

Fundacja Kultury Polskiej

Regionalne Obserwatorium Kultury UAM

Kulturalne potencjały i deficyty miast powiatowych

Raport z badań

przygotowany przez zespół ekspercki:

Piotr Landsberg, Marcin Poprawski, Przemysław Kieliszewski

współpraca: **Michał MękarSKI**

projekt badawczy realizowany m.in. ze środków

Narodowego Centrum Kultury

Poznań - Warszawa 2010

Spis treści:

Wprowadzenie	3
Kultura w Wielkopolsce w perspektywie badań sondażowych	8
I. Dobór próby i główne problemy badawcze.....	8
II. Kultura bliska w perspektywie badanych.....	13
III. Młodzi Wielkopolanie a instytucje kultury.....	27
IV. Znaczenie kultury w opinii młodych.....	41
Kultura w Wielkopolsce w perspektywie badań fokusowych. Kulturalne potencjały i deficyty miast powiatowych. Sposoby prowadzenia działalności kulturalnej przez samorządy lokalne (wewnątrzregionalne zróżnicowanie – profile miast).....	56
Wnioski i rekomendacje	77
Załącznik – narzędzie badawcze – ankieta	

Wprowadzenie

Oddajemy w Państwa ręce Raport, będący efektem realizacji projektu „Kulturalne potencjały i deficyty miast powiatowych”. Jego generalnym celem było zbadanie przy użyciu narzędzi ilościowych i jakościowych preferencji odbiorców usług kulturalnych, diagnoza potrzeb oraz określenie potencjałów i deficytów kulturalnych w miastach powiatowych na przykładzie 6 średnich miast w Wielkopolsce.

Dlaczego potencjały i deficyty? Bo to właśnie one stanowią punkt wyjścia do wszelkiego myślenia strategicznego. Wiele samorządów posiada własne plany, dotyczące rozwoju terytorialnego. Tego rodzaju dokumenty, zawierają bardziej lub mniej ogólne zapisy dotyczące kultury. Samego myślenia strategicznego w zarządzaniu kulturą wciąż raczej brakuje. Rozpoznanie potencjałów i deficytów stanowi zatem określenie pozytywnych i negatywnych wewnętrznych uwarunkowań w zakresie kultury. Mamy przekonanie, że jest to wiedza, która może pomóc w wyznaczeniu dalszych kierunków rozwoju kultury.

W trakcie realizacji prac projektowych, wyłonione zostały dwa dodatkowe cele. Pierwszym z nich, była próba określenia sposobów, w jaki samorzady prowadzą działalność kulturalną. Refleksja nad tym, pozwala na wysnucie ostrożnego wniosku, że do najistotniejszych czynników, mających wpływ na kształt kultury w samorządach, należą uwarunkowania finansowe oraz pomysły i ich wdrażanie. Prowadzone badania skłoniły zespół badawczy do postawienia pytania o to, który z nich jest ważniejszy. Czy duże wydatki na kulturę gwarantują chociażby satysfakcję odbiorców? Czy może istotniejsze są innowacje w zarządzaniu?

Drugim dodatkowym celem, jaki wyłonił się podczas realizacji projektu było poznanie wewnątrzregionalnych różnicowań działalności kulturalnej. W skali kraju kultura jest bardzo zróżnicowaną sferą życia społecznego. Nie chodzi tylko o to, że różnorodność zjawisk kultury trudno jest ogarnąć, ale także o to, że poszczególne regiony różnią się od siebie chociażby pod względem liczby instytucji artystycznych, statystyczną liczbą ludności przypadającą na bibliotekę czy dom kultury, a także wydatkami, jakie przeznaczają na kulturę poszczególne samorzady oraz gospodarstwa domowe. Patrząc przez pryzmat istniejących stereotypów, Wielkopolska uważana jest za region bardzo zasobny. Celem naszego zespołu, było zatem także zbadanie, na ile ów stereotyp przystaje do rzeczywistości. Czy w każdym zakątku Wielkopolski jest podobny dostęp do kultury? Czy może są takie miejsca, możliwe do uchwycenia na poziomie miast powiatowych, w których jest on trudniejszy? Podstawowe zróżnicowanie, dotyczące finansowania kultury w wybranych miastach, zaprezentowane zostały w poniższej tabeli.

Miasto	Wydatki na kulturę	Liczba mieszkańców	Wydatki na 1 mieszkańca
Czarnków	1.264.872,70	12.000	105,40
Gniezno ¹	3.568.060,00	69.554	51,29
Jarocin	2.833.800,00	27.000	104,95
Turek	2.251.377,45	29.789	75,57
Kępno	1.170.520,70	15.200	77,00
Wolsztyn	2.587.100,00	13.402	193,00

Projekt „Kulturalne potencjały i deficyty miast powiatowych” realizowany był w dwóch etapach. W pierwszym z nich przeprowadzone zostało badanie ankietowe, za pomocą specjalnie skonstruowanego kwestionariusza, którego uogólniona postać stanowi załącznik do niniejszego raportu. Zawierał on pytania dotyczące między innymi:

- najważniejszych wydarzeń kulturalnych, odbywających się w danym mieście, pod kątem osobistych preferencji,
- częstotliwości udziału w tych wydarzeniach,
- wagi czynników, takich jak: promocja imprez, wysokość opłat za wstęp, urozmaicenie oferty,
- atutów i braków w ofercie,
- źródeł czerpania informacji o kulturze,
- oceny sytuacji kultury: instytucji, organizacji pozarządowych, przedsięwzięć, polityki lokalnych władz,
- postrzegania życia kulturalnego dużych miast.

Grupą poddaną badaniu sondażowemu byli uczniowie ostatnich klas szkół ponadgimnazjalnych. W każdym z miast była to grupa przynajmniej stuosobowa. Dlaczego wybrana została właśnie ta grupa? Zespół badawczy założył, że maturzyści są osobami,

¹ Wydatki na kulturę w Gnieźnie ujęte w tabeli, obejmują wyłącznie środki pochodzące z samorządu miasta. Na terenie Gniezna funkcjonują także dwie instytucje kultury dla których organizatorem jest samorząd Województwa Wielkopolskiego. Są to: Teatr im. Aleksandra Fredry oraz Muzeum Początków Państwa Polskiego. W 2008 dotacja na działalność Teatru wyniosła 3.530.000, na Muzeum - 2.155.000. Kwoty te znacząco zwiększają budżet na kulturę w tym mieście (do kwoty 9.253.060), co powoduje wzrost wydatków publicznych w przeliczeniu na 1 mieszkańca do 133,03.

stojącymi przed wyborem drogi życiowej, mającymi często już dość sprecyzowane zainteresowania. Cechują się też w miarę krytycznym spojrzeniem na otaczającą rzeczywistość. Celem zespołu była również konfrontacja wyników badań z opinią, w myśl której aktywność kulturalna młodych ludzi skupiona jest wokół ekranów: komputera, telewizora, telefonu, i-Pada etc. Powoduje to, że działania instytucji kultury nie odnajdują swych adresatów. Czy zatem młodzi ludzie w ogóle korzystają z oferty kulturalnej rodzimych miast? Czy znają ją? Czy dowiadują się o wydarzeniach właśnie przez wspomniane wcześniej zaawansowane technologicznie urządzenia? Wreszcie: jakie miejsce zajmuje kultura „najbliższa” w ich życiu?

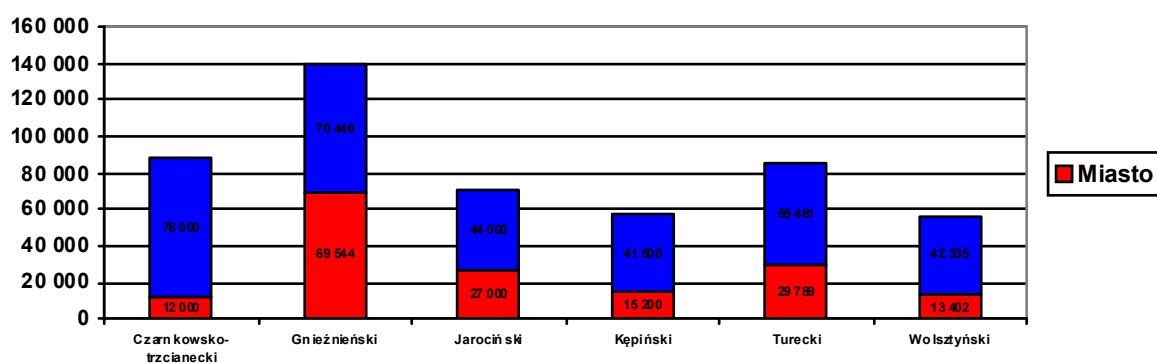
W drugim etapie badań, w każdym z sześciu miast przeprowadziliśmy zogniskowane wywiady grupowe z udziałem osób reprezentujących środowiska opiniotwórcze w danej społeczności lokalnej miasta powiatowego. Byli wśród nich przedstawiciele instytucji kultury, urzędów, liderzy organizacji pozarządowych i lokalnych inicjatyw. Celem badań fokusowych było określenie potencjałów i deficytów sektora kultury występujących na poziomie miast powiatowych. Jest to istotne uzupełnienie badań sondażowych.

Zarówno pierwszy, jak i drugi etap badań prowadzony był w sześciu powiatowych miastach z terenu Województwa Wielkopolskiego: Jarocinie, Kępnie, Gnieźnie, Wolsztynie, Czarnkowie i Turku. Wybrane one zostały ze względu na sytuację geograficzną. Część z nich położona jest na obrzeżach regionu, inne – bliżej centrum. Usytuowanie poszczególnych miast zaprezentowane zostało na umieszczonej w dalszej części Raportu mapie Województwa Wielkopolskiego. Niektóre ważniejsze dane na ich temat, zebrane zostały w kolejnej tabeli oraz na wykresach.

