

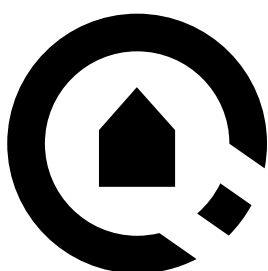


Prywatne Podmioty Kultury
Badania na Mazowszu



Prywatne pilnie poszukiwane...

Badania prywatnych, niepublicznych, rodzinnych ośrodków kultury
w województwie mazowieckim przeprowadzone w 2016 roku



Prywatne Podmioty Kultury
Badania na Mazowszu

Warszawa / Mazowsze
2016

Organizator: Mazowiecki Instytut Kultury
Realizacja badań: Fundacja Ari Ari (badania terenowe, badania fokusowe)
Partner: Stowarzyszenie "Z Siedzibą w Warszawie" (filmy i oprawa graficzną)

MAZOWIECKI
INSTYTUT
KULTURY

JEDNOSTKA
ORGANIZACYJNA
SAMORZĄDU
WOJEWÓDZTWA
MAZOWIECKIEGO

 **mazowsze.**
serce Polski

ariari
FUNDACJA



STOWARZYSZENIE
Z SIEDZIBĄ
W WARSZAWIE

Badania prywatnych ośrodków kultury w województwie mazowieckim, przeprowadzone zostały w ramach Mazowieckiego Obserwatorium Kultury, powołanego przez Mazowiecki Instytut Kultury w Warszawie. Badania i analizy przygotował Ośrodek Badań Kulturowych działający przy Fundacji Ari Ari, a część wizualną zrealizowało Stowarzyszenie „Z Siedzibą w Warszawie”.

Zespół badawczy:

Longin Graczyk
Paweł Heppner
Stefania Hrycyk-Kubat
Małgorzata Jaszczołt
Katarzyna Kaczmarek
Monika Maciejewska
Ewa Majdecka
Joanna Tabaka
Basia Wycisk
Kamila Zacharczuk

Redakcja publikacji:

Longin Graczyk

Współpraca redakcyjna:

Anna Kowalska

Koordynator projektu:

Marcin Śliwa

Opracowanie graficzne i skład:

Edyta Ołdak

Organizator:

Mazowiecki Instytut Kultury

Badania:

Fundacja Ari Ari (badania terenowe i fokusowe)

Wizualizacje:

Stowarzyszenie „Z Siedzibą w Warszawie ”
(filmy i oprawa graficzna)

SPIS TREŚCI

Marcin Śliwa

Prywatne podmioty okiem koordynatora

Longin Graczyk

Prywatne pilnie badane

Longin Graczyk

O badaniach i metodach poszukiwań

Stefania Hrycyk-Kubat

Podsumowanie ankiet, sondaży i badań

Longin Graczyk

Wnioski w trzech ujęciach

Monika Maciejewska

Kilka prywatnych ośrodków kultury na Mazowszu

Ewa Majdecka

Kilka prywatnych inicjatyw kulturalnych w Warszawie

Małgorzata Jaszczołt

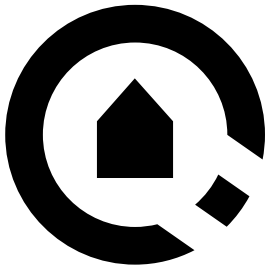
*Galerianka. Sztuka bez sztucznych dodatków. Autorski
koncept Kamili Hyskiej*

Monika Maciejewska

Kilka uwag o prywatnej działalności kulturalnej na Mazowszu

Stefania Hrycyk-Kubat

Wyniki tabelaryczne



Marcin Śliwa

Prywatne Podmioty Kultury okiem koordynatora projektu

Projekt *Prywatne Podmioty Kultury 2016*, jest realizowany w ramach wieloletniego programu MIK dotyczącego prywatnego sektora kultury na Mazowszu, w partnerstwie z Fundacją Ari Ari i Stowarzyszeniem „Z Siedzibą w Warszawie”. Inspiracją dla rozpoczęcia projektu była przygotowana przez fundację Ari Ari publikacja pt. *Muzea prywatne, kolekcje lokalne*. Program dotyczący prywatnego sektora kultury na Mazowszu, ze względu na reorientację programową Mazowieckiego Instytutu Kultury i utworzenie Mazowieckiego Obserwatorium Kultury, jest działaniem przede wszystkim badawczym, ale pełni też funkcje sieciujące, integrujące środowisko niezależnych aktywistów kulturalnych. Celem tegorocznego badania było rozpoznanie rozmaitych typów prywatnych podmiotów. W ramach projektu stworzyliśmy bazę danych zawierającą ponad sto różnego typu inicjatyw prywatnych działających w kulturze na Mazowszu, zrobiliśmy o wybranych film, a też przeprowadziliśmy badania, wywiady pogłębione, focusy, obserwacje uczestniczące. Wyniki prezentujemy w niniejszym raporcie.

Dlaczego właśnie prywatny sektor kultury?

Myśląc o kulturze, wskazujemy zazwyczaj tę instytucjonalną, publiczną, utrzymaną, i do pewnego stopnia określaną programowo, przez państwo lub samorządy lokalne.

Prywatne ośrodki kultury często wywołują zdziwienie już samym faktem swojego istnienia. Jednocześnie zakłopotanie, bo nie do końca wiadomo, czym tak naprawdę się zajmują. A tylko na Mazowszu działało w czerwcu 2016 ponad trzysta przedsięwzięć, inicjatyw, miejsc i osób, których wspólnym mianownikiem jest szeroko rozumiana działalność kulturalna. Okazuje się, że krajobraz instytucji kulturalnych na Mazowszu stanowią nie tylko podmioty, dla których organizatorem jest państwo lub samorząd. Prywatne ośrodki kultury to ogromna liczba inicjatyw niezależnych, często autorskich, tworzonych przede wszystkim oddolnie przez lokalnych aktywistów i pasjonatów.

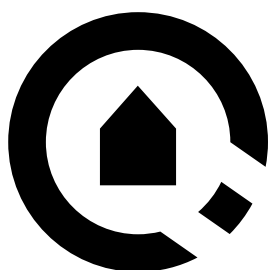
Wydaje się, że jako przedstawiciele kultury instytucjonalnej jesteśmy szczególnie zainteresowani kulturą nieinstytucjonalną. Może po prostu na zasadzie przeciwności. Fenomenem w badanej grupie są np. muzealnicy prywatni. Są to ludzie pasji. Potrzeba kolekcjonowania, dokumentowania, pokazywania jest nadrzędna – dopiero z niej rodzi się instytucja, albo i nie. Odwrotnie niż u nas, gdzie instytucja jest bytem nadrzędnym i przede wszystkim miejscem pracy, a dopiero w drugiej kolejności, jak się uda, realizacją życiowej pasji.

Cechą charakterystyczną prywatnych podmiotów kultury jest ich różnorodność, elastyczność programowa i brak jednego ustalonego modelu funkcjonowania, jak to najczęściej ma miejsce w przypadku instytucji publicznych. Ile podmiotów, tyle indywidualnych modeli programowych, finansowych, organizacyjnych. Są tam prywatne domy kultury działające podobnie do publicznych, ale żyjące z opłat za poszczególne zajęcia. W związku z tym też programowo uzależnione, lecz nie od publicznego organizatora, ale od potrzeb klientów, a co za tym idzie bardziej elastyczne, ale też bardziej komercyjne. Widać, że nie trzymają się sztywnej definicji

kultury. Są to raczej „centra czasu wolnego”, miejsca, gdzie różne grupy odwiedzających mogą sensownie spędzić czas, na rozwoju, nauce, rozrywce, zajęciach warsztatowych z różnych dziedzin, jodze, aż po zajęcia sportowe.

Istnieją też podmioty o profilu klubokawiarnianym, gdzie kultura ściśle powiązana jest z działalnością gastronomiczną i na przykład kinową, choćby Stacja Falenica. Są kolonie artystów, squoty artystyczne, czy galerie sztuki współczesnej prowadzące ambitną i często niszową działalność wystawową oraz edukację artystyczną, finansowane prywatnie – na przykład Galeria 58 z Radomia, albo (to ewenement) przez spółdzielnie mieszkaniowe, jak choćby ursynowska autorska „Galeria Działań” prowadzona od lat przez Jacka „Freda” Ojdę. Wreszcie istnieją miejsca edukacji technicznej dla dzieci, jak na przykład Kluby Robotyki „Lego”, które funkcjonują całkowicie komercyjnie na zasadzie franczyzy. Sfilmowaliśmy i dokładnie zbadaliśmy wszystkie te miejsca.

Oddajemy w Państwa ręce raport z projektu, który jest próbą opowieści o prywatnych podmiotach kultury językiem badań, statystyk, głosem ekspertów, ale też ich własnym głosem, który usiłowaliśmy uczynić bardziej słyszalnym. Do raportu dołączamy materiały wizualne powstałe w jego trakcie.



Longin Graczyk

Prywatne pilnie badane

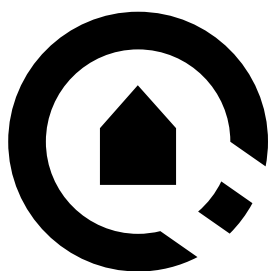
Mazowiecki Instytut Kultury, Fundacja Ari Ari i Stowarzyszenie „Z Siedzibą w Warszawie” poszukiwały w 2016 roku prywatnych podmiotów kultury z województwa mazowieckiego. Był to kolejny projekt badawczy, w którym przyglądaliśmy się działalności kulturalnej, raczej nieoczywistej i słabo rozpoznanej. Badaliśmy inicjatywy w powszechnym, silnie zakorzenionym przekonaniu, zarezerwowane dla domów, ośrodków, centrów kultury, zarządzanych przez centralne, czy lokalne administracje. Zależało nam na możliwie wnikliwym spojrzeniu na problematykę związaną z prowadzeniem działalności kulturalnej.

Przeprowadzaliśmy badania działalności prywatnych instytucji kultury na Mazowszu, definiowanych swoją aktywnością publiczną, bez względu na stopień społecznego, czy komercyjnego charakteru obserwowanych działalności. Obok tradycyjnie profilowanych rodzajów i kategorii, jak teatr, kino, muzeum, dom kultury, badaliśmy działające formalnie i nieformalnie: kluby, zespoły ludowe, OSP, a także przedsięwzięcia oferujące w rozmaity sposób kulturową aktywność – od koncertów, po księgarnie.

Zaproszenia do współpracy skierowano do prywatnych domów kultury, świetlic, kolektywów artystycznych, kolonii artystów, aktywnych kół gospodyń wiejskich, klubokawiarni, prywatnych bibliotek, galerii, muzeów. Szukaliśmy aktywnych podmiotów kultury, czyli jak definiował Wojciech Kłossowski – wszystkich osób, grup osób, organizacji i instytucji, które „robią kulturę” w sposób zamierzony (intencjonalny) i względnie trwały (nieincydentalny).

Szczególnie intryguje nas „kultura oddolna”, codzienna, lokalna, organizowana przez prywatne podmioty i niepubliczne instytucje. Dlatego i badania były przede wszystkim spotkaniami i rozmowami z osobami, grupami, organizacjami i instytucjami, które zajmują się kulturową aktywnością: zarówno organizowaniem zlotu „tuningowanych” samochodów, rewią mody strażackiej, dyskotekami, komiksami, koronczarstwem, rozmaitymi przejawami twórczej aktywności.

Szczególnie uważnie spoglądaliśmy na wizualne aspekty prywatnej działalności kulturalnej na Mazowszu, realizując kilkuminutowe filmy dokumentujące działalność podmiotów uczestniczących w badaniach, promujące fenomen prywatnej, niepublicznej aktywności kulturalnej. Wyniki i wstępne podsumowania wspólnych spotkań zamieszczamy tutaj, jak i na specjalnej stronie Mazowieckiego Obserwatorium Kultury.



