swoimi zainteresowaniami, mogą przejść na stronę (nie) uczestnictwa w tradycyjnym sensie, to znaczy wycofać się z uczestnictwa w wydarzeniach organizowanych przez lokalne, tradycyjne placówki kultury.

Piątą kwestią jest wreszcie związana również częściowo z przenoszeniem się aktywności kulturalnej do świata wirtualnego nieadekwatność podziału na

¹¹ Pisał o tym na przykład E. Bendyk, *Kultura YouTube*, [w:] *Wideo online a kultura uczestnictwa*, red. J. Burgess i in. Warszawa 2011.

¹² M. Majorek, *Kod YouTube. Od kultury partycypacji do kultury kreatywności*, Kraków 2015, s. 19.

twórców i odbiorców. Jedną z cech charakterystycznych współczesnej kultury jest bowiem często rozumienie odbioru jako jej (współ)tworzenia. Kategoria tworzenia jest przy tym kluczowa nie tylko dla zrozumienia takich popularnych i w zasadzie mocno zakorzenionych już typów wydarzeń, jak warsztaty artystyczne i edukacyjne lub konkursy i przeglądy amatorskiej twórczości, ale również dla stosunkowo nowych, rozwijających się form wydarzeń kulturalnych, takich jak gra miejska, slam poetycki, barcamp itp.

W związku z dynamicznymi zmianami we współczesnej kulturze w ciągu ostatnich lat ukazało się w Polsce wiele publikacji i raportów z badań dotyczących stanu kultury zarówno na poziomie ogólnokrajowym, jak i lokalnym. W związku z tym trendem powstał nawet pod kierownictwem Tomasza Szlendaka i Krzysztofa Olechnickiego *Raport o raportach. Wielowymiarowa i wielofunkcyjna ocena trafności, recepcji i użyteczności raportów o stanie kultury*¹³. Niektóre z najnowszych publikacji stanowiły dla nas inspirację w refleksji nad zakreśleniem obszaru zainteresowań badawczych, inne zwróciły naszą uwagę ze względu na swoją formę.

W związku z tym chcielibyśmy wspomnieć o serii raportów ukazujących się w ramach programu „DNA miasta”. Jego istotą jest nadanie badaniom społecznym sensu praktycznego oraz upominanie się o rolę mieszkańców w kształtowaniu lokalnych polityk kulturalnych. W 2013 r. ukazał się raport z badań pt. *Miejskie polityki kulturalne*, obejmujący zasięgiem aż 66 polskich miast (w tym Suwałki), gromadzący wiedzę na temat wizji, definicji i funkcjonowania polityk kulturalnych we współczesnej Polsce. W 2014 r. ukazała się diagnoza kultury województwa warmińsko-mazurskiego *Kultura pod pochmurnym niebem*. Zaletą tej publikacji, przygotowywanej pod kierownictwem profesor Barbary Fatygi, jest szerokie rozumienie kultury oraz poszukiwanie lokalnej specyfiki i uwarunkowań życia kulturalnego. Inspirujące było również opracowanie wydane w 2012 r. przez Instytut Kultury Miejskiej (IKM) w Gdańsku pt. *Poszerzanie pola kultury. Diagnoza potencjału sektora kultury w Gdańsku*. Gdańscy naukowcy w raporcie szczegółowo przyjrzeni się obszarowi położonemu na styku kultury i ekonomii, który w dużym stopniu może determinować współczesną dynamikę kultury. W 2014 r. IKM w Gdańsku wydał tom poświęcony (nie)uczestnictwu w kulturze, który pomógł nam zwrócić się ku istotnej kategorii aktorów społecznych, jakimi są właśnie (nie)uczestnicy. Autorzy raportu *Punkty styczne. Między kulturą, a praktyką (nie)uczestnictwa* namawiają, by nie poprzestawać wyłącznie na zauważaniu tych, którzy w sposób tradycyjny nie chcą czy

¹³ *Raport o raportach. Wielowymiarowa i wielofunkcyjna ocena trafności, recepcji i użyteczności raportów o stanie kultury*, http://www.beczmiiana.pl/1158,raport_o_raportach_o_kulturze.html [dostęp: 1.07.2015].

nie mogą uczestniczyć w propozycjach instytucji kulturalnych i podobnych podmiotów, ale bacznie przyglądać się ich (nie)praktykowaniu kultury. Badacze pokazują bowiem, że (nie)uczestnictwo ma wiele tytułowych punktów stycznych z uczestnictwem w kulturze, jak również – co podkreśla recenzujący publikację prof. Marek Krajewski – wskazują na wagę społecznych barier związanych z uczestnictwem, np. zbyt absorbujących relacji zawodowych, rodzinnych, małej mobilności, utrudnień przestrzennych i wielu innych. Można więc stwierdzić, że publikacja gdańskich badaczy pozwala na kategorię (nie)uczestników spojrzeć łaskawiej, a (nie)podejmowane przez nich praktyki łączyć z wieloma wymiarami życia społecznego, uciekając od pojedynczego skojarzenia z lenistwem czy brakiem funduszy.

Badania kultury nie są domeną wyłącznie dużych miast. Jesteśmy świadomi, że miasta średniej wielkości, szczególnie mające za sobą okres bycia stolicami województw w latach 1975–1999, mają swoją specyfikę wynikającą z wielkości, trendów ekonomicznych i demograficznych, lokalnych tradycji oraz niedawnej przeszłości naznaczonej niekiedy (re)sentymentem. Tym samym życie kulturalne tego rodzaju miejscowości wymaga, by te uwarunkowania jak najpełniej uwzględnić. W tym kontekście pouczające były na przykład opracowania z serii *Lokalne Mapy Kultury*, opracowane na zlecenie Narodowego Centrum Kultury w ramach programu Obserwatorium Kultury 2010, czy wydany w 2010 r. raport *Kulturalne potencjały i deficyty miast powiatowych*. Inspirujący intelektualnie, choć nie w wymiarze naukowym, był dla nas również reporterski projekt *Miasto Archipelag*, opisujący współczesne funkcjonowanie byłych miast wojewódzkich¹⁴. Szeregu informacji na temat współczesnych Suwałk oraz najnowszej historii miasta dostarczyła wieloautorska publikacja *Suwałki. Miasto nad Czarną Hańczą*¹⁵.

Na koniec należy podkreślić, że aparat teoretyczny oraz metodologiczny wykorzystany w badaniach kultury w Suwałkach w dużej mierze został wypracowany przez zespół badawczy Fundacji „SocLab” przy okazji badań kultury w Białymstoku, których pokłosiem była publikacja *Spacer po utartych ścieżkach. O spotkaniach białostoczan z kulturą* (2014). W związku z tym w dalszej części publikacji kilkakrotnie będziemy powoływać się na refleksje i wyniki zawarte właśnie w tym opracowaniu. W innych przypadkach – przede wszystkim omawiając wyniki badania ilościowego – będziemy odwoływać się z kolei do raportu *Diagnoza partycypacji w kulturze w województwie podlaskim*, przygotowanego przez zespół Fundacji „SocLab” w 2012 r.

¹⁴ <http://www.miastoarchipelag.pl/> [dostęp: 1.07.2015].

¹⁵ *Suwałki. Miasto nad Czarną Hańczą*, Suwałki 2005.

METODOLOGIA BADAŃ

Podstawowym celem badania, którego wyniki zostaną zaprezentowane poniżej, było przeprowadzenie kompleksowej diagnozy suwalskiej oferty kulturalnej. W związku z tym do głównych zadań zespołu badawczego należało szczegółowe ustalenie typów i proporcji wydarzeń kulturalnych odbywających się w Suwałkach, jak również opinii na temat życia kulturalnego oraz stylów uczestnictwa w kulturze prezentowanych przez mieszkańców miasta. Te dwa aspekty, które dla uproszczenia można określić mianem obiektywnego i subiektywnego, wpływają na siebie wzajemnie, tworząc życie kulturalne na poziomie lokalnym. Wiadomo wszak, że nawet stosunkowo skromna i niewyszukana oferta może być uznana za zupełnie wystarczającą tam, gdzie społeczność nie wykazuje się wysokim kapitałem kulturowym oraz aspiracjami. Z drugiej strony najstaranniej dobrana i przygotowana oferta kulturalna przejdzie bez echa, jeśli zabraknie odpowiedniej edukacji kulturalnej lub komunikacji pomiędzy jej twórcami a odbiorcami. Tym samym, aby jak najdokładniej ustalić rzeczywisty stan i dynamikę życia kulturalnego w Suwałkach, w trakcie badania zastosowano szereg różnych metod i technik badawczych – zarówno ilościowych, jak i jakościowych.

Najważniejszą ilościową częścią badania były wywiady kwestionariuszowe przeprowadzone w lipcu 2015 r. na reprezentatywnej próbie mieszkańców Suwałk. Wywiady przeprowadzono w standardzie CATI (*Computer Aid Telephone Interview*), co oznacza, że były to wywiady telefoniczne wspomagane komputerowo.

Dobór próby do badania CATI miał charakter losowo-kwotowy. Jego celem było zapewnienie reprezentatywności wyników uzyskanych w trakcie badania – na podstawie danych otrzymanych w badaniu można wnioskować o całej populacji (tj. o mieszkańcach Suwałk). Należy jednak pamiętać, iż reprezentatywność dotyczy jedynie zmiennych, które stanowiły podstawę tworzenia kwot, tj. płci i wieku. Badanie odbyło się wśród mieszkańców Suwałk na próbie $N=375$, w wieku 15+. Liczba wywiadów dopuszcza błąd statystyczny na poziomie nie większym niż

5%, co powinno wyraźnie pokazać najważniejsze zjawiska i procesy związane ze współczesną kulturą w Suwałkach. Operatem losowania była baza teled adresowa mieszkańców Suwałk.

Na podstawie informacji zawartych w Banku Danych Lokalnych¹⁶ dokonano rozkładu liczebności dwóch zmiennych (płci i wieku) stanowiących podstawę kwot w próbie (tabela 1).

Tabela 1. Struktura populacji mieszkańców Suwałk (według danych z Banku Danych Lokalnych)¹⁷

	Ogółem	Mężczyźni	Kobiety
15-19	4323	2244	2079
20-24	5208	2614	2594
25-29	6088	3085	3003
30-34	5663	2828	2835
35-39	5051	2504	2547
40-44	4492	2169	2323
45-49	4683	2194	2489
50-54	5464	2589	2875
55-59	5296	2448	2848
60-64	4205	1922	2283
65-69	2437	1102	1335
70-74	1765	685	1080
75-79	1622	605	1017
80-84	1188	402	786
85 i więcej	909	225	684
Razem	58 394	27 616	30 778

Źródło: opracowanie własne.

Następnie dokonano agregacji przedziałów wiekowych (tabela 2) oraz rozpisano próbę N=375 odpowiadającą strukturze populacji mieszkańców Suwałk (tabela 3).

¹⁶ Bank Danych Lokalnych, GUS, www.stat.gov.pl/bdl [dostęp: 5.07.2015].

¹⁷ http://stat.gov.pl/bdl/app/strona.html?p_name=indeks [dostęp: 11.05.2015].

Tabela 2. Struktura populacji Suwałk na podstawie zagregowanych przedziałów wiekowych

	Struktura populacji Suwałk według wieku i płci		
	ogółem	mężczyźni	kobiety
15-24	9531	4858	4673
25-34	11 751	5913	5838
35-49	14 226	6867	7359
50-64	14 965	6959	8006
65 i więcej	7921	3019	4902
Razem	58 394	27 616	30 778

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 3. Struktura próby w badaniu na podstawie zagregowanych przedziałów wiekowych populacji Suwałk

	Struktura próby według wieku i płci		
	ogółem	mężczyźni	kobiety
15-24	61	31	30
25-34	76	38	38
35-49	91	44	47
50-64	96	45	51
65 i więcej	51	19	32
Razem	375	177	198

Źródło: opracowanie własne.

Ze względu na fakt, iż w procesie partycypacji w kulturze niezwykle istotną zmienną pozostaje wykształcenie, zmienna dotycząca poziomu edukacji została po badaniu ilościowym poddana procedurze ważenia, aby uzyskać strukturę zbliżoną do struktury populacji mieszkańców Suwałk. Poniżej przedstawiono rozkład zmiennej „wykształcenie mieszkańców Suwałk” na podstawie informacji pochodzących z Banku Danych Lokalnych (tabela 4).

Tabela 4. Struktura populacji Suwałk pod względem wykształcenia (według Narodowego Spisu Powszechnego z 2011 r.¹⁸)

Wykształcenie	N	%
wyższe	10 771	19
średnie i policealne (ogółem)	20 688	37
zasadnicze zawodowe	8909	16
gimnazjalne	3645	7
podstawowe ukończone	10 272	19
podstawowe nieukończone i bez wykształcenia szkolnego	1063	2
Razem	55 348	100

Źródło: opracowanie własne.

Badanie CATI na tak skonstruowanej próbie zostało zrealizowane przez agencję badań rynku IQS w dniach 13–17 lipca 2015 r. Kwestionariusz wywiadu ilościowego zamieściliśmy w aneksie do niniejszej publikacji.

Wywiady kwestionariuszowe zostały skierowane do odbiorców kultury, miały więc przede wszystkim wskazać charakterystyczne opinie oraz style uczestnictwa prezentowane przez badanych w kulturze. Specyfika badań ilościowych polega na tym, że dając dość dokładny obraz stanu faktycznego (jak jest?), nie zawsze jest w stanie precyzyjnie odpowiedzieć na pytanie o jego przyczyny (dlaczego tak jest?), szczególnie jeśli nie wynikają one ze stosunkowo łatwo mierzalnego, socjo-demograficznego zróżnicowania badanej społeczności (np. płci, wieku, wykształcenia, dochodu itp.). Dlatego też autorzy badania postanowili zastosować także metody jakościowe. Opinie na temat suwalskiej oferty kulturalnej zostały zebrane podczas serii zogniskowanych wywiadów grupowych (FGI) oraz indywidualnych wywiadów pogłębionych (IDI).

Zogniskowane wywiady grupowe (FGI, *focus group interviews*), nazywane również wywiadami fokusowymi, to dyskusje prowadzone przez moderatora-badacza z grupą rozmówców liczącą najczęściej od 6 do 10 osób, celowo dobraną na podstawie przygotowanego wcześniej scenariusza. Zaletą tej metody jest to, że badani w czasie rozmowy mają czas i możliwość swobodnego formułowania myśli, nie są skrępowani zestandaryzowanym kwestionariuszem oraz pytaniami zamkniętymi. Co więcej, o specyfice wywiadów zogniskowanych decyduje fakt, że

¹⁸ Tamże.

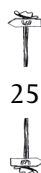
dyskusja nie odbywa się wyłącznie na linii badacz–badany, ale rozmówcy wchodzą również w interakcje między sobą. Sprzyja to społecznemu tworzeniu i uzgadnianiu opinii, ale także rejestrowaniu różnic oraz ich przyczyn. W czerwcu 2015 r. przeprowadzono w Suwałkach cztery wywiady zogniskowane, w których łącznie wzięło udział 32 mieszkańców miasta. Odbyły się one w specjalnie przygotowanej do tego sali, wyposażonej w sprzęt do rejestracji dźwięku i obrazu. Dzięki temu każdy wywiad był nie tylko obserwowany na bieżąco przez zespół badawczy, ale również zapisany w formatach audio i video, co pozwoliło na dalszą, drobiazgową analizę rozmów, nie tylko pod względem merytorycznym, ale również na przykład językowym. Dwa wywiady zogniskowane zostały przeprowadzone z mieszkańcami Suwałk, którzy zadeklarowali się jako uczestnicy lokalnych wydarzeń kulturalnych. Rozmówcy zostali zrekrutowani w sposób, który miał gwarantować zróżnicowanie płci, wieku oraz aktywności kulturalnej. W każdej z dwóch grup mieli znaleźć się badani, którzy w ciągu ostatnich trzech miesięcy przynajmniej raz byli na spektaklu teatralnym, koncercie, wystawie w muzeum lub galerii sztuki, na spotkaniu autorskim, uczestniczyli w warsztatach artystycznych lub edukacyjnych. Pozostałe dwa wywiady zogniskowane zostały przeprowadzone z tzw. (nie)uczestnikami kultury. W tych grupach zachowano zróżnicowanie płci i wieku, ponadto na użytek badania wyróżniono dwie kategorie (nie)uczestnictwa. W jednej z grup znaleźli się rozmówcy, którzy nie uczestniczyli w żadnym wydarzeniu kulturalnym w Suwałkach w ciągu ostatnich trzech miesięcy, w drugiej – osoby, które nie uczestniczyły w nich w ciągu całego roku. Podział taki miał na celu wyróżnienie hipotetycznych grup (nie)uczestników krótko- i długotrwałych. Różnice pomiędzy wypowiedziami badanych z obu grup – jeśli zostałyby odnotowane przez badaczy – miały pomóc w ustaleniu przyczyn braku uczestnictwa w kulturze (np. niewystarczająca oferta kulturalna, nieodpowiednia promocja, brak pieniędzy lub czasu) oraz zakresu możliwości włączania (nie)uczestników do lokalnego życia kulturalnego.

Wywiady zogniskowane (podobnie jak telefoniczne wywiady kwestionariuszowe) koncentrowały się przede wszystkim na perspektywie uczestników lub (nie)uczestników wydarzeń kulturalnych w Suwałkach. Dlatego też badanie zostało uzupełnione wywiadami pogłębionymi przeprowadzonymi z wybranymi lokalnymi twórcami oferty kulturalnej. Indywidualne wywiady pogłębione (*IDI, individual in-depth interviews*) to rozmowy przeprowadzane pomiędzy badaczem a rozmówcą na podstawie ogólnych dyspozycji. Wywiady zostały zarejestrowane a następnie – w celu dalszej analizy – przeprowadzono ich transkrypcję. W lipcu 2015 r. przeprowadzono pięć takich rozmów z osobami, które zostały wytypowane

na podstawie następujących kryteriów. Po pierwsze, były przedstawicielami instytucji aktywnie organizujących ofertę kulturalną w Suwałkach lub były wskazywane przez uczestników wywiadów zogniskowanych jako osoby szczególnie istotne dla lokalnej kultury. Po drugie, były przedstawicielami różnego rodzaju instytucji – placówek podległych jednostkom samorządu terytorialnego oraz organizacji pozarządowych (NGO). Zakładano również przeprowadzenie rozmowy z przedsiębiorcą zajmującym się m.in. działalnością kulturalną, ale próby uzyskania zgody na wywiad z kilkoma ważnymi przedstawicielami sektora komercyjnego zakończyły się niepowodzeniem. Trudno jest oczywiście wnioskować z milczenia tych potencjalnych rozmówców, można jednak zastanawiać się, czy odmowa przedsiębiorców nie wynika z ich osobnej pozycji w życiu kulturalnym miasta, np. z braku silnych powiązań i wspólnych interesów z placówkami samorządowymi i trzecim sektorem¹⁹. W każdym razie kryteria doboru rozmówców miały nie tylko zapewnić wiedzę ekspercką na temat suwalskiej kultury, ale również zróżnicować ich punkty widzenia ze względu na odrębne pozycje i charakterystykę własnej działalności. Tym samym wywiady pogłębione w większym stopniu niż wywiady zogniskowane i kwestionariuszowe skupiały się na kwestiach, takich jak polityka kulturalna, otoczenie instytucjonalne, kondycja lokalnego rynku usług kulturalnych.

Oprócz wywiadów zespół badawczy przeprowadził ilościową i jakościową analizę materiałów zastanych, przede wszystkim danych internetowych. Praca z danymi zastanymi (*desk research*) pozwala na bliższe przyjrzenie się obiektywnemu aspektowi suwalskiej oferty kulturalnej, tzn. temu, ile i jakich wydarzeń jest oferowanych, jak wygląda ich promocja oraz komunikacja w Internecie lub też jakie wnioski konkursowe organizacji pozarządowych otrzymują dofinansowanie Urzędu Miejskiego w Suwałkach. Analiza danych zastanych pozwala również do pewnego stopnia zweryfikować wypowiedzi odbiorców i twórców oferty kulturalnej uzyskane poprzez wywiady ilościowe i jakościowe.

W ramach wspomnianych wyżej działań dokonano analizy kalendarza wydarzeń kulturalnych w Suwałkach. Uwzględniono w niej okres od 1 czerwca do 14 lipca 2015 r. oraz okresy wcześniejsze: maj 2013 oraz styczeń i luty 2014 r. (dane z lat poprzednich zostały zebrane w ramach projektu Obserwatorium Żywej Kultury Sieć Badawcza). Wycinkowe informacje zebrane na temat wydarzeń z różnych lat i miesięcy powinny pomóc w lepszym zrozumieniu charakterystyki,



¹⁹ Z podobnym oporem ze strony przedstawicieli sektora komercyjnego spotkał się zespół badawczy w czasie badania stanu kultury w Białymstoku w 2014 r.

dynamiki oraz topografii suwalskiej oferty kulturalnej. Podstawowym sposobem pozyskiwania danych do analizy była kwerenda stron internetowych podmiotów przygotowujących ofertę kulturalną, to jest instytucji, organizacji pozarządowych, podmiotów komercyjnych, a także portali informacyjnych, stron lokalnych mediów oraz serwisu Facebook. Ponadto dane z roku 2014 uzupełniono o informacje zebrane poprzez program internetowy typu *crawler*, przeszukujący sieć pod kątem występowania na lokalnych stronach słów kluczowych związanych z kulturą. O specyfice i ograniczeniach wynikających z takiego sposobu zbierania materiału badawczego szczegółowo poinformowano w rozdziale omawiającym rezultaty tej części badania. Łącznie uzyskano informacje o 204 wydarzeniach kulturalnych. Starano się przy tym określić rodzaj wydarzenia, jego cykliczność, podmiot organizujący, jak również ustalić miejsce, w którym się odbyło, oraz powiązanie wydarzenia z kontekstem lokalnym pod względem treści lub formy.

Na podstawie analizy kalendarza wydarzeń wybrano 15 najbardziej aktywnych podmiotów działających w sferze kultury w Suwałkach i przeprowadzono badanie ich obecności w Internecie. Polegåło ono na sprawdzeniu zawartości ich oficjalnych stron internetowych, narzędzi i zakresu komunikacji z internautami oraz aktywności w serwisach społecznościowych, przede wszystkim na portalu Facebook. W przypadku tego ostatniego wzięto pod uwagę dane z maja i czerwca 2015 r.

Ostatnim elementem objętym analizą danych zastanych była kwerenda dokumentów urzędowych. Należały do nich dostępne na stronach Biuletynu Informacji Publicznej wyniki konkursów na działania związane ze sferą kultury, ogłaszanych przez urząd miasta. Analizą objęto wszystkie dostępne dane za lata 2010–2014. Podczas kwerendy szczególną uwagę zwracano na finansowane priorytety oraz rodzaje wnioskowanych projektów, wachlarz organizacji pozarządowych otrzymujących dofinansowanie oraz jego kwoty. Przeanalizowano również dane na temat kultury zbierane i udostępniane przez Główny Urząd Statystyczny. Zwracano przy tym szczególną uwagę na wskaźniki dotyczące finansowania kultury, oferty kulturalnej i frekwencji na wydarzeniach oraz infrastruktury kulturalnej. Uzyskane w ten sposób dane zostały wreszcie uzupełnione o informacje na temat kultury w Suwałkach dostępne w dokumentach strategicznych, takich jak *Strategia zrównoważonego rozwoju miasta Suwałki do roku 2020* lub *Strategia promocji miasta Suwałki na lata 2010–2015* oraz danych zebranych w ramach działalności sieci badawczej Obserwatorium Żywej Kultury (Węzeł Podlaski)²⁰.

²⁰ Więcej informacji na stronie: www.ozkultura.pl [dostęp: 1.07.2015].

Opis współczesnej kondycji kultury w Suwałkach rozpoczniemy od omówienia wyników analizy danych zastanych (dane urzędowe, analiza stron internetowych oraz kalendarza kultury). Dalsza część publikacji zostanie natomiast poświęcona istotnym danym, które uzyskaliśmy w trakcie przeprowadzania wywiadów ilościowych i jakościowych.

ANALIZA
DANYCH ZASTANYCH

OFERTA KULTURALNA SUWAŁK W ŚWIETLE DANYCH URZĘDOWYCH

Niektóre aspekty życia kulturalnego zbierane są w formie wskaźników i statystyk przez powołane do tego instytucje publiczne. Jedną z nich jest Główny Urząd Statystyczny (GUS), który obserwuje między innymi aktywność jednostek samorządu terytorialnego oraz placówek im podległych, stan infrastruktury kultury czy uczestnictwo obywateli w wydarzeniach kulturalnych. Dane udostępniane przez Główny Urząd Statystyczny mają swoje wady i zalety. Wady można wiązać przede wszystkim z faktem, że GUS tworzy swoje statystyki na podstawie sztywnych, stworzonych na własne potrzeby definicji, w związku z czym nie rejestruje szeregu ważnych, nowych zjawisk kulturalnych, szczególnie tworzonych poza instytucjami samorządowymi i państwowymi. Zarzut ten jest o tyle poważny, że współczesna aktywność kulturalna w coraz większym stopniu przełamuje tradycyjne granice i formy tworzenia oraz uczestnictwa w kulturze. Kultura jest również coraz silniej związana z działaniami organizacji pozarządowych (NGO) czy innymi formami oddolnej aktywności obywatelskiej albo – z drugiej strony – z działaniami czysto komercyjnymi. Przyglądanie się aktywności kulturalnej w danej jednostce samorządu terytorialnego wyłącznie na podstawie danych GUS dawałoby więc w najlepszym razie obraz niepełny. Niemniej analiza danych urzędowych, jako jeden z elementów diagnozy kultury, wydaje się niezbędną przynajmniej z dwóch powodów. Po pierwsze, osoby zainteresowane otrzymują na ich podstawie ilościowe, łatwo mierzalne wskaźniki. Mogą one posłużyć jako swoiste punkty orientacyjne czy „drogowskazy” dla badacza kultury, którego przedmiot badań często sprawia wrażenie ulotnego, niełatwego do zwięzłego opisu. Po drugie, dane statystyczne dają możliwości porównania wyników zarówno w czasie, jak i w przestrzeni. Na podstawie udostępnianych danych często można dostrzec pewne trendy, rozwój, stagnację lub zapaść określonych sfer kultury. Można również porównywać wskaźniki w określonych społecznościach,



na przykład o podobnym położeniu lub strukturze demograficznej, i w ten sposób otrzywać pełniejszy obraz stanu kultury.

Porównanie ilościowych wskaźników dotyczących Suwałk ze wskaźnikami innych miast pozwoli więc lepiej zrozumieć współczesną kondycję kultury, przynajmniej w tych aspektach, które są monitorowane przez GUS. Do porównania z Suwałkami zostało wybranych pięć miast. Najistotniejsze wydaje się porównanie z Łomżą oraz Ełkiem, miastami podobnej wielkości. Ełk, jako miasto nieodległe (oddalone o ok. 60 km), choć położone w województwie warmińsko-mazurskim, pod pewnymi względami może być postrzegane jako konkurencyjne wobec Suwałk. Zwracano na to uwagę zarówno w przeprowadzonych wywiadach zogniskowanych, jak i w oficjalnych dokumentach²¹. Łomża, choć geograficznie oddalona (o ok. 140 km), jest miejscowością, która podobnie jak Suwałki straciła w wyniku reformy administracyjnej w 1999 r. status stolicy województwa i jako miasto na prawach powiatu stała się częścią województwa podlaskiego. W związku z tym pewne podobne procesy, związane na przykład z restrukturyzacją instytucji kultury po 1999 r., mogą służyć jako podstawa do porównań. W następnej kolejności znalazły się wskaźniki kultury Augustowa i Olecka. Są to miejscowości zdecydowanie mniejsze, ale zorientowane na turystykę, a więc hipotetycznie zainteresowane rozwojem oferty kulturalnej w celu zwiększenia własnej atrakcyjności. Ze względu na bliskie położenie (ok. 30–40 km) również mogą być postrzegane jako konkurencyjne wobec Suwałk. Podobnie jak w przypadku Ełku, zostało to zauważone zarówno podczas wywiadów zogniskowanych, jak i w *Strategii Promocji Miasta Suwałki na lata 2010–2015*²². Wreszcie ostatnim miastem wybranym do porównania wskaźników jest Białystok, stolica województwa podlaskiego i największe miasto regionu. Podsumowując, wybór miast do porównania podyktowany był przede wszystkim ich względną bliskością geograficzną oraz kulturową. Z perspektywy uwarunkowań administracyjnych zasadne mogłoby być zestawienie wskaźników Suwałk z innymi polskimi miastami na prawach powiatu (z wybranych warunków ten spełnia Białystok i Łomża) – szczególnie tymi, które w latach 1975–1999 były stolicami województw. Porównanie miejscowości o podobnym statusie prawnym, możliwościach działania oraz najnowszej historii mogłoby powiedzieć więcej na temat poziomu suwalskiej kultury w kontekście ogólnopolskim²³. Wydaje się jednak, że

²¹ *Strategia Promocji Miasta Suwałki na lata 2010–2015*, Katowice 2009, s. 19.

²² Tamże.

²³ Korzyści z porównania różnych sfer funkcjonowania takich miejscowości przedstawia na przykład opracowanie: P. Siłka, *Potencjał innowacyjny wybranych miast Polski a ich rozwój gospo-*

w związku z nierównomiernym rozwojem kultury w Polsce – zarówno w sferze infrastruktury²⁴, jak i treści oferty kulturalnej – w przypadku niniejszej diagnozy istotniejsze jest porównanie w ramach regionu. Miejscowości wzięte pod uwagę do porównań stanowią bowiem dla ich mieszkańców ważniejsze punkty odniesienia niż miasta na prawach powiatu leżące na przykład na zachodniej granicy Polski. Wyjątek stanowić będzie kwestia wydatków samorządów na kulturę, w której miasto Suwałki zostanie porównane z innymi byłymi stolicami województw.

Porównanie wybranych wskaźników dostępnych w Banku Danych Lokalnych Głównego Urzędu Statystycznego (BDL GUS) – choć nie w każdym przypadku można polegać na ich rzetelności – pokazuje mocną pozycję Suwałk na tle pozostałych miejscowości w kwestiach finansowania kultury, oferty kulturalnej oraz uczestnictwa w kulturze. Stosunkowo najslabiej Suwałki wypadają w sferze infrastruktury związanej z kulturą. Dokładne wyniki porównań zostaną przedstawione w poniższej tabeli.

Tabela 5 pokazuje, że miasto Suwałki w 2013 r.²⁵ wydało na kulturę najwięcej środków budżetowych w przeliczeniu na jednego mieszkańca. Wyraźna przewaga Suwałk nad pozostałymi miejscowościami utrzymuje się od roku 2011²⁶. Choć Suwałki ustępują Augustowowi, jeśli chodzi o procent wydatków z budżetu na kulturę, to poziom 5,84% w 2013 r. jest nie tylko zdecydowanie wyższy od poziomu pozostałych uwzględnionych w tabeli miast, ale również od średniej dla województwa podlaskiego (3,18%) oraz dla całego kraju (3,79%). Suwałki znalazły się wśród 15% gmin i miast na prawach powiatu o najwyższym wskaźniku wydatków na kulturę. Wysoki wynik Suwałk wiąże się m.in. z uwzględnieniem w statystykach środków inwestycyjnych, które w ostatnich latach miasto ponosiło chociażby w związku z budową siedziby Suwalskiego Ośrodka Kultury. Dlatego też w poniższej tabeli przedstawiono dwie kolumny dotyczące wydatków miast w przeliczeniu na 1 mieszkańca: w pierwszej wzięto pod uwagę wszystkie środki na kulturę, w drugiej – wyłączono z obliczeń nakłady inwestycyjne.

darczy, Warszawa 2012.

²⁴ Por. np. B. Namyślak, *Zróżnicowanie poziomu rozwoju sektora kultury w miastach wojewódzkich w Polsce*, „Prace Geograficzne”, z. 134, Kraków 2013, s. 101–120.

²⁵ Jest to ostatni rok, za który dostępne są pełne dane dotyczące kultury w porównywanych miejscowościach. W dalszej części tekstu, jeżeli nie będzie zaznaczone inaczej, dane będą dotyczyć 2013 r.

²⁶ W porównywanej grupie Suwałki miały najwyższy (choć mniej wyraźnie) wskaźnik wydatków budżetowych na kulturę w przeliczeniu na jednego mieszkańca także w latach 2001–2003 oraz 2007–2008.



Tabela 5. Wskaźniki wydatków jednostek samorządu terytorialnego na kulturę w 2013 r.

Miejscowość	Ludność	Wydatki na kulturę z budżetu miast w przeliczeniu na 1 mieszkańca (w zł)	Wydatki na kulturę z budżetu miast w przeliczeniu na 1 mieszkańca bez środków inwestycyjnych (w zł)	Wydatki na kulturę w całości wydatków budżetów miast (w %)
Suwałki	69 500	258,60	167,61	5,84
Łomża	60 100	135,72	115,61	3,07
Ełk	59 700	78,62	77,16	2,97
Augustów	30 700	215,59	71,59	7,74
Olecko	22 300	109,05	90,21	3,50
Białystok	294 600	93,31	85,00	1,91

Źródło: opracowanie własne, Bank Danych Lokalnych Głównego Urzędu Statystycznego (BDL GUS).

Na tle innych polskich miast będących stolicami województw w latach 1979–1999 wydatki Suwałk na kulturę w przeliczeniu na jednego mieszkańca (z wyłączeniem środków inwestycyjnych) przedstawiają się następująco:

Tabela 6. Wydatki na kulturę z budżetów miast w przeliczeniu na 1 mieszkańca bez środków inwestycyjnych w 2013 r.

Miejscowość	Ludność	Wydatki na kulturę z budżetu miast w przeliczeniu na 1 mieszkańca bez środków inwestycyjnych (w zł)
Płock	122 815	191,86
Jelenia Góra	81 985	187,72
Krosno	4 7223	182,59
Suwałki	69 500	167,61
Koszalin	109 170	157,53
Zamość	65 255	152,66
Słupsk	93 936	135,67

Miejscowość	Ludność	Wydatki na kulturę z budżetu miast w przeliczeniu na 1 mieszkańca bez środków inwestycyjnych (w zł)
Bielsko-Biała	173 699	130,11
Biała Podlaska	57 658	127,68
Skierniewice	48 634	121,87
Legnica	101 992	116,66
Łomża	60 100	115,61
Konin	77 224	108,10
Tarnobrzeg	48 217	105,40
Ostrołęka	52 917	100,57
Częstochowa	232 318	98,30
Chełm	65 481	93,05
Tarnów	112 120	87,86
Kalisz	103 997	87,50
Elbląg	122 899	86,84
Piotrków Trybunalski	75 903	86,56
Wałbrzych	117 926	78,06
Przemysł	63 638	73,96
Siedlce	76 347	66,95
Radom	218 466	66,94
Leszno	64 589	62,48
Nowy Sącz	83 943	62,32
Włocławek	114 885	54,60
Sieradz	44 045	b.d.
Piła	75 044	b.d.
Ciechanów	45 902	b.d.

Źródło: opracowanie własne, Bank Danych Lokalnych Głównego Urzędu Statystycznego (BDL GUS).

Tabela 7 przedstawia wybrane wskaźniki dotyczące oferty kulturalnej. Na tle pozostałych miejscowości Suwałki posiadają najlepsze wyniki, jeśli chodzi o liczbę wydarzeń organizowanych przed domy i ośrodki kultury, kluby i świetlice oraz imprez masowych w przeliczeniu na 1 tys. mieszkańców. Warto zwrócić szczególną uwagę na skalę różnic pomiędzy Suwałkami a pozostałymi uwzględnionymi miejscowościami. W przypadku imprez masowych wynik suwalski jest 3,4–4 razy wyższy niż w pozostałych miastach i plasuje Suwałki w grupie 3% gmin o najwyższym relatywizowanym wskaźniku imprez masowych w Polsce²⁷. Natomiast jeśli chodzi o wydarzenia zorganizowane przez wyżej wymienione placówki kulturalne, to, pomijając Augustów, którego wynik zbliża się do suwalskiego, wskaźnik Suwałk jest 2,3–8,9 razy wyższy niż w innych miastach. Wiązać to należy prawdopodobnie z aktywną działalnością powołanego w listopadzie 2012 r. Suwalskiego Ośrodka Kultury, ponieważ wskaźnik ten wzrósł znacznie w 2013 r. W przypadku liczby woluminów w bibliotekach w przeliczeniu na jednego mieszkańca wynik Suwałk (3,14) nieznacznie ustępuje jedynie Białemustokowi i Łomży, chociaż w odróżnieniu od tych miast na przestrzeni ostatnich lat można zauważyć w Suwałkach nieznaczny trend spadkowy (w 2007 r. na jednego mieszkańca przypadało 3,31 woluminu i był to wówczas najlepszy wynik wśród porównywanych miejscowości).

Nawet jeśli nie można całkowicie ufać poszczególnym danym udostępnianym w BDL, to wskaźniki odnoszące się do różnych sfer oferty kulturalnej – księgozbioru bibliotek, wydarzeń organizowanych przez domy i ośrodki kultury (a więc często kameralnych, ale jednocześnie mających walory edukacyjne) oraz dużych, najczęściej ludycznych imprez masowych – sugerują, że oferta kulturalna Suwałk na tle innych miast jest nie tylko stosunkowo bogata, ale również zróżnicowana.

Tabela 7. Wskaźniki dotyczące oferty kulturalnej w 2013 r.

Miejscowość	Ludność	Domy i ośrodki kultury, kluby i świetlice – imprezy zorganizowane przez placówki na 1 tys. ludności [szt.]	Imprezy masowe na 1 tys. ludności [szt.]	Biblioteki – księgozbiory bibliotek, liczba woluminów na 1 osobę [wol.]
Suwałki	69 500	10,56	0,62	3,14
Łomża	60 100	1,81	0,17	3,27
Ełk	59 700	2,20	0,18	1,78

²⁷ Dane dotyczące imprez masowych nie są dostępne za okres sprzed 2013 r., nie można więc określić dynamiki tego wskaźnika w porównywanych miastach.

Miejscowość	Ludność	Domy i ośrodki kultury, kluby i świetlice – imprezy zorganizowane przez placówki na 1 tys. ludności [szt.]	Imprezy masowe na 1 tys. ludności [szt.]	Biblioteki – księgozbiory bibliotek, liczba woluminów na 1 osobę [wol.]
Augustów	30 700	9,83	0,16	2,80
Olecko	22 300	3,51	0,13	2,90
Białystok	294 600	4,51	0,15	3,55

Źródło: opracowanie własne, Bank Danych Lokalnych Głównego Urzędu Statystycznego (BDL GUS).

Stosunkowo wysokim wskaźnikom oferty, a więc podaży wydarzeń kulturalnych, towarzyszą wskaźniki odbioru, a więc popytu na wydarzenia w Suwałkach. Tabela 8 pokazuje wybrane wskaźniki dotyczące aktywności mieszkańców miast w różnych aspektach kultury: w wypożyczeniach bibliotecznych, w uczęszczaniu do kina, na imprezy masowe oraz wydarzenia organizowane przez domy i ośrodki kultury, kluby i świetlice. Dwie ostatnie kolumny pokazują natomiast aktywności wymagające nieco większego zaangażowania odbiorców i faktycznego przyjęcia przez nich roli (współ)twórców kultury – chodzi o uczestnictwo w kołach i klubach zainteresowań oraz zespołach artystycznych.

W porównywanej grupie miast Suwałki mają najwyższy wskaźnik frekwencji na imprezach masowych (tym samym należą do czołówki 7% gmin w Polsce) i drugi, po Augustowie, wskaźnik frekwencji w imprezach organizowanych przez ośrodki kultury oraz inne wspomniane wyżej placówki. Wskaźnik ten wzrósł widocznie w 2013 r., co sugeruje, że wyższa podaż wydarzeń związana z działalnością Suwalskiego Ośrodka Kultury znalazła odzwierciedlenie we frekwencji. Suwałki posiadają również drugi – najwyższy po Łomży – wskaźnik wypożyczeń bibliotecznych na jedną osobę oraz – po Białymstoku – wskaźnik frekwencji w kinach (znaczny wzrost od 2012 r.).

Dane dotyczące aktywności mieszkańców w zespołach artystycznych w porównywanych miastach plasują Suwałki na drugim miejscu – tuż za Oleckiem, natomiast w przypadku kół i klubów zainteresowań – za Augustowem, Białymstokiem i Elkiem. Oba wyniki są poniżej średniej krajowej, drugi z nich również poniżej średniej wojewódzkiej. W pewnym sensie stoi to w sprzeczności zarówno z liczbą organizowanych wydarzeń, jak i deklarowaną frekwencją na nich. Należy jednak zwrócić uwagę, że według danych GUS wskaźniki te zaczęły dynamicznie rosnąć po czasowym załamaniu w latach 2011–2012, co również można powiązać z restrukturyzacją suwalskich instytucji kultury – ściśle z powstaniem Suwalskiego



Ośrodka Kultury z połączenia Regionalnego Ośrodka Kultury i Sztuki oraz Młodzieżowego Domu Kultury²⁸. Na podstawie danych zastanych można przypuszczać, że duża aktywność lokalnych środowisk kulturotwórczych w istocie „promieniuje”, przekłada się na aktywizację określonych grup mieszkańców Suwałk (głównie młodzieży) w kierunku zaangażowanych działań artystyczno-kulturalnych.

Tabela 8. Wskaźniki dotyczące uczestnictwa w kulturze w 2013 r.

Miejscowość	Ludność	Biblioteki – wypożyczenia księgozbioru na zewnątrz w przeliczeniu na 1 osobę	Kina stałe – frekwencja w kinach na 1 tys. ludności [os.]	Deklarowana frekwencja na imprezach masowych na 1 tys. ludności [os.]	Domy i ośrodki kultury, kluby i świetlice – frekwencja na imprezach na 1 tys. ludności [os.]	Domy i ośrodki kultury, kluby i świetlice – członkowie kół (klubów) zainteresowań na 1 tys. ludności [os.]	Domy i ośrodki kultury, kluby i świetlice – członkowie zespołów artystycznych na 1 tys. ludności [os.]
Suwałki	69 500	3,15	1829,17	626,09	2135,07	6,96	8,56
Łomża	60 100	3,83	588,33	237,59	1425,74	3,22	3,85
Ełk	59 700	2,34	830,42	568,65	1310,25	7,57	3,72
Augustów	30 700	2,58	b.d.	352,82	3292,42	16,43	3,29
Olecko	22 300	2,78	330,96	270,31	582,62	b.d.	8,87
Białystok	294 600	2,55	2038,90	519,04	984,17	12,41	4,29

Źródło: opracowanie własne, Bank Danych Lokalnych Głównego Urzędu Statystycznego (BDL GUS).

Tabela 9 prezentuje wyniki stworzonego przez Główny Urząd Statystyczny tzw. indeksu instytucji kultury, czyli syntetycznego wskaźnika pokazującego łączną liczbę wszystkich instytucji działających w sferze kultury, na których spoczywa obowiązek sprawozdawczy wobec GUS²⁹. Indeks ten, który w jakiś sposób odpowiada na pytanie o poziom infrastruktury kulturalnej, pokazuje, że relatywnie rzecz biorąc,

²⁸ Informacje na temat wcześniejszego funkcjonowania tych instytucji wyczerpująco zostały opisane w książce *Suwałki. Miasto nad Czarną Hańczę* (Suwałki 2005, s. 761–771, 774–775).

²⁹ Są to: biblioteki i filie; domy i ośrodki kultury, kluby i świetlice; instytucje muzyczne: filharmonie i orkiestry symfoniczne oraz kameralne; teatry: teatr dramatyczny, teatr muzyczny rozrywkowy, operetka – teatr tańca, baletu, musicalu, teatr operowy, teatr lalkowy; obiekty działalności wystawienniczej: galerie i salony sztuki; kina stałe; muzea łącznie z oddziałami. Za: mojanapolis.pl [dostęp: 1.07.2015].

sytuacja w Suwałkach jest zbliżona do tej w Białymstoku, Augustowie i Olecku, choć prezentuje się zdecydowanie poniżej średniej krajowej (wynoszącej 0,359). Opracowany według nieco innej metody indeks przestrzennej dostępności instytucji kultury³⁰ wskazuje natomiast, że pod względem dostępności instytucji kultury dla mieszkańców województwa podlaskiego Suwałki ustępują Białemu Stokowi, Łomży oraz Supraślowi³¹. Bez względu na sposób pomiaru można zauważyć, iż przytoczone wcześniej wyniki dotyczące oferty oraz uczestnictwa w kulturze w Suwałkach są wyższe, aniżeli wynikałoby to z samego poziomu infrastruktury. Może to świadczyć o stosunkowo wysokim poziomie kapitału społecznego zarówno lokalnych twórców, jak i odbiorców oferty kulturalnej lub o rozdrobnieniu oferty kulturalnej pomiędzy szeregiem mniejszych, przede wszystkim komercyjnych podmiotów.

Tabela 9. Indeks instytucji kultury GUS w 2013 r.

Miejscowość	Ludność	Indeks instytucji kultury GUS w przeliczeniu na 1 tys. ludności [szt.]
Suwałki	69 500	0,159
Łomża	60 100	0,207
Augustów	30 700	0,163
Ełk	59 700	0,084
Olecko	22 300	0,135
Białystok	294 600	0,173

Źródło: opracowanie własne, Bank Danych Lokalnych Głównego Urzędu Statystycznego (BDL GUS).

Podsumowując omówienie wskaźników udostępnianych przez GUS, należy ponownie podkreślić, że choć nie jest wskazane bezkrytyczne traktowanie uzyskanych w ten sposób wyników, to jednak różnorodne wskaźniki sugerują, że Suwałki są miastem o relatywnie bogatej ofercie kulturalnej oraz dużym potencjale odbiorców. Nieco słabiej wyglądają wskaźniki związane z zaangażowaniem mieszkańców w aktywność artystyczno-kulturalną oraz z poziomem infrastruktury kulturalnej, Suwałki nie odstają jednak wyraźnie w żadnej kategorii od grupy miast wybranych do porównania. Badanie trendów pokazuje ponadto wyraźną

³⁰ A. Zawistowska-Sadowska, I. Sadowski, *Podstawowe dane o przestrzennej dostępności instytucjonalnej infrastruktury kultury w województwie podlaskim*, Białystok 2014, <http://ozkultura.pl/wskazniki-wezel-podlaski> [dostęp: 1.07.2015].

³¹ Tamże.



poprawę części wskaźników w Suwałkach w ostatnich latach, przede wszystkim w okresie 2012–2013.

Wnioski te znalazły w większości odzwierciedlenie w ilościowej i jakościowej części badania. W wywiadach kwestionariuszowych i zogniskowanych wskazywano między innymi na znaczną poprawę oferty kulturalnej w mieście w ostatnich latach, słabości życia kulturalnego w części przypadków upatrywano natomiast we wciąż niewystarczającej infrastrukturze kultury. Kwestie te zostaną szerzej opisane w dalszej części publikacji.

KONKURSY OFERT

Wsparcie finansowe jednostek samorządu terytorialnego dla wydarzeń kulturalnych przygotowywanych przez organizacje pozarządowe jest nie tylko elementem wzbogacającym lokalną ofertę kulturalną, ale również jednym z istotnych aspektów polityki kulturalnej, rozumianej jako ogólna wizja porządkująca działania w tej sferze. Częstotliwość ogłaszanych konkursów, ich regulaminy, wskazywane priorytety oraz kwoty dofinansowań mogą w znacznym stopniu wpływać na zróżnicowanie i aktywność trzeciego sektora w sferze kultury. Tym samym – w celu pogłębienia diagnozy stanu kultury w Suwałkach – analizą zostały również objęte informacje o konkursach dostępne w Biuletynie Informacji Publicznej (BIP) z okresu 2010–2014, czyli z ostatnich pięciu pełnych lat przed rozpoczęciem badania.

Konkursy dotyczące kultury, sztuki, ochrony dóbr kultury i dziedzictwa narodowego – według informacji dostępnych na stronie BIP – ogłaszano z częstotliwością nie większą niż raz w roku. Należy jednak zwrócić uwagę na fakt, że część wydarzeń i aktywności, które można zaliczyć do szeroko rozumianej sfery kultury, dofinansowywano również w ramach konkursów na realizację innych zadań, na przykład z zakresu wspierania i upowszechniania kultury fizycznej lub turystyki i krajoznawstwa. Były to między innymi wydarzenia związane z edukacją kulturalną i krajoznawczą (wycieczki, warsztaty, publikacje) lub otwarte imprezy rekreacyjne czy integracyjne. Organizacje pozarządowe miały więc dodatkowe możliwości składania wniosków na dofinansowanie własnych projektów.

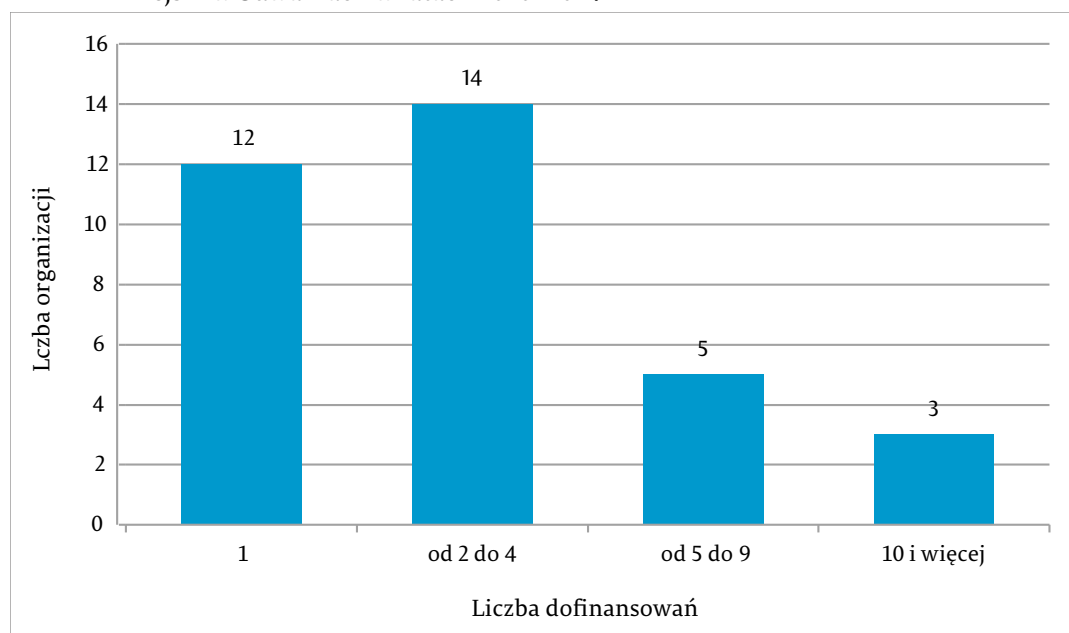
Na podstawie dostępnych danych na temat przyznanego dofinansowania w ramach otwartych konkursów lub poza konkursami w latach 2010–2014 wyróżniono 34 organizacje, które przynajmniej raz otrzymały fundusze na wnioskowane projekty. Organizacje te składały wnioski w konkursach dotyczących: kultury, sztuki, ochrony dóbr kultury i dziedzictwa narodowego, jak również nauki, oświaty, edukacji i wychowania; wspierania i upowszechniania kultury



fizycznej; turystyki i krajoznawstwa oraz wypoczynku dzieci i młodzieży. W przypadku konkursów lub finansowania w trybie pozakonkursowym działań nie dotyczących *explicite* wydarzeń kulturalnych brano pod uwagę nazwy zadań lub wnioskowanych działań. W związku z brakiem dostępu do całości danych – przede wszystkim zawartości samych wniosków konkursowych – kwerenda nie może być precyzyjna, daje jednak ogólny obraz działalności suwalskiego trzeciego sektora w sferze kultury oraz wsparcia udzielanego mu przez urząd miasta.

