

Twórca a polityka kulturalna samorządów w województwie śląskim

R a p o r t

Regionalny Ośrodek Kultury w Katowicach

K a t o w i c e
2 0 1 1

Wydawca

Regionalny Ośrodek Kultury

Projekt został zrealizowany w ramach

Regionalnego Obserwatorium Kultury w Katowicach.

www.regionalneobserwatoriumkultury.pl

Zespół projektu

Koordinacja projektu:

Maciej Zygmunt

Realizacja badań:

Łukasz Dziuba, Aleksander Lysko,

Łukasz Marchewka, Maciej Zygmunt

Konsultacja metodologiczna

dr Zbigniew Zagąła

Autorzy publikacji:

Łukasz Dziuba,

Aleksander Lysko,

Maciej Zygmunt,

W publikacji wykorzystano tekst autorstwa

Anny Ochman pt.: „Katalog dobrych praktyk wsparcia

sektora kreatywnego w wybranych krajach UE”

*Regionalny
Ośrodek
Kultury
w Katowicach
ul. PCK 19
tel.: 32 2517563
www.rok.katowice.pl*

Katowice 2011

Spis treści

I. Metodologia

1. Przedmiot badania, definicje.
2. Dobór próby.
3. Narzędzia i metoda badawcza.
4. Sposób realizacji badania.

II. Twórca - eksploracja

III. Samorząd – komentarz

IV. Wnioski

V. Katalog dobrych praktyk wsparcia sektora kreatywnego w wybranych krajach UE

I. Metodologia

Nadrzędny cel projektu to eksploracja przestrzeni koegzystencji twórców indywidualnych i jednostek samorządu terytorialnego województwa śląskiego w kontekście dystrybucji środków publicznych, w tym usług dla sektora kultury i kreatywnego.

1. Przedmiot badania, definicje.

Twórcy indywidualni.

Jako punkt wyjścia zastosowaliśmy definicję artysty przyjętą przez Parlament Europejski:

„Każdy kto postrzega swoją twórczość jako istotną część swojego życia, kto przyczynia się w ten sposób do rozwoju sztuki i kultury i kto jest uznawany za artystę lub stara się o takie uznanie, niezależnie czy działalność tę wykonuje we własnym zakresie, pozostając w stosunku pracy czy przynależąc do jakiegoś stowarzyszenia”¹.

Kryterium uzupełniliśmy o założenie, że badany zaprezentował swoją twórczość szerszej opinii publicznej.

Samorządy

¹ Rezolucja Parlamentu Europejskiego w sprawie społecznego statusu artystów, Dz.U. C 175 z 21.6.1999, str. 42 .

Samorządy rozumiane są przez nas jako jednostki samorządu terytorialnego każdego szczebla (gminy, powiatu, województwa).

Posługując się powyższym kryterium dostarczyliśmy kwestionariusz badania do wszystkich 185 JST w województwie śląskim. Informacje na temat danych kontaktowych JST pozyskaliśmy ze stron internetowych Biuletynu Informacji Publicznej².

Sektor kultury, sektor kreatywny.

Stworzona na potrzeby EUROSTAT-u definicja sektora kultury obejmuje wszystkie działania wiążące się z zachowaniem, twórczością, produkcją, rozpowszechnianiem, handlem oraz edukacją we wszystkich dobrach i usługach kulturalnych w następujących obszarach: dziedzictwo kulturowe (w tym także pomniki historii, muzea, stanowiska archeologiczne i inne), książki i prasa, sztuki wizualne (łącznie z dizajnem, fotografią, sztukami multidyscyplinarnymi), architektura, archiwa, biblioteki, sztuki performatywne (muzyka, taniec, teatr muzyczny, teatr dramatyczny i inne, na przykład: cyrk, pantomima), a także media audio i audiowizualne, multimedia (film, radio, telewizja, wideo, nagrania audio).

² Biuletyn Informacji Publicznej [online], Polska: spis gmin, powiatów i województw, [dostęp: 1 październik 2011r.] Dostępny na WWW: <<http://www.bip.gov.pl/subjects/index/4599>>

Z kolei podział na sektor kreatywny i sektor kultury nastąpił w wyniku przeprowadzenia pierwszego kompleksowego badania poświęconego ekonomicznemu wymiarowi sektora kultury w Europie. Na zlecenie Komisji Europejskiej zostało ono zrealizowane przez firmę konsultingową Kern EuropeanAffairs (KEA). Badanie to wprowadziło podział na sektor kultury (tradycyjne dziedziny sztuki i kultury, których wynik jest czysto artystyczny) oraz sektor kreatywny (działania, które używają kultury jako wartości dodanej w wytwarzaniu produktów pozakulturalnych)³.

2. Dobór próby

Trudnym zadaniem okazało się skompletowanie osób mogących wziąć udział w badaniu, spośród których dobieraliśmy próbę badawczą.

O pomoc przy kompletowaniu danych osób spełniających nasze kryteria zwróciliśmy się do instytucji kultury, organizacji, stowarzyszeń, administracji publicznej firm oraz samych twórców. Pytaliśmy wymienione podmioty o twórców, których mogliby polecić do badania oraz stosowaliśmy metodę „kuli śnieżnej” – samych twórców prosiliśmy o wskazanie osób, które mogłyby i chciały uczestniczyć w badaniu.

*pomoc przy
kompletowaniu
danych osób
spełniających nasze
kryteria zwróciliśmy
się do instytucji
kultury, organizacji,
stowarzyszeń, firm
oraz samych twórców*

³ Kern EuropeanAffairs, *The impact of culture on creativity*, [dostęp 1 październik 2011r.], Dostępny na WWW:
< <http://www.keanet.eu/docs/impactculturecreativityfull.pdf> >

*badanie
przeprowadzono
ostatecznie z
udziałem 114
twórców z
województwa
śląskiego, w tym 58
kobiet i 56 mężczyzn.*

Działania te pozwoliły utworzyć grupę ponad 400 osób, które podzieliliśmy ze względu na miejsce zamieszkania lub rezydencji, zachowując podział w konfiguracji subregionalnej województwa śląskiego⁴.

Dzięki tym danym byliśmy w stanie stworzyć profil działań twórczych w województwie śląskim.

Tak jak się tego spodziewaliśmy, zasadnicza ich baza znajduje się w centrum województwa – w naszym badaniu aż 64% twórców pochodzi właśnie z tego subregionu. Spora aktywność twórcza zauważalna jest na południu – 23% badanych pochodziło właśnie stamtąd. Subregion północny reprezentuje w badaniu 11% respondentów, a 2% to mieszkańcy zachodniej części województwa śląskiego. Według takich proporcji dokonaliśmy doboru próby respondentów.

Badanie przeprowadzono ostatecznie z udziałem 114 twórców z województwa śląskiego, w tym 58 kobiet i 56 mężczyzn.

⁴ *Strategia rozwoju kultury w województwie śląskim na lata 2006-2020*, Katowice : [Urząd Marszałkowski Województwa Śląskiego], 2006, str. 9

3. Narzędzia i metoda badawcza

Do przeprowadzenia badania przygotowaliśmy dwa narzędzia badawcze. Miały one posłużyć analizie relacji twórcy – JST oraz skonfrontować politykę kulturalną JST z oczekiwaniami twórców indywidualnych.

Skierowaliśmy dwa różne kwestionariusze ankiet do badanych środowisk. Jako metodę badawczą wybraliśmy kwestionariusz ankiety, ponieważ pozwala on zgromadzić duże ilości danych stosunkowo niewielkim nakładem pracy ze strony respondenta.

Konstrukcja jak i sama zawartość kwestionariusza konsultowane były ze specjalistą w zakresie metodologii badań społecznych. Same narzędzia zweryfikowane były pilotażem badania, mającym na celu wyeliminowanie niedoskonałości stosowanych narzędzi.

*wybraliśmy
kwestionariusz
ankiety, pozwala
zgromadzić duże
ilości danych
stosunkowo
niewielkim nakładem
pracy ze strony
respondenta.*

4. Sposób realizacji badania

Badanie przeprowadzane zostało kilkoma równoległymi kanałami.

Badanym JST udostępniliśmy drogą mailową link do kwestionariusza w wersji online wraz z załączonym plikiem w wersji elektronicznej, by przed wypełnieniem badania respondenci mogli się z nim zapoznać. Ten typ kontaktu wydał nam się najbardziej funkcjonalny i zgodny z oczekiwaniami.