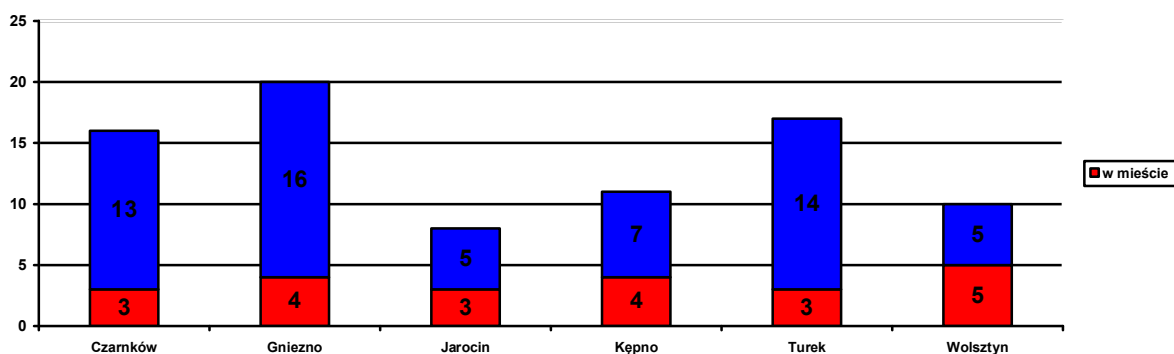


Mapa województwa wielkopolskiego z zaznaczeniem stolicy i miast badanych.

Miasto	Powiat	Liczba mieszkańców miasta	Liczba mieszkańców powiatu	Odległość od Poznania	Liczba instytucji kultury na terenie powiatu	Liczba instytucji kultury na terenie miasta	Liczba szkół ponadgimnazjalnych na terenie powiatu
Kępno	kępiński	15 200	56 700	170 km	11	4	4
Czarnków	czarnkowsko-trzcianecki	12 000	88 000	75 km	16	3	10
Jarocin	jarociński	27 000	71 000	71 km	8	3	7
Gniezno	gnieźnieński	69 554	140 000	50 km	20	4	13
Wolsztyn	wolsztyński	13 402	55 737	72 km	10	5	4
Turek	turecki	29 789	85 250	135 km	17	3	3



Liczba mieszkańców w powiecie (w tym mieście badanym)



Liczba instytucji kultury w powiecie (w tym mieście badanym)

Kultura w Wielkopolsce w perspektywie badań sondażowych

I. Dobór próby i główne problemy badawcze

Wybierając ośrodki miejskie, w których miały odbyć się badania, zespół badawczy dokonał intencjonalnego wyboru sześciu miast powiatowych. Wyniki nad aktywnością kulturalną mieszkańców stolicy Wielkopolski są znane. Badania takie były prowadzone na przełomie 2006 i 2007 przez Instytut Kulturoznawstwa UAM. Stan kultury w metropoliach - co oczywiste - różni się od tego jaki właściwy jest mniejszym ośrodkom, dlatego też zespół skupił się w swych badaniach właśnie na nich. Potencjały i deficyty kulturalne zbadano zatem w: Czarnkowie, Gnieźnie, Jarocinie, Kępnie, Turku i Wolsztynie. Niemal we wszystkich tych ośrodkach liczba mieszkańców nie przekracza 30 tys. (wyjątek stanowi Gniezno, które liczy blisko 70 tys. mieszkańców). Wymienione miasta łączy znaczna odległość od stolicy Wielkopolski - od 51 km (w przypadku najbliższej leżącego Gniezna) do aż 170 km (w przypadku odległości jaka dzieli Kępno od Poznania). Różne położenie geograficzne badanych miast na mapie województwa oraz po części wynikające z niego różnice historyczne i mentalnościowe były ważnym powodem dla którego owe ośrodki zostały wybrane. Badając kulturę w Wielkopolsce, zespół pragnął dostrzec w sposób najszerszy jej specyfikę i różnorodność – a nie byłoby to możliwe bez zbadania (często pomijanych i marginalizowanych) miast leżących na obrzeżach województwa. Dlatego też przy wyborze miast powiatowych tak istotne znaczenie miało usytuowanie powiatów. Powiat turecki traktować należy jako swoistego reprezentanta ściany południowo-wschodniej, powiat kępiński – ściany południowej, powiat gnieźnieński – ściany wschodniej, powiat czarnkowsko - trzcianecki – ściany północnej a powiat wolsztyński – ściany zachodniej województwa wielkopolskiego.

Dzięki temu, w tej części diagnozy możliwe jest ukazanie szerokiego i wieloperspektywicznego spojrzenia na kulturę w Wielkopolsce - nie ograniczając się do problemów znacznych aglomeracji miejskich. Niewątpliwą wartością niniejszej części jest uchwycenie ogromnych potencjałów, które drzemią w każdym z przebadanych miast oraz różnorodności kultury w województwie, a z drugiej strony -wskazanie problemów/ deficytów związanych z kulturą pozwala stworzyć pełny jej obraz. Nazwanie i dostrzeżenie pewnych trudności, z którymi boryka się ona w zbadanych miastach (i szerzej – w całym województwie) stanowi pierwszy krok w kierunku uruchomienia mechanizmów jej poprawy.

Grupą, która została poddana badaniu, są uczniowie ostatnich klas szkół ponadgimnazjalnych. Z wyjątkiem Gniezna (gdzie zostały zbadane trzy szkoły – dwa licea

oraz technikum) w każdym mieście powiatowym wybrano do badania największe liceum ogólnokształcące. W sumie uzyskano opinię 726 osób. Wśród respondentów, którzy prawidłowo wypełnili metryczkę, 67,5% stanowiły uczennice (477 osób) a 32,5% uczniowie (230 osób) – co odzwierciedla ogólnopolską tendencję większej liczby uczących się kobiet niż mężczyzn w liceach ogólnokształcących.

Liczba respondentów w poszczególnych miastach oraz procent całości:

- Czarnków – 129 (17,8%)
- Gniezno – 164 (22,6%)
- Jarocin – 112 (15,4%)
- Kępno – 101 (13,9%)
- Turek – 113 (15,5%)
- Wolsztyn – 107 (14,7%)

W każdym badanym mieście zespół badawczy pragnął uzyskać opinię minimum stu respondentów - cel ten został w pełni zrealizowany. Liczba przebadanych uczniów w Gnieźnie z racji tego, iż miasto to było największym pod względem liczby mieszkańców ośrodkiem – została zwiększona do 164.

Zespół badawczy poprosił o opinię maturzystów ponieważ są to ludzie młodzi, którzy stoją przed wyborem drogi zawodowej, mający z reguły sprecyzowane zainteresowania i krytyczne spojrzenie na otaczającą rzeczywistość. Ponadto w już niedługim czasie staną przed wyborami dalszej drogi życiowej – część z nich wyruszy na studia do innych miast. O tym, czy wrócą do rodzinnych stron, decydować będzie wiele czynników – jednym z nich jest satysfakcja z poziomu lokalnej kultury.

Aby uzyskać jak największy przekrój maturzystów a jednocześnie móc porównywać wyniki badań w poszczególnych miastach zdecydowano się na zbadanie w niemal wszystkich miastach powiatowych tych samych profili klas maturalnych (wyjątkami są Jarocin i Kępno w których, z powodu znacznej ilości uczniów w klasie, zbadano trzy profile). Wybrano cztery zróżnicowane profile: humanistyczny, matematyczno-fizyczny, biologiczno-chemiczny i geograficzny.

	Profil klasy	
	Liczebność	%
Humanistyczny	202	28,7
Matematyczno-fizyczny	179	25,5
Biologiczno-chemiczny	213	30,3
Geograficzny	109	15,5

Profile klas respondentów

		Miasto					
		Czarnków	Gniezno	Jarocin	Kępno	Turek	Wolsztyn
Humanistyczny	Liczebność	69	27	25	29	28	24
	%	53,5 %	16,5 %	22,3 %	29,3 %	24,8 %	27,9 %
Matematyczno-fizyczny	Liczebność	27	20	33	43	28	28
	%	20,9 %	12,2 %	29,5 %	43,4 %	24,8 %	32,6 %
Biologiczno-chemiczny	Liczebność	22	56	54	27	28	26
	%	17,1 %	34,1 %	48,2 %	27,3 %	24,8 %	30,2 %
Geograficzny	Liczebność	11	61			29	8
	%	8,5 %	37,2 %			25,7 %	9,3 %

Profile klas respondentów w badanych miastach

Badanie zostało przeprowadzone w szkołach maturzystów przy pomocy ankiety audytoryjnej, która nieznacznie się różniła w poszczególnych miastach (w aspektach: oceny lokalnych wydarzeń kulturalnych, oceny instytucji kultury występujących w danym mieście oraz częstotliwości korzystania z ich oferty). Dzięki zastosowanemu niemal identycznemu kwestionariuszowi ankiety możliwe są zarówno porównania wyników poszczególnych miast jak i wyciąganie ogólnych ocen i tendencji charakterystycznych dla całej grupy respondentów.

Przeprowadzenie badania wśród maturzystów szkół średnich pozwoliło do analizy dodać kategorię miejsca zamieszkania – dzięki której zespół badawczy jest w stanie jeszcze pełniej zbadać różnice w ocenie poziomu kultury, przepływie informacji o ofercie kulturalnej czy uczestnictwie w wydarzeniach kulturalnych, które wynikają z odległości od lokalnych centrów kultury. W przypadku szkół podstawowych i gimnazjów, w małych ośrodkach miejskich, miejsce zamieszkania uczniów zazwyczaj jest położone w pewnej bliskości od placówki oświatowej (rodzice posyłają dziecko do najbliższej szkoły). Natomiast w przypadku szkół średnich, gdzie o rekrutacji decydują uzyskane wyniki, mamy do czynienia z większą liczbą uczniów mieszkających poza miastem, w którym się uczą. Wśród respondentów najliczniejszą grupą osób są maturzyści, którzy mieszkają na wsi w tym samym powiecie - stanowią oni 41,5% wszystkich uczniów. Kolejna grupa to 45,7% respondentów mieszkających w mieście badania lub innym mieście, znajdującym się na terenie powiatu. Warto zwrócić uwagę na fakt, iż 12,8% przebadanych maturzystów mieszka w znacznym oddaleniu od miasta, gdyż pochodzi z miejsc poza granicami badanych powiatów. Najwięcej takich osób jest w Wolsztynie (gdzie osoby mieszkające poza granicami powiatu wolsztyńskiego stanowią aż 38,5% wolsztyńskich maturzystów). Godne uwagi są także wskazania uczniów z Czarnkowa i Kępna, w których to miastach ponad połowa wszystkich przebadanych licealistów mieszka na wsi położonej na terenie powiatu. Największą liczbę uczniów wywodzących się z samego miasta można zaobserwować w Jarocinie – blisko połowa z nich wskazała, że mieszka w tym samym mieście, w którym się aktualnie uczy (49,5%).