Z puli 34 wyróżnionych organizacji 22 otrzymały finansowanie przynajmniej dwukrotnie, a osiem przynajmniej pięciokrotnie (co daje statystycznie przynajmniej jedno dofinansowanie projektu rocznie). Do grupy najaktywniejszych wnioskodawców należą przede wszystkim oddziały organizacji ogólnokrajowych (Związek Harcerstwa Polskiego, Polskie Towarzystwo Turystyczno-Krajoznawcze, Polski Związek Niewidomych) oraz organizacje skupiające swoją działalność wokół potrzeb sprecyzowanych grup społecznych (Uniwersytet Trzeciego Wieku; Polski Związek Emerytów, Rencistów i Inwalidów; Stowarzyszenie Pomoc Dzieciom).

Wykres 1. Dofinansowania działań kulturalnych organizacji pozarządowych przez Urząd Miejski w Suwałkach w latach 2010–2014



Źródło: BIP Suwałki; opracowanie własne.

Warto zwrócić uwagę, że z 34 wymienionych organizacji tylko 15 otrzymało wsparcie w związku z działaniami określonymi wprost jako kulturalne. Stosunkowo niewielka częstotliwość konkursów związanych z działaniami w sferze kultury wpływa prawdopodobnie na fakt, że najbardziej aktywne organizacje prowadzą lokalnie szeroko zakrojoną działalność społeczną, łączącą najczęściej elementy działań kulturalnych, edukacyjnych, turystycznych, sportowych itp., co zwiększa ich możliwości skutecznego, ciągłego działania. Siedem z dziesięciu najbardziej aktywnych organizacji otrzymało dofinansowanie z przynajmniej dwóch obszarów zadań publicznych, a cztery z nich z przynajmniej trzech obszarów. Takie rozwiązanie ma więc swoje zalety, chociaż z drugiej strony może powodować ograniczenie impulsów do rozwoju organizacji, chcących zająć się przede wszystkim wąsko rozumianą aktywnością kulturalną. Jednym z tego symptomów może być fakt, że w bazie suwalskich organizacji pozarządowych, dostępnej na stronie Urzędu Miasta Suwałki, odnotowującej łącznie 147 organizacji, zaledwie sześć znajduje się w zakładce kultura³².

Warto zwrócić uwagę, że miasto Suwałki w latach 2012–2014 dofinansowywało zadania z zakresu kultury, sztuki, ochrony dóbr kultury i dziedzictwa narodowego kwotami pomiędzy 97,7 tys. a 103 tys. zł³³. Stanowiło to ok. 3,5–4% sumy dofinansowań do wszystkich zadań. Dawało to zazwyczaj wydatkom na kulturę czwartą pozycję pod względem sumy dofinansowań po zadaniach z zakresu wspierania i upowszechniania kultury fizycznej oraz sportu, przeciwdziałania uzależnieniom i patologiom społecznym oraz działalności na rzecz organizacji pozarządowych³⁴. Należy jednak podkreślić, iż udział samorządowych dotacji w całkowitym koszcie realizacji zadań z zakresu kultury był (obok zadań z zakresu turystyki w latach 2012–2013) zdecydowanie najniższy i wynosił odpowiednio: w 2011 r. – 18,2%, w 2012 r. – 17,3%, w 2013 r. – 24,1%, w 2014 r. – 23,1%³⁵. Taki model dotowania działań kulturalnych może prowadzić do konieczności ciągłego szukania przez organizacje pozarządowe innych, zewnętrznych źródeł finanso-



³² *Baza organizacji pozarządowych*, http://um.suwalki.pl/baza_organizacji/?pageNum=1&name=&form=0&type=MA== [dostęp: 1.07.2015].

³³ Dane na podstawie sprawozdań z realizacji Programu współpracy Miasta Suwałk z organizacjami pozarządowymi, dostępnych na stronie: <http://um.suwalki.pl/dla-mieszkanca/organizacje-pozarządowe/program-współpracy-miasta-suwałk-z-organizacjami-pozarządowymi-2/> [dostęp: 1.07.2015].

³⁴ Właściwie: „działalności na rzecz organizacji pozarządowych oraz podmiotów wymienionych w art. 3 ust. 3 ustawy o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie”.

³⁵ *Sprawozdanie z realizacji programu współpracy Miasta Suwałk z organizacjami pozarządowymi oraz podmiotami, o których mowa w art. 3 ust. 3 ustawy z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie w 2014 r.*, Suwałki 2015, s. 12.

wania. Może to z kolei skutkować na przykład trudnościami w organizowaniu dużych lub w jakimś innym sensie kosztownych wydarzeń kulturalnych, może też ograniczać rozwój małych, lokalnych organizacji, chcących działać przede wszystkim w sferze kultury. Problem ten sygnalizowali również w przeprowadzonych wywiadach przedstawiciele środowiska twórców oferty kulturalnej – co ważne, reprezentujących nie tylko organizacje pozarządowe, ale również placówki podległe samorządowi lokalnemu. Temat poruszono m.in. w następujących wypowiedziach: „Ja myślę, że właśnie organizacje pozarządowe mają tutaj troszeczkę gorsze położenie. [...] Owszem dostają, ale to jest niewystarczające. Naprawdę, bo jeśli ktoś składa na projekt roczny, który jest wart 6 tysięcy, dostaje 2 tysiące. Skąd on ma nabierać 4 tysiące?” [IDI1]³⁶; „Konkursy ofert są bardzo ograniczone i w mojej ocenie samorzady podchodzą do konkursów ofert w sposób następujący, że chcieliby wszystkich zadowolić, a nie stawiają na jakość. Więc wszystkich zadowolić to znaczy wszystkim dać po 5 tysięcy. I coś dostaliście, i sobie róbcie, a wiadomo, że za 5 tysięcy niczego wartościowego i wielkiego nie zrobimy” [IDI2]; „A zwłaszcza to jest widoczne i rażące jak się porówna te kwoty przeznaczone na działalność w sferze kultury i sportu, na organizacje pozarządowe. I tu na przykład widać, że to są po prostu nie do porównania w ogóle zasięgi. [...] To jest 100 tysięcy na wszelkie rodzaje kultury i jeszcze wciągnięcie w kulturę turystyki i dziedzictwa kulturowego, wydawnictw patriotycznych i w ogóle wszystko. Wszystko to jest 100 tysięcy rocznie, a w przypadku sportu, to jest coś, nie mam tego przed sobą, no ale coś rzędu 3,5 miliona. No to [...] nie da się tego porównać” [IDI4].

Reasumując, na podstawie danych dostępnych na stronie BIP Suwałk można stwierdzić, iż dla zadań w sferze kultury średnia kwota dofinansowania wynosiła 6956 zł, natomiast mediana 5 tys. zł, co oznacza, że połowa dofinansowanych przez miasto projektów otrzymała nie więcej niż wspomniane wyżej 5 tys. Dla porównania, w Białymstoku w latach 2009–2013 projekty były dofinansowywane przez urząd miasta kwotą wynoszącą średnio pomiędzy 13,3 tys. a 33,9 tys. zł, mediana mieściła się natomiast w granicach 11,1–20,3 tys. zł³⁷. Zdając sobie sprawę z różnic w wielkości miejscowości oraz ich budżetów, należy jednak zauważyć, że koszty przygotowania podobnych wydarzeń kulturalnych przez organizacje pozarządowe prawdopodobnie nie różnią się we wspomnianych miastach aż tak znacznie. Może

³⁶ Cytaty z wywiadów indywidualnych z twórcami oferty kulturalnej sygnowane są kodami od IDI1 do IDI5.

³⁷ M. Skowrońska i in., *Spacer po utartych ścieżkach. O spotkaniach białostoczan z kulturą*, Białystok 2014, s. 45.

to być więc kolejny argument potwierdzający zgłaszane przez badanych twórców problemy. Z drugiej strony w przypadku Suwałk, inaczej niż w Białymstoku, praktykuje się przyznawanie dofinansowania tej samej organizacji w ramach jednego konkursu na różne przygotowywane przez nią projekty. Nie eliminuje to w żaden sposób problemu związanego z pozyskiwaniem funduszy na duże wydarzenia, daje natomiast szansę na aktywne działanie poprzez niewielkie, punktowe, dobrze przygotowane akcje.

ANALIZA STRON INTERNETOWYCH

Internet jest współcześnie jednym z podstawowych narzędzi komunikacji międzyludzkiej. Ogólnopolskie badania wskazują, że z Internetu przynajmniej raz w tygodniu korzysta prawie 2/3 Polaków, a wśród młodych ludzi w wieku 18–34 lat jest to blisko 95% osób³⁸. Sieć dociera więc już niemal do wszystkich i stała się podstawowym, naturalnym medium pozyskiwania informacji nie tylko wśród młodszych pokoleń. Potwierdzają to również wywiady zogniskowane przeprowadzone z mieszkańcami Suwałk. Rola Internetu w kontekście lokalnym może być tym większa, że tradycyjne media, takie jak regionalne tytuły prasowe lub radiostacje, współcześnie często muszą się zmagać ze zjawiskiem odpływu odbiorców i same w coraz większym stopniu przenoszą swoją aktywność do sieci.

W związku z tym konieczna wydała się analiza internetowej obecności i aktywności w Internecie podmiotów tworzących suwalską ofertę kulturalną. Na podstawie danych uzyskanych w trakcie analizy kalendarza kultury oraz wywiadów zogniskowanych do kwerendy wybrano 15 najaktywniejszych. Wśród nich znalazło się siedem podmiotów będących placówkami zależnymi od jednostek samorządu terytorialnego (do tej grupy zaliczają się również oddziały Suwalskiego Ośrodka Kultury oraz Muzeum Okręgowego posiadające własne strony WWW), pięć podmiotów komercyjnych oraz trzy pozostałe. Podczas kwerendy zwrócono uwagę na dwa podstawowe obszary tematyczne. Pierwszy to tradycyjnie rozumiana obecność danego podmiotu w Internecie: posiadanie strony internetowej, zakres dostępnych na niej informacji i usług, narzędzia kontaktu pomiędzy podmiotem a internautami. Drugi temat to sprawdzenie obecności i stylu funkcjonowania podmiotów w serwisach społecznościowych, przede wszystkim na portalu Facebook. Ten obszar można traktować jako swoiste rozwinięcie obszaru pierwszego. O ile bowiem Internet jako medium jest współcześnie stale obecny niemal we wszystkich grupach wiekowych³⁹, o tyle

³⁸ *Internauci 2014*, Komunikat CBOS nr 82/2014, http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2014/K_082_14.PDF, s. 6. [dostęp: 1.07.2015].

³⁹ Oczywiście procentowy udział internautów spada wraz z wiekiem, ale nawet w grupie 55–64 lata

sposoby jego użycia dość wyraźnie różnią się w zależności od pokoleń. W pewnym uproszczeniu można stwierdzić, że starsi internauci zadowolają się informacjami publikowanymi na tradycyjnych stronach i w portalach internetowych (w tzw. Internecie 1.0), podczas gdy dla młodszych pokoleń o wiele istotniejsze i traktowane priorytetowo są treści związane z tzw. Internetem 2.0, czyli serwisami, w których podstawową rolę odgrywają informacje wygenerowane przez samych użytkowników. Innymi słowy, chodzi tu o serwisy społecznościowe: przede wszystkim zajmujący obecnie hegemoniczną pozycję Facebook, ale również YouTube, Instagram, Twitter, Snapchat i inne. Ten trend pokazują wyraźnie wyniki badań. Podczas gdy niemal wszyscy najmłodszy użytkownicy sieci mają swoje konta w serwisach społecznościowych, odsetek ten wyraźnie spada wśród internautów po 35. roku życia⁴⁰. Podobne wnioski można zresztą wyciągnąć również na podstawie przeprowadzonych w Suwałkach (czy wcześniej w Białymstoku) wywiadów zogniskowanych z uczestnikami kultury. Reasumując, wydaje się, że nawet dobrze skonstruowana, przejrzysta i przyjazna strona internetowa, przy jednoczesnym braku aktywności na portalach społecznościowych nie jest w stanie zapewnić trwałej komunikacji pomiędzy podmiotem a młodymi odbiorcami kultury.

Jedną z charakterystycznych cech stron internetowych jest oczywiście ich elastyczność i zmienność. Dlatego też należy zaznaczyć, że kwerenda stron suwalskich placówek tworzących ofertę kulturalną odbyła się w pierwszym tygodniu lipca 2015 r., w związku z tym opisuje ich stan w tym właśnie okresie. Przeprowadzona w tym samym czasie kwerenda aktywności na portalu Facebook dotyczy natomiast maja i czerwca 2015 r.

Strony internetowe

Jednym z ważniejszych elementów, które zachęcają lub zniechęcają internautów do korzystania ze strony internetowej, jest jej przejrzystość i walory estetyczne. Analizowane strony różnią się znacznie pod względem skomplikowania, organizacji treści, szaty graficznej, czytelności. Ponieważ jednak są to strony placówek zajmujących się często bardzo zróżnicowaną aktywnością, np. muzeów i lokali gastronomiczno-rozrywkowych, a więc skierowanych również do potencjalnie różnych grup odbiorców – nie podejmujemy się porównań estetycznych, skupiając się przede wszystkim na funkcjonalności witryn.

⁴⁰ wynosi on obecnie 42% i załamuje się dopiero w grupie 65+, gdzie wynosi 19%. Za: Tamże. Tamże, s. 19.

Wszystkie wzięte pod uwagę placówki miały swoje strony internetowe, na których można odnaleźć podstawowe informacje dotyczące ich funkcjonowania, tj. adres danej placówki, telefon kontaktowy oraz adres mailowy (z jednym wyjątkiem). W dziewięciu przypadkach opublikowano na nich mapy ułatwiające lokalizację danego podmiotu. We wszystkich przypadkach, w których było to zasadne, strony zawierały informacje na temat godzin otwarcia placówki oraz cennika usług (najczęściej biletów wstępu lub biletów na określone wydarzenia). Na stronie głównej każdej z placówek można również odnaleźć aktualne informacje na temat ich aktywności, na przykład o nadchodzących wydarzeniach kulturalnych. Można więc uznać, że strony internetowe zawierają wszystkie najważniejsze dane teleadresowe oraz aktualności, pozwalające użytkownikom nawiązać kontakt oraz w prosty sposób sprawdzić ofertę kulturalną.

Oprócz udostępniania podstawowych informacji istotnym elementem stron internetowych są kanały ułatwionej komunikacji pomiędzy podmiotem a internautą. Z 15 zbadanych stron 7, czyli mniej niż połowa, oferowała możliwość zapisania się na newsletter. Na zaledwie 3 znajdował się formularz kontaktu umożliwiający użytkownikom wysłanie administratorom wiadomości bezpośrednio ze strony. Należy również zwrócić uwagę, że poza dwoma wyjątkami (OSiR, PWSZ) badane strony internetowe nie posiadają obcojęzycznych wersji. Jest to o tyle zaskakujące, że Suwałki będące miastem zainteresowanym rozwojem turystyki oraz, co nie mniej istotne, miastem pogranicza⁴¹, powinny zachęcać potencjalnych zagranicznych gości również tego rodzaju ułatwieniami. (Gwoli ścisłości, wersję anglojęzyczną posiada na przykład strona Suwałki Blues Festival, jest to jednak strona wydarzenia, a nie konkretnej instytucji). Wydaje się, że opracowanie angielskich, litewskich lub rosyjskich wersji językowych stron internetowych mogłoby być dodatkowym, pozytywnym impulsem dla rozwoju turystyki kulturowej w Suwałkach.

Podsumowując, można stwierdzić, że choć analizowane strony w zdecydowanej większości zawierały wszystkie podstawowe informacje na temat działania placówek oraz dane kontaktowe, to tylko niewielka część z nich zdecydowała się na szerszy wachlarz narzędzi ułatwiających komunikację pomiędzy internautami a administratorem. Pod tym względem zdecydowanie najlepiej prezentuje się strona internetowa Ośrodka Sportu i Rekreacji.

⁴¹ Passus dotyczący wielokulturowej tradycji związanej z położeniem Suwałk między Litwą, Rosją i Białorusią otwiera zakładkę „O nas” na stronie Suwalskiego Ośrodka Kultury. Tym bardziej zaskakiwać może brak wersji obcojęzycznych.

Serwisy społecznościowe

Dwanaście z badanych podmiotów posiada swoje profile na portalu Facebook. Wśród nich znalazło się sześć placówek zależnych od jednostek samorządu terytorialnego, pięć podmiotów komercyjnych oraz jeden inny podmiot (Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa). Biorąc pod uwagę liczbę fanów, zdecydowanie większym zainteresowaniem cieszą się profile podmiotów komercyjnych. Na pięć stron z największą liczbą fanów cztery są prowadzone przez prywatne przedsiębiorstwa, piątym jest natomiast Suwalski Ośrodek Kultury. Statystyki fanów 1 lipca 2015 r. prezentuje poniższa tabela.

Tabela 10. Liczba fanów na portalu Facebook 1 lipca 2015 r.

	Średnia liczba fanów	Mediana
Placówki samorządowe	1350	713
Podmioty komercyjne	4283	4203

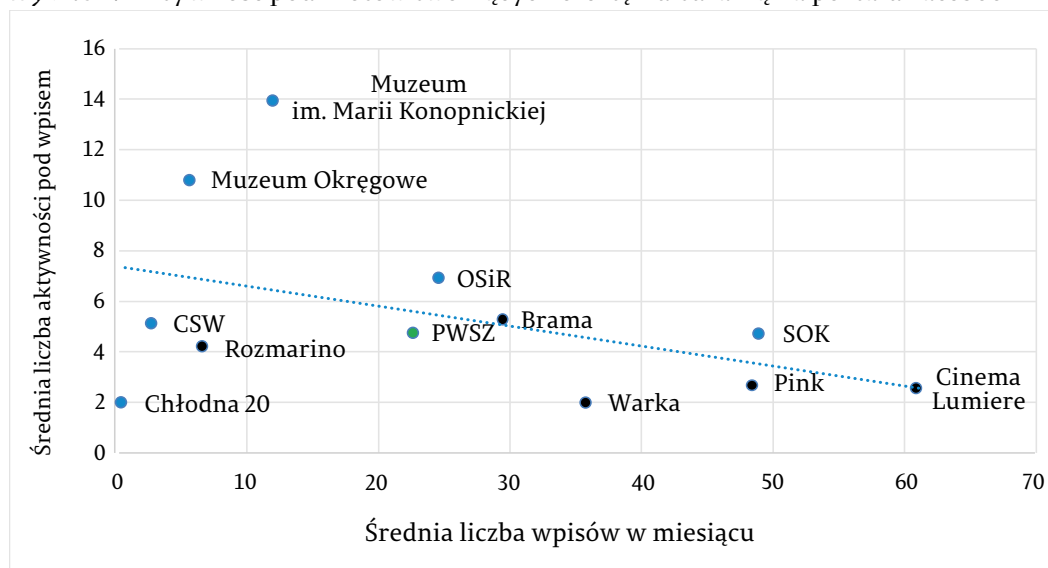
Źródło: opracowanie własne.

Liczba fanów mówi o potencjalnym zainteresowaniu internautów danym podmiotem, ale równie istotny jest styl prowadzenia profilu. Od zawartości i częstotliwości umieszczanych wpisów zależy może rzeczywiste zainteresowanie i przywiązanie odbiorców. Dogłębna jakościowa analiza treści zawartości stron na portalu Facebook nie wydaje się w przypadku tej pracy celowa, natomiast ilościowa analiza wpisów daje pewne wyobrażenie o charakterystycznych stylach prowadzenia profili.

Na podstawie kwerendy wpisów z maja i czerwca 2015 r. obliczono średnią miesięczną liczbę wpisów pojawiających się na poszczególnych stronach oraz średnią liczbę aktywności pod wpisami. Pojedyncza aktywność jest tutaj rozumiana jako kliknięcie „lubię to”, komentarz lub udostępnienie. Aktywności są istotnym wskaźnikiem, ponieważ świadczą o pewnym, przynajmniej minimalnym poziomie zaangażowania użytkowników, mogą również dostarczać podmiotom prowadzącym strony ważnych informacji zwrotnych. Zestawienie średniej liczby wpisów oraz średniej aktywności pod wpisami niektórych suwalskich instytucji kultury przedstawia wykres 2.



Wykres 2. Aktywność podmiotów tworzących ofertę kulturalną na portalu Facebook



Źródło: opracowanie własne

Do najczęściej publikujących należą podmioty komercyjne, oznaczone na wykresie kolorem czarnym. Wynika to w dużej mierze z ich charakterystyki: informacje na temat organizowanych wydarzeń są powtarzane dużo częściej, pojawiają się tam również na przykład posty z konkursami lub reklamujące produkty dostępne w lokalach (jedzenie, alkohol itp.). Większa liczba postów spotyka się jednak z relatywnie mniejszym odzewem. Linia trendu, zaznaczona na wykresie kolorem niebieskim, pokazuje, że statystycznie im więcej dana placówka publikuje, tym mniejsza jest średnia aktywność pod postem. Podobna zależność dotyczy również profili placówek samorządowych. Pomijając bardzo słabo aktywną stronę galerii Chłodna 20 (należącej do SOK-u), to właśnie profil Suwalskiego Ośrodka Kultury otrzymuje średnio najmniejszą liczbę aktywności pod postem, jednocześnie publikując najwięcej. Pomimo to aktywność pod postami SOK-u jest wyższa niż w przypadku trzech najczęściej publikujących placówek komercyjnych. Mieści się ona w grupie średniej aktywności fanów (średnio pomiędzy cztery a osiem odpowiedzi na post), razem z pięcioma innymi podmiotami. Powyżej linii trendu znajdują się również inne placówki związane z JST, Ośrodek Sportu i Rekreacji, Muzeum Okręgowe oraz Muzeum im. Marii Konopnickiej. Dwóm ostatnim placówkom sprzyjał fakt, że w badanym okresie odbyły się m.in. Noc Muzeów oraz Piknik Kawaleryjski – wydarzenia, które wzbudziły bardzo duże zainteresowanie wśród użytkowników portalu Facebook. Niemniej jednak wydaje się, że pomimo stosunkowo niewielkiej liczby fanów (ponad 500 w przypadku Muzeum

Okręgowego, około 900 w Muzeum im. Marii Konopnickiej), profile te wytworzyły stosunkowo aktywną społeczność internautów zainteresowanych umieszczanymi tam treściami.

O ile większość z badanych podmiotów prowadzi profile na portalu Facebook, o tyle inne serwisy społecznościowe właściwie nie są wykorzystywane. Wśród badanych placówek jedynie suwalski Ośrodek Sportu i Rekreacji posiadał na swojej stronie odsyłacze do portali YouTube oraz Twitter. Nie da się jednak jednoznacznie ocenić jego aktywności. Ostatnie filmy zamieszczone w serwisie YouTube pochodzą z roku 2012, można więc uznać, że profil ten jest właściwie nieaktywny, tymczasem pierwsze „cwierknięcia” na portalu Twitter są datowane na lipiec 2015 r., trudno jest więc przewidzieć, czy aktywność zostanie podtrzymana. O wiele aktywniejszy jest profil YouTube Suwalskiego Ośrodka Kultury (18 filmów od stycznia do połowy lipca 2015 r., 83 łącznie), jednak brakuje odnośnika, który przekierowałby do niego z głównej strony internetowej SOK. Podobnie jest również w przypadku kilku filmów dostępnych na kanale Muzeum im. Marii Konopnickiej, niedostępnym z poziomu strony głównej placówki. Wydaje się, że w tych przypadkach brakuje koordynacji i spójności w przekazywaniu informacji w sieci. Brak aktywności pozostałych podmiotów kulturalnych w innych serwisach społecznościowych jest natomiast spowodowany prawdopodobnie dwoma czynnikami. Brakiem koncepcji skutecznego wykorzystania ich specyfiki (np. filmów na YouTube, zdjęć na Instagramie, krótkich informacji na Twitterze) oraz brakiem przekonania, że takie rodzaje aktywności zwiększą zainteresowanie internautów placówką. Rzeczywiście, biorąc pod uwagę popularność poszczególnych serwisów społecznościowych w Polsce⁴², a także wypowiedzi odbiorców kultury zebrane w czasie wywiadów zogniskowanych, może się wydawać, że profil na portalu Facebook daje zdecydowanie największe możliwości dotarcia do nich. Niemniej aktywność suwalskich placówek kultury w serwisach społecznościowych wydaje się dość zachowawcza. Zwiększenie tej aktywności, w tym aktywne działania również w innych serwisach społecznościowych, mogłoby poprawić poziom komunikacji pomiędzy twórcami oferty kulturalnej a jej odbiorcami, przede wszystkim najmłodszymi.

⁴² *Trendy w mediach społecznościowych*, <http://smmeasure.eu/trendy-w-mediach-spolecznosciowych/#> [dostęp: 1.07.2015].

ANALIZA KALENDARZA KULTURY

Analizą kalendarza wydarzeń kulturalnych w Suwałkach został objęty okres kilku miesięcy z lat 2013–2015. Przede wszystkim monitoring dotyczył wydarzeń, które miały miejsce w czasie prowadzenia pozostałych procedur badawczych, to jest w okresie od początku czerwca do 14 lipca 2015 r. Uzyskane dane zostały uzupełnione o informacje zebrane uprzednio w ramach działalności podlaskiego węzła Obserwatorium Żywej Kultury⁴³ w maju 2013 r. oraz w drugiej połowie stycznia i w lutym 2014 r. Tym samym dane – choć wyrywkowe – powinny dostarczyć wiedzy na temat zmienności natężenia i charakteru wydarzeń kulturalnych w Suwałkach w zależności od pory roku. Można bowiem spodziewać się, że miesiące zimowe są nie tylko nieco mniej obfite w wydarzenia kulturalne, ale też różnie się wtedy przedstawia oferta. Zimą nie tylko ograniczone są możliwości organizacji masowych imprez plenerowych, charakterystycznych dla sezonu letniego, ale pierwsze miesiące roku są również często okresem zastoju dla organizacji pozarządowych, które przygotowują i rozliczają wydarzenia w rytmie roku kalendarzowego.

Informacje dotyczące wydarzeń kulturalnych były gromadzone na dwa sposoby: w okresie czerwiec–lipiec 2015 r. oraz częściowo w okresach wcześniejszych poprzez ręczne przeszukiwanie portali informacyjnych i witryn lokalnych mediów, stron instytucji, organizacji pozarządowych i podmiotów komercyjnych zajmujących się szeroko pojętą kulturą czy portalu społecznościowego Facebook. Po drugie, wyniki wyszukiwania wydarzeń ze stycznia i lutego 2014 r. zostały uzupełnione o efekty pracy programu komputerowego typu *crawler*, którego zadaniem było przeszukiwanie sieci pod kątem występowania na lokalnych stronach słów kluczowych związanych z kulturą. Szeroki zakres wykorzystanych źródeł pozwolił zebrać liczne dane na temat 51 wydarzeń w maju 2013 r., 18 wydarzeń w drugiej

⁴³ Więcej na temat podlaskiego węzła Obserwatorium Żywej Kultury na stronie: <http://ozkultura.pl/node/47> [dostęp: 1.07.2015].

połowie stycznia 2014 r., 32 wydarzeń w lutym 2014 r., 82 wydarzeń w czerwcu 2015 r. oraz 21 wydarzeń w pierwszej połowie lipca 2015 r.

W tym miejscu należy zwrócić uwagę na ewentualne ograniczenia związane z wyżej opisanym sposobem zbierania informacji. Po pierwsze, udało się zebrać dane dotyczące wyłącznie tych wydarzeń, o których informowano w Internecie. Co za tym idzie, pewna liczba wydarzeń mogła pozostać niezauważona. Trudno jest ją jednoznacznie oszacować. Biorąc jednak pod uwagę zróżnicowanie źródeł – komunikaty jednostek samorządu terytorialnego, mediów oraz podmiotów organizujących imprezy – nie wydaje się, aby pominięte wydarzenia mogły znacząco zmienić korpus zebranych danych. W dzisiejszej rzeczywistości Internet jest jednym z podstawowych i najważniejszych mediów komunikacji oraz promocji wydarzeń kulturalnych, co oprócz licznych badań potwierdzają również rozmowy z mieszkańcami Suwałk. Z dużą dozą prawdopodobieństwa można więc założyć, iż wydarzenie kulturalne, które nie pozostawia po sobie żadnego śladu w Internecie – ani jako zapowiedź, ani jako relacja po fakcie – nie jest również w stanie dotrzeć do szerokiego kręgu odbiorców. Po drugie, w procesie zbierania i opracowywania danych celowo pominięto niektóre wydarzenia. Dotyczy to przede wszystkim repertuaru stałego kin oraz cotygodniowych imprez cyklicznych w klubach i dyskotekach. W przypadku repertuaru kinowego wiązało się to z faktem, że o ile można było ustalić daty rozpoczęcia wyświetlania konkretnych obrazów, to nie zawsze istniała możliwość sprawdzenia, jak długo utrzymywały się na ekranach. Tymczasem jeśli chodzi o kluby i dyskoteki, można podejrzewać, że analizowane strony internetowe pomijały niektóre imprezy organizowane w cyklu tygodniowym, skupiając się jedynie na wydarzeniach specjalnych. Z pewnością w opisie brakuje więc pewnej liczby wydarzeń związanych przede wszystkim z komercyjnym segmentem kultury.

Należy również dodać, że w określonych sytuacjach prowadzący badania decydowali się na osobne traktowanie elementów wydarzeń kulturalnych odbywających się pod wspólną nazwą jako osobnych imprez. Było to podyktowane przede wszystkim zróżnicowaniem organizujących je podmiotów oraz miejscem i czasem ich realizacji. Dla przykładu, poszczególne wydarzenia odbywające się w ramach Nocy Muzeów traktowano osobno, jako że część z nich miała wielu organizatorów, odbywały się one w różnych miejscach, zazwyczaj również prezentowały zróżnicowaną ofertę kulturalną (np. koncerty, wystawy, wycieczki, prelekcje itd.). W przypadku wydarzeń długotrwałych, przede wszystkim wystaw w galeriach i muzeach, w wyliczeniach dotyczących liczby imprez w poszczególnych dniach tygodnia i miesiąca został uwzględniany wyłącznie dzień ich otwarcia (wernisażu), chyba że w związku z nimi organizowano dodatkowe wydarzenia, np. specjalne oprowadzania, warsztaty, tzw. finisaż itp.



Kalendarz wydarzeń

Łącznie badacze zebrali informacje na temat 204 wydarzeń mających miejsce w Suwałkach na przestrzeni pięciu wybranych miesięcy w latach 2013–2015. Zgodnie z oczekiwaniami liczba odnotowanych imprez zależała od pory roku. Najmniej wydarzeń zarejestrowano w pierwszych miesiącach roku: 50 imprez pomiędzy 15 stycznia a 28 lutego 2014 r., podczas gdy tylko w maju 2013 r. było to 51 wydarzeń, a w czerwcu 2015 r. aż 82. Okres letni pozytywnie wpływa na liczbę wydarzeń przynajmniej z trzech powodów. Po pierwsze, ze względu na panujący w Polsce klimat (a Suwałki uchodzą wszak za krajowy biegun zimna) większość imprez plenerowych (kulturalnych, rekreacyjnych, sportowych) organizowanych jest w stosunkowo krótkim okresie pomiędzy majem a wrześniem. Po drugie, wydarzenia planowane w okresie letnim, przede wszystkim duże i rozpoznawalne eventy, są dla miejscowości zorientowanych na rozwój turystyki dodatkowym atutem mającym zwiększać ich atrakcyjność w oczach turystów szukających miejsc do wakacyjnego wypoczynku⁴⁴. Takim wydarzeniem jest między innymi Suwałki Blues Festival. Po trzecie, w związku z trybem zdobywania i rozliczania środków pozyskiwanych w ramach różnego rodzaju grantów i konkursów dla części organizacji pozarządowych okres letni jest najlepszy na organizację wydarzeń kulturalnych.

Zgodnie z przypuszczeniami analiza kalendarza kultury wskazała również, że natężenie wydarzeń wiąże się z cyklem tygodniowym. Liczba imprez wzrasta w czasie weekendów, to jest pomiędzy piątkiem a niedzielą, kiedy stosunkowo największe grupy potencjalnych odbiorców dysponują wolnym czasem (por. poniższa tabela).

Tabela 11. Średnia liczba wydarzeń kulturalnych w Suwałkach w wybranych okresach

Dni tygodnia	Liczba wydarzeń w poszczególnych miesiącach		
	styczeń–luty	maj	czerwiec–lipiec
poniedziałek–czwartek	1,07	0,83	2,00
piątek–niedziela	1,15	2,84	2,83

Źródło: opracowanie własne.

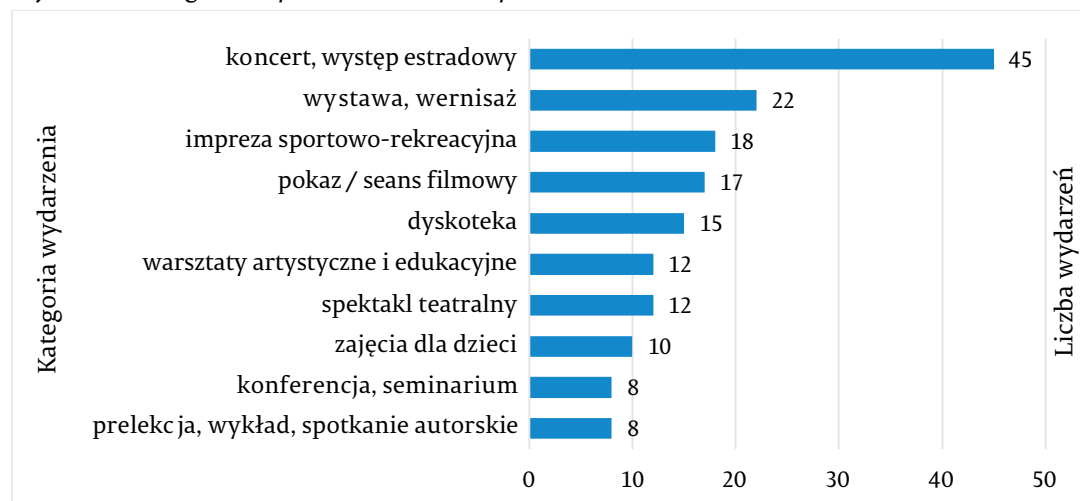
Warto jednocześnie zwrócić uwagę, że najmniejsza różnica w liczbie wydarzeń odbywających się w dni powszechnie i weekendy miała miejsce w styczniu i lutym,

⁴⁴ Por. np. P. Ratkowska, *O festiwalu w kontekście turystyki kulturowej, czyli turystyka eventowa raz jeszcze*, „Turystyka Kulturowa”, nr 6, 2010, s. 26–46.

a więc okresie, w którym zazwyczaj nie organizuje się wydarzeń plenerowych. W tym czasie odnotowano natomiast stosunkowo dużą liczbę wydarzeń odbywających się w dni powszednie i skierowanych do dzieci – w związku z trwającymi wówczas feriami zimowymi (27 stycznia – 9 lutego) i tzw. zabawami choinkowymi. Warto również zauważyć, że w maju, czerwcu i lipcu każdego dnia weekendu odbywały się przeciętnie niemal trzy wydarzenia kulturalne (najwięcej w niedziele – średnio 3,3 wydarzenia), co oznacza, że potencjalni odbiorcy mają w tym czasie zagwarantowaną pewną możliwość wyboru.

Zebrane informacje pozwalają także wyciągnąć ogólne wnioski na temat profilu wydarzeń kulturalnych mających miejsce w Suwałkach. W każdym z badanych okresów najpopularniejszą kategorią były koncerty oraz inne imprezy estradowe (np. występy kabaretów, pokazy taneczne). Wśród najczęściej organizowanych wydarzeń znalazły się również wystawy, imprezy sportowo-rekreacyjne, pokazy filmowe (poza repertuarem stałym kina), dyskoteki, spektakle teatralne, warsztaty artystyczne i edukacyjne oraz zajęcia przygotowywane specjalnie dla dzieci, wykłady, spotkania autorskie, konferencje i seminaria. Najpopularniejsze kategorie wydarzeń przedstawia poniższy wykres.

Wykres 3. Kategorie wydarzeń kulturalnych w Suwałkach



Źródło: opracowanie własne.

W trakcie przydzielania analizowanych wydarzeń do poszczególnych kategorii celowo zrezygnowano z odnoszenia się do wciąż popularnego podziału na wydarzenia ze sfery kultury wysokiej (elitarnej) oraz kultury niskiej (popularnej,



masowej)⁴⁵. Niemniej wśród najbardziej popularnych kategorii można odnaleźć takie, które tradycyjnie wiązane są z obiema sferami. W potocznym rozumieniu z tzw. kulturą wysoką (w niniejszej publikacji będziemy posługiwać się raczej pojęciem kultura wymagająca) kojarzą się wystawy w galeriach oraz muzeach czy spektakle teatralne. Oczywiście stosunkowo niewielka liczba tych ostatnich wynika między innymi z braku w Suwałkach teatru instytucjonalnego. Jak pokazały przeprowadzone wywiady ilościowe i jakościowe, jest to dość istotna kwestia dla twórców i odbiorców suwalskiej oferty kulturalnej, szerzej opisana w innych częściach niniejszej publikacji. Wśród najliczniejszych kategorii wydarzeń znajdują się również takie, które zwykło się łączyć przede wszystkim z rozrywką, tj. dyskoteki, imprezy sportowo-rekreacyjne, pokazy filmowe.

Osobną uwagę warto zwrócić na wydarzenia angażujące odbiorców w działania twórcze. Należą do nich nie tylko zajęcia dla dzieci, ale również warsztaty artystyczne i edukacyjne skierowane do innych grup wiekowych oraz, przynajmniej częściowo, imprezy sportowe. Zaletą tego rodzaju wydarzeń jest naturalnie możliwość przełamywania barier pomiędzy rolą twórcy a odbiorcą kultury, a tym samym wyrabianie w sobie nawyku aktywnego uczestnictwa w kulturze. Tego typu wydarzenia są w Suwałkach zauważalne, ale – uwzględniając różnicę skali – mniej powszechne niż na przykład w Białymstoku⁴⁶. Ogólne porównanie oferty kulturalnej obu miejscowości pokazuje natomiast, że najpopularniejsze kategorie wydarzeń w Suwałkach w większości pokrywają się z tymi w Białymstoku⁴⁷, co w zasadzie można odczytywać jako (wielko)miejski charakter oferty suwalskiej. Najistotniejszą różnicą jest wysoka pozycja kategorii imprez sportowo-rekreacyjnych w Suwałkach, co potwierdza duże zaangażowanie miasta w rozwój kultury fizycznej i sportu – nie tylko o charakterze profesjonalnym, ale również masowym.

Zestawiając ze sobą dane dotyczące kategorii wydarzeń kulturalnych oraz tygodniowy cykl organizacji imprez, można stwierdzić, że dla oferty weekendowej charakterystyczna jest większa liczba wydarzeń ludycznych oraz skierowanych do szerokich grup odbiorców. Wśród wydarzeń typowo weekendowych znalazły się między innymi jarmarki, imprezy sportowo-rekreacyjne, dyskoteki. Między piątkiem

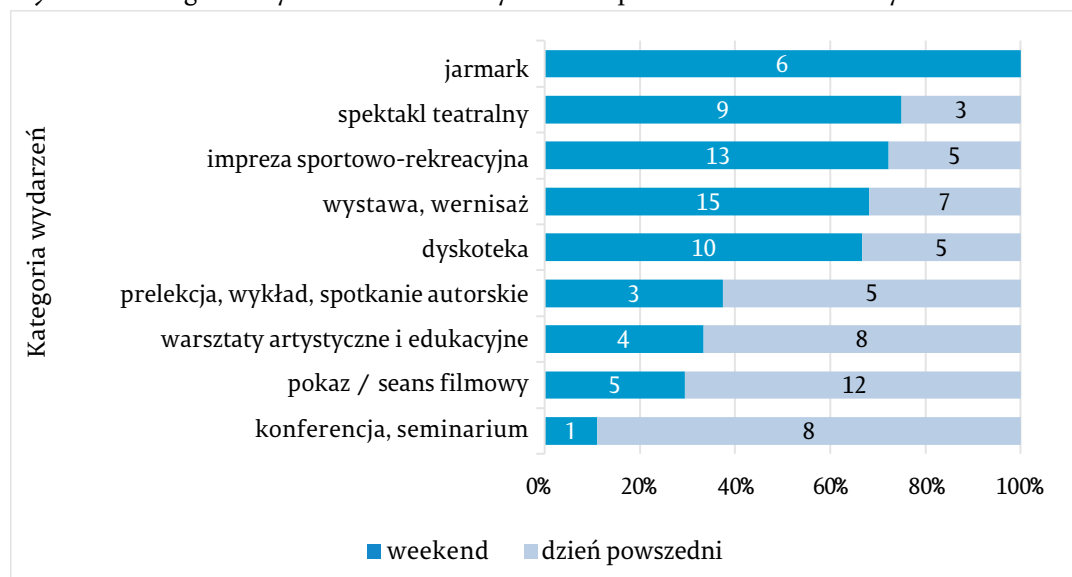
⁴⁵ Kategorie wydarzeń kulturalnych w tej części opracowania różnią się nieco od kategorii wydarzeń w rozdziale następnym, opisującym wywiady kwestionariuszowe. Różnica wynika z faktu, że w przypadku analizy kalendarza korzystaliśmy z kategorii wypracowanych wcześniej, w ramach projektu Obserwatorium Żywej Kultury Sieć Badawcza, i wykorzystanych już w maju 2013 r. Kategorie, które ostatecznie wykorzystaliśmy w badaniu CATI w lipcu 2015 r., uznaliśmy za lepiej przystosowane do tej metody badania.

⁴⁶ M. Skowrońska i in., *Spacer po utartych...*, dz. cyt., s. 67.

⁴⁷ Tamże.

a niedzielą odbywała się również większość koncertów i występów estradowych, spektakli teatralnych i wernisaży. Wydarzenia, które najczęściej miały miejsce w dni powszednie, były – jak można przypuszczać – skierowane przede wszystkim do wąskiego grona zainteresowanych i dobrze poinformowanych odbiorców. Były to na przykład konferencje i seminaria, prelekcje, wykłady, spotkania autorskie, warsztaty artystyczne i edukacyjne, pokazy filmowe. Najbardziej typowe wydarzenia w weekendy i dni powszednie przedstawiono na poniższym wykresie.

Wykres 4. Kategorie wydarzeń kulturalnych w dni powszednie i weekendy



Źródło: opracowanie własne.

W trakcie analizy zebranych materiałów zwracano również uwagę na cykliczność wydarzeń oraz ich treściowe i formalne powiązanie z kontekstem lokalnym. Cykliczność wydaje się cechą o tyle ważną, że odbiorcy często przywiązują się do powtarzanych imprez, organizatorzy mogą więc liczyć na względnie stabilną, stałą grupę uczestników. Piszemy o tym więcej w następnym rozdziale opracowania. Co więcej, wydarzenia cykliczne – przede wszystkim duże i dobrze promowane – mogą stanowić ważny element wizytówki miasta, służyć jego promocji na zewnątrz oraz wzmacniają lokalną tożsamość. Taką rolę pełni na przykład organizowany corocznie Suwałki Blues Festival⁴⁸, co potwierdziły również wywiady zogniskowane. Co ciekawe, uczestnicy wydarzeń kulturalnych często nieświadomie (?) wypowiadali się o festiwalu słowami zaczerpniętymi wprost ze *Strategii Promocji*

⁴⁸ Por. np. *Strategia Promocji Miasta...*, dz. cyt., s. 14.

Miasta Suwałki, mówiąc o wydarzeniu „o potencjale krajowym i międzynarodowym”⁴⁹. W badanych okresach odsetek wydarzeń cyklicznych wynosił 23% w maju 2013 r., 26% – w styczniu i lutym 2014 r. oraz 50,9% – w czerwcu i lipcu 2015 r. Do kategorii z największą liczbą wydarzeń cyklicznych należały koncerty i występy estradowe, pokazy filmowe, imprezy sportowo-rekreacyjne oraz jarmarki, a więc w większości wydarzenia raczej rozrywkowe, skierowane do stosunkowo szerokich grup odbiorców, mogące odbywać się w plenerze (nieprzypadkowo największa liczba wydarzeń cyklicznych w badanym okresie przypadła na czerwiec i lipiec).

Powiązanie wydarzeń z kontekstem lokalnym polegało na próbie oszacowania, na ile ich treść lub forma jest powiązana z Suwałkami lub Suwalszczyzną, a na ile są one uniwersalne. Dla przykładu, kinowy pokaz hollywoodzkiego hitu filmowego lub wystawę prac artysty tworzącego w innym kraju uznawano za wydarzenia uniwersalne, mogące odbyć się w podobny lub identyczny sposób w innych miejscowościach. Tymczasem wykłady dotyczące historii Suwałk lub warsztaty poświęcone miejscowej tradycji kulinarnej zaliczano do wydarzeń związanych z miejscem.

Wydarzenia związane z lokalnością stanowią zdecydowaną mniejszość w kalendarzu kultury (w badanych okresach od 2% do 15%), co jest kolejnym wskaźnikiem pokazującym suwalską ofertę kulturalną jako uniwersalną i ponadlokalną, a więc typowo miejską. Dla porównania, w Białymstoku odsetek wydarzeń wpisujących się w kontekst lokalny w wybranych miesiącach lat 2013–2014 wahał się między 4% a 12%⁵⁰. Wśród imprez kulturalnych związanych z lokalnością znalazły się głównie wydarzenia typowo kameralne lub skierowane do określonych, wąskich grup odbiorców: wykłady, spotkania i konferencje, plenery artystyczne, warsztaty kulinarne. W badanym okresie zabrakło więc wydarzeń dużych, potencjalnie dobrze rozpoznawalnych, które byłyby mocno osadzone w kontekście suwalskim. Pewnym wyjątkiem był jedynie Piknik Kawaleryjski – impreza nawiązująca do garnizonowej przeszłości miasta.

Organizatorzy wydarzeń

Organizatorzy wydarzeń kulturalnych, na temat których zebrano informacje, zostali podzieleni na cztery następujące kategorie: placówki samorządowe, podmioty komercyjne, organizacje pozarządowe (NGO) oraz pozostałe podmioty nie-wchodzące bezpośrednio w zakres powyższych grup (np. parafie, szkoły wyższe).

⁴⁹ Tamże.

⁵⁰ M. Skowrońska i in., *Spacer po utartych...*, dz. cyt., s. 69.

Analiza wydarzeń kulturalnych ze względu na charakter organizatora pokazuje, że zdecydowana większość imprez w Suwałkach odbywa się dzięki aktywności placówek samorządowych, przede wszystkim Suwalskiego Ośrodka Kultury (inne znaczące instytucje to: Muzeum Okręgowe, Ośrodek Sportu i Rekreacji, Biblioteka Publiczna). Placówki samorządowe organizowały od 59% wydarzeń w czerwcu i lipcu 2015 r. do 74% wydarzeń w styczniu i lutym 2014 r. Procentowy udział imprez przygotowanych przez placówki samorządowe maleje w miesiącach letnich, w których aktywizują się zarówno organizacje pozarządowe, jak i podmioty prywatne. We wszystkich monitorowanych okresach placówki samorządowe zorganizowały 66% wydarzeń, podmioty komercyjne – 18%, organizacje pozarządowe – 6%, a pozostałe podmioty – 10%. Należy pamiętać, że w rzeczywistości odsetek wydarzeń organizowanych przez podmioty komercyjne jest nieco wyższy, ponieważ jak zostało wspomniane wyżej, przy analizie kalendarza nie wzięto pod uwagę niektórych imprez, na przykład mających miejsce w kinie lub lokalach gastronomicznych i rozrywkowych. Bez względu na to przewaga placówek samorządowych nad innymi typami organizatorów jest bardzo wyraźna.

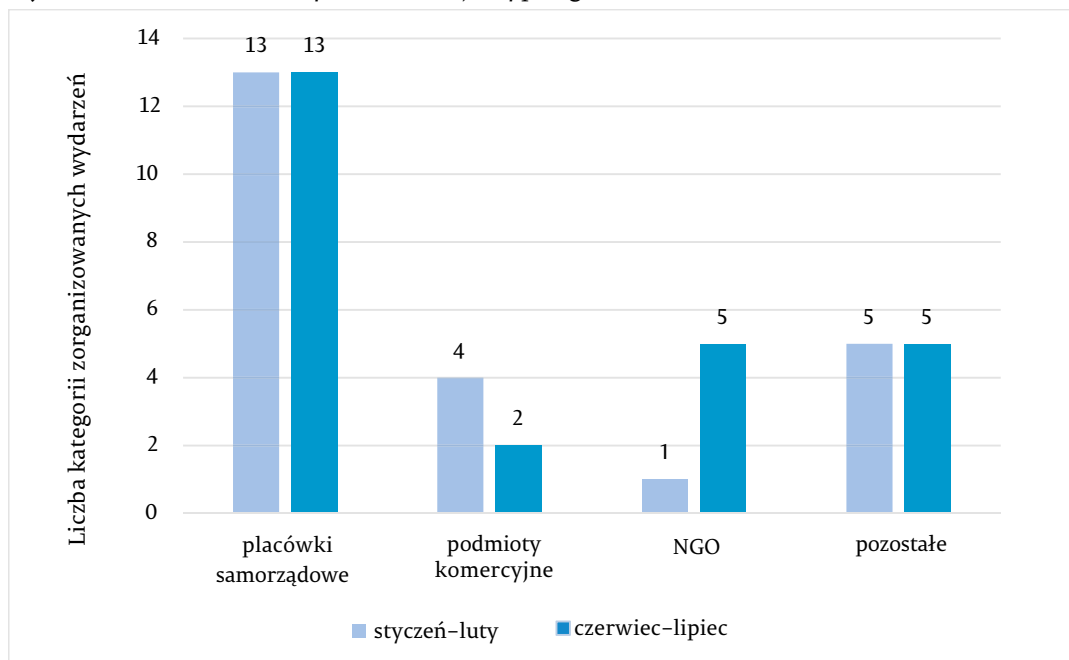
Szczególną uwagę należy zwrócić na wydarzenia przygotowywane przez organizacje pozarządowe, ponieważ w dużej mierze wynikają one z oddolnego potencjału lokalnej społeczności. Projekty kulturalne angażują mieszkańców do działania, a ich cele są w dużej mierze autoteliczne, czyli nienastawione na bezpośredni zysk ekonomiczny. W badanych okresach odsetek wydarzeń przygotowywanych przez organizacje pozarządowe wahał się między 2% w styczniu i lutym 2014 r. a 9,8% w czerwcu i lipcu 2015 r. Jak zostało już wspomniane, zarówno ze względu na czynniki obiektywne, takie jak klimat lub dostęp do określonych grup odbiorców, jak też na tryb działania wielu organizacji typu NGO w pierwszych miesiącach roku są one zazwyczaj mniej aktywne. Jednak nawet blisko 10-procentowy poziom wydarzeń organizowanych przez trzeci sektor w czerwcu i lipcu 2015 r. wydaje się stosunkowo niski. Jedną z istotnych przyczyn tego stanu jest prawdopodobnie omawiany wcześniej niewielki udział samorządu miejskiego we współfinansowaniu organizacji pozarządowych chcących działać w Suwałkach w sferze kultury⁵¹. W związku z niewielką liczbą wydarzeń przygotowywanych przez organizacje pozarządowe trudno jest mówić o ich specyfice. Dość równo rozłożyły się wśród nich zarówno wydarzenia organizowane z myślą o szerokiej publiczności, jak i o sprecyzowanych grupach, imprezy typowo rozrywkowe, edukacyjne i prezentujące kulturę wymagającą.