Longin Graczyk

O badaniach i metodach poszukiwań

Badania prywatnych, niepublicznych, rodzinnych ośrodków kultury w województwie mazowieckim 2016

Najwięcej czasu zajęło zdefiniowanie podmiotów i charakteru ich działalności. I pomimo wstępnego określenia wersji uproszczonej, sygnalizującej ledwie czy dany podmiot korzysta z metod teatralnych, graficznych, muzycznych, czy animacyjnych, to zadanie pozostało niedokończone. Mniej w tym nieśmiałości w stąpaniu po surowych regułach naukowej falsyfikacji, a więcej zmierzenia się z aktywnością, która niełatwo poddaje się definicji, umyka różnym tezom i twierdzeniom. Dodatkowym utrudnieniem w poszukiwaniu choćby ogólnej nazwy, uniwersalnej dla kulturowych animacji i edukacji, było wyraźne współwystępowanie ekonomicznego aspektu. Jak błyskotliwie dowodzi Zygmunt Bauman, kultura i ekonomia to odrębne porządki, rządzące się odmiennymi regułami, zarówno w realizacji, jak i swoich immanentnych celach. Jednak to uwikłanie w ekonomiczny aspekt mocno zaważyło na naszych zmaganiach z definicjami. O ile kultura może obejść się bez ekonomii, ta druga bez kultury nie istnieje. Liczba podmiotów, działalności pojedynczych i zbiorowych, których aktywność odnotowywaliśmy, zaczęła narastać lawinowo, gdy tylko wzięliśmy od uwagę funkcjonowanie biznesowych przedsięwzięć, świadomie i komercyjnie korzystających z kulturalnych edukacji i animacji. Napięcie pomiędzy determinizmem kulturowym a ekonomicznym w określaniu wyszukiwanych podmiotów narastało, a końca wyliczania nie było widać... prywatne muzea, pracownie archeologiczne, galerie artystyczne, teatry prywatne, festyny i koncerty, zespoły muzyczne, kawiarnie, szkoły językowe, a jeszcze dalej twórcy, czy to ceramiki, strojów regionalnych, czy komiksów i szyldów reklamowych.

„Kultura nie musi niczego ratować. Kultura jest nieokiełznana i nieprzewidywalna”, przekonuje Zygmunt Bauman¹. I tę tezę przyjęliśmy jako główną definicję, porządkującą zbiór podmiotów i działalności kulturowych w województwie mazowieckim.

¹ Wywiad z prof. Zygmuntem Baumanem, <http://natemat.pl/76229, czy-kultura-uratuje-europejska-gospodarka-prof-bauman-kultura-to-jedyna-szansa-by-europa-utrzymala-swa-pozycje>, dostęp: 21.10.2016.

Skupiliśmy się na przedsięwzięciach zajmujących się tworzeniem kapitału kulturowego, a nie ekonomicznego. Szczególnym zainteresowaniem objęliśmy prywatne, pozarządowe, niepubliczne podmioty i organizacje, nawet jeśli stanowiły „ośrodki” jednoosobowe (blisko połowa z badanych).

Od początku byliśmy przekonani, że najlepszym sposobem będzie przeprowadzenie „badań w procesie”, realizowanych wspólnie z prywatnymi podmiotami i instytucjami kultury, które zgodzą się wziąć udział w projekcie. Założyliśmy rekrutację „totalną”, wykonywaną przez kilka osób, zbierających informacje bezpośrednio, od znających Mazowsze, z różnych źródeł dokumentalnych, weryfikowanych kwerendami porównawczymi. Przy okazji tych weryfikacji pojawiały się interesujące wątki, dotyczące sposobów komunikacji, dystrybucji informacji, budowania wizerunku, czy netografii, często przeczących obiegowym opiniom, że w Internecie znajduje się wszystko. Zaczynając od ustalenia zwykłego adresu pocztowego danej działalności, natykaliśmy się na wiele przypadków, w których takie administracyjne i terytorialne przyporządkowania wcale oczywiste nie są. Do historii tych badań przejdzie z pewnością poszukiwanie lokalizacji jednego z prywatnych domów kultury. Był w Warszawie i zniknął, „ujawnił się” w podwarszawskiej miejscowości, ale i organizatorzy pozostali nieuchwytni. Mobilna działalność, dostosowywanie oferty do odbiorcy i miejsca jego przebywania, dotyczą blisko połowy badanych inicjatyw. Problem z nieaktualnymi kontaktami, zamieszanie z kilkoma nazwami jednego przedsięwzięcia, jak i brak bezpośrednio dostępnych informacji, które trzeba było zdobywać poprzez pośredników (dziennikarsko, lokalnie, czy w Internecie), to niejedna z nieoczywistości, która pojawiała się już na etapie wstępnego rozpoznawania terenu badań.

Powstał więc klasyczny spis z natury, czyli do dziś uzupełniana baza danych, zapisana w „excelowskich” formularzach. Pośrednio zaprowadziliśmy rodzaj systematyki podmiotowej, rozmaitych prywatnych aktywności kulturowych w granicach województwa mazowieckiego (równolegle badania ogólnopolskie). Z początku zestawienie liczyło ponad 130 podmiotów / aktywności. przewidziane do reprezentatywnego przebadania, ale bez preparowania modelu idealnego. Planem podstawowym pozostawało zmierzenie się z „nieokiełznanym i nieprzewidywalnym”. Lista po kilku miesiącach rozrosła się do ponad 320 podmiotów i inicjatyw, z zaznaczeniem, że to nie wszystkie i na tym nie koniec statystycznych i inwentarzowych zmagień.

Aby jednak nie podążać wyłącznie za przemocą liczb i określonych rezultatów, których osiągnięcie jest raczej porządkiem administracyjnym, niż badawczym, jako podstawę działania przyjęliśmy metody etnograficzne. Badania w terenie podzielone zostały na trzy etapy:

- ① Spotkania, rozmowy i konfrontacje, z mieszaną metodologią pozyskiwania danych, przeważał charakter jakościowy, z niezmiennym podsumowywaniem zestawu spotkań.
- ② Z uczestnikami pracowaliśmy przede wszystkim w grupach, aranżując dyskusje, możliwie performatywne i sięgające do szerokiej reprezentacji lokalnych środowisk, również „totalnie” traktowanych pełnych reprezentacji środowisk, które są otoczeniem danego podmiotu / instytucji.
- ③ Rozmowa była podstawowym narzędziem, podobnie dyskusje panelowe, a dalej formy aktywizujące uczestników, których staraliśmy się zaangażować możliwie dalece w proces budowania badań, z ich podsumowywaniem i raportami.

Wśród sposobów działania zastosowaliśmy z różnym natężeniem, dopasowując do zastanej sytuacji, jak i wywołując te sytuacje, czyli swoiste laboratorium w terenie:

- || wizyty studyjne, które powiązane były z zapraszaniem grup uczestniczących w badaniach,
- || diagnozy „terytorialne” i w terenie, w powiecie i/ lub instytucjach, podmiotach w sąsiedztwie,
- || spotkanie robocze w kolejnych obszarach tematycznych, z zachowaniem pierwszeństwa dla prezentacji wybranych problematyk, tematów, obszarów i dziedzin aktywności, form, którymi uczestnicy posługują się na co dzień, jak i metod, które wypracowują w danym obszarze, jak i produktów / produkcji, ofert i usług (od pokazów filmowych, teatralnych, odczytów, wymian, kooperatyw, aktywizacji, poprzez spacer, wspólne zwiedzanie, spotkania przy stole),
- || wywiady kwestionariuszowe standaryzowane, złożone z kilkunastu zagadnień,
- || posilkowaliśmy się także zebraniem informacji „twardych”, zapisanych w metrykach miejsc,
- || a obserwację uczestniczącą dokumentowaliśmy fotograficznie (określony schemat), filmowo (kilkanaście przypadków), dźwiękowo (nagrania audio sfery), a także subiektywnym opisem badaczy (notatki z badań).

Charakter badań:

- || etnologiczne, czyli terenowe,
- || jakościowe, czyli refleksyjne,
- || uczestniczące, zarówno grupowe, jak i indywidualne,
- || „w procesie”, realizowane wspólnie z uczestnikami projektu,
- || wizualne i audialne, czasami sensoryczne,
- || dyskusje, rozmowy i rekomendacje.

Odpowiedzi na pytania pogrupowane zostały w trzy, ogólne zagadnienia:

a) aktywność i działania:

- || jak przejawia się współcześnie działalność prywatnych, rodzinnych, społecznych, czyli niepublicznych instytucjach kultury na Mazowszu?

b) relacje i współpraca:

- || jak wyglądają relacje i współpraca z otoczeniem społecznym, po zarządownym, administracyjnym i biznesowym?

c) szanse i bariery:

- || jak ulepszyć działalność prywatnych, rodzinnych, społecznych, czyli niepublicznych instytucjach kultury?

Z obowiązku badawczego i sprawozdawczego – ostatnie zdania dla statystyki. Zapis liczbowy może posłużyć do zobrazowania / zilustrowania wyników badań etnograficznych, nie tylko pomocniczo. Jednocześnie pozwala ulokować wizualne spostrzeżenia, dotyczące stanu prywatnych, niepublicznych, rodzinnych ośrodków kultury w województwie mazowieckim, zarejestrowanego w 2016 roku.

Wszystkie badania prowadzone były od marca do grudnia 2016 roku. Zakres metodologiczny obejmował:

- ① bezpośrednie badania terenowe, wykonywane z użyciem narzędzi do dokumentacji wizualnej, uczestniczyło 8 badaczy, 26 organizatorów, animatorów, edukatorów kultury, 42 prywatnych podmiotów kultury,
- ② badania grupowe (fokusowe), przeprowadzone podczas 5 spotkań bezpośrednich, uczestniczących łącznie 45 osób, 29 podmiotów,
- ③ seminarium naukowe, w ramach którego przeprowadzone zostały badania grupowe (fokusowe), udział wzięło 4 badaczy, 28 animatorów, reprezentujących 22 prywatne ośrodki kultury z Mazowsza.

Badania sondażowe i internetowe dotyczyły 52 podmiotów.

Lustracja terenowa objęła 32 podmioty.

Wywiady pogłębione wykonano w 12 podmiotach.

Dokumentacja filmowa sporządzona została w 5 podmiotach.

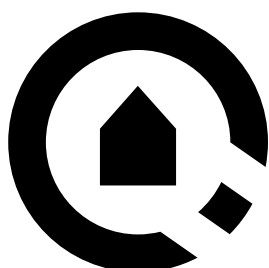
Przeprowadzonych zostało łącznie:

12 wywiadów pogłębionych,

32 wywiady sondażowe,

5 wywiadów grupowych.

W 2016 roku w formalny i nieformalny sposób działało w województwie mazowieckim ponad 320 prywatnych podmiotów kultury.



Stefania Hrycyk-Kubat

Podsumowanie ankiet, sondaży i badań

Prywatne mazowieckie ośrodki podzielić można na dwie główne grupy, w zależności od wybranej formy organizacyjnej – **przedsiębiorstwa** oraz **organizacje trzeciego sektora**. Organizatorzy starają się raczej uregulować swoją działalność – nie spotkaliśmy instytucji działającej nieformalnie. Twórcy wybierają najczęściej formy jednoosobowej działalności gospodarczej (29,4%) oraz fundacji (29,4%), w dalszej kolejności rejestrują stowarzyszenia (23,5%) i przedsiębiorstwa w innych formach (spółki 11,7), spółdzielnie socjalne (5,8).

Działalność to często **połączenie kilku różnych aktywności** – kawiarni z księgarnią, czy wydawnictwem, galerii z ośrodkiem edukacyjnym, ośrodka warsztatowego z restauracją. Niewątpliwym celem rozszerzenia oferty jest dywersyfikacja źródeł dochodu, stworzenie oryginalnych miejsc z większą ofertą dla odbiorców oraz intencja przyciągnięcia szerszego grona odbiorców. Różnorodna działalność pozwala także na pewne żonglowanie ograniczeniami formalnymi, jakie dotyczą rozmaitych grup przedsiębiorców.

W trakcie badań odwiedziliśmy 2 galerie sztuki (11,7%), 3 teatry (17,6%), jedno muzeum (5,8%), 4 kawiarnie (23,5%) oraz 7 ośrodków prowadzących działalność edukacyjną i specjalistyczną (41%). Nie oznacza to jednak, że ośrodki zamykają się w wąskich ramach głównej działalności. W swojej ofercie, warsztaty dla dzieci

proponuje 58,8% placówek, zajęcia edukacyjne dla dorosłych 41,1%, spotkania otwarte, wykłady oraz prelekcje to również częste elementy programu (47%), podobnie jak spektakle i wernisaże wystaw (po 47%). Spotkania z autorami oraz koncerty oferuje 41,1% placówek, pokazy filmowe i projekcje – 11,7%. Ośrodki starają się również rozbudowywać ofertę w zależności od własnych możliwości lokalowych, kadrowych oraz pomysłów twórców i potrzeb odbiorców – 58% z nich, oprócz wyżej wymienionych aktywności proponuje inne, dodatkowe działania (spotkania klubów, imprezy okolicznościowe, kiermasze i inne).

Województwo mazowieckie przeżywa w ostatnich latach **gwałtowny przyrost liczby prywatnych instytucji kultury** – prawie połowa przebadanych ośrodków powstała w przeciągu zaledwie ostatnich 5 lat (47%). Wzrost liczby instytucji przyspieszył w galopującym tempie od przekroczenia granicy Millenium: w latach 2000-2005 – 17%, 2006-2010 – 23%, 2011-2015 – 47%. Tendencja ta jest z pewnością efektem zarówno wzrostu popularności tego rodzaju inicjatyw, jak również „znikania” starszych ośrodków z mapy regionu.