	Miejsce zamieszkania	
	Liczebność	%
Miasto badania	274	39,0
W innym mieście w powiecie	47	6,7
Na wsi w powiecie	291	41,5
W mieście/wsi poza granicami powiatu	90	12,8

Miejsce zamieszkania respondentów

		Miasto					
		Czarnków	Gniezno	Jarocin	Kępno	Turek	Wolsztyn
Miasto badania	Liczebność	47	72	54	34	41	26
	%	36,7 %	46,2 %	49,5 %	34,0 %	36,3 %	27,1 %
W innym mieście w powiecie	Liczebność	4	19	9	4	8	3
	%	3,1 %	12,2 %	8,3 %	4,0%	7,1 %	3,1 %
Na wsi w powiecie	Liczebność	76	46	27	56	56	30
	%	59,4 %	29,5 %	24,8 %	56,0 %	49,6 %	31,3 %
W mieście/wsi poza granicami powiatu	Liczebność	1	19	19	6	8	37
	%	0,8 %	12,2 %	17,4%	6,0%	7,1 %	38,5 %

Miejsce zamieszkania respondentów w badanych miastach

W ankiecie poproszono badanych o podanie wykształcenia, które posiadają ich rodzice. Najczęściej spotykanym wykształceniem rodziców respondentów było średnie zawodowe (34,6% ojców i 26,6% matek maturzystów legitymowało się takim poziomem wykształcenia). Największe różnice w aspekcie poziomu wykształcenia między rodzicami możemy zauważyć analizując drugie co do ilości wskazań poziomy edukacyjne. W przypadku ojców – niemal co trzeci z nich (30,7%) posiada wykształcenie zasadnicze zawodowe. Natomiast co czwarta matka (26,5%) ma wyższe (magisterskie lub lekarskie) wykształcenie. Ukończeniem studiów magisterskich może wykazać się jedynie 14,7% ojców.

	Wykształcenie ojca	
	Liczebność	%
Podstawowe	14	2,0
Zasadnicze zawodowe	213	30,7
Średnie ogólnokształcące	46	6,6
Średnie zawodowe	240	34,6
Pomaturalne/policealne	35	5,0
Licencjackie/inżynierskie	44	6,3
Wyższe magisterskie lub lekarskie	102	14,7

Wykształcenie ojca

	Wykształcenie matki	
	Liczebność	%
Podstawowe	17	2,4
Zasadnicze zawodowe	123	17,6
Średnie ogólnokształcące	96	13,7
Średnie zawodowe	186	26,6
Pomaturalne/policealne	58	8,3
Licencjackie/inżynierskie	34	4,9
Wyższe magisterskie lub lekarskie	185	26,5

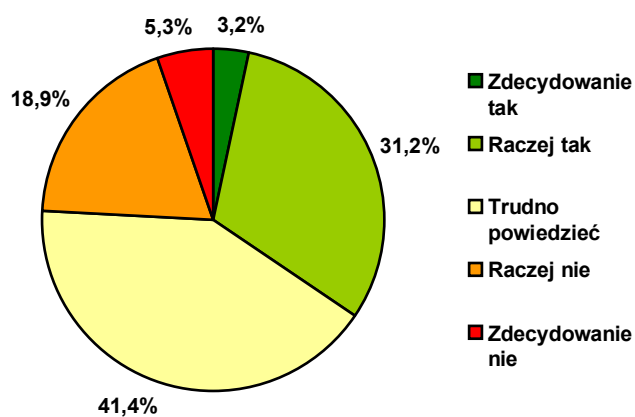
Wykształcenie matki

II. *Kultura bliska w perspektywie badanych*

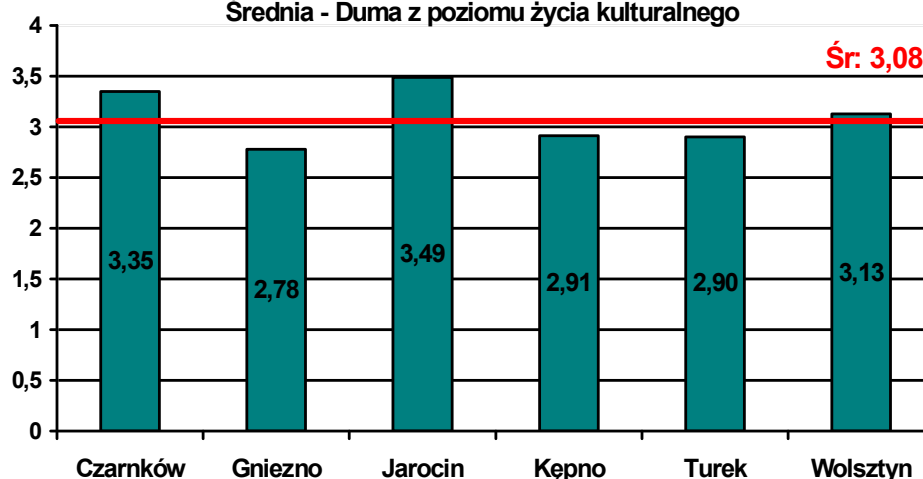
Wśród zadań, jakie postawiono przed osobami badanymi, znalazło się określenie stopnia zgodności ze stwierdzeniami odnoszącymi się do kultury, a dotyczącymi poziomu ich satysfakcji z korzystania z oferty i działań podejmowanych przez władze lokalne oraz funkcjonujące instytucje kulturalne. Respondenci mieli przy tym do dyspozycji pięciostopniową kafeterię odpowiedzi: „zdecydowanie tak”, „raczej tak”, „trudno powiedzieć”, „raczej nie”, „zdecydowanie nie”. Odpowiedziom tym przypisana została pięciostopniowa skala, gdzie najwyższa wartość przypisana jest odpowiedzi „zdecydowanie tak” (5), a najniższa „zdecydowanie nie” (1). Dzięki temu możliwe jest obliczenie wartości liczbowej, określającej poziom średniej zgodności z proponowanymi tezami.

Ze stwierdzeniem: „Jestem dumny/dumna z poziomu życia kulturalnego w moim mieście”, w sposób zdecydowany zgodziło się 3,2% badanych. Odpowiedzi „raczej tak” udzieliło 31,2%, „trudno powiedzieć” 41,4%, raczej nie 18,9%, a „zdecydowanie nie” – 5,3%. Średnia wartość zgodności z proponowanym stwierdzeniem, biorąc pod uwagę wszystkie przebadane miasta, wynosi w tym przypadku 3,08. Odchylenia od niej są nieznaczne, choć warto zauważyć, że najwyższym poziomem dumy z kulturalnego życia miasta cechują się młodzi mieszkańcy Jarocina (3,49), a najniższą – Gniezna (2,78).

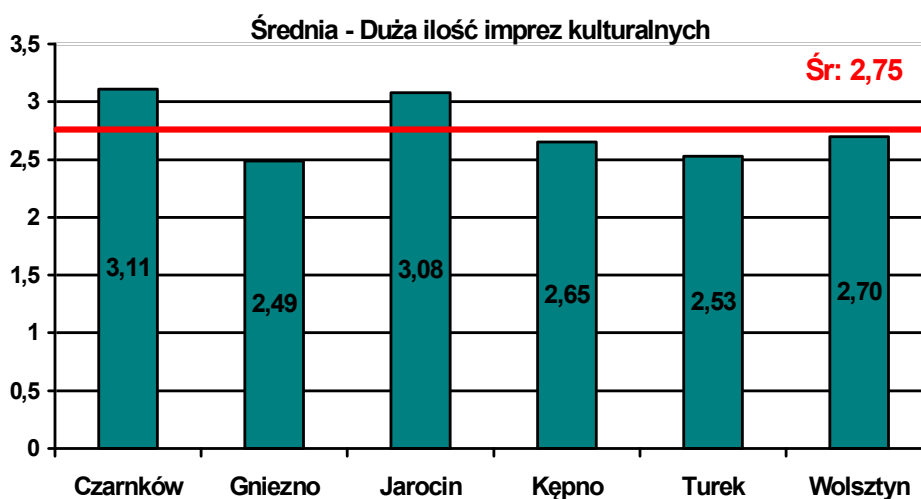
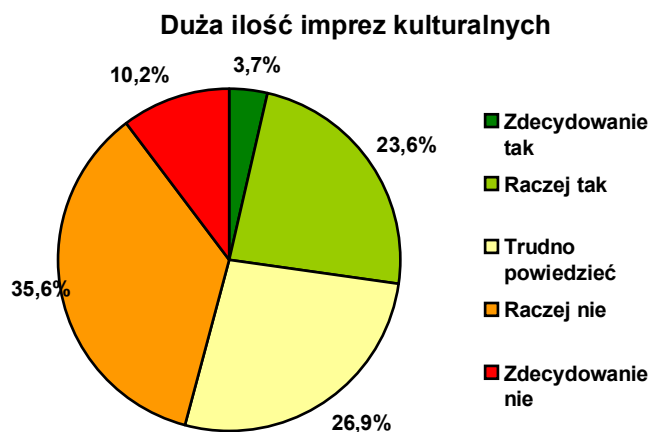
Duma z poziomu kulturalnego miasta



Średnia - Duma z poziomu życia kulturalnego

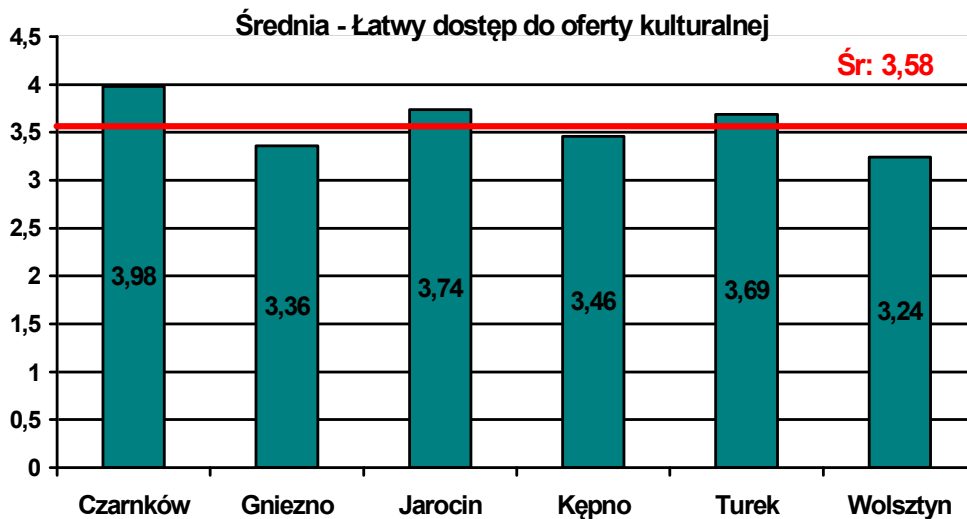
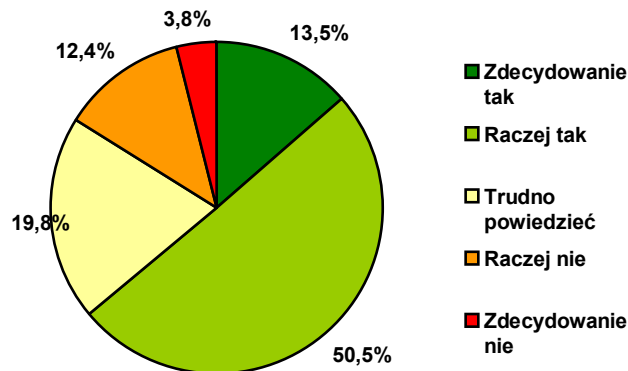