⁵¹ Dla porównania, w Białymstoku w podobnym okresie organizacje pozarządowe przygotowywały około 20% wydarzeń kulturalnych w mieście. Za: M. Skowrońska, *Spacer po utartych...*, dz. cyt., s. 69.

Można natomiast z całą pewnością zauważyć, że podmioty komercyjne w Suwałkach skupiły swoją działalność przede wszystkim na kulturze rozumianej jako rozrywkowe wydarzenie muzyczne, to jest na dyskotekach, koncertach i występach estradowych. Oczywiście łączenie działalności gastronomicznej – bo wspomniane podmioty komercyjne to przede wszystkim puby, klubokawiarnie i restauracje – z występami muzycznymi jest bardzo popularne. Niemniej warto zauważyć, że w Suwałkach, przynajmniej w obserwowanych miesiącach, nie dostrzeżono istotnego zainteresowania przedsiębiorców mniej typowymi wydarzeniami kulturalnymi, zdobywającymi popularność w większych miejscowościach, na przykład warsztatami, dyskusjami, turniejami gier planszowych, wydarzeniami typu barcamp itp.

Przy rozproszonej aktywności organizacji pozarządowych oraz zorientowaniu przedsiębiorców na wydarzenia muzyczne ciężar polegający na zapewnieniu szerokiej oferty kulturalnej w Suwałkach spoczywa na placówkach samorządowych. Zarówno w styczniu oraz lutym 2014 r., jak i w czerwcu oraz lipcu 2015 r. na 16 kategorii, do których przydzielono wszystkie wydarzenia kulturalne w Suwałkach, placówki samorządowe zorganizowały 13, zapewniając tym samym imprezy o różnym formacie, charakterze oraz dla zróżnicowanych grup docelowych. Porównanie liczby kategorii wydarzeń organizowanych przez różne typy podmiotów przedstawia poniższy wykres.

Wykres 5. Szerokość oferty kulturalnej a typ organizatora



Źródło: opracowanie własne.

Przewaga placówek samorządowych wynika oczywiście z ich względnej stabilności finansowej oraz umocowania instytucjonalnego. Są to podmioty posiadające własne budżety, kadre oraz – co bardzo istotne – infrastrukturę, czyli przestrzenie, w których mogą organizować wydarzenia. Najlepszym przykładem w Suwałkach jest nowoczesna siedziba Suwalskiego Ośrodka Kultury, ale również inne instytucje, takie jak OSiR, Muzeum Okręgowe czy Biblioteka Publiczna dysponują własnymi obiektami, zazwyczaj lepiej przystosowanymi do odbioru kultury niż lokale prywatne. Bez porównania jest sytuacja organizacji pozarządowych, które zazwyczaj nie posiadają własnych lokali. Placówki samorządowe w badanym okresie dominowały więc w niemal wszystkich kategoriach imprez (poza dyskotekami), ale ich działalność była szczególnie zauważalna w przypadku organizacji wydarzeń z kategorii kultury wymagającej, to znaczy spektakli teatralnych lub wystaw czy na przykład warsztatów artystycznych i edukacyjnych oraz zajęć dla dzieci, a więc działań łączących rozrywkę z edukacją i własną twórczością.

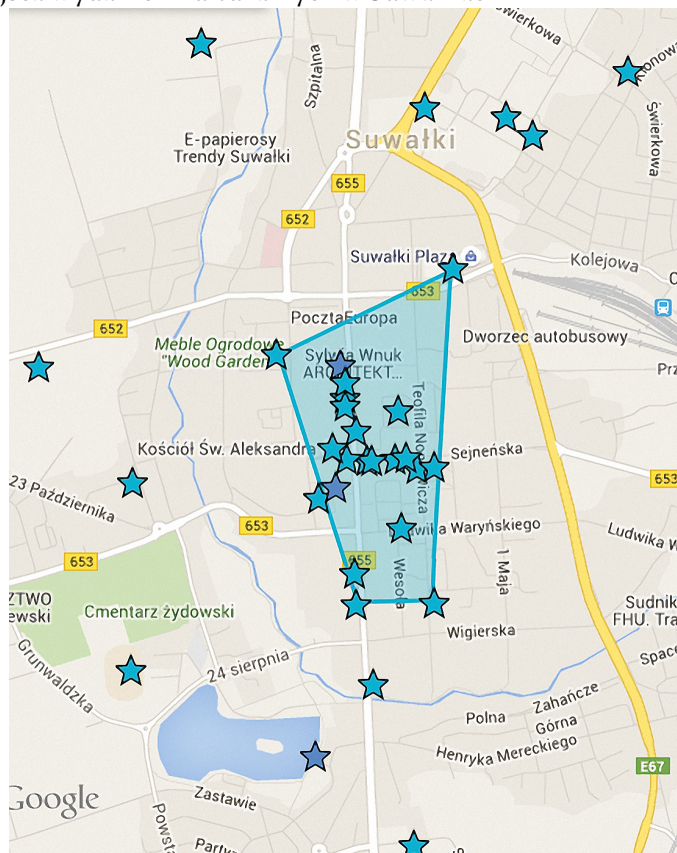
Analiza kalendarza wydarzeń pozwala stwierdzić, że do najbardziej aktywnych podmiotów tworzących ofertę kulturalną w Suwałkach w badanych okresach należały: Suwalski Ośrodek Kultury, Muzeum Okręgowe, Ośrodek Sportu i Rekreacji, Państwowa Szkoła Muzyczna, Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa, Biblioteka Publiczna, Archiwum Państwowe, Restauracja Rozmarino, Pub Warka, Pub Brama.



Topografia kultury

Analiza obiektów i przestrzeni, w których odbywają się wydarzenia kulturalne w Suwałkach, pokazuje, że większość z nich koncentruje się w tych samych miejscach bez względu na porę roku. Nie jest zaskoczeniem, że większość miejsc, w których odbywały się imprezy, znajduje się w ścisłym centrum miasta, tj. wzdłuż ulic Kościuszki i Noniewicza, przede wszystkim na odcinku od skrzyżowania z ul. Wigierską na południu do skrzyżowania z ul. Dwernickiego na północy, jak również wzdłuż ulicy Chłodnej, przy placu Marii Konopnickiej i parku Konstytucji 3 Maja. Poniższa mapa prezentuje miejsca, w których odbywały się monitorowane wydarzenia, a widoczny na niej niebieski wielokąt można uznać za próbę nakreślenia „kulturalnego zagłębia” Suwałk, którego wierzchołki stanowi Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa, Muzeum Marii Konopnickiej, Biblioteka Publiczna oraz centrum handlowe Suwałki Plaza.

Ilustracja 1. Miejsca wydarzeń kulturalnych w Suwałkach



Źródło: opracowanie własne.

Oczywiście poza niebieskim wielokątem znajduje się miejsce, które samodzielnie pełni funkcję nowego „zagłębia”, alternatywnego wobec ścisłego centrum. Chodzi naturalnie o Suwalski Ośrodek Kultury, który w maju 2013 r. utworzył nową siedzibę przy ul. Papieża Jana Pawła II, a więc na północ od centrum, bliżej gęsto zamieszkałych osiedli mieszkaniowych. Tam też odbywało się od 28% wszystkich wydarzeń w czerwcu i lipcu 2015 r. do 51% wydarzeń w styczniu i lutym 2014 r. Na wyróżnionym obszarze śródmieścia w tym samym czasie zostało zorganizowanych odpowiednio 50% i 32% imprez. Po pierwsze, pokazuje to, że zdecydowana większość wydarzeń kulturalnych w mieście (w badanym okresie było to między 78% a 83%) odbywa się w Suwalskim Ośrodku Kultury lub w zaznaczonych granicach obszaru centrum. Po drugie, świadczy o tym, że stosunek wydarzeń zmienia się wraz z porą roku. W miesiącach letnich, kiedy odbywa się więcej imprez plenerowych, życie kulturalne przenosi się do śródmieścia, podczas gdy zimą jego centrum pozostaje siedziba SOK-u.

Obiektywnie rzecz biorąc, w mieście wielkości Suwałk dostępność przestrzenna wydarzeń kulturalnych nie powinna być dużym problemem dla ogółu mieszkańców. Najdalej oddalone od siebie punkty, w których w badanym okresie miały miejsce wydarzenia kulturalne, dzieli od siebie około pięciu kilometrów. Jak zostało wspomniane, około 80% wydarzeń odbywa się w centrum miasta lub w jego pobliżu, na obszarze stosunkowo dobrze skomunikowanym z innymi częściami Suwałk, również poprzez system komunikacji miejskiej. Niemniej zauważalna pozostaje dysproporcja pomiędzy liczbą wydarzeń odbywających się w opisanych wyżej centrach kulturalnych i pozostałych częściach miasta, przede wszystkim na osiedlach mieszkaniowych leżących na północy. Pomijając wydarzenia odbywające się w siedzibie SOK-u, na terenie osiedli Północ i Północ II miało miejsce od 2% wydarzeń w styczniu i lutym 2014 r. do 9% wydarzeń w czerwcu i lipcu 2015 r. Ponadto wśród imprez kulturalnych, które odbywały się poza centrum, niemal zupełnie brakuje takich, które wiążą się z kulturą wymagającą (np. spektakli teatralnych, wystaw i ekspozycji); w większości były to różnego rodzaju festyny, konkursy lub inne wydarzenia kierowane przede wszystkim do dzieci lub rodzin. Stosunkowo uboga oferta kulturalna w bezpośrednim sąsiedztwie może być w jakimś stopniu uciążliwa dla mieszkańców o ograniczonych możliwościach poruszania się, na przykład seniorów, osób niepełnosprawnych, rodzin z małymi dziećmi, ale nie tylko. Brak oferty kulturalnej „tuż pod blokiem” nie mobilizuje również do odbioru kultury tej grupy mieszkańców, która w wydarzeniach kulturalnych uczestniczy sporadycznie lub wcale. Oczywiście patrząc z tej perspektywy, umiejscowienie siedziby SOK-u bliżej osiedli mieszkaniowych wydaje się rozwiązaniem jak najbardziej zasadnym. Jednak wypowiedzi zebrane przez badaczy w wywiadach zogniskowanych sugerują, że w Suwałkach wciąż istnieje pewien problem z dostępnością do wydarzeń i uczestnictwem w kulturze mieszkańców północnej części miasta. W dyskusjach pojawiały się głosy mówiące wprost o potrzebie przeniesienia części imprez kulturalnych na północ, tak aby mieszkańcy mieli lepszy dostęp do kultury (Fokus 2 uczestnicy, Fokus 2 nieuczestnicy). Co więcej, sam fakt, że niektórzy badani traktowali w swoich wypowiedziach mieszkańców północnych osiedli *en bloc*, jako grupę „ludzi z Północy”, sugeruje że w świadomości mieszkańców Suwałk ta część miasta była w przeszłości i nadal pozostaje niedowartościowana pod względem dostępności oferty kulturalnej. Z drugiej strony należy jednak odnotować pozytywne wypowiedzi na temat wydarzeń organizowanych – przede wszystkim oddolnie – na terenie tzw. Kaczego Dołka, czyli terenów zielonych znajdujących się na terenie osiedli mieszkaniowych na północy miasta.

WYWIADY
JAKOŚCIOWE
I ILOŚCIOWE

WYWIADY JAKOŚCIOWE I ILOŚCIOWE

Poniższa część publikacji poświęcona jest wynikom uzyskanym dzięki przeprowadzeniu wywiadów jakościowych i ilościowych. Jak wspomniano w rozdziale metodologicznym, na jakościową część realizowanej diagnozy złożyła się seria zogniskowanych wywiadów grupowych z uczestnikami kultury oraz jej (nie)uczestnikami. Przeprowadzono również indywidualne wywiady pogłębione z twórcami oferty kulturalnej. Należy podkreślić, że charakter zgromadzonego w ten sposób materiału badawczego nie pozwala precyzyjnie szacować powszechności pewnych opinii lub postaw dotyczących suwalskiej kultury. Umożliwia natomiast wskazanie istotnych kierunków, trendów i tematów interesujących współczesnych uczestników życia kulturalnego. Pozwala również uchwycić proces wyboru oferty, sposób docierania do informacji na jej temat czy wreszcie same praktyki uczestnictwa i porównać je do typologii istniejących już w ramach literatury przedmiotu.

Część jakościowa badania została przeprowadzona w pierwszej kolejności, służąc badaczom jako jedna z podstaw do przygotowania odpowiedniego kwestionariusza wywiadu ilościowego. W związku z tym w większości przypadków opis istotnych wątków związanych ze współczesną kondycją kultury w Suwałkach rozpocznie się od wniosków wyciągniętych z badań jakościowych, które następnie zostaną zweryfikowane i uzupełnione wynikami badania ilościowego przeprowadzonego na reprezentatywnej próbie mieszkańców Suwałk. Analizę rozpoczniemy od tematów związanych ze znajomością, oceną i oczekiwaniami wobec oferty kulturalnej oraz instytucji kultury w Suwałkach. W dalszej części omówione zostaną tematy promocji i informacji o wydarzeniach oraz barier uczestnictwa. Następnie poruszone zostaną kwestie aktywności sektora pozarządowego, związki kultury z turystyką i sportem. Wreszcie, jako swego rodzaju podsumowanie, przedstawione zostaną charakterystyczne typy uczestników i (nie)uczestników kultury w Suwałkach.

ZNAJOMOŚĆ I GENERALNA OCENA OFERTY KULTURALNEJ

Na wstępie należy zaznaczyć, że zaproszeni do wywiadów fokusowych mieszkańcy Suwałk stosunkowo dobrze orientują się w ofercie kulturalnej przygotowywanej przez miejskie instytucje, organizacje pozarządowe czy prywatne przedsiębiorstwa, działające w obrębie kultury i rozrywki. Z oczywistych względów suwalską ofertę szerzej i szczegółowiej rozpoznają badani uczestnicy kultury. Ta grupa badanych bardziej skłonna była do podejmowania polemik i formułowania zniuansowanych opinii czy ocen poszczególnych propozycji kulturalnych dostępnych w Suwałkach. Prawdopodobnie spowodowane było to możliwością połączenia własnych oczekiwań i odczuć w stosunku do konkretnych wydarzeń z doświadczeniem uczestnictwa w nich. Z kolei grupa badanych (nie)uczestników najczęściej powoływała się na relacje znajomych czy doniesienia medialne. Były to zatem opinie w znacznie większym stopniu zapośredniczone i sformułowane w oparciu o to, co mówi się o suwalskiej kulturze, a nie wywiedzione z osobistego doświadczenia uczestnictwa.

Kiedy prosiliśmy o ogólną ocenę oferty kulturalnej Suwałk, większość badanych uczestników i (nie)uczestników kultury zgadzała się co do faktu, że oferta ta jest dosyć bogata, wzięwszy pod uwagę wielkość miasta i potrzeby jego mieszkańców. Wskazywano tu przede wszystkim na wielość organizowanych w Suwałkach wydarzeń muzycznych (od koncertów filharmonicznych, przez koncerty rozrywkowe proponowane przez różnych organizatorów, po Suwałki Blues Festival), doceniano też zmiany infrastrukturalne (nowy budynek SOK-u), o czym więcej będziemy pisać w dalszej części publikacji. Uczestnicy kultury, pytani o braki w ofercie, podkreślali przede wszystkim potrzebę istnienia repertuarowego teatru (podnoszono tu zarówno kwestię bogatszej oferty programowej, cen biletów, jak i samej siedziby). Wspominano także o zapotrzebowaniu na imprezy taneczne uwzględniające odbiorców w każdym wieku.

Głosy (nie)uczestników kultury podczas dyskusji dotyczącej ogólnej oceny oferty opisać można jako pozytywne, afirmatywne. Niech za przykład posłuży następująca

wypowiedź badanego: „Można powiedzieć, że Suwałki kulturą stoją!” [F1N7]⁵². Z kolei w ramach wywiadów fokusowych z uczestnikami kultury, obok wypowiedzi aprobujących, pojawiły się również głosy niezadowolenia, ale w istocie nie dotyczyły one samej oferty. Dwoje badanych uczestników sugerowało, że spotyka się z negatywną oceną suwalskiej kultury. Badani twierdzili, że opinie o średniej czy słabej jakości tej oferty pochodzą zwykle od osób, które nie interesują się kulturą i sporadycznie w niej uczestniczą: „Osoby krytyczne, które nie uczestniczą w tej kulturze, to na sto procent powiedzą, że tu się nic, kurka wodna, nie dzieje, a tu się dużo dzieje!” [F1U6]; „Kiedyś się mówiło – a w Augustowie coś się dzieje, w innych miastach coś się dzieje. To ja uważam, że ludzie, którzy mówią tak, to, po pierwsze, nie interesują się w ogóle wydarzeniami kulturalnymi w Suwałkach, nie chcą w tym uczestniczyć, bo praktycznie każdego tygodnia można sobie coś ciekawego znaleźć” [F2U6].

Wywiady pogłębione z twórcami oferty kulturalnej przyniosły nieco bardziej zróżnicowane oceny inicjatyw kulturalnych dostępnych na terenie Suwałk. Jeden z przedstawicieli instytucji kultury skłonny był widzieć suwalską ofertę jako różnorodną i dostosowaną do wielkości miasta: „[...] ja uważam, że oferta kulturalna w mieście jest bardzo przyzwoita. Że [są] placówki kultury, które tu funkcjonują, stowarzyszenia, które zajmują się tą działalnością, itd.; i jeżeli popatrzy się na kalendarz imprez miejskich na przestrzeni całego roku, to naprawdę oferta jest potężna jak na takie miasto, jak na takie możliwości” [IDI2]⁵³. Z kolei opinia innego badanego, przedstawiciela jednej z suwalskich organizacji pozarządowych, była znacznie bardziej krytyczna „[...] mam wrażenie, że to życie kulturalne Suwałk jest z jednej strony dość bogate, a z drugiej strony ma dość jednowymiarowy i dość mały zasięg. To znaczy – niewielka grupa ludzi się interesuje kulturą... mieszkańców miasta. [...] jest po prostu mała różnorodność tej działalności [kulturalnej], bo to płaskie jest dość mocno, bo króluje wśród wydarzeń kulturalnych muzyka, bo jakby największe są możliwości wykonawcze w jej zakresie. Już dużo mniej jest na przykład, nie wiem, teatrów [...]. Bardziej będzie malarstwo, czasami rzeźba, fotografia, a już inne sztuki, to sporadycznie. No i jeszcze ta zaściankowość charakteryzuje to życie kulturalne!” [IDI5].

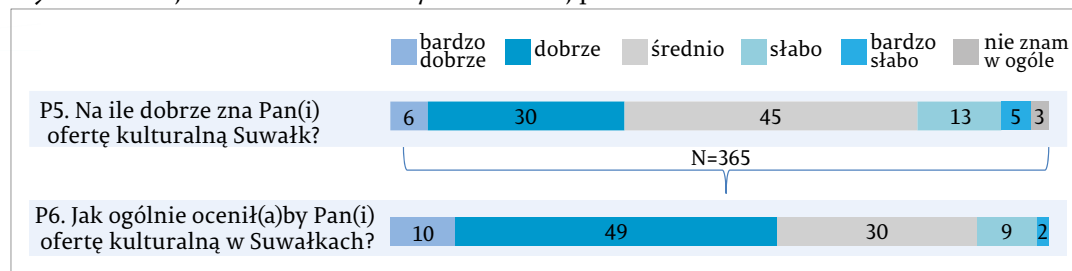
⁵² W celu zachowania poufności danych osobowych autorom cytatów z wywiadów zogniskowanych przydzielono odpowiednie sygnatury. Trzy pierwsze znaki sygnatury odnoszą się do konkretnego wywiadu, dla przykładu: F1N to pierwsza rozmowa z (nie)uczestnikami, a F2U to druga rozmowa z uczestnikami kultury. Cyfra na końcu to numer porządkowy osoby uczestniczącej w danym wywiadzie (za każdym razem z zakresu od 1 do 8).

⁵³ Cytaty z wywiadów indywidualnych z twórcami oferty kulturalnej sygnowane są kodami od IDI1 do IDI5.

Na tle uczestników kultury, z którymi rozmawialiśmy w czasie wywiadów zogniskowanych, respondenci, którzy wzięli udział w badaniu ilościowym, nieco słabiej ocenili własną znajomość miejscowej oferty kulturalnej. Okazało się bowiem, że typową deklaracją jest wśród badanych średni poziom jej znajomości (45%). Dobrą lub bardzo dobrą znajomość oferty zadeklarowało odpowiednio 30% i 6% ankietowanych. W przybliżeniu co piąty mieszkaniec Suwałk słabo (13%) lub bardzo słabo (5%) ocenił własną znajomość propozycji wydarzeń kulturalnych odbywających się w Suwałkach. Jedynie 3% uczestników badania stwierdziło że w ogóle nie posiada wiedzy na ten temat. Dokładne wyniki prezentuje wykres umieszczony poniżej.

Osoby, które wykazały się jakąkolwiek znajomością oferty kulturalnej Suwałk (97% próby), poproszono następnie o jej ocenę. Okazało się, że 59% badanych pozytywnie („dobrze” lub „bardzo dobrze”) ocenia dostępną ofertę kulturalną⁵⁴. Blisko co trzeci respondent (30%) uważa, iż jest ona średnia, a jedynie co dziesiąty badany uznał że jest ona słaba (9%) lub bardzo słaba (2%).

Wykres 6. Znajomość i ocena oferty kulturalnej przez mieszkańców Suwałk



Źródło: opracowanie własne.

Jeśli wziąć pod uwagę zmienne niezależne, które mogły mieć wpływ na znajomość oferty kulturalnej, okaże się, że osoby pochodzące z Suwałk istotnie częściej wykazują się bardzo dobrą jej znajomością (9,5%), co pokazuje tabela 10⁵⁵. Ponadto lepiej zaznajomieni z ofertą kulturalną miasta byli uczestnicy kultury, którą w tym opracowaniu określiliśmy jako wymagającą. W tym miejscu należy wyjaśnić, że w badaniu ilościowym na podstawie wskaźników deklaracji uczestnictwa w kulturze wyróżniliśmy wśród odbiorców kategorie uczestników kultury lekkiej, wymagającej oraz twórców kultury. W tym rozumieniu przedstawiciele

⁵⁴ Dla porównania, z badania zrealizowanego w 2012 r. przez fundację „SocLab” – „Diagnoza partycypacji w kulturze w województwie podlaskim” – wynika, że odsetek pozytywnych ocen był istotnie niższy i wyniósł 45%. Por. J. Poleszczuk i in., *Diagnoza partycypacji w kulturze w województwie podlaskim*, Białystok 2012, s. 94.

⁵⁵ W tabelach istotności statyczne oznaczone są wytłuszczoną czcionką oraz symbolami (+/-), oznaczającymi charakter zależności.

kultury lekkiej to respondenci, którzy brali udział w jednym z następujących wydarzeń: bezpłatny koncert lub festyn plenerowy, seans filmowy w kinie, oglądanie serwisów filmowych, impreza sportowa lub mecz, dyskoteka lub zabawa. Zbiorność uczestników kultury wymagającej tworzą osoby, które w trakcie minionego roku przynajmniej raz wybrały się do jednej z instytucji lub na jedno z wydarzeń: wizytę w bibliotece publicznej, płatny koncert muzyczny (nie w operze, filharmonii), wystawę w muzeum, spektakl teatralny, wizytę w lokalnym domu kultury, wystawę sztuki w galerii lub koncert filharmoniczny. Natomiast twórcy-uczestnicy kultury musieli udzielać się jako członkowie zespołu amatorskiego, kółka zainteresowań, kółka artystycznego itp. lub umieszczać w Internecie własne treści (np. filmowe, muzyczne, prowadzić blogi itp.).

Uczestników tak rozumianej kultury wymagającej podzieliliśmy następnie pod względem praktyk korzystania z wymienionych wyżej instytucji lub wydarzeń. Dzięki temu powstały dwa podzbiory: regularnych i sporadycznych odbiorców kultury wymagającej. Regularni uczestnicy to osoby, które partycypowały w trakcie minionego roku w przynajmniej trzech z siedmiu aktywności zdefiniowanych jako kultura wymagająca. W populacji Suwałk jest ich niespełna 25%. Sporadyczni użytkownicy kultury wymagającej stanowią natomiast 48% suwalczan.

Tak więc uczestnicy kultury wymagającej są znacznie lepiej zaznajomieni z ofertą kulturalną miasta aniżeli pozostali mieszkańcy. Na bardzo dobrą lub dobrą znajomość w pierwszej grupie wskazało 40,1%, w drugiej jedynie 23,3%.

Tabela 12. Znajomość oferty kulturalnej w miejscu zamieszkania – w rozbiciu na zmienne niezależne

	M5. Skąd Pan(i) pochodzi?						Kultura wymagająca			
	z Suwałk		z miasta, ale innego niż Suwałki		ze wsi		uczestnik		(nie)uczestnik	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
bardzo dobrze + dobrze	69	33,6	28	41,4	36	36,1	110	40,1+	24	23,3-
bardzo dobrze	19	9,5+	1	1,6	1	0,9-	21	7,7+	1	0,5-
dobrze	50	24,1	27	39,8	36	35,2	89	32,5	23	22,8
przeciętnie	99	48,2	26	38,3	41	40,6	128	46,7	39	38,8
słabo	23	11,2	13	19,0	12	11,8	28	10,4	19	19,1
bardzo słabo	12	5,9	1	1,3	4	3,9	4	1,5-	13	12,5+

	M5. Skąd Pan(i) pochodzi?						Kultura wymagająca			
	z Suwałk		z miasta, ale innego niż Suwałki		ze wsi		uczestnik		(nie)uczestnik	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
nie znam w ogóle	2	1,2	-	-	8	7,6	4	1,3	6	6,3
moja miejscowość nie posiada oferty kulturalnej	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
bardzo słabo + słabo	35	17,0	14	20,3	16	15,7	32	11,9-	32	31,6+
Razem	206	100	68	100	101	100	273	100	102	100

Źródło: opracowanie własne, CATI, N=375.

Tymczasem jeśli chodzi o ocenę znanej badanym oferty kulturalnej, analiza różnic pomiędzy poszczególnymi zmiennymi nie pozwala na znalezienie znaczących zależności. Jedynie w przypadku pochodzenia osoby mieszkającej od urodzenia w Suwałkach, pomimo iż są lepiej zaznajomione z ofertą kulturalną, pozostają nieco bardziej krytyczne w jej ocenie. Respondenci rzadziej deklarują, że jest ona dobra lub bardzo dobra (51,8%), choć nie rzadziej niż inni badani wystawiają jej najwyższą ocenę.

Ponadto istnieją zależności pomiędzy oceną oferty a posiadaniem czasu wolnego. Respondenci dysponujący najmniejszą ilością czasu wolnego w weekendy (do dwóch godzin dziennie) istotnie rzadziej oceniają wydarzenia kulturalne w Suwałkach jako dobre bądź bardzo dobre (34,4%). Nieco paradoksalnie – badani z największą ilością czasu wolnego w weekend (powyżej sześciu godzin dziennie) statystycznie częściej (16,6%) wystawiali słabą ocenę ofercie kulturalnej miasta. Być może wynik taki można połączyć ze zróżnicowaniem lokalnej oferty kulturalnej. Analiza kalendarza kultury pokazała, że w weekendy odbywa się w Suwałkach przeciętnie od 1,15 wydarzeń w badanych miesiącach zimowych do 2,84 wydarzeń latem. Liczba ta jest być może zbyt mała dla osób, które dysponują dużą ilością wolnego czasu i chciałyby poświęcić go na aktywne uczestnictwo w kulturze – tym bardziej, że oferowane wydarzenia kulturalne najczęściej odbywają się popołudniami i wieczorami, mogą się więc pokrywać. Oferta może być jednocześnie zbyt uboga dla osób, które dysponując niewielką ilością czasu, chciałyby wziąć udział w wydarzeniach, które naprawdę ich interesują. Ponadto osoby, które mają w weekendy najmniej wolnego czasu, rzadziej uczestniczą w kulturze, prawdopodobnie więc w związku z niewielką liczbą własnych doświadczeń uchylały

się od jednoznacznej oceny suwalskiej oferty kulturalnej (jako dobrej lub złej), wybierając w ich mniemaniu neutralną odpowiedź, a więc oceniając oferowane wydarzenia jako przeciętne. Prowadzi to oczywiście do pytania, jakie są powody braku uczestnictwa w lokalnym życiu kulturalnym: czy wynika to z dyspozycji samych mieszkańców, np. braku czasu, pieniędzy lub zwykłego lenistwa, czy też z charakterystyki oferty kulturalnej, która pomija pewne grupy odbiorców? Kwestia ta zostanie rozwinięta w dalszej części opracowania.

Tabela 13. Ocena oferty kulturalnej w miejscu zamieszkania – w rozbiciu na zmienne niezależne

	M5. Skąd Pan(i) pochodzi?						P1_2. Ile czasu wolnego ma Pan(i) w ciągu przeciętnego dnia weekendu?							
	z Suwałk		z miasta, ale innego niż Suwałki		ze wsi		do 2 godzin		2-4 godziny		4-6 godzin		powyżej 6 godzin	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
bardzo dobrze + dobrze	105	51,8-	48	70,6	62	66,0	10	34,4-	25	50,7	53	76,8+	127	58,4
bardzo dobrze	23	11,1	6	9,1	7	8,0	2	7,7	8	16,9	7	9,6	19	8,7
dobrze	83	40,7-	42	61,5	54	58,1	8	26,7-	16	33,8	47	67,2+	108	49,7
przeciętnie	69	33,9	14	20,1	27	29,2	17	58,8+	20	42,3	16	22,8	56	25,9
słabo	25	12,4	6	8,5	3	2,8-	1	2,0-	3	7,1	-	-	30	13,6+
bardzo słabo	4	1,9	1	0,8	2	1,9	1	4,8	-	-	0	0,4	5	2,1
bardzo słabo + słabo	29	14,3	6	9,3	4	4,8	2	6,7	3	7,1	0	0,4-	34	15,7+
Razem	203	100	68	100	93	100	30	100	48	100	69	100	217	100

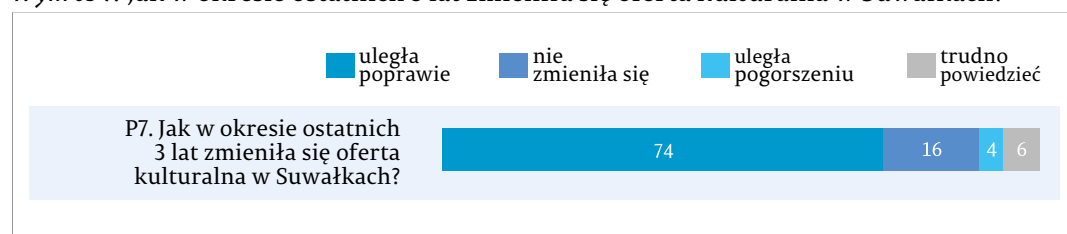
Źródło: opracowanie własne, CATI, N=375.

Wszyscy badani zaproszeni do wywiadów fokusowych oraz wywiadów pogłębiennych, pytani o dynamikę zmian suwalskiej oferty kulturalnej, wypowiedzieli się jednomyślnie. Zarówno uczestnicy, jak i (nie)uczestnicy kultury, a także twórcy oferty kulturalnej twierdzili, że zauważają zmiany w obrębie życia kulturalnego (a tym samym zmiany samej oferty) następujące w ciągu ostatnich lat i dobrze je oceniają. Mogą o tym świadczyć następujące wypowiedzi: „Myśląc o Suwałkach sprzed 15 lat, teraz jest naprawdę bardzo duża różnica na plus. [...] kiedyś rzeczywiście to była taka pustynia kulturalna, nie tak dawno właściwie. Dla

chłopaków 15 lat [badana wskazuje na młodszych uczestników wywiadu] to mnóstwo czasu [śmiech]. Moim zdaniem jest teraz oferta naprawdę różnorodna i taka umożliwiająca wybranie tego, co rzeczywiście się chce zobaczyć” [F2U4]; „Teraz jest zdecydowanie wyższy poziom [wydarzeń kulturalnych] niż kiedyś” [F1N4]; „Kiedyś nic się nie działo [ale dziś jest inaczej]” [F1N1].

Podobne wyniki przyniosło badanie ilościowe, w którym ocenie zmian w suwalskiej kulturze poświęcono pytanie: „Jak w okresie ostatnich trzech lat zmieniła się oferta kulturalna w Suwałkach?”. Pod tym względem zdecydowana większość, bo blisko trzech na czterech mieszkańców, uważa, że uległa ona poprawie, 16% respondentów stwierdza, że nie zmieniła się, a jedynie 4% badanych dostrzega pogorszenie.

Wykres 7. Jak w okresie ostatnich 3 lat zmieniła się oferta kulturalna w Suwałkach?



Źródło: opracowanie własne, CATI, N=375.

Osoby z przedziału wiekowego 25–34 lata istotnie częściej twierdzą, że oferta uległa znacznej poprawie (83,9%), podczas gdy wśród badanych w wieku 65 lat i więcej taką opinię wyraża tylko 48% osób. Wiąże się to z pewnością z oczekiwaniami osób starszych wobec oferty oraz z ich stylem uczestnictwa w kulturze, o czym piszemy w dalszej części publikacji. Warto natomiast zauważyć, że wśród odbiorców kultury wymagającej blisko co piąty (19,9%) jest zdania, iż oferta nie zmieniła się w trakcie ostatnich lat, natomiast (nie)uczestników podzielających ten pogląd jest niespełna 7%. Być może można to tłumaczyć faktem, że pomimo polepszenia się zarówno infrastruktury, jak i oferty kulturalnej najbardziej niedowartościowana mogła pozostać część ambitnych odbiorców kultury, którym doskwiera na przykład brak teatru instytucjonalnego w Suwałkach. Jednak diagnozując grupę uczestników kultury wymagającej, można zauważyć, iż nie pozostają oni jednomyślni. Stali odbiorcy kultury wymagającej statystycznie częściej (85,6%) wyrażali przekonanie, że kulturalny repertuar Suwałk jednak uległ poprawie. Pogląd ten częściej niż inni podzielały również osoby, które dysponują niewielką ilością czasu wolnego podczas przeciętnego dnia tygodnia, nie znaleziono natomiast statystycznej istotności w przypadku puli wolnego czasu w weekendy.

Tabela 14. Jak w okresie ostatnich 3 lat zmieniała się oferta kulturalna miasta – w rozbi-
ciu na zmienne niezależne

	R2. Wiek										Kultura wymagająca			
	15–24		25–34		35–49		50–64		65 lat i więcej		uczestnik		(nie) uczestnik	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
uległa poprawie	45	76,6	64	83,9+	69	77,6	66	73,0	24	48,0-	192	71,3	76	79,5
nie zmieniła się	12	20,9	8	10,5	19	21,4	12	13,5	9	17,4	54	19,9+	7	6,9-
uległa pogorszeniu	1	1,5	2	2,0	-	-	11	12,6	1	1,5	10	3,7	4	4,7
trudno powiedzieć	1	1,0-	3	3,6	1	1,0-	1	0,9-	17	33,2+	13	5,0	8	8,9
Razem	59	100	76	100	89	100	90	100	51	100	270	100	95	100

Tabela 14. cd.

	Odbiorca kultury wymagającej				Ile czasu wolnego ma Pan(i) w ciągu przeciętnego dnia tygodnia							
	spora-dyczny		stały		do 2 godzin		2–4 godziny		4–6 godzin		powyżej 6 godzin	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
uległa poprawie	114	64,1-	78	85,6+	93	84,4+	47	67,1	40	71,8	88	68,3
nie zmieniła się	43	24,0	11	11,9	15	13,4	13	17,7	9	16,6	24	18,6
uległa pogorszeniu	8	4,7	2	1,9	2	1,4	3	4,6	0	0,4	10	7,4
trudno powiedzieć	13	7,2+	1	0,7-	1	0,8-	7	10,5	6	11,2	7	5,8
Razem	178	100	91	100	111	100	71	100	55	100	128	100

Źródło: opracowanie własne, CATI, N=375.

Kiedy o zmianach mówili uczestnicy i (nie)uczestnicy kultury, najczęściej wskazywano po prostu na wzrost liczby wydarzeń składających się na ofertę oraz większą różnorodność proponowanych w mieście imprez i inicjatyw kulturalnych. Jedna z uczestniczek przywołała także przykład zmiany, którą można określić mianem infrastrukturalnej. Badana podkreślała przy tej okazji, że tego rodzaju zmiany zwykle pociągają za sobą poszerzenie wachlarza propozycji programowych: „[...] mamy od niedawna właśnie przepiękny Suwalski Ośrodek Kultury, gdzie możemy teraz w naprawdę takich godziwych, bym powiedziała, fajnych warunkach oglądać różne

spektakle, które wcześniej były nieosiągalne dla mieszkańców Suwałk i w ogóle okolic. Na te spektakle teatralne, na musicale, na balety przyjeżdżają ludzie z innych miast i naprawdę te wydarzenia cieszą się dużą popularnością” [F2U6].

W podobny sposób o zmianach infrastrukturalnych wyrażali się twórcy oferty kulturalnej, doceniając pojawienie się nowej siedziby Suwalskiego Ośrodka Kultury i wskazując na rozwój oferty kulturalnej związany z możliwościami nowego obiektu: „Zmiany są widoczne, ponieważ powstał Suwalski Ośrodek Kultury, który ma bardzo dobre warunki techniczne, piękne sale, pracowników, którzy są oddani swej pracy, jak widać i słyhać. Pojawiło się sporo ciekawych wydarzeń, opartych na naszych tutaj miejscowych muzykach, artystach i wykonawcach” [IDI3]; „Tutaj, jakby nie patrzeć, my zawsze ze sobą konkurujemy, ale powstanie Suwalskiego Ośrodka Kultury to jest jakby pewna nowa jakość. Przede wszystkim scena, której nie było, która już jest, [...] która dała dodatkowe możliwości” [IDI2]; „Przede wszystkim od trzech lat zmieniło się życie kulturalne, jakby środowisko kulturalne, dzięki nowemu budynkowi Suwalskiego Ośrodka Kultury, gdzie odbywają się najważniejsze imprezy kulturalne w Suwałkach, gdzie odbywają się koncerty, przedstawienia teatralne i inne działania nie tylko muzyczne” [IDI4]; „A jeśli chodzi o jakieś zmiany, to trochę się zmienia. SOK powstał. W mieście jest przestrzeń wspaniała do działalności kulturalnej. Ale niestety to, że się zmienił obiekt, jakoś tak nie wpłynęło na to, że jako szczególnie się zmieniło zainteresowanie kulturą, tak myślę” [IDI5].

Ostatnia z przywoływanych powyżej wypowiedzi zdradza także pewne obawy jednego z badanych. W jego mniemaniu bowiem nowoczesna i użyteczna infrastruktura oraz większe możliwości repertuarowe dysponującej budynkiem instytucji nie muszą wpływać na zwiększenie zainteresowania lokalnej społeczności wydarzeniami kulturalnymi. Innymi słowy, posiadanie nowej siedziby nie zawsze skutkuje stymulacją i napływem nowej publiczności. Co prawda, niemal dwie 2/3 respondentów (63,3%) stwierdziło, że dzięki SOK-owi częściej korzystają z kultury, w jakimś stopniu rozwiewa to więc obawę z powyższego cytatu, ale należy pamiętać, że efekt świeżości związany z nową siedzibą ośrodka kultury będzie działał tylko przez pewien czas. Według badania 28,8% suwalczan⁵⁶ deklaruje, że w ciągu następnych 12 miesięcy chciałoby aktywniej uczestniczyć w kulturze niż w ostatnim roku (62,7% uważa, że będzie uczestniczyć w kulturze z taką samą częstotliwością, 8,5% – z mniejszą). Odsetek zainteresowanych intensywniejszym uczestnictwem jest więc dość duży. Choć w pewnej mierze są to z pewnością deklaracje podobne do postanowień noworocznych, które – pomimo szczerych chęci – rzadko wypełniamy, warto jest pod-

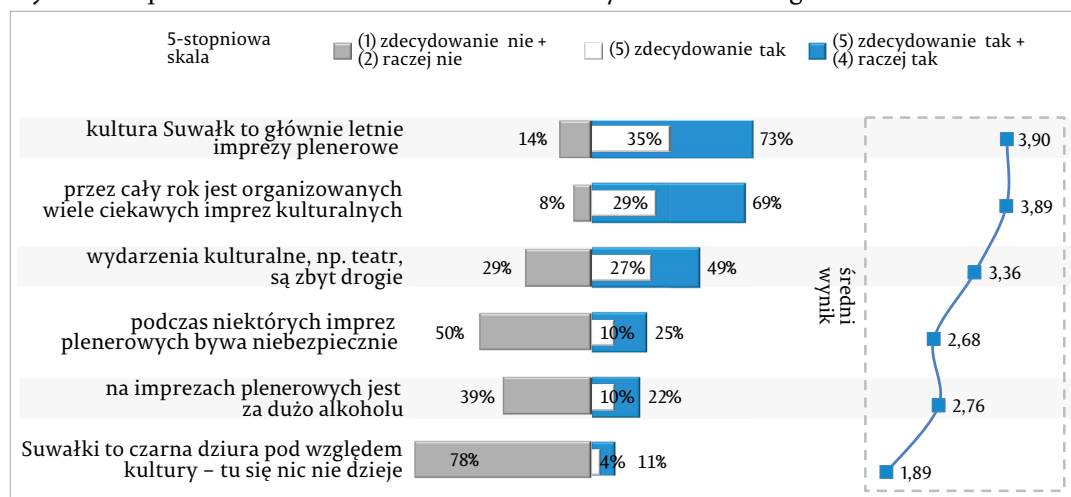
⁵⁶ Istotnie częściej były to kobiety niż mężczyźni.

trzymywać wyrosłe wokół nowej siedziby SOK-u większe zainteresowanie kulturą, przede wszystkim poprzez interesującą i stymulującą ofertę kulturalną.

Oprócz ogólnie pojętego różnicowania się i rozwijania oferty kulturalnej Suwałk w ciągu kilku ostatnich lat badani organizatorzy wskazywali także na pewne procesy kulturotwórcze. Te – w ich przekonaniu – można od pewnego czasu obserwować w Suwałkach. Wymieniano tu, po pierwsze, działania podejmowane wokół konkretnych wydarzeń, imprez kulturalnych, których formuła prężnie się rozwija. W tym kontekście przywoływano głównie Suwałki Blues Festival, który w dość krótkim czasie z przedsięwzięcia organizowanego oddolnie przerodził się w rozpoznawalne wydarzenie o zasięgu międzynarodowym: „Jakąś taką pozytywną zmianą jest Blues Festival” [IDI5]. Po drugie zaś, wskazywano na obserwowaną przez badanych mobilizację czy aktywność animacyjną pewnych środowisk. Do obu kwestii jeden z badanych odnosi się w poniższym fragmencie wywiadu: „Poza tym uaktywniły się podmioty trzeciego sektora, które też organizują ciekawe wydarzenia. Tutaj [stowarzyszenie] „Nie po drodze” chociażby, fundacja ART-S.O.S. [...]. Mamy fajne kluby, chociażby Rozmarino, bardzo przychylne artystom. Teraz widać podczas suwalskiego Blues Festivalu, że dochodzą nowe miejsca, które też zaistnieją na mapie tych koncertów klubowych, gdzie też mogą się odbywać różne wydarzenia. Znam bardzo fajnych ludzi właśnie z sektora trzeciego, którzy są bardzo uniwersalni, bo posiadając prywatne samochody, czasami nawet nie potrzebują autokarów, żeby się przemieścić na terenie Suwalszczyzny, i robią to z sercem i poświęceniem. Nawet znają się na technicznych aspektach realizacji wydarzenia, czyli dźwiękowca i oświetleniowca, żeby ograniczyć koszty. Znam stowarzyszenia i ludzi bardzo oddanych i znających się. Już od wielu lat robiących dobrą robotę. Potencjał właśnie i artystyczny, i organizacyjny jest bardzo duży” [IDI3].

Kolejnym elementem badania ilościowego związanym z ogólną oceną oferty kulturalnej było zdiagnozowanie, w jaki sposób mieszkańcy Suwałk postrzegają własne miasto pod względem kultury. W tym celu posłużono się listą stwierdzeń zbudowaną przez zespół badawczy między innymi na podstawie informacji zgromadzonych podczas wywiadów jakościowych. Wywiady telefoniczne miały zatem sprawdzić i skwantyfikować hipotezy, które zebrano po spotkaniach grupowych zarówno z uczestnikami, jak i (nie)uczestnikami życia kulturalnego w Suwałkach. Respondenci w badaniu ilościowym wyrażali własne zdanie przy pomocy 5-stopniowej skali odpowiedzi, odnosząc się do przedstawianych przez ankietera stwierdzeń. W ramach wspomnianej skali 5 oznaczało, że zdecydowanie się z nimi zgadzają, natomiast 1, że zdecydowanie się nie zgadzają. Graficzną prezentację rozkładów częstości dla każdego z badanych stwierdzeń zawiera wykres 8.

Wykres 8. Opinie mieszkańców Suwałk na temat życia kulturalnego w mieście



Źródło: opracowanie własne, CATI, N=375.

Pierwszym diagnozowanym w ten sposób wymiarem wizerunkowym dotyczącym kultury w Suwałkach była kwestia postrzegania masowych imprez plenerowych. Największy odsetek badanych (73%) zgodził się z opinią, że kultura w Suwałkach to przede wszystkim letnie imprezy plenerowe. Przeciwnego zdania było zaledwie 14% badanych.

W związku z powyższym wynikiem nieco paradoksalny może się wydawać fakt, że na pytanie „Czy przez cały rok w Suwałkach jest organizowanych wiele ciekawych imprez kulturalnych?” twierdząco odpowiada aż 69% badanych, a jedynie 8% badanych ma odmienne zdanie. Można to jednak wytłumaczyć faktem, że pomimo iż zdecydowana większość mieszkańców Suwałk postrzega kulturę własnego miasta przez pryzmat letnich, plenerowych imprez masowych, stanowiących kulminację czy kwintesencję rocznego cyklu wydarzeń kulturalnych, nie oznacza to wcale negatywnego odbioru takiego stanu rzeczy, a raczej jego akceptację. W czasie wywiadów zogniskowanych pojawiły się ponadto opinie sugerujące, że kultura w lecie powinna być nastawiona bardziej na rozrywkę, komercję i odbiorcę zewnętrznego (turystę), który „mógłby zostawić w Suwałkach pieniądze”, podczas gdy poza sezonem turystycznym oferta mogłaby być bardziej zorientowana na mieszkańców Suwałk i ich bardziej ambitne potrzeby.

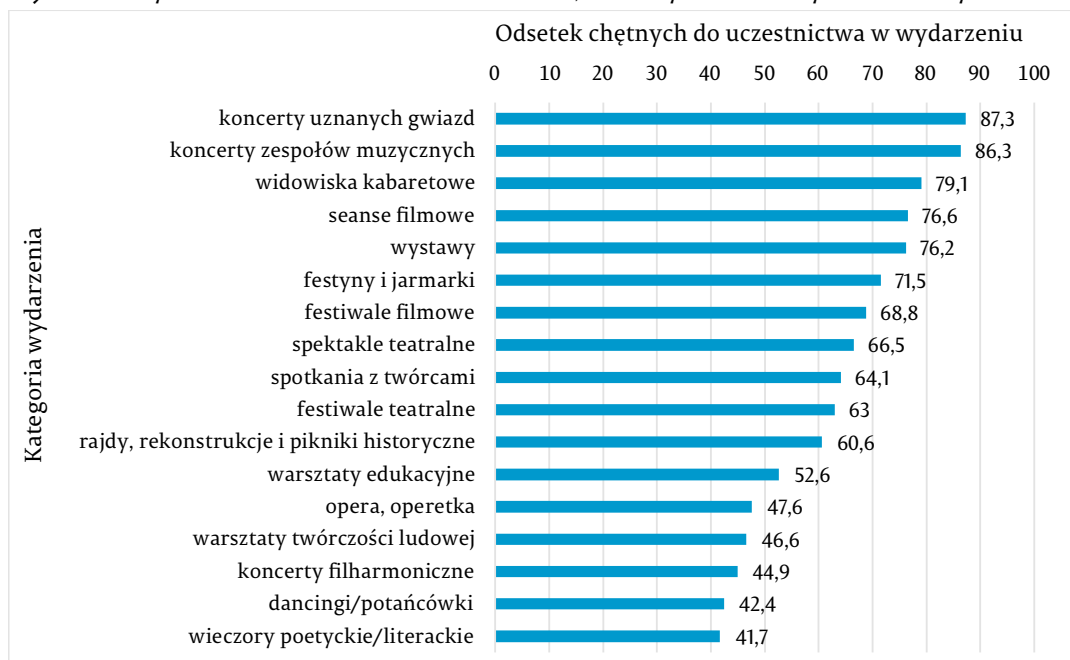
Przy okazji tematu imprez masowych spróbowano również zdiagnozować opinie mieszkańców Suwałk na temat sprzedaży alkoholu podczas tych wydarzeń oraz poczucia bezpieczeństwa podczas trwania tych imprez. Zostaną one omówione szerzej w oddzielnej części opracowania.

Kolejne badane stwierdzenie ponownie dotyczyło ogólnej oceny oferty kulturalnej. Odczytano ankietowanym zdanie o negatywnym zabarwieniu: „Suwałki to »czarna dziura« pod względem kultury – tu się nic nie dzieje”. Zdecydowana większość respondentów (78%) nie zgodziła się z tym zdaniem. Jedynie 11% badanych uznało, że jest to prawda, co daje wynik zbieżny z odpowiedziami na bezpośrednie pytanie o ocenę oferty kulturalnej Suwałk. W tamtym przypadku taki sam odsetek badanych ocenił ją słabo lub bardzo słabo.

Ostatnim wymiarem analizowanym za pomocą stwierdzeń były koszty uczestnictwa w kulturze. Również ta kwestia zostanie opisana szerzej w oddzielnej części publikacji dotyczącej barier uczestnictwa w kulturze. Wszystkie opinie respondentów na temat życia kulturalnego w Suwałkach znajdują się na umieszczonym wyżej wykresie 8.

W związku z oceną oferty kulturalnej uczestnicy badania ilościowego zostali zapytani również o to, w jakiego rodzaju wydarzeniach kulturalnych chcieliby uczestniczyć w Suwałkach. Wyniki zaprezentowano na poniższym wykresie.