Widać wyraźnie silną **centralizację zjawiska** – zdecydowana większość miejsc, które w czasie badań znaleźliśmy oraz odwiedziliśmy, ulokowana była na terenie Warszawy – 94% przebadanych placówek. Z tego 41,1% ośrodków miało swoją siedzibę w samym centrum miasta. Drugą w kolejności, popularną dzielnicą staje się Praga (17,6%), podobna liczba ośrodków rozproszona jest w innych dzielnicach mieszkaniowych stolicy (17,6%). Więcej, niż jedną lokalizację, posiada 11,7% ośrodków, z kolei część (17,6) nie posiada własnej siedziby, wynajmując pomieszczenia na pojedyncze wydarzenia, warsztaty lub oferując występy gościnne.

Ośrodki prowadzone są zwykle przez **niewielkie zespoły współpracowników** liczące najczęściej do trzech osób (instytucje prowadzone jednoosobowo mieszczą się w 23%, w duecie – w 35 %, trio – w 23%). Większe zespoły to zdecydowana rzadkość (od 4 osób wzwyż liczy 17,5% placówek). Osoby odpowiedzialne za kierowanie instytucją to głównie członkowie zarządu (30% osób zarządzających przebadanymi ośrodkami), współwłaściciele i właściciele (28,5), dyrektorzy lub prezesi (23,7), ich zastępcy i wiceprezesi (11,9).

To głównie **kobiety** (59,5% osób zarządzających instytucjami), **między 30 a 40 rokiem życia** (47,6%). Większą aktywność w zakresie prowadzenia działalności można zobaczyć u osób dojrzałych: między 20-30 lat: 14,2% kadry ośrodków, 40-50 lat: 28,5%, 60-70 lat: 7,1%.

Wskazuje to na bardzo krótką drabinę hierarchii w tych instytucjach, składającą się przeważnie z dwóch szczebli – osób kierujących oraz pracowników. Brak jakiegokolwiek struktury zadeklarowało natomiast 29,4% badanych ośrodków.

To właśnie właściciele i prezesi są często osobami bezpośrednio prowadzącymi instytucje. Brak pracowników stałych deklaruje 29,4% ośrodków. Zatrudnianie do dwóch osób 17,6% placówek, podobnie jak pięciu pracowników. Zdarzają się jednak również i duże instytucje zatrudniające powyżej 10 osób (23%). Najlicniejszym zespołem z przebadanych ośrodków mogą pochwalić się teatry, których specyfika wymaga dużej liczby pracowników administracyjnych (nawet do 300 osób).

Dodatkowo ośrodki zatrudniają czasowo pracowników okresowych – najczęściej do prowadzenia zajęć edukacyjnych i warsztatowych (do pięciu osób – 17,6%, do 10 osób – 17,6%, do 20 osób – 29,4% oraz powyżej 20 osób – 11,7%). Większość ośrodków korzysta również z pracy wolontariuszy (52,7), z czego część to np. stażyści z urzędu pracy (5,8%). Większość zgłasza się do pracy samodzielnie, chcąc włączyć się w działalność instytucji.

Przy tak **niewielkiej liczbie pracowników** plany pracy najczęściej ustalane są na bieżąco (52% ośrodków), w pozostałych (47%) opracowywane są długoterminowe plany lub strategie na okresy kilkumiesięczne, roczne.

Odbiorcami działań prywatnych instytucji kultury są **przedstawiciele wszystkich grup wiekowych**. Jak deklarują twórcy, najliczniejszą grupą odbiorców są osoby dorosłe w średnim wieku (37% odpowiedzi), a w dalszej kolejności młodzież 18,5% oraz dzieci 14,8%. Na ostatnim miejscu znajdują się zaś seniorzy – 11,1%. Dokładnie 18,5 procent placówek zadeklarowało, że odwiedzają je po równo przedstawiciele każdej grupy wiekowej.

Cześć placówek prowadzi rejestrację uczestników w „jakiejś” formie (najczęściej organizując zapisy na zajęcia, sprzedając bilety, bądź w najprostszej – zapisując odbiorców do newslettera). Spora część ośrodków – 35,2%, nie kontroluje liczby odwiedzających.

Jak deklarują respondenci, osoby korzystające z oferty ośrodka **to najczęściej mieszkańcy miejscowości** (40% odpowiedzi) oraz sąsiedzi z najbliższej okolicy (22,5%). Zdarza się jednak również grupa odbiorców dojeżdżających z sąsiednich miejscowości (20%), innych województw (10% odpowiedzi), a także z zagranicy (7,5%).

Swoim odbiorcom ośrodki najczęściej oferują możliwość uczestniczenia w jakiejś formie zajęć grupowych (100% placówek), rzadziej indywidualnych (23,5%), jednorazowych spotkań (64%) oraz regularnych (58%) i zajęć w wymiarze całorocznym (41% placówek).

W kwestii odpłatności zajęć ośrodki dzielą się te posiadające **głównie ofertę płatną** (47%), **częściowo odpłatną** (11,7%) **oraz zupełnie darmową** (41%). Większość ośrodków wspiera swoje finanse, oferując **dodatkowe komercyjne usługi** (64% placówek), najczęściej wynajem sal (29,4%), w zależności od rodzaju działalności mogą proponować również catering, komercyjne szkolenia dla klientów biznesowych, sprzedaż dzieł sztuki, wydawnictw i inne. Regularną sprzedaż na terenie swojej placówki prowadzi 52,9% ośrodków (najczęściej usług gastronomicznych, wydawnictw, publikacji, książek).

Prawie połowa instytucji (głównie tych zarejestrowanych jako organizacje trzeciego sektora) ma doświadczenia w pozyskiwaniu dotacji samorządowych (58,7% placówek, z czego 11,7%, jak dotychczas, wyłącznie jednorazowo) oraz państwowych (41,4%, z czego 11,7% jednorazowo). Spora część otrzymała kiedyś darowiznę od osoby prywatnej lub firmy (52,9%), stosunkowo niewiele pozyskało środki od innych organizacji, stowarzyszeń (17,6%). Apetyt na dotacje jednak rośnie – 88,2% respondentów przyznało, że planuje w najbliższym czasie ubiegać się o dofinansowanie.

Ośrodki rzadko kiedy mogą pozwolić sobie na dysponowanie całym budynkiem, pozostaje to przywilejem większych, bardziej stabilnych instytucji, na przykład teatrów (17,6% placówek). Zdecydowana większość musi radzić sobie, **dysponując pojedynczym lokalem**, z kilkoma pomieszczeniami (64,7%). W zakresie wynajmu zachodzi także współpraca z samorządem – 23,5% przebadanych miejsc zadeklarowało wynajem budynku miejskiego.

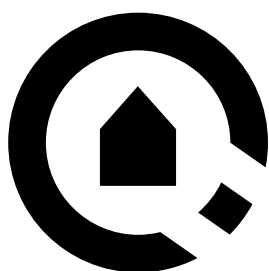
Powoduje to, że właściciele ośrodków mają **niewielki wpływ na dostosowanie lokali do potrzeb osób z niepełnosprawnościami** – posiadanie specjalnych usprawnień zadeklarowało 23,5% ośrodków. Przystosowania dla osób z problemami motorycznymi deklaruje zaledwie 5,8% ośrodków, możliwość wejścia na teren ośrodka osób na wózkach deklaruje 35,2% (brak schodów, progów oraz utrudnień stanowiących barierę dla wózków). Z rozbudowaną ofertą dla osób z problemami

wzroku spotkaliśmy się jedynie w dwóch teatrach oferujących audiodeskrypcję swoich spektakli (11,7%).

Centralizacja i nagromadzenie wielu różnych instytucji oraz ośrodków kultury na terenie Warszawy powoduje powstanie swoistego **klastra kulturalnego w centrum miasta**. Ośrodki prywatne jak i samorządowe, korzystają z tych możliwości, **tworząc sieci współpracy**. Bogactwo oferty pozwala na znalezienie partnera do prawie każdej aktywności.

Współpracę z innymi organizacjami trzeciego sektora zadeklarowało 82,3% przebadanych placówek, 70,5% – z instytucjami samorządowymi (w zakresie współtworzenia wydarzeń i projektów kulturalnych) oraz szkołami (tworzenie specjalnej oferty), a także innymi instytucjami. Współpracę z bibliotekami, muzeami, czy archiwami, zadeklarowało 64,7% ośrodków. Ta sama liczba odnosi się do instytucji współpracujących z mediami, nie tylko w zakresie promocji bądź patronatów, lecz również współtworząc produkcje telewizyjne, użyczając lokalu. Najczęściej dochodzi do współpracy ze związkami religijnymi (23,5% placówek), co ciekawe, jeśli nawiązana zostaje współpraca, to głównie z przedstawicielami innych wyznań, niż katolicy. Współpracę z kościołem zadeklarowała jedna instytucja. Kooperacja obejmuje głównie instytucje znajdujące się w Warszawie, rzadko kiedy dochodzi do współpracy z ośrodkami z innych miast czy z zagranicy. Współpraca w dużej mierze polega na wspólnym tworzeniu wydarzeń, realizacji projektów, współpracy merytorycznej przedstawicieli poszczególnych instytucji, bądź udostępnianiu przestrzeni.

Docierając do odbiorców, instytucje stawiają głównie na **wirtualną rzeczywistość**, w większym stopniu na **media społecznościowe**, niż strony internetowe. Spośród przebadanych placówek, wszystkie korzystały z którejś platformy społecznościowej – najczęściej Facebooka (88,2% instytucji), nie wszystkie jednak posiadały stronę internetową (prawie wszystkie, ale jednak 88,2%). Oprócz najpopularniejszej sieci społecznościowej, instytucje zaczynają wykorzystywać również inne serwisy, między innymi Instagram (29,4%) oraz Twitter (23,5%). Rzadko kiedy o istnieniu danej placówki można dowiedzieć się ze stron Urzędu Miasta (zaledwie 29,4% ośrodków opisanych jest w miejskich serwisach kulturalnych). Wszystkie tworzą również własne ulotki oraz posiadają logotypy. Szyldy, banery, tabliczki informacyjne posiada 47% instytucji.



Longin Graczyk

Wnioski w trzech ujęciach

a) aktywność i działania:

jak przejawia się współcześnie działalność prywatnych, rodzinnych, społecznych, czyli niepublicznych instytucjach kultury na Mazowszu?

Idea założycielska: Swoboda działania. Wolność, kreatywność i przedsiębiorczość.

Swoboda deklarowana jest przez większość badanych. Wyrażana zarówno w kwestii organizacji działania, jak i metod animacyjnych i edukacyjnych, z efektami,

czyli często używanym określeniu – oswobodzenia, przesunięcia ram edukacyjnych, ograniczeń i stereotypów.

Zdecydowanie więcej, niż połowa badanych podmiotów, jest sprofilowana na elastyczną, różnorodną działalność, w porównaniu z tradycyjnymi domami / ośrodkami kultury.

Działalność niejednorodna, w większości przypadków zogniskowana na podstawowej aktywności i dodatkowych, incydentalnych lub trwalszych działaniach.

Połowa sformalizowanych działalności to podmioty fizyczne, druga część ma statut organizacji pozarządowych.

Nieformalne podmioty i inicjatywy z zakresu animacji i edukacji kulturalnej stanowią do 15% badanych przypadków. Większość z nierejestrowanych i nieformalnych działań jest trudna do obserwacji.

Działacz to działacz: większość spośród aktywnych organizatorów i animatorów, funkcjonujących w jakiejś formalnej strukturze, realizuje także przedsięwzięcia niezależne i nieformalne.

Struktura zarządzania przede wszystkim spłaszczona i niehierarchiczna.

Małe przedsiębiorstwa i mikro firmy. W większości podmiotów nie pracuje więcej, niż dwie osoby. W kilku przypadkach pojawiało się trzech lub czterech pracujących. Udział pełnego zatrudnienia, umów o pracę jest znikomy.

Finasowanie to syndrom „pustej kasy” i jeden z głównych problemów działania prywatnych podmiotów kulturalnych.

Usługi szkoleniowe i warsztatowe, prowadzenie odpłatnych zajęć oferuje blisko 90 % badanych. Spotkania, wykłady, spektakle, projekcje filmowe i inne to działalność ponad połowy prywatnych ośrodków.

Gastronomiczna działalność prowadzona jest w blisko połowie badanych miejsc, także wynajmowanie przestrzeni, wynajmowanie i wypożyczanie wystaw, rekwizytów, sprzętu. Dotacje i granty zdobywa nieco ponad połowa podmiotów, a darowizny, w tym 1%, otrzymują praktycznie wszyscy.

Marketing bezpośredni, poczta pantoflowa i sami swoi – to najpowszechniejsze formy komunikacji.