Badani twórcy otrzymali drogą elektroniczną link kwestionariusza online wraz z załączonym plikiem kwestionariusza w wersji elektronicznej.

Aby w jak największym stopniu zagwarantować respondentom dostępność narzędzia badawczego, konsultowaliśmy metody kontaktu i formę uczestnictwa osób w badaniu rekomendując dogodne dla nich warunki, takie jak: korespondencje pocztą tradycyjną oraz kontakt osobisty połączony z wywiadem. Wsparcie dla respondentów prowadziliśmy na bieżąco, nie pozostając obojętnym na sygnały i prośby o pomoc przy wypełnianiu badania. Ostatecznie prawie 40% badanych udzieliło odpowiedzi drogą inną niż elektroniczna.

Same kwestionariusze posiadały szerokie możliwości komentowania pytań oraz dodawania autorskich niecenzurowanych odpowiedzi i komentarzy. Wielu badanych skorzystało z tych funkcji, co pozwoliło zdobyć szerszą perspektywę przy późniejszych analizach.

*badanie
przeprowadzane
zostało kilkoma
równoległymi
kanałami.*

Kierowane do twórców kwestionariusze zawierały rozbudowane pytania skupione wokół tematów takich jak:

- a) tożsamość twórcy,
- b) profil środowisk twórczych,
- c) aktywność w zakresie pozyskiwania środków na potrzeby własnej działalności,
- d) aktywność społeczna,
- e) opinie na temat aktualnie oferowanych przez JST instrumentów wsparcia twórców,
- f) potrzeby i oczekiwania oraz opinie na temat szeroko pojętej polityki kulturalnej realizowanej przez JST województwa śląskiego.

Pytania kierowane do JST oscylowały wokół zagadnień:

- a) aktualnie prowadzonej polityki kulturalnej,
- b) instrumentów wsparcia dla twórców indywidualnych,
- c) oferty szkoleniowej,
- d) identyfikacji potrzeb twórców.

*aby w jak
największym stopniu
zagwarantować
respondentom
dostępność narzędzia
badawczego
konsultowaliśmy
metody kontaktu i
formę uczestnictwa
osób w badaniu*

II. Twórca - eksploracja

Celem eksploracji badawczej było zbudowanie profilu twórcy AD 2011 – zidentyfikowanie jego kompetencji, potrzeb oraz postaw twórcy wobec JST.

W dużej mierze udało nam się zrealizować te założenia. W toku analizy badawczej zagadnienia dotyczące twórcy podzieliliśmy na trzy najistotniejsze naszym zdaniem właściwości:

Jego kondycję, kompetencje i oczekiwania, weryfikując postawione przez nas hipotezy.

Kondycja, kompetencje, oczekiwania.

Kondycja twórcy to wypadkowa następujących elementów:

- a) tożsamość i profil demograficzny twórcy,
- b) przywiązanie do różnych środowisk,
- c) aktywność społeczna,
- d) działania twórcze,
- e) wsparcie swoich działań twórczych,
- f) planowanie wsparcia dla swoich działań.

Analiza tych zagadnień pozwoliła poznać kondycję twórców, ich otoczenie, ale co równie ważne – ich oczekiwania.

Tożsamość i profil demograficzny.

Aby poznać bliżej twórców w regionie, zapytaliśmy ich jak siebie definiują – jako artystę, twórcę czy rzemieślnika i co takiego kryje się według nich pod tymi pojęciami.

Badani najczęściej utożsamiali się z pojęciem twórcy (prawie 90%), następnie z artystą (56%), a najrzadziej z rzemieślnikiem (26%). Kwestie definicyjne były dla respondentów dość problematyczne, jednak można znaleźć pewne cechy wspólne, które powtarzały w wypowiedziach badanych, na temat poszczególnych definicji. I tak według naszych respondentów:

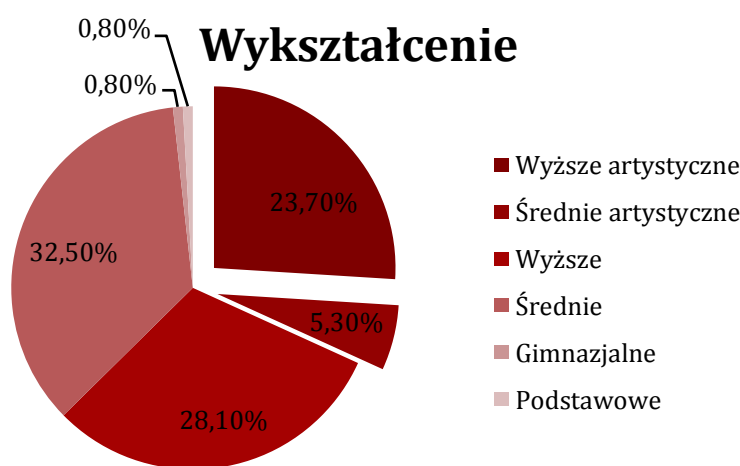
a) artysta – to osoba, która ma **talent** i jej działania są ściśle powiązane ze sztuką, posiadająca kompetencje do realizacji swoich kreatywnych pomysłów artystycznych.

b) twórca – to osoba, która niekoniecznie musi posiadać talent, i nie musi być związana ze sztuką, jednak jest bardzo kreatywna i potrafi wykorzystywać oraz realizować swoje pomysły, a jej praca powiązana jest z twórczością.

c) rzemieślnik – to osoba, która niekoniecznie musi posiadać talent, najważniejsze są dla niej umiejętności techniczne, mechaniczne.

*prawie 1/4 badanych
tytułowała się
wykształceniem
wyższym
artystycznym oraz
5% respondentów
pochwaliło się
średnim
artystycznym. Ponad
2/3 twórców
stwierdziła brak
powiązań z edukacją
artystyczną, z czego:
28% wskazało
wykształcenie
wyższe, 33% średnie,
1% gimnazjalne, 1%
podstawowe*

Z badania wykłarował nam się także pewien profil demograficzny twórców w województwie śląskim. Grupa badanych podzieliła się niemal po połowie biorąc pod uwagę płeć – 51% kobiet, 49% mężczyzn, a średnia ich wieku to 46 lat. Niepokoić może wysoka średnia wieku, jednak najmłodszy respondenci w dużej mierze nie zdążyli jeszcze spełnić jednego z kryterium – nie zaprezentowali swojej twórczości szerszej publiczności. Oprócz tego w trakcie pilotażu badania, podczas rozmów najmłodszą generacją potencjalnych respondentów często pojawiał się problem. Otóż już na poziomie językowym posługiwanie się terminem „wsparcie dla twórców” okazywało się czynnikiem zniechęcającym. Młodzi twórcy charakteryzując relacje pomiędzy nimi a samorządami – dużo chętniej mówią o „współpracy”, niżeli o „wsparciu”, które kojarzy im się zdecydowanie negatywnie.



Wykres 1. Struktura wykształcenia twórców.
Źródło: opracowanie własne

Ostatnim elementem naszego profilu demograficznego jest wykształcenie – mniej niż 1/3 badanych zadeklarowała wykształcenie związane z edukacją artystyczną - prawie 1/4 badanych tytułowała się wykształceniem wyższym artystycznym oraz 5% respondentów pochwaliło się

średnim artystycznym. Ponad 2/3 twórców stwierdziła brak powiązań z edukacją artystyczną, z czego: 28% wskazało wykształcenie wyższe, 33% średnie, 1% gimnazjalne, 1% podstawowe i 9% inne, w tym cytując: *brak wykształcenia, wykształcenie zawodowe, humanistyczne, pedagogiczno-artystyczne i doktoranckie*. Wykształcenie artystyczne nie jest więc elementem niezbędnym do realizowania działań twórczych.(POWYŻSZY AKAPIT W FORMIE TABELI)