Z istnieniem dużej liczby imprez kulturalnych, spełniających potrzeby respondentów, w sposób zdecydowany zgodziło się 3,7% badanych, „raczej tak” odpowiedziało 23,6%, „trudno powiedzieć” 26,9%, „raczej nie” 35,6%, a „zdecydowanie nie” 10,2%. Średnia wartość zgodności wynosi w tym przypadku 2,75. Podobnie jak w poprzednio omawianej sytuacji, najniższy wskaźnik (2,49) osiągnęło Gniezno, a najwyższy (3,11) Czarnków.

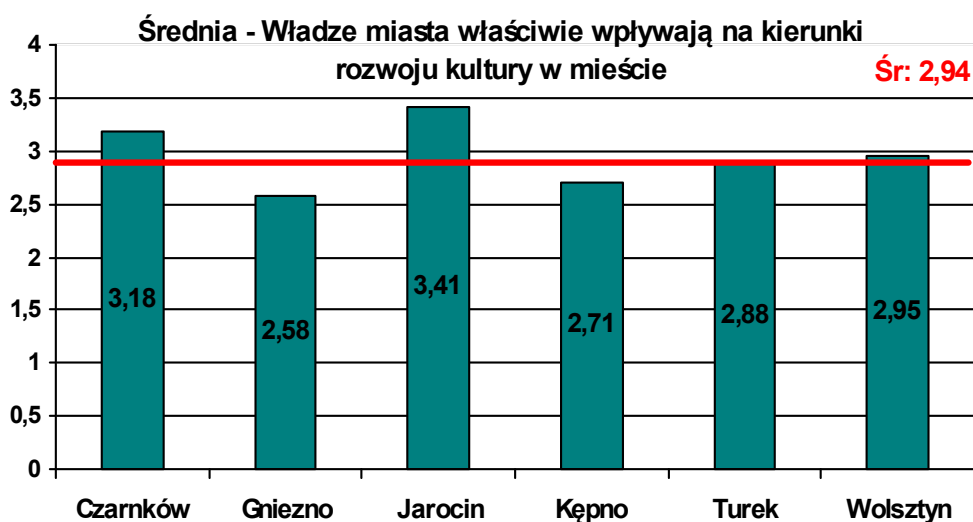
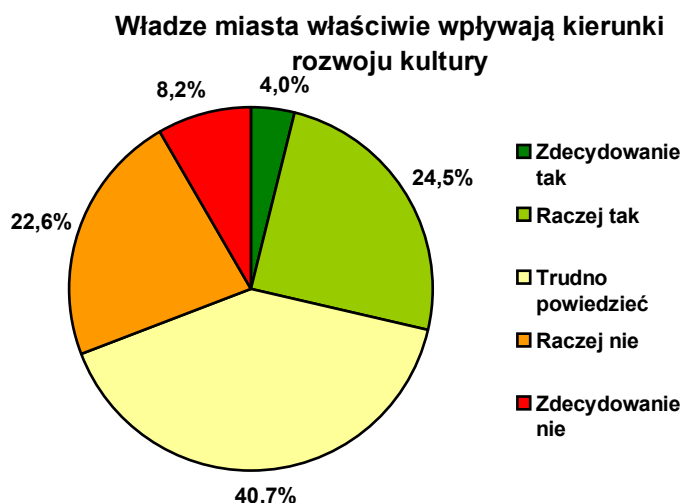


Ze stwierdzeniem iż „Informacje o odbywających się w mieście imprezach kulturalnych są łatwo dostępne” w sposób zdecydowany zgodziło się 13,5% osób badanych, odpowiedź „raczej tak” wybrało 50,5%, „trudno powiedzieć” 19,8%, „raczej nie” 12,4%, a „zdecydowanie nie” 3,8%. Średnia wartość zgodności wyniosła 3,58.

Łatwy dostęp do kulturalnej oferty

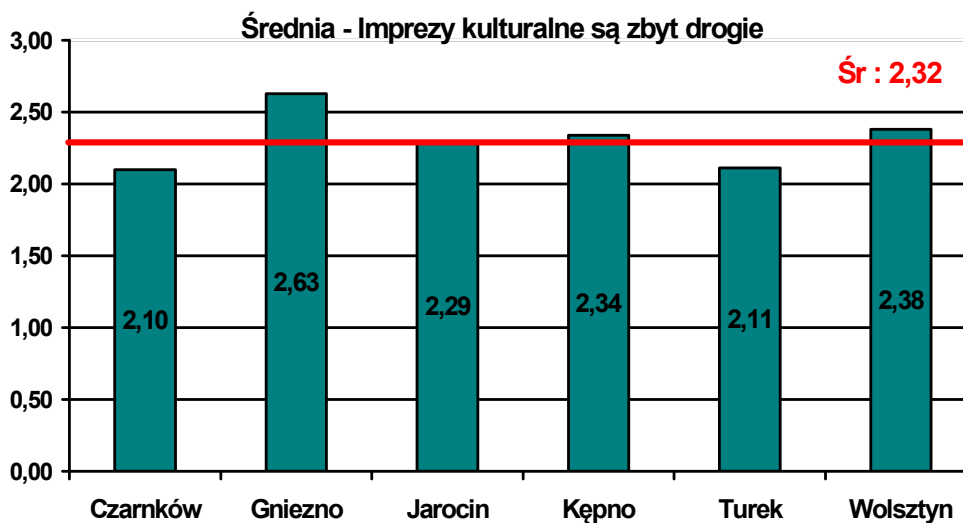
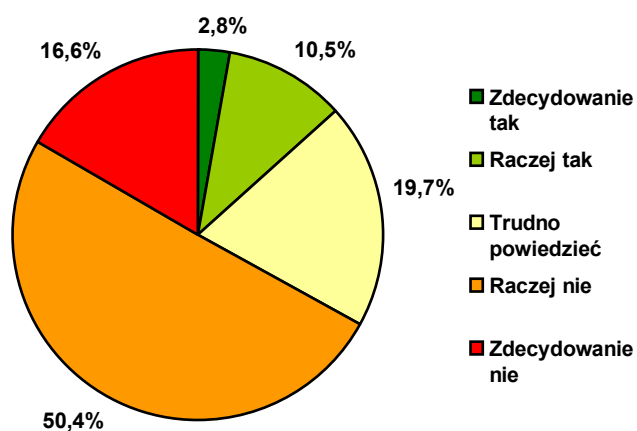


Kolejne ze stwierdzeń miało na celu zbadanie poziomu zgodności z tezą, iż władze miasta właściwie wpływają na kierunki rozwoju kultury w mieście, uwzględniając przy tym oczekiwania i potrzeby respondentów. Ze stwierdzeniem tym w sposób zdecydowany zgodziło się 4% badanych, „raczej tak” odpowiedziało 24,5%, „trudno powiedzieć” 40,7%, „raczej nie” 22,6, a „zdecydowanie nie” 8,2%. Średnia punktowa wartość zgodności wyniosła w tym przypadku 2,94, przy czym najwyższą wartość tego wskaźnika odnotowano w Jarocinie (3,41), a najniższą w Gnieźnie (2,58).



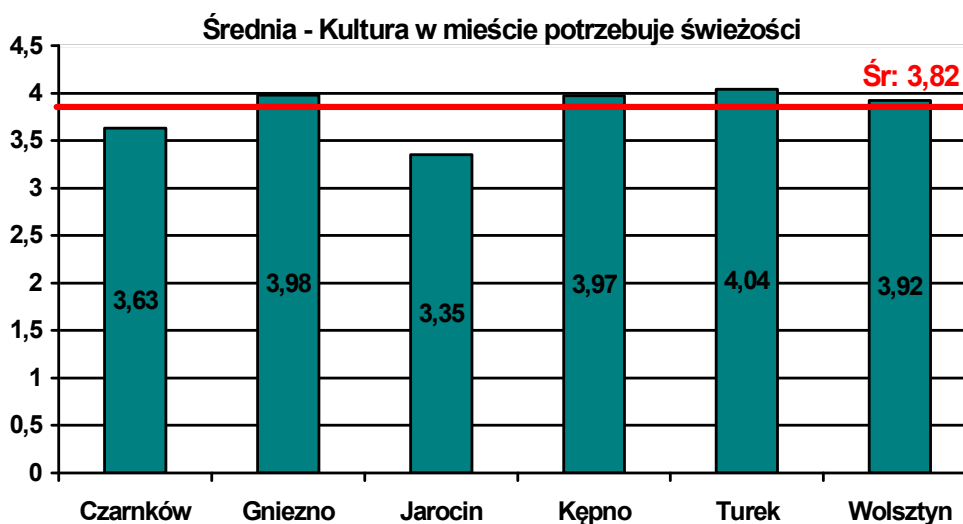
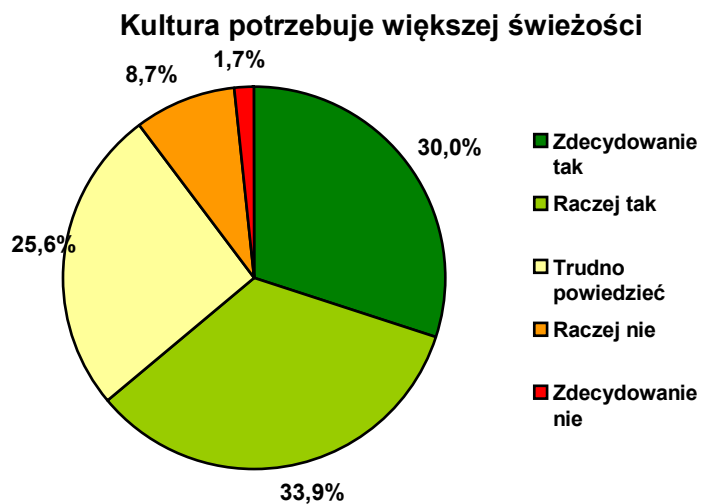
Przeprowadzony sondaż miał również na celu zbadanie finansowej dostępności imprez kulturalnych. W związku z tym, osoby badane poproszone zostały o ustosunkowanie się do tezy: „Imprezy kulturalne odbywające się w mieście są często zbyt drogie dla osób takich jak ja”. W stopniu zdecydowanym zgodziło się z nią jedynie 2,8% badanych, „raczej tak” odpowiedziało 10,5%, „trudno powiedzieć” 19,7%, „raczej nie” 50,4%, a „zdecydowanie nie” 16,6%. Średnia wartość zgodności wyniosła w tym przypadku 2,32 punktów, bez istotnych odchyłeń w przypadku poszczególnych miast.