Ulotki, plakaty, informacje drukowane – przygotowują i publikują wszyscy.

Upowszechniające się komunikacje społecznościowe to: Facebook – ponad 90 %, następny – choć tylko z 30 % użytkowników – jest Instagram. W kilku przypadkach deklarowano promocję poprzez blogi.

“ „Miejsce dla wszystkich” to idea większości z podmiotów. Praktyka codziennej działalności weryfikuje to ambitne założenie. „Dzieci będą tam mogły skorzystać z bezpłatnych korepetycji, a dorośli z porad prawnych. Kilkaś organizacji i fundacji będzie poprowadzić tam różnego typu zajęcia np. plastyczne, ale zorganizuje też koncerty i przedstawienia. Swoje miejsce spotkań będą tam mieć także seniorzy”.

“ „To jest taka niewdzięczna branża: kultura, książka itp., gdzie wszystko jest spóźnione, nie ma pieniędzy i trudno jest komuś wymyślić taki trzy-miesięczny staż, żeby naprawdę skorzystał, żeby to miało naprawdę ramy. Jeszcze przez swoje doświadczenie korporacyjne, mam poczucie, że powinno tak być, ale cóż, świetnie się odnajduję w takim zamieszaniu w kulturze”.

“ „Instytucje państwowe czy miejskie mają inny budżet. Oni mają w ogóle budżet. Ja nie mam budżetu na imprezy. Muszę wymyślić. Wpada pomysł, żeby zrobić *Dzień wróbla*, to idę na bazar, do ogrodniczego, oni zrzucili się stówę i za to kupiłem deski. I tak to wygląda. Musimy zawsze odnieść się do tego, że fajnie, fajnie, ale zawsze na końcu są pieniądze. Mamy takie założenie, że imprezy muszą na zero wyjść i tyle. Nie musimy zarabiać na tym, ale żeby na zero wyszło”.

b) relacje i współpraca:

jak wyglądają relacje i współpraca z otoczeniem społecznym, pozarządowym, administracyjnym i biznesowym?

Prywatne ośrodki kultury prowadzą przede wszystkim: rodzina, znajomi, krewni organizatorów i uczestników (najczęściej dzieci).

Uczestnikami są najczęściej osoby z sąsiedztwa. Przedsięwzięcia – lokalne i dla mieszkańców bliskiego otoczenia. Specjalne działalności – jak festiwale koncerty, pokazy, przyciągają uczestników z zewnątrz.

Uczestnicy najczęściej zgłaszają się sami.

Siedziba i lokalizacja są ważne. Większość podmiotów ma siedzibę i to nie w byle jakim miejscu.

Współpraca z otoczeniem – przede wszystkim społecznym i animacji kulturowej. Odnotowaliśmy kilka przypadków kooperacji z organizacją wyznaniową.

3/4 badanych współpracuje i to według prawidłowości, że jeśli nastawieni są (zmuszeni) do współpracy w jakiejś dziedzinie, kooperują i w innych. Jeśli nie współpracują, najczęściej nie podejmują wspólnych działań z żadną instytucją, czy organizacją.

Samorządy i lokalne administracje nie promują prywatnych działalności. W niewielkim stopniu angażują się we współpracę – najczęstsza to wynajmowanie usług.

Odbiorcami są przede wszystkim osoby dorosłe wieku 25 – 50 lat, w ponad połowie prywatnych działalności kulturowych to dominująca grupa. Dzieci i młodzież to około 1/5 uczestników działań, seniorzy stanowią najmniej liczną grupę odbiorców – do 10 %.

“ „Społeczny dom kultury to miejsce, w którym gospodarzami będą sami mieszkańcy, do którego się przyzwyczają i w którym będą chcieli być, dbać o niego, i w którym będą się realizować oraz urzeczywistniać swoje pomysły”.

“ „Czujemy się „ogólnowarszawscy”, ale też czujemy się śródmiejscy, bo bardzo dużo naszych sąsiadów tu przychodzi i to jest fajne. Kiedy przedłużaliśmy starania o ten lokal, to zawsze ta opinia wspólnoty była pozytywna i to też jest strasznie miłe. I tak samo cieszymy się, że mamy dobre stosunki [z sąsiadami] i o tej 22:00 zawsze jest już cisza. Nic nie robimy, choć mogłoby

nas kusić, bo mamy potencjał do tego, aby jeszcze dłuższe te spotkania robić, ale staramy się dobrze żyć i być taką interesującą, ale też zgodną częścią środowiska tutaj."

“ „Szukam teraz lokalu. Zgłosiłam się do urzędu gminy, czy nie mają lokalu dla firmy, zgłosiłam się do każdej możliwej administracji spółdzielni, więc wszędzie mnie znają [śmiech]. Lokal, który najbardziej mi się podobał, był w najlepszym miejscu, musiałby być wyremontowany za kwotę, która jest dla mnie sporą inwestycją. Musiałam w tym momencie zrezygnować z niego. Szukam też prywatnie, w Internecie i mam takich super klientów, którzy mi codziennie wysyłają sms-y, że właśnie jadą na rowerze i widzą, że jest wolny lokal i piszą mi adres ulicy i telefon, co jest kosmosem."

“ „Dobrze łączyć potencjały. Ja ze wszystkimi współpracuję, współpracuję z innymi firmami w okolicy... Nie nastawiam się w żaden sposób do ludzi negatywnie, współpracuję z kim się da. Tak działałam."

c) szanse i bariery:

jak ulepszyć działalność prywatnych, rodzinnych, społecznych, czyli niepublicznych instytucjach kultury?

Promocja, promocja, informacja. Brak informacji, nieaktualne informacje i nieaktualizowane informacje, choć strony internetowe posiadają wszyscy.

Finasowanie. Bez środków finansowych żadne z przedsięwzięć się nie utrzyma, a rynek jest ciągle w pierwszej fazie rozwoju.

Koniecznością jest zróżnicowanie źródeł dochodów, sięgnięcie po granty i dotacje.

Problemem jest praktyczny brak sponsoringu i rozwiniętej kooperacji z biznesem.

Współpraca „ze wszystkimi” jest koniecznością, zarówno z innymi podmiotami prywatnej kultury – sieciowanie, jak i otoczeniem biznesowym, pozarządowym, jak i administracyjnym.

Zadbanie o uczestników, od sąsiadów po incydentalnych bywalców poszczególnych miejsc. Większość grup społecznych i wiekowych jest do zagospodarowania.

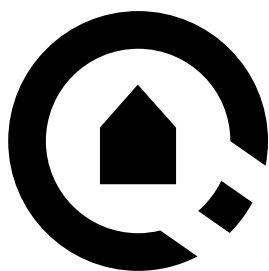
Atrakcyjne warsztaty, spotkania, wystawy, czy zajęcia warto promować.

Koniecznością jest różnicowanie oferty, a jeśli możliwe indywidualizowanie dla szczególnego odbiorcy.

“ „Nasz rozwój jest raczej planowy, ale nie jest to działalność korporacyjna, w której liczy się zysk. Mnie się wydaje, że to trochę warunkuje. Jeśli jest taki plan działania i rozwoju <<punkt po punkcie>> to zawsze kończy się budżetem i spełnianiem tego typu wymogów. U nas oczywiście to jest i planujemy, ale jest cała masa efektów naszej pracy, które są zupełnie niepoliczalne finansowo. To znaczy, jeśli zorganizujemy ciekawe spotkanie, gdzie jest 15 osób, to prawdopodobnie w warunkach komercyjnych zostałoby uznane za fiasko".

“ „Trochę nie myślę biznesowo. Ja bardziej lubię działać, lubię robić te wszystkie rzeczy. Papierkologia jest moim dramatem życiowym na pewno dużym. Moja przyjaciółka jest kompletnie inna, prowadzi swoją działalność

i ma wszystko zapisane co do joty. Myślę, że to ma swój ogromny sens. Ja rzeczywiście robię sobie roczne raporty, bo tak to bym się denerwowała, że 'O! Ten miesiąc był bardzo kiepski!', a miesiąc miesiącowi nierówny".



Monika Maciejewska

Kilka prywatnych ośrodków kultury na Mazowszu

I. DZIKA HISTORIA

Życie jako dzieło sztuki. Kolejne spotkanie z „Dziką Historią”, tym razem nie na Biełanach, ale w Łomiankach. Rozmowa z Pauliną Tyburską, „spiritus movens” tego centrum kultury, to świetna i inspirująca lekcja tego, jak ujmować wszelką aktywność w sposób holistyczny i twórczy. Z dwóch postaw jakie można wybrać, mierząc się z życiem, w „Dzikiej” na pewno dominuje kontakt, nie wycofanie.

Ulica Kolejowa w podwarszawskich Łomiankach. Blisko do dzikiej natury w Puszczy Kampinoskiej, ale jeszcze bliżej do żywiołowej kultury. W błękitnym budynku przy trasie Warszawa-Gdańsk, Paulina Tyburska, założycielka prywatnego centrum kultury „Dzika Historia”, pokazuje, że wszelka aktywność może być różnorodna i kreatywna. Z różnych postaw jakie można wybrać, mierząc się z życiem, dominuje tu otwartość i twórcza ekspresja.

#prywatneośrodkikultury #Mazowsze #DzikaHistoria #Łomianki

II. GALERIA 58

Radom, biegnąca przez miasto reprezentacyjna ulica Stefana Żeromskiego, ciąg XIX-wiecznych kamienic, a na piętrze jednej z nich: Galeria Sztuki 58. Otwarta rok temu w prywatnym mieszkaniu przez dwie artystki: Edytę Jaworską-Kowalską i Weronikę Elertowską.

Spotykamy się w wakacyjnym czasie pomiędzy wystawami. Jedna została niedawno „zdjęta”, wernisaż drugiej planowany jest na początek września. Choć kremowy sześcián galerii pozostaje tymczasem niewypełniony od wewnątrz, to w podwórku, zajęte swoimi działaniami, dają się podglądać postaci ujęte w formie naklejek, wykreowanych przez Annę Matuszewską.

Powołanie miejsca, w którym założycielki prezentują wybranych przez siebie twórców, jest z jednej strony aktem połączenia przestrzeni z innymi miejscami, a nawet miastami, a z drugiej działaniem mającym wpływać na realną rewitalizację tego, co jest i będzie w centrum Radomia. Działalność Galerii Sztuki 58 to jednocześnie manifest artystyczny i interwencja społeczna.

#prywatneośrodkikultury #Mazowsze #Radom #Galeria58

III. STACJA FALENICA

Stacje benzynowe, lotniska, dworce autobusowe i kolejowe kojarzyć się mogą z przestrzeniami odseparowanymi od lokalności, które odwiedzamy bez szczególnego namysłu, ale i sentymentu. Niejako „w biegu” z „domu” do „miejsca przeznaczenia”.

W tym kontekście Kinokawiarnia Stacja Falenica, do której wybraliśmy się 3 tygodnie temu razem z Pawłem Heppnerem ze Stowarzyszenie „Z Siedzibą w Warszawie”, jawi się zupełnie inaczej. Tu, w dawnym budynku dworca kolejowego, troje prawdziwych miłośników kina, stworzyło nie tylko „miejsce”, ale i prawdziwe „centrum”.

“ „Gdzie indziej można obejrzeć dobry film na ekranie, za którym kursują pociągi, w kinie, do którego wejść można wprost z peronu?” Ale to jeszcze nie wszystko. Nazwa kinokawiarnia nie jest przypadkowa. W sali kinowej, która mieści się w dawnej hali biletowej przedwojennego dworca zamiast klasycznych foteli kinowych są stoliki i wygodne krzesła, co pozwala łączyć radość picia dobrej kawy z oglądaniem filmów. Sprawia, że nasza przestrzeń jest maksymalnie elastyczna, w kilka chwil zamienia się w salę teatralną, koncertową konferencyjną, czy parkiet do tańca. Obok sali kinowej, w pomieszczeniach dawnego baru dworcowego znajduje się też kawiarnia, serwująca zimne przekąski, świetną kawę i równie szlachetną herbatę oraz księgarnia”.

http://stacjafalenica.pl/?page_id=504

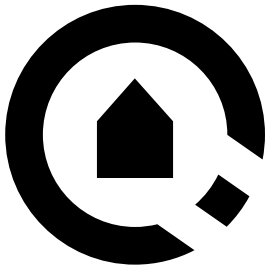
#prywatneosphrodekikultury #Mazowsze #Falenica #StacjaFalenica

IV. AKADEMIA ROBOTYKI LEGO

Wracamy do Radomia. Dwa tygodnie temu razem z Pawłem Heppnerem ze Stowarzyszenia „Z Siedzibą w Warszawie” odwiedziliśmy robocamp.radom.pl podczas trwających w Akademii Robotyki Lego półkolonii. Jeżeli nadal wydaje Wam się, że technologia jest „zimna” i „zdehumanizowana”, powinniście koniecznie odwiedzić to miejsce! Radom to jedno z głównych miast tworzonego przed wojną Centralnego Okręgu Przemysłowego. Dziś, prawie 80 lat później, siedziba między innymi Akademii Robotyki Lego – prywatnego centrum edukacyjnego, w którym najmłodszy poznają sztukę programowania.