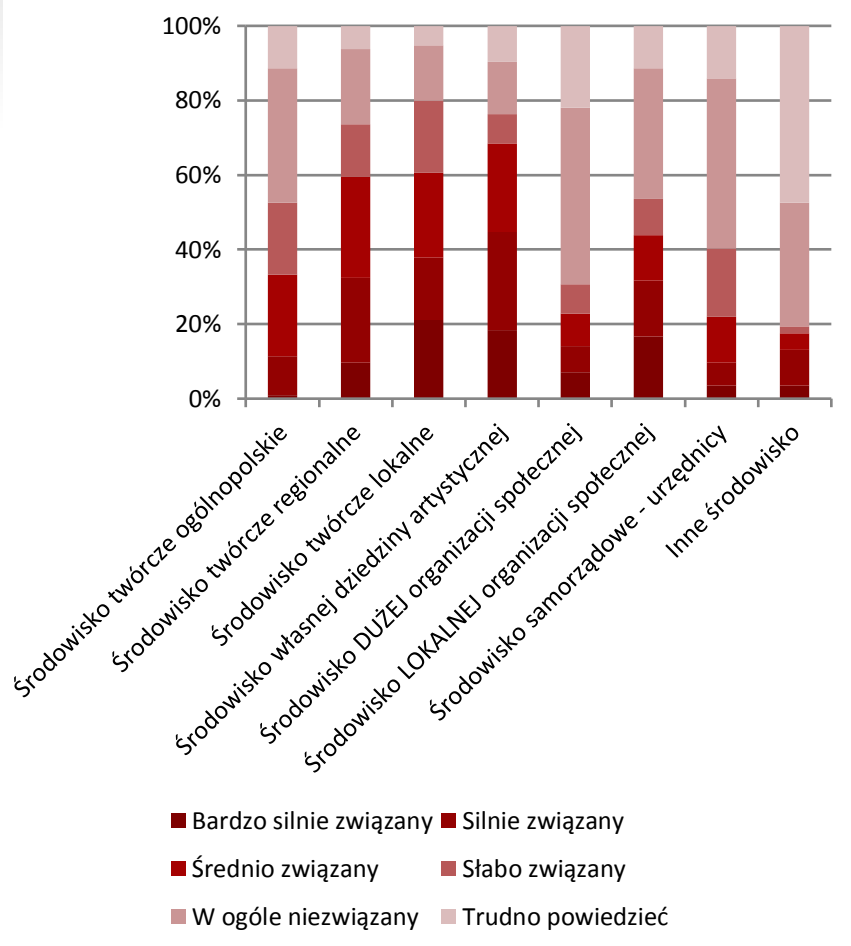
Przywiązanie twórców do środowisk.

Wyniki badań rysują obraz twórcy przywiązanego do konkretnych środowisk – przede wszystkim do środowiska reprezentantów własnej gałęzi artystycznej.

Deklarowane przywiązanie wiąże się z poziomem zaufania, ale także ze świadomości skuteczniejszego działania w grupie.

ze stwierdzeniem
„Przynależność do
środowisk
twórczych
zaszkodziłaby mojej
niepowtarzalności
nie zgadza się ponad
85% badanych

ze stwierdzeniem:
*„Przynależność do
 środowiska
 twórczego
 zaszkodziłaby mojej
 niepowtarzalności”
 nie zgadza się ponad
 85% badanych*



Wykres 1. źródło: opracowanie własne

Wyniki badań pozwoliły zweryfikować hipotezy, zatem:

- 2/3 twórców zadeklarowało najsilniejsze przywiązanie do środowiska twórców własnej gałęzi sztuki,
- prawie 2/3 respondentów stwierdziło, że czują znaczącą więź ze środowiskiem twórczym na szczeblu lokalnym lub regionalnym.
- ponad połowa badanych, co okazało się dla nas nieco zaskakujące, zadeklarowała słabe przywiązanie lub

jego brak w stosunku do środowiska twórczego ogólnopolskiego.

Twórcy najbardziej cenią sobie przywiązanie do środowisk i organizacji działających na poziomie lokalnym i regionalnym.

Ze stwierdzeniem: „Przynależność do środowiska twórczego zaszkodziłaby mojej niepowtarzalności” nie zgadza się ponad 85% badanych, jednak w kolejnych słowach wyraźnie podkreślając swą niezależność, w większości zgadzając się ze stwierdzeniem: „Jestem twórcą indywidualnym i wartość mojej twórczości jest niezależna od jakiegokolwiek środowiska twórczego”. Bliskość zorganizowanych środowisk jest dla badanych korzystna i twórcy są w stanie to dostrzec, nie wykorzystując jednak w pełni ich potencjału. Potwierdzać może to nadal niewielki, choć wyższy od przewidywanego, od setek twórców stowarzyszających się.

Twórca społecznie zaangażowany

Aktywność społeczna twórcy jest sprzymierzeńcem jego twórczości. Pozostając biernym w tym zakresie pozbawia się możliwości szerszej promocji i możliwości realizacji swoich projektów.

Zadaliśmy respondentom szereg pytań dotyczących aktywności społecznej i ich chęci współpracy z organizacjami społecznymi. Aktywność społeczna to jednak nie tylko prezentacja wytworów własnych talentów, ale także wszelkie działania na gruncie współpracy z podmiotami wspierającymi kulturę. Instytucjami takimi mogą być m.in.: samorządy, stowarzyszenia, fundacje, firmy, osoby prywatne, związki

*„jestem twórcą
indywidualnym
i wartość mojej
twórczości jest
niezależna od
jakiegokolwiek
środowiska
twórczego”*

*aktywność
społeczna twórcy jest
sprzymierzeńcem
jego twórczości*

*ponad 60% badanych
to twórcy
stowarzyszeni.*

wyznaniowe czy Unia Europejska. Uznaliśmy, że pełnić mogą one ważną rolę w promocji, doradztwie oraz lobbingu na rzecz wsparcia działalności twórczej przez JST. Należy przypomnieć, że to właśnie organizacje pozarządowe skutecznie wspomagają projekty twórców, zabezpieczając wkład własny grantobiorcy, wsparcie techniczne, logistykę niezbędną do realizacji projektów. Wydają się więc naturalnym zapleczem każdego twórcy i pierwszym miejscem, w którym może szukać wsparcia.

Mimo wszystko spodziewaliśmy się w województwie śląskim dość niskiego współczynnika stowarzyszania i współpracy pomiędzy twórcami, a wymienionymi podmiotami. Wyniki badania jednak nieco nas zaskoczyły – wskazują one na wyższą niż oczekiwaliśmy świadomość społeczną twórców. Ponad 60% badanych to twórcy stowarzyszeni.

W kolejnym etapie chcieliśmy zidentyfikować jakie korzyści płyną z przynależności do stowarzyszeń i porównać je do potrzeb twórców wobec tych organizacji. Zapytaliśmy badanych: co stowarzyszenia oferują ich aktualnym członkom oraz czego wszyscy twórcy oczekują nich. Spośród wymienionych korzyści zrzeszeni twórcy stwierdzili, że najczęściej oferowane im są: „*Umożliwienie szerszego prezentowania swojej twórczości*” oraz „*Umożliwienie poznania osób związanych ze środowiskiem twórczym, zdobycie kontaktów*”. Są to również dwa najczęściej wskazywane benefity, jakich wszyscy badani twórcy oczekują od stowarzyszeń. Oznacza to, że oczekiwania twórców są w dużej mierze tożsame z aktualną ofertą organizacji tego typu.

Potrzebą, której organizacje te nie są w stanie zaspokoić w stopniu wystarczającym jest: „Ułatwienie zdobywania funduszy na własne działania twórcze”. Jedynie 32% badanych twórców stwierdziła, że ich stowarzyszenia oferują taką możliwość. Rozwiązanie takie jest natomiast pożądane w znacznie większym stopniu – aż 65% badanych pragnie, by stowarzyszenie pomagało finansowo wspierać ich działania.

Aktywność twórcza.

Duża część badania poświęcona była działalności twórczej respondentów.

Już w trakcie kompletowania bazy respondentów zarysowała się mapa aktywności twórców w województwie śląskim z dużym natężeniem w jego centrum. Należy zaznaczyć, że działania twórcze, ich oddziaływanie nie ograniczają się zasięgiem do ich miejsca zamieszkania. Można też zauważyć prawidłowość – aktywność twórcza na północy i południu to działania przeważnie lokalne – skupione bardziej na prezentowaniu się w najbliższym regionie. Twórców z centrum województwa cechuje natomiast większy kosmopolityzm, czego efektem jest szerszy zasięg oddziaływania twórczości obejmujący nie tylko województwo, ale cały kraj, a nawet Europę.

Ponadto twórcy często sami inicjują przedsięwzięcia poszukując odbiorców dla swej sztuki pragnąc się jak najszerzej zaprezentować i upowszechnić dorobek twórczy. Bardzo niewielka część badanych – jedynie 7% – może utrzymać się z własnej twórczości.