Imprezy kulturalne są zbyt drogie



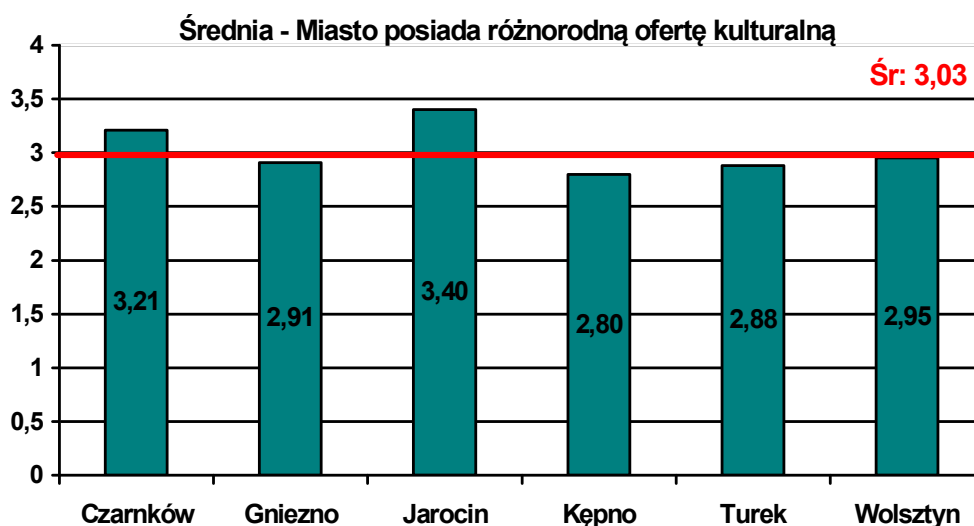
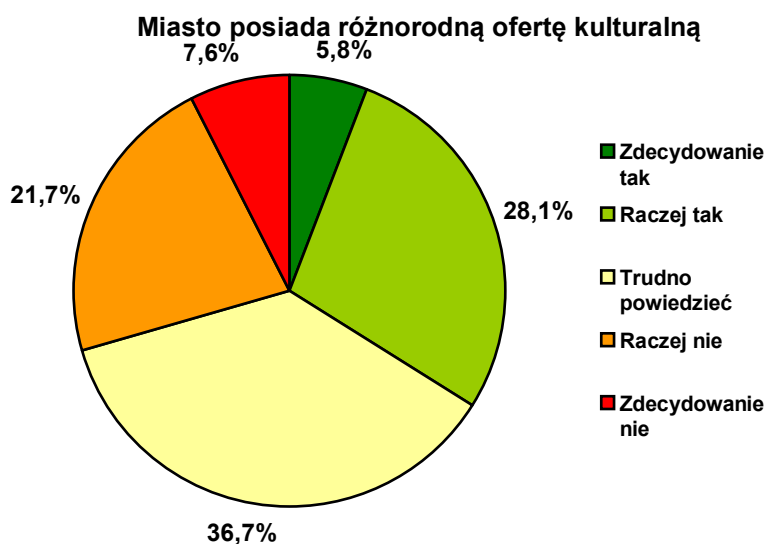
Zastosowane narzędzie badawcze zawierało również tezę, dotyczącą zmian, które mają na celu ożywienie kulturalnego życia w mieście. Z tym, że „Kultura w mieście potrzebuje większej stymulacji, wpuszczenia świeżego powietrza” w sposób zdecydowany zgodziło się aż 30% ogółu respondentów, 33,9% odpowiedziało „raczej tak”, 25,6% pozostało niezdecydowana, „raczej nie” 8,7%, a zdecydowanie się z tym nie zgodziło zaledwie 1,7%. Średnia zgodności z omawianym stwierdzeniem wyniosła 3,82 punktu,

przy czym najwyższą, zatem najmniej korzystną wartość tego wskaźnika osiągnął Turek (4,04), a najniższą (3,35) Jarocin.



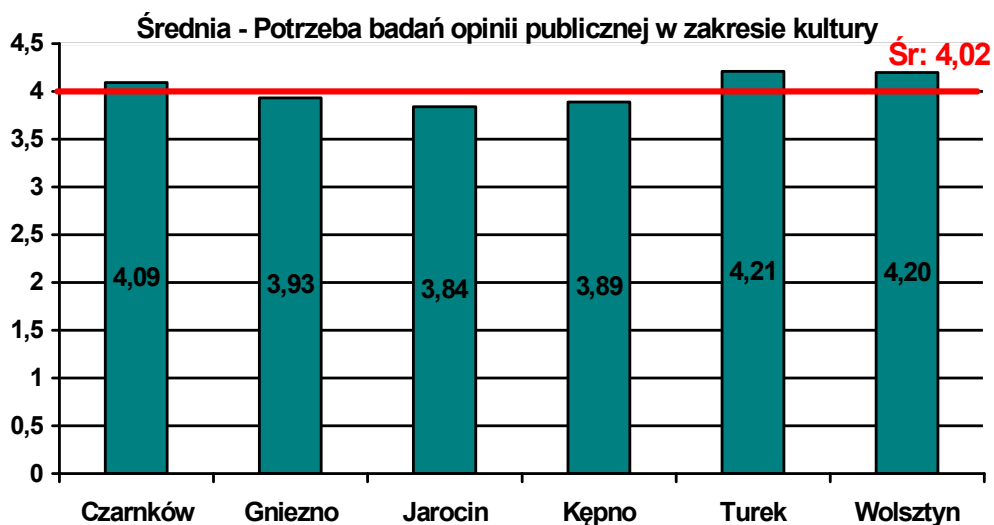
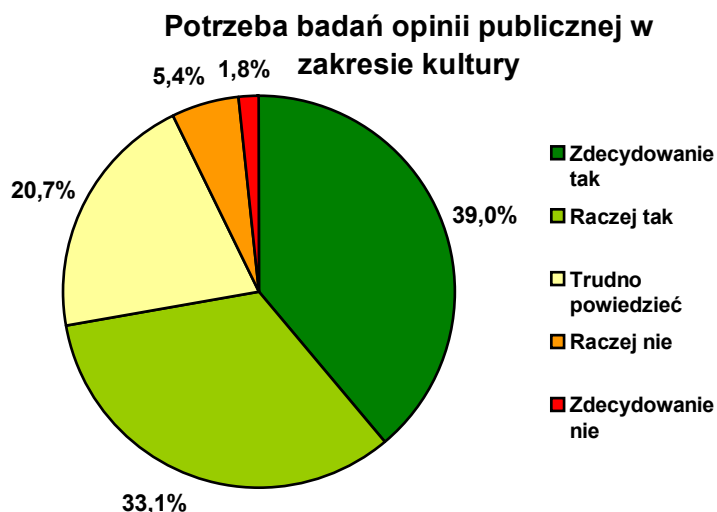
Zagadnienie to koreluje bezpośrednio z kolejnym, dotyczącym oceny różnorodności oferty kulturalnej. Ze stwierdzeniem iż „miasto posiada różnorodną ofertę kulturalną i każdy może znaleźć w niej coś dla siebie” zgodziło się w sposób zdecydowany 5,8% badanych, „raczej tak” odpowiedziało 28,1%, „trudno powiedzieć” 36,7%, „raczej nie” 21,7%,

a „zdecydowanie nie” 7,6%. Średnia wartość zgodności wyniosła w tym przypadku 3,03 punktów, przy czym najkorzystniej oceniona została oferta Jarocina (3,40), a najslabiej Kępna (2,80).



Ostatnia z kwestii, dotyczących zgodności, koncentrowała się na potrzebie prowadzenia badań nad kulturą w poszczególnych miastach. Z tym, że „istnieje potrzeba badań opinii mieszkańców dotyczących kultury, by dostosować ofertę do ich oczekiwań

i potrzeb” w sposób zdecydowany zgodziło się aż 39% respondentów, „raczej tak” odpowiedziało 33,1%, „trudno powiedzieć” 20,7%, „raczej nie” 5,4 %, a „zdecydowanie nie” 1,8 %. Średnia wartość zgodności okazała się stosunkowo wysoka i wyniosła w tym przypadku 4,02 punktów, przy czym najsilniej potrzebę taką odczuwali mieszkańcy Turku (4,21), a najsłabiej Jarocina (3,84).