Właścicielce, Paulinie Szczepaniak wraz z mężem, synem i pracownikami udało się stworzyć przyjazną dzieciom (i rodzicom :) instytucję, w której proces edukacyjny nastawiony jest na kompleksowe rozwijanie wiedzy i umiejętności (także tych społecznych!), a technika nierozdzielnie związana jest z naturą i życiem człowieka.

#prywatneosphrodekikultury #Mazowsze #Radom #AkademiaRobotykiLego



Ewa Majdecka

Kilka prywatnych inicjatyw kulturalnych w Warszawie

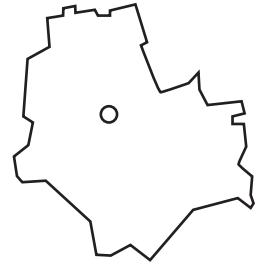
Faktyczny Dom Kultury

ul. Gałczyńskiego 12, Warszawa

Fundacja Instytut Reportażu od swojego początku stopniowo rozwija się. Po księgarni-kawiarni i Szkole Reportażu przyszedł czas na otwarcie Faktycznego Domu Kultury. Od 2014 roku odbywają się tam wydarzenia związane z reportażem. Zwiększająca się popularność tego gatunku sprawia, że spotkania w FDK mają wielu gości. W Faktycznym Domu Kultury można poznać swojego ulubionego reportażystę lub reportażystkę, posłuchać fragmentów ich książek, podyskutować o opisywanej przez nich rzeczywistości. FDK ma stałe grono osób dopytujących o kolejne wydarzenia.

W ich trakcie zachęca się do kupowania napojów (również alkoholowych). Naprzeciwko FDK mieści się Wrzenie Świata – kawiarnia i księgarnia Instytutu Reportażu. Oba miejsca uzupełniają swoją ofertę. To nie tylko element swobody w FDK, ale też sposób na zarabianie, by móc organizować te w większości bezpłatne wydarzenia.

informacje o bieżących wydarzeniach na fanpage'u Instytutu Reportażu na Facebooku: www.facebook.com/instytutreportazu/?fref=ts.

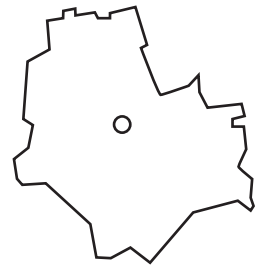


Osiedle Jazdów

Odbudowa Warszawy po II wojnie światowej rozpoczęła się na Osiedlu Jazdów. Drewniane domki fińskie, w założeniu tymczasowe, służyły twórcom odbudowy. Były zbudowane wokół kręgów, ze wspólnymi ogrodami i bez ogrodzeń. Osiedle przetrwało do XXI wieku, ale wiele z budynków zostało w międzyczasie rozebranych – na budowę Ambasady Francuskiej, Niemieckiej czy Trasy Łazienkowskiej. Rok 2011 był przełomowy dla osiedla. Władze dzielnicy Śródmieście postanowiły zburzyć wszystkie pozostałe domki, by przeznaczyć teren na cele komercyjne. Założona wtedy inicjatywa Otwarty Jazdów, do której należeli mieszkańcy i aktywiści miejscy, walczyła, by osiedle pozostało w niezmienionym kształcie. Kilka kolejnych domków zostało rozebranych, ale ostatecznie w 2015 roku udało się podpisać list intencyjny w sprawie uznania przychylnych osiedlu wyników konsultacji społecznych.

Nie wszyscy mieszkańcy osiedla doczekali do tego zakończenia i wyprowadzili się z osiedla wcześniej. Puste domki postanowiono przeznaczyć na cele społeczno-kulturalne. W 2016 roku domków, które w wyniku konkursu zostały wynajęte partnerom społecznym (przede wszystkim organizacjom pozarządowym) było siedemnaście. Planowane są kolejne konkursy o dzierżawę. Opisy trzech społeczno-kulturalnych miejsc znajdują się poniżej. Na osiedlu nadal są zamieszkałe domki, ale w 2016 roku jest ich mniej niż "domków pozarządowych".

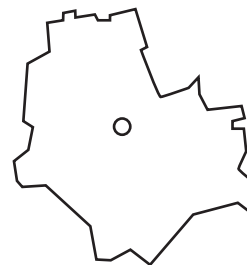
Więcej informacji o osiedlu znajduje się na jego stronie internetowej: www.jazdow.pl/pl



Otwarta Pracownia

ul. Jazdów 3/6, Warszawa

Architektom ze Stowarzyszenia Akademickiego z Wydziału Architektury Politechniki Warszawskiej przy okazji ubiegania się o wynajęcie domku fińskiego zaproponowano połączenie sił z Oddziałem Mazowieckim Towarzystwa Opieki nad Zabytkami. W ten sposób w domku przy ul. Jazdów 3/6 powstały w 2016 roku dwie inicjatywy – architektoniczna Otwarta Pracownia oraz Muzeum OdBudowy TOnZ. Obie nawiązują do historii Osiedla Jazdów.



Otwarta Pracownia ma za sobą silną studencką społeczność. Stowarzyszenie Akademickie WA PW od lat działa na rzecz integrowania środowiska architektów, w tym szczególnie zbliżania do siebie świata akademickiego i zawodowego. Dzięki temu wystarczy jedno ogłoszenie, by na wydarzeniu w Otwartej Pracowni pojawiło się kilkadziesiąt lub więcej osób. Bez względu na to czy jest to sprzątanie i remont domku, czy wernisaż.

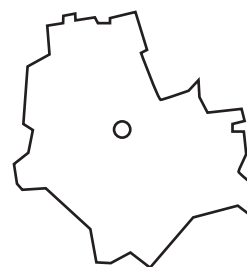
Założyciele Otwartej Pracowni udostępniają przestrzeń studentom na ich indywidualne lub grupowe prace projektowe. Organizują wykłady o architekturze, pokazy filmów i wernisaże. Chcą, by studenci mogli na Jazdowie eksperymentować, ale też tworzyć elementy przestrzenne, które odpowiadają na potrzeby osiedla.

informacje o bieżących wydarzeniach na fanpage'u Otwartej Pracowni na Facebooku: www.facebook.com/otwartapracowniajazdow/?fref=ts

Ambasada Muzyki Tradycyjnej

ul. Jazdów 3/20, Warszawa

Ambasada to miejsce dla osób związanych z "niestylizowaną muzyką tradycyjną", jak piszą jej założyciele. Choć mieści się w centrum Warszawy, dzięki dzierżawieniu jednego z domków fińskich na Jazdowie, udostępnia cichą i otoczoną ogrodem oraz drzewami przestrzeń. Można powiedzieć, że to namiastka wsi w mieście.



W Ambasadzie odbywają się potańcówki, koncerty, przedstawienia muzyczne, spotkania ze śpiewaniem, warsztaty śpiewacze i instrumentalne. Nie korzysta się z nagłośnienia, ale żywy charakter muzyki sprawia, że swoją energią wypełnia ona okolicę. Zainteresowanych tym gatunkiem muzyki jest coraz więcej, do czego przyczynia się również Ambasada.

Dzięki wygraniu konkursu na dzierżawę domku Stowarzyszenie Dom Tańca prowadzi Ambasadę od 2014 roku, gdzie współtworzy społeczno-kulturalną ofertę Osiedla Jazdów. Ich przedstawiciel należy do Rady Programowej Rotacyjnego Domu Kultury – oddziału Śródmiejskiego Domu Kultury, który powstał dzięki budżetowi partycypacyjnemu. Z miejskich środków wyremontowano jeden z domków fińskich i Rada na podstawie złożonych wniosków udostępnia jego przestrzeń na projekty społeczno-kulturalne. Myślenie o Osiedlu Jazdów jako całości jest dla organizatorów Ambasady istotne – zarówno w kontekście dzielenia się posiadanymi zasobami, jak i negocjowaniu planów przyszłości tej części Warszawy.

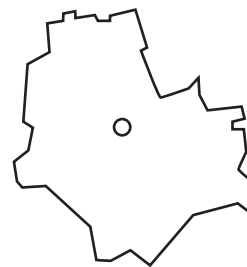
Ambasada jest otwarta na muzyków i ich słuchaczy. Chcę rozpowszechniać muzykę tradycyjną i każdy, komu zależy na tym samym, jest w Ambasadzie mile widziany – ze swoim zespołem, przedstawieniem, wykładem czy warsztatami.

Informacje o bieżących wydarzeniach na fanpage'u Ambasady Muzyki Tradycyjnej na Facebooku: www.facebook.com/ambasadamuzykitradycyjnej/?fref=ts

Motyka i Słońce

ul. Jazdów 3/9, Warszawa

Motyka i Słońce to miejsce skupiające działania na rzecz ekologii w mieście, zrównoważonego rozwoju, zieleni w mieście, idei współdzielenia, kooperatywności. Część z tych działań ma miejsce w domku lub jego okolicy, o innych organizatorzy starają się mówić podczas warsztatów, udostępniać przestrzeń dla osób, które w różny sposób dzielą się swoją wiedzą i pasją.

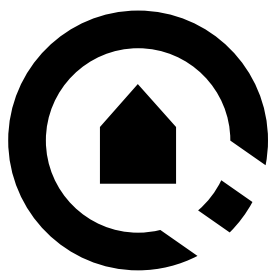


Domkiem zarządzają dwie organizacje – Fundacja Łąka i Pracownia Dóbr Wspólnych. W ogrodzie założono ogród społecznościowy. Kilkanaście osób pracuje w nim przez cały rok, by później korzystać z jego owoców. Wspólnie zbudowano również piec, z którego korzystać mogą członkowie ogrodu społecznościowego.

W sezonie jesienno-zimowym 2016 roku otworzono Solatorium. To przestrzeń wypełniona roślinami i lampami antydepresyjnymi. Ma pomóc w stworzeniu letniej atmosfery, dzięki której jej goście poczuć się bardziej zrelaksowani.

Współzałożycielka Motyki i Słońca uczestniczyła w działaniach mających na celu zachowanie Osiedla Jazdów od początku zagrożenia jego likwidacją. Utrzymanie połączenia funkcji mieszkalnych i społeczno-kulturalnych jest istotne w szybko zmieniającej się wielkomiejskiej stolicy. Przestrzeń z dużą liczbą roślin i niską zabudową w centrum miasta to coś, co należy chronić i promować jako przykład zrównoważonego rozwoju. W ten sposób Motyka i Słońce realizuje swoje ideały w praktyce.

Informacje o bieżących wydarzeniach na fanpage'u Motyki i Słońca na Facebooku: www.facebook.com/motykaaislonce/?fref=ts



Małgorzata Jaszczołt

**Galerianka. Sztuka bez sztucznych dodatków.
Autorski koncept Kamili Hyskiej²**

Już sam podtytuł galerii Galerianka - „Sztuka bez sztucznych dodatków” sugeruje odarcie podejścia do sztuki z towarzyszącej jej niekiedy „sztuczności” i elitarności oraz „proste” rozwiązania, by sztuka mogła służyć „każdemu” i by ten „każdy”, przede wszystkim chciał zakosztować sztuki, spróbować ją ośwoić i zaimplantować do własnego życia. Zakres działalności Galerianki to dwa zdania „Robimy w sztuce³, prowadzimy sklep⁴, wspieramy artystów⁵, piszemy bloga⁶ i jesteśmy otwarci na współpracę⁷. Bez sztywności, nadęcia i powielania stereotypów”. Dla instytucji

² <http://galerianka.com.pl/>

³ <http://galerianka.com.pl/portfolio/>

⁴ <https://sklep.galerianka.com.pl/>

⁵ <http://galerianka.com.pl/artystyci/>

⁶ <http://galerianka.com.pl/blog-o-sztuce/>

⁷ <http://galerianka.com.pl/organizacja-wystaw-sztuki/>

i firm Galerianka oferuje projektowanie, organizowanie wystaw oraz eventów kulturalnych, dla miłośników sztuki z kolei mobilną i internetową galerię sztuki, a dla artystów doradztwo w stworzeniu e-portfolia i reprezentowania na rynku sztuki.