*bardzo niewielka
część badanych, tj. 8
osób na 114
przepytanych
zadeklarowała, że jest
w stanie utrzymać się
z własnej twórczości.
Zwracając
jednocześnie zwraca
uwagę na
niewystarczające
wsparcie dla swych
inicjatyw ze strony jst.*

Pozyskiwanie i dywersyfikacja form wsparcia dla działalności twórczej.

W trakcie badania spotkaliśmy się tylko z kilkoma przypadkami twórców, którzy zadeklarowali, że nigdy nie starali się o wsparcie dla swych projektów ze strony JST.

Były to osoby z mniejszych miejscowości, definiujące siebie jako rzemieślników, niemniej zdobywających uznanie pozostałych twórców z regionu oraz odbiorców. Na pytanie dlaczego nie starali się o wsparcie, odpowiadali: „o nic się prosić nie będę”. Były to jednostkowe przypadki.

Ogromna część badanych twórców przynajmniej raz starała się o wsparcie dla swoich projektów ze strony JST. W znakomitej większości twórcy klasyfikują wsparcie ze strony JST jako niewystarczające, a przede wszystkim trudne do uzyskania. Respondenci zwracali uwagę na częste problemy związane ze skutecznym pozyskaniem wsparcia od samorządów. Nieudane próby rodzą w nich frustracje i dalsze zniechęcenie. Podsumowując – twórcy w większości dostrzegają instrumenty wsparcia proponowane przez JST, oczekując równocześnie szerszego i łatwiejszego, jeśli chodzi o zakres i częstotliwość, do nich dostępu.

Poniżej wypowiedzi respondentów nt. form wsparcia dla twórców oferowanych przez JST:

a) *„nie wiem, nie byłam ostatnie lata tym zainteresowana jednak gdyby ktoś był zainteresowany moimi projektami chętnie skorzystałabym z pomocy. Parę lat temu było bardzo trudno zdobyć wsparcie i to*

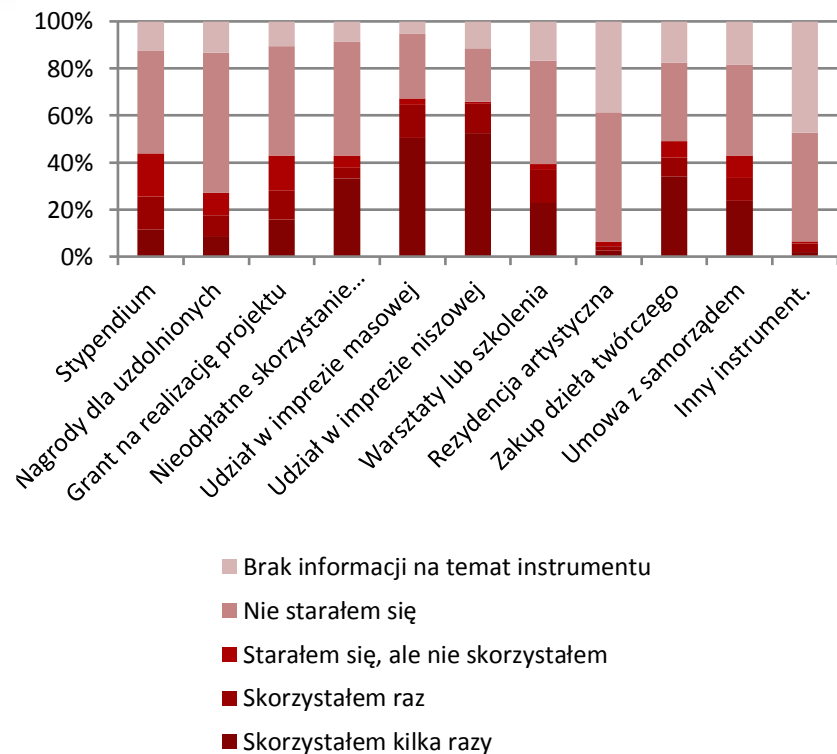
„parę lat temu było bardzo trudno zdobyć wsparcie i to mnie zniechęciło”

mnie zniechęciło”,

b) „jak uzyskuje się te środki? to są marzenia... ściętej głowy”,

c) „jeśli chodzi o środki samorządowe, a także innych organizacji, często jest tak, że przy większych projektach jest to kwota niewystarczająca, procedury zabijają całe zaangażowanie, a także stawiają pod znakiem zapytania projekt. Zamiast zajmować się projektem i jego realizacją to trzeba się przerzucać papierami, wnioskami itp. Zamiast skierować swoje zaangażowanie w projekt lub pozyskiwanie środków z zew. Organizacje i artyści z tego względu często rezygnują z takich środków. Procedury powinny być bardziej klarowne, uproszczone do najważniejszych elementów składowych, skrócony czas”.

Niemniej wsparcie JST jest wciąż pożądane i wykorzystywane przez sporą część środowiska twórców.



Poniżej prezentujemy instrumenty wsparcia oferowane przez JST, z których najczęściej skorzystali twórcy:

- możliwość prezentacji swoich działań twórczych publiczności na kulturalnej imprezie niszowej,
- możliwość prezentacji swoich działań twórczych publiczności na kulturalnej imprezie masowej,
- zakup dzieła twórczego.

Prawie 2/3 badanych korzysta ze wsparcia samorządowego do prezentacji swoich działań twórczych podczas imprez organizowanych przez JST. Mimo wyrażanej dezaprobaty twórców względem tego typu imprez, nie zamierzają oni z nich rezygnować. Uczestnictwo w imprezach to jedno z nielicznych

instrumentów wsparcia, o które przynajmniej część respondentów ma zamiar starać się w przyszłości. Twórcy rzadko sięgają po wsparcie do podmiotów innych niż JST, jednocześnie optymistyczne są pochlebne opinie samych beneficjentów o tejże współpracy:

*potrzebna może być
zatem rewizja
polityki informacyjnej
JST w zakresie treści
informacji oraz
promocji
instrumentów
wsparcia*

„Łatwiej dogadać się z komercyjnym sponsorem, który rzeczywiście sprawdza osiągnięcia na rynku kultury i sztuki i sens projektu. w administracji wszystko wciąż oparte jest o domniemana wiedzę urzędnika i znajomości”.

Kolejna kwestia to ustalenie opinii funkcjonujących w środowisku twórców na temat form i jakości wsparcia sektora kultury, sektora kreatywnego przez JST. Oto one:

a) wsparcie finansowe jest głęboko niewystarczające i trudno dostępne, co podkreśla 9/10 twórców,

b) tylko niewielka część badanych zwraca uwagę na wsparcie oferowane przez podmioty inne niż JST. Przywołują

„Łatwiej dogadać się z komercyjnym sponsorem, który rzeczywiście sprawdza osiągnięcia na rynku kultury i sztuki i sens projektu. w administracji wszystko wciąż oparte jest o domniemana wiedzę urzędnika i znajomości”.

je w kontekście swojej przyszłej działalności twórczej,

c) duża część badanych ma problemy z wydaniem opinii na temat instrumentów wsparcia oferowanych przez fundacje, stowarzyszenia czy prywatnych sponsorów.

Podczas badania poprosiliśmy twórców o opinie na temat podstawowych instrumentów wsparcia: stypendia, grant na realizację projektu, rezydencja artystyczna. Warto odnotować że ostatni z zaproponowanych instrumentów był pomijany i tylko nieliczni badani udzielili jakiegokolwiek informacji na jego temat. W kwestii pozostałych form wsparcia 1/3 badanych miała problem z ich charakterystyką i opisem właściwych dla nich procedur i regulaminów oraz poziomu trudności samych aplikacji. Interesujący jest fakt, że zdecydowana część badanych zaznaczyła niewystarczający dostęp do informacji i brak promocji ze strony JST w kontekście przytoczonych instrumentów wsparcia.

Potrzebna może być zatem rewizja polityki informacyjnej JST w zakresie informacji oraz promocji instrumentów wsparcia.

Kolejny aspekt to pobudzenie samych twórców do aktywnych działań na rzecz pozyskiwania informacji. Nawet osoby pozytywnie wypowiadające się o wspomnianych instrumentach i procedurach oraz wnioskach, zwracały uwagę na słabą dostępność informacji:

„Wnioski są łatwe, mogłaby być lepiej rozwinięta informacja o wszystkich możliwościach zdobywania dotacji”.