Wykres 9. Wydarzenia kulturalne w Suwałkach, w których chcieliby uczestniczyć badani



Źródło: opracowanie własne, CATI, N=375.

Jak widać, najwięcej badanych mieszkańców Suwałk chętnie uczestniczyłoby w wydarzeniach muzycznych i rozrywkowych, takich jak koncerty, widowiska kabaretowe, seanse filmowe. Stosunkowo mniej oczekiwane są wydarzenia ucho-

dzące za ambitne czy wymagające, np. wieczory literackie, koncerty filharmo-
niczne, przedstawienia operowe i operetkowe, różnego rodzaju warsztaty (edu-
kacyjne, twórczości ludowej).

Naturalnie różne grupy mieszkańców oczekują odmiennej oferty kulturalnej. Badanie pokazało, że płeć w niewielkim stopniu determinuje zainteresowanie poszczególnymi kategoriami wydarzeń, z wyjątkiem rajdów, rekonstrukcji i pikników historycznych, które – zgodnie z oczekiwaniami – w większym stopniu interesują mężczyzn (66,9%) niż kobiety (55%). Zainteresowania poszczególnymi kategoriami wydarzeń różnią się natomiast w poszczególnych grupach wiekowych, choć niektóre z nich cieszą się ponadpokoleniowym zainteresowaniem. Na przykład wśród najpopularniejszych wydarzeń, na które chętnie wybraliby się przedstawiciele wszystkich kategorii wiekowych, były koncerty uznanych gwiazd oraz zespołów muzycznych. Tymczasem występy kabaretowe rzadziej interesują najstarszych odbiorców – wybrałoby się na nie 44,1% osób po 65. roku życia, podczas gdy średnia dla pozostałych kategorii wiekowych wynosi 85%. Zainteresowaniem tego segmentu respondentów nie cieszą się też seanse filmowe. W kategoriach wiekowych powyżej 50. roku życia chciałoby z nich korzystać średnio 57,7% mieszkańców Suwałk, podczas gdy dla młodszych roczników średnia wynosi 88,8%. Ranking najpopularniejszych kategorii wydarzeń dla każdego z badanych przedziałów wiekowych prezentuje tabela 15.

Tabela 15. Typy wydarzeń, w których badani chcieliby wziąć udział (według popularności w kategoriach wiekowych)

Miejsce w rankingu	Kategoria wiekowa				
	15–24	25–34	35–49	50–64	65+
1	widowiska kabaretowe	koncerty zespołów muzycznych	koncerty uznanych gwiazd	koncerty uznanych gwiazd	wystawy
2	seanse filmowe	seanse filmowe	koncerty zespołów muzycznych	widowiska kabaretowe	koncerty zespołów muzycznych
3	koncerty zespołów muzycznych	koncerty uznanych gwiazd	seanse filmowe	wystawy	koncerty uznanych gwiazd
4	spotkania z twórcami	widowiska kabaretowe	widowiska kabaretowe	koncerty zespołów muzycznych	festyny i jarmarki
5	festiwale filmowe	festiwale filmowe	festiwale filmowe	festiwale teatralne	spotkania z twórcami

Źródło: opracowanie własne.

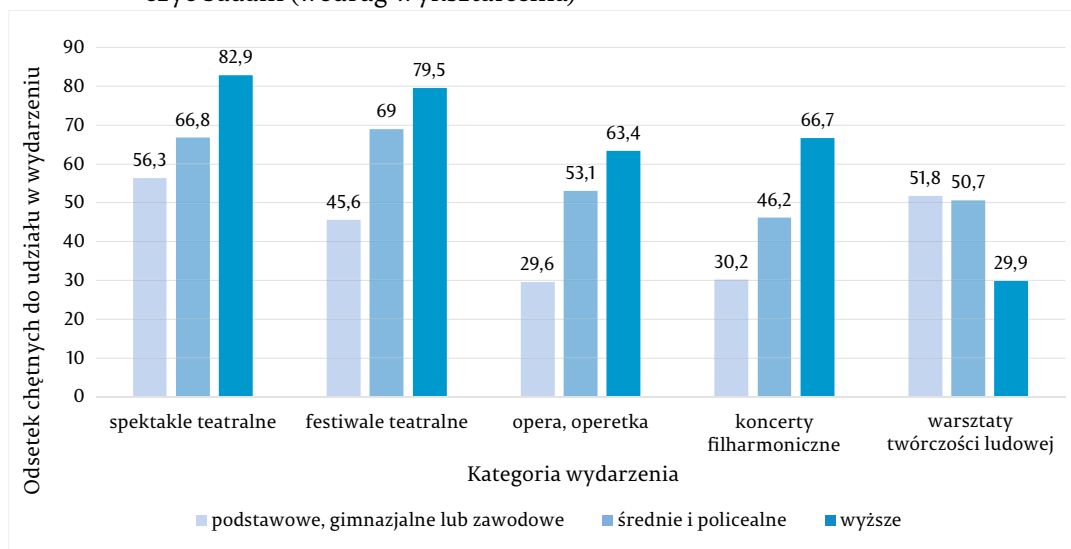
Ranking pokazuje, że odbiorcy kultury w wieku 15–49 lat posiadają podobne preferencje co do oczekiwanych kategorii oferowanych wydarzeń – warto zwrócić uwagę na dość wysoką pozycję seansów oraz festiwali filmowych. Analiza kalendarza kultury pozwala stwierdzić, że festiwalowe wydarzenia filmowe w Suwałkach to przede wszystkim repliki wydarzeń z innych miast, brakuje być może w tej kategorii wydarzenia stworzonego oddolnie i związanego z miastem. W najstarszych kategoriach wiekowych popularne stają się również inne typy imprez, kojarzone zarówno z kulturą wymagającą, np. festiwale teatralne, wystawy, spotkania z twórcami kultury, jak i z rozrywką, np. festyny i jarmarki (w grupie odbiorców 65+).

Co ciekawe, spotkania z twórcami pojawiają się jako oczekiwane wydarzenia zarówno wśród najstarszych, jak i najmłodszych odbiorców. Oczywiście badani prawdopodobnie mieli na myśli inne kategorie twórców. Podczas wywiadów zogniskowanych jeden z młodszych badanych oczekiwał na przykład organizacji spotkań ze znanymi pisarzami z nurtu science fiction i fantasy (np. z Andrzejem Sapkowskim); trudno się spodziewać, że tego rodzaju wydarzenie cieszyłoby się dużym zainteresowaniem wśród najstarszych odbiorców. Niemniej warto zwrócić uwagę, że dla niektórych kategorii odbiorców spotkania z twórcami są istotnym, oczekiwanym elementem suwalskiego życia kulturalnego.

Widać, że najbardziej otwarte na zróżnicowaną ofertę kulturalną są osoby w wieku 25–34 lata. Aż 11 z 17 kategorii wydarzeń, o które pytano, zebrało powyżej 70% pozytywnych odpowiedzi, co oznacza, że badani chętnie by w nich uczestniczyli. Dla przedziału 18–24 lata było to 8 kategorii wydarzeń, 35–49 lat – 7 kategorii, 50–64 lata – 5 kategorii, powyżej 65. roku życia – 4 kategorie. Pokazuje to, że starsi wiekiem uczestnicy kultury częściej zamykają się w określonych kategoriach wydarzeń, które uważają za odpowiednie do swojego wieku lub możliwości finansowych, tracąc tym samym zainteresowanie innymi elementami oferty kulturalnej.

Również wykształcenie wpływa na oczekiwania względem oferty kulturalnej, przynajmniej w niektórych aspektach. O ile bowiem w przypadku wydarzeń masowych i rozrywkowych respondenci wypowiadali się podobnie bez względu na poziom formalnej edukacji, o tyle różnice stają się wyraźne w odniesieniu do kategorii wydarzeń kojarzonych z kulturą wymagającą (por. dane na wykresie 10).

Wykres 10. Wybrane wydarzenia kulturalne w Suwałkach, w których chcieliby uczestniczyć badani (według wykształcenia)



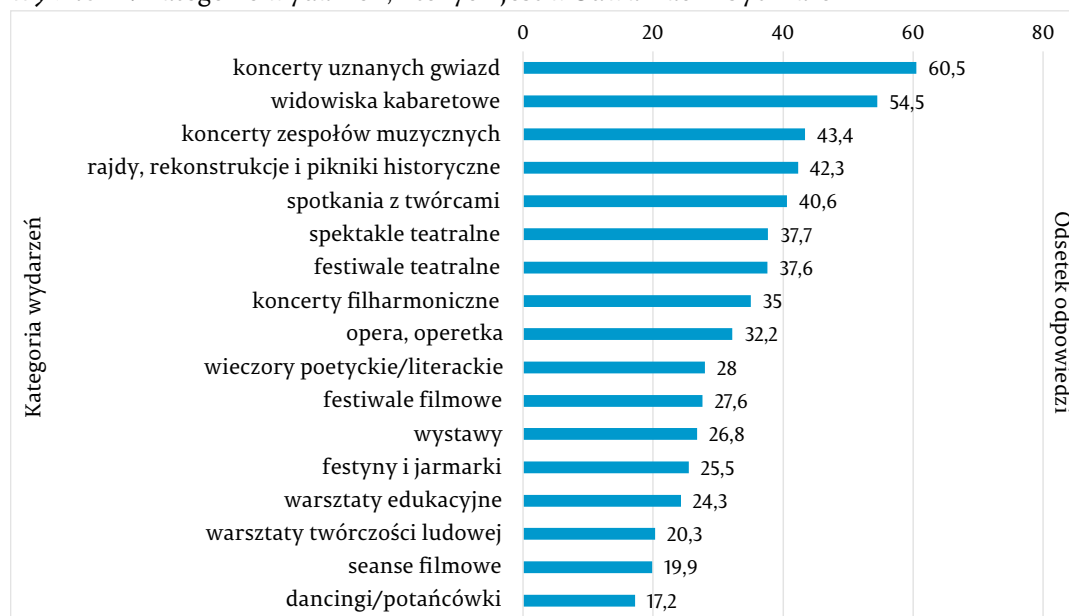
Źródło: opracowanie własne.

Chęć udziału w wydarzeniach, takich jak spektakle i festiwale teatralne, opera i operetka oraz koncerty filharmoniczne, zdecydowanie rośnie wśród badanych o wyższym wykształceniu wyższym. Przy tym warto zwrócić uwagę, że festiwale oraz spektakle teatralne cieszą się także stosunkowo dużym zainteresowaniem badanych z niższym wykształceniem, prawdopodobnie dzięki skojarzeniom lub doświadczeniom z lżejszymi, łatwiejszymi formami, takimi jak komedie i farsy lub niektóre formy teatrów ulicznych. Podobnego zainteresowania brakuje natomiast choćby w przypadku koncertów filharmonicznych, które w powszechnym przekonaniu są wydarzeniami dość hermetycznymi, wymagającymi od odbiorcy odpowiednich kompetencji. Na wykresie zamieszczono również kategorię „warsztaty twórczości ludowej”. Tylko w tym przypadku zależność chęci uczestnictwa i wykształcenia badanych była odwrotna – respondenci z wykształceniem wyższym są mniej zainteresowani uczestnictwem. Wynik ten wydaje się dość interesujący. Z jednej strony osoby z wykształceniem wyższym mogą postrzegać kulturę ludową jako mniej interesującą czy w inny sposób „gorszą” od kultury wymagającej (czy – jak mogliby to określić sami badani – kultury wysokiej). Co więcej, zaledwie co ósmy badany przez nas mieszkaniec Suwałk z wykształceniem wyższym pochodzi ze wsi, kultura ludowa może więc wydawać się większości wykształconym respondentom czymś obcym. Niemniej jednak, biorąc pod uwagę silnie rozwijający się od dłuższego czasu i modny w największych miastach Polski nurt kultury czy designu nawiązujący do estetyki ludowej bądź też pozytywny klimat dla kultury tradycyjnej w związku z przyjęciem uchwały Sejmu,

ustanawiającej rok 2014 rokiem Oskara Kolberga, brak zainteresowania wykształconych mieszkańców Suwałk kulturą ludową może nieco zaskakiwać. Tym bardziej, że tradycje kultury ludowej na Suwalszczyźnie są współcześnie prezentowane na różne sposoby⁵⁷. Być może wynika to częściowo z braku większej liczby wydarzeń, które prezentowałyby kulturę tradycyjną w nowoczesnej formie, z wykorzystaniem nowych mediów, w języku atrakcyjnym dla młodszych pokoleń. Zainteresowanie warsztatami twórczości ludowej jest bowiem najniższe wśród badanych przed 35. rokiem życia (średnio 38,2%, podczas gdy dla starszych średnia wynosi 52%). Nie wartościując nikłego zainteresowania osób wykształconych uczestnictwem w wydarzeniach związanych z kulturą ludową, warto zwrócić uwagę, że na tym polu widać duży potencjał rozwoju lokalnej kultury.

Uczestników badania zapytano również, czy pewnych kategorii wydarzeń jest w Suwałkach zbyt dużo lub zbyt mało. Zgodnie z popularnym powiedzeniem, że „od przybytku głowa nie boli”, badani suwalczanie w żadnym razie nie uważają, że któryś z typów wydarzeń kulturalnych pojawia się zbyt często (poszczególne kategorie zebrały 0–3,1% wskazań). Warto natomiast dokładniej przyjrzeć się odpowiedziom na pytanie, jakiego rodzaju wydarzeń jest w mieście za mało.

Wykres 11. Kategorie wydarzeń, których jest w Suwałkach zbyt mało



Źródło: opracowanie własne.

⁵⁷ Wspomnieć można o takich wydarzeniach, jak Suwalski Tabor Domu Tańca, por. <http://domtanca.art.pl/modules.php?name=Content&pa=showpage&pid=118> [dostęp: 1.07.2015], lub festiwal Oj Wiosna Ty Wiosna, por. <http://ojwiosna.krusznia.org/festiwal-2015/Program/> [dostęp: 1.07.2015].

Ranking wydarzeń, których jest według badanych zbyt mało, nie pokrywa się w całości z rankingiem wydarzeń, w których sami chętnie by uczestniczyli, chociaż trzy pierwsze kategorie – koncerty zespołów muzycznych oraz uznanych gwiazd i widowiska kabaretowe – są w obu przypadkach takie same. Generalnie rzecz biorąc, suwalczanie uważają, że zbyt mało jest takich wydarzeń, które można byłoby określić jako eventy, a więc duże wydarzenia łączące różne doznania. Należą do nich nie tylko wymienione wyżej kategorie, ale również rajdy, rekonstrukcje i pikniki historyczne czy festiwale teatralne. Rzadziej odczuwany jest brak wydarzeń z natury bardziej kameralnych lub kojarzonych z kulturą wymagającą.

Poniższa tabela pokazuje typ wydarzeń, które w poszczególnych kategoriach wiekowych zostały uznane za organizowane zbyt rzadko. Podobnie jak w przypadku wydarzeń, w których respondenci chcieliby uczestniczyć, preferencje najstarszych pokoleń suwalczan odbiegają od upodobań pozostałych mieszkańców. Wśród osób powyżej 50. roku życia najczęściej zwracano uwagę na niedostatek takich wydarzeń, jak spektakle i festiwale teatralne, spotkania z twórcami, opery i operetki. Z drugiej strony należy jednak zauważyć, że najstarsi badani rzadziej niż inni zgłaszali, że danej kategorii wydarzeń jest w Suwałkach zbyt mało. Wiąże się to z opisanymi wyżej mniej zróżnicowanymi zainteresowaniami kulturalnymi najstarszych odbiorców kultury.

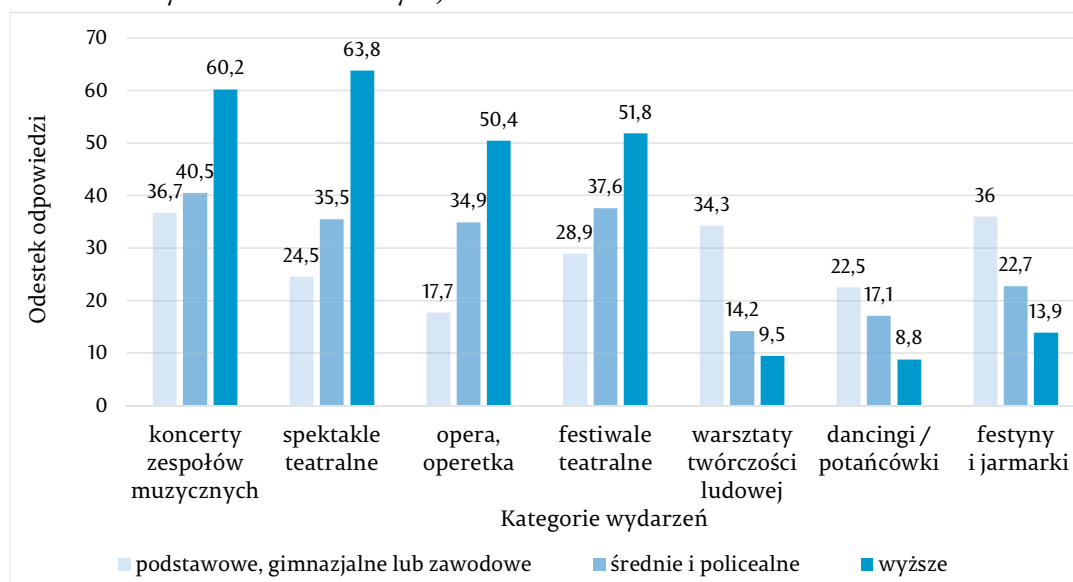
Tabela 16. Typy wydarzeń, których jest zbyt mało (według kategorii wiekowych)

Miejsce w rankingu	Kategoria wiekowa				
	15–24	25–34	35–49	50–64	65+
1	widowiska kabaretowe	koncerty uznanych gwiazd	koncerty uznanych gwiazd	koncerty uznanych gwiazd	spektakle teatralne
2	koncerty uznanych gwiazd	widowiska kabaretowe	widowiska kabaretowe	widowiska kabaretowe	spotkania z twórcami
3	spotkania z twórcami	koncerty zespołów muzycznych	koncerty zespołów muzycznych	festiwale teatralne	koncerty filharmoniczne
4	koncerty zespołów muzycznych	rajdy, rekonstrukcje i pikniki historyczne	rajdy, rekonstrukcje i pikniki historyczne	opera, operetka	rajdy, rekonstrukcje i pikniki historyczne
5	koncerty filharmoniczne	festiwale filmowe	festyny i jarmarki	spektakle teatralne	opera, operetka

Źródło: opracowanie własne.

Zmienne, takie jak płeć, sytuacja finansowa gospodarstwa domowego lub miejsce pochodzenia, właściwie nie różnicują stwierdzeń dotyczących braków w suwalskiej ofercie kulturalnej. Do wyjątków należy wpływ sytuacji finansowej na zauważanie zbyt małej liczby koncertów uznanych gwiazd. Prawdopodobnie osoby mniej zamożne, licząc się z tym, że wyjście na koncert takiego wykonawcy wiąże często się z koniecznością wydania dużej sumy pieniędzy, nie odczuwają braku takich wydarzeń równie często jak osoby zamożne, dla których ekonomiczny aspekt uczestnictwa w kulturze nie jest aż tak istotny. Dość ważną zmienną różnicującą odpowiedzi na pytanie o braki w ofercie kulturalnej ponownie okazało się wykształcenie.

Wykres 12. Wybrane wydarzenia kulturalne, których w Suwałkach jest zbyt mało (według wykształcenia badanych)



Źródło: opracowanie własne.

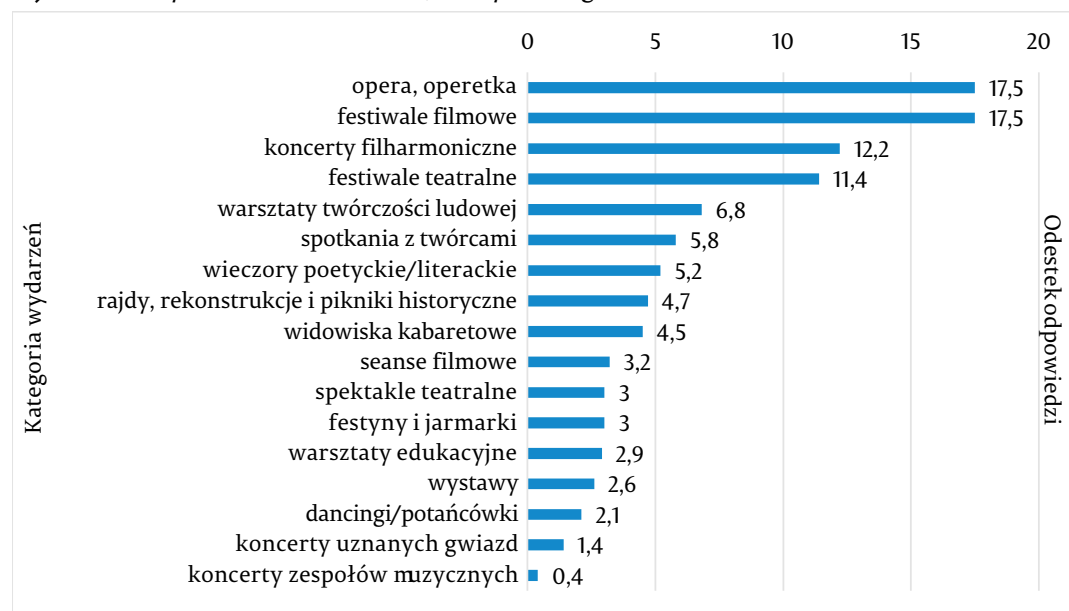
Osoby z wykształceniem wyższym znacznie częściej odczuwały niedostatek koncertów zespołów muzycznych, przedstawień operowych i operetkowych oraz spektakli i festiwali teatralnych. W trzech przypadkach zależność była odwrotna, to znaczy wyższe wykształcenie sprawiało, iż badani rzadziej deklarowali, że pewnego typu wydarzeń jest w Suwałkach zbyt mało. Taka sytuacja miała miejsce w przypadku dancingów, potańcówek oraz festynów i jarmarków, czyli wydarzeń, które można uznać za masową, mało wymagającą rozrywkę. Podobnie odpowiedzi rozłożyły się w przypadku kategorii „warsztaty kultury ludowej”, co – jak pisaliśmy już wcześniej – wydaje się nieco zaskakujące. W każdym razie trzy ostatnie kategorie

w całej społeczności Suwałk stosunkowo rzadko były uznawane za organizowane niewystarczająco często.

Przy okazji pytania o to, jakich wydarzeń jest w Suwałkach zbyt dużo lub zbyt mało, respondenci mogli również odpowiedzieć, których kategorii imprez kulturalnych nie ma według nich w ogóle. Z takich stwierdzeń nie da się oczywiście wywnioskować, czy badanym brakuje konkretnych typów wydarzeń. Można wyobrazić sobie bowiem sytuację, w której badany stwierdza brak jakiegoś wydarzenia, ale z jakiegoś względu uznaje to za stan neutralny lub nawet pożądany. Uzyskane dane mogą pokazać natomiast, czy jakieś wydarzenia, które w rzeczywistości istnieją w kalendarzu suwalskich imprez, nie pozostają przez mieszkańców nierozpoznane. Jako przykład może tu posłużyć sytuacja z jednego z wywiadów fokusowych [F2U]. Kiedy podczas rozmowy jedna z uczestniczek twierdziła, że w Suwałkach powinny pojawić się występy teatrów ulicznych, inny z rozmówców pospieszył z wyjaśnieniem, że takie wydarzenia odbywają się w mieście już od 10 lat (miał na myśli festiwal Teatr-Akcje). Można więc przypuszczać, że przynajmniej w tym konkretnym przypadku lepsza promocja i informacja wydarzenia mogłaby skłonić do udziału potencjalnie zainteresowane osoby.

W przypadku poszczególnych kategorii wydarzeń od 0,4% do 17,5% badanych suwalczan stwierdziło ich zupełny brak. Dokładne wyniki pokazane są na poniższym wykresie.

Wykres 13. Wydarzenia kulturalne, których w ogóle nie ma w Suwałkach



Źródło: opracowanie własne.

Mniej więcej co szósty badany stwierdził, że w Suwałkach nie ma żadnych przedstawień operowych i operetkowych oraz festiwali filmowych. Blisko co ósmy mówił o zupełnym braku koncertów filharmonicznych oraz festiwali teatralnych. Stwierdzenia te nie mają pełnego pokrycia w rzeczywistości. Przedstawienia operowe i operetkowe oraz koncerty filharmoniczne zdarzają się choćby w gościnnych wykonaniach artystów z innych ośrodków. Koncerty muzyki poważnej są również często organizowane przez Państwową Szkołę Muzyczną, o czym kilkakrotnie wspomniano podczas wywiadów zogniskowanych. W suwalskiej ofercie można znaleźć repliki festiwali filmowych, a jeśli chodzi o festiwale teatralne, aktualnie w mieście organizowane są przynajmniej dwa takie wydarzenia o długiej tradycji – wspomniane wyżej Suwalskie Teatr-Akcje oraz Międzynarodowy Festiwal Teatrów Dzieci i Młodzieży Wigraszek. Można domniemywać, że badani, którzy stwierdzili, że takich wydarzeń nie ma, w zdecydowanej większości nie są takimi imprezami kulturalnymi w ogóle zainteresowani, inaczej dotarliby do informacji na ich temat. Nie można jednak wykluczyć, że pewna grupa mieszkańców – w rozdziale poświęconym uczestnictwu opisujemy ją na przykład jako (nie)uczestników pasywnych – mogłaby zainteresować się tymi wydarzeniami, gdyby tylko informacje na ich temat dotarły do nich odpowiednimi kanałami i w odpowiedniej formie. Innymi słowy, przynajmniej w niektórych przypadkach problemem wydaje się być niewystarczająco skuteczna promocja wydarzeń. Dotyczy to chyba szczególnie wydarzeń organizowanych cyklicznie, przede wszystkim festiwali teatralnych, które – w odróżnieniu od imprez jednorazowych – poprzez sam fakt powtarzalności powinny dotrzeć do szerszych grup potencjalnych odbiorców. Co istotne, w przypadku czterech opisanych wyżej kategorii najczęściej ich zupełny brak zgłaszali respondenci z wykształceniem wyższym. Brak wiedzy o imprezach nie jest więc prawdopodobnie efektem niskich kompetencji badanych, którzy nie interesują się kulturą i mają jedynie wyrywkową wiedzę na temat suwalskich wydarzeń. Jest to raczej problem wymiany informacji pomiędzy organizatorami a potencjalnymi odbiorcami bądź też wyraz frustracji odbiorców, czyli deklaracja mówiąca właściwie: „tu nie ma prawdziwych przedstawień operowych, festiwali filmowych itd.”. W rzeczywistości ta druga ewentualność również częściowo sprowadza się do niewystarczającej komunikacji pomiędzy podmiotami przygotowującymi ofertę a potencjalnymi uczestnikami wydarzeń, chociaż chodzi tu również o brak określonych instytucji kultury, np. stałego teatru.

O IMPREZACH CYKLICZNYCH I NOWYCH FORMUŁACH

Podczas wywiadów zogniskowanych z uczestnikami kultury pytaliśmy także o wydarzenia cykliczne, czyli takie, które w identycznej lub podobnej formule proponuje się suwalczanom na przestrzeni dłuższego czasu, informując o kolejnych edycjach czy odsłonach danego przedsięwzięcia. Przy okazji pytań o cykle, stawialiśmy również pytania o nowości, prosząc badanych o ustosunkowanie się do ewentualnego pojawienia się innowacyjnych (w formie i treści) inicjatyw czy imprez kulturalnych. Większość uczestników kultury zdecydowanie opowiadała się za wydarzeniami cyklicznymi, które wybiera przede wszystkim ze względu na ich przewidywalność. Owa przewidywalność dotyczyła tu zarówno formy czy treści konkretnych przedsięwzięć, jak również ich terminu czy umiejscowienia „[...] o cykliczności mówimy wtedy, kiedy wiemy, że coś się odbywa i ja mogę sobie przyplanować. Może dziś nie pójdę, jutro nie pójdę, a już pamiętam, że to jest. Ta cykliczność ma swoje zalety” [F1U2].

Pojawiały się także głosy zniecierpliwienia czy nawet znudzenia wydarzeniami cyklicznymi, odbywającymi się po wielokroć dokładnie w tej samej formie. Wyraziła je jedna z młodszych uczestniczek wywiadów: „Cykliczność może po pewnym czasie po prostu nudzić. Po dłuższym czasie nawet ta najlepsza rzecz staje się nudna” [F1U8]. Na tę wypowiedź zareagował inny badany, przedstawiciel starszego pokolenia, wskazując na pewne walory edukacyjne wydarzeń cyklicznych. Jego zdaniem przedsięwzięcie organizowane systematycznie, przez wiele lat ma szansę angażować nową, młodszą publiczność: „Ale nie zapominajmy, że ktoś przestaje chodzić, a ktoś zaczyna chodzić!” [F1U2].

Inny badany uczestnik kultury, współpracujący z jedną z organizacji pozarządowych⁵⁸, wyraził także obawy, by tak rzecz, właściwe organizatorom imprez

⁵⁸ O tym fakcie dowiedzieliśmy się podczas trwania wywiadu. Badany został zaproszony do wywiadu na podstawie cech dobru przewidzianych dla uczestników kultury i w tym charakterze wziął w nim udział.

kulturalnych. Zwrócił uwagę na dwie kwestie. Po pierwsze – na fakt, że wydarzenia organizowane cyklicznie „wychowują” sobie grono bywalców, czyli takich odbiorców, którzy są lojalni wobec wybranego wydarzenia i jego formuły. Po drugie zaś – na to, że realizowanie kolejnych edycji wydarzenia zwykle wiąże się z rosnącymi oczekiwaniami takich lojalnych odbiorców, w związku z czym zaspokajanie coraz większego apetytu publiczności musi przełożyć się na wzmożoną pracę i zaangażowanie podmiotów organizujących wydarzenia kulturalne: „[Podczas imprez cyklicznych] zawsze spotyka się dużo znajomych zainteresowanych kulturą. Lubię [imprezy cyklicznej], natomiast mam duże oczekiwania co do kolejnych edycji i jeżeli ktoś tam wypada, artysta nie przyjeżdża, to jakoś tak jest, jakiś taki zawód, więc generalnie chciałbym, żeby to się rozwijało i dbano jednak o ten poziom. Zdaję sobie sprawę, że to są po prostu pieniądze i jakieś wydarzenia losowe, ale jeżeli na jedną edycję pójde i mi się nie spodoba, to się zastanawiam na przyszły rok” [F2U3].

Uczestnicy kultury gremialnie deklarowali zainteresowanie nowymi formułami wydarzeń kulturalnych, podkreślając jednocześnie, że suwałscy organizatorzy sięgają po nie stosunkowo rzadko. Młodszy badani, pytani o nowe przedsięwzięcia, wymieniali m.in. spotkania literackie z rozpoznawalnymi polskimi pisarzami, festiwal literacki uwzględniający literaturę fantasy czy koncerty muzyki metalowej. W istocie wskazywali zatem na rozpoznawalną formułę (np. spektakl, koncert, spotkanie autorskie), wypełnioną interesującą i nową dla badanych treścią. Pojawiały się również przykłady nowych wydarzeń, które w Suwałkach zorganizowano, ale badani z różnych przyczyn nie wzięli w nich udziału. W poniższej wypowiedzi jeden z uczestników kultury wskazuje na ograniczenia ekonomiczne, które utrudniły mu udział w wybranym wydarzeniu: „Ja jestem ciekawski [wobec] nowych wydarzeń, bo jak słyszę Blues Festival, to OK, znowu, to mi się nie chce. Ale na przykład jakieś dwa lata temu był konwent – to takie spotkanie różnych ludzi, o różnych zainteresowaniach związanych z komputerami i bardzo się tym zaciekawilem. Poszedłem do SOK-u i nie chcę tutaj nic niemiłego gadać na SOK, ale troszeczkę mnie to dotknęło, bo cena..., po prostu żeby wejść tylko do SOK-u, trzeba było zapłacić 30 zł, żeby popatrzeć, jak ludzie gadają. Ale z drugiej strony – były różne gry miejskie, odwzorowanie bitwy ze średniowiecza i to mnie, szczerze mówiąc, przyciągnęło. Gdyby było to znowu, tobym poszedł!” [F2U2].

Z kolei przedstawiciele starszych generacji, pytani o nowe wydarzenia, częściej zgłaszali propozycje powrotu do niegdysiejszych form aktywności kulturalnej, co właściwie odpowiada wynikom badania ilościowego, mówiącym, że osoby starsze zawężają swoje oczekiwania wobec oferty kulturalnej. Badani wyrażali tu głównie

tęsknotę za potańcówkami czy dancingami organizowanymi z myślą o mieszkańcach miasta, ale także o turystach. Podkreślali też konieczność zadbania o dobrą atmosferę i niełączenie tego rodzaju imprez ze sprzedażą alkoholu: „Ja takie dancingi pamiętam sprzed kilkunastu lat [...]. Tego nie ma” [F1U1]; „Wiecie, o co ludzie pytają, jak przyjeżdżają do nas na kajaki? Starsze osoby o to pytają. Gdzie można wyjść w Suwałkach i potańczyć? Tego nie ma” [F1U5]. Podobną potrzebę sygnalizowała także badana biorąca udział w wywiadzie grupowym z (nie)uczestnikami kultury: „Ja lubię tańczyć, ale nie mam gdzie. Poszłabym na dyskotekę też, gdzie jest młodzież, ale... potrzebuję towarzystwa. Może ludzie boją się tej rozrywki...?” [F2N7].

Niektórzy uczestnicy kultury, pytani o nowości kulturalne, jakich oczekiwaliby w Suwałkach, sygnalizowali również zainteresowanie wydarzeniami performatywnymi, kojarzonymi z obszarem sztuki współczesnej. Przy tej okazji wymieniano potrzebę uczestnictwa w spektaklach teatrów ulicznych bądź w innych działaniach performatywnych, wymykających się sztywnym podziałom na konkretne dziedziny sztuki: „Ja w tych teatrach ulicznych to miałam okazję uczestniczyć, chociaż były w Trójmieście. [Pytanie moderatorki: Gdyby podobne wydarzenie odbywało się w Suwałkach, byłabyś nim zainteresowana?]. Oczywiście, że tak!” [F2U6].

Niejako w odpowiedzi na powyższą deklarację, jeden z badanych podkreślał, że tego rodzaju działania kulturalne w Suwałkach istnieją, tyle że z uwagi na nieinstytucjonalny status i możliwości proponujących je organizatorów mają stosunkowo mały zasięg: „Od 10 lat organizujemy takie rzeczy ze stowarzyszeniem [tu pada nazwa stowarzyszenia], gdzie wchodzimy w takie przestrzenie, że może nawet ktoś, kto dba o porządek i jest odpowiedzialny, nie za bardzo nawet by chciał, żebyśmy tam wchodzili, natomiast ze względu jakoś tak na ukształtowanie, na jakąś historię [związaną z tymi miejscami], my tam wchodzimy [...]. [Mowa tu o] jakichś kamienicach, podwórkach, jest ten Kaczy Dołek na Północy, który ze względu na to, że się tam pojawiliśmy ze spektaklami, zaczął się zmieniać. Ktoś zauważył, że trzeba tam trzeba zadbać na przykład o zieleń...” [F2U3].

Zdecydowanie najlepiej rozpoznawanym cyklicznym wydarzeniem kulturalnym w Suwałkach jest organizowany od 2008 r. Suwałki Blues Festival. Analizując materiał badawczy zgromadzony podczas wywiadów fokusowych i pogłębionych, można również stwierdzić, że jest to wydarzenie najlepiej oceniane przez zaproszonych do badań suwalczan. Wprawdzie na nieco inne jego aspekty zwracają uwagę uczestnicy kultury, na jeszcze inne (nie)uczestnicy czy twórcy oferty kulturalnej, niemniej uznanie, jakim cieszy się suwalski festiwal bluesa i szacunek wyrażany wobec wysiłków jego dyrektora artystycznego, wydają się szczególne.



Uczestnicy kultury mówili o wspomnianym festiwalu już w pierwszych minutach obu wywiadów, opisując owo przedsięwzięcie jako wydarzenie charakterystyczne dla Suwałk i kojarzące się z miastem: „Charakterystyczna [dla Suwałk] jest muzyka! Blues Festival jest znany w Polsce” [F2U1]; „Ludzie rzeczywiście to kojarzą z Suwałkami i tutaj przybywają, żeby posłuchać tych koncertów. Tak klimatycznie można jak gdyby się tam odnaleźć [...]. Oprócz tych takich dostępnych dla wszystkich są też takie koncerty kameralne, gdzie można uczestniczyć w mniejszym gronie...” [F2U4].

Zaznaczyć należy, że nasi rozmówcy bardzo chętnie opowiadali zarówno o doświadczeniu uczestnictwa w festiwalowych koncertach, jak i o atmosferze towarzyszącej temu przedsięwzięciu. Jak twierdzili badani, owo wydarzenie cechuje specyficzny twórczy ferment, który podczas trwania festiwalu „rozlewa się” na miasto. I fakt ten zdaje się cieszyć mieszkańców Suwałk. Świadczyć o tym mogą następujące wypowiedzi badanych: „Miasto ma wtedy niespotykany klimat. Zupełnie wtedy inaczej żyje. My tak nie byliśmy do tego przyzwyczajeni. W parku na trawie każde miejsce zajęte” [F2U6]; „Wiem, że ludzie z całej Polski specjalnie na ten festiwal przyjeżdżają, co roku [...]. I są fajne gwiazdy. Jak ktoś się naprawdę bluesem interesuje, to były tu słynne gwiazdy ze Stanów czy Wielkiej Brytanii, Litwy, Łotwy” [F1U7].

Uczestnicy kultury byli też zgodni co do tego, że Suwałki Blues Festival powinien stać się kulturalną wizytówką miasta, twierdząc, po pierwsze, że festiwal de facto już pełni tę rolę: „Na pewno suwalski Blues Festival jest taką wizytówką od kilku lat” [F2U4]. Po drugie zaś, zaznaczając, że najlepiej spośród wszystkich wydarzeń kulturalnych organizowanych w Suwałkach się do tej roli nadaje: „Na pewno ten Blues Festival nasz powinien być promowany i dotowany. Należy dbać o to, bo on ma już renomę” [F1U5].

W swoich wypowiedziach uczestnicy kultury często podkreślali, że niekwestionowaną zaletą Suwałki Blues Festival jest pasja i zaangażowanie dyrektora artystycznego festiwalu, leżąca u podstaw całego przedsięwzięcia. Inaczej mówiąc, badani kilkakrotnie wspominali o prężnym rozwoju festiwalu, każdorazowo kojarząc go z inwencją dyrektora-pasjonata i współpracujących z nim ludzi. Co ciekawe, kilkoro badanych wyraźnie oddzielało rzeczywistych organizatorów, zaangażowanych w ideę festiwalu, od tych, których nazwać można instytucjonalnymi, tj. takich, którzy widzą w wydarzeniu wyłącznie potencjał marketingowy (również w rozumieniu marketingu miasta). Tę sytuację obrazują poniższe wypowiedzi badanych uczestników kultury: „Z kulturą jest tak, że trzeba coś wypracować. Krążymy wokół tego Blues Festivalu, ale to ładnie tak się coraz częściej mówi:



»marka miasta«. Marka ma to do siebie, że trzeba nie tylko o nią dbać, ale rozwijać [ją]. [...] Ja uważam, że Blues Festival to miasto sponsoruje wtedy, kiedy ci organizatorzy, ci spontaniczni się postarają i to jest na takiej zasadzie, że ci chodzą i już coś naprawdę znajdują, to wtedy miasto łaskawie się zastanowi, czy to promować [...]. Natomiast jak padło już na temat Blues Festivalu, formuła jest fajna! Powinniśmy to robić! Chyba zapominają co niektórzy, że blues[owych] festiwalu to w Polsce jest mnóstwo, więc po to, żeby zaistnieć, to naprawdę trzeba napracować się, no a w dzisiejszych czasach bez pieniędzy to...” [F1U2]; „Ale... żeby dbać o to! [o stałe finansowanie festiwalu], bo w ubiegłym roku ciężko było zebrać pieniądze na Suwałki Blues Festival, żeby to w ogóle się odbyło! [...] nasze miasto, to nie wysypuje z rękawa pieniędzy, dopóki nie znajdziemy sponsorów” [F1U5].

(Nie)uczestników kultury nie pytaliśmy o ich doświadczenia związane z festiwalem, ale prosiliśmy m.in. o rozdysonowanie w imieniu władz miasta pewnej hipotetycznej kwoty pieniędzy. Badani mieli wybrać cele czy obszary, na które przeznaczają środki finansowe. Pośród kilku przedstawionych propozycji znalazła się również ta dotycząca dofinansowania działań kulturalnych, bowiem (nie)uczestnicy uznali, że jest to skuteczny sposób na promocję miasta i uwolnienie Suwałk od skojarzenia z mapą pogody. Właśnie w tym kontekście przywołano Suwałki Blues Festival, a jedna z badanych w następujący sposób uzasadnia potrzebę jego (hipotetycznego) dofinansowania: „Sopot z czym kojarzymy? Z festiwalem! Opole z festiwalem, Warszawę znamy, bo Pałac Kultury jest – takimi kategoriami [myślą ludzie]. Więc jeśli będzie się kojarzyć miasto Suwałki z bluesem [...], jeśli będzie popularyzacja tego przez bluesa, bo [to] jedyne, czym się możemy pochwalić..., bo na razie wszystkim się kojarzymy, że jest zimno. A tutaj na przykład wypromowanie bluesa przyciągnie ludzi..., a to wcale nie znaczy, że będą bilety drogie, żeby zerznąć z turystów, tylko właśnie chodzi o to, że tanim kosztem, że oni byli w Suwałkach i za coś fajnego zapłacili, oni byli na bluesie i jadą w Polskę! [i informacja rozprzestrzenia się tzw. pocztą pantoflową]. I będzie, że w Suwałkach najzimniej, ale tam fajnie było!” [F1N4].

Stosunkowo najbardziej krytyczni wobec Blues Festivalu są twórcy oferty kulturalnej, choć i ci podkreślają, że jest to wydarzenie ważne dla Suwałk i że jest ono organizowane w sposób profesjonalny i przemyślany. Jeden z naszych rozmówców podkreślał także, że jest to przedsięwzięcie angażujące lokalną społeczność, a twórcy imprezy wciąż starają się o nowe lokalizacje dla bluesowych koncertów. W związku z tym różnicują się formuły uczestnictwa w festiwalu, przez co bierze się pod uwagę różnych jego odbiorców (np. mieszkańców miasta

i gościnną publiczność, tych, którzy preferują kameralne koncerty, i tych, którzy wolą duże plenerowe eventy, wielbicieli tzw. jam sessions itd.).

Słowa krytyki twórcy oferty kulturalnej formułują pod adresem organizatorów przede wszystkim w odniesieniu do budżetu festiwalu oraz samej formuły wydarzenia. Po pierwsze więc, sugerują, że nakłady finansowe, jakie przeznaczają się na organizację festiwalu, w znaczącej mierze decydują o możliwościach repertuarowych czy technicznych, a że środki te są zdaniem twórców duże, festiwal osiąga tak znaczący sukces. Jeden z badanych mówi o tym w następujący sposób: „Wiadomo, że jeśli Suwałki Blues Festival jest dużym osiągnięciem, bo jednak w ciągu tych kilku lat stworzono imprezę taką, rangi co najmniej krajowej, z elementami nawet szerszymi, to jednak jest to robione za potężne pieniądze. Ale no jest, jest to sukces!” [IDI2]. Inny badany twórca oferty kulturalnej jest jeszcze bardziej sceptyczny, sugerując, że sukces festiwalu zależy wyłącznie od wysokiego budżetu, a mniejsze znaczenie mają tu talenty organizatorskie czy sama idea bądź tematyka wydarzenia: „Ja mam takie wrażenie, że imprezę na każdy temat z takim budżetem można by było zrobić świetną” [IDI5].

Ten sam badany dosyć krytycznie wyraża się również o formule festiwalu, posługując się sztywną definicją kultury, która to w jego przekonaniu ma być związana z konkretnymi dziedzinami sztuki, tworzona jest przez profesjonalnych (dyplomowanych) artystów, a od odbiorców wymaga wiedzy i zaangażowania. Kulturze przeciwstawia pojęcie rozrywki, której forma i treść są znacznie lżejsze i mniej wymagające: „Należałoby się zastanowić, czy ten cały Blues Festival – w ogóle fajna rzecz..., ile on z kulturą ma wspólnego? Raczej ja bym to plasował w tej przestrzeni rozrywki [...]. Czy ze sztuką, czy z artyzmem – to wiele wspólnego nie ma [...]. Myślę, że bardzo wielu ludzi utożsamia kulturę w Suwałkach z Blues Festivalem. Myślę, że sporo ludzi kulturę może jakoś tam utożsamiać z różnymi wydarzeniami, które są cykliczne i do których są przyzwyczajeni” [IDI5]. Wydaje się, że powyższa wypowiedź zdradza pewien zawód badanego, polegający na tym, że ambitne w jego przekonaniu wydarzenia kulturalne czy artystyczne, po pierwsze, nie zyskują tak dużego rozgłosu jak imprezy rozrywkowe, po drugie, cieszą się nieco mniejszym zainteresowaniem suwalskiej publiczności⁵⁹. Badany też wyraźnie oczekiwałby, że mieszkańcy miasta czy turyści odczytywać będą suwalską kulturę na różnych poziomach. Można się domyślać, że nie życzyłyby

⁵⁹ Oczywiście jest to ogólnopolski trend. Taka sytuacja nie dotyczy wyłącznie Suwałk. Por. np. T. Szlendak, *Wielozmysłowa kultura iwentu. Skąd się wzięła, jak się objawia i jak w jej ramach ocenić dobra kultury?*, „Kultura Współczesna”, nr 4, 2010, s. 80–97.

sobie utożsamiania jej wyłącznie z dużymi, dobrze promowanymi eventami i imprezami plenerowymi.

Drugą najczęściej przywoływaną imprezą cykliczną były Dni Suwałk⁶⁰, które przez uczestników kultury i przez jej (nie)uczestników zostały ocenione znacznie gorzej. Uczestnicy kultury o imprezie plenerowej organizowanej z okazji dni miasta wyrażali się dosyć krytycznie albo formułując kategorię sady, np.: „Dni Suwałk – Porażka! Zupełnie bez sensu, odpustowe. Ja nie wiem, komu to służy...” [F1U6]; „[Dni Suwałk] to nic w sobie nie niesie!” [F1U2], bądź też oceniając je nieco łagodniej, jednocześnie zaznaczając brak zainteresowania tym wydarzeniem: „Kiermaszowe takie, być może potrzebne dla niektórych, ale ja nie chodzę” [F1U7].

Wątpliwości uczestników budziły przede wszystkim dwie kwestie: program imprezy, tj. mało ambitny repertuar i wykonawcy zapraszani przez organizatorów oraz bezpieczeństwo uczestników w czasie jej trwania. W wypowiedziach badanych pobrzmiewało także przekonanie, że dotowane przez magistrat wydarzenie, które w zamyśle ma być świętem wszystkich mieszkańców, powinno być bardziej zróżnicowane programowo. Badani życzyliby sobie również ambitniejszych propozycji kulturalnych: „Nie lubię takich ludycznych spędów [jak Dni Suwałk]. Wydaje mi się, że miasto powinno [...] stawiać na trochę bardziej ambitną sztukę. Może [powinno być] mniej imprez, powinno to być coś takiego warte obejrzenia, ale też dostępne dla takiej szerszej publiczności. Niestety, to może być tutaj takie niepochlebne, ale nie każdego też stać na to, żeby pójść do Suwałskiego Ośrodka Kultury i zobaczyć coś ciekawego. Gdyby [Dni Suwałk] miały wyższy poziom, to wydaje mi się, że mogłyby być jakąś wizytówką, ponieważ strasznie dużo w naszym regionie jest tych dni. Są Dni Sejn, dni innych. Dobrze, że one są [dostępne] dla wszystkich, ale niekoniecznie są one na dobrym poziomie [...]. Jak są Dni Suwałk, to można jeden dzień zrobić taki, a drugi taki. Niech każdy ma możliwość. Mnie to w tej chwili odstrasza od skorzystania” [F2U3]. Inna badana, starając się w tym kontekście wziąć pod uwagę możliwie najszerszy wachlarz potrzeb mieszkańców, mówiła o konieczności zachowania odpowiednich proporcji pomiędzy, jak to określiła, kulturą masową a wysoką. Przy okazji wskazała na inną, bardzo docenianą, a nieistniejącą już imprezę plenerową odpowiadającą jej oczekiwaniom: „Były kiedyś bardzo fajne imprezy plenerowe na Wigrach, w klasztorze wigierskim, przepiękne koncerty, właśnie tak nad brzegiem jeziora. Takie imprezy myślę, że powinny

⁶⁰ Obecnie właściwą nazwą wydarzenia jest: Jarmark Kamedulski – Dni Suwałk. W publikacji posługujemy się określeniem Dni Suwałk, z którego korzystali badani.

być, bo były warte uczestnictwa. Ściągały tłumy mieszkańców, przyjezdnych, turystów. Ambitne to były koncerty, a nie jakieś takie masówki. Bardzo dobrze, gdyby miasto mogło dotować i taką kulturę bardziej ambitną, ale na pewno też jest coś takiego, jakiś taki w naszym społeczeństwie fenomen, np. disco polo [...]. Duża część społeczeństwa nie korzysta i nigdy nie skorzysta, i nigdy nie pójdzie na żaden ambitny koncert, a bardzo chętnie uczestniczy w Dniach Suwałk. Może [należy zwrócić uwagę na to], żeby to się nie odbywało na tej zasadzie, że są ogródki piwne i że to od tej strony takie [jest] mało kulturalne. Żeby miasto przeznaczało [środki finansowe] na kulturę wyższą, ale również na tą taką bardziej masową, która również skupia ludzi, bo – nie oszukujmy się – przychodzą tam tłumy. Ale żeby to się nie wiązało tylko z tym, że przychodzą napić się piwa” [F2U4].

Dni Suwałk nieco lepiej oceniają (nie)uczestnicy kultury, przychylniej wyrażając się o programie wydarzenia: „Jest to impreza dość ciekawa, promująca nasze rejony, bardzo dużo ludzi z zewnątrz też [przyjeżdża], warmińsko-mazurskie, tam Gołdap, Węgorzewo [...]. To bardziej takie jest folklorystyczne, promuje taką kulturę miejscową, Suwalszczyznę” [F1N3]. Ze względu na fakt, iż podczas wywiadów z (nie)uczestnikami padały również propozycje powrotu do organizowanych niegdyś imprez disco polo, można zakładać, że również koncerty tego rodzaju muzyki proponowane w ramach Dni Suwałk badanym odpowiadają. W tym kontekście opinia (nie)uczestników znacząco różni się od stanowiska uczestników kultury.