Za tą inicjatywą stoi jednoosobowo Kamila Hyska, młoda, energiczna, „pozytywnie zakręcona” studentka historii sztuki na Uniwersytecie Warszawskim, autorka licznych krytycznych artykułów (o świecie sztuki i organizacji wydarzeń), a jednocześnie event manager, która swoje doświadczenie w tej branży postanowiła przekuć na działalność na polu sztuki. Galerianka to jej „pierwsze dziecko” własna, autorska inicjatywa powstała na bazie doświadczeń w branży eventowej, wychodząca naprzeciw oczekiwaniom konsumentów, wynika z chęci przybliżenia ludziom sztuki jako dostępnej „wszystkim”, a więc „sztuki demokratycznej”, ale w tym momencie koncentrując się głównie na odbiorcach w dużych miastach, ponieważ założycielka Galerianki i managing director w jednej osobie, pochodzi z Warszawy i taki „target” jest jej najbliższy⁸.

W „statementie” Galerianki można przeczytać: „Jak sama nazwa wskazuje w Galeriance podchodzimy z dystansem do „świata sztuki”. Obdzieramy go z różnych mitów. Poddajemy się autokrytyce. Angażujemy, rozśmieszamy i prowokujemy. Jesteśmy idealistami (...)”⁹. Galerianka, rozwijając swój szeroki wachlarz możliwości, kusi przyszłych współpracowników: „Tworzymy, opowiadamy, projektujemy, wymyślamy. Szukasz pomysłów? To już wiesz, do kogo uderzyć. Nie musisz dziękować”¹⁰. To ostatnie zdanie dodane zostało przekornie, ponieważ edukacyjna oferta poprzez sztukę, dotyczy też działalności prospołecznej, polegającej na pomocy i promocji młodych artystów, projektowaniu ich profesjonalnych portfolio, wychodzeniu ze sztuką w przestrzeń wielkomiejską¹¹, organizowaniu warsztatów dla dzieci¹², realizacji nietuzinkowych wystaw¹³, uczestnictwie w konferencjach¹⁴ i seminariach podejmujących tematy pozainstytucjonalnej działalności kulturotwórczej¹⁵. Czynnikiem biznesowy natomiast zawiera sprzedaż prac młodych, ideowych artystów, a właściwie artystek, z którymi związana jest Kamila Hyska, a które dotyczą tematów ciała, cielesności, seksualności, religijności, mody i generalnie współczesnej egzystencji młodych ludzi, ich indywidualnych rozterek, przemyśleń, sięgania do różnych form artystycznej, zaangażowanej wypowiedzi. Przykładem jest tu współpraca z artystką Agnieszką Strzeżek przy jej pomysle o przewrotnym tytule *Prosta Miłotna Poezja* – zaowocowała serią plakatów i podkoszulek, z „rzucanymi” prowokacyjnymi tekstami, które można kupić w sklepie Galerianki¹⁶.

Z cyberprzestrzeni na ulice wielkich miast wyjechał z kolei w roku 2016 Art Truck Gallery, w kultowej srebrnej amerykańskiej przyczepie Art Stream i odwiedził Soho Factory i Klub Miłość w Warszawie oraz Halę Stulecia we Wrocławiu. Mobilny truck, magnetycznie przyciągając przechodniów, oferował im autorską galerię ze współczesną sztuką młodych polskich artystek. To odwrócenie sytuacji, kiedy to galeria na kółkach przyjeżdża do widza i zaprasza w sposób niekonwencjonalny

⁸ Kamila Hyska kibicuje powstałej niemalże jednocześnie inicjatywie „Szalona galeria”, która z kolei w swojej odwiedzała małe miejscowości <https://www.facebook.com/szalonagaleria/?fref=ts>

⁹ I dalej „(...) Dążymy do tego, żeby ludzie przestali kojarzyć słowo „sztuka” z czymś nudnym, sztywnym i hermetycznym. Jak to robimy? Łączymy doświadczenie w marketingu i eventach z pasją do sztuki i wiedzą akademicką. Naszym klientem jest zawsze odbiorca / użytkownik / uczestnik. Walczymy o spełnianie jego potrzeb”. <http://galerianka.com.pl/organizacja-wystaw-sztuki/>

¹⁰ <http://galerianka.com.pl/portfolio/>

¹¹ <http://galerianka.com.pl/portfolio/pierwszy-polsce-art-gallery-truck/>

¹² <http://galerianka.com.pl/portfolio/warsztaty-artystyczne-dla-dzieci-wodne-memory/>

¹³ <http://galerianka.com.pl/portfolio/wystawa-targach-sztuki-iaf-warsaw/>

¹⁴ <http://galerianka.com.pl/portfolio/wystapienie-konferencji-5-days-5-ways/>

¹⁵ <http://galerianka.com.pl/portfolio/udzial-panelu-dyskusyjnym-seminarium-dla-prywatnych-podmiotow-kultury/>

¹⁶ <https://sklep.galerianka.com.pl/brand/prostamilosnapoezja/>

do obcowania ze sztuką, miało na celu „oswojenie” ze sztuką w innej scenerii, niż klasyczna „biała galeria” (white cube) i interaktywne przekonanie odwiedzających (osoby w każdym wieku, zainteresowane sztuką, modą, designem, zdrową żywnością, współczesnymi trendami), że sztukę warto „konsumować”. Cel tego przedsięwzięcia – bezpłatne „karmienie” sztuką, oferowane w modelu mobilnej edukacji jest idealnym spełnieniem idei Galerianki „Naszym klientem jest zawsze odbiorca / użytkownik / uczestnik. Walczymy o spełnianie jego potrzeb”¹⁷. Poprzez ten projekt Galerianka buduje konsekwentnie swoją markę w „buzz marketingu”, a sądząc po pozytywnym odbiorze i rozgłosie (w mediach)¹⁸ – Art Truck Gallery na trwałe wpisze się w jej zasób treściowy i pozwoli bazować na utrwalonym wizerunku, by następnie postępować sprzedażowo, zbierać zlecenia i tworzyć własną bazę klientów.

Fizycznie i namacalnie nie można Galerianki zobaczyć i dotknąć. Ale można ją zaprosić do współpracy przy projektach w obszarze „design thinking” (myślenie projektowe) po to by otrzymać marketingowo nietuzinkowy towar¹⁹. A każdy kreowany przez Galeriankę projekt wynika z obserwacji aktualnych trendów konsumenckich i chęci zerwania z niedostępnością i hermetycznością oraz stereotypami i schematami w postrzeganiu sztuki, a także zaoferowania jej w sposób przystępny. Przypadek fuzji działań społecznych, ideowych w powiązaniu z regularną działalnością biznesową jest ciekawym podejściem, pokazującym, że te dwubiegunowe działania są możliwe, zazębiają się i wynikają jedno z drugich, a podstawy event managementu i studia historii sztuki oraz pełne zaangażowanie Kamili Hyskiej, pozwoliły na zgrabny mariaż w koncepcie marki Galerianka. Jak mówi Kamila Hyska, „dla mnie najważniejsza jest zmiana sposobu myślenia na temat sztuki i jej roli w kulturze”, w czym zawiera się szeroko rozumiany kontakt ze sztuką koncepcyjną i zaangażowaną z dużym ładunkiem emocjonalnym i uczestnictwo w związanych ze sztuką imprezach. Kamila Hyska podkreśla też, że wszystko co robi, jest bardzo osobiste, przefiltrowane przez jej emocje, doświadczenia, intuicję.

Każdy wzrost uczestników kultury wpływa na pozytywne zmiany społeczne, a szerokie spektrum działań na polu sztuki Kamili Hyskiej rozpala chęć ich śledzenia w przyszłości.

Informacje pochodzą ze strony internetowej Galerianki oraz wywiadu przeprowadzonego z Kamilią Hyską we wrześniu 2016 roku.

<https://www.tumblr.com/search/prosta%20mi%C5%82osna%20poezja>

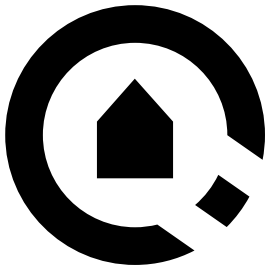
<http://bartoszmindewicz.natemat.pl/117413,wulgarne-sprosne-wierszyki-czy-genialna-zabawa-forma-prosta-poezja-mi-losna>

¹⁷ <http://galerianka.com.pl/organizacja-wystaw-sztuki/>

¹⁸ <http://galerianka.com.pl/portfolio/pierwszy-polsce-art-gallery-truck/>

¹⁹ Za Portal Poradnik Przedsiębiorcy: 'Design thinking' to metoda twórczego rozwiązywania problemów, która po raz pierwszy została zdefiniowana w latach 60. w Stanach Zjednoczonych. Jej celem jest dostarczanie innowacyjnych rozwiązań poprzez wykorzystywanie specyficznych metod pracy, pobudzających kreatywność. Wszystkie działania przekładane są później na schemat biznesowy.

www.poradnikprzedsiębiorcy.pl/-design-thinking-czym-jest (dostęp 22.12.2016).



Monika Maciejewska

Kilka uwag o prywatnej działalności kulturalnej na Mazowszu

Prywatne instytucje kultury wywołują wiele niespodziewanych i zaskakujących wrażeń. Kolejne spotkania i rozmowy z ich twórcami coraz mocniej przekonywały mnie, że poszczególne działalności nie tyle odzwierciedlają, a są przede wszystkim sposobem wyrażania ich osobowości, doświadczeń i przekonań.

Szczególnie wyraźne i podkreślane było nieoddzielanie „życia” od „pracy”. Czasem było to wyrażane wprost: „firma to ja”, czy „gdzie ja, tam firma”, albo w opisywaniu swoich przedsięwzięć nierozdzielnie związanych z własnym kręgiem rodzinnym, przyjacielskim, czy „branżowym”.

Mogłoby się wydawać, że tak zbudowana działalność nastawiona jest raczej „do wewnątrz” i jest to zamknięty „mikroświat” aktywisty, czy animatora... „Ten świat” jest jednak tworzony głównie dla drugiego człowieka. Propozycje i działalności skierowane są dla uczestników, którzy po swojemu oglądają, doświadczają i interpretują oferty. A dla samych twórców, organizatorów ośrodka kultury to zasadnicza forma interakcji i komunikacji ze światem zewnętrznym.

I. „Epoka wielkich odkryć”

W zawołaniu, często zaproszeniu: „chodź, pokażę ci coś”, zawarta jest jakaś potrzeba ekspresji, komunikacji i podzielenia się z innymi osobami, swoimi zainteresowaniami, fascynacjami, czasem i odkryciami. Tę potrzebę kontaktu i wymiany, ubraną w rozmaite kostiumy, znajdowałam w wielu wypowiedziach twórców i pracowników badanych instytucji kultury: domów, ośrodków, galerii, czy muzeów²⁰.

Choć czasownik „pokazać” stereotypowo kieruje naszą uwagę w stronę wrażeń wyłącznie wzrokowych, obejmuje też stany, w których odbiór świata dokonywany jest za pomocą więcej, niż jednego zmysłu. „Spoglądanie” można umieścić w powiązaniu funkcjonalnym z „podziwianiem”, „poznawaniem”, „rozumieniem”, czy właśnie „działaniem”.

„Moje muzeum powstało też z potrzeby pokazania, że w innych kulturach, uznawanych przez nas za prymitywne ludzie żyją podobnymi wartościami, jak my – mówi Michał Malinowski, dyrektor i kustosz [prywatnego] muzeum Bajek Baśni i Opowieści”²¹. Ale i muzea, nawet te obejmujące tak niematerialne zjawiska jak opowieści, kojarzą się nie tylko z gromadzeniem niezwykłości, ale i ich udostępnianiem (np. ekspozycją), to ledwie mała część, spośród przykładów prywatnych instytucji kultury stosujących podobną narrację.

²⁰ Archiwum badań etnologicznych prywatnych ośrodków kultury w województwie mazowieckim pt. Prywatne Podmioty Kultury 2016 oraz Muzeum Prywatne 2015. Wizualnie przeprowadzone w ramach Mazowieckiego Obserwatorium Kultury, powołanego przez Mazowiecki Instytut Kultury w Warszawie. Badania i analizy przygotował Ośrodek Badań Kulturowych, działający przy Fundacji Ari Ari, a część wizualną zrealizowało Stowarzyszenie „Z Siedzibą w Warszawie”.

²¹ www.polskieradio.pl/10/485/Artykul/967787,Dzielenie-sie-opowieścia-to-podstawowa-potrzeba-człowieka (dostęp: 21.12.2016).

W ciągu ostatnich kilku lat zaobserwować można znaczący wzrost powstawania prywatnych podmiotów, chcących dzielić się swoimi „odkryciami”: wiedzą, umiejętnościami i wyrażaniem otaczającego świata.