Często pojawiały się negatywne komentarze na temat procedur uzyskiwania wsparcia. Dużym problemem dla badanych okazywały się kryteria oceny wniosków i brak werdyktów uzasadniających wybór komisji. Oto niektóre wypowiedzi respondentów ukazujące problemy z tym związane:

- a) *„ogólnie preferuję samofinansowanie. Często staranie się o jakiegokolwiek dotację jest masakrą. Nie mówiąc o późniejszym prowadzeniu projektu. Niestety także z moich obserwacji panuje w tym względzie duże koleśiostwo. Znajomi znajomych wypisują referencje nawet nie patrząc na projekty osób, które nie zawsze są bardzo związane ze środowiskiem a tworzą coś ciekawszego”,*
- b) *„o samej informacji trzeba bardzo mocno zabiegać. burkliwe panie w okienkach w urzędach, które informują bo muszą. strony internetowe robione w koszmarny sposób. słowem wiedza, ci którzy mają wiedzieć”.*
- c) *„uważam, że informacje dotyczące grantów na działalność twórczą zdecydowanie są trudno dostępne!!! Pojawiają się na stronie internetowej na bardzo krótko i za kilka dosłownie dni znikają. A granty wiadomo kto dostanie jak co roku. Informacje te powinny być dostępne dla każdego!!!*
- d) *„KRYTERIA przyznawania środków są niejasne!”*
- e) *„w tym przypadku trudno uogólniać, ale procedury i informacja są zdecydowanie złe”.*

Tego typu komentarzy, szczególnie dotyczących kwestii procedur otrzymywania wsparcia, było bardzo wiele na przestrzeni całego badania. Wydaje się, że problem

nakreślany przez twórców istnieje już od dawna i na coraz większą skalę, zatem może być konieczne przemyślenie kwestii związanych proceduralnych z udzielaniem wsparcia przez JST.

Planowanie

Oprócz stanu faktycznego interesowały nas także plany twórców związane ze zdobywaniem wsparcia na działania twórcze od różnych podmiotów.

W tym celu zapytaliśmy czy w ciągu najbliższych 12 miesięcy zamierzają skorzystać z instrumentów wsparcia z podmiotów innych niż JST. Wyniki okazały się niepokojące, ponieważ wielu badanych nie odpowiedziało na to pytanie. Średnio ponad 60% badanych nie było w stanie określić czy skorzysta ze wsparcia z podmiotów innych niż JST. Wskazuje to naszym zdaniem na zbyt niski poziom dywersyfikacji źródeł wsparcia dla projektów twórczych. Twórcy w swych planach liczą głównie na współpracę z JST, rzadziej biorą pod uwagę stowarzyszenia, fundacje i firmy.

Osoby, które wybrały wsparcie od JST, zadeklarowały, że będą ubiegać się o wsparcie w postaci występów na imprezach kulturalnych organizowanych przez JST – taki zamiar wyraziło około 40% respondentów. Próg 30% pozytywnych odpowiedzi przekroczyły jeszcze tylko starania o grant na realizację projektu – również od samorządów.

Kompetencje.

Poprzez kompetencje twórców rozumiemy umiejętności umożliwiające zdobywanie środków na

realizację działań twórczych, umiejętność posługiwania się modelem pracy metodą projektu, oraz partycypacji w kreowaniu polityki kulturalnej JST.

Posługiwanie się modelem pracy projektem wydały nam się najważniejsze spośród wszystkich – to one są decydującym kryterium uzyskania wsparcia.

Naszym celem było ustalenie, jak twórcy oceniają ofertę szkoleniową JST w zakresie: pracy metodą projektu, metod pozyskiwania środków na działalność twórczą, możliwości związanych z działalnością gospodarczą związaną z sektorem kultury, jej dostępność i skuteczność, i w jakim stopniu wykorzystywana jest przez twórców w regionie.

Część środowisko twórców absolutnie odcina się od modelu pracy metodą projektu. Osoby te zaznaczają, że takie działania zabijają ich myślenie twórcze i nie pozwalają realizować się tak, jakby sobie tego życzyli.

Wypowiedź jednej z respondentek na temat wsparcia na swoje działania twórcze:

„Nie znoszę słowa „projekt”. Ja NIE robię PROJEKTÓW, tylko po prostu TWORZĘ. To jest ciągły PROCES, a nie jakieś wymyślane „akcje”, czy „PROJEKTY” :(((Nie jestem showmanem (czy raczej - showwomenką). Takie określenia nadają się do działalności scenicznej, a nie plastycznej (choć oczywiście są wyjątki...) (...)”

Na pytanie o dostępność oferty szkoleniowej w zakresie pozyskiwania środków na realizację działań twórczych prawie 2/3 badanych odpowiedziało, że nie dostrzega takich możliwości. Zaledwie 1/4 respondentów uczestniczyło w takiej inicjatywie, natomiast 15% badanych, mimo że słyszało o takich szkoleniach, nie

[Wpisz tytuł
paska
bocznego]

[Wpisz zawartość
paska bocznego.

Pasek boczny jest

niezależnym

dodatkiem do

dokumentu

głównego. Jest często

wyrównany do lewej

lub prawej części

strony albo

umieszczony na górze

lub na dole strony.

Użyj karty Narzędzia

do rysowania, aby

zmienić formatowanie

tekstu na pasku

bocznym.]

zdecydowało się na uczestnictwo w nich. Jako przyczyny podawali najczęściej: brak potrzeby, brak czasu, brak pieniędzy czy brak precyzyjnych informacji na temat oferty szkoleniowej. Badani w komentarzach bardzo często zwracali uwagę na brak takiej oferty szkoleniowej ze strony JST, formy szkoleniowe, w których uczestniczyli, były organizowane przez stowarzyszenia oraz prywatne firmy, a koszty związane z udziałem ograniczały do nich dostęp.

Kolejnym etapem naszej analizy było ustalenie, czy twórcy przejawiają chęć rozwijania swoich umiejętności w zakresie pozyskiwania funduszy dla realizacji własnych projektów artystycznych. W związku z tym zadaliśmy szereg pytań dotyczących takich szkoleń prosząc o odpowiedź bez względu na fakt, czy ich wiedza na temat tej oferty wynika z uczestnictwa w niej, z krążących w środowisku opinii czy też z własnej intuicji.

Twórcy zdają się dostrzegać potencjał w działaniach szkoleniowych i bardzo chętnie uczestniczyliby w nich, gdyby tylko były oferowane w wystarczającej ilości. Prawie 2/3 badanych zadeklarowało chęć uczestnictwa w przyszłości w takich szkoleniach, gdyby tylko były oferowane. Osoby, które nie wyraziły chęci uczestnictwa w takich działaniach argumentują to głównie: brakiem informacji, nieskutecznością w realizowaniu tego typu przedsięwzięć do tej pory (odwoływanie szkoleń), brakiem czasu, czy też ostatecznie zbyt zaawansowanym wiekiem.

Wpływ na kreowanie polityki kulturalnej

Pytania o kompetencje polityczne miały na celu ustalenie, czy twórcy mają wpływ na kreowanie polityki kulturalnej w województwie śląskim, a także

czy ich wizja jest jednolita, czy też rozproszona pomiędzy interesy poszczególnych środowisk twórczych. Pierwszym krok to sprawdzenie, czy twórcy mają pomysł na politykę kulturalną. Poprosiliśmy o wybranie i uszeregowanie od najważniejszego do najmniej ważnego trzech, spośród wymienionych dziesięciu, priorytetów polityki kulturalnej. Zakładaliśmy, że środowiska twórcze są bardzo różnorodne i ich interesy będą na tyle konfliktowe, że trudno będzie o ustalenie jednolitych priorytetów. Wyniki badań nieco nas zaskoczyły, ponieważ udało się wyłonić trzy najważniejsze priorytety dla twórców, z czwartym na boku – wspomnianym porównywalnie często do trzeciego.

I tak głównymi celami polityki kulturalnej budowanej przez twórców byłoby:

- a) finansowe wsparcie twórców indywidualnych finansowe,
- b) promocja i rozwój miasta poprzez kulturę, wypracowywanie marki,
- c) podnoszenie kompetencji kulturowych mieszkańców.

Na czwartym miejscu, a jednocześnie ostatnim priorytetem, który przekracza próg 30% wskazań, jest niefinansowe wsparcie twórców indywidualnych.