Wśród (nie)uczestników nie brakowało jednak przeciwników aktualnie proponowanej formuły Dni Suwałk i w tym przypadku uwagi zgłaszane wobec przebiegu imprezy przypominały te przedstawiane przez uczestników kultury. Dotyczyły bowiem głównie kwestii sprzedaży alkoholu podczas imprezy, atmosfery oraz bezpieczeństwa uczestników wydarzenia. Oto traktująca o wspomnianych kwestiach wypowiedź jednej z badanych: „Jest coś takiego co roku jak Dni Suwałk. Przyjechali do mnie znajomi i idziemy. Tam gdzie jest [wstęp] w ogóle za darmo, tam jest atmosfera średnia, bo oprócz tej garstki, która na konkretny koncert przychodzi się pobawić pod sceną, to reszta tylko piwo, porozkładani pod krzakami, zachowują się nie do końca fajnie, wszystko to jest takie rozlazłe i nie do końca jako impreza kulturalna. Można bardziej [na jej podstawie] pokazać, jak się ludzie nie powinni zachowywać” [F2N3].

Ostatnim, szerzej dyskutowanym wydarzeniem cyklicznym, wspomnianym głównie przez uczestników kultury, była suwalska odsłona Europejskiej Nocy Muzeów, którą badani oceniają bardzo pozytywnie. Po pierwsze, uczestnicy kultury zwracali tu uwagę na wzmożone wysiłki organizatorów przystępujących

do corocznej akcji, a po drugie, jak większość Polaków uczestniczących w Nocy Muzeów, doceniali możliwość darmowego i tłumnego udziału w proponowanych kulturalnych atrakcjach. O pozytywnym stosunku do samej idei Nocy Muzeów, czyli do odwiedzania wielu placówek kulturalnych podczas jednego wieczoru bez wnoszenia opłat za bilety wstępu, informuje jedna z badanych: „Ja od już wielu lat uczestniczę i tak mi się podoba! [...]. Jak zaczęłam od Muzeum [im.] Marii Konopnickiej, potem przez Galerię prof. Strumiłły, archiwum państwowe, aż tutaj, do Muzeum Okręgowego. To było bardzo fajne takie doświadczenie, bardzo takie wzbogacające, bo człowiek nie zawsze w tym codziennym życiu [znajduje na to czas], kiedy te placówki mają jakieś tam ograniczony czas [godziny otwarcia], a sobota to w zasadzie jest na różne inne rzeczy. Jak jest piękna pogoda, to w zasadzie też szkoda spędzać [ją] w muzeum. To człowiek woli jednak na świeżym powietrzu. Natomiast ta Noc Muzeów, kiedy można bezpłatnie sobie wejść, obejrzeć, spotkać się z artystami, nawet podyskutować, spotkać znajomych, uczestniczyć w wydarzeniach... [bardzo mi się podoba]” [F2U6].

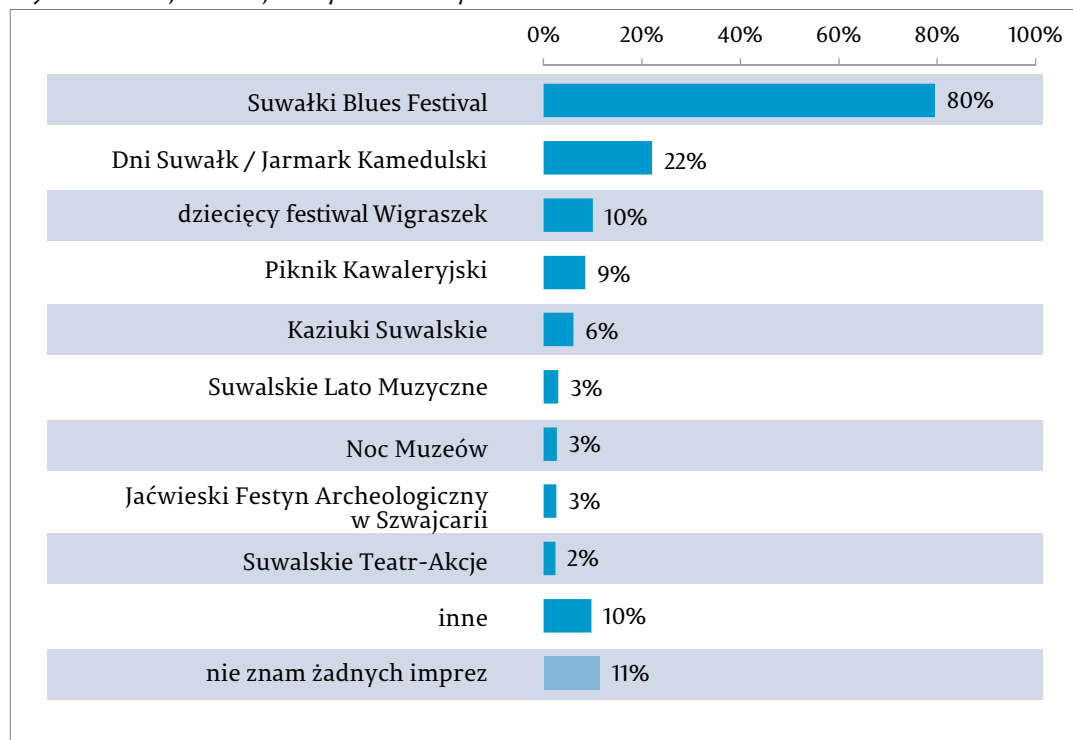
Badani biorący udział w wywiadach fokusowych, pytani o wydarzenia cykliczne, najczęściej przywoływali i ustosunkowywali się głównie do imprez opisanych powyżej. Warto jednak zaznaczyć, że nasi rozmówcy wymieniali także kilka innych wydarzeń i nawet jeśli wypowiedzi te miały charakter enumeratywny i nie były okraszone rozległym komentarzem ze strony uczestników i (nie)uczestników kultury, to należy zakładać, że są one przez nich zauważane czy rozpoznawane. Wśród wymienianych wydarzeń znalazły się inicjatywy teatralne – wspomniano kilkakrotnie o festiwalu Wigraszek oraz o Suwalskich Teatr-Akcjach. Wymieniano także wydarzenia o tematyce historycznej, takie jak Jaćwieski Festyn Archeologiczny czy Piknik Kawaleryjski, oraz wydarzenia muzyczne: koncerty w klasztorze wigierskim i koncerty filharmoniczne (występy uczniów suwalskiej szkoły muzycznej).

Również w badaniu ilościowym ocenie poddano imprezy cykliczne odbywające się w Suwałkach. Respondentom zadano pytanie o dwa najważniejsze wydarzenia odbywające się cyklicznie. Takie, które stanowią ich zdaniem największą atrakcję kulturalną Suwałk. Procentowy rozkład odpowiedzi prezentuje wykres 14. Jedynie co dziesiąty respondent nie był w stanie wymienić żadnego wydarzenia cyklicznego w Suwałkach. Pozostali badani w bezwzględnej większości wskazali na Suwałki Blues Festival (80%), którego rozpoznawalność jest nieporównywalna z żadnym innym wydarzeniem. Na drugim miejscu pod względem ilości wskazań, tak jak w przypadku wywiadów zogniskowanych, znalazły się

Dni Suwałk (Jarmark Kamedulski) (22%). Kolejne imprezy cykliczne wymieniane były znacznie rzadziej, osiągając poniżej 10% wskazań.

Suwałki Blues Festival – w opinii suwalczan – stanowi już zatem swoistą markę, która jest obecnie największą atrakcją kulturalną miasta. Przyglądając się istotnym różnicom, można zauważyć, że festiwal zdecydowanie częściej wymieniali osoby w wieku 35–49 lat (91,6%), aktywne zawodowo (88,3%) oraz uczące się lub studiujące (93,6%), o dobrej bądź ponadprzeciętnej kondycji finansowej (87,4%), a także uczestnicy kultury wymagającej (83,5%), jak i twórcy (94,4%). Jest to więc wydarzenie, które z pewnością interesuje najaktywniejsze kategorie uczestników kultury w Suwałkach.

Wykres 14. Najważniejsze cykliczne wydarzenia kulturalne w Suwałkach



Źródło: opracowanie własne, CATI, N=375.

ZNAJOMOŚĆ I OCENA INSTYTUCJI ORAZ MIEJSC KULTURY

W ramach wywiadów fokusowych pytaliśmy również o suwalskie instytucje kultury oraz o miejsca, w których zdaniem badanych można suwalskiej kultury poszukiwać. Inaczej rzecz ujmując, interesowało nas, w jaki sposób postrzega się siedziby i przestrzenie „zajmowane” przez suwalskich organizatorów oraz z czym badani kojarzą aktywność poszczególnych podmiotów. Analiza odpowiedzi na pytania dotyczące „miejsc” kultury umożliwiła nam wskazanie najczęściej przywoływanych skojarzeń, którymi operują mieszkańcy Suwałk w odniesieniu do publicznych instytucji kultury, organizacji pozarządowych czy prywatnych przedsiębiorstw.

Instytucją najczęściej wspomnianą przez badanych uczestników i (nie)uczestników kultury oraz twórców oferty kulturalnej był Suwalski Ośrodek Kultury. Nie ma wątpliwości, że SOK, jako instytucja największa i względnie nowa, skupia uwagę mieszkańców – zarówno tych uczestniczących w kulturze, jak i tych, którzy rzadko tego rodzaju aktywność przejawiają. Jest on również swoistym punktem odniesienia dla wszystkich suwalskich organizatorów. Co ciekawe jednak, wypowiedzi, w ramach których badani przywoływali nazwę Suwalskiego Ośrodka Kultury, zdominowały dwa wątki. Odnoszono się, po pierwsze, do nowej siedziby instytucji, z którą wszystkie badane grupy wiążą duże nadzieje, doceniając funkcjonalność i atrakcyjność budynku. Po drugie zaś, wielokrotnie wskazywano na wysokie ceny biletów wstępu na wydarzenia proponowane przez SOK. Na tę kwestię zwracali uwagę zarówno uczestnicy, jak i (nie)uczestnicy kultury.

W ramach przeprowadzonych wywiadów jakościowych znacznie rzadziej padały nazwy placówek muzealnych. O Muzeum Okręgowym w Suwałkach wspomniano sporadycznie, co było nieco zaskakujące choćby z uwagi na fakt, iż wszystkie wywiady fokusowe odbyły się w jego głównej siedzibie. W wywiadach dwukrotnie zabrzmiała również nazwa Centrum Sztuki Współczesnej. Przywoływano ją jednak

nie w odniesieniu do proponowanych tam wystaw, ale przy okazji wskazywania na osobę prof. Andrzeja Strumiły, który w przekonaniu badanych jest postacią ważną dla kultury i historii Suwałk. Sporadycznie przywoływano również Muzeum im. Marii Konopnickiej. Z kolei Bibliotekę Publiczną im. Marii Konopnickiej wspomniano stosunkowo często, doceniając wysiłki organizatorskie jej pracowników. O bibliotece mówiono niemal wyłącznie w superlatywach, postrzegając owo miejsce jako przyjazne czytelnikom. Szczególnym uznaniem cieszyły się proponowane przez bibliotekę zajęcia skierowane do dzieci.

Pewnym zaskoczeniem dla nas jako badaczy był fakt, iż miejscami, które cieszą się sporą popularnością i które były wskazywane przez badanych znacznie częściej niż większość instytucji kultury, były przestrzenie komercyjne, gastronomiczne, których właściciele prowadzą również działalność kulturalną. W ramach wywiadów fokusowych najczęściej wspomniano o dwóch miejscach: o pizzerii Rozmarino i Piwiarni Warka oraz o organizowanych tam koncertach. Co ciekawe, badani zwykle nie potrafili przywoływać nazwy zespołu czy artysty, który występował, mówiąc po prostu o koncercie w Rozmarino czy Warce. Sporadycznie pojawiała się również nazwa Manhattan Club. O ile o większości instytucji kultury wspominali wyłącznie badani w średnim lub starszym wieku (wyjątkiem był SOK), tak o podmiotach prywatnych mówili również przedstawiciele młodego pokolenia, zaznaczając przy tym, że stale śledzą facebookowe profile wspomnianych podmiotów.

W badaniu ilościowym zbadano dodatkowo, jaki odsetek suwalczan deklaruje korzystanie z dostępnych w mieście instytucji kultury. Jako punkt odniesienia przyjęto okres ostatnich 12 miesięcy. Analizy nie należy – a wręcz nie wolno – traktować jako prostego porównania popularności instytucji, ponieważ charakteryzują się one innym profilem działalności, budżetem, położeniem, infrastrukturą, grupą docelową, misją społeczną itp. Wyniki mogą jednak pokazać zainteresowanie badanych poszczególnymi rodzajami podmiotów tworzących lokalną kulturę.

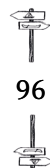
Wykres 15 prezentuje rozkład częstości dla poszczególnych instytucji⁶¹. W trakcie ostatnich 12 miesięcy blisko 3 na 4 osoby odwiedziły placówki prowadzone przez Ośrodek Sportu i Rekreacji w Suwałkach (OSiR). Niewiele mniej badanych (69%) deklarowało wizytę w Suwalskim Ośrodku Kultury (SOK). Mniej więcej połowa suwalczan odwiedziła Bibliotekę publiczną im. M. Konopnickiej (51%), Muzeum Okręgowe (50%) oraz Muzeum im. Marii Konopnickiej (47%). Niespełna 30% re-

⁶¹ Z uwagi na ograniczoną objętość kwestionariusza wywiadu pytanie to dotyczyło wyłącznie placówek zależnych od JST. Tym samym pominięto zarówno podmioty komercyjne, jak i placówki państwowe, takie jak Państwowa Szkoła Muzyczna lub Archiwum Państwowe.

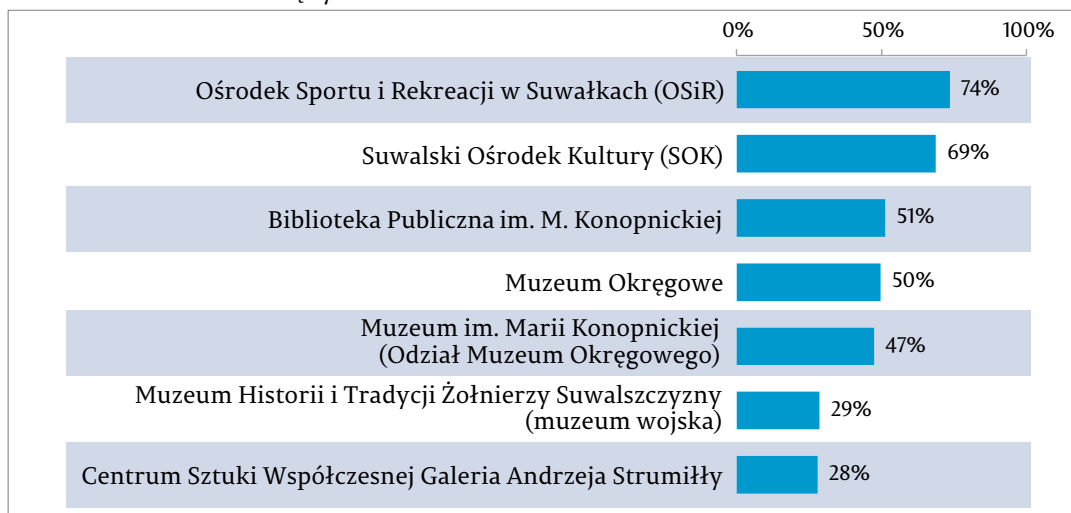
spondentów wskazało na Muzeum Historii i Tradycji Żołnierzy Suwalszczyzny oraz Centrum Sztuki Współczesnej Galeria Andrzeja Strumiły.

Analizując grupy docelowe poszczególnych instytucji, można stwierdzić, że zmiennymi różnicującymi odwiedzających OSiR jest płeć oraz kondycja finansowa gospodarstwa domowego. Mężczyźni (85,2%) oraz osoby o słabej lub przeciętnej kondycji finansowej (83,4%) korzystali z ośrodka istotnie częściej aniżeli kobiety (61,9%) i respondenci lepiej sytuowani (60,0%). W przypadku SOK zmiennymi, przy których obserwowalne były istotne różnice, są wykształcenie oraz typ uczestnictwa. Najczęściej bywali tam badani z wyższym wykształceniem (86,7%), jak również uczestnicy kultury wymagającej (74,4%). Natomiast z Biblioteki publicznej istotnie częściej korzystają emeryci i renciści (75,3%) oraz uczestnicy kultury wymagającej (55,7%). W Muzeum Okręgowym częściej bywają mężczyźni (58,8%) oraz uczestnicy kultury wymagającej (55,1%). Muzeum Marii Konopnickiej, jak również Centrum Sztuki Współczesnej Galeria Andrzeja Strumiły nie wykazują się jakimkolwiek istotnym zróżnicowaniem. Ostatnią instytucję, Muzeum Historii i Tradycji Żołnierzy Suwalszczyzny, statystycznie częściej odwiedzają mężczyźni (40,4%) oraz uczestnicy kultury wymagającej (32,2%).

Podsumowując, można stwierdzić, że większość z rozumianych tradycyjnie instytucji kultury – muzea, galerie i biblioteki – jest odwiedzanych chętniej przez osoby lepiej wykształcone i szukające w kulturze nie tylko rozrywki, lecz również wiedzy oraz stymulacji intelektualnej.



Wykres 15. Korzystanie z poszczególnych instytucji kultury w Suwałkach w okresie ostatnich 12 miesięcy



Źródło: opracowanie własne, CATI, N=375.

Na podstawie innych dostępnych danych można również próbować oszacować popularność państwowych placówek kultury w Suwałkach: Archiwum Państwowego oraz Państwowej Szkoły Muzycznej. W trakcie wywiadów fokusowych badanym zdarzało się spontanicznie opowiadać o wydarzeniach organizowanych przez Szkołę Muzyczną (piszemy o tym na s. 83), co pozwala przypuszczać, że jest to podmiot stosunkowo dobrze rozpoznawalny przez uczestników kultury. Szkoła nie prowadzi statystyk uczestnictwa podczas organizowanych przez nią wydarzeń, jednak najprawdopodobniej nie przekracza ono poziomu 12% badanych, którzy w ostatnim roku brali udział w koncertach muzyki klasycznej czy filharmonicznych (por. wykres 19). Archiwum Państwowe nie nasuwało się badanym w wywiadach fokusowych jako popularna placówka organizująca ofertę kulturalną w mieście. Wyjątkiem była jedna wypowiedź badanej, w której archiwum znalazło się obok innych instytucji, które przygotowały wydarzenia w czasie Nocy Muzeów [F2U6]. Z danych posiadanych przez archiwum wynika, że w roku 2014 (ostatnim pełnym roku sprawozdawczym) w wydarzeniach kulturalnych organizowanych przez tę placówkę uczestniczyło około 600 osób. Przy mało realistycznym założeniu, że każdy ze zliczonych uczestników był w owym roku w archiwum tylko raz, daje to wynik zbliżony do 1% mieszkańców miasta. W rzeczywistości odsetek ten jest z pewnością jeszcze niższy.

Jak wspomiano we wcześniejszych częściach opracowania, władze Suwałk na przestrzeni ostatnich lat wyraźnie zwróciły się w kierunku modernizacji i unowocześnienia sfery kultury. Tego typu zmiany dotyczą między innymi kulturalnej infrastruktury, która jest o tyle istotna, że jej dostępność lub brak znacząco wpływają na kształt i jakość oferty kulturalnej przygotowywanej w mieście. Jak już zostało podkreślone, wyraźnie zauważaną i docenianą przez mieszkańców inwestycją było utworzenie Suwalskiego Ośrodka Kultury, który dysponuje nowoczesną siedzibą. Na stronie ośrodka czytamy, że „Suwalski Ośrodek Kultury [to] nowoczesna forma interdyscyplinarnego centrum animacji społeczno-kulturalnej. Ostateczna koncepcja Ośrodka zrodziła się ze świadomości charakteru współczesnego świata, zdominowanego przez multimedialne środki przekazu. Nowe potrzeby uczestników kultury wymagają nowych środków, a te należy umieć dostosować do rytmu czasu i percepcji społecznej. Suwalski Ośrodek Kultury jest instytucją, w której dzięki nowoczesnym rozwiązaniom technicznym i spójnemu podejściu do kultury jako cywilizacyjnej narracji, będzie można w pełni zaspokoić wymagania współczesnych twórców, artystów i ich odbiorców. Te potrzeby,

z pozoru różnorodne, posiadają wspólny mianownik – interaktywne uczestnictwo w kulturze”⁶².

Biorący udział w wywiadach fokusowych badani zdają się zauważać pewne możliwości uczestnictwa w kulturze, które otwiera przed nimi nowoczesny budynek SOK-u⁶³, niemniej część z nich twierdzi, że mierzy się również z negatywnymi konsekwencjami tej inwestycji. Są to przede wszystkim konsekwencje finansowe, bo w przekonaniu badanych ceny biletów wstępu na niektóre wydarzenia proponowane przez SOK należy wiązać niejako ze „spłatą” kosztownej „nowości”. Po drugie, chodzi o konsekwencje programowe, na temat których wyrażali się głównie teatromani, poszukujący teatru ambitnego i zróżnicowanego pod względem repertuaru. Jak wiadomo, nie ma w Suwałkach teatru instytucjonalnego, w związku z czym spektakle i przedstawienia teatralne suwalczanie mogą oglądać głównie w sali widowiskowej SOK-u⁶⁴. Należy również podkreślić, że prezentowane tam sztuki to spektakle impresaryjne, najczęściej farsy czy komedie, a ceny biletów wstępu na tego rodzaju imprezy są (w całej Polsce) stosunkowo wysokie. Na braki repertuarowe wskazuje jeden z badanych: „Dla mnie jest za mało teatru ambitnego. Wiem, że nie będzie to popularne, ale *Andropauza*, *Menopauza*, *Klimakterium*... [nie cenię tego typu spektakli]. No nie wiem, pewnie są odbiorcy i sam byłem [widzem], chciałem zobaczyć, jak to wygląda, by móc się odnieść krytycznie. Uważam, że tego jest za dużo, a za mało jest rzeczy ambitnych [...]. Chodzi o proporcje, oczywiście, żeby dać też szansę innemu rodzajowi widza, umożliwić [mu] obejrzenie czegoś ciekawego” [F2U3]. Inna badana do repertuaru teatralnego proponowanego przez SOK odnosi się z większą wyrozumiałością, tłumacząc sobie – jak to ujmuje – aktualny kształt repertuaru większą popularnością fars, a w efekcie opłacalnością ich wystawiania. Zakłada także, że tego rodzaju repertuar to świadomy wybór pracowników instytucji: „Repertuar SOK-u w większości jest na takie sztuki lekkie, łatwe i przyjemne, może faktycznie brakuje czegoś takiego... [ambitnego], z tym że jeśli jest taka oferta, to może są zdiagnozowane takie potrzeby i widocznie najwięcej ludzi przyjdzie i zapełni tę salę. Ja to sobie tak tłumaczę” [F2U6].

Cytowani powyżej badani prawdopodobnie zakładali, że lepsze możliwości techniczne i lokalowe SOK-u pociągną za sobą rozszerzenie repertuaru, czyli w ja-

⁶² <http://soksuwalki.eu/onas/o-nas/> [dostęp: 1.07.2015].

⁶³ Żaden z badanych nie wspominał o interaktywnych możliwościach związanych z uczestnictwem, a o takie też pytaliśmy.

⁶⁴ Raz w roku mogą także uczestniczyć w festiwalu teatralnym proponowanym przez jedną z organizacji NGO.

kimś sensie wynagrodzi to mieszkańcom Suwałk brak teatru instytucjonalnego. Jeden z twórców kultury zwraca jednak uwagę, że na tego rodzaju przeobrażenia musiałyby się złożyć także zmiany osobowe w gronie zespołu pracowników i menedżerów instytucji: „Niestety, to, że się zmienił obiekt, jakoś tak nie wpłynęło na to, że jakoś szczególnie się zmieniło zainteresowanie kulturą, tak myślę [...]. Tak jakby tylko nowy budynek. Jeden, drugi tam wyremontowany. Nowe możliwości, ale wykonawczo to jest ciągle to samo, co było od zawsze, ponieważ to ci sami ludzie, i nie da się z roku na rok czy z dnia na dzień jakby tej kompozycji czy tej oferty jakoś zmienić lub rozszerzyć czy coś znaczącego zmienić, kiedy nic się nie zmieniło jakby od tej strony takiej ludzkiej [...]” [IDI5]. W dalszej części wypowiedzi ten sam badany zwraca uwagę na bardzo istotny problem dotyczący wszelkich inwestycji infrastrukturalnych w obrębie kultury, a związany z kryzysem tradycyjnego uczestnictwa w kulturze. Przywoływany twórca oferty kulturalnej wskazuje na szeroko opisywane i powszechne problemy z pozyskiwaniem czy utrzymywaniem zainteresowania odbiorców kultury (publiczności): „Ja pamiętam jeszcze takie rozmowy, jak budynek Suwalskiego Ośrodka Kultury był budowany, to wielokrotnie słyszałem w różnych miejscach przerażenie, że to zły pomysł. Kto to wszystko utrzyma? Ile to będzie kosztować? A kto do tego dołoży? I to mniej więcej było w tym samym czasie, kiedy został otworzony aquapark i w ogóle ani mi się nie obilo o uszy, żeby ktoś wspominał, że to jest dylemat jakiś – czy dokładać do aquaparku, czy nie? To było oczywiste, że trzeba do niego dokładać i dyskusji na ten temat nie było, nie. A już te dyskusje o zasadności dokładania do Suwalskiego Ośrodka Kultury były żywe, zanim on w ogóle został wybudowany” [IDI5].

W wywiadach jakościowych SOK opisywany był jako instytucja kierująca do swoich odbiorców dość zróżnicowaną ofertę – od imprez rozrywkowych (np. koncerty, targi, kabarety) po wydarzenia wymagające (np. spektakle teatralne). Ponadto, jak pokazuje analiza kalendarza kultury, jest to instytucja hegemoniczna wśród lokalnych twórców oferty kulturalnej. Dlatego też zdecydowaliśmy się na osobne zbadanie wizerunku Suwalskiego Ośrodka Kultury w wywiadach ilościowych. Na podstawie wypowiedzi zgromadzonych podczas wywiadów jakościowych skonstruowaliśmy listę stwierdzeń odnoszącą się do najważniejszych naszym zdaniem kwestii składających się na ogólną ocenę SOK-u. Są to: dostępność instytucji zarówno w wymiarze lokalizacyjnym, jak i finansowym, opinia o instytucji, wpływ instytucji na animowanie uczestnictwa mieszkańców w kulturze, pozycja instytucji wśród pozostałych placówek kultury oraz prestiż instytucji. Wykres 16 prezentuje procentowe zestawienie wyników dla poszcze-

gólnych stwierdzeń, z którymi mieszkańcy mogli się zgodzić bądź nie, używając do ich oceny 5-stopniowej skali, gdzie 1 oznaczało odpowiedź „zdecydowanie nie”, a 5 – „zdecydowanie tak”.

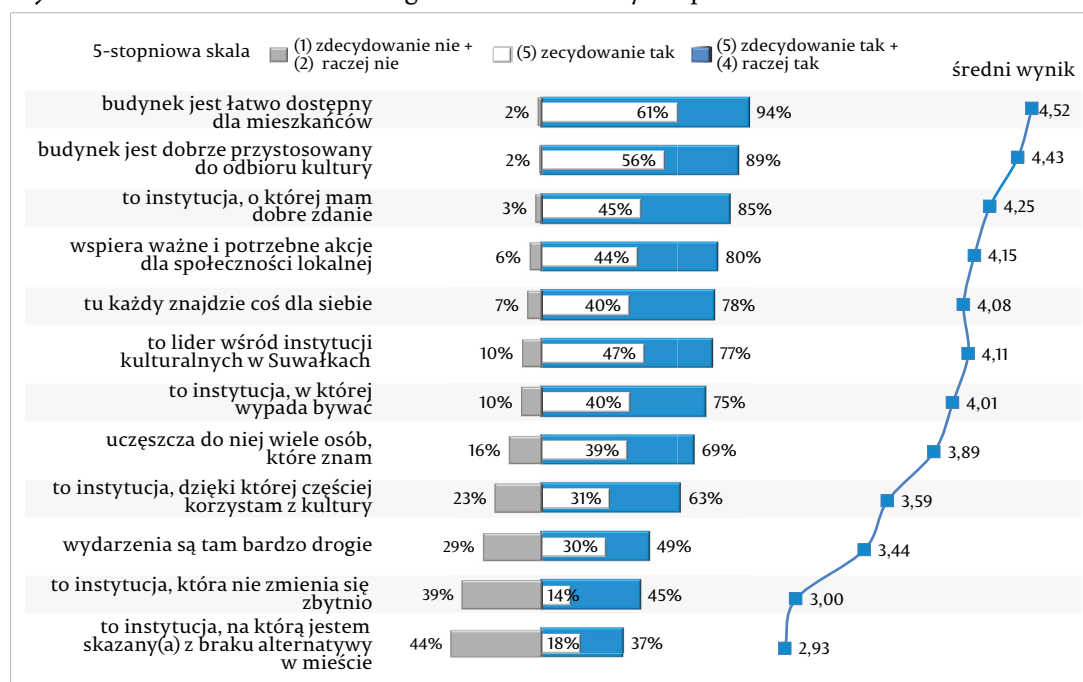
Na wstępie należy zaznaczyć, że ogólna ocena działalności SOK-u dokonana przez respondentów jest bardzo wysoka. Instytucja zyskuje wysokie noty, zwłaszcza jeśli idzie o jej lokalizację i infrastrukturę. Wszystkie wskaźniki (skumulowane odpowiedzi „zdecydowanie tak” i „raczej tak” oraz wartości średniej) informują, iż SOK postrzegany jest jako ośrodek łatwo dostępny i doskonale nadający się do odbioru kultury (pozytywne wskazania powyżej 89% i jedynie 2% wskazań negatywnych).

Wieloaspektowa ocena instytucji również wypada dla ośrodka bardzo korzystnie. 85% suwalczan ma dobre bądź bardzo dobre zdanie o SOK-u, a jedynie 3% prezentuje odmienne przekonanie. Zdaniem zdecydowanej większości badanych (80%) SOK to instytucja wspierająca ważne i potrzebne akcje dla społeczności lokalnej, mówiąc inaczej, jest odpowiedzialna za wzmocnienie lokalnego kapitału społecznego i kulturowego. Ponadto SOK jest traktowany przez trzech na czterech mieszkańców jako lider wśród instytucji kulturalnych, miejsce „gdzie każdy znajdzie coś dla siebie”, co świadczy o jego wyjątkowym w skali Suwałk poziomie zróżnicowania organizowanych wydarzeń (i co zostało potwierdzone podczas analizy danych zastanych). SOK oceniany jest również jako instytucja, w której wypada bywać – zgadza się z tym 75% badanych mieszkańców Suwałk. Co więcej, jak już zostało wspomniane, zdecydowana większość suwalczan objętych badaniem (63%) twierdzi, że dzięki SOK-owi częściej uczestniczy w kulturze. Niemniej jednak SOK – pomimo tak pochlebnych ocen – przez blisko połowę badanych (49%) postrzegany jest jako miejsce, w którym wydarzenia kulturalne są bardzo drogie. Takie przekonanie, panujące – jak piszemy w innych miejscach – nieco wbrew faktom, wydaje się być obecnie głównym problemem wizerunkowym ośrodka. Paradoksalnie przekonanie to może częściowo wynikać z wysoko ocenianego prestiżu i funkcjonalności SOK-u. Nowa, duża i efektowna siedziba może kojarzyć się odbiorcom z odpowiednio wysokimi cenami, wszak – jak sugerowały niektóre wypowiedzi w badaniach jakościowych – inwestycja musi się spłacić. Opisywana dokładniej w innej części tekstu kwestia kosztów uczestnictwa w kulturze pokazuje, że suwalczanie zarówno na podstawie doświadczeń własnych, jak i swoich bliskich wyrabiają sobie opinie na temat SOK-u jako instytucji drogiej. Wydaje się, że władze lokalne oraz dyrekcja ośrodka powinny dołożyć starań, aby prowadzić szerszą i bardziej efektywną politykę informacyjną dotyczącą kosztów uczestnictwa w wydarzeniach, z wykorzystaniem adekwatnych

kanałów informacji, dostosowanych do odpowiednich grup odbiorców. Dzięki takim zabiegom w dalszej perspektywie ten aspekt wizerunku powinien ulec poprawie.

Zgodnie z popularnym powiedzeniem, iż „apetyt rośnie w miarę jedzenia”, można zauważyć, że bardzo pozytywny odbiór SOK-u przez mieszkańców przekłada się jednocześnie na coraz wyższe wymagania suwalczan względem opisywanej instytucji. Badani oczekują od ośrodka ciągłej ewolucji i zaskakiwania ich nowymi treściami lub formami wydarzeń kulturalnych. 45% respondentów podziela opinię, że SOK zbyt się nie zmienia, a co trzeci badany wyraża przekonanie, że z powodu braku alternatyw w Suwałkach jest po prostu na SOK skazany.

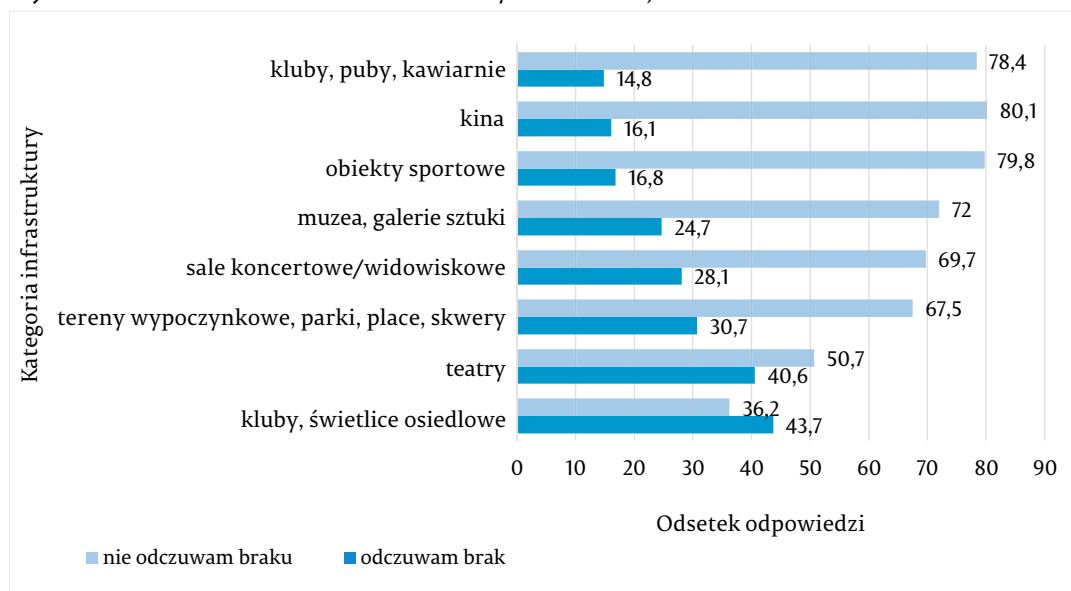
Wykres 16. Wizerunek Suwalskiego Ośrodka Kultury w opinii mieszkańców Suwałk



Źródło: opracowanie własne, CATI, N=375.

Kończąc wątek infrastruktury i „miejsc” związanych z kulturą, zapytaliśmy mieszkańców Suwałk uczestniczących w badaniu ilościowym o to, czy odczuwają braki w infrastrukturze związanej z życiem kulturalnym. Okazało się, że większość badanych nie odczuwa ich niemal w każdej kategorii. Dokładne wyniki prezentuje poniższy wykres.

Wykres 17. Poczucie braku infrastruktury kulturalnej w Suwałkach



Źródło: opracowanie własne.

W opinii badanych braki w suwalskiej infrastrukturze kultury to przede wszystkim niedostatek klubów i świetlic osiedlowych oraz brak teatru. Brak teatru 17,9% ogółu badanych uważa za dotkliwy, a kolejne 22,7% za mało dotkliwy. Co interesujące, suma respondentów, którzy wskazali na brak teatru, jest wyższa niż suma badanych twierdzących, że w Suwałkach jest zbyt mało spektakli teatralnych. Nie w każdym przypadku poczucie braku stałego teatru wiąże się więc z potrzebą częstszego uczestnictwa w spektaklach. Istnienie teatru ma prawdopodobnie w oczach badanych również wymiar prestiżowy⁶⁵ oraz – co wyraźnie sugerują wywiady zogniskowane z uczestnikami kultury – pozwoliłoby na obniżenie cen biletów na spektakle. Wstęp na popularne sztuki grane przez teatry impresaryjne w Suwalskim Ośrodku Kultury jest bowiem w opinii badanych mieszkańców zbyt drogi. Brak teatru odczuwają przede wszystkim osoby z wykształceniem wyższym, jak również te będące w lepszej sytuacji finansowej. Można sądzić, że w przypadku tych kategorii osób w grę wchodzi również potrzeba obcowania z szerszym repertuarem, chociażby dramataми – jako przeciwwagą dla komedii i fars chętnie wystawianych przez teatry impresaryjne.

⁶⁵ Na podobnej zasadzie w diagnozie kultury w Białymstoku badani mieszkańcy w zdecydowanej większości wypowiadali się pozytywnie o Operze i Filharmonii Podlaskiej, nawet jeśli nigdy tam nie byli. Por. M. Skowrońska i in., *Spacer po utartych...*, dz. cyt., s. 82–85.

Kategoria klubów i świetlic osiedlowych jest jedyną, w przypadku której większość badanych odczuwa brak. Wśród ogółu respondentów 22,8% stwierdziło, że jest to brak mało dotkliwy, a 20,9% uznało go za poważny. Klubów i świetlic osiedlowych brakuje przede wszystkim ludziom młodym, w wieku 15–34 lata, studiującym lub uczącym się. W rzeczywistości badanym z tej grupy chodzi prawdopodobnie o miejsca, w których mając stosunkowo dużo wolnego czasu, mogliby korzystać z oferty kulturalnej lub samemu ją współtworzyć. Osobnego sprawdzenia wymagałaby kwestia, czy prócz rzeczywistego braku tego rodzaju placówek w najbliższej okolicy młodzi respondenci z jakiegoś powodu, na przykład nieodpowiedniej oferty lub braku promocji, nie chcą korzystać z klubów i świetlic już istniejących, administrowanych chociażby przez Suwalską Spółdzielnię Mieszkanową⁶⁶.

Warto również zwrócić uwagę, że o ile rodowici mieszkańcy Suwałk częściej odczuwali brak świetlic i klubów jako stosunkowo mało dotkliwy, o tyle osoby pochodzące ze wsi częściej stwierdzały, że jest to brak poważny. Tego rodzaju rozdzwięk można wyjaśniać dwojako. Z jednej strony osoby pochodzące ze wsi, które osiedliły się w Suwałkach w wielkoblokowych osiedlach na północy miasta, mogą rzeczywiście najsilniej odczuwać brak dostępu do kultury w najbliższej okolicy. Peryferyjność północnych osiedli pod tym względem została kilkakrotnie wspomniana w czasie wywiadów zogniskowanych, wskazuje na nią również analiza kalendarza kultury. Z drugiej strony, jak pokazało badanie ilościowe, osoby pochodzące ze wsi częściej niż inni uczęszczają do lokalnego domu kultury, klubu bądź świetlicy osiedlowej. Być może taki wzór spędzania wolnego czasu został przez nich przeniesiony z wcześniejszego miejsca zamieszkania. Wszak często życie kulturalne wsi toczy się właśnie wokół miejscowej świetlicy.

⁶⁶ Lista świetlic jest dostępna na stronie: <http://ssm.suwalki.pl/str/> [dostęp: 1.07.2015].

SPOSOBY DOCIERANIA DO INFORMACJI O OFERCIE KULTURALNEJ

Podczas wywiadów zogniskowanych uczestnicy kultury ujawniali niezadowolenie, mówiąc o formach promocji oferty kulturalnej, jakimi posiłkują się suwalscy organizatorzy i animatorzy. Wskazywano tu, po pierwsze, na nieskuteczność pewnych działań marketingowych czy promocyjnych podejmowanych przez twórców oferty kulturalnej, po drugie zaś, na bierność czy wręcz nieprzychylność wobec kultury, przejawianą przez niektóre suwalskie media. Jak ujął to jeden z badanych, „dzieje się dużo, o czym nikt nic nie wie! To jest pięta achillesowa. Dowiadujemy się, że coś było [wydarzenie miało już miejsce]. Sprawa jest bardzo prosta. Media mówią tylko wtedy, kiedy mają biznes. Jak media nie mają biznesu, to nie przychodzą żadne informacje [wtrąca się inny badany: »O Radio 5 chodzi?«]. Dokładnie” [F1U2].

O docieraniu do informacji dotyczących oferty kulturalnej Suwałk za pośrednictwem tradycyjnych mediów, takich jak gazety, radio czy telewizja, mówili wyłącznie przedstawiciele starszych generacji. Uczestnicy kultury wskazywali tu m.in. na Radio Białystok czy regionalny oddział TVP oraz „Gazetę Wyborczą”, „Gazetę Współczesną” czy „DwuTygodnik Suwalski”, uznając wskazane media za przydatne źródła informacji na temat wydarzeń kulturalnych. Pomimo ewidentnej lokalnej popularności Radia 5 wypowiedziano się o nim dosyć negatywnie. Świadczą o tym następujące wypowiedzi badanych: „Nie ma szans, by w Radiu 5 usłyszeć o ciekawej imprezie” [F1U2]; „Jeżeli coś robi [organizuje] urząd miasta i Radio 5, to my po prostu nie chodzimy [...]. Dla mnie Radio Białystok jest znacznie lepszym [źródłem informacji], bo ono mi więcej powie o Suwałkach i co się dzieje tutaj niż jakieś Radio 5. Z Radia 5 nie dowiemy się niczego! [...]. Z Radia Białystok znacznie więcej się dowiem niż z Radia 5, gdzie ja usłyszę, że dla konia podkowa uciekła...” [F1U5]; „Zero wiadomości sportowych i kulturalnych. Chyba że zapłacisz dla »Radia Pięść« [badany celowo przekręca tu nazwę rozgłośni]” [F1U6]. Badani uczestnicy krytycznie wyrażali się o wydarzeniach organizowa-

nych i wspieranych przez Radio 5, wskazując na ich ludyczny charakter: „To disco polo z piwem” [F1U7], a sam sposób informowania o wydarzeniach postrzegali jako wybiórczy i ściśle związany działalnością komercyjną.

W tym kontekście badani zwracali również uwagę na to, że oferta w ich przekonaniu bardziej ambitna czy niszowa jest znacznie gorzej promowana, przez co mniej dostępna i słabiej rozpoznawana. Jedna z badanych mówi o tym w następujący sposób, słusznie zauważając zresztą, że ten problem nie dotyczy wyłącznie suwalskiej kultury: „Mi się wydaje, że u nas kultura to jest [...] taka masowa, jak chyba w każdym mieście w Polsce, jakieś tam Lato z Radiem czy Dni Suwałk i ta niszowa. I tą niszową trzeba znaleźć, a taką stricte popularną, typu blues, to wszyscy wiedzą, że to jest [...]. Są ludzie, którzy chodzą wszędzie tam, gdzie coś się dzieje, i tacy, którzy przesiewają i nie wszystko im pasuje, że chodzą tylko na jakieś DKF-y czy coś takiego” [F1U7].

Podczas wywiadów z (nie)uczestnikami badani wymieniali w zasadzie te same tytuły prasowe czy nazwy stacji radiowych i telewizyjnych, o których wcześniej mówili uczestnicy kultury. Można zakładać jednak, że (nie)uczestnicy wskazywali tu po prostu te media, którym zdarza się mówić i pisać o suwalskiej kulturze, a nie źródła, które dostarczają im informacji na temat wydarzeń kulturalnych. Tych przecież (nie)uczestnicy albo wcale nie poszukują, albo sięgają po nie okazjonalnie. Wypowiedzi (nie)uczestników miały w dużej mierze charakter enumeratywny. Innymi słowy, badani po prostu wymieniali nazwy poszczególnych mediów, zazwyczaj nie opatrując ich rozległymi komentarzami. Co ciekawe, jedynym medium, na temat którego takie komentarze się pojawiły, było krytykowane przez uczestników kultury Radio 5. Oceny działalności wspomnianej rozgłośni formułowane przez (nie)uczestników były dalece bardziej zniuansowane i – wydaje się – łagodniejsze niż wypowiedzi uczestników kultury. Pojawiały się wprawdzie głosy krytyczne dotyczące jakości propozycji programowych radia: „No może poziom [programów emitowanych przez Radio 5] nie jest najlepszy, no ale czasami słucham, co się wydarzyło w mieście” [F2N1] były one jednak równoważone głosami neutralnymi typu: „Radio 5 – wiadomości, przede wszystkim to, co się dzieje w regionie, oferta kulturalna” [F2N3] czy też wypowiedziami pozytywnymi: „Myśmy tutaj w dyskusji zapomnieli o właścicielu Radia 5 [...]. On jest taką iskrą, która powoduje, że coś w tych Suwałkach się dzieje [...]. Trzeba prawdę taką oddać obiektywną. Dzięki temu człowiekowi dużo się zmienia w Suwałkach [...]. Lokalną społeczność informuje, jest też sponsorem w różnych imprezach, udostępnia nagłośnienie swoje, które posiada, prywatne, na wielu imprezach” [F2N5].

Wiele wskazuje na to, że ów rozdźwięk powstały między stanowiskiem uczestników kultury a opiniami (nie)uczestników pojawia się na podstawowym poziomie definiowania kultury, a co za tym idzie również potrzeb kulturalnych, jakie przejawiają badani. Uczestnicy, często utożsamiający pojęcie „kultury” z dosyć wąskim obszarem (wymagających) praktyk i aktywności oraz wiążący je w większym stopniu z poszczególnymi dziedzinami sztuki aniżeli z rozrywką, nie odnajdują w programach Radia 5 interesujących dla nich informacji. (Nie)uczestnicy kultury chętniej włączają imprezy rozrywkowe w obszar praktyk kulturalnych albo zdradzają większe zainteresowanie tego typu aktywnościami, nawet jeśli koniec końców nie biorą w nich udziału.

Jeśli idzie o dostęp do informacji dotyczących wydarzeń kulturalnych, jedynym zainteresowaniem wszystkich badanych cieszyły się internetowe portale informacyjne. Badani wymieniali tu przede wszystkim stronę *suwalki.info* oraz *niebywalesuwalki.pl* i *suwalki24.pl*. Młodszy uczestnicy wywiadów wyraźnie opowiadali się za znajdowaniem informacji dotyczących oferty kulturalnej przede wszystkim za pośrednictwem Internetu, podczas gdy przedstawiciele starszych generacji chętniej łączyli używanie tzw. nowych technologii z tradycyjnymi sposobami pozyskiwania informacji (tradycyjne media, kontakt osobisty, plakaty i ogłoszenia). Młodzi uczestnicy kultury zdecydowanie preferują docieranie do interesujących ich imprez poprzez portal społecznościowy Facebook, gdzie mogą po prostu dołączyć do proponowanych przez różnych organizatorów wydarzeń. Może o tym świadczyć następująca wypowiedź badanej: „Młodzi ludzie korzystają z Facebooka i bardzo szybko to się przenosi. Powiedzmy, jak są jakieś koncerty w Warce czy w klubie Manhattan, to wiadomo, każdy udostępnia, każdy lubi... A po plakatach czy billboardach to raczej słabo” [F1U3]. Młodzi badani podkreślali, że przy wyborze samego wydarzenia istotne są dla nich dwie kwestie. Po pierwsze – to, czy do wspomnianego wydarzenia dołączają inni znajomi użytkownicy Facebooka. Po drugie – to, czy wszystkie potrzebne informacje dotyczące terminu, miejsca lub ceny biletów danej imprezy kulturalnej organizator zgromadził w jednym miejscu. W przekonaniu badanych takie wydarzenie można uznać za interesujące. Ilustrują to poniższe cytaty z wywiadów fokusowych: „Facebook!... Bo najczęściej jest tak, że jedna osoba zauważy na przykład jakiś koncert, polubi na przykład plakat, poda go dalej i to jest już sieć [...]. W Internecie z reguły wszystko jest w jednym miejscu. Wiadomo, co to jest, wiemy, kiedy będzie i ile kosztuje, wiemy, kto będzie mniej więcej... To jest bardzo ważne, no bo różni ludzie się zdarzają” [F2U2]; „Jak natrafiliśmy na trop [przy poszukiwaniu wydarzenia

kulturalnego], to możemy też zapraszać innych ludzi [...]. Wiadomo, że jak polecają coś nasi znajomi, to na pewno jest to warte uwagi” [F2U1].

Ciekawy wydaje się również fakt, że wspomniane przez młodych suwalczan wydarzenia promowane poprzez portal Facebook to głównie wydarzenia muzyczne, proponowane przez podmioty komercyjne działające w obszarze kultury i rozrywki. Wśród wymienianych imprez nie znalazły się propozycje suwalskich instytucji czy organizacji pozarządowych (choć nie oznacza to, że propozycji takich nie ma).

Do poszukiwania informacji o ofercie kulturalnej wyłącznie przez portale społecznościowe czy w ogóle Internet sceptycznie nastawieni byli starsi uczestnicy kultury, wskazując na pewną nieprzystawalność czy nieadekwatność tego typu narzędzi do ich potrzeb. Jeden z badanych ujmuje to w następujący sposób: „To takie piękne słowa Internet, Facebooki i te inne bajery. Internet to jest żaden dostęp do informacji. Z bardzo prostej przyczyny: gdybyśmy się przyjrzeni, jaki jest naprawdę dostęp (nie mówię o młodzieży), jaka jest możliwość dostępu do Internetu, do komputerów, do mediów tego typu przez osoby troszkę starsze, to jest żadna. Jak ja bym miał korzystać, tobym korzystał ze słupa, naprawdę! Bo ja sobie idę i naprawdę na słup zerkam [...]. Ograniczyłem się do 15 minut czy pół godziny korzystania z komputera, bo ja nie widzę tam informacji dla mnie przydatnych” [F1U2]. Na potrzebę istnienia słupów ogłoszeniowych, a tym samym na zasadność posługiwania się przez organizatorów tradycyjną formułą rozprzestrzeniania informacji, wskazuje też inna badana, mówiąc: „Ja, jadąc do pracy, obserwuję słupy ogłoszeniowe i plakaty na słupach i to do mnie trafia, ja wiem, że wtedy i wtedy [...] zdążę przeczytać, że przyjeżdża taki i taki zespół czy wykonawca, wtedy i wtedy odbędzie się koncert. Mi to pasuje, bo nie zawsze mam czas i ochotę, żeby grzebać w Internecie” [F1U1]. Starsi badani poszukują informacji o wydarzeniach kulturalnych również poprzez tzw. pocztę pantoflową, licząc na wiedzę i gust uczestniczących w kulturze przyjaciół. I o ile młodszy badani metodę „polecania wydarzeń” wykorzystują wyłącznie w przestrzeni wirtualnej, podpatrując znajomych dołączających do kolejnych imprez, tak starsi uczestnicy kultury bardzo podkreślają wagę kontaktu osobistego i osobistego polecenia. Uczestnicy wywiadów fokusowych wspominali także o sytuacjach, w których sami wchodzą w rolę polecających: „[Zaraz po udziale w jakimś wydarzeniu] od razu dzwonię i mówię: musisz pójść, musisz to zobaczyć, to było fajne...” [F1U1]. Przede wszystkim jednak przywoływali postać pewnego suwalskiego propagatora kultury, który – jak zaznaczali badani – jest skarbnicą kulturalnych informacji i cieszy się ogromnym zaufaniem. Oto niektóre przykłady

wypowiedzi badanych na jego temat: „Nawet od pana [tu pada imię i nazwisko] otrzymuję co tydzień taką pełną informację!” [F2U6]; „Znam go osobiście, na takim poziomie koleżeńskim. Jest to bardzo sympatyczny człowiek, niezmiernie zaangażowany właśnie w takie może nie organizowanie, ale jak gdyby skupianie, informowanie ludzi o tym, co się dzieje” [F2U4]; „U mnie informacja polega na jednym słowie: [tu pada imię]. [On] wszystko wie i informuje, że to jest tu, a to jest tam!” [F1U6].