„Przyroda jest wszędzie, nie trzeba wyjeżdżać w głąsę, wystarczy dobrze się rozejrzeć. Chcemy pokazać Wam piękny i bogaty świat miejskich owadów, roślin i ptaków. Opowiedzieć o życiu istot, które żyją tuż obok nas”²², piszą o sobie przyrodnicy z „biura przewodników” Dzika Ochota. Modele czy reprezentacje świata odnaleźć możemy nie tylko w muzeach, choć tam ich obecność wydaje się oczywista... Obecne są i w innych instytucjach, także tych, których siedziba jest tam, gdzie ich właściciel lub jego pracownik.

Dzika Historia. Podróżujący dom kultury

Na stronie internetowej prywatnego centrum kultury, założonego kilka lat temu przez Paulinę Tyburską, znajduje się taki opis: „Dzika Historia to Centrum Kultury, które powstało, by łączyć pasjonatów różnych dziedzin sztuki, sportu i sfer związanych z własnym rozwojem. Nasi instruktorzy pobudzą w Tobie chęć wyjścia z domu i spróbowania rzeczy, których dotąd nie próbowałeś, a dzieci odkryją nieznane im dotąd zainteresowania”.

Dzika Historia działała do niedawna w dwóch miejscach: na Bielanach w Warszawie i w Łomiankach. Po opuszczeniu lokalu, w którym mieściła się warszawska siedziba, działalność centrum skupiła się w Łomiankach... Do czasu. „Zima 2016 to dziki powrót do formuły Mobilnego Centrum Kultury. Zastaniecie nas obecnie w kilku miejscach w Warszawie Łomiankach, a czasem również w innych miastach Polski”, pisała Paulina Tyburska w jednym z organizacyjnych newsletterów.

Akademia Robotyki Lego. Świat z klocków Lego



²² www.dzikaochota.pl/#0_Nas (dostęp: 23.12.2016).

Galeria 58. Paris, Tokyo, London, Radom

W niektórych środowiskach charakterystyczna, płócienna torba z napisem „Paris, Tokyo, London, Radom” zyskała status kultowej²³. Autorką lokalnej wariacji na temat popularnego cytatu, jak i jego plastycznej oprawy jest Ola Szmida, ilustratorka, która w marcu 2016 roku pokazała swoje grafiki i film w radomskiej Galerii 58. Misją Edyty Jaworskiej-Kowalskiej i Weroniki Elertowskiej, założycielek autorskiej Galerii 58, jest prezentacja prac wyjątkowych artystów.

Kinokawiarnia Stacja Falenica. Ruch i trwanie

Falenica. Do lat 50. samodzielne miasto i lotnisko, dziś część warszawskiej dzielnicy Wawer. Osiedle o kilku, migrujących „centrach”. Jeden z twórców stacji wskazywał: „Ale ta nasza lokalność to dla nas bardzo ważny sygnał, a także atut. Okazało się, że jesteśmy ważnym miejscem dla mieszkańców, że przychodzą do nas, aby rozmawiać, poznawać historię Falenicy i całej linii otwockiej. Falenica przed wojną była niezwykle miejscowością - działały tu kina, teatr, liczne restauracje, organizacje”²⁴.



II. Plany, efekty i życie. (Nie)Przewidywalność

Prywatne ośrodki kultury to przedsięwzięcia obciążone niepewnością i wieloma niewiadomymi. Jak wskazują niektórzy teoretycy, u podstaw skutecznego zarządzania i zapewnienia stabilności, znajduje się subiektywne poczucie możliwości przewidzenia postępowania czy dalszych losów. Działania ujęte w normy, przepisy i plany, mają sprawić, że będą one obciążone mniejszym ryzykiem (dla uczestników, donatorów, kontrahentów), a więc dawać poczucie względnego bezpieczeństwa.

Instytucjonalizacja (np. wybór formy prawnej, w ramach której się działa), w pewnym momencie stała się niezbędna dla twórców prywatnych działalności, choćby ze względu na możliwość pozyskiwania środków. Jednak pełne sformalizowanie działań, które ma wprowadzać wzorce zachowania, strukturę i procedury (niestety, biurokratyczne), postrzegane jest przez część badanych jako trudne wyzwanie. „Nasz rozwój jest raczej planowy, ale nie jest to działalność korporacyjna, w której liczy się zysk. Mnie się wydaje, że to trochę warunkuje, jeśli jest taki plan działania i rozwoju <<punkt po punkcie>>, to zawsze kończy się budżetem i spełnianiem tego typu wymogów. U nas oczywiście to jest i planujemy, ale jest cała masa efektów naszej pracy, które są zupełnie niepoliczalne finansowo. To znaczy, jeśli zorganizujemy ciekawe spotkanie, gdzie jest 15 osób, to prawdopodobnie w warunkach komercyjnych zostałoby uznane za fiasko”.

²³ I. Gajewska-Kopczyńska, <<Galeria 58>> w Radomiu zaprasza na wernisaż, www.echodnia.eu/radomskie/kultura/zapowiedzi/a/galeria-58-w-radomiu-zaprasza-na-wernisaz,9944594, (dostęp 20.12.2016).

²⁴ www.warszawa.wyborcza.pl/warszawa/1,34861,12229801,Stacja_dobre_kino_Co_przyciaga_widzow_do_Falenicy_.html, (dostęp 20.12.2016).

Różnica pomiędzy sposobami organizowania „przyszłości” przez ludzi, tkwi w sposobach opanowywania niepokoju i niewiedzy. Jedni z wyprzedzeniem tworzą szczegółowe plany lub dokumentację, starając się „zdeteminować przyszłość, która jeszcze nie nadeszła i przeszłość, która nie jest do końca zrozumiała”. Inni unikają wszelkich zestawień, harmonogramów, stawiając bardziej na działanie bieżące, żywiołowe i interakcyjne.

“ „Trochę nie myślę biznesowo. Ja bardziej lubię działać, lubię robić te wszystkie rzeczy. Papierkologia jest moim dramatem życiowym na pewno dużym. Moja przyjaciółka jest kompletnie inna, prowadzi swoją działalność i ma wszystko zapisane co do joty. Myślę, że to ma swój ogromny sens. Ja rzeczywiście robię sobie roczne raporty, bo tak to bym się denerwowała, że, o! ten miesiąc był bardzo kiepski, a miesiąc miesiącowi nierówny”.

Atutem pierwszych ma być stabilność i przewidywalność, drugich jakość, wartość społeczna i elastyczność. Z pewnością to duże uogólnienie, ale wskazujące niektóre z barier i trudności, z którymi borykają się twórcy i pracownicy prywatnych podmiotów kultury. „To jest taka niewdzięczna branża: kultura, książka itp., gdzie wszystko jest spóźnione, nie ma pieniędzy i trudno jest komuś wymyślić taki trzymiesięczny staż, żeby naprawdę skorzystał, żeby to miało naprawdę ramy. Jeszcze przez swoje doświadczenie korporacyjne, mam poczucie, że powinno tak być, ale cóż, świetnie się odnajduję w takim zamieszaniu w kulturze”.

Niedostatek pieniędzy, czasu, miejsca, pracowników, to tylko część z problemów, z którymi mierzą się zarządzający prywatnymi podmiotami. Realizacja działań wiąże się z licznymi zabiegami, które pochłaniają większość zasobów. Jednym z najczęściej wymienianych sposobów walki z deficytem jest, i to kolejne zaskoczenie, współpraca. „Instytucje państwowe czy miejskie mają inny budżet. Oni mają w ogóle budżet. Ja nie mam budżetu na imprezy. Muszę wymyślić. Wpada pomysł, żeby zrobić Dzień wróbla, to idę na bazar, do ogrodniczego, oni zrzucili się stówę i za to kupiłem deski. I tak to wygląda. Musimy zawsze odnieść się do tego, że fajnie, fajnie, ale zawsze na końcu są pieniądze. Mamy takie założenie, że imprezy muszą na zero wyjść i tyle. Nie musimy zarabiać na tym, ale żeby na zero wyszło”.

Brak ściśle sformalizowanego działania i elastyczne reagowanie na sytuacje niosące potencjał rozwojowy (także te kryzysowe), organizatorzy prywatnych ośrodków uważają za sprzyjający kreatywnym rozwiązaniom.

“ „Szukam teraz lokalu. Zgłosiłam się do urzędu gminy, czy nie mają lokalu dla firmy, zgłosiłam się do każdej możliwej administracji spółdzielni, więc wszędzie mnie znają [śmiech]. Lokal, który najbardziej mi się podobał, był w najlepszym miejscu, musiałby być wyremontowany za kwotę, która jest dla mnie sporą inwestycją. Musiałam w tym momencie zrezygnować z niego. Szukam też prywatnie, w Internecie i mam takich super klientów, którzy mi codziennie wysyłają smsy, że właśnie jadą na rowerze i widzą, że jest wolny lokal i piszą mi adres ulicy i telefon, co jest kosmosem”.

Współpraca także postrzegana jest jako podstawowe narzędzie do tworzenia innowacji produktowych, społecznych, czy instytucjonalnych. Przykładem takiego (współ) działania mogą być, nie tylko kontakty nieformalne, partnerstwa, ale i formy franchisingu, które choć nadal kojarzą się głównie z gastronomią, obejmują także instytucje kulturalne i edukacyjne. Te ostatnie uważane są zresztą przez prowadzących prywatne podmioty za bardzo kontrowersyjne. Krytycznie oceniane są oferty i realizacje ośrodków czy firm edukacyjnych, określanych jako sztamkowe, nieciekawe i wtórne, psujące „rynek” edukacji kulturalnej, także w wymiarze

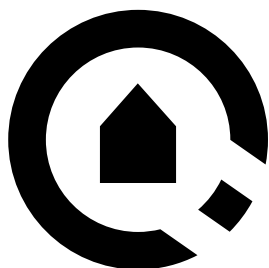
finansowym. „Dotychczasowe pewność i ład ulegają stopniowej anihilacji, a nastawienie na ciągłość, powtarzalność, przewidywalność i zdolność do całkowitej kontroli staje się anachroniczne. Nowa rzeczywistość wymaga zmiany postaw w kierunku zwiększenia elastyczności, wprowadzania innowacji oraz rozwoju działań kreatywnych, które z kolei są charakterystyczne dla ryzyka i niepewności”, twierdzi w artykule poświęconym edukacji biznesowej Lidia Jabłonowska, ekonomistka z Katedry Rozwoju Kapitału Ludzkiego Szkoły Głównej Handlowej²⁵. Podobna narracja, zawierająca postulowaną gotowość na ryzyko, zmianę i postęp, przyjmowana jest często przez samorządy lokalne. W ramach upowszechnianego od ponad dwóch lat program rewitalizacyjnego w Polsce, próbuje się systemowo generować i wspierać społeczne innowacje. Zdarza się, że prywatne ośrodki kultury włączone są w rozmaite polityki miejskie. Przykładem może być inicjatywa warszawskiego ratusza w postaci Miejsc Aktywności Lokalnej, obejmujących także klubokawiarnie i prywatne domy kultury, czy radomski plan rewitalizacji miasta skoncentrowany na wspieraniu miejsc kulturalnych i kulturotwórczych.

Przedsiębiorcze szanse to możliwości tworzone przez ludzi i współpracę z nimi, twierdzi większość badanych twórców i pracowników prywatnych instytucji kultury. Trudne, wręcz niemożliwe do przewidzenia elementy tej „przedsiębiorczej gry”, jak spotkania drugiego człowieka, czy nastawienie na działanie „tu i teraz”, ciekawie koresponduje nie tylko z filozofią spotkania, ale i wynikami badań Saras Sarasvathy z Uniwersytetu Virginii w Darden (USA)²⁶. Według tej amerykańskiej badaczki doświadczonych przedsiębiorców cechuje efaktuacyjna logika myślenia (nie tylko przy tworzeniu innowacji). W przeciwieństwie do myślenia przyczynowego, opartego o przewidywanie nie tylko rezultatu końcowego, ale i etapów częściowych, myślenie efaktuacyjne (inaczej „realizowane” lub „dokonywane”), skupia się nie na przewidywaniu, ale na działaniu. Sens myślenia „dokonywanego” zasadza się na założeniu, że dopóki możemy kontrolować przyszłość, nie potrzebujemy jej przewidywać. Piecza nad dalszymi losami firmy, czy przedsięwzięcia, opiera się więc na kontroli teraźniejszej, a nie w wyobrażonej, szczegółowej strategii, aktywności, planowaniu. Saras Sarasvathy twierdzi, że pokłosiem myślenia efaktuacyjnego jest takie działanie, które nie się ze sobą nie tyle chęć uniknięcia ryzyka, co osiągnięcie sukcesu. W tym modelu konkurencja zostaje zastąpiona przez sieć aliansów, współtworzenia i współpracy.