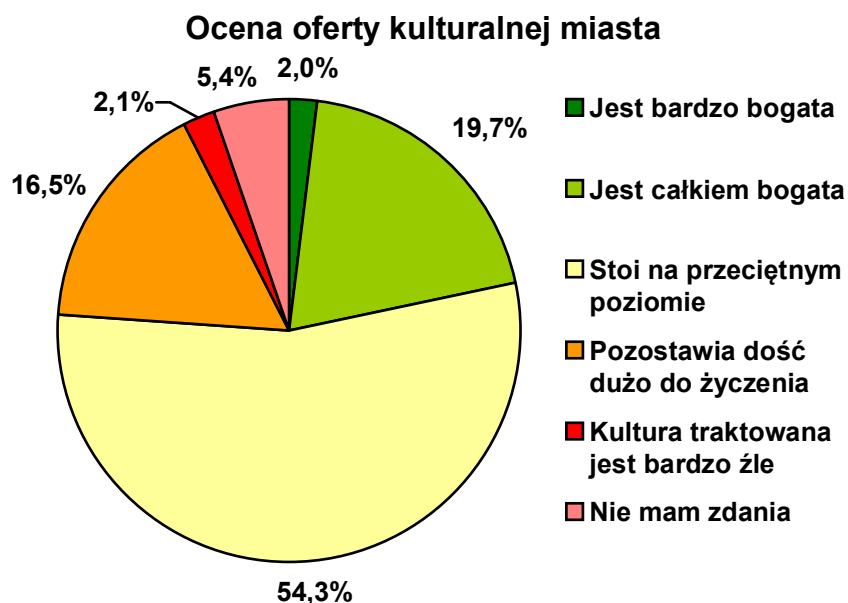


W prezentowanych wynikach szczególną uwagę zwraca kilka kwestii. Pierwszą z nich jest stosunkowo wysoki odsetek odpowiedzi „trudno powiedzieć”, szczególnie w przypadku stwierdzeń, dotyczących poczucia dumy, oraz oceny różnorodności oferty kulturalnej oraz kierunków działań władz na gruncie kultury. Oznaczać to może, że dla osób badanych kultura nie jest sferą ich najbliższych zainteresowań. Należy zaznaczyć jednak, że pojęcie „dumy” może być różnie rozumiane i jest pojęciem nieostrym. Jednakowoż duma kierowana wobec pewnego zagadnienia (w tym przypadku oferty kulturalnej miasta) niesie ze sobą elementy silnie wartościujące i łączące emocjonalną więzią daną osobę z obiektem jej dumy. Niepokojący jest zatem tak niski odsetek młodych osób, którzy deklarują „dumę” wobec lokalnej oferty kulturalnej, gdyż z pewnością te osoby traktować należy jako swoistych ambasadorów regionalnej kultury, którzy (swoją postawą) biorą udział w jej promocji. Niepokoić może także wysoki – ponad 40% wskaźnik negatywnych ocen oferty kulturalnej, a także bardzo wysoki – ponad 70% wskaźnik potrzeby badań nad lokalną kulturą, których celem miałyby być jej poprawa. Ostatnie wskazanie świadczyć może o chęci upodmiotowienia, posiadania wpływu na ofertę kulturalną i potrzebie jej dopasowania do oczekiwań młodych mieszkańców wielkopolskich powiatów.

Respondentom zadano także pytanie, dotyczące oceny oferty kulturalnej miasta. Opinię, iż „jest ona bardzo bogata i właściwie każdy znajdzie tutaj coś dla siebie” wyraziło ogółem zaledwie 2% badanych. Najwięcej wskazań odnotowano w Jarocinie (3,7%) i Czarnkowie (3,1%), najmniej w Turku (0,9%). Zdecydowanie więcej osób zgadza się ze stwierdzeniem, że „mimo, iż miejscowej kulturze brakuje nieco do ideału, ale oferta jest całkiem bogata”. Odpowiedź taką wskazało 19,7% wszystkich badanych. I znowu najwięcej wśród nich stanowili mieszkańcy Jarocina (32,1%) i Czarnkowa (28,7%). Stosunkowo wysokim wskaźnikiem wykazać się może Wolsztyn (23,1%). Najmniej wskazań oceniających miejscową kulturę w ten sposób odnotowano w Turku (9,8%) i Gnieźnie (11,7%).

Najwięcej wskazań pojawiło się w przypadku odpowiedzi, iż „kultura stoi na przeciętnym poziomie – nie można powiedzieć, że jest specjalnie bogata, ale i uboga” (54,3%). Odsetek ten jest bardzo zrównoważony niemal we wszystkich badanych miastach (wynosi od 50-55%), z wyjątkiem Turku, gdzie jest on nieco wyższy 65,2%. W ocenie sytuacji kultury w mieście, stosunkowo niewielu respondentów nie miało zdania w przedmiotowej kwestii. Odsetek ten wyniósł zaledwie 5,4%. Poza ocenami pozytywnymi, umiarkowanie pozytywnymi oraz neutralnymi, pojawiły się też gorsze. Widoczne jest to we wskazaniu odpowiedzi, iż „kultura pozostawia dość dużo do życzenia”, którą wskazało łącznie 16,5% badanych. Najwięcej takich wskazań odnotowano w Gnieźnie (25,9%) i Kępnie (21,8%), najmniej – Jarocinie (8,3%), Wolsztynie (9,6%) i Czarnkowie (10,9%). Stosunkowo niewielu respondentów wskazało odpowiedź, iż „w mieście kultura traktowana jest bardzo źle” –

ogółem 2,1%. Na uwagę zasługuje fakt, iż wskazania takie nie pojawiły się w ogóle w dwóch spośród badanych miast – w Turku i Jarocinie.



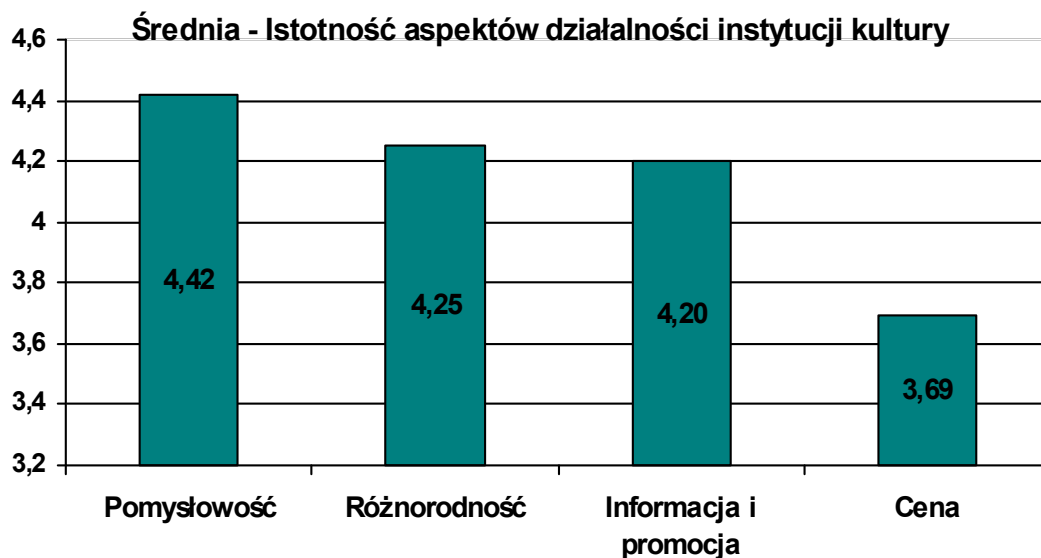
		Miasto						Ogółem
		Czarnków	Gniezno	Jarocin	Kępno	Turek	Wolsztyn	
Jest bardzo bogata	Liczebność	4	3	4	1	1	1	14
	%	3,1%	1,9%	3,7%	1,0%	0,9%	1,0%	2,0%
Jest całkiem bogata	Liczebność	37	19	35	15	11	24	141
	%	28,7%	11,7%	32,1%	14,9%	9,8%	23,1%	19,7%
Stoi na przeciętnym poziomie	Liczebność	71	87	55	50	73	54	390
	%	55,0%	53,7%	50,5%	49,5%	65,2%	51,9%	54,4%
Pozostawia dość dużo do życzenia	Liczebność	14	42	9	22	21	10	118
	%	10,9%	25,9%	8,3%	21,8%	18,8%	9,6%	16,5%
Kultura traktowana jest bardzo źle	Liczebność	1	3		7		4	15
	%	0,8%	1,9%		6,9%		3,8%	2,1%
Nie mam zdania	Liczebność	2	8	6	6	6	11	39
	%	1,6%	4,9%	5,5%	5,9%	5,4%	10,6%	5,4%
Ogółem	Liczebność	129	162	109	101	112	104	717
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Ocena oferty kulturalnej w poszczególnych miastach

Respondenci poproszeni zostali także o określenie, które spośród podanych aspektów działalności instytucji i organizacji kulturalnych są dla nich ważne. Kafeteria odpowiedzi obejmowała: dobrą informację i promocję imprez, różnorodność oferty, cenę wstępu oraz pomysłowość w realizacji imprez. Do oceny służyła pięciostopniowa skala ocen, gdzie 1 oznacza mało ważne, 5 – bardzo ważne.

Zbiorcze zestawienie ocen wskazuje na to, że najistotniejszym aspektem działalności kulturalnej jest pomysłowość (czynnik ten uzyskał ocenę 4,42 punktu), następnie

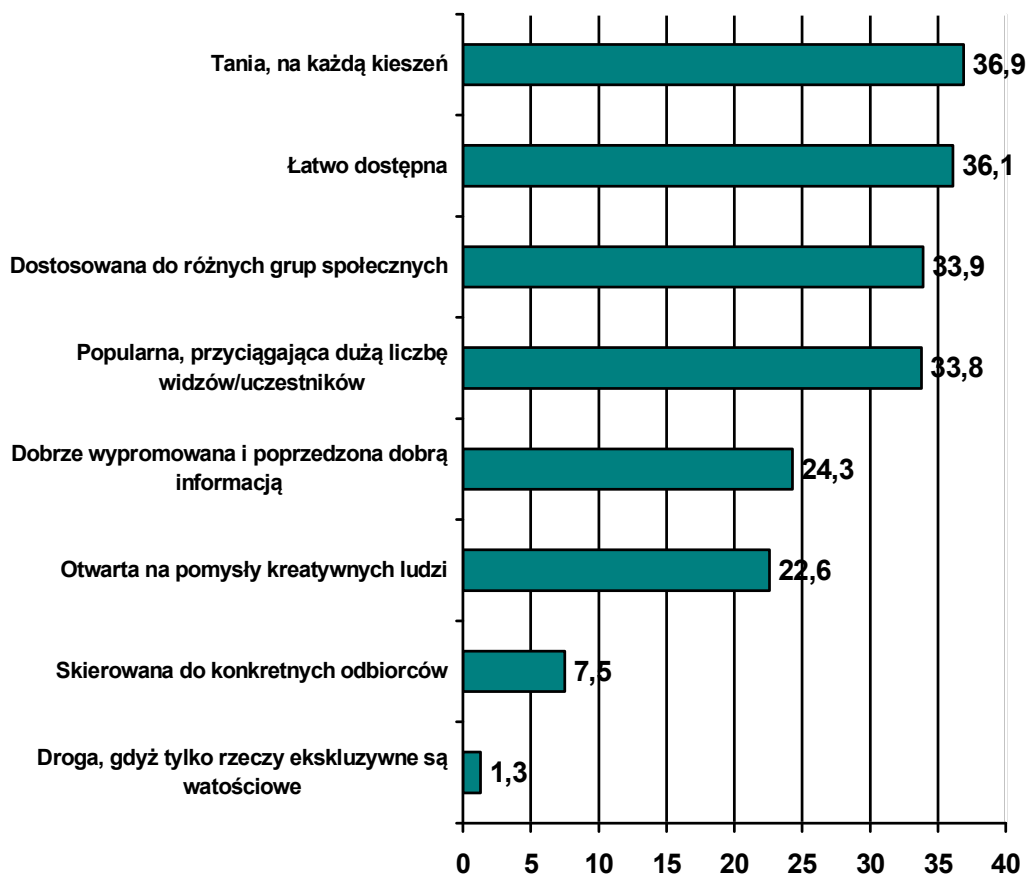
różnorodność imprez (4,25), informacja i promocja (4,20), a najmniej istotne okazały się koszty udziału w przedsięwzięciach kulturalnych (3,69).