Bez wątpienia obecność i aktywność zaangażowanych promotorów kultury, będących jednocześnie tzw. liderami opinii, wpływa nie tylko na lepsze rozprzestrzenianie się informacji dotyczących inicjatyw kulturalnych, ale ma też ogromne znaczenie dla podtrzymywania więzi w ramach lokalnych społeczności. Sprzyja także rozwijaniu sieci kontaktów pomiędzy uczestnikami poszczególnych wydarzeń. Oddziałuje zatem również na charakter uczestnictwa w kulturze.

Aby zbadać, w jaki sposób twórcy oferty kulturalnej mogą efektywnie wykorzystywać dostępne środki komunikacji z potencjalnymi odbiorcami, w badaniu ilościowym zapytano respondentów, skąd czerpią informacje na temat wydarzeń kulturalnych w Suwałkach. Rozkład częstości prezentuje wykres 18. Zdecydowanie najpopularniejszym kanałem informacji jest Internet, na który wskazało 60% ogółu badanych. W dalszej kolejności wymieniano radio (40%), na bliską rodzinę i znajomych (do tej kategorii można zaliczyć również liderów opinii) wskazało 31% badanych, na szeroką kategorię komunikacji BTL⁶⁷, to jest afisze, plakaty, billboardy, słupy ogłoszeniowe – 35%. Więcej niż co piąta osoba (22%) korzysta również z prasy lokalnej, a jedynie co dziesiąta z telewizji. Stosunkowo mała popularność tego ostatniego medium wynika oczywiście z faktu, że informacje na temat suwalskiego życia kulturalnego odnaleźć można przede wszystkim w publicznej telewizji regionalnej, jednak w programach informacyjnych tej stacji wiadomości dotyczą zazwyczaj obszaru całego województwa, a nie konkretnego podregionu, w tym wypadku Suwalszczyzny, co może być postrzegane jako utrudnienie w odbiorze.

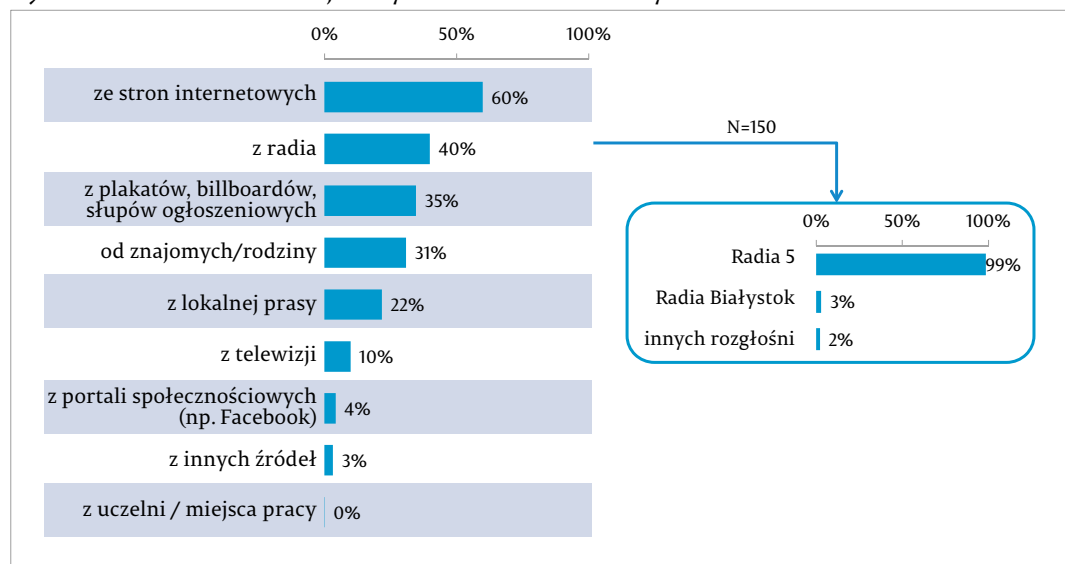
Dyskusyjny w kontekście szerokiego pozyskiwania informacji o wydarzeniach z Internetu jest natomiast zdiagnozowany niski wynik portali społecznościowych jako źródeł wiedzy na temat dostępnych wydarzeń kulturalnych. Jedynie 4% badanych wymieniło na przykład Facebooka, a w najmłodszym przedziale wiekowym, gdzie użytkowanie portali społecznościowych jest najpowszechniejsze, wynik ten

⁶⁷ BTL (*below the line*) – działania reklamowe skierowane do konkretnego klienta, niebędące reklamą w środkach masowego przekazu.

wyniósł jedynie 9,7%. Być może nieformalny sposób przekazywania informacji w tzw. Sieci 2.0 sprawia, że badani nie uznali go za sposób pozyskiwania wiedzy o wydarzeniach kulturalnych, trudno jednak uznać – zarówno na podstawie wywiadów zogniskowanych, jak i badań aktywności w polskim Internecie⁶⁸ – że jest on dla suwałczan tak mało istotny.

Ze względu na to, że uczestnicy badań fokusowych wśród wymienianych kanałów informacyjnych wskazywali m.in. na stacje radiowe, postanowiliśmy o tę kwestię zapytać także ankietowanych biorących udział w badaniu ilościowym. Na pytanie o nazwy rozgłośni, które zdaniem badanych informują o wydarzeniach kulturalnych, niemal wszyscy odbiorcy odpowiedzieli zgodnie, wskazując na Radio 5, jedynie 3% posiłkuje się Polskim Radiem Białystok, a 2% – innymi stacjami. Jeśli przyjąć założenie wynikające z wypowiedzi uczestników wywiadów zogniskowanych, wedle którego Radio 5 informuje wyłącznie o wydarzeniach, którym patronuje lub które współorganizuje, to może to skutkować tworzeniem się pewnej luki informacyjnej, tj. sytuacji, w której pewna istotna grupa uczestników kultury nie uzyskuje całościowej wiedzy na temat lokalnej oferty kulturalnej.

Wykres 18. Źródła informacji o wydarzeniach kulturalnych w Suwałkach



Źródło: opracowanie własne, CATI, N=375.

⁶⁸ Por. np. *Internauci 2015*, Komunikat CBOS 90/2015, http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2015/K_090_15.PDF [dostęp: 1.07.2015].

W zależności od wieku, wykształcenia czy sytuacji zawodowej obserwowane są inne sposoby pozyskiwania informacji. Wśród osób do 50. roku życia, z wyższym wykształceniem, uczących się lub studiujących głównym kanałem informacyjnym jest obecnie Internet i trend ten najprawdopodobniej będzie się umacniał, stąd szczególną uwagę należałoby zwrócić na promocję i informację poprzez to medium. Radio oraz reklama zewnętrzna – afisze, billboardy, plakaty, słupy ogłoszeniowe zyskują na popularności proporcjonalnie do wieku – im młodsi respondenci, tym rzadziej korzystają z tych kanałów. Spostrzeżenie to znalazło potwierdzenie w wywiadach jakościowych. Wśród osób powyżej 50. roku życia, emerytów i rencistów właśnie radio i zewnętrzne nośniki pozostają głównym źródłem pozyskiwania wiedzy na temat wydarzeń kulturalnych w Suwałkach. Mniej popularny w tych grupach jest Internet. Spostrzeżenia te, choć dość intuicyjne, mogą stanowić wyraźną sugestię dla twórców oferty kulturalnej, że sposoby informacji i promocji wydarzeń powinny być opracowywane w sposób przemyślany i precyzyjny, aby jak najskuteczniej docierać do właściwych grup odbiorców.

Tabela 17. Źródła informacji o wydarzeniach kulturalnych w rozbiciu na zmienne niezależne

	R2. Wiek									
	15-24		25-34		35-49		50-64		65 lat i więcej	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
ze stron internetowych	46	74,7	62	81,2+	53	58,4	50	52,1	14	28,0-
z radia	7	12,0-	24	32,2	43	46,8	49	51,4	26	50,9
z afiszów, plakatów, billboardów, ze słupów ogłoszeniowych	15	24,6	10	13,1-	26	28,8	51	53,2+	28	54,2
od znajomych/rodziny	24	40,0	28	37,1	22	24,0	30	31,7	11	21,3
z lokalnej prasy	10	17,0	12	15,2	25	27,3	16	16,3	19	38,0
z telewizji	7	12,1	4	4,9	9	9,9	10	10,8	7	13,3
z portali społecznościowych (np. Facebook)	6	9,7	3	4,5	5	5,3	1	1,5	0	0,0
z uczelni / miejsca pracy	-	-	-	-	-	-	1	0,5	-	-
inne	2	4,0	2	3,3	3	3,0	3	3,1	1	2,6
Razem	61	100	76	100	91	100	96	100	51	100

Tabela 17. cd.

	M2. Wykształcenie						Sytuacja zawodowa							
	podstawowe, gimnazjalne lub zawodowe		średnie i policealne		wyższe		aktywny zawodowo		uczy się lub studiuje		emeryt/ rencista		niepracujący	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
ze stron internetowych	58	43,8-	106	65,2	61	75,7+	144	66,7	36	84,7+	29	29,9-	16	77,6
z radia	49	37,1	73	44,7	28	34,9	90	41,5	5	12,8-	49	51,0	6	27,8
z afiszów, plakatów, billboardów, słupów ogłoszeniowych	34	26,1	67	41,1	29	35,6	60	27,9	10	22,9	55	57,8+	5	21,8
od znajomych/ rodziny	46	34,8	50	30,4	20	25,4	62	28,7	19	44,7	25	26,1	10	47,7
z lokalnej prasy	34	25,7	29	17,9	19	23,4	47	21,6	6	14,8	25	26,0	4	19,3
z telewizji	16	11,9	15	9,4	6	7,7	14	6,3	7	17,3	15	15,7	1	6,0
z portali społecznościowych	6	4,5	2	1,3	8	9,9	8	3,7	5	11,6	1	1,2	2	9,0
z uczelni/ miejsca pracy	-	-	1	0,3	-	-	1	0,2	-	-	-	-	-	-
inne	3	2,5	2	1,4	6	7,9	9	4,2	-	-	2	2,0	1	5,4
Razem	132	100	163	100	80	100	216	100	42	100	96	100	21	100

Źródło: opracowanie własne, CATI, N=375.

ROLA ORGANIZACJI POZARZĄDOWYCH I DZIAŁAŃ ODDOLNYCH

Wielkimi nieobecnymi w dyskusji o instytucjach i miejscach kultury w Suwałkach okazały się organizacje pozarządowe. O konkretnych NGOs-ach wspominali niektórzy twórcy oferty kulturalnej, wymieniając nazwy organizacji czy nazwiska konkretnych działaczy trzeciego sektora. Należy nadmienić, że byli to twórcy związani właśnie z trzecim sektorem. O NGOs-ach podczas wywiadów fokusowych z uczestnikami i (nie)uczestnikami kultury wspomniano marginalnie. W dużym stopniu koresponduje to z wnioskami z przeprowadzonej analizy danych zastanych, które sugerują słabość suwalskiego trzeciego sektora w dziedzinie kultury.

Nie jest tajemnicą, że kluczem do rozpoznawalności poszczególnych instytucji czy podmiotów prywatnych jest zwykle miejsce – siedziba, z którą odbiorcy kojarzą konkretne inicjatywy kulturalne, a tej fundacje i stowarzyszenia najczęściej nie posiadają. Prawdopodobnie ze względu na ten fakt, działania proponowane przez organizacje pozarządowe w Suwałkach, nawet jeśli są przez mieszkańców miasta zauważane, nie są identyfikowane z faktycznymi organizatorami, mimo że ci działają przecież w ramach formalnej struktury stowarzyszenia czy fundacji. Na słabą rozpoznawalność zarówno organizatorów, jak i samych wydarzeń wpływa też pośrednio sposób finansowania organizacji pozarządowych – wszak środki przeznaczone na działalność kulturalną, zdobywane w konkursach ofert czy konkursach ministerialnych, zwykle są zbyt skromne, by móc na poważnie zająć się promocją przygotowywanych wydarzeń: „Piszemy projekty, udowadniamy, że koń ma cztery nogi w projektach i że to ma sens, ale projekt nie przechodzi albo dostajemy bardzo małe pieniądze na realizację, bo jestem z trzeciego sektora” [IDI3].

Do sposobów finansowania dostępnych dla organizacji pozarządowych oraz trudności związanych z promocją proponowanych wydarzeń odnoszą się także twórcy oferty kulturalnej niezwiązani z trzecim sektorem. O kondycji finansowej

NGOs-ów jedna z badanych – przedstawicielka instytucji kultury – mówi następująco: „[...] na pewno instytucje miejskie czy też my jako instytucja kultury miasta mamy to bezpieczeństwo, że jak nam brakuje środków, to czegoś nie zrobimy. A jak miastu zależy na tym, żeby to było, to może zwiększą nam budżet, żeby to zorganizować. Takiego komfortu na pewno nie mają NGOs-y, czyli stowarzyszenia czy fundacje, które też organizują, bo one się mogą tylko poruszać w kwocie dotacji i ewentualnych sponsorów i to jest wszystko. I oni sobie na więcej nie mogą pozwolić i to są na pewno duże ograniczenia, bo często chcieliby ściągać jakieś gwiazdy czy wykladać większe środki finansowe na uatrakcyjnienie programu czy propozycje i oferty, ale po prostu fizycznie na to środków nie mają. Więc są zdecydowanie w trudnej sytuacji i uważam, że zawsze łatwiej jest instytucji kultury, która podlega pod samorząd, pod miasto, pod samorząd wojewódzki czy miejski, czy inny, coś zorganizować, bo zawsze jakby tak zwany wentyl bezpieczeństwa leży tu po stronie samorządu, który posiada środki” [IDI1]. O trudnościach związanych z promowaniem oferty, z którą borykają się zarówno NGOs-y, jak i instytucje kultury, mówi zaś inny badany, wywodzący się również z kręgu instytucji: „[...] z tą promocją bywa różnie, bo w tej chwili, że tak powiem..., promocji też się nie da zrobić w sposób zwykły, prosty i za darmo” [IDI2].

Twórcy oferty kulturalnej związani z suwalskimi instytucjami marginalnie wspominają również o swojej współpracy z organizacjami czy – jak to ujmuje jeden z badanych – „pomocy” kierowanej w stronę NGOs-ów. W związku z tym można odnieść wrażenie, że sektor publiczny jest w Suwałkach wyraźnie odseparowany od pozarządowego, a o realnej współpracy między tymi podmiotami mówić można stosunkowo rzadko.

Organizacją najlepiej rozpoznawaną, wymienianą z nazwy, ale przede wszystkim silnie kojarzoną z konkretną sferą działalności społecznej i kulturalnej jest Stowarzyszenie Uniwersytet Trzeciego Wieku (potwierdza to analiza danych zastanych). Wiele wskazuje na to, że duża aktywność tego podmiotu, a przede wszystkim specyficzna grupa odbiorców jego działań wpływa na lepszą rozpoznawalność stowarzyszenia. Badani uczestnicy i (nie)uczestnicy podkreślali bowiem, że jest to jedyny organizator „na poważnie” zainteresowany seniorami i ich potrzebami. Na przykładzie działalności wspomnianego powyżej stowarzyszenia można zauważyć, jak istotną rolę dla społeczności lokalnej czy poszczególnych grup społecznych w jej obrębie spełniają (czy spełniać powinny) organizacje pozarządowe.

Działania kulturalne zaangażowane społecznie prowadzą w Suwałkach także inne NGOs-y. Za przykład posłużyć mogą działania stowarzyszenia „Nie po drodze”, cyklicznie organizującego zajęcia aktywizujące dla dzieci pt. *Na moim podwórku*



*jest zawsze ciepło*⁶⁹. Projekt ów nie był wprawdzie wspomniany przez badanych podczas wywiadów fokusowych, jednak nasi rozmówcy wyraźnie opowiadali się za koniecznością wzbogacenia oferty kulturalnej na osiedlach mieszkaniowych. W tym kontekście, by tak rzec, tradycyjnie jako odbiorców osiedlowej kultury przywoływano właśnie dzieci, seniorów czy rodziny. Bardzo doceniano także oddolne próby organizowania „kultury osiedlowej”. Jedna z badanych przychylnie wyrażała się o spontanicznych organizatorach⁷⁰ animujących przestrzeń suwalskiego Kaczego Dołka: „Na osiedlach powinny być różne rzeczy na dzieci. Na tzw. Kaczym Dołku, jest tam taka grupa zapaleńców, oni robią świetne! Co sobotę dla dzieci spotkania, dla rodzin [...]” [F1U7].

Zwłaszcza uczestnicy kultury wyraźnie zarysowują potrzebę istnienia czy rozwijania wydarzeń proponowanych na osiedlach mieszkaniowych, bo tego rodzaju inicjatywy kulturalne mogłyby, w przekonaniu badanych, polepszyć dostęp do kultury i zwyczajnie zbliżyć do siebie mieszkańców. Oferta osiedlowa od uczestników tego typu działań nie wymaga bowiem tak dużych nakładów finansowych (bilety wstępu) czy czasowych (dojazd). Pytani o to, jakich wydarzeń oczekivaliby na osiedlach, nasi rozmówcy skłaniali się przede wszystkim ku wydarzeniom o charakterze kameralnym, tj. warsztatom, spotkaniom, minikoncertom itp., wyraźnie dystansując się od dużych imprez plenerowych. Preferowano przedsięwzięcia zorientowane na budowanie więzi społecznych, podkreślano potrzebę kontaktu face to face zarówno z artystami, jak i innymi uczestnikami wydarzeń. „Bezpośredni jest kontakt z twórcą. Czasem [...] chodzimy na wystawy zdjęć. Nasi znajomi gdzieś wyjeżdżają i opowiadają. To jest taka relacja na żywo, przekazanie emocji [...], nie wiedzą o tym wszyscy, więc nie spotka się takich ludzi mało kulturalnych” [F1U5].

Zaproponowanie oferty osiedlowej adekwatnej do potrzeb i oczekiwań mieszkańców wymagałoby oczywiście wiele pracy i konsultacji społecznych. Tego rodzaju działalność kulturalna w wielu miastach w Polsce w sposób automatyczny kojarzona jest właśnie z NGOs-ami, które działając oddolnie, będąc „bliżej ludzi” i stawiając na mniej sformalizowane formy kontaktu z nimi, są w tym obszarze działań znacznie skuteczniejsze niż instytucje. W Suwałkach trudno jest ocenić, czy mniejszą aktywność i widoczność NGOs-ów należy wiązać ze słabą motywacją i zaangażowaniem w gronie samych organizacji, czy jednak z niskimi kwotami

⁶⁹ „Na moim podwórku jest zawsze ciepło” to projekt cyklicznie organizowany na podwórkach wokół ulicy Sejneńskiej w Suwałkach i adresowany do mieszkających tam dzieci. Por. <http://niepodrodze.org/na-moim-podworuku-jest-zawsze-cieplo-2014/> [dostęp: 1.07.2015].

⁷⁰ Należy zaznaczyć, że niektórzy działający tam animatorzy związani są z trzecim sektorem.

dotacji przyznawanymi w konkursach ofert oraz słabą współpracą i stymulacją organizacji ze strony magistratu.

Taki stan rzeczy jest o tyle zaskakujący, że Suwałki na przestrzeni kilku ostatnich lat prężnie rozwijają się w obszarze kultury instytucjonalnej (szeroki zasięg Suwałki Blues Festival, inwestycje infrastrukturalne). Nie jest jednak ów rozwój instytucjonalny równoważony stymulacją oddolnych inicjatyw czy nawiązywaniem i wzmacnianiem współpracy międzysektorowej. Inaczej mówiąc, stawiając sobie cele ściśle modernizacyjne, władze miasta być może mniej koncentrują się na obywatelskich aspektach wprowadzanych zmian. W trakcie wywiadów z uczestnikami kultury badani kilkakrotnie wyrazili przekonanie o istnieniu trudności komunikacyjnych w relacji: władze miasta – obywatele. Trudno jednoznacznie powiedzieć, czego konkretnie dotyczą owe trudności. Trudno też orzec, czy badani, wyrażając krytyczne opinie, myśleli wyłącznie o sferze kultury, czy mieli na myśli także inne obszary działalności publicznej. Kilkoro badanych jednak wyraźnie dystansowało się czy to od urzędników magistratu, czy od szeroko pojętych władz miasta. Pomijając osobiste antypatie, preferencje polityczne czy też powszechne w Polsce przekonanie, że urzędników nie należy obdarzać przesadnym zaufaniem, mimo wszystko dosyć zaskakujący wydał nam się sposób myślenia o mieście, władzy i obywatelach, prezentowany przez niektórych badanych. Jeden z uczestników kultury na przykład wyraźnie oddzielał pojęcie miasta od ludzi, tak jakby lokował władzę i jej działalność w przestrzeni równoległej wobec codziennego życia, potrzeb i pasji obywateli. Kiedy w dyskusji padło nazwisko jednego z organizatorów imprez kulturalnych związanego z sektorem prywatnym, badany wyraził się w taki oto sposób: „Na takich ludzi [prywatnych organizatorów] to należy spojrzeć trochę z innej strony. Są fajni, bawią się, swoją pasję potrafią przekazać innym. Chyba tutaj nie należy patrzeć na to, czy przynoszą coś miastu, czy nie. Ważne, że przynoszą ludziom. Miasto to akurat najmniej interesuje [...]. Ja bym tu nie łączył miasta z pasją ludzi, z tym, co oni chcą robić” [F1U2]. Nawet jeśli ten sposób myślenia czy opinie nie dominują wśród mieszkańców, są one naszym zdaniem ważnym sygnałem, którego magistrat nie powinien ignorować.

ROLA SPORTU I TURYSTYKI

„Sport jest o tyle ważny, że jest łatwy do przyjęcia, zrozumiały dla wszystkich, prosty...” [F1U2]. W ramach przeprowadzonych wywiadów fokusowych – zarówno badani uczestnicy kultury, jak i suwalczanie w kulturze uczestniczący sporadycznie – w obszar dyskutowanych praktyk kulturalnych chętnie włączali także aktywności sportowe. Wprawdzie kilkoro badanych potrzebowało od nas potwierdzenia, czy sport aby na pewno jest kulturą, ale po otrzymaniu zapewnienia o przyjętej przez nas szerokiej definicji kultury i praktyk kulturalnych nasi rozmówcy dzielili się opiniami dotyczącymi również tego rodzaju aktywności.

Obie grupy badanych często wskazywały na zasoby naturalne, tj. na położenie geograficzne Suwałk i związane z nim ukształtowanie i specyfikę terenu, twierdząc, że dają one możliwości do podejmowania wszelkich aktywności sportowych, w związku z czym ten potencjał miasto powinno wykorzystać. Trzeba zaznaczyć, że obie grupy badanych nieco częściej mówiły o zapotrzebowaniu na konkretny sprzęt czy infrastrukturę sportową, niż doceniały istniejące już przestrzenie czy wydarzenia sportowo-rekreacyjne, jednak badanie ilościowe wykazało, że większość mieszkańców (79,8%) nie odczuwa braków w infrastrukturze sportowej.

Pośród zgłaszanych przez badanych propozycji na uatrakcyjnienie oferty kulturalnej poprzez aktywności sportowe pojawiły się sugestie zmian infrastrukturalnych dotyczących na przykład: powiększenia pasm ścieżek rowerowych, budowy plaży miejskiej, budowy krytego lodowiska, budowy parku linowego, budowy strzelnicy sportowej, budowy drążków do street workoutu czy powrotu do organizacji zawodów motocrossowych na przygotowanych do tej dyscypliny sportu torach. Jedna z badanych (nie)uczestniczek postulowała wyodrębnienie przestrzeni rekreacyjnych, zorganizowanych z myślą o właścicielach psów. Z kolei inny z uczestników kultury zwracał uwagę na nieodpowiednią jego zdaniem proporcję pomiędzy wydarzeniami muzycznymi proponowanymi w mieście a wydarzeniami sportowymi. Ujął ten problem następująco: „Według mnie zdecydowanie przeważają koncerty w porównaniu do wydarzeń sportowych, oprócz meczów na stadionie... Jakież,

nie wiem, maratony, rowerowe przejażdżki. Ostatnie rowerowe przejażdżki – to, co ostatnio usłyszałem, to z kościoła [kościół je organizował]. Brakuje takiego czegoś. [To są] zdrowe, zielone płuca Polski... Powinno być więcej sportu w Suwałkach!” [F2U2].

Nawet jeśli podczas dyskusji badani potakująco kiwali głowami, wymieniając między sobą propozycje niezbędnych inwestycji lub wydarzeń sportowych, to trudno pozbyć się wrażenia, że potrzeby zgłaszane w tym kontekście miały raczej charakter indywidualny, a kolejne pomysły nie wzbudzały specjalnej aprobaty pozostałych uczestników wywiadów. Trudno jednoznacznie ocenić, czy działo się tak z uwagi na przekonanie badanych, że właśnie tworzą listę tzw. pobożnych życzeń, czy zaproszeni do badań mieszkańcy Suwałk w istocie nie są do końca przekonani o konieczności realizacji wszystkich wymienionych pomysłów, będąc – jak większość mieszkańców – właściwie zadowoleni z obecnego poziomu infrastruktury sportowej.

Badani podawali również pojedyncze przykłady interesujących z ich punktu widzenia imprez sportowych, organizowanych na wolnym powietrzu i polegających na czynnym udziale mieszkańców. Jedna z badanych przywołała w tym kontekście plenerowe warsztaty zumbi w parku, zaznaczając, że w przyszłości tego typu zajęcia powinny być organizowane z uwzględnieniem podziału na grupy wiekowe: „No może ten taniec, ale żeby był mniej więcej taki podział na grupy, nie tak jak teraz było: zumba, wszyscy się rzucili. Jeden robił, drugi... w parku. No i wszystkie grupy wiekowe... przedszkolaków i pierwszoklasistów” [F1U3]. Inny z badanych zwrócił z kolei uwagę na fakt niefortunnego umiejscowienia niektórych siłowni „pod chmurką”, zlokalizowanych na osiedlach mieszkaniowych: „Miejsca do ćwiczeń są porobione w nieodpowiednich... miejscach lub jest ich za dużo. Na przykład jest zrobiona taka siłownia pod czymś blokiem⁷¹ i nie ma jak ćwiczyć, ludzie się wstydzą” [F2N6]. O bardzo istotnej kwestii w odniesieniu do terenów rekreacyjnych w Suwałkach wspominał również badany, który jest osobą niepełnosprawną ruchowo: „Ja jestem tylko biernym odbiorcą kultury fizycznej, a ja chcę

⁷¹ Jak twierdzi Marcin Wicha w książce *Jak przestałem kochać design* (Kraków 2015, s. 137), polskie projektowanie po transformacji systemowej rozwinęło się znacznie bardziej w stronę estetyczności aniżeli użyteczności proponowanych obiektów, przez co owej użyteczności Polacy wciąż pozbawieni są na dosyć podstawowym poziomie i obcuja z „antydesignem”. Autor pokazuje, że o ile przemyśleliśmy już to, jak chcemy mieszkać, żegnając się z meblościanką i tłumnie ruszając po meble ze sklepów Ikea, tak szary formularz PIT, mało czytelne karty/broszury wyborcze, druki urzędowe czy zbyt małe siedziska w nowoczesnych autobusach wciąż pozostają poza zasięgiem projektantów. W związku z tym obywatele stale muszą się z tymi obiektami mierzyć. Wydaje się, że w podobny sposób mierzyć się muszą suwalczanie z siłownią pod chmurką – czy to ćwicząc pod czymś oknem, czy to spoglądając przez okno na ćwiczących.

aktywnym być! Nie ma czegoś takiego dla mnie. Ja nie pójdę na te atlasy. Atlasy nie są dla mnie. Mogę sobie pobiegać [...]. Są ludzie na wózkach, o kulach, oni też by chcieli kultury, mówimy teraz o kulturze sportowej...” [F1N7].

Pochlebne opinie badanych pojawiły się w odniesieniu do infrastruktury, która umożliwia nie tyle czynny udział w aktywności sportowej, co raczej obserwowanie sportu wyczynowego. Badani wspominali tu o lokalizacjach umożliwiających oglądanie meczów siatkówki czy piłki nożnej, wskazując na ich przyjazność i funkcjonalność: „Ja na przykład bardzo lubię chodzić na siatkówkę na halę OSiR, oglądać mecze. Mi się podoba, że tam przychodzą całe rodziny, jest tam kącik dla małych dzieci, tam się zajmują tymi dziećmi, a rodzice mogą sobie popatrzeć” [F2U8]; „Stadion Wigier Suwałki! [...]. Teraz też poziom sportowy podrośł, więc przebywanie na stadionie jest dla mnie przyjemne” [F2U1].

Jednym z istotnych wątków wywiadów zogniskowanych była też turystyka. Jak stwierdził jeden z badanych, „w interesie miasta powinno to leżeć, żeby jak największą liczbę ludzi zachęcić, żeby pieniądze tu zostawili, żeby pokazać właśnie miasto z dobrej strony, taką reklamę pozytywną miasta i mieszkańców wysłać w Polskę...” [F2U1].

Kiedy pytaliśmy o to, czy ofertę kulturalną Suwałk należy konstruować między innymi z myślą o turystach, zarówno suwalczanie zaproszeni do wywiadów fokusowych, jak i biorący udział w wywiadach pogłębionych twórcy oferty kulturalnej całkowicie ten pomysł aprobowali. Na podstawie zgromadzonego materiału badawczego można zarysować dwie główne tendencje w mówieniu o turystach, jako odbiorcach suwalskiej kultury. Pierwsza z nich, prezentowana głównie przez uczestników kultury, dotyczyła przekonania, że osoby, które uczestniczą w wydarzeniach kulturalnych w swoim miejscu zamieszkania, będą poszukiwać takich aktywności również podczas wyjazdów wypoczynkowych. W związku z powyższym należy nie tyle proponować turystom „coś extra”, ile po prostu dbać o dobrą jakość oferty kulturalnej, czuwać nad jej różnorodnością i dostępnością. Oczywiście badani zaznaczali, że trzeba zintensyfikować propozycje kulturalne podczas tzw. sezonu urlopowego (zwłaszcza podczas letnich wieczorów), umiejętnie wzmacniać te formuły kulturalne, rozrywkowe czy rekreacyjne, które są w jakiś sposób swoiste dla Suwałk (w tym kontekście najczęściej przywoływano Suwałki Blues Festival). To proponowane przez badanych podejście do turystów można nazwać strategią włączającą, w myśl której przybysz z innego miasta czy kraju uczestniczy w wydarzeniach kulturalnych do spółki z mieszkańcami miasta. W podobnej mierze co mieszkańcy współtworzy te wydarzenia. Esencję tej strategii próbuje zarysować jeden z badanych w poniższej wypowiedzi: „Turysta

latem nie przyjeżdża do miasta [w dzień], ale przyjedzie wieczorem. Jeżeli przyjeżdża wieczorem, to niech gra muzyka. Wszędzie, gdzie gra muzyka, ludzie się zatrzymają. Byle jaka, ale niech gra. [Disco polo – głos z sali]. Nieważne – niech w trzech miejscach gra różna muzyka, każdy pójdzie po swoje” [F1U2].

Inna badana uczestniczka kultury próbowała opisać ją, używając przykładu Blues Festivalu jako pewnej swoistej suwalskiej imprezy, adresowanej nie tylko do turystów, ale także angażującej mieszkańców: „Ja myślę, że promocja przez kulturę to jest bardzo dobry sposób. Jeżeli już teraz ten festiwal [bluesowy] już tak zaistniał, jest tak kojarzony i ściąga tyle osób z Polski, a być może nawet też z zagranicy [...]. On żyje już swoim życiem. On się wpisał już w nasz krajobraz, w społeczność. Jest to jak najbardziej promocja miasta, mieszkańców, nie każdy zna Suwałki...” [F2U6].

Druga tendencja w mówieniu o turystach prezentowana była nieco częściej przez (nie)uczestników kultury, a opierała się na przekonaniu, że goście odwiedzający Suwałki najchętniej uczestniczą w wydarzeniach ściśle rozrywkowych, mogą za nie zapłacić i należy je organizować z myślą o nich. Wśród propozycji tego rodzaju rozrywki pojawił się pomysł zorganizowania kabaretonu (wydarzenia – jak pokazuje badanie ilościowe – chętnie widzianego także przez samych suwalczan). Taki rodzaj podejścia do turystów można opisać jako strategię *reprezentacyjno-lukratywną*, zgodnie z którą przy odpowiednich staraniach mieszkańców i specjalnie przygotowanej ofercie turyści dobrze ocenią miasto i jak to wielokrotnie powtarzali badani „zostawią tu pieniądze”. W ramach wypowiedzi przyporządkowanych do tej strategii jedna z badanych sugerowała nawet, że dzięki pieniądзом zarobionym na „udziale turystów” można zarabiać na inne wydarzenia, kierowane już wyłącznie do mieszkańców Suwałk. Mówiła o tym w następujący sposób: „Suwałki to dosyć biedne miasto, więc gdybyśmy chcieli, żeby kulturalnie odżyło, to wykorzystajmy na kulturę masową okres letni, żeby zarabiał na to. Niech ludzie ściągną tu [przyjadą tu] i zostawią kasę, żeby było na to, żeby wyższych lotów kulturę organizować. Bo pieniądze nie spadną z nieba” [F2N3].

Twórcy oferty kulturalnej korzystają z obu strategii. Część z badanych skłania się ku umieszczaniu w swoim programie propozycji specjalnych, sezonowych – właśnie z myślą o turystach, inni zaś goście odwiedzających Suwałki sukcesywnie włączają w wydarzenia kierowane do mieszkańców. Nie ma jednak wątpliwości, że tę kategorię odbiorców swoich działań wszyscy twórcy traktują z namysłem.

BARIERY UCZESTNICTWA W KULTURZE

W trakcie wywiadów jakościowych poruszany był również temat barier uczestnictwa w kulturze. Prócz utrudnień związanych z deklarowanym brakiem czasu lub sytuacją rodzinną, o których nie będziemy pisać szerzej, pojawiły się dwa główne wątki: koszty uczestnictwa w kulturze oraz poczucie bezpieczeństwa na imprezach masowych, związane przede wszystkim ze spożywaniem alkoholu.

Dyskusję o kosztach uczestnictwa w suwalskiej kulturze zdominowały krytyczne uwagi badanych uczestników i (nie)uczestników kultury, dotyczące cen biletów wstępu do Suwalskiego Ośrodka Kultury. Należy zaznaczyć, że są to opinie dosyć krzywdzące dla SOK-u, głównie z tego powodu, iż w ofercie wspomnianej instytucji wiele proponowanych imprez to wydarzenia darmowe. Na podstawie danych z informatorów SOK-u za okres od stycznia do czerwca 2015 r. można stwierdzić, że około 1/3 zorganizowanych wydarzeń była bezpłatna, podczas gdy wydarzenia, na które wstęp kosztował nie mniej niż 50 zł, to zaledwie 10% całej oferty. Wydaje się jednak, że opisywane wcześniej wysokie ceny widowisk impresaryjnych definiują wyobrażenie o cenach biletów na pozostałe imprezy. Mówią o tym uczestnicy kultury: „Taka kultura, co jest w SOK-u, to jest drogi biznes. Tutaj, żeby co miesiąc czy dwa chodzić do ośrodka suwalskiego, to są duże pieniądze” [F1U7]; „Do teatru wracamy, do SOK-u. To jest bardzo fajna sprawa, ale nie wiem, jak u was, ale właśnie kasa...” [F1U5].

Wiele wskazuje na to, że owo przekonanie może być zbudowane na chybionych porównaniach pomiędzy cenami spektakli, jakich dokonują uczestnicy kultury bywający w innych miastach. Taki trop podpowiada poniższa wypowiedź badanej, która prawdopodobnie zestawiała ze sobą cenę biletu na spektakl, proponowany w repertuarowym teatrze instytucjonalnym, z ceną spektaklu impresaryjnego, obejmującą wiele różnych kosztów: „Na przykładzie kilku sztuk wystawianych tutaj w SOK-u, kiedy porównywałam ceny w innych miastach, choćby we Wrocławiu, w Poznaniu, to po prostu ceny były niższe. Tak się zastanawiałam, z czego to wynika... Ja chętnie częściej bym uczestniczyła, bo ta oferta jest ciekawa, ci

artyści, którzy przyjeżdżają do Suwałk..., ale często jak próbuję komuś ze znajomych zasygnalizować i po prostu namówić, to niestety to się wiąże z barierą finansową” [F2U6].

Badani (nie)uczestnicy bariery finansowe wskazują jako główny powód swojego znikomego udziału w życiu kulturalnym. I o ile można domyślać się, że w wielu wypadkach w istocie trudniejsza do pokonania okazuje się bariera mentalna (np. braki w edukacji kulturalnej), a składanie (nie)uczestnictwa w kulturze wyłącznie na karb czynników ekonomicznych pełni rolę wymówki, to zaznaczyć należy, że badani kilkakrotnie ocenili koszty uczestnictwa w suwalskiej kulturze jako wysokie, a ceny określali mianem zaporowych. Co ciekawe, o zbyt drogich biletach w Suwalskim Ośrodku Kultury (nie)uczestnicy także mówili wiele, chociaż podczas wywiadów nie zdradzali zainteresowań teatralnych, nie nazbyt dobrze orientowali się w tego rodzaju ofercie i trudno jest przypuszczać, że faktycznie takie wydarzenia zdarzyło im się opłacać. Prawdopodobnie więc znaczna część badanych wysokie ceny wydarzeń odbywających się we wspomnianej instytucji zna wyłącznie ze słyszenia, co pokazuje tylko, jak silnie utrzymuje się przekonanie o drogim uczestnictwie w imprezach organizowanych przez SOK.

Twórcy oferty kulturalnej zgodnie przyznają, że koszty uczestnictwa w suwalskiej kulturze odpowiadają jakości proponowanej w mieście oferty i nie są wobec niej zawyżone: „Uważam, że [kultura w Suwałkach] nie jest droga. Powody są takie: jest bardzo urozmaicona, bo to jest oferta od imprez nieodpłatnych po imprezy niskopłatne i po imprezy impresaryjne...” [IDI1]; „Dość drogie są te wszystkie sprowadzane spektakle czy koncerty w Suwalskim Ośrodku Kultury, no ale to wynika z ich cen takich obiektywnych, myślę, i tego się pewnie nie przeskoczy. Ale jeżeli ktoś chciałby w tym uczestniczyć na stałe i często, to już jest dość pokaźna kwota. A przecież bardzo duża część oferty kulturalnej, jak choćby Suwałki Blues Festival, w tym roku zdaje się, że tam troszkę bardziej komercyjnie do tego organizatorzy podeszli..., część koncertów było, znaczy, większa... więcej niż zawsze było [...] biletowanych, a tak naprawdę to jest bardzo dużo ofert niebiletowanych, bezpłatnych” [IDI2].

Twórcy oferty zaznaczają również, że uczestnictwo w wielu imprezach i wydarzeniach kulturalnych albo jest zupełnie darmowe, albo wiąże się wyłącznie z symboliczną odpłatnością. Jeden z badanych podkreślał też, że oferta dostępna w kierowanej przez niego instytucji cenowo jest wyjątkowo atrakcyjna w porównaniu do cen biletów oferowanych przez podobne placówki w Polsce.

Podczas wywiadów grupowych pytaliśmy również o wydarzenia darmowe, czyli takie, które w całości finansowane są z budżetów instytucji kultury, reali-

zowane w ramach grantów i dofinansowań czy dzięki wsparciu wolontariuszy przez organizacje pozarządowe lub ewentualnie opłacane przez prywatnych organizatorów. Badani z obu grup doceniali tego rodzaju propozycje programowe, podkreślając, że wydarzeń darmowych zwykle nie cechuje gorsza jakość, a są dostępne dla szerszej publiczności. Brak opłat badani doceniali szczególnie, mówiąc o wydarzeniach, na które wybierają się z rodziną czy ze znajomymi. Konieczność zakupu kilku (nawet stosunkowo tanich) biletów dla wielu naszych rozmówców wiązała się z nadszarpnięciem domowego budżetu.

W trakcie badania kwestionariuszowego prosiliśmy respondentów o ustosunkowanie się do zdania: „wydarzenia kulturalne, np. teatr, są zbyt drogie”. Okazało się, że zgadza się z nim blisko połowa badanych (49%). Istotnie częściej stwierdzają tak osoby w wieku 50–64 lata (66,4%), o wykształceniu średnim i policealnym (60,1%), jak również uczestnicy kultury wymagającej (54,7%), bowiem często wydarzenia skierowane do nich, np. spektakle teatralne lub koncerty muzyki poważnej, są wydarzeniami, w których uczestnictwo jest najdroższe. Jak wspomnieliśmy już wcześniej, również 49% badanych uważa, że wydarzenia w Suwalskim Ośrodku Kultury są bardzo drogie. Istotnie częściej zgadzają się z tym zdaniem osoby o słabej lub przeciętnej kondycji gospodarstwa domowego (58,4%), nieco rzadziej zamożniejsi respondenci (34,7%). Co ciekawe, wyjątkowo mało (29,2%) badanych w wieku 15–24 lata zgodziło się ze zdaniem o wysokich kosztach uczestnictwa w imprezach SOK-u. Wynika to prawdopodobnie z faktu, że świadomie dobierają oni sobie wydarzenia darmowe i niskopłatne oraz, kiedy to możliwe, korzystają z różnego rodzaju ulg.

Wątkiem pojawiającym się wielokrotnie podczas wszystkich dyskusji w ramach wywiadów fokusowych było bezpieczeństwo uczestników wydarzeń kulturalnych w Suwałkach. Ku naszemu zaskoczeniu był to temat szeroko dyskutowany, a wymianie opinii dotyczących spożywania alkoholu podczas imprez plenerowych oraz wypowiedziom odnoszącym się do kwestii bezpieczeństwa uczestników takich wydarzeń towarzyszyło wiele emocji. Obie grupy badanych, a w szczególności uczestnicy kultury, krytycznie i w niewybrednych słowach wyrażali się o łączeniu imprez kulturalnych z publicznym spożywaniem alkoholu. Ten fakt wiązali głównie z tendencją organizatorów (w tym także magistratu) do podejmowania współpracy sponsorskiej z browarami. Badani mówili o tym w następujący sposób: „Te wszystkie takie duże, plenerowe [imprezy] to zawsze sponsorem jest jakiś browar i dla mnie to jest straszne. Jest w parku, jest piknik jakiś, Lato Suwałk. Idzie matka z dzieckiem i ojciec z piwem zawsze, plastikowym takim. Blues [Festival] to samo, to jest wielka browarnia i mnie

to na przykład nie odpowiada [...]. Ale dlaczego Browar? [...]. Można inaczej to zorganizować” [F1U7]; „Naprawdę za dużo jest alkoholu na takich tych dużych imprezach. Jak się idzie i się patrzy, to tu stoi budka z piwem... To nie powinno tak być! To jest naprawdę tego za dużo” [F2U5].

Krytyczne opinie związane ze spożyciem alkoholu oraz niewystarczającym bezpieczeństwem uczestników podczas wydarzeń kulturalnych wyrażano głównie w odniesieniu do imprez plenerowych, ewentualnie koncertów organizowanych w lokalach przez prywatnych przedsiębiorców. Uczestnicy kultury akcentowali w tym kontekście obawy o własne bezpieczeństwo i związane z nim podenerwowanie. Zwracali również uwagę na trudności w odbiorze wybranych przez nich wydarzeń, powodowane niekulturalnym czy agresywnym zachowaniem innych uczestników. Oto kilka wypowiedzi odnoszących się do tego problemu: „Dobra, chcę wypić, niech sobie wypiją, ale niech się zachowują jakoś. Trochę umiaru!” [F1U4]; „[Alkohol na imprezach plenerowych] to jest spory problem. Zawsze są na tych Dniach Suwałk jakieś grupki agresywnych ludzi, które po prostu zaczepiają się, i to jest po prostu brak poczucia bezpieczeństwa. Zawsze, kiedy się przychodzi na jakiś koncert, na cokolwiek w plenerze, to ma się wrażenie zawsze... znajdzie się jakiś człowiek agresywny, który zaczepia [...]. Byłem wiele razy na Dniach Suwałk, byłem na Bluesie i za każdym razem zdarzyli się jacyś nieprzyjemni ludzie. Jak nie ze mną sytuacja, to widziałem gdzie na przykład w tle wiele razy, jak butelki latają [...]. Alkohol tworzy jakiś klimat niefajny, że tak powiem” [F2U2]; „[Wszelkie imprezy, nie tylko plenerowe] nierozłącznie związane są z piwem [...]. Im więcej tego piwa wypitego, tym donioślejsze rozmowy, i to zaczyna przeszkadzać w odbiorze. Może tu chodzi o sponsora jakiegoś dla tych wydarzeń kulturalnych? Nie oszukujmy się, pewnie tak to wygląda. Natomiast gdy są te imprezy bardziej zamknięte, typu teatr, filharmonia, [gdzie alkoholu nie ma], to jest zupełnie inny odbiór” [F2U6].

Należy zaznaczyć, że obawy dotyczące bezpieczeństwa podczas imprez kulturalnych wyrażali zarówno młodzi, jak i starsi uczestnicy kultury. Porównywalnie często mówiły o tym problemie kobiety, jak i mężczyźni. Badani odnosili się do omawianej kwestii, odpowiadając na pytania dotyczące imprez plenerowych, ale również spontanicznie nawiązywali do tego problemu, mówiąc o na przykład o zaletach małych, kameralnych wydarzeń, tj. warsztatów, spotkań autorskich, wystaw: „I nie ma alkoholu, bo towarzystwo 10 chłystków z alkoholem to psuje [odbiór, wrażenia]” [F1U6].

Dla kilkorga badanych problem bezpieczeństwa i dużych ilości alkoholu spożywanych podczas imprez miejskich jest na tyle palący, że próbują sobie z nim

radzić samodzielnie. Kiedy pytaliśmy o to, czy zaproszonym do badań suwalczonom zdarza się wyjeżdżać do innych miast, po to by uczestniczyć w kulturze, jeden z badanych odparł wyraźnie podenerwowany: „Ja nawet wyjechałem, żeby nie uczestniczyć!” [F1U6]. Poniżej rozwija swoją wypowiedź, a wtóruje mu inna uczestniczka badania. Oboje uczestnicy wspominają o konieczności opuszczenia miejsca zamieszkania w związku z organizowanymi w okolicy wydarzeniami. Konstrukcja poniższych wypowiedzi i ich ładunek emocjonalny pokazują, że badani są taką sytuacją wyraźnie zniecierpliwieni: „Jak my mieszkamy w centrum i ta młodzież, która uczestniczy w tych spędach ludzi, bo tak to niestety trzeba nazwać, po prostu ponapija się tego alkoholu i takie burdy [...]. Uciekamy stąd, bo tego nie da się słuchać” [F1U5]; „Jak tu była rąbanina, tutaj u nas w parku... jakieś tam disco polo live [...]. Tam się nie dało wysiedzieć. Niech te urzędasy to słyszą. Niech oni sami tam idą i później bronią tych oszczanych trawników” [F1U6]. Problem bezpieczeństwa i pojawiającego na imprezach plenerowych alkoholu zauważają także (nie)uczestnicy kultury. I chociaż mówią o nim w sposób bardziej zdawkowy czy powściągliwy, nie ma wątpliwości, że istnienie problemu odnotowują. Świadczyć może o tym choćby ta wypowiedź jednego z okazjonalnych uczestników imprez miejskich: „Park miejski, weźmy, co się [tam] dzieje? Reklama Żywca, Okocimia. Czy to jest kultura? To nie jest kultura. Ja lubię kulturę kameralną, wykład, Wigraszek – to jest dla mnie kultura. Przede wszystkim zero alkoholu!” [F1N7].

Wielość odniesień do omawianej kwestii, przeróżne konteksty, w jakich badani mówią o bezpieczeństwie i spożywaniu alkoholu podczas imprez kulturalnych, a także temperatura emocjonalna tych wypowiedzi zdają się świadczyć o tym, że jest to problem powszechny i poważny. W związku z tym interwencja, a przynajmniej namysł ze strony magistratu w tym względzie wydaje się niezbędny.

Z drugiej strony wyniki badania ilościowego nie potwierdzają hipotezy o nadmiarze alkoholu na imprezach plenerowych, którą tak silnie akcentowali uczestnicy badań fokusowych. 40% respondentów nie zgadza się raczej bądź zdecydowanie z opinią, iż na imprezach plenerowych jest za dużo alkoholu. Co piąty ankietowany ma jednak odmienne zdanie, co wskazuje na to, że jest to istotny problem dla dużej grupy, choć z pewnością nie większości mieszkańców Suwałk. Analizując zmienne niezależne, nie da się niestety jednoznacznie wskazać, której grupie społecznej istotnie bardziej przeszkadza spożywanie alkoholu podczas wydarzeń plenerowych. Nie determinuje tego ani płeć, ani wiek, ani wykształcenie, ani inne dostępne zmienne socjodemograficzne.