W tym momencie należy wspomnieć o ważnym wniosku, który wyłania się z analizy odpowiedzi respondentów. Zauważyliśmy rozbieżność w postrzeganiu polityki kulturalnej, a co za tym idzie jej priorytetów. Wypowiedzi respondentów sugerują, że silny nacisk na

prawie 2/3 badanych zadeklarowało chęć uczestnictwa w przyszłości w takich szkoleniach, gdyby tylko były oferowane

*Wypowiedzi
respondentów
sugerują, że silny
nacisk na wsparcie
twórców
indywidualnych to
sposób na
generowanie jak
najbardziej
urozmaiconej
i wartościowej
kultury*

wsparcie twórców indywidualnych to sposób na generowanie jak najbardziej urozmaiconej i wartościowej kultury. W opozycji stawiają obecny model realizowania polityki kulturalnej, który polega na organizowaniu jak najbardziej spektakularnych imprez masowych o wątpliwej jakości kulturalnej. Poza tym twórcy często formułowali zarzuty, że imprezy te służą wyłącznie promocji wysokich rangą polityków, a nie kreowaniu kultury, utożsamiając imprezy masowe z antykulturą. Cytując kilka komentarzy można najłatwiej przedstawić sposób oceny działań JST:

a) „nie istnieje pojęcie rozwoju kultur, lecz odbywanie koncertów masowych z okazji...”,

b) „pieniądze wydaje się na wielkie imprezy, głośne i prestiżowe (festiwale jazzowe, koncerty "gwiazd", itd.). Lokalna twórczość jest w niewielkim stopniu popierana, nie mówię o instytucjach kulturalnych finansowanych przez gminę”,

c) „za małą dbałość o twórców lokalnych, a za duże zainteresowanie kulturą obcą”,

d) „nie ma odpowiedniego monitoringu wydawania tych funduszy, właściwie nie wiadomo na co są przeznaczone”

e) „pieniądze z (...) wydawane są wyłącznie na promocję prezydenta miasta. Przypadkiem korzystają z tego twórcy, ale większość pieniędzy idzie na kupowanie gotowych spektakli gwiazd z zewnątrz. Poza tym - statutowa działalność instytucji kultury podporządkowana jest celom bieżącej polityki władz samorządowych”.

Należy przyznać, że pojawiały się także pozytywne opinie – głównie jednak z mniejszych gmin, gdzie polityka kulturalna nie jest tak rozbudowana, a imprezy kulturalne obracają się wokół imprez kultury regionalnej.

Twórcy wierzą, że oferowane im wsparcie przekłada się na wzrost poziomu prezentowanej kultury. Kładą również wyraźny nacisk na konieczność podnoszenia kompetencji kulturowych mieszkańców.

Wpływ twórców na politykę kulturalną.

Kolejnym pytaniem jest czy twórcy partycypują w kreowaniu polityki kulturalnej w swoim regionie.

Okazuje się, że jedynie niewielka część deklaruje, że ma realny wpływ na politykę kulturalną i sposób jej wdrażania przez JST różnych szczebli. Partycypacja w tym zakresie odbywa się na niskim poziomie. Najczęściej jednak na szczeblu gminnym, gdzie co dziesiąty twórca deklaruje, że ma wpływ na politykę kulturalną. Co ciekawe ponad połowa badanych twierdzi, że chciałaby mieć taką możliwość.

Respondenci wybierali najczęściej metody bezpośredniego uczestnictwa w budowaniu polityki kulturalnej: rozmowy z urzędnikami i decydentami, zbiorowych, udział w zebraniach/konsultacjach z JST. Ostatnia forma pozwala na zasadach partnerskich wypracować kompromis i uczestniczyć w procesie kształtowania polityki wszystkim zainteresowanym stronom.

Pojawiały się także inne sposoby np.: recenzje aktualnej polityki kulturalnej JST w publikacjach, periodykach na łamach prasy lokalnej, książkach i miesięcznikach oraz

*wybrali najczęściej
metody
bezpośredniego
uczestnictwa w
budowaniu polityki
kulturalnej*

*nieco ponad 2/3
badanych stwierdziło,
że przydatne byłyby
konsultacje twórcami
i mieszkańcami w
budowaniu polityki
kulturalnej.*

poprzez ankiety na imprezach masowych. Niektórzy badani wskazują na potrzebę całkowitej zmiany podejścia do budowania polityki kulturalnej na poziomie samorządowym, czerpiąc inspirację z doświadczeń krajów UE. Twórcy wspominają o dużym znaczeniu identyfikacji zasobów i potrzeb mieszkańców dla kreowania polityki kulturalnej proponując technikę Otwartej Metody Konsultacji jako dobrą praktykę.

Partycypacja w kreowaniu polityki kulturalnej nie jest twórcom obojętna, chcą dialogu z JST, którego brakuje. Świadczą o tym komentarze twórców wyrażające się w twierdzeniu:

„samorząd generalnie nie jest zainteresowany współpracą, promowaniem czy czerpaniem korzyści z potencjału mieszkających w regionie twórców.

Aby zweryfikować deklaracje twórców zapytaliśmy z jakimi środowiskami mogłaby być konsultowana polityka kulturalna. Twórcy byli niemal zgodni, że partnerami w konsultacjach powinny być kompetentne osoby ze środowiska twórców, najczęściej wskazując liderów stowarzyszeń twórczych. Nieco ponad 2/3 badanych stwierdziło, że przydatne byłyby konsultacje z twórcami i mieszkańcami.

Oczekiwanie

Aby nakreślić oczekiwania twórców, posłużyliśmy się pytaniami otwartymi o konkretne rodzaje wsparcia i rozwiązania których oczekują.

Wybraliśmy najczęściej powtarzające się i skategoryzowaliśmy je tworząc 5 rodzajów najbardziej

oczekiwanego wsparcia składających się z różnych instrumentów:

a) wsparcie finansowe – najczęściej pojawiające się w wypowiedziach twórców. W jego ramach można wyróżnić wiele instrumentów wsparcia, w tym: granty dla stowarzyszeń, stypendia artystyczne, stypendia dla młodych twórców, nagrody dla szczególnie uzdolnionych, a także zawieranie umów na realizację dzieła,

b) wsparcie niefinansowe – wśród tego typu wsparcia badani wymieniali materiały dla malarzy, rzeźbiarzy, stroje dla zespołów regionalnych, wyposażenie, ufundowanie wyjazdów zagranicznych i krajowych związanych z rozwojem umiejętności twórczych,

c) wsparcie infrastrukturalne – w tym nieodpłatne udostępnienie pomieszczenia, miejsca na wystawy, festiwale, przestrzeń uliczna przeznaczona na działania twórcze, wsparcie organizacyjne,

d) wsparcie promocyjne – wsparcie w lokalnych mediach, na lokalnych stronach internetowych, w publikacjach promocyjnych gminy, pomoc w kontaktach ze sponsorem prywatnym,

e) wsparcie w zakresie rozwijania kompetencji – nieodpłatne szkolenia rozwijające umiejętności pracy metodą projektu, metod pozyskiwania środków na działalność twórczą, możliwości związanych z działalnością gospodarczą związaną z sektorem kultury, warsztaty twórcze, szkolenia poszerzające umiejętności doradztwo i pomoc dla stowarzyszeń twórczych w zakresie: prawo, finanse, administracja.

*uproszczone
procedury przy
aplikowaniu o środki*

*rozpowszechnienie
informacji na temat
istnienia
instrumentów
wsparcia*

*stworzenie jasnych
kryteriów oceniania
oraz możliwość
wglądu w
uzasadnienie decyzji
komisji przyznającej
środki*

O tym, z jakiego wsparcia korzystają nasi respondenci i jak oceniają aktualnie oferowane instrumenty, pisaliśmy już wcześniej w rozdziale Kondycja. Oczekiwania jakie mają w związku z nimi, to:

- a) uproszczone procedury przy aplikowaniu o środki,
- b) rozpowszechnienie informacji na temat istnienia instrumentów wsparcia,
- c) stworzenie jasnych kryteriów oceniania z możliwością wglądu w uzasadnienie decyzji komisji przyznającej środki.

Twórcy pragną, by ich potrzeby w zakresie instrumentów wspierających były zaspokajane głównie przez JST. Większa aktywność trzeciego sektora w zakresie wsparcia dla twórców może zmienić tę tendencję.

Spróbowaliśmy skategoryzować kilka głównych postulatów, które w ich opinii twórców znacząco poprawiłyby jakość polityki kulturalnej w regionie.