Ciekawie rozkładają się różnice we wskazaniach w poszczególnych miastach. Na przykład promocję i informację za bardzo istotną uznało ponad 50% respondentów Jarocina i Wolsztyna, a tylko niespełna 40% osób badanych z Kępna. Różnorodność imprez za bardzo istotny czynnik uznało ponad 60% badanych z Turku i Wolsztyna, a tylko niecałe 50% z Czarnkowa. Aspekt ceny wstępu na imprezy okazał się niezwykle ważny dla blisko 50% mieszkańców Wolsztyna i Gniezna, a tylko 35,7% młodych czarnkowiec. Za bardzo istotny czynnik „pomysłowość” uznało ponad 70% turkowiec, blisko 70% badanych mieszkańców Czarnkowa i tylko niespełna 60% Gniezna. Mając na względzie fakt, iż analiza omawianego wcześniej stopnia zgodności z тезami dotyczącymi życia kulturalnego, prezentowała najmniej korzystne wartości wskaźników w przypadkach Gniezna i Kępna, a także rzadziej Wolsztyna i Turku, możliwe jest tu ostrożne wysunięcie dalszych wniosków. Promocja i informacja wydaje się być istotniejsza w miejscach, gdzie poziom zaspokojenia potrzeb kulturalnych osiąga stosunkowo wysoki poziom. Różnorodność uznawana jest za bardzo istotną w miejscach, gdzie zdaniem osób badanych jej brakuje. Czynnik pomysłowości koreluje ze stwierdzeniem, iż „kultura wymaga świeżości” i osiąga znaczące wskaźniki w miejscach, gdzie poziom zgodności z tym ostatnim sytuuje się na wysokim poziomie.

Respondenci poproszeni zostali również o określenie tego, jakie są ich zdaniem cechy dobrej oferty kulturalnej. Przy czym, z dostępnej ośmiopunktowej kafeterii, mogli wybrać co najwyżej dwie odpowiedzi. Najwięcej wskazań osiągnęły odpowiedzi: „tania, na każdą kieszeń” (cechę tę wskazało 36,9% badanych), następnie „łatwo dostępna” (36,1%) „dostosowana do potrzeb różnych grup społecznych” (33,9%) i „popularna, przyciągająca dużą liczbę widzów/uczestników” (33,8%). Rzadziej wskazywano ofertę „dobrze wypromowaną i poprzedzoną dobrą informacją” (24,3%) czy „otwartą na pomysły kreatywnych ludzi” (22,6%). Nadzwyczaj rzadko pojawiały się odpowiedzi, że dobra oferta kulturalna powinna być „skierowana do konkretnych odbiorców, nawet jeśli jest ich niewielu” (7,5%) oraz „droga, gdyż tylko rzeczy ekskluzywne są wartościowe” (1,3%).

Cechy dobrej oferty kulturalnej

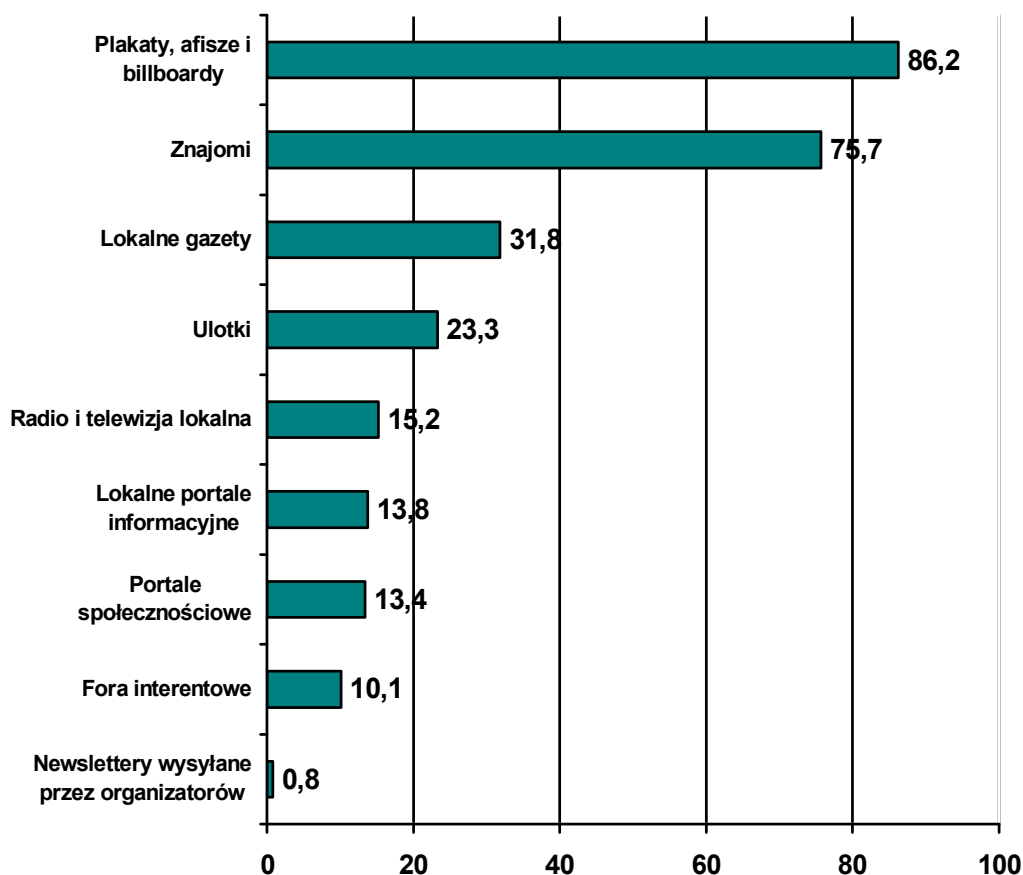


Zbiorcze zestawienie ukazuje, iż dla młodych mieszkańców Czarnkowa najważniejszą cechą dobrej oferty kulturalnej jest jej dostosowanie do potrzeb różnych grup społecznych (42,4% wskazań), Gniezna i Kępna – łatwa dostępność (odpowiednio 43,5% i 38,4%), Turku

- popularność i zdolność do przyciągania dużej liczby uczestników (46,9%), a Jarocina i Wolsztyna jej niska cena (odpowiednio 35,5% i 45,1%). Różnice wskazań nie wydają się w tym przypadku szczególnie istotne. Na uwagę zasługuje jednak to, że młodzi mieszkańcy Wielkopolski za dobrą uznają ofertę egalitarną, mogącą zostać przyjętą przez dużą liczbę osób, niezależnie od poziomu kulturowych kompetencji. Wniosek taki wypływa z marginalnego potraktowania takiej cechy oferty kulturalnej, która polega na skierowaniu jej do konkretnych odbiorców. Rozkład wskaźników świadczyć też może o braku aspiracji do uczestnictwa w kulturze innej niż popularna.

Osoby badane poproszone zostały o wskazanie najważniejszych źródeł informacji o wydarzeniach kulturalnych, odbywających się w miastach, przy czym możliwy był tutaj wybór trzech odpowiedzi. Biorąc pod uwagę zestawienie zbiorcze, za najistotniejsze źródło tego rodzaju informacji uznać można plakaty, afisze i billboardy. Odpowiedź taką wskazało aż 86,2% badanych. Kolejnym co do częstości wskazań źródłem informacji są znajomi (75,7%). Dalsze wskazania to lokalne gazety (31,8%) i ulotki (23,3%). Zdecydowanie mniej popularne są lokalne radio i telewizja (15,2%), lokalne portale informacyjne (13,8%), portale społecznościowe (13,4%) oraz fora internetowe (10,1%). Rolę całkowicie marginalną, jeśli chodzi o czerpanie informacji o wydarzeniach kulturalnych pełnią newslettery, wysyłane do zainteresowanych przez ich organizatorów (0,8%).

Źródła informacji o wydarzeniach kulturalnych



Jakkolwiek rozkład popularności źródeł informacji o wydarzeniach kulturalnych w poszczególnych miastach jest względnie zróżnicowany, jeden element pozostaje w nich stały. Dla mieszkańców badanych miast najistotniejsze są wciąż tradycyjne formy przekazu informacji: plakat i billboard oraz wiadomości uzyskane od znajomych. Prezentowane wyniki pozostają w tej kwestii w całkowitej zgodności z wynikami badań nad kulturą, przeprowadzonymi wśród studentów poznańskich uczelni. Trudno zaprzeczyć, iż współcześnie Internet pełni istotną rolę w rozwoju młodych ludzi. Jednak przytaczane wyniki skłaniają do wysnucia wniosku, iż przestrzeń wirtualna jest sferą, która pozostaje dla kultury wciąż nie do końca wykorzystana i zagospodarowana.