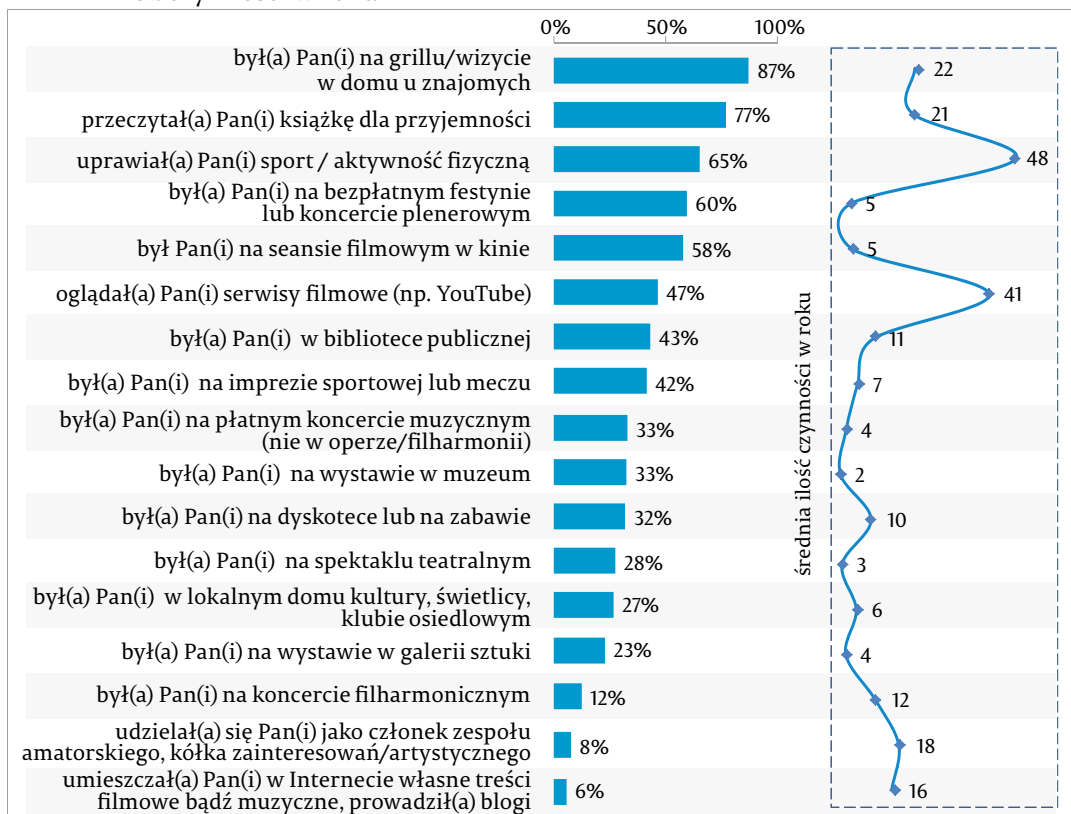
Połowa respondentów w badaniu ilościowym nie zgadza się z opinią, że podczas niektórych imprez plenerowych bywa niebezpiecznie. Co czwarty badany – a więc ponownie jest to dość znaczny odsetek – odczuwa jednak strach o własne bezpieczeństwo. W tym przypadku występują także istotne różnice wśród zmiennych demograficznych. Częściej niepokój o własne bezpieczeństwo odczuwają kobiety (31,5%), w porównaniu do mężczyzn (17,5%), oraz emeryci/renciści (42%). Stosunkowo wysokie odsetki poczucia niepokoju o własne bezpieczeństwo, szczególnie w grupach powszechnie uważanych za fizycznie słabsze (kobiety, seniorzy i seniorki), sugeruje, że należałoby zadbać o podwyższenie poziomu bezpieczeństwa na imprezach masowych poprzez zwiększenie liczby osób ochraniających tego rodzaju wydarzenia lub – być może – poprzez szkolenia i akcje informacyjne, skierowane zarówno do pracowników ochrony, twórców oferty kulturalnej, jak i samych odbiorców.

Reasumując, większości suwalczan nie przeszkadza zintensyfikowanie imprez masowych latem ani też możliwość spożywania alkoholu podczas tych wydarzeń. Należałoby jednak zadbać o wyższy poziom bezpieczeństwa dla uczestników tych imprez, aby ich poczucie zagrożenia spadło do minimum.

UCZESTNICY I (NIE)UCZESTNICY KULTURY

Jednym z celów przeprowadzonego badania ilościowego była diagnoza praktyk związanych z kulturą, podejmowanych przez respondentów w trakcie ostatnich 12 miesięcy. Poniższy wykres pokazuje rozkład częstości aktywności podejmowanych przez respondentów oraz średnią ilość w roku każdej z nich.

Wykres 19. Czynności wykonywane w trakcie ostatnich 12 miesięcy oraz średnia liczba czynności w roku



Źródło: opracowanie własne, CATI, N=375.

W zbiorze analizowanych aktywności mieściły się zarówno czynności ściśle związane z uczestnictwem w kulturze („lekkiej” i „wymagającej”), jak również te, które pozostają w sferze okołokulturalnej, dotyczą towarzyskiego, „niewymagającego” aspektu spędzania czasu wolnego (np. grill u znajomych).

Respondenci, pytani o uczestnictwo w szerokiej gamie aktywności kulturalnych, w większości prezentują się jako typowi odbiorcy kultury określonej przez nas w badaniu ilościowym jako lekka, nastawieni na traktowanie kultury jako rozrywkowej formy spędzenia wolnego czasu. Przeważają czynności, które nie są związane z uczestnictwem w kulturze wymagającej: wizyta na bezpłatnym festynie lub koncercie plenerowym, wizyta na seansie filmowym, oglądanie serwisów filmowych, np. YouTube. Z pewnością lekką formą spędzania czasu było dla wielu badanych również czytanie książki, chociaż ta kategoria jest zdecydowanie mniej jednoznaczna. Partycypacja w kulturze tworzonej przez tradycyjnie rozumiane instytucje kulturalne (oraz w ich siedzibach) jest stosunkowo niewielka – wszelkie aktywności jednoznacznie związane z nimi i z uczestnictwem w tzw. kulturze wymagającej zajmują najniższe miejsca, ze wskazaniami poniżej 33%.

W kontekście zrealizowanych badań zdumiewająco liczna grupa respondentów deklaruje przeczytanie książki dla przyjemności w trakcie ostatnich 12 miesięcy. Z badań ogólnopolskich realizowanych co roku przez Bibliotekę Narodową wynika bowiem, iż większość Polaków przyznaje się, że w trakcie ostatniego roku nie sięgnęła po żadną lekturę (w 2014 r. odsetek ten wyniósł 52%)⁷². Podobne skrzywienie wyników miało miejsce w *Diagnozie partycypacji w kulturze w województwie podlaskim*. Możliwym wytłumaczeniem zaistniałej sytuacji jest hipoteza, że respondenci posługują się wyobrażeniem „człowieka kulturalnego” jako tego, który regularnie czyta książki – stąd zawyżony odsetek deklarowanych wskazań.

Dość klarownie rysuje się granica partycypacji w kulturze lekkiej, którą wyznacza przede wszystkim wiek. Aktywność w niewymagających wydarzeniach kulturalnych diametralnie spada po 50. roku życia, pozostając najniższą w grupie emerytów i rencistów. Kreśląc zatem profil uczestnika nastawionego na rozrywkową formę konsumpcji życia kulturalnego w Suwałkach, można wyróżnić następujące cechy: są to najczęściej osoby w wieku 15–34 lat, aktywne zawodowo, mieszkające od urodzenia w Suwałkach.

⁷² I. Koryś, D. Michalak, R. Chymkowski, *Stan czytelnictwa w Polsce w 2014 roku*, Warszawa 2014, <http://bn.org.pl/download/document/1422018329.pdf> [dostęp: 7.08.2015].

Choć uczestnictwo w wymagających formach kultury nie stoi w Suwałkach (podobnie jak w całej Polsce) na najwyższym poziomie, to jednak zmiennymi, które mocno różnicują populację pod tym względem, są wykształcenie oraz postrzeganie siebie jako twórcy kultury. Respondenci legitymizujący się najwyższym poziomem formalnej edukacji oraz tworzący kulturę istotnie częściej korzystali z oferty muzeów, płatnych koncertów muzycznych, spektakli teatralnych czy wystaw w galerii sztuki. W socjologii – za Pierrem Bourdieu⁷³ – zwykło się przyjmować, że edukacja stanowi ważny element kapitału kulturowego, na który składa się także wiedza, umiejętności i uczestnictwo w rozmaitych formach wymagającej kultury. Jak wykazywał P. Bourdieu, kapitał kulturowy jest jedną z podstawowych, a często ukrytych barier na drodze awansu społecznego. Typową formą selekcji w oparciu o jego zasoby jest na przykład uczestnictwo w kulturze wymagającej, która może legitymizować i spajać lokalne elity. Tak widoczne zróżnicowanie w partycypacji w kulturze wymagającej, determinowane wykształceniem, nasuwa hipotezę, że osoby o niższym kapitale kulturowym (mniej wykształcone, pochodzące ze wsi, mniej majątne) wykazują deficyty – niekiedy materialne, częściej mentalne i kompetencyjne – przed uczestnictwem w tej formie kultury.

Płeć w najmniejszym stopniu jest czynnikiem różnicującym uczestnictwo w szeroko rozumianej kulturze: jedynie w przypadku aktywności związanej z wizytą na imprezie sportowej lub na meczu zaznacza się istotnie statystyczna różnica. Mężczyźni znacznie częściej uczestniczą w wydarzeniach sportowych niż kobiety.

Tabela 18(a). Czynności wykonywane w trakcie ostatnich 12 miesięcy

	R2. Wiek									
	15-24		25-34		35-49		50-64		65 lat i więcej	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
był(a) na grillu / wizycie w domu u znajomych	57	93,2	74	98,0+	87	96,5+	61	64,3-	46	90,1
przeczytał(a) książkę dla przyjemności	53	86,8	60	78,5	53	59,4-	73	77,2	48	94,9+
uprawiał(a) sport/aktywność fizyczną	44	72,8	66	87,0+	55	61,1	54	56,8	24	46,8

⁷³ P. Bourdieu, *Reprodukcja. Elementy teorii systemu nauczania*, z Jean-Claude'em Passeronem, przeł. E. Neyman, Warszawa 2006.

	R2. Wiek									
	15-24		25-34		35-49		50-64		65 lat i więcej	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
był(a) na bezpłatnym festynie lub koncercie plenerowym	42	69,1	57	75,2+	49	53,9	52	55,0	22	42,9
był(a) na seansie filmowym w kinie	45	74,4+	53	70,2+	60	66,9	40	41,9-	17	32,7-
oglądał(a) serwisy filmowe (np. YouTube)	41	66,5+	56	74,1+	43	47,5	25	26,5-	9	17,0-
był(a) w bibliotece publicznej	30	50,0	35	45,9	23	25,4-	47	49,2	26	51,1
był(a) na imprezie sportowej lub na meczu	31	51,0	40	52,1	34	37,9	32	33,2	19	37,2
był(a) na płatnym koncercie muzycznym (nie w operze/filharmonii)	19	31,6	33	43,0	24	26,8	32	33,7	14	28,5
był(a) na wystawie w muzeum	28	46,0	20	26,9	28	31,1	30	31,6	15	28,9
był(a) na dyskotecie lub na zabawie	26	42,9	37	48,0+	31	34,8	24	24,7	1	2,6-
był(a) na spektaklu teatralnym	25	40,8	27	35,2	13	14,5-	25	26,3	13	25,6
był(a) w lokalnym domu kultury, świetlicy, klubie osiedlowym	11	18,0	15	19,8	23	25,5	32	33,2	19	37,7
był(a) na wystawie w galerii sztuki	18	30,0	18	24,1	21	23,3	19	19,9	9	17,0
był(a) na koncercie filharmonicznym	1	1,9-	2	2,3-	11	12,6	19	19,9	13	25,8
udzielał(a) się jako członek zespołu amatorskiego, kółka zainteresowań, kółka artystycznego (np. chór, orkiestra, zespół muzyczny, kółko teatralne itp.)	9	15,0	8	11,1	7	7,3	3	3,2	1	2,2
umieszczał(a) w Internecie własne treści filmowe bądź muzyczne, prowadził(a) blogi	6	9,0	7	8,6	6	6,6	3	2,9	-	-
Razem	61	100	76	100	90	100	95	100	50	100



Tabela 18(b). Czynności wykonywane w trakcie ostatnich 12 miesięcy

	R1. Płeć				M2. Wykształcenie					
	kobieta		mężczyzna		podstawowe, gimnazjalne lub zawodowe		średnie i policealne		wyższe	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
był(a) na grillu / wizycie w domu u znajomych	174	89,0	151	85,2	118	90,3	139	85,9	68	84,6
przeczytał(a) książkę dla przyjemności	146	74,8	141	79,7	90	68,5	132	81,6	66	82,1
uprawiał(a) sport/aktywność fizyczną	138	70,4	105	59,5	74	56,6	100	61,5	70	86,9+
był(a) na bezpłatnym festynie lub koncercie plenerowym	111	56,6	111	62,8	56	43,1-	105	64,7	61	75,9+
był(a) na seansie filmowym w kinie	111	56,8	104	58,9	64	49,3	91	56,5	60	74,3+
oglądał(a) serwisy filmowe (np. YouTube)	93	47,4	81	45,6	43	32,8-	88	54,2	43	53,6
był(a) w bibliotece publicznej	81	41,6	80	45,0	41	31,6-	76	47,0	44	54,3
był(a) na imprezie sportowej lub na meczu	66	33,7-	89	50,5+	53	40,2	63	39,1	39	49,1
był(a) na płatnym koncercie muzycznym (nie w operze/filharmonii)	64	32,7	59	33,1	25	19,5-	52	32,1	45	56,2+
był(a) na wystawie w muzeum	54	27,6	67	38,0	33	25,6	49	30,3	39	48,2+
był(a) na dyskotecie lub na zabawie	51	26,2	68	38,2	29	22,6	64	39,8	25	31,3
był(a) na spektaklu teatralnym	59	30,1	44	24,7	23	17,8-	41	25,2	38	48,0+
był(a) w lokalnym domu kultury, świetlicy, klubie osiedlowym	46	23,4	54	30,5	31	23,4	46	28,3	23	28,8
był(a) na wystawie w galerii sztuki	41	21,0	44	24,9	20	15,5	34	21,0	31	38,6+
był(a) na koncercie filharmonicznym	16	8,3	30	16,9	11	8,1	22	13,8	13	16,7
udzielał(a) się jako członek zespołu amatorskiego, kółka zainteresowań, kółka artystycznego (np. chór, orkiestra, zespół muzyczny, kółko teatralne itp.)	15	7,6	13	7,6	8	5,9	12	7,6	8	10,4
umieszczał(a) w Internecie własne treści filmowe bądź muzyczne, prowadził(a) blogi	10	5,1	11	6,1	7	5,2	8	4,7	6	8,0
Razem	196	100	177	100	131	100	162	100	80	100

Źródło: opracowanie własne, CATI, N=375.



130



Dzięki krzyżowemu zestawieniu wszystkich diagnozowanych w badaniu czynności wykonywanych w trakcie ostatnich 12 miesięcy zarysowują się pewne zależności, to jest współwystępowanie określonych aktywności. Pokazuje to tabela 19. Dla przykładu, chcąc odczytać, jakie czynności najczęściej wykonują osoby, które były w minionym roku na spektaklu teatralnym, należy spojrzeć na pierwszą kolumnę i podążając nią przez kolejne wiersze, szukać najwyższych wskazań. Wynika z nich, że respondenci, którzy byli na spektaklu teatralnym, najczęściej czytali również książki dla przyjemności, uprawiali sport / aktywność fizyczną, byli na grillu lub z wizytą u znajomych, na bezpłatnym festynie lub na koncercie plenerowym (wskazania powyżej 80%). Istotnym wnioskiem wynikającym z tej analizy jest natomiast umiarkowanie niskie uczestnictwo w innych wydarzeniach ze sfery kultury wymagającej. Wśród uczestników spektaklu teatralnego nieco ponad połowa (51,5%) zwiedziła także w minionym roku wystawę w muzeum, 44,4% – wystawę w galerii, a 16% – uczestniczyło w koncercie filharmonicznym. Podobnie wyglądają dane współuczestnictwa wśród pozostałych aktywności dotyczących kultury wymagającej. Z zaprezentowanych danych wynika, że brak zinstytucjonalizowanych form badanych aktywności w Suwałkach (np. teatru, filharmonii, itp.) nie pozwala uczestnikom życia kulturalnego na regularną partycypację w zróżnicowanych formach kultury wymagającej. Tym samym grupa odbiorców kultury zorientowanych przede wszystkim na wydarzenia wymagające jest w Suwałkach stosunkowo nieliczna (innych stosunkowo skromna oferta może zupełnie zniechęcać do uczestnictwa).

Relatywnie wyższe poziomy współuczestnictwa w kulturze wymagającej dotyczą jedynie osób definiujących siebie jako twórców kultury. W ich przypadku 60% było w ostatnim roku na spektaklu teatralnym, 82% – na wystawie w galerii sztuki, 90,5% – na płatnym koncercie muzycznym, 48,3% – w muzeum, ponad 90% – w filharmonii oraz w teatrze, a 70% zwiedziło muzeum.

Interesującą grupą są badani deklarujący czytanie książek dla przyjemności. Jeśli potraktować czytelnictwo jako partycypację w kulturze, to jest to niemal jedyna czynność wykonywana przez te osoby z dużą częstotliwością. Oczywiście czytelnicy uczestniczą w innych imprezach, ale czynią to stosunkowo rzadko, począwszy od wizyt w teatrze i tradycyjnych instytucjach kultury, skończywszy natomiast na aktywności fizycznej. Być może więc, jak sugerowaliśmy wcześniej, deklaracja czytelnictwa jest swego rodzaju wytrychem lub alibi, mającym przedstawiać badanych jako ludzi kulturalnych i usprawiedliwiać ich braki uczestnictwa w wydarzeniach kulturalnych.

Tabela 19. Czynności najsilniej ze sobą powiązane, wykonywane w trakcie ostatnich 12 miesięcy (dane procentowe)

uprawiał(a) Pan(i) sport/aktywność fizyczną	37,8	37,8	35,9	37,8	33,6	35,9	37,8	33,6	35,9	37,8	33,6	35,9
przeczytał(a) Pan(i) książkę dla przyjemności	29,5	29,5	27	29,5	27	30,9	29,5	27	30,9	29,5	27	30,9
był(a) Pan(i) w bibliotece publicznej	60	60	81,8	60	81,8	9	60	81,8	9	60	81,8	9
udzielał się Pan(i) jako członek zespołu amatorskiego, kółka zainteresowań, kółka artystycznego (np. chór, orkiestra, zespół muzyczny, kółko teatralne itp.)	28,2	28,2	48,3	28,2	48,3	36,6	28,2	48,3	36,6	28,2	48,3	36,6
był(a) Pan(i) na grillu / wizycie w domu u znajomych	23	23	11,3	23	11,3	31,5	23	11,3	31,5	23	11,3	31,5
umieszczał(a) Pan(i) w Internecie własne treści filmowe bądź muzyczne	3,9	3,9	21	3,9	21	55,5	3,9	21	55,5	3,9	21	55,5
oglądał(a) Pan(i) serwisy filmowe (np. YouTube)	30,1	30,1	44,7	30,1	44,7	28,3	30,1	44,7	28,3	30,1	44,7	28,3
w lokalnym domu kultury, świetlicy, klubie osiedlowym	40,8	40,8	29,9	40,8	29,9	41,4	40,8	29,9	41,4	40,8	29,9	41,4
na imprezie sportowej lub meczu	34,3	34,3	11,8	34,3	11,8	41,3	34,3	11,8	41,3	34,3	11,8	41,3
na płatnym koncercie muzycznym (nie w operze/filharmonii)	57,9	57,9	18,8	57,9	18,8	49,7	57,9	18,8	49,7	57,9	18,8	49,7
na bezpłatnym festynie lub koncercie plenerowym	38,7	38,7	13,6	38,7	13,6	39,5	38,7	13,6	39,5	38,7	13,6	39,5
na seansie filmowym w kinie	29,8	29,8	10,5	29,8	10,5	44,2	29,8	10,5	44,2	29,8	10,5	44,2
na dyskotecie lub zabawie	27,8	27,8	14	27,8	14	100	27,8	14	100	27,8	14	100
na wystawie w muzeum	43,6	43,6	16,1	43,6	16,1	36	43,6	16,1	36	43,6	16,1	36
na koncercie filharmonicznym	35,4	35,4	100	35,4	100	42,1	35,4	100	42,1	35,4	100	42,1
na wystawie w galerii sztuki	53,5	53,5	20,6	53,5	20,6	31,7	53,5	20,6	31,7	53,5	20,6	31,7
na spektaklu teatralnym	100	100	16	100	16	80,6	100	16	80,6	100	16	80,6
na wystawie w galerii sztuki	44,4	44,4	100	44,4	100	83,7	44,4	100	83,7	44,4	100	83,7
na koncercie filharmonicznym	16	16	51,5	16	51,5	32,3	16	51,5	32,3	16	51,5	32,3
na dyskotecie lub zabawie	32,3	32,3	31,7	32,3	31,7	80,6	32,3	31,7	80,6	32,3	31,7	80,6
na seansie filmowym w kinie	80,6	80,6	75,5	80,6	75,5	49	80,6	75,5	49	80,6	75,5	49
na bezpłatnym festynie lub koncercie plenerowym	83,7	83,7	80,1	83,7	80,1	65,4	83,7	80,1	65,4	83,7	80,1	65,4
na płatnym koncercie muzycznym (nie w operze/filharmonii)	69,2	69,2	68,5	69,2	68,5	49,7	69,2	68,5	49,7	69,2	68,5	49,7
na imprezie sportowej lub meczu w lokalnym domu kultury, świetlicy, klubie osiedlowym	51,9	51,9	55,2	51,9	55,2	39,5	51,9	55,2	39,5	51,9	55,2	39,5
oglądał(a) Pan(i) serwisy filmowe (np. YouTube)	39,6	39,6	35	39,6	35	66,7	39,6	35	66,7	39,6	35	66,7
umieszczał(a) Pan(i) w Internecie własne treści filmowe bądź muzyczne, prowadził(a) blogi	50,9	50,9	50	50,9	50	27	50,9	50	27	50,9	50	27
był(a) Pan(i) na grillu / wizycie w domu u znajomych	9	9	9,4	9	9,4	1,8	9	9,4	1,8	9	9,4	1,8
udzielał(a) się Pan(i) jako członek zespołu amatorskiego, kółka zainteresowań, kółka artystycznego (np. chór, orkiestra, zespół muzyczny, kółko teatralne)	89,7	89,7	87,8	89,7	87,8	79,4	89,7	87,8	79,4	89,7	87,8	79,4
był(a) Pan(i) w bibliotece publicznej	16,6	16,6	27,2	16,6	27,2	17,3	16,6	27,2	17,3	16,6	27,2	17,3
przeczytał(a) Pan(i) książkę dla przyjemności	59,3	59,3	55,8	59,3	55,8	68	59,3	55,8	68	59,3	55,8	68
uprawiał(a) Pan(i) sport/aktywność fizyczną	94,1	94,1	91	94,1	91	89,5	94,1	91	89,5	94,1	91	89,5
uprawiał(a) Pan(i) sport/aktywność fizyczną	85	85	88,3	85	88,3	47,2	85	88,3	47,2	85	88,3	47,2

Źródło: opracowanie własne, CATI, N=375.

Na podstawie badań kwestionariuszowych oraz podczas wywiadów zogniskowanych prowadzonych z osobami uczęszczającymi na suwalskie wydarzenia kulturalne staraliśmy się odnaleźć wypowiedzi, które mogłyby świadczyć o istnieniu pewnych typowych sposobów uczestnictwa w kulturze. Moderując rozmowy, zwracaliśmy szczególną uwagę na kwestie związane z popularnymi rodzajami aktywności, oceną placówek kulturalnych i przygotowywanych przez nie wydarzeń, gotowością do ponoszenia kosztów uczestnictwa w kulturze, uczestnictwem samodzielnym lub grupowym. Celem tej refleksji miało być stworzenie typologii współczesnych uczestników kultury w Suwałkach. To powinno z kolei pomóc zarówno w lepszym zrozumieniu życia kulturalnego w tym mieście, jak również w wypracowaniu ewentualnych działań instytucjonalnych, czyli prowadzeniu polityki kulturalnej.

Uzyskane w trakcie badania odpowiedzi zostały uzupełnione wiedzą na temat typów uczestnictwa w kulturze, zdobytą przez badaczy podczas badania oferty kulturalnej w Białymstoku⁷⁴, czy też innymi typologiami, jak na przykład 13 typami ludzi aktywnych we współczesnej kulturze, wyróżnionymi przez Tomasza Szlendaka⁷⁵. Na podstawie wywiadów zogniskowanych wyróżniono cztery najważniejsze typy uczestników. W dalszej kolejności, biorąc pod uwagę charakterystyczne dla każdego postawy i deklaracje, w badaniu ilościowym starano się dokładniej ustalić profil socjodemograficzny każdej z kategorii. Ich ogólna charakterystyka jest następująca:

- **Obyty.** Jest to uczestnik aktywnie zainteresowany kulturą, często uczestniczący w wydarzeniach, samodzielnie wyszukujący odpowiedniej dla siebie oferty. Jego zainteresowanie kulturą oraz bogate doświadczenie („obycie”) sprawiają, że jest to uczestnik generalnie otwarty na różnego rodzaju nowinki (nowe formuły wydarzeń, miejsca), choć jednocześnie pozostaje wiernym odbiorcą cyklicznych imprez, które wcześniej uznał za sprawdzone. Ceni kulturę wymagającą. Uczęszcza na wydarzenia sam lub z bliskimi, jednak towarzystwo innych nie jest dla niego warunkiem koniecznym odbioru kultury. Jest w stanie płacić za wydarzenia kulturalne, które wydają mu się godne uwagi, co więcej – jest również gotów „podróżować za kulturą”, czyli wyjeżdżać z Suwałk do innych (większych) miejscowości, aby uczestniczyć w kulturze. W tym sensie braki w ofercie kulturalnej Suwałk nie są dla niego barierą nie do pokonania. Jest to uczestnik stosunkowo zamożny i dobrze wykształcony. Zazwyczaj wypowiada się pozytywnie na temat wszelkich przejawów aktyw-

⁷⁴ M. Skowrońska i in., *Spacer po utartych...*, dz. cyt., s. 128–134.

⁷⁵ B. Fatyga (na podstawie tekstu T. Szlendaka), *Aktywność kulturalna*, [w:] *Raport o stanie i różnicowaniach kultury miejskiej w Polsce*, Warszawa 2009, s. 36–39.

ności kulturalnej, przychylnie odnosi się więc również do współczesnej oferty kulturalnej w Suwałkach, jednak w skrajnym wariacie (można określić go jako *obyty-elitarny*) może podchodzić z nieufnością do plenerowych wydarzeń masowych ze względu na ich poziom lub nadużywanie alkoholu przez innych uczestników imprezy.

- **Wszystkożerny.** Temat kulturowej wszystkożerności współczesnych odbiorców kultury poruszano już zarówno w publicystyce, jak i w opracowaniach naukowych⁷⁶. W odniesieniu do badanych mieszkańców Suwałk ten typ skupia odbiorców aktywnie zainteresowanych kulturą, choć często są to zainteresowania bardziej powierzchowne niż wśród odbiorców obytych. Przede wszystkim wiąże się to z młodszym wiekiem przeciętnego wszystkożercy, często dobiegającego sobie wydarzenia, w których uczestniczy pod kątem ograniczonego czasu oraz możliwości ekonomicznych. Ceni tym samym wydarzenia tanie lub darmowe. Zainteresowania odbiorców wszystkożernych obejmują zarówno kulturę głównego nurtu, jak i różnego rodzaju nisze oraz nowe formy. Co ważne, suwałscy wszystkożercy wydają się często delegować istotną część swojej aktywności kulturalnej do mediów, przede wszystkim do Internetu, który daje im pewne możliwości uczestnictwa w wydarzeniach niedostępnych w inny sposób. Często są to bowiem osoby, które nie mogą sobie pozwolić na „podróżowanie za kulturą” – nie pozwala im na to na przykład wiek oraz brak pieniędzy. Ich uczestnictwo w kulturze rozdzielone jest więc pomiędzy tzw. real i wirtual. Podczas gdy w realu najczęściej uczestniczą w kulturze w grupie rówieśniczej (umawiając się oczywiście przez Internet), uczestnictwo wirtualne jest z reguły aktywnością indywidualną, ściśle związaną z konkretnymi zainteresowaniami. W trakcie wywiadów najbardziej aktywnymi wszystkożercami okazali się najmłodszy badani, to jest uczniowie szkół ponadgimnazjalnych. Zasadne wydaje się przypuszczenie, że znaczny odsetek młodych wszystkożerców, ludzi legitymujących się stosunkowo wysokim kapitałem kulturowym i społecznym, kończąc szkołę, opuszcza Suwałki (przynajmniej na okres studiów), co sprawia, że kategoria ta jest płynna i niestabilna. Specyficznym wariantem odbiorcy wszystkożernego jest być może odbiorca *sportowy*, czyli młody człowiek, który ma podobne przyzwyczajenia, jeśli chodzi o uczestnictwo w kulturze, natomiast w realnym świecie spontanicznie włącza do sfery kultury również aktywność fizyczną, która jest dla niego częstą formą spędzania wolnego czasu.

⁷⁶ Por. np. S. Grodny, J. Gruszka, K. Łuczaj, *O zawężeniu wyższego gustu estetycznego. Analiza zjawiska wszystkożerności kulturowej w Polsce*, „Studia Socjologiczne”, nr 2 (209), 2013, s. 127–148.

- **Eventowy.** Ten typ odbiorcy nie szuka aktywnie wydarzeń kulturalnych, oczekując raczej, że informacje o imprezach dotrą do niego bez wysiłku i w przystępny sposób (ceni więc informacje w Internecie, ale również tradycyjne i wielkoformatowe formy reklamy; afisze na słupach ogłoszeniowych, billboardy itp.). Tym samym zwraca uwagę przede wszystkim na duże, dobrze wypromowane wydarzenia z udziałem gwiazd i celebrytów znanych z masowych mediów, przede wszystkim z telewizji. Ceni więc kulturę głównego nurtu, niekontrowersyjną, znaną z wcześniejszych doświadczeń, najczęściej niewymagającą. Chętnie uczestniczy w imprezach masowych łączących różne formy doznań zmysłowych (np. jarmark połączony z koncertem, wydarzenie sportowe i festyn) – stąd też nazwa kategorii odnosi się do popularnego współcześnie określenia event⁷⁷. Ten typ odbiorcy raczej nie uczestniczy w wydarzeniach kulturalnych sam, szukając towarzystwa znajomych lub rodziny, częściej występuje wśród badanych o niższym poziomie wykształcenia oraz wśród kobiet. Jest charakterystyczny dla większości kategorii wiekowych, prócz najmłodszych (poniżej 25 lat) oraz najstarszych (65+), którzy według badania kwestionariuszowego w najmniejszym stopniu zwracają uwagę na występy gwiazd. Odbiorcy w wieku od 25 do 34 lat zdecydowanie najczęściej przyznają, że chętnie uczestniczą w wydarzeniach kulturalnych, na które mogą zabrać rodzinę i dzieci (przyznało to 82% respondentów w tym przedziale wiekowym), tym samym uznać można występowanie pewnego wariantu odbiorcy eventowego, jakim jest odbiorca *rodzinny*, szukający oferty logistycznie, cenowo i treściowo atrakcyjnej dla rodziny z dziećmi. Co ciekawe, z podobnym stwierdzeniem zgodził się zaledwie co drugi respondent powyżej 65. roku życia, a aż 38,7% nie zgadza się, że chętnie uczestniczy w wydarzeniach, na które może zabrać rodzinę lub dzieci. Pokazuje to, że seniorzy uczestniczący w kulturze częściej robią to samotnie, dobierając ofertę do własnych oczekiwań i możliwości finansowych.
- **Ludyczny.** Ostatni z głównych wyróżnionych typów odbiorców pod niektórymi względami przypomina odbiorcę eventowego. Podobnie jak on oczekuje głównie przyjemnej, niewymagającej oferty, utożsamiając wydarzenie kulturalne przede wszystkim z rozrywką. Z drugiej strony odbiorca ludyczny

⁷⁷ „Zamiast oddawać się kontemplacji muzyki na poświęconym wyłącznie jej koncercie, publiczność woli muzykę konsumować w miejscu wypełnionym innymi formami sztuki, a do tego konsumować w trakcie odbioru w sposób całkowicie dosłowny (jedząc, pijąc)”. Za: T. Szlendak, *Wielozmysłowa kultura iwentu*, „Kultura Współczesna”, nr 4, 2010, s. 81.

nie wymaga wyłącznie dużych i dobrze wypromowanych wydarzeń, równie dobrze potrafi odnaleźć się na wydarzeniach zorganizowanych w małych lokalach, na osiedlu, w sąsiedztwie – jeśli tylko spełnią jego oczekiwania. Najczęściej jest to osoba w wieku średnim (powyżej 35. roku życia), częściej o niższym formalnym wykształceniu. W trakcie wywiadów zogniskowanych ten typ uczestnictwa reprezentowały przede wszystkim kobiety, niemniej badanie ilościowe sugeruje, że równie często są to mężczyźni. Oni są też bardziej skłonni do płacenia za udział w wydarzeniu, które gwarantuje dobrą zabawę.

Warto również poświęcić nieco uwagi tym odbiorcom kultury, którzy czują się jednocześnie jej twórcami. W badaniu kwestionariuszowym respondenci pytani byli o różne formy aktywności związanej z tworzeniem kultury, np. o uczestnictwo w zespołach artystycznych, kołach zainteresowań, klubach, ale również o tworzenie treści w Internecie. Pytano również wprost, czy badani uważają się za twórców kultury. Wydaje się, że kategoria odbiorców-twórców jest ważna, ponieważ zazwyczaj są to osoby aktywnie uczestniczące w życiu kulturalnym miasta, a w niektórych przypadkach mogące istotnie wpływać na jego kondycję. Wydaje się też, że wraz z upowszechnianiem się Internetu oraz zwiększaniem wagi nowych mediów w kulturze wyraźna granica pomiędzy uczestnictwem i twórczością nie tylko będzie się zacierać, ale również kategoria niezawodowych twórców kultury rosnąć⁷⁸.

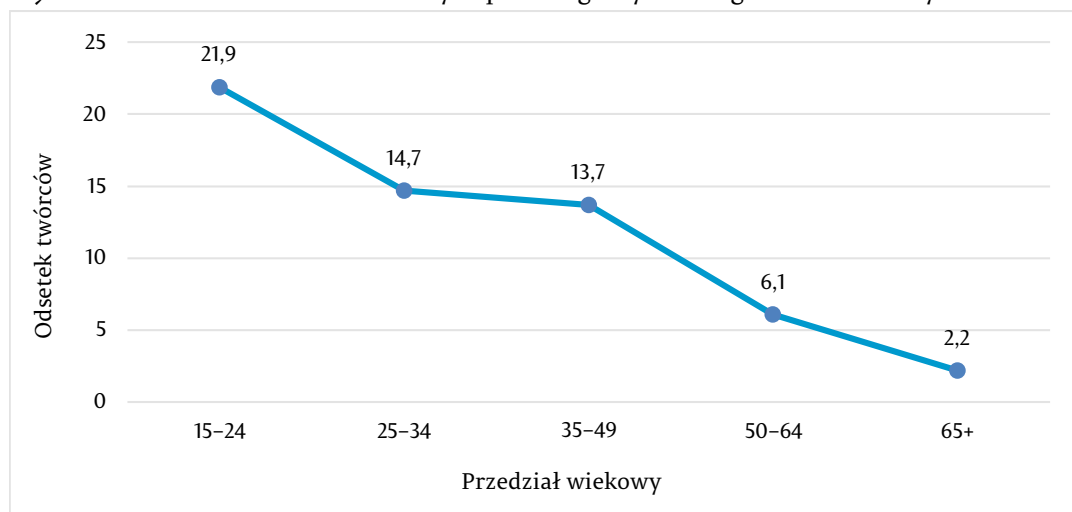
Wśród zbadanych mieszkańców Suwałk 11,7% zadeklarowało się jako twórcy kultury. Wskaźnik ten okazał się wyraźnie związany z wiekiem, najwięcej deklaracji padło wśród badanych z kategorii wiekowej 15–24 lata, gdzie odsetek twórców wyniósł prawie 22%. Wiąże się to z faktem częstszego uczestnictwa młodzieży w aktywnościach związanych z procesem edukacyjnym (koła zainteresowań w szkołach) oraz w instytucjach związanych m.in. z twórczością amatorską (np. SOK, wcześniej Młodzieżowy Dom Kultury, harcerstwo), ale również z aktywnością młodych ludzi w Internecie, który stał się naturalnym miejscem udostępniania i wymiany treści kulturalnych.

Spadek deklaracji własnej twórczości w starszych kategoriach wiekowych wynika z podobnych przesłanek. Młodzi twórcy częściowo zarzucają własną twórczość ze względu na zaangażowanie w życie zawodowe i rodzinne, inni

⁷⁸ Por. np. P. Siuda, *Kultury prosumpcji. O niemożności powstania globalnych i ponadpaństwowych społeczności fanów*, Warszawa 2012.

prawdopodobnie opuszczają Suwałki. W najstarszych kategoriach wiekowych dodatkowym ważnym czynnikiem jest na pewno ograniczona aktywność w Internecie. Należy jednak wziąć pod uwagę, że osoby ponadpięćdziesięcioletnie częściej dysponują większą ilością wolnego czasu, w związku z czym mogłyby poświęcać go również na działania twórcze. Aktywność organizacji takich jak Uniwersytet Trzeciego Wieku pokazuje, że w Suwałkach istnieje zapotrzebowanie na ofertę skierowaną do seniorów chcących aktywnie spędzać czas. Wydaje się jednocześnie, że jest to grupa odbiorców, do których powinno kierować się więcej działań.

Wykres 20. Odsetek twórców kultury w poszczególnych kategoriach wiekowych



Źródło: opracowanie własne, CATI, N=375.

Deklaracja bycia twórcą pozostaje właściwie bez związku z poziomem wykształcenia, warto natomiast zauważyć, że blisko dwukrotnie częściej za twórców uważają się respondenci określający kondycję finansową swojego gospodarstwa domowego jako ponadprzeciętną lub dobrą. W tej grupie jest to 16% osób – w porównaniu z 8,9% badanych o słabej lub przeciętnej kondycji finansowej gospodarstwa domowego. Biorąc pod uwagę, że osoby w lepszej sytuacji finansowej deklarowały również posiadanie większej ilości wolnego czasu, możemy uznać, że dla zamożniejszej części mieszkańców Suwałk nie tylko uczestnictwo, ale również tworzenie kultury częściej stanowi formę spędzania wolnego czasu. Nieco częściej za twórców uważają się również rodowici mieszkańcy Suwałk (14,4%) niż osoby pochodzące z innych miast (7,7%) i wsi (8,8%). Spostrzeżenie to można odczytywać jako jeden ze wskaźników wyższego kapitału społecznego tych pierwszych. Bę-

dzie jeszcze o tym mowa w dalszej części tekstu traktującej o (nie)uczestnictwie w kulturze.

O (nie)uczestnictwie w kulturze trudno jest pisać z kilku powodów. Po pierwsze, jak zaznaczyliśmy już wcześniej, niełatwo jest wyobrazić sobie osobę, która zupełnie nie uczestniczy w kulturze, a więc nie ogląda wieczorami telewizji, nie słucha radia w samochodzie itp. Nawet jeśli przyjmiemy roboczo, że uczestnictwo w kulturze oznacza udział w imprezach kulturalnych, to wciąż wydaje się (potwierdza to także badanie ilościowe), że niemal każdy – choćby mimochodem – trafia od czasu do czasu na jakieś wydarzenie: jarmark, festyn lub występ dziecka na szkolnej akademii. Innymi słowy, trudno jest precyzyjnie zdefiniować, kim jest (nie)uczestnik kultury. W niniejszej publikacji tym określeniem są nazywane osoby, które zgodnie z własną deklaracją w określonym czasie (trzech miesięcy lub roku) nie uczestniczyły w żadnych wydarzeniach kulturalnych w Suwałkach.

Deklaratywność własnego udziału w kulturze jako podstawa definicji uczestnictwa i (nie)uczestnictwa generuje dalsze problemy. Z jednej strony, ludzka pamięć bywa zawodna i w przypadku wydarzeń, w których uczestniczymy sporadycznie, może wprowadzać w błąd. Badany, zastanawiając się na przykład nad tym, czy w ciągu ostatniego roku był na koncercie, może nie być w stanie oszacować tego dokładnie, niemniej jego odpowiedź może zaszeregować go jako uczestnika lub (nie)uczestnika kultury. Brak uczestnictwa w kulturze może być też odczytywany przez badanych jako powód do wstydu, w związku z czym niektórzy mogą starać się deklarować większy udział w wydarzeniach kulturalnych, niż miało to miejsce w rzeczywistości (bądź też deklarować czytelnictwo książek). Niewykluczone też, że będą skłonni racjonalizować swój brak uczestnictwa, tłumacząc na przykład zupełny brak zainteresowań w tym kierunku brakiem czasu lub pieniędzy. Należy wreszcie wziąć pod uwagę, że najbardziej „zatwardziali” (nie)uczestnicy, którzy świadomie i długotrwanie nie biorą udziału w wydarzeniach kulturalnych, często mogą odmawiać wzięcia udziału w badaniu, nie chcąc wypowiadać się na tematy, którymi zupełnie się nie interesują⁷⁹.

Pomimo tych trudności kwestia (nie)uczestnictwa w kulturze jest bardzo istotna. Próba opisanie charakterystycznych typów (nie)uczestników może być punktem wyjścia do działań mających na celu włączenie jak największej liczby osób w życie kulturalne lokalnej społeczności. Stąd też jednym z istotnych celów

⁷⁹ Między innymi z tego powodu w aranżacji wstępnej wywiadu kwestionariuszowego pojawiło się bardziej ogólne sformułowanie „spędzanie wolnego czasu”, które miało zachęcić do udziału w badaniu również osoby niezbyt zainteresowane kulturą w wąskim znaczeniu.

badania kultury w Suwałkach było określenie przyczyn i rodzajów (nie)uczestnictwa w kulturze wśród mieszkańców miasta.

Dwa wywiady zogniskowane, które zostały przeprowadzone z (nie)uczestnikami kultury, dzieliły tę zbiorowość na dwie grupy, które można określić jako (nie)uczestników krótko- i długotrwałych. Ci pierwsi nie brali udziału w żadnym wydarzeniu kulturalnym w Suwałkach w okresie trzech miesięcy przed badaniem, drudzy – w okresie roku. Taki podział miał na celu sprawdzenie, czy i w jaki sposób różnią się w obu grupach opinie na temat uczestnictwa i oferty kulturalnej w Suwałkach. Wypowiedzi w obu grupach nie pokazały jednak wyraźnych różnic pomiędzy nimi zarówno jeśli chodzi o ocenę suwalskiej kultury, jak i własne doświadczenia (braku) uczestnictwa w niej. Zmiennymi różnicującymi wypowiedzi badanych były natomiast wiek, wykształcenie, status ekonomiczny i sytuacja rodzinna.

Na podstawie wywiadów fokusowych oraz kwestionariuszowych wyróżniono pięć występujących w Suwałkach typów (nie)uczestników kultury. Niektóre z nich są w jakimś stopniu odzwierciedleniem poszczególnych kategorii uczestników, a więc domniemywać można, że odpowiednio sprofilowana oferta kulturalna lub komunikacja pomiędzy nimi a twórcami oferty kulturalnej mogłaby włączyć ich do uczestnictwa w wydarzeniach. Wyróżnione typy można scharakteryzować w następujący sposób:

- **Sfrustrowany.** Jest to najczęściej osoba starsza, doświadczona, w przeszłości będąca uczestnikiem kultury. Na podstawie własnych doświadczeń i porównań odwraca się od współczesnej oferty kulturalnej, znajdując ku temu szereg powodów, m.in. cenę biletów, odległość, nieodpowiednie miejsca, a przede wszystkim poziom oferty kulturalnej. Typ ten może być w jakimś stopniu traktowany jako odzwierciedlenie uczestnika obytego, a więc osoby o określonych, wysokich oczekiwaniach, niemogącej zaspokoić ich w ramach lokalnej oferty kulturalnej. Należy jednak zwrócić uwagę, że w przypadku (nie)uczestnika sfrustrowanego oczekiwania te niekoniecznie muszą wiązać się z potocznie rozumianą kulturą wysoką. Mogą to być oczekiwania niszowe, związane z jednym, wąskim wycinkiem kultury, dla którego trudno byłoby znaleźć odbiorców w miejscowości wielkości Suwałk.
- **Rokujący.** Ten typ (nie)uczestnika pozostaje najbliżej uczestników wszytkożernych, granica pomiędzy nimi wydaje się dość płynna. Rokujący to przede wszystkim najmłodsze pokolenie mieszkańców, w wywiadach fokusowych reprezentowane przede wszystkim przez uczniów szkół ponadgimnazjalnych. Są to odbiorcy generalnie zainteresowani kulturą, często niszową,

alternatywną wobec głównego nurtu. W wielu wypadkach nie mogą jednak uczestniczyć w wydarzeniach kulturalnych w Suwałkach (stosunkowo skąpa oferta) ani poza nimi (brak własnych pieniędzy, wolnego czasu, zależność od rodziców). Istotny może być również wpływ grupy towarzyskiej i rówieśniczej, bowiem aż 44,7% badanych w wieku 15–24 lat stwierdziło, że zachęta znajomych decyduje o ich uczestnictwie w kulturze. Przy braku takiej zachęty ich uczestnictwo w kulturze zapośredniczone jest niemal wyłącznie przez media: przede wszystkim Internet czy, rzadziej, telewizję. Wydaje się, że ten typ stosunkowo łatwo włączyć jest do uczestnictwa w kulturze w mieście poprzez dobór odpowiedniej oferty. Trudność polega jednak na tym, że (nie)uczestnicy rokujący mogą interesować się różnymi niszami, stanowiąc tym samym bardzo rozdrobnione, nieliczne grupy potencjalnych odbiorców, do których niełatwo dotrzeć i precyzyjnie określić ich oczekiwania. Co więcej, rokujący należący do najmłodszego pokolenia, podobnie jak ich wszystkożerni rówieśnicy, dość licznie opuszczają Suwałki (przynajmniej na okres studiów), nie są więc trwałym „targetem”, dla którego można przygotować długofalową ofertę wydarzeń.

- **Pasywny.** Przedstawiciel tej kategorii jest w pewnym sensie odzwierciedleniem odbiorcy eventowego. Sam, jak deklaruje, (prawie) nigdy nie uczestniczy w wydarzeniach kulturalnych w Suwałkach, natomiast do uczestnictwa przekonać mogłyby go duże, atrakcyjne, rozrywkowe wydarzenia. W czasie wywiadów przedstawiciele tej kategorii najczęściej spontanicznie zwracali uwagę na potrzebę organizowania dużych wydarzeń kabaretowych w Suwałkach. Prócz chęci rozrywki (nie)uczestnik pasywny, w odróżnieniu od dwóch poprzednich typów, nie wykazuje raczej zainteresowania kulturą. Najczęściej są to osoby w średnim wieku i starsze (50+), nieco częściej kobiety niż mężczyźni; ich odsetek maleje wraz z poziomem osiągniętego wykształcenia.
- **Zajęty.** Brak czasu jest jednym z najczęściej podawanych powodów braku uczestnictwa w kulturze – aż 47,8% badanych stwierdziło, że o ich udziale w wydarzeniach kulturalnych decyduje ilość wolnego czasu. Wydaje się jednak, że jego brak jest szczególnie dotkliwy w przypadku osób w średnim wieku – wskazało na to ponad 2/3 badanych w wieku 35–49 lat, pracujących i posiadających rodziny z dziećmi. Częściej kobiet, które zwykle są obciążone domowymi obowiązkami (54,2% respondentek oraz 40,6% respondentów wskazało na ważność ilości wolnego czasu). Konieczność pogodzenia zawodowych i domowych obowiązków oraz opieki nad dziećmi w dużej mierze ogranicza ich możliwości uczestnictwa w kulturze. Innymi słowy, (nie)uczest-

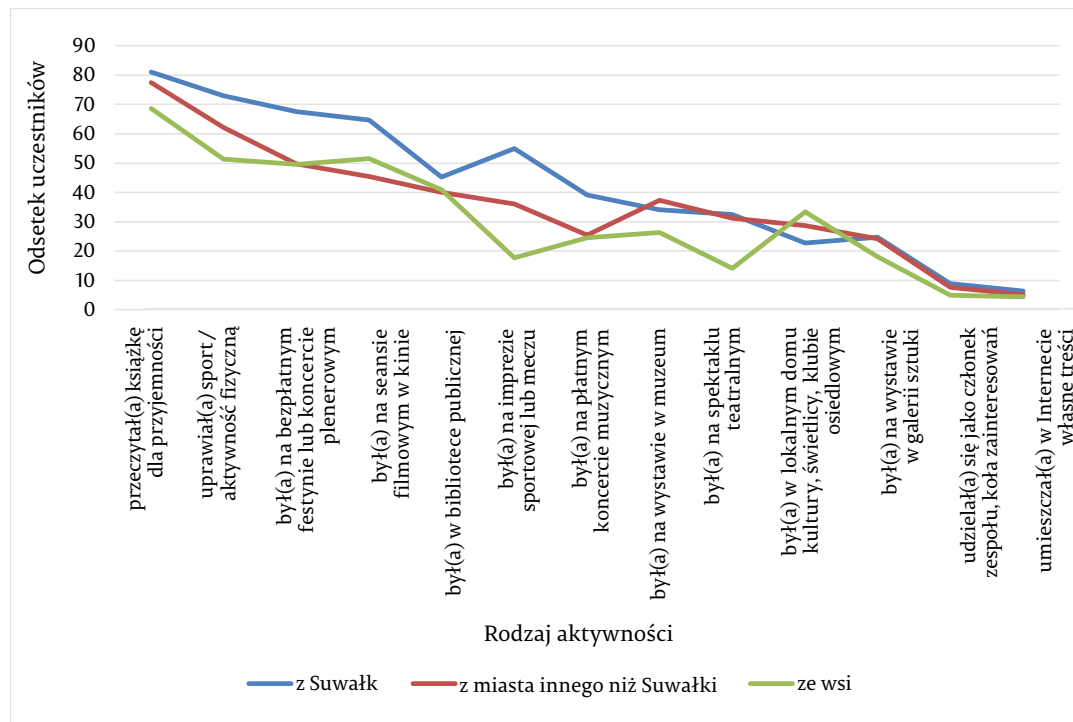
nicy zajęci często są względnie zainteresowani wydarzeniami kulturalnymi w mieście, nie mogą w nich jednak uczestniczyć z braku czasu lub uznając, że określone wydarzenia nie są odpowiednie dla uczestnictwa rodzinnego, międzypokoleniowego.

- **Wykluczony.** Ten typ (nie)uczestników ma trudności z włączaniem się w życie kulturalne, ponieważ barierą uczestnictwa są tu najczęściej kwestie ekonomiczne: rzeczywiste ubóstwo, które nakazuje minimalizować niezbędne wydatki, oraz często idący z nim w parze niski poziom edukacji. Stosunkowo niski kapitał społeczny i kulturowy wiąże się tu nie tylko z brakiem zainteresowania kulturą wymagającą, ale również z ograniczonymi potrzebami uczestnictwa w wydarzeniach masowych, być może z wyjątkiem darmowych festynów, koncertów muzyki tanecznej (disco polo) itp. Polem styku tego typu (nie)uczestników z kulturą mogą być również w jakimś stopniu wydarzenia sportowo-rekreacyjne.

Analiza rozpoznanych typów (nie)uczestników kultury w Suwałkach skłania do wniosku, że widoczna poprawa wyników uczestnictwa w tym mieście może nastąpić po wzbogaceniu miejskiej oferty kulturalnej – zarówno o wydarzenia popularne (wspominane wielokrotnie w wywiadach występy kabaretowe), jak i niszowe, skierowane do węższych grup odbiorców. Istotną rolę może tu odegrać również skuteczniejsza promocja wydarzeń. Tego rodzaju działania najprawdopodobniej nie przyniosą jednak pozytywnych rezultatów w odniesieniu do (nie)uczestników wykluczonych oraz – częściowo – pasywnych, czyli takich, którzy z różnych powodów nie wykazują zainteresowania kulturą. Długofalowym rozwiązaniem może być tu jedynie edukacja kulturalna, prowadzona zarówno w sferze formalnej, jak i nieformalnej. Jak stwierdził jeden z badanych w wywiadzie fokusowym (nie)uczestników, współczesne braki uczestnictwa w życiu kulturalnym Suwałk w istotnej mierze są skutkiem gwałtownego wzrostu liczby ludności Suwałk w drugiej połowie lat 70. i latach 80. Szybki napływ nowych mieszkańców do miasta sprawił, że jakaś część z nich nie zdążyła uzupełnić swojej edukacji zarówno w sensie formalnym, jak i nieformalnym – nie zdołała zinternalizować miejskich stylów życia, do których należy również uczestnictwo w kulturze, legitymuje się więc niższym kapitałem społecznym i kulturowym. Taka hipoteza wydaje się być w dużej mierze słuszna, ponieważ wyniki badań ilościowych pokazują, że poziom uczestnictwa w różnego rodzaju wydarzeniach kulturalnych jest niższy w zbiorowości słabiej wykształconych mieszkańców oraz tych pochodzących ze wsi (są to grupy częściowo pokrywające się, ale nie-

tożsame). Ilustrują to podane niżej wykresy, przedstawiające odpowiedzi na pytania o rodzaje aktywności kulturalnej podejmowanych w ciągu ostatnich 12 miesięcy.