Podstawowy i najczęściej pojawiający się postulat twórców – „na kulturę powinno być przeznaczane więcej pieniędzy”. Kolejny, by polityka kulturalna była budowana w dialogu – pomiędzy liderami środowisk twórczych w regionie a JST,. Twórcy, postulują zerwanie z masowymi imprezami jako uniwersalnym modelem generowania kultury oraz głównym i najlepszym kanałem promocji JST. Sugerują też bardziej intensywne działania na rzecz podnoszenia kompetencji mieszkańców poprzez edukację kulturalną.

*naszym priorytetem
było poznanie
perspektywy
dysponenta
instrumentów
wsparcia twórców
indywidualnych*

III. Samorząd - komentarz

W trakcie badania wysłaliśmy kwestionariusz ankiety do 185 JST w województwie śląskim. Pytania z zakresu polityki kulturalnej realizowanej przez jednostki JST skierowane do samorządów były podobne do tych, które zadaliśmy twórcom. Naszym priorytetem było poznanie perspektywy dysponenta instrumentów wsparcia twórców indywidualnych.

W badaniu wzięło udział 25 JST co okazało się dla nas wynikiem zaskakująco niskim. W związku z niewystarczającą ilością informacji trudno powoływać się na analizę statystyczną i porównawczą z wynikami badań twórców i ich wizji polityki kulturalnej. Poniższy rozdział poświęciliśmy zatem refleksji nad stanem polityki

kulturalnej w województwie śląskim wdrażanej przez JST, w kontekście instrumentów wsparcia oferowanych twórcom indywidualnym.

Diagnoza

Dlaczego nieliczne podmioty zdecydowały się na uzupełnienie kwestionariusza badania?

Oto czynniki, które naszym zdaniem mogły wpłynąć na niskie zainteresowanie JST naszym badaniem:

- a) skomplikowanie kwestionariusza i anonimowość. Faktem był wysoki poziom skomplikowania kwestionariusza, jednak sama forma badania dopuszczała możliwość nieudzielenia odpowiedzi na pytania wrażliwe, z czego niektóre jednostki skorzystały. Badanie było anonimowe, a informacje na temat nazw jednostek były nam potrzebne tylko i wyłącznie do uzyskania pewności, że respondent nie wypełnia kwestionariusza badania wielokrotnie. Przypuszczamy, że konieczność uzupełnienia danych nazwy JST w kwestionariuszu jest powodem niedokończonych ankiet.
- b) rozproszenie odpowiedzialności. W trakcie rozmów z przedstawicielami JST okazywało się, że kwestionariusz krążył pomiędzy kolejnymi i wydziałami, czasem jednostkami organizacyjnymi JST.
- c) brak chęci współpracy. To ewentualność która wydaje się nieco rozczarowująca. Zdawaliśmy sobie sprawę, że nasza inicjatywa badawcza nie była w żadnym stopniu zobowiązująca i nie obligowała JST do prezentacji priorytetów polityki

kulturalnej, którą realizują, szczególnie w kontekście instrumentów wsparcia dla twórców. Mimo to liczyliśmy na większe zaangażowanie ze strony JST przy realizacji naszego projektu.

- d) sezon urlopowy. Badanie prowadziliśmy w okresie lipiec – sierpień, kiedy część pracowników przebywała na wakacjach. W związku z tym kilkakrotnie ponawialiśmy prośby do JST o współpracę w ramach badania, niestety efektywność tych próśb nie była satysfakcjonująca.

JST udzielając odpowiedzi na pytania o priorytety i sposoby realizacji polityki opisywały szeroki wachlarz działań i form wsparcia.

Podkreślamy, że prezentowane wyniki badań traktujemy jako studium przypadku, nie zaś statystyczną analizę polityki kulturalnej w województwie śląskim.

Z zaproponowanych w kwestionariuszu jedenastu instrumentów wsparcia, ponad połowa JST zaznaczyła, że oferuje ich więcej niż sześć.

Najpopularniejsze okazały się zaproszenia wraz z możliwością zaprezentowania swojej twórczości podczas organizowanych przez JST imprez. W ofercie samorządów popularne metody wsparcia to:

- a) organizacja wystaw, koncertów, festiwali,
- b) udostępnienie przestrzeni publicznej dla prezentacji twórczości,
- c) nagrody dla uzdolnionych,
- d) zawieranie umów na realizację dzieła.

*priorytetem
 było poznanie
perspektywy
dysponenta
instrumentów
cia twórców
widualnych*

Przypominamy, że najbardziej pożądane przez twórców wsparcie finansowe w postaci stypendiów i grantów na realizację konkretnych projektów było oferowane przez samorządy znacznie rzadziej. Zaledwie 1/5 JST odpowiedziało że posiada w swej ofercie stypendia artystyczne dla twórców. Niespełna 50% przebadanych podmiotów zadeklarowało, że posiada w ofercie konkursy grantów dla organizacji trzeciego sektora w dziedzinie kultury.

W zakresie oczekiwanych przez środowisko twórców instrumentów wspierających, JST często zaznaczały, że ich wiedza charakter orientacyjny, gdyż nie prowadzą badań bieżących potrzeb twórców.

1/5 badanych JST stwierdziła, że ich środowisko twórców oczekuje programów stypendialnych. 28% przebadanych JST uważa, że oczekiwania twórców skupiają się wokół otwartych konkursów grantowych dla organizacji trzeciego sektora. W rzeczywistości zapotrzebowanie na wyżej wymienione instrumenty wsparcia jest o wiele większe

Wydaje się, że twórcy nie artykułują swoich potrzeb wystarczająco jasno i zdecydowanie w sytuacji, gdy JST nie identyfikuje aktualnych potrzeb twórców lokalnych. Pożądane są zatem inicjatywy badawcze umożliwiające ich identyfikację.

Rekomendujemy:

- a) partycypacja lokalnych twórców w ustalaniu priorytetów polityki kulturalnej JST,
- b) kreowanie polityki kulturalnej w oparciu o metodę otwartych konsultacji społecznych z udziałem wszystkich zainteresowanych stron tj.: twórców,

organizacji społecznych, inicjatyw nieformalnych, firm, szkół, środowiska akademickiego, instytucji kultury i innych podmiotów publicznych oraz JST w charakterze dysponenta środków publicznych.

- c) promocję dobrych praktyk wspierania twórców wśród JST.

IV. Wnioski

XXX

V. Przykłady dobrych praktyk wsparcia sektora kreatywnego w wybranych krajach

Kraje Unii Europejskiej, doceniając wagę sektora kultury i sektora kreatywnego w rozwoju regionalnym, społecznym oraz ekonomicznym wypracowują różnorodne formy wsparcia tej branży. Od wykorzystywania narzędzi internetowych (zarówno jako platform informacyjnych, komunikacyjnych, jak i edukacyjnych), tworzenia funduszy inwestycyjnych czy specjalnych programów, szkoleń i warsztatów dedykowanych sektorowi kultury, po wspieranie samego uczestnictwa w kulturze.

Jednym z ciekawszych przykładów wsparcia sektora kreatywnego, ale także samych artystów w Wielkiej

Brytanii jest system OWN ART (www.ownart.org.uk). OWN ART czyli „własna sztuka” pozwala na zakup dzieła artystycznego na raty, bez odsetek w jednej z 250 galerii biorących udział w programie. Wybierając obraz, rzeźbę czy fotografię artystyczną klient galerii może uzyskać kredytowanie zakupu poprzez rozłożenie płatności na dziesięć miesięcy bez konieczności spłacania odsetek (oprocentowanie pożyczonych środków przekazuje bankowi operator programu ArtCo Trading Ltd. czyli spółka handlowa ArtsCouncil England). Weryfikacja trwa kilkanaście minut, a wybraną pracę (lub kilka - do kwoty 2000 £) można zabrać natychmiast, po podpisaniu umowy, do domu. Program zachęca do posiadania wyrobów artystycznych, wspiera edukację w zakresie sztuki współczesnej, sprzyja rozwojowi rynku sztuki: galerie zarabiają na sprzedaży wysokiej jakości sztuki, a artyści na swojej twórczości. Prace można kupować także on-line wybierając je, w domowym zaciszu, z oferty 40 wiodących angielskich galerii sztuki współczesnej. Podobny system – na trochę innych zasadach - funkcjonuje od 1983 roku w Walii (www.collectorplan.org.uk), jest prowadzony przez ArtsCouncil of Wales.