„Dobrze łączyć potencjały. Ja ze wszystkimi współpracuję, współpracuję z innymi firmami w okolicy... Nie nastawiam się w żaden sposób do ludzi negatywnie, współpracuję z kim się da. Tak działam”, charakteryzowała właścicielka podwarszawskiego prywatnego centrum kultury i nie było to zdanie odosobnione wśród odwiedzonych podczas badań instytucji. Gospodarowanie deficytem i działanie w środowisku ciągłej niepewności, sprawia, że konieczne staje się otwarcie na innego, nawiązanie relacji oraz chęć wymiany różnie rozumianych wartości: społecznych, kulturowych, ale i finansowych.

²⁵ L. Jabłonowska, *Edukacja Biznesowa w obliczu nowych wymagań rynku – ujęcie modelowe*, www.pte.pl/kongres/referaty/Jab%C5%82onowska%20Lidia/Jab%C5%82onowska%20Lidia%20-%20EDUKACJA%20BIZNESOWA%20W%20OBLICZU%20NOWYCH%20WYMAGA%C5%83%20RYNKU%20%E2%80%93%20UJ%C4%98CIE%20MODELOWE.pdf (dostęp 22.12.2016).

²⁶ Zob. A. Kurczewska, *W jaki sposób myślą przedsiębiorcy? – czyli <<Jeśli mogę kontrolować przyszłość, nie muszę jej przewidywać>>*, www.e-mentor.edu.pl/artukul/index/numer/47/id/965 (dostęp 22.12.2016) albo T. Pilewicz, *W jaki sposób myślą doświadczeni przedsiębiorcy?*, www.tomaszpilewicz.innpoland.pl/125825,w-jaki-sposob-mysla-doswiad-czeni-przedsiębiorcy (dostęp 22.12.2016).



Stefania Hrycyk-Kubat

Wyniki tabelaryczne

Badania prywatnych, niepublicznych, rodzinnych ośrodków kultury w województwie mazowieckim 2016

PROMOCJA						
Czy ośrodek kultury korzysta z ...				Czy ośrodek kultury posiada ...		
	własnej strony www?	stron miasta, gminy, powiatu, dzielnicy?	mediów społeczno- ściowych?	logo?	własne ulotki, plakaty?	tablice informacyjne w pobliżu ośrodka?
Liczba odpowiedzi						
TAK	15	5	17	17	17	4
NIE	1	12	0	0	0	9
INNE ODP.	1	0	0	0	0	4
Wartość procentowa						
TAK	88,2	29,4	100	100	100	23,5
NIE	5,8	70,5	0	0	0	52,9
INNE ODP.	5,8	0	0	0	0	23,5

Media społecznościowe		
jakie?	liczba odpowiedzi	procent placówek
Facebook	15	88,2
Instagram	5	29,4
Tweeter	4	23,5
YouTube	1	5,8
Pinterest	1	5,8

FINANSOWANIE					
Czy ośrodek kultury finansuje swoją działalność z ...					
	opłat za zajęcia?	opłat za dodatkowe wydarzenia np. wernisaże?	innych komercyjnych usług?	sprzedaży np. broszur, gazet itp.	innych źródeł dochodu?
Liczba odpowiedzi					
TAK	8	5	11	9	6
NIE	7	8	6	8	9
INNE ODP.	częściowo: 2	3	0		
BRAK DANYCH	0	1	0	0	2

Wartość procentowa					
TAK	47	29,4	64,7	52,9	35,2
NIE	41,1	47	35,2	47	52,9
INNE ODP.	11,7	17,6	0	0	0
BRAK DANYCH	0	5,8	0	0	11,7

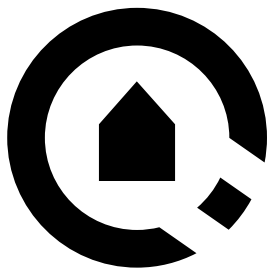
FINANSOWANIE cd.					
Czy ośrodek kultury finansuje swoją działalność z ...					
dotacji samorządowych?		dotacji państwowych?	darowizn i dotacji fundacji i stowarzyszeń?	darowizn osób prywatnych i firm?	Czy ośrodek planuje pozyskanie dotacji, finansowania?
Liczba odpowiedzi					
TAK	8	5	3	9	15
NIE	6	9	12	7	1
INNE ODP.	jednorazowo:2	jednorazowo:2			być może: 1
BRAK DANYCH	1	1	2	1	0
Wartość procentowa					
TAK	47	29,4	17,6	52,9	88,2
NIE	35,2	52,9	70,5	41,1	5,8
INNE ODP.	11,7	11,7	0	0	5,8
BRAK DANYCH	5,8	5,8	11,7	5,8	0

Współpraca								
Czy ośrodek współpracuje z ...								
organizacjami pozarząd- owymi	samorządem	związkami religijnymi	mediami	szkołami	innymi ośrodkami kultury	muzeami, archiwami, biblioteka- mi	innymi, nie wymieniony- mi wcześniej	
Liczba odpowiedzi								
TAK	14	12	4	11	12	12	11	8
NIE	3	5	13	6	5	4	6	9
BRAK DANYCH	0	0	0	0	0	1	0	0
Wartość procentowa								
TAK	82,3	70,5	23,5	64,7	70,5	70,5	64,7	47
NIE	17,6	29,4	76,4	35,2	29,4	23,5	35,2	52,9
BRAK DANYCH	0	0	0	0	0	5,8	0	0

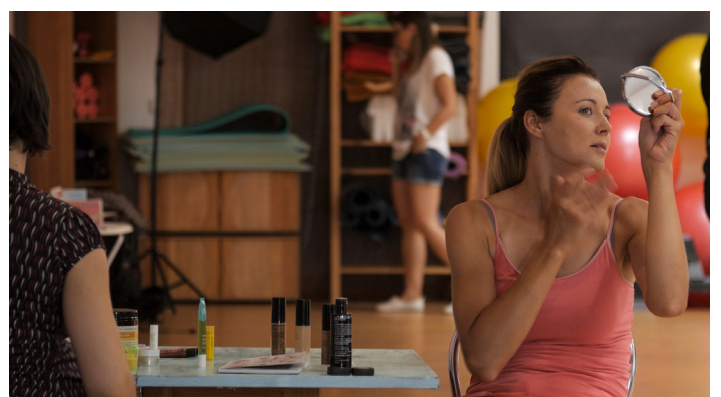
Działalność					
Jakie zajęcia oferuje ośrodek?					
	Liczba ośrodków	Wartość procentowa		Liczba ośrodków	Wartość procentowa
indywidualne	4	23,5	warsztaty dla dzieci	10	58,8
grupowe	17	100	warsztaty dla dorosłych	7	41,1
jednorazowe	11	64,7	wykłady/ spotkania/ prelekcje	8	47
regularne	10	58,8	spektakle	8	47
w wymiarze całorocznym	7	41,1	koncerty	7	41,1
semestralnym	2	11,7	projekcje/pokazy filmowe	2	11,7
posiada jakąś formę świetlicy	2	11,7	wernisaże/wystawy/ performance	8	47
organizuje konkursy	8	47	spotkania z artystami/ autorami	7	41,1
			inne	10	58,8

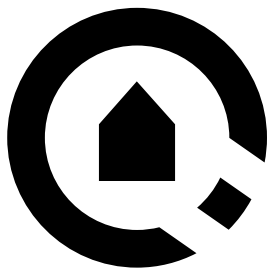
Uczestnicy								
Czy prowadzona jest rejestracja uczestników?			W jakim wieku są odbiorcy?			Skąd pochodzą odbiorcy?		
	Liczba ośrodków	Wartość procentowa		Liczba odpowiedzi	Wartość procentowa		Liczba odpowiedzi	Wartość procentowa
TAK	19	58,8	Dzieci	4	14,8	Sąsiedzi	9	22,5
NIE	6	35,2	Młodzież	5	18,5	Mieszkańcy miejscowości	16	40
BRAK DANYCH	1	5,8	Osoby w średnim wieku	10	37	Z okolicznych miejscowości	8	20
			Seniorzy	3	11,1	Z innych województw	4	10
			Osoby w każdym wieku	5	18,5	Z zagranicy	3	7,5

Zarządzanie			
Kto zarządza i prowadzi działalnością ośrodka kultury?		Ile osób prowadzi ośrodek?	
	Liczba ośrodków		Liczba ośrodków
jednoosobowo	5	1 os.	4
dwuosobowo	3	2 os.	6
zespół/grupa ludzi	6	3 os.	4
kierownictwo oraz pracownicy	2	4 os.	1
zarząd	1	5 os. lub więcej	2
Wartość procentowa			
jednoosobowo	29,4	1 os.	23,5
dwuosobowo	17,6	2 os.	35,2
zespół/grupa ludzi	35,2	3 os.	23,5
kierownictwo oraz pracownicy	11,7	4 os.	5,8
zarząd	5,8	5 os. lub więcej	11,7



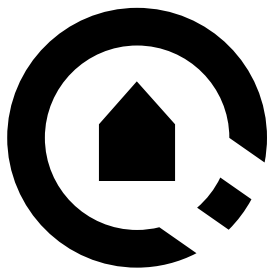
Dzika Historia





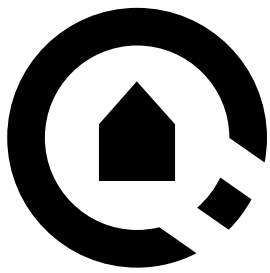
Stacja Falenica



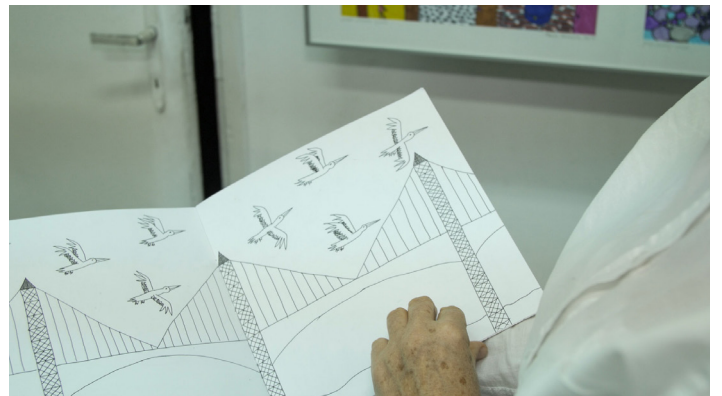


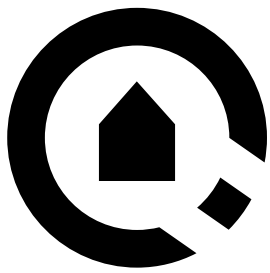
Galeria 58



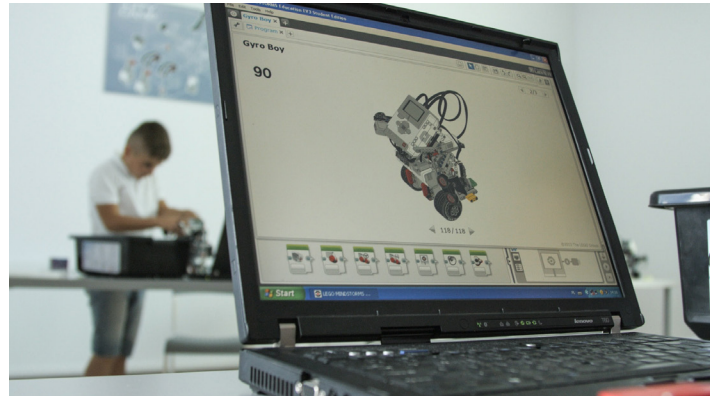
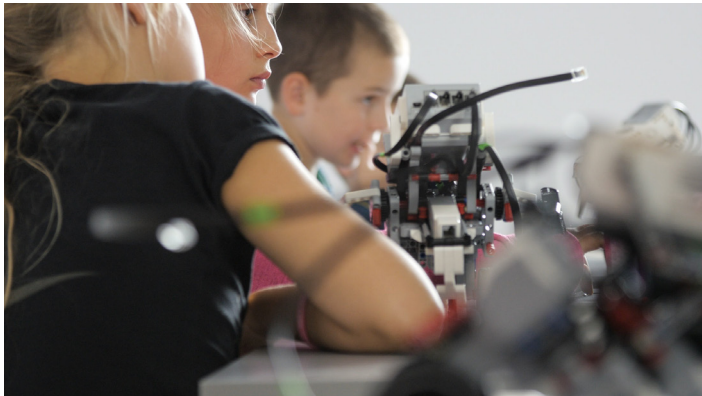


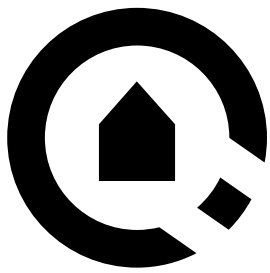
Galeria Działan





Akademia Robotyki Lego





Seminarium w Mazowieckim Instytucie Kultury