Wykres 21. Poziom uczestnictwa w wybranych rodzajach wydarzeń ze względu na pochodzenie



Źródło: opracowanie własne.

Respondenci pochodzący ze wsi w większości przypadków korzystali z oferty kulturalnej w mniejszym stopniu niż rodowici suwalczanie. Dotyczy to najczęściej wskazywanych działań, zarówno uznawanych powszechnie za kulturę wymagającą, jak i aktywności masowych. Największe różnice widoczne są więc w sferze własnej aktywności fizycznej (72,9% osób urodzonych w Suwałkach i 51,3% pochodzących ze wsi uprawiało sport) oraz uczęszczania na imprezy sportowe (odpowiednio 55% i 17,8%), uczestnictwa w spektaklach teatralnych (32,5% i 14,2%), płatnych koncertach (39,2% i 24,6%) oraz w czytaniu książek dla przyjemności (81% i 68,7%). Różnice niwelują się w przypadku rzadziej wybieranych aktywności, ale i tu w większości osoby pochodzące ze wsi wykazywały się nieco niższym poziomem uczestnictwa. Jedynym rodzajem aktywności, w którym ta kategoria osób uczestniczy najczęściej, jest uczęszczanie do lokalnego domu kultury, świetlicy lub korzystanie z klubu osiedlowego. Być może

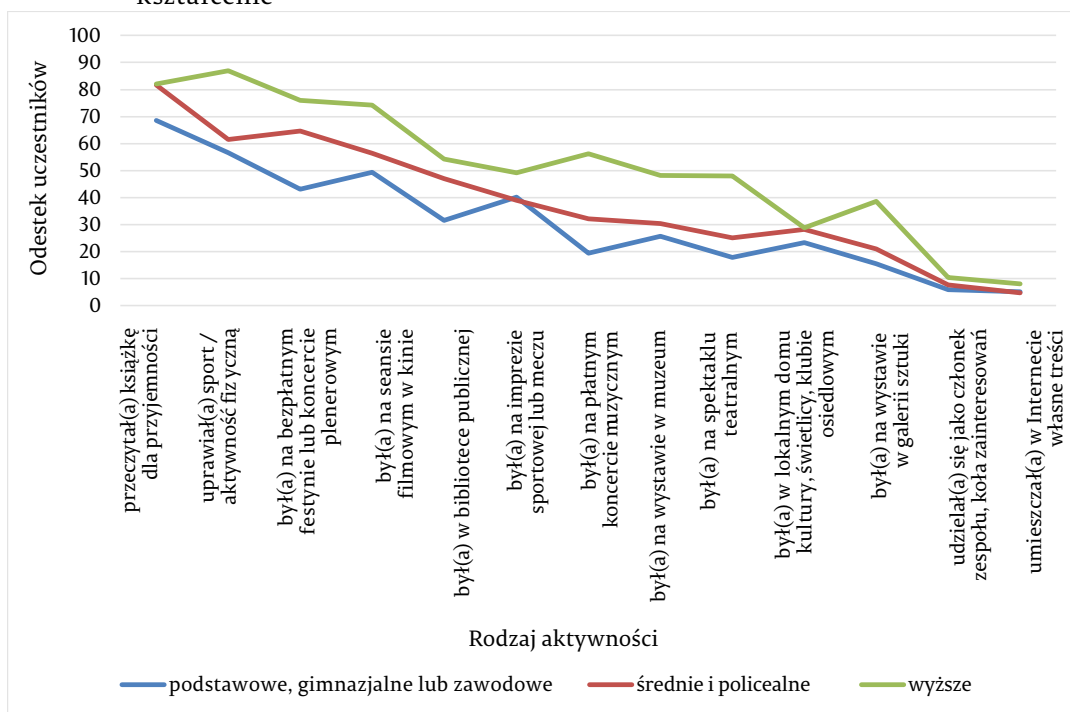
należy to uznać za stosunkowo łatwą i bezpretensjonalną formę uczestnictwa w kulturze.

Co interesujące, w większości przypadków również respondenci pochodzący z innych miast uczestniczyli w kulturze rzadziej niż rodowici suwalczanie. Na podstawie hipotezy o braku odpowiedniego kapitału społecznego i kulturowego można domniemywać, że część z tej kategorii mieszkańców przeniosło się do Suwałk z mniejszych miasteczek regionu, w których brakowało rozbudowanej sieci placówek kulturalnych i edukacyjnych. Co więcej, ich społeczna pozycja w miejscu pochodzenia była stosunkowo niska, a przeprowadzka do rozwijających się Suwałk miała wiązać się z awansem społecznym. Możliwe również, że osoby, które osiadły w Suwałkach, posiadają generalnie niższy kapitał społeczny, rozumiany jako zasoby związane z „posiadaniem trwałej sieci mniej lub bardziej zinstytucjonalizowanych związków wspartych na wzajemnej znajomości i uznaniu – lub inaczej mówiąc z członkostwem w grupie”⁸⁰. Inaczej rzecz ujmując, nie mają w Suwałkach tak wielu bliskich i znajomych jak rodowici suwalczanie, co może utrudniać wspólne uczestnictwo w kulturze lub dostęp do informacji na temat wydarzeń kulturalnych.

Jeszcze wyraźniej widać różnice uczestnictwa w poszczególnych kategoriach wydarzeń ze względu na poziom wykształcenia. Osoby posiadające wyższe wykształcenie najczęściej deklarowały własną aktywność kulturalną we wszystkich z zaprezentowanych na wykresie kategorii. Podobnie też w większości przypadków respondenci z wykształceniem średnim i policealnym częściej uczestniczyli w kulturze niż grupa badanych z wykształceniem podstawowym, gimnazjalnym lub zawodowym. Warto zauważyć, że największe różnice w poziomach uczestnictwa wiążą się nie tylko z kategoriami, które mogą uchodzić za wymagające intelektualnie lub drogie, na przykład z płatnymi koncertami (udział deklarowało 56,2% badanych z wykształceniem wyższym oraz 19,5% z podstawowym, gimnazjalnym i zawodowym), ale również w wydarzeniach, które powszechnie postrzegane są jako niewyszukana rozrywka masowa, np. w festynach i koncertach plenerowych (odpowiednio 75,9% oraz 43,1%). Niskie formalne wykształcenie wydaje się więc być stosunkowo silną zmienną wpływającą na poziom zainteresowania kulturą w rozmaitych jej wymiarach.

⁸⁰ Za: K. Sierocińska, *Kapitał społeczny. Definiowanie, pomiar i typy*, „Studia Ekonomiczne”, nr 1, 2011, s. 72.

Wykres 22. Poziom uczestnictwa w wybranych rodzajach wydarzeń ze względu na wykształcenie



Źródło: opracowanie własne.

Wydaje się więc, że w myśleniu o lokalnej polityce kulturalnej w sposób długofalowy ważnym jej elementem powinny być wspierane instytucjonalnie nieformalne czy półformalne (np. prowadzone w szkołach) programy edukacji kulturalnej, skierowane zarówno do młodzieży, jak i dorosłych. Dobrym rozwiązaniem mogłyby być również działania adresowane do mieszkańców osiadłych w Suwałkach w okresie jego dynamicznego rozwoju oraz do pokolenia ich dzieci, np. różnego rodzaju akcje kulturalno-edukacyjne prowadzone w północnej części miasta, na osiedlach, na których dominuje zabudowa wielorodzinna.

WNIOSKI
I REKOMENDACJE

Niniejszą publikację chcielibyśmy zakończyć akcentem praktycznym, to jest listą rekomendacji, które powstały na podstawie opisanych tu analiz i które – w naszej opinii – mogą być przydatne podczas pracy nad programem polityki kulturalnej czy innymi działaniami stymulującymi kulturę w Suwałkach. Rekomendacje w dużej mierze kierowane są do władz samorządowych oraz podległych im placówek kultury, są to bowiem podmioty mające największe możliwości wpływu na kształt lokalnej kultury. Niewykluczone jednak, że poniżej zamieszczone wnioski i rekomendacje zostaną wykorzystane przez inne środowiska tworzące suwalską ofertę kulturalną: organizacje pozarządowe, prywatnych przedsiębiorców czy grupy nieformalne. Liczymy również, że pobudzą one refleksję i dyskusję nad kształtem suwalskiej kultury. Kolejność rekomendacji nie jest w naszej ocenie odzwierciedleniem hierarchii ich ważności, staraliśmy się natomiast, aby były one luźno zgrupowane wokół konkretnych problemów i obszarów działań: finansowania i zarządzania kulturą, informacji i promocji, edukacji kulturalnej, zmian w ofercie i infrastrukturze kultury.

Tabela 20. Wnioski i sugerowane działania

WNIOSKI	SUGEROWANE DZIAŁANIA
1. Finansowanie i zarządzanie kulturą	
Potrzeba systematycznego prowadzenia badań diagnostycznych i ewaluacyjnych dotyczących oferty kulturalnej Suwałk oraz uczestnictwa w kulturze.	Systematyczne analizowanie przez przedstawicieli UM materiałów zastanych dostępnych w ramach działań podmiotów organizujących ofertę kulturalną.
	Systematyczne badania ewaluacyjne wydarzeń kulturalnych organizowanych przez instytucje zależne od samorządu terytorialnego.
	Cykliczne (np. co dwa lata) ogłaszanie konkursu ofert na badanie kultury zapewniające ciągłość wiedzy na temat całości lub wybranych elementów lokalnego życia kulturalnego.

WNIOSKI	SUGEROWANE DZIAŁANIA
Potrzeba stymulacji organizacji pozarządowych zainteresowanych realizacją działań z zakresu kultury.	Zwiększenie kwot przekazywanych przez samorząd miejski na działania z zakresu kultury.
	Zwiększenie udziału dotacji pochodzących z UM w ogólnych kosztach realizacji zadań publicznych.
	Zwiększenie liczby otwartych konkursów ofert na zadania w zakresie kultury, ochrony dóbr kultury i dziedzictwa narodowego (np. do dwóch rocznie).
Potrzeba stymulacji partycypacji obywatelskiej w dziedzinie kultury.	Organizowanie otwartych konkursów ofert (np. jeden rocznie) na zadania w zakresie kultury, ochrony, dóbr kultury i dziedzictwa narodowego, w którym jednym z czynników oceny byłyby głosy oddawane przez mieszkańców (por. np. konkursy pod nazwą Kultura dla Obywateli organizowane przez UM w Białymstoku).
	Zapewnienie wydzielonej puli w budżecie obywatelskim przeznaczonej wyłącznie na realizację projektów miękkich w dziedzinie szeroko rozumianej kultury.
Potrzeba stymulacji obszarów peryferyjnych pod względem oferty kulturalnej (przede wszystkim osiedli na północy miasta).	Współpraca pomiędzy urzędem miasta, administratorami osiedli oraz organizacjami pozarządowymi, dotycząca rozwoju i utrzymania osiedlowych klubów i świetlic. Udostępnianie lokali komunalnych na cele kulturalne.
	Współpraca dla zapewnienia wsparcia sprzętowego i finansowego oddolnym działaniom dotychczas prowadzonym na osiedlach mieszkaniowych (np. animacja Kaczego Dołka).
Potrzeba pogłębiania współpracy międzysektorowej, ze szczególnym uwzględnieniem relacji pomiędzy instytucjami kultury i organizacjami pozarządowymi.	Zapewnienie priorytetu dla międzysektorowej współpracy organizatorskiej przy konkretnych wydarzeniach.
	Wspieranie działań kulturalnych w ramach działalności Suwalskiej Rady Działalności Pożytku Publicznego.
	Wspieranie i promowanie wymiany informacji dotyczących potencjalnych zewnętrznych źródeł finansowania wydarzeń kulturalnych w Suwałkach (np. środki Urzędu Marszałkowskiego Województwa Podlaskiego, Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego, fundacji zajmujących się wspieraniem kultury itd.).
Miasto Suwałki powinno zacieśnić współpracę z trzecim sektorem w zakresie rozpoznania potencjałów obu stron i jego efektywnego wykorzystania, zwłaszcza w zaspokajaniu potrzeb rynku w zakresie działalności teatralnej oraz uaktywnienia działalności klubów i świetlic osiedlowych.	
2. Informacja i promocja wydarzeń kulturalnych	
Dość powszechne przekonanie mieszkańców miasta, że wydarzenia kulturalne (przede wszystkim organizowane przez SOK) są drogie.	Prowadzenie przez Suwalski Ośrodek Kultury aktywniejszych działań informacyjno-promocyjnych zachęcających mieszkańców do udziału w wydarzeniach darmowych lub niskopłatnych.
	Intensywniejsza promocja darmowych i niskopłatnych wydarzeń organizowanych przez pozostałe instytucje kultury w Suwałkach.

WNIOSKI	SUGEROWANE DZIAŁANIA
Potrzeba promocji słabo rozpoznawalnych wydarzeń cyklicznych.	Miasto Suwałki powinno położyć większy nacisk na promocję cyklicznych wydarzeń kulturalnych, które cechuje wieloletnia tradycja, a które nie pojawiły się w przygotowanym raporcie, jak np. Międzynarodowy Festiwal Piosenki i Tańca „Muszelki Wigier” czy Letnia Filharmonia AUKSO.
Potrzeba poprawy wizerunku wydarzeń organizowanych przez UM jako imprez mało ambitnych.	Promowanie różnorodnych wydarzeń kulturalnych przez UM.
Potrzeba usprawnienia stron internetowych podmiotów związanych z kulturą.	Zwiększanie możliwości komunikacji pomiędzy administratorem i użytkownikami, np. poprzez tworzenie newsletterów, formularzy kontaktu, elektronicznych biuletynów informujących o wydarzeniach.
	Przygotowanie obcojęzycznych wersji stron internetowych, przede wszystkim wersji litewsko, rosyjsko- i angielskojęzycznych.
	Większa dbałość o powiązanie zawartości stron internetowych z działaniami w serwisach społecznościowych (przede wszystkim Facebook, YouTube, Twitter, Instagram).
Potrzeba zróżnicowania form i kanałów promocji wydarzeń w zależności od potencjalnych grup docelowych imprez.	Utrzymywanie czytelnych i łatwo rozpoznawalnych systemów identyfikacji wizualnej poszczególnych podmiotów – zarówno w Internecie, jak i w promocji typu BTL (np. plakaty, afisze, billboardy itp.)
Potrzeba stymulacji rodzinnego uczestnictwa w kulturze wśród mieszkańców Suwałk.	Promowanie preferencyjnych warunków uczestnictwa w kulturze dla rodzin, np. poprzez wprowadzanie ulgowych biletów rodzinnych, grupowych.
	Organizowanie stref zabaw dla dzieci podczas imprez plenerowych.
Potrzeba stymulacji uczestnictwa w kulturze osób w wieku 50+.	Finansowe ułatwienia dostępu do oferty kulturalnej, np. karta seniora.
	Organizowanie większej liczby wydarzeń kulturalnych kierowanych do seniorów lub dużego i dobrze promowanego wydarzenia kierowanego do tej grupy wiekowej (np. potańcówka miejska).
	Dostosowanie kanałów informacji o wydarzeniach do oczekiwań tej grupy wiekowej.

WNIOSKI	SUGEROWANE DZIAŁANIA
3. Edukacja kulturalna	
Peryferyjność północnych osiedli Suwałk pod względem oferty kulturalnej.	<p>Prowadzenie na osiedlach długofalowych działań kulturalno-edukacyjnych, skierowanych do młodzieży i dorosłych.</p> <p>Miasto Suwałki powinno zagospodarować niszę w zakresie prowadzonej działalności kulturalno-edukacyjnej na Osiedlu Północ z wykorzystaniem potencjału edukacyjnego (animatorów kultury) z Suwalskiego Ośrodka Kultury.</p>
Zwiększenie oferty nastawionej na działania twórcze (np. warsztaty artystyczne i edukacyjne), skierowanej do wszystkich grup wiekowych, ze szczególnym uwzględnieniem osób w wieku 50+.	Współpraca pomiędzy samorządem, administratorami kubów i świetlic osiedlowych oraz organizacjami pozarządowymi zainteresowanymi taką działalnością (np. Uniwersytet Trzeciego Wieku) w celu zapewnienia względnie trwałej i atrakcyjnej oferty nastawionej na działania twórcze.
4. Oferta i infrastruktura kulturalna	
Potrzeba zrównoważenia oferty imprez plenerowych.	Zwiększenie liczby organizowanych tzw. wydarzeń wymagających (np. teatrów ulicznych, happeningów, performansów).
Poprawa poczucia bezpieczeństwa uczestników imprez masowych.	<p>Zwiększenie liczby pracowników ochrony zatrudnianych na czas imprez.</p> <p>Długofalowe szkolenie pracowników ochrony w zakresie skutecznej ochrony imprez kulturalnych (z uwzględnieniem ich specyfiki).</p> <p>Działania informacyjne i promocyjne organizatorów pokazujące suwalskie imprezy masowe jako bezpieczne.</p>
Potrzeba stymulowania uczestnictwa w kulturze osób trwale lub okresowo nieuczestniczących w wydarzeniach kulturalnych w oparciu o opisane w raporcie typy (nie)uczestnictwa.	Tworzenie przestrzeni łączących elementy infrastruktury rekreacyjnej i kulturalnej (np. obiekty sportowe dostępne mieszkańcom osiedli z wydzieloną powierzchnią do tworzenia graffiti; proponowanie różnorodnych imprez łączących aktywność fizyczną z kulturą w tradycyjnym sensie, np. biegi uliczne połączone z happeningami).
Potrzeba dalszych działań wokół podtrzymania i rozwoju Suwałki Blues Festival, jako wydarzenia wyjątkowo dobrze rozpoznawalnego i pozytywnie ocenianego przez mieszkańców Suwałk.	<p>Gwarancja długofalowego finansowania wydarzenia i planowanie budżetu imprezy z wyprzedzeniem.</p> <p>Pogłębianie współpracy z podmiotami komercyjnymi i pozarządowymi w celu wsparcia i rozwoju atrakcyjnej formy wydarzenia.</p>

WNIOSKI	SUGEROWANE DZIAŁANIA
<p>Potrzeba wydarzeń, które w swojej treści lub formie odnosiłyby się do specyfiki lokalnej Suwałk. Tego rodzaju wydarzenia wydają się być obecnie niewykorzystanym potencjałem, który mógłby być atrakcyjny zarówno dla mieszkańców miasta jak i odbiorców zewnętrznych (turystach).</p>	<p>Zwiększenie liczby wydarzeń promujących kulturę tradycyjną (ludową) Suwalszczyzny, szczególnie w formach interesujących dla młodszych odbiorców kultury, np. z wykorzystaniem multimedialności.</p>
	<p>Podkreślanie związku miasta z regionem. Przeprowadzenie dokładnej analizy tego rodzaju wydarzeń na Suwalszczyźnie przez suwalskie instytucje kultury. Współpraca w promowaniu i organizacji imprez na terenie całej Suwalszczyzny.</p>
	<p>Podtrzymywanie i rozwój oferty związanej z kulturą jaćwieską.</p>
	<p>Próba reaktywacji czy nawiązania do formuły i treści wydarzeń związanych z funkcjonowaniem domu pracy twórczej w Wigrach.</p>

Aneks. Kwestionariusz wywiadu CATI

Nr. Ankietera: |_|_|_|_|_|_|_|_|

Nr.

Respondenta: |_|_|_|_|_|_|_|_|

KWESTIONARIUSZ REKRUTACYJNY

Dzień dobry, nazywam się... Obecnie Fundacja „SocLab” na zlecenie Urzędu Miejskiego w Suwałkach prowadzi badanie na temat sposobów spędzania wolnego czasu przez mieszkańców Suwałk. Chciałbym/chciałabym zaprosić Pana/Panią do udziału w projekcie. Pan(i) udział jest niezwykle istotny, gdyż Pana(i) numer został wylosowany do reprezentatywnej próby badawczej, a odmowa wpłynie negatywnie na jakość gromadzonych danych

Pragnę podkreślić, iż zapewniamy całkowitą anonimowość wypowiedzi. Wyniki badania prezentowane będą jedynie w formie zbiorczych, statystycznych zestawień. Ankieta potrwa kilkanaście minut.

R1: Czy zgadza się Pan(i) na wywiad?

1: Tak **przejdź do pytania nr 2**

2: Nie **zakończ wywiad**

R2: Płeć

[Ankieter: Zaznacz płeć]

1: Kobieta **programista sprawdź kwotę**

2: Mężczyzna **programista sprawdź kwotę**

R3: Ile miał(a) Pan(i) lat, obchodząc ostatnie urodziny:

[Ankieter: Wpisz wiek]

|_|_|_| **programista przejść do pytanie nr 6 (kwota zostaje przypisana automatycznie)**

9: Odmowa **programista przejść do pytanie nr 5**

R4: Programista zrekoduj wiek do odpowiedniej celki:

1: Poniżej 15 **zakończ wywiad**

2: 15–24 **programista sprawdź kwotę**

3: 25–34 **programista sprawdź kwotę**

4: 35–49 **programista sprawdź kwotę**

5: 50–64 **programista sprawdź kwotę**

6: 65 lat i więcej **programista sprawdź kwotę**

R5: Proszę Pana/Panią o wskazanie, do którego z wymienionych przeze mnie przedziałów wiekowych mogę Pana/Panią przypisać? **Możliwość zaznaczenia tylko jednej odpowiedzi Respondenta.**

1: Poniżej 15 **zakończ wywiad**

2: 15–24 **programista przejść do nr 6, jeżeli liczba Respondentów dla danego przedziału wiekowego nie została wyczerpana**

3: 25–34 **programista przejść do nr 6, jeżeli liczba Respondentów dla danego przedziału wiekowego nie została wyczerpana**

4: 35–49 **programista przejść do nr 6, jeżeli liczba Respondentów dla danego przedziału wiekowego nie została wyczerpana**

5: 50–64 **programista przejść do nr 6, jeżeli liczba Respondentów dla danego przedziału wiekowego nie została wyczerpana**

6: 65 lat i więcej **programista przejść do nr 6, jeżeli liczba Respondentów dla danego przedziału wiekowego nie została wyczerpana**

R6: Czy mieszka Pan(i) obecnie w Suwałkach?

[Ankieter możliwe zaznaczenie tylko jednej odpowiedzi]

1: tak **programista przejść do pytania nr 7**

2: nie **zakończ wywiad**



KWESTIONARIUSZ GŁÓWNY

SPĘDZANIE CZASU WOLNEGO – MINI U&A

P1. Na początku chciał(a)/bym zapytać Pana/Panią **Ile czasu wolnego ma Pan(i)** w ciągu:
[Ankieter Zaznacz jedną odpowiedź]

Lp.	Wydarzenie	Poniżej 1 godziny	1–2 godziny	2–4 godziny	4–6 godzin	Powyżej 6 godzin
1	Przeciętnego dnia tygodnia	1	2	3	4	5
2	Przeciętnego dnia weekendu	1	2	3	4	5

P2. Odczytam teraz listę czynności związanych ze spędzaniem wolnego czasu w SUWAŁKACH. Proszę powiedzieć, czy był(a) Pan(i) w ciągu ostatnich 12 miesięcy...

[PROGRAMISTA: możliwość wyboru wielu odpowiedzi] ROTACJA

[Ankieter odczytaj kafeterię, możliwe zaznaczenie wielu odpowiedzi]

Lp.	Czynność
1	na spektaklu teatralnym
2	na wystawie w galerii sztuki
3	na koncercie filharmonicznym
4	na wystawie w muzeum
5	na dyskotecce lub zabawie
6	na seansie filmowym w kinie
7	na bezpłatnym festynie lub koncercie plenerowym
8	na płatnym koncercie muzycznym (nie w operze/filharmonii)
9	na imprezie sportowej lub meczu
10	w lokalnym domu kultury, świetlicy, klubie osiedlowym
11	oglądał(a) Pan(i) serwisy filmowe (np. YouTube)
12	umieszczał(a) Pan(i) w Internecie własne treści filmowe bądź muzyczne, prowadził(a) blogi
13	była Pan(i) na grillu / wizycie w domu u znajomych
14	udzielał(a) się Pan(i) jako członek zespołu amatorskiego, kółka zainteresowań, kółka artystycznego (np. chór, orkiestra, zespół muzyczny, kółko teatralne itp.)
15	był(a) Pan(i) w bibliotece publicznej
16	przeczytał(a) Pan(i) książkę dla przyjemności
17	uprawiał(a) Pan(i) sport / aktywność fizyczną

[PROGRAMISTA: wyświetl tylko kody zaznaczone w P2]

P3. Proszę powiedzieć, jak często uczestniczył(a) lub wykonywał(a) Pan(i) poszczególne czynności w SUWAŁKACH w trakcie ostatnich 12 miesięcy, postępując się następującymi możliwościami odpowiedzi:

- „Raz w roku,
Raz na pół roku,
Raz na kilka miesięcy,
Raz w miesiącu,
Raz w tygodniu lub częściej,
Nie pamiętam”

Zatem jak często był(a) Pan(i)...

[Ankieter: możliwość zaznaczenia jednej odpowiedzi przy każdej czynności spędzania wolnego czasu; odczytuj skalę kilkakrotnie]

Lp.	Czynność	Raz w roku	Raz na pół roku	Raz na kilka miesięcy	Raz w miesiącu	Raz w tygodniu lub częściej	Nie pamiętam
1	na spektaklu teatralnym	5	4	3	2	1	9
2	na wystawie w galerii sztuki	5	4	3	2	1	9
3	na koncercie filharmonicznym	5	4	3	2	1	9
4	na wystawie w muzeum	5	4	3	2	1	9
5	na dyskotekce lub zabawie	5	4	3	2	1	9
6	na seansie filmowym w kinie	5	4	3	2	1	9
7	na bezpłatnym festynie lub koncercie plenerowym	5	4	3	2	1	9
8	na płatnym koncercie muzycznym (nie w operze/filharmonii)	5	4	3	2	1	9
9	na imprezie sportowej lub meczu	5	4	3	2	1	9
10	w lokalnym domu kultury, świetlicy, klubie osiedlowym	5	4	3	2	1	9
11	oglądał(a) Pan(i) serwisy filmowe (np. YouTube)	5	4	3	2	1	9
12	umieszczał(a) Pan(i) w Internecie własne treści filmowe bądź muzyczne, prowadził(a) blogi	5	4	3	2	1	9
13	był(a) Pan(i) na grillu / wizycie w domu u znajomych	5	4	3	2	1	9
14	udzielał(a) się Pan(i) jako członek zespołu amatorskiego, kółka zainteresowań, kółka artystycznego (np. chór, orkiestra, zespół muzyczny, kółko teatralne itp.)	5	4	3	2	1	9
15	był(a) Pan(i) w bibliotece publicznej	5	4	3	2	1	9
16	przeczytał(a) Pan(i) książkę dla przyjemności	5	4	3	2	1	9
17	uprawiał(a) Pan(i) sport / aktywność fizyczną	5	4	3	2	1	9

P4. Jak określił(a)by się Pan/Pani jako uczestnik życia kulturalnego? Do oceny proszę posłużyć się 5-stopniową skalą, gdzie 5 oznacza, że zdecydowanie się Pan(i) zgadza, 4 – raczej się Pan(i) zgadza, 3 – ani się Pan(i) zgadza, ani nie zgadza, 2 – raczej się Pan(i) nie zgadza, 1 – zdecydowanie się Pan(i) nie zgadza. **[Programista: rotacja stwierżeń]**

Lp.	Stwierzenia	Zdecydowanie się zgadzam	Raczej się zgadzam	Ani się zgadzam, ani nie zgadzam	Raczej się nie zgadzam	Zdecydowanie się nie zgadzam
1	najbardziej lubię oglądać telewizję – tam jest dość kultury	5	4	3	2	1
2	uważam się za twórcę kultury, tworzę kulturę	5	4	3	2	1
3	przede wszystkim lubię w spokoju poczytać książkę, posłuchać muzyki, obejrzeć dobry film	5	4	3	2	1
4	aktywnie poszukuję informacji o różnych imprezach i uczestniczę w tych, które uważam za najbardziej wartościowe	5	4	3	2	1
5	jestem gotowy(a) zapłacić za uczestnictwo w wydarzeniu, które uznaję za wartościowe	5	4	3	2	1
6	jestem otwarty(a) na nowe doświadczenia i uczestniczę w różnorodnych imprezach/wydarzeniach kulturalnych	5	4	3	2	1
7	zazwyczaj wybieram wydarzenia bezpłatne bądź za niewielką opłatą	5	4	3	2	1
8	bardzo lubię uczestniczyć ze znajomymi w dużych imprezach, np. festynach, jarmarkach	5	4	3	2	1
9	bardzo lubię uczestniczyć w wydarzeniach z udziałem gwiazd	5	4	3	2	1
10	bardzo chętnie uczestniczę w wydarzeniach kulturalnych, na które mogę zabrać rodzinę, dzieci	5	4	3	2	1
11	unikam imprez, gdzie nadmiernie spożywa się alkohol	5	4	3	2	1
12	imprezy kulturalne są przede wszystkim po to, żeby się dobrze i wesoło bawić	5	4	3	2	1
13	za naprawdę dobrą zabawę jestem skłonny(a) zapłacić	5	4	3	2	1
14	w wielu wydarzeniach kulturalnych mogę uczestniczyć dzięki Internetowi	5	4	3	2	1

ŹRÓDŁA INFORMACJI, ZNAJOMOŚĆ I OGÓLNA OCENA OFERTY KULTURALNEJ

P5. Na ile dobrze zna Pan(i) ofertę kulturalną Suwałk?

[Programista: jedna odpowiedź]

[Ankieter: Odczytaj kafeterię i zaznacz jedną odpowiedź]

5. bardzo dobrze
4. dobrze
3. przeciętnie
2. słabo
1. bardzo słabo

[Ankieter: nie czytamy tych odpowiedzi,, zaznaczyć w sytuacji wyraźnego niezdecydowania Respondenta]

9. *nie znam w ogóle* programista przejść do pytania nr 8

99: *moja miejscowość nie posiada oferty kulturalnej* programista przejść do pytania nr 8

P6. Jak ogólnie ocenił(a)/by Pan(i) ofertę kulturalną u Suwałkach?

[Programista: Jedna odpowiedź]

[Ankieter: Odczytaj kafeterię i zaznacz jedną odpowiedź]

5. bardzo dobrze
4. dobrze
3. średnio
2. słabo
1. bardzo słabo

P7. Które ze stwierdzeń najlepiej pasuje do tego, jak w okresie ostatnich 3 lat zmieniła się oferta kulturalna w Suwałkach?

[Programista: Jedna odpowiedź]

[Ankieter: Odczytaj kafeterię i zaznacz jedną odpowiedź]

1. uległa poprawie
 2. nie zmieniła się
 3. uległa pogorszeniu
 4. *trudno powiedzieć*
-

P8. Skąd czerpie Pan(i) wiedzę na temat organizowanych imprez kulturalnych w Suwałkach?

[PROGRAMISTA: Możliwe wiele odpowiedzi]

[Ankieter: nie odczytuj, zaznaczaj wymienione odpowiedzi]

- | | |
|---|---|
| 1. z telewizji | 6. od znajomych/rodziny |
| 2. z radia | 7. z uczelni / miejsca pracy |
| 3. z prasy lokalnej | 8. z afiszów, plakatów, billboardów na ulicy, słupów ogłoszeniowych |
| 4. ze stron internetowych | 9. inne, jakie...? |
| 5. z portali społecznościowych (np. Facebook) | |

PROGRAMISTA: zadaj P8_2 jeżeli w P8 zaznaczona odp. 2 (z radia)

P8_2. Z której konkretnie stacji radiowej czerpie Pan(i) wiedzę na temat imprez kulturalnych w Suwałkach?

[Ankieter: Nie odczytuj i możliwe wiele odpowiedzi]

1. z Radia 5
2. z Radia Białystok
3. inne stacje

10. Przeczytam kilka stwierdzeń opisujących Suwałki pod względem kultury. Proszę powiedzieć, które z nich dobrze pasuje do Suwałk, które w mniejszym stopniu, a które w ogóle. Do oceny proszę posłużyć się skalą, gdzie 5 oznacza zdecydowanie pasuje do Suwałk, 4 – raczej pasuje, 3 – ani pasuje, ani nie pasuje, 2 – raczej nie pasuje, 1 – zdecydowanie nie pasuje.

[Programista: rotacja stwierdzeń]

[Ankieter: Odczytaj kafeterię i zaznacz jedną odpowiedź]

Lp.		Zdecydowanie pasuje	Raczej pasuje	Ani pasuje, ani nie pasuje	Raczej nie pasuje	Zdecydowanie nie pasuje
1	Suwałki to „czarna dziura” pod względem kultury – tu się nic nie dzieje	5	4	3	2	1
2	kultura Suwałk to przede wszystkim letnie imprezy plenerowe	5	4	3	2	1
3	przez cały rok w Suwałkach jest organizowanych wiele ciekawych imprez kulturalnych	5	4	3	2	1
5	na imprezach plenerowych jest za dużo alkoholu	5	4	3	2	1
6	wydarzenia kulturalne, np. teatr, są zbyt drogie	5	4	3	2	1
7	podczas niektórych imprez plenerowych bywa niebezpiecznie	5	4	3	2	1

BARIERY UCZESTNICTWA

12. Jak opisał(a)by Pan(i) swoje uczestnictwo w wydarzeniach kulturalnych w Suwałkach za 12 miesięcy. Proszę wybrać jedną odpowiedź.

[Ankieter: Jedna odpowiedź]

1. myślę, że będę uczestniczył(a) częściej niż obecnie
2. myślę, że będę uczestniczył(a) z taką samą częstotliwością jak obecnie
3. myślę, że będę uczestniczył(a) rzadziej niż obecnie

13. Co decyduje o tym, jak często uczestniczy Pan(i) w wydarzeniach kulturalnych w Suwałkach?

[Programista: Możliwe wiele odpowiedzi]

[Ankieter: nie odczytuj stwierdzeń, możliwe wiele odpowiedzi, dopytaj co jeszcze]

1. atrakcyjność oferty kulturalnej
2. bezpieczeństwo
3. cena biletu / sytuacja finansowa
4. dostęp do informacji o wydarzeniach kulturalnych
5. ilość czasu wolnego
6. możliwość zabrania dzieci
7. odległość wydarzenia/instytucji od mojego miejsca zamieszkania
8. reklama wydarzenia
9. zachęta znajomych
10. zainteresowania
11. zakaz spożywania alkoholu
12. inne, jakie...?

13. NIE UCZESTNICZĘ W WYDARZENIACH KULTURALNYCH W SUWAŁKACH

14. Przeczytam teraz czynniki, które utrudniają innym uczestnictwo w wydarzeniach kulturalnych. Przy każdym z nich proszę powiedzieć, na ile zgadza się Pan(i) bądź nie zgadza z każdym z nich. Do oceny proszę posłużyć się 5-stopniową skalą, gdzie 5 oznacza, że zdecydowanie się Pan(i) zgadza, 4 – raczej się Pan(i) zgadza, 3 – ani się Pan(i) zgadza, ani nie zgadza, 2 – raczej się Pan(i) nie zgadza, 1 – zdecydowanie się Pan(i) nie zgadza.

Obecnie uczestnictwo w wydarzeniach kulturalnych w Suwałkach utrudnia mi:

Lp.		Zdecydowanie się zgadzam	Raczej się zgadzam	Ani się zgadzam, ani nie zgadzam	Raczej się nie zgadzam	Zdecydowanie się nie zgadzam
1	brak pieniędzy	5	4	3	2	1
2	brak czasu	5	4	3	2	1
3	problemy zdrowotne, problemy z poruszaniem się	5	4	3	2	1
4	brak imprez, w których chętnie bym uczestniczył(a)	5	4	3	2	1
5	nie mam z kim pójść	5	4	3	2	1
6	brak informacji o imprezach	5	4	3	2	1
7	brak motywacji, brak chęci udziału w wydarzeniu	5	4	3	2	1

ANALIZA PREFERENCJI I POTRZEB KULTURALNYCH I INFRASTRUKTURALNYCH

15. Odczytam teraz listę wydarzeń. W jakich wydarzeniach kulturalnych chętnie uczestniczył(a) by Pan/Pani w Suwałkach?

[Ankieter: odczytać stwierdzenia i zaznaczyć przy każdym z nich jedną odpowiedź Respondenta]

[PROGRAMISTA: Rotacja stwierdzeń]

Lp.		Chętnie bym uczestniczył(a)
1	wystawy	1
2	koncerty zespołów muzycznych	1
3	koncerty filharmoniczne	1
4	festyny i jarmarki	1
5	festiwale filmowe	1
6	spektakle teatralne	1
7	widowiska kabaretowe	1
8	opera, operetka	1
9	koncerty uznanych gwiazd	1
10	seanse filmowe	1
11	festiwale teatralne	1
12	warsztaty edukacyjne	1
13	spotkania z twórcami	1
14	wieczory poetyckie/literackie	1
15	warsztaty twórczości ludowej	1
16	rajdy, rekonstrukcje i pikniki historyczne	1
17	dancingi/potańcówki	1

16. Odczytam ponownie listę wydarzeń kulturalnych. Proszę powiedzieć, czy Pana(i) zdaniem jest ich w lokalnej ofercie za dużo, za mało, w sam raz, czy nie ma w ogóle?

[Ankieter: odczytać stwierdzenia i zaznaczyć przy każdym z nich jedną odpowiedź Respondenta]

Lp.		Za dużo	W sam raz	Za mało	Nie ma w ogóle	Nie wiem
1	wystawy	3	2	1	4	9
2	koncerty zespołów muzycznych	3	2	1	4	9
3	koncerty filharmoniczne	3	2	1	4	9
4	festyny i jarmarki	3	2	1	4	9
5	festiwale filmowe	3	2	1	4	9
6	spektakle teatralne	3	2	1	4	9
7	widowiska kabaretowe	3	2	1	4	9
8	opera, operetka	3	2	1	4	9
9	koncerty uznanych gwiazd	3	2	1	4	9
10	seanse filmowe	3	2	1	4	9
11	festiwale teatralne	3	2	1	4	9
12	warsztaty edukacyjne	3	2	1	4	9
13	spotkania z twórcami	3	2	1	4	9
14	wieczory poetyckie/literackie	3	2	1	4	9
15	warsztaty twórczości ludowej	3	2	1	4	9
16	rajdy, rekonstrukcje i pikniki historyczne	3	2	1	4	9
17	dancingi/potańcówki	3	2	1	4	9

17. Czy odczuwa Pan/Pani brak w Suwałkach następujących instytucji? Do oceny proszę postąpić się skalą, gdzie 1 oznacza bardzo tego brakuje, 2 – jest to brak, ale mało dotkliwy, 3 – nie odczuwam braku. Zatem czy odczuwa Pan(i) brak... **PROGRAMISTA: wstaw kolejne instytucje**

Lp.		Bardzo brakuje	Jest to brak, ale mało dotkliwy	Nie odczuwam braku	Trudno powiedzieć
1	kluby, puby, kawiarnie	1	2	3	4
2	kina	1	2	3	4
3	obiekty sportowe (boiska, korty, baseny)	1	2	3	4
4	teatry	1	2	3	4
5	sale koncertowe/widowiskowe	1	2	3	4
6	tereny wypoczynkowe – parki, place, skwery	1	2	3	4
7	muzea, galerie sztuki	1	2	3	4
8	kluby i świetlice osiedlowe	1	2	3	4

OCENA, ZNAJOMOŚĆ I KORZYSTANIE Z IMPREZ KULTURALNYCH W SUWAŁKACH

18. Jakie dwa najważniejsze wydarzenia odbywające się cyklicznie stanowią Pan(a)i zdaniem największą atrakcję kulturalną Suwałk? Jeśli Pan(i) takie zna, proszę wymienić je z nazwy.

[Ankieter zaznacz odpowiedzi zgodnie z kolejnością wymieniania przez Respondenta, dopytaj jakie jeszcze

Respondent może wymienić mniej niż 2]

[Programista: możliwość zaznaczenia maksymalnie 2 odpowiedzi, kolumny odp. 21_1, odp. 21_2 kody do rankingu]

Lp.		Odp. 21.3_1	Odp. 21.3_2
1	Suwałki Blues Festival	1	1
2	Dni Suwałk	2	2
3	Noc Muzeów	3	3
4	Suwalskie Lato Muzyczne	4	4
5	dziecięcy festiwal Wigraszek	5	5
6	Suwalskie Teatr-Akcje	6	6
7	Piknik Kawaleryjski	7	7
8	Jaćwieski Festyn Archeologiczny w Szwajcarii	8	8
9	Kaziuki Suwalskie	9	9
10	inne, jakie?	10	10
11	inne, jakie?	11	11
12	nie znam żadnych imprez	99	99

KORZYSTANIE Z INSTYTUCJI KULTURALNYCH W SUWAŁKACH

23. Którą z wymienionych instytucji odwiedził/a Pan(i) w trakcie ostatnich 12 miesięcy?

[Ankieter: Odczytaj, zaznacz wymienione przez respondenta instytucje]

Lp.		P24
1	Biblioteka Publiczna im. M. Konopnickiej	1
2	Muzeum im. Marii Konopnickiej (Oddział Muzeum Okręgowego)	2
3	Muzeum Historii i Tradycji Żołnierzy Suwalszczyzny (muzeum wojska)	3
4	Muzeum Okręgowe	4
5	Suwalski Ośrodek Kultury (SOK)	5
6	Centrum Sztuki Współczesnej Galeria Andrzeja Strumiły	6
7	Ośrodek Sportu i Rekreacji w Suwałkach (OSiR)	7

WIZERUNEK SOK

24. Poniżej znajdują się stwierdzenia innych mieszkańców Suwałk na temat Suwalskiego Ośrodka Kultury. Proszę powiedzieć, na ile zgadza się Pan(i) lub nie zgadza z ich opinią. Do oceny proszę posłużyć się 5-stopniową skalą, gdzie 5 oznacza, że zdecydowanie się Pan(i) zgadza, 4 – raczej się Pan(i) zgadza, 3 – ani się Pan(i) zgadza, ani się Pan(i) nie zgadza, 2 – raczej się Pan(i) nie zgadza, 1 – zdecydowanie się Pan(i) nie zgadza.

Suwalski Ośrodek Kultury:

Lp.	Stwierdzenia	Zdecydowanie się zgadzam	Raczej się zgadzam	Ani się zgadzam, ani nie zgadzam	Raczej się nie zgadzam	Zdecydowanie się nie zgadzam	Trudno powiedzieć / nie wiem
1	to instytucja znana z wysokiej jakości wydarzeń	5	4	3	2	1	9
2	wspiera ważne i potrzebne akcje dla społeczności lokalnej	5	4	3	2	1	9
3	instytucja, dzięki której częściej korzystam z kultury	5	4	3	2	1	9
4	tu każdy znajdzie coś dla siebie	5	4	3	2	1	9
5	instytucja, która nie zmienia się zbyt często	5	4	3	2	1	9
6	to lider wśród instytucji kulturalnych w Suwałkach	5	4	3	2	1	9
7	instytucja, na którą jestem skazany(a) z braku alternatywy w mieście	5	4	3	2	1	9
8	instytucja, w której wypada być	5	4	3	2	1	9
9	uczęszcza do niej wiele osób, które znam	5	4	3	2	1	9
10	wydarzenia są tam bardzo drogie	5	4	3	2	1	9
11	budynek jest dobrze przystosowany do odbioru kultury	5	4	3	2	1	9
12	budynek jest łatwo dostępny dla mieszkańców	5	4	3	2	1	9

DEMOGRAFIA

M1. Jaka jest Pana/Pani sytuacja zawodowa

[Ankieter: możliwa jedna odpowiedź]

1. ma stałą pracę
 2. pracuje dorywczo w niepełnym wymiarze godzin, praca na umowę zlecenie /o dzieło
 3. jest emerytem, rencistą
 4. uczy się, studiuje
 5. nie pracuje – bezrobotny
 6. nie pracuje – zajmuje się domem
 7. nie pracuje – urlop wychowawczy
 8. nie pracuje z innych powodów
-

M2. Jakie jest Pana/Pani wykształcenie?

[Ankieter: możliwa jedna odpowiedź]

1. wyższe
 2. średnie i policealne
 3. zasadnicze zawodowe
 4. gimnazjalne
 5. podstawowe ukończone
 6. podstawowe nieukończone i bez wykształcenia szkolnego
-

M3. Jak określił(a)/ by Pan(i) sytuację swojego gospodarstwa domowego? Proszę wybrać najlepiej pasującą odpowiedź.

[Ankieter: możliwa jedna odpowiedź]

1. żyjemy bardzo biednie – nie starcza nawet na podstawowe potrzeby
 2. żyjemy skromnie – musimy na co dzień bardzo oszczędnie gospodarować
 3. żyjemy średnio – starcza nam na co dzień, ale musimy oszczędzać na poważniejsze zakupy
 4. żyjemy dobrze – starcza nam na wiele bez specjalnego oszczędzania
 5. żyjemy bardzo dobrze – można pozwolić sobie na pewien luksus
 6. odmowa odpowiedzi / nie wiem
-

M4. Z ilu osób łącznie, wliczając Pana/Panią, składa się Pana(i) gospodarstwo domowe?



M5. Skąd Pan(i) pochodzi?

[Ankieter: możliwa jedna odpowiedź]

1. z Suwałk
 2. z miasta, ale innego niż Suwałki
 3. ze wsi
 9. odmowa odpowiedzi
-

M7. Jaki jest Pan(i) kod pocztowy?

|_|_|_|-|_|_|_|_|

99. odmowa odpowiedzi
-

Dziękuję za udział w ankiecie, to były już wszystkie moje pytania!

Wykaz tabel

Tabela 1. Struktura populacji mieszkańców Suwałk (według danych z Banku Danych Lokalnych)	21
Tabela 2. Struktura populacji Suwałk na podstawie zagregowanych przedziałów wiekowych	22
Tabela 3. Struktura próby w badaniu na podstawie zagregowanych przedziałów wiekowych populacji Suwałk	22
Tabela 4. Struktura populacji Suwałk pod względem wykształcenia (według Narodowego Spisu Powszechnego z 2011 r.)	23
Tabela 5. Wskaźniki wydatków jednostek samorządu terytorialnego na kulturę w 2013 r.	32
Tabela 6. Wydatki na kulturę z budżetów miast w przeliczeniu na 1 mieszkańca bez środków inwestycyjnych w 2013 r.	32
Tabela 7. Wskaźniki dotyczące oferty kulturalnej w 2013 r.	34
Tabela 8. Wskaźniki dotyczące uczestnictwa w kulturze w 2013 r.	36
Tabela 9. Indeks instytucji kultury GUS w 2013 r.	37
Tabela 10. Liczba fanów na portalu Facebook 1 lipca 2015 r.	47
Tabela 11. Średnia liczba wydarzeń kulturalnych w Suwałkach w wybranych okresach	52
Tabela 12. Znajomość oferty kulturalnej w miejscu zamieszkania – w rozbiciu na zmienne niezależne	67
Tabela 13. Ocena oferty kulturalnej w miejscu zamieszkania – w rozbiciu na zmienne niezależne	69
Tabela 14. Jak w okresie ostatnich 3 lat zmieniała się oferta kulturalna miasta – w rozbiciu na zmienne niezależne	71
Tabela 15. Typy wydarzeń, w których badani chcieliby wziąć udział (według popularności w kategoriach wiekowych)	76
Tabela 16. Typy wydarzeń, których jest zbyt mało (według kategorii wiekowych)	80
Tabela 17. Źródła informacji o wydarzeniach kulturalnych w rozbiciu na zmienne niezależne	110
Tabela 18(a). Czynności wykonywane w trakcie ostatnich 12 miesięcy	128
Tabela 18(b). Czynności wykonywane w trakcie ostatnich 12 miesięcy	130
Tabela 19. Czynności najsilniej ze sobą powiązane, wykonywane w trakcie ostatnich 12 miesięcy (dane procentowe)	132
Tabela 20. Wnioski i sugerowane działania	140

Wykaz wykresów

Wykres 1. Dofinansowania działań kulturalnych organizacji pozarządowych przez Urząd Miejski w Suwałkach w latach 2010–2014	40
Wykres 2. Aktywność podmiotów tworzących ofertę kulturalną na portalu Facebook	48
Wykres 3. Kategorie wydarzeń kulturalnych w Suwałkach	53
Wykres 4. Kategorie wydarzeń kulturalnych w dni powszednie i weekendy	55
Wykres 5. Szerokość oferty kulturalnej a typ organizatora	58

Wykres 6. Znajomość i ocena oferty kulturalnej przez mieszkańców Suwałk	66
Wykres 7. Jak w okresie ostatnich 3 lat zmieniła się oferta kulturalna w Suwałkach?	70
Wykres 8. Opinie mieszkańców Suwałk na temat życia kulturalnego w mieście	74
Wykres 9. Wydarzenia kulturalne w Suwałkach, w których chcieliby uczestniczyć badani	75
Wykres 10. Wybrane wydarzenia kulturalne w Suwałkach, w których chcieliby uczestniczyć badani (według wykształcenia)	78
Wykres 11. Kategorie wydarzeń, których jest w Suwałkach zbyt mało	79
Wykres 12. Wybrane wydarzenia kulturalne, których w Suwałkach jest zbyt mało (według wykształcenia badanych)	81
Wykres 13. Wydarzenia kulturalne, których w ogóle nie ma w Suwałkach	82
Wykres 14. Najważniejsze cykliczne wydarzenia kulturalne w Suwałkach	93
Wykres 15. Korzystanie z poszczególnych instytucji kultury w Suwałkach w okresie ostatnich 12 miesięcy	96
Wykres 16. Wizerunek Suwalskiego Ośrodka Kultury w opinii mieszkańców Suwałk	101
Wykres 17. Poczucie braku infrastruktury kulturalnej w Suwałkach	102
Wykres 18. Źródła informacji o wydarzeniach kulturalnych w Suwałkach	109
Wykres 19. Czynności wykonywane w trakcie ostatnich 12 miesięcy oraz średnia liczba czynności w roku	126
Wykres 20. Odsetek twórców kultury w poszczególnych kategoriach wiekowych	137
Wykres 21. Poziom uczestnictwa w wybranych rodzajach wydarzeń ze względu na pochodzenie	142
Wykres 22. Poziom uczestnictwa w wybranych rodzajach wydarzeń ze względu na wykształcenie	144

Wykaz ilustracji

Ilustracja 1. Miejsca wydarzeń kulturalnych w Suwałkach	60
---	----