Innym przykładem z Wysp Brytyjskich jest CIDA (www.cida.co.uk) czyli CulturalIndustries Development Agency (Agencja Rozwoju Przemysłów Kultury). Wspiera osoby fizyczne, organizacje oraz firmy związane zarówno z sektorem kreatywnym, jak i z sektorem kultury w Londynie. Jej cele to: podnoszenie kwalifikacji artystów, wpływanie na zatrudnienie oraz wzrost ekonomiczny w branżach związanych z kulturą. Agencja oferuje wielopłaszczyznowe wsparcie, także specjalistyczne - dostosowane do potrzeb konkretnych podsektorów (na

przykład branży muzycznej między innymi poprzez zagadnienia związane z tantiemami, licencjami, itp.). Prowadzi konsultacje biznesowe, wspiera rozwój organizacyjny, budowanie strategii, doradza w pozyskiwaniu środków finansowych, prowadzi szkolenia i wydaje publikacje (na przykład: jak wyceniać swoje usługi, pracować jako „wolny strzelec” czy współpracować w ramach kreatywnych sieci). CIDA poprzez swoją działalność nie tylko rozwija sektor kultury i kreatywny, wspiera także planowanie i rewitalizację miasta, inicjuje powstawanie ośrodków i klastrów kreatywności oraz stymuluje lokalną aktywność.

Wsparcie sektora kreatywnego w Wielkiej Brytanii wynika również ze strategii rozwoju tego kraju (między innymi: w 2008 roku została opublikowana, wypracowywana międzysektorowo przez wiele lat, strategia „Creative Britain. New Talents for the New Economy”), a na stronie internetowej Department for Culture, Media and Sport (www.culture.gov.uk) znajduje się specjalna zakładka poświęcona przemysłom kreatywnym. Można tam znaleźć szereg „linków” wskazujących potencjalne źródła finansowego lub pozafinansowego wsparcia na poziomach od ogólnokrajowego po lokalny.

Podobnie jak w Wielkiej Brytanii, także w Holandii powstały dokumenty strategiczne definiujące sektor kultury i kreatywny oraz wskazujące kierunki ich rozwoju. Jednym z celów polityki rządu holenderskiego jest wsparcie sektora poprzez zwiększenie partycypacji w kulturze (zwłaszcza ludzi młodych oraz osób w gorszej sytuacji społecznej). Jednym z ciekawych przykładów takiej pro kulturalnej działalności

jest Cultureel Jongeren Paspoort („Kulturalny Młodzieżowy Paszport”), dzięki któremu osoby w wieku poniżej 27 roku życia otrzymują zniżki na wejście do teatrów, kin, muzeów, ale także na przykład na koncerty, na zakup DVD czy czasopism. Inną formą aktywizacji osób ze skromnymi dochodami (między innymi bezrobotnych czy emerytów), którym grozi zjawisko izolacji społecznej, jest bezpłatnie wydawany Stadspas („Paszport Miejski”), którego posiadacze otrzymują zniżki w opłatach za wstęp do instytucji kultury. Jeszcze inne uprawnienia daje Muzeum Pass: bezpłatny wstęp do ogromnej większości muzeów w Holandii (z pominięciem wystaw specjalnych).

Bardzo interesujący jest program Cultuur en School („Kultura i Szkoła”, www.cultuurplein.nl), który może być różnie realizowany, w zależności od miasta czy szkoły. Ma na celu zapoznanie młodych ludzi z różnymi formami sztuki oraz zaangażowanie ich w aktywne uczestnictwo w wydarzeniach kulturalnych na przykład poprzez oglądanie i recenzowanie spektakli teatralnych. W ramach tego programu wprowadzono także w szkołach specjalne bony, które mogą być wykorzystane przez uczniów w celu udziału w spektaklu teatralnym, w koncercie czy wyjściu do kina.

Rząd holenderski wspiera także organizacje świadczące usługi bezpośrednio dla artystów. Bardzo dobrym przykładem jest Kunstenaars&CO (www.kunstenaarsenco.nl) - organizacja non-profit, która pomaga artystom w podnoszeniu ich kwalifikacji zawodowych, stymuluje powstawanie oraz rozwój miejsc pracy w kulturze i w edukacji artystycznej. Kunstenaars&CO współpracuje z kilkuset artystami, organizacjami, parterami społecznymi

z sektora kultury i sektora kreatywnego (zarówno publicznymi, jak i prywatnymi) wspierając także wykorzystanie ich potencjału do współpracy z innymi sektorami. Realizuje projekty, w które angażowani są artyści (co roku kilkaset osób reprezentujących różne dziedziny artystycznej aktywności), wspiera budowanie sieci współpracy, oferuje specjalistyczne szkolenia, zindywidualizowane doradztwo oraz realizuje programy edukacyjne (objęło już takim wsparciem kilkanaście tysięcy artystów), m.in.: „Beroepkunstenaars in de Klas” („Profesjonalni artyści uczą w szkole”) czy „Kunstenaars in de Samenleving” („Artyści w społeczeństwie”). Kunstenaars&CO wspiera także sektor poprzez „pożyczki na kulturę” (także w formie gwarancji finansowych), prowadzi programy rozwoju instytucji kultury oraz angażuje się w edukację sektora biznesowego (realizując między innymi - na zlecenie holenderskich ministerstw odpowiedzialnych za kulturę oraz za gospodarkę - program „Creative co-makership”, który wspiera instytucje edukacji artystycznej w dostosowaniu systemów kształcenia i ofert szkoleń zawodowych do aktualnego rynkowego zapotrzebowania).

Interesujące jest także wsparcie, które niderlandzcy artyści otrzymują poprzez instytucje publiczne czy uczelnie artystyczne. Jednym z takich dobrych przykładów jest portal Beroepkunstenaar.nl (www.beroepkunstenaar.nl) będących źródłem wiedzy dla studentów, artystów, pracowników sektora kultury i sektora kreatywnego. Można tam znaleźć niezbędne i aktualne informacje biznesowe (na przykład dotyczące praw autorskich, form zatrudnienia, podatków, itp.) dotyczące różnorodnych

aspektów działalności w sektorze kreatywnym z podziałem na dziedziny uprawnianej działalności artystycznej. Strona jest prowadzona przez Amsterdam School of the Arts.

Innym ciekawym rozwiązaniem wspierającym sektor kreatywny jest belgijski fundusz inwestycyjny - dedykowany temu sektorowi - CultuurInvest (www.cultuurinvest.be), który funkcjonuje od 2006 roku w ramach PMV (PARTICIPATIEMAATSCHAPPIJ VLAANDEREN - niezależnej firmy, której właścicielem jest rząd Flandrii). Fundusz przede wszystkim inwestuje w produkty związane z kulturą mające potencjał ekonomiczny, ale wspiera także przedsiębiorców działających w branży (na przykład w sporządzaniu biznesplanów, w prowadzeniu projektów inwestycyjnych czy na kolejnych etapach wdrażania projektów). Działa przede wszystkim w takich sektorach jak nowe media, gry komputerowe, projektowanie, dizajn czy sztuki performatywne - wspierając na przykład produkcje teatralne, projekty muzyczne (także w zakresie ich promocji poza granicami Belgii). CultuurInvest organizuje także warsztaty, konferencje czy spotkania mające na celu tworzenie powiązań pomiędzy biznesem i kulturą realizowane we współpracy z różnymi partnerami z sektora publicznego i prywatnego.

W Belgii działa także centrum informacyjno-komunikacyjne CultuurNetVlaanderen (www.cultuurnet.be), którego główną misją jest zwiększenie uczestnictwa Flamandów (ale nie tylko) w życiu kulturalnym. Hasło przewodnie to „to give (more) people (more) appetite for (more) culture”. CultuurNetVlaanderen to kompleksowa platforma informacji na temat aktualnych i planowanych wydarzeń

kulturalnych, promocja flamandzkich imprez kulturalnych za granicą, a także aktywna współpraca z różnymi centrami kulturalnymi krajowymi, regionalnymi i lokalnymi.

Bibliografia:

www.beroepkunstenaar.nl
www.cida.co.uk
www.cjp.nl
www.collectorplan.org.uk
www.cultuurnet.be
www.cultuurinvest.be
www.cultuurplein.nl
www.culture.gov.uk
www.culturalpolicies.net
http://ec.europa.eu/culture/documents/greenpaper_creative_industries_pl.pdf
<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2007:0242:FIN:PL:PDF>
<http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/+/http://www.culture.gov.uk/images/publications/CEPFeb2008.pdf>
<http://www.keanet.eu/docs/impactculturecreativityfull.pdf>
www.kreatywnisamozatrudnieni.pl
www.kunstenarsenco.nl
www.ownart.org.uk