III. Młodzi Wielkopoleanie a instytucje kultury

Osoby badane poproszone zostały o ocenę działalności wybranych instytucji kultury, mając do dyspozycji następującą skalę ocen od 1 do 5, gdzie 1 oznacza „niedostatecznie”, a 5 „bardzo dobrze”, przy dodatkowej odpowiedzi „nie mam wiedzy”. W Wolsztynie lista

instytucji obejmowała: Wolsztyński Dom Kultury, Bibliotekę Publiczną Miasta i Gminy Wolsztyn im. Stanisława Platerra oraz trzy oddziały Muzeum Regionalnego: Muzeum Marcina Rożka, Muzeum Roberta Kocha oraz Skansen Budownictwa Ludowego. Uzyskane wyniki pokazują, że stosunkowo liczna grupa badanych nie posiada wiedzy na temat działalności wymienionych instytucji. 16,5% nie jest zorientowana w kwestii działań prowadzonych przez dom kultury, 29,4% przez bibliotekę, 37,3% Muzeum Marcina Rożka, 39,2% Muzeum Roberta Kocha, a 24,5% przez skansen. Średnia ocen, jakie uzyskały te wolsztyńskie instytucje wynosi odpowiednio: 3,45, 3,40, 2,92, 2,94 i 3,68. Osoby badane poproszone zostały także o określenie częstotliwości korzystania z oferty poszczególnych instytucji. Wyniki te zaskakują, gdyż okazuje się, że 23,4% badanych nigdy nie brało udziału w imprezach realizowanych przez dom kultury, 61,3% przez bibliotekę, 77,6% Muzeum Marcina Rożka, 72% Muzeum Roberta Kocha, a 42,1% skansenu. Pełny rozkład częstotliwości prezentuje poniższa tabela.

	Częstotliwość korzystania – Dom Kultury		Częstotliwość korzystania - Biblioteka		Częstotliwość korzystania – Muzeum Rożka		Częstotliwość korzystania – Muzeum Kocha		Częstotliwość korzystania - Skansen	
	Liczoność	%	Liczoność	%	Liczoność	%	Liczoność	%	Liczoność	%
Nigdy	25	23,4 %	65	61,3 %	83	77,6 %	77	72,0 %	45	42,1 %
Bardzo rzadko	46	43,0 %	22	20,8 %	20	18,7 %	24	22,4 %	41	38,3 %
Sporadycznie	25	23,4 %	8	7,5 %	4	3,7 %	4	3,7 %	17	15,9 %
Często	10	9,3 %	7	6,6 %			2	1,9 %	4	3,7 %
Regularnie	1	0,9 %	4	3,8 %						
Ogółem	107	100 %	106	100 %	107	100 %	107	100 %	107	100 %

Częstotliwość korzystania z oferty poszczególnych instytucji kultury w Wolsztynie

W Czarnkowie, ocenie maturzystów poddane zostały następujące instytucje: Czarnkowski Dom Kultury, Kino „Światowid”, Muzeum Ziemi Czarnkowskiej oraz Miejska Biblioteka Publiczna. Poziom nieznajomości działalności instytucji w tym mieście jest o wiele niższy niż w Wolsztynie i wynosi 3,9% w przypadku domu kultury, 12,4% w przypadku kina, 19,4% muzeum i 20,3 biblioteki. Średnia uzyskanych ocen przedstawia się odpowiednio 3,59, 2,46, 2,96 i 3,64. Jeśli chodzi o częstotliwość korzystania z oferty instytucji w Czarnkowie, zaledwie 5,4% badanych nie brało nigdy udziału w przedsięwzięciach domu kultury, 17,1% kina, 40,3 muzeum, a 34,9% biblioteki. Większość ankietowanych korzysta z oferty instytucji kultury bardzo rzadko lub sporadycznie. Pozytywną stroną wyników jest to, że więcej niż co piąty maturzysta często uczestniczy w imprezach domu kultury. Pełen zakres danych znajduje się w tabeli poniżej.

	Częstotliwość korzystania – Dom Kultury		Częstotliwość korzystania - Kino		Częstotliwość korzystania – Muzeum		Częstotliwość korzystania – Biblioteka	
	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%
Nigdy	7	5,4 %	22	17,1 %	52	40,3 %	45	34,9 %
Bardzo rzadko	39	30,2 %	62	48,1 %	56	43,4 %	43	33,3 %
Sporadycznie	49	38,0 %	37	28,7 %	20	15,5 %	20	15,5 %
Często	28	21,7 %	6	4,7 %	1	0,8 %	14	10,9 %
Regularnie	6	4,7 %	2	1,6 %			7	5,4 %
Ogółem	129	100,0 %	129	100,0 %	129	100,0 %	129	100,0 %

Częstotliwość korzystania z oferty poszczególnych instytucji kultury w Czarnkowie

W Gnieźnie zapytano o Miejski Ośrodek Kultury, Teatr im. Aleksandra Fredry, Muzeum Początków Państwa Polskiego, Klub Muzyczny „Młyn”, oraz ośrodek „Scena to dziwna”. Brak wiedzy o działalności Miejskiego Ośrodka Kultury zadeklarowało 9,1%, teatru – 6,7%, muzeum – 7,9%, klubu muzycznego – 8,5%, a ośrodka „Scena to dziwna” – 28% badanych, przy czym jest to instytucja działająca niecałe 2 lata. Średnia ocen, uzyskanych przez poszczególne instytucje wynosi w tym przypadku kolejno: 3,13, 3,16, 2,75, 4,05 i 3,43. Jeśli chodzi o częstotliwość uczestnictwa w przedsięwzięciach oferowanych przez poszczególne instytucje, w imprezach realizowanych przez ośrodek kultury nigdy nie uczestniczyło 26,4%, w spektaklach Teatru im. Aleksandra Fredry 17,8%, muzeum 35,2%, klubu „Młyn” 32,5%, a ośrodka „Scena to dziwna” – 47,2%. Większość badanych korzysta z oferty sporadycznie lub bardzo rzadko. Na uwagę zasługuje dość duża grupa – ponad co piąty badany – korzystająca regularnie z przedsięwzięć klubu „Młyn”. Pełne dane zawarte są w poniższej tabeli.

	Częstotliwość korzystania – Miejski Ośrodek Kultury		Częstotliwość korzystania - Teatr		Częstotliwość korzystania – Muzeum		Częstotliwość korzystania – Klub Muzyczny Młyn		Częstotliwość korzystania – Centrum Kultury Scena to dziwna	
	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%
Nigdy	43	26,4 %	29	17,8 %	57	35,2 %	53	32,5 %	77	47,2 %
Bardzo rzadko	68	41,7 %	62	38,0 %	63	38,9 %	20	12,3 %	39	23,9 %
Sporadycznie	39	23,9 %	55	33,7 %	32	19,8 %	42	25,8 %	35	21,5 %
Często	11	6,7 %	15	9,2 %	5	3,1 %	36	22,1 %	11	6,7 %
Regularnie	2	1,2 %	2	1,2 %	5	3,1 %	12	7,4 %	1	0,6 %
Ogółem	163	100 %	163	100 %	162	100 %	163	100 %	163	100 %

Częstotliwość korzystania z oferty poszczególnych instytucji kultury w Gnieźnie

Wśród instytucji, o które pytano w Jarocinie, znalazły się: Jarociński Ośrodek Kultury, Kino „Echo”, Muzeum Regionalne, jego oddział zwany „skarbczykiem”, który pełni rolę galerii i jest jednocześnie miejscem spotkań wielu stowarzyszeń i grup nieformalnych oraz

Bibliotekę Publiczną Miasta i Gminy Jarocin. Wiedzy na temat działalności ośrodka kultury nie posiada 8% badanych, kina – 2,7%, muzeum – 25%, skarbczyka – 33,3%, a biblioteki – 18%. Poziom średnich ocen wynosi odpowiednio: 3,39, 3,89, 3,14, 2,95 i 3,54. Jeśli chodzi o częstotliwość korzystania z imprez realizowanych przez instytucje, 8,9% badanych nigdy nie brało udziału w przedsięwzięciach organizowanych przez ośrodek kultury, 7,1% kina, 38,7 muzeum, 63,4 skarbczyka, a 33,9% biblioteki. Warto zwrócić uwagę na to, że prawie co piąty jarociński maturzysta często bierze udział w wydarzeniach domu kultury, a ponad co piąty często korzysta z oferty miejscowego kina.

	Częstotliwość korzystania – Jarociński Ośrodek Kultury		Częstotliwość korzystania - Kino		Częstotliwość korzystania – Muzeum		Częstotliwość korzystania – Skarbczyk		Częstotliwość korzystania – Biblioteka	
	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%
Nigdy	10	8,9 %	8	7,1 %	43	38,7 %	71	63,4 %	38	33,9 %
Bardzo rzadko	36	32,1 %	29	25,9 %	52	46,8 %	34	30,4 %	38	33,9 %
Sporadycznie	42	37,5 %	43	38,4 %	14	12,6 %	6	5,4 %	21	18,8 %
Często	21	18,8 %	27	24,1 %	1	0,9 %	1	0,9 %	8	7,1 %
Regularnie	3	2,7 %	5	4,5 %	1	0,9 %			7	6,3 %
Ogółem	112	100 %	112	100 %	111	100 %	112	100 %	112	100 %

Częstotliwość korzystania z oferty poszczególnych instytucji kultury w Jarocinie

W Turku lista placówek kulturalnych obejmowała: Miejski Dom Kultury, Kino „Tur”, Muzeum Rzemiosła Tkackiego, Miejską i Powiatową Bibliotekę Publiczną oraz Klub Młodzieżowy, prowadzony przez Stowarzyszenie „Przystań”. 13,3% badanych deklaruje brak wiedzy na temat działań podejmowanych przez dom kultury, 2,7% nie zna oferty kina, 26,5% - muzeum, 25,7% - biblioteki i aż 47,8% - klubu. Średnia ocen, jakie uzyskały wymienione placówki, wynosi odpowiednio: 3,51, 2,65, 2,89, 3,39 i 3,34. Analiza częstotliwości korzystania z oferty wymienionych podmiotów, pozwala na stwierdzenie, że 18,6% nigdy nie korzystało z oferty domu kultury, 8% kina, 38,9% muzeum, 47,8 biblioteki, a 77% klubu. Zdecydowana większość maturzystów z Turku korzysta z oferty sporadycznie lub bardzo rzadko.

	Częstotliwość korzystania – Dom Kultury		Częstotliwość korzystania - Kino		Częstotliwość korzystania – Muzeum		Częstotliwość korzystania – Biblioteka		Częstotliwość korzystania – Klub Młodzieżowy	
	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%
Nigdy	21	18,6 %	9	8,0 %	44	38,9 %	54	47,8 %	87	77,0 %
Bardzo rzadko	44	38,9 %	29	25,7 %	51	45,1 %	27	23,9 %	9	8,0 %
Sporadycznie	33	29,2 %	57	50,4 %	18	15,9 %	17	15,0 %	12	10,6 %
Często	13	11,5 %	15	13,3 %			12	10,6 %	3	2,7 %
Regularnie	2	1,8 %	3	2,7 %			3	2,7 %	2	1,8 %
Ogółem	113	100 %	113	100 %	113	100 %	113	100 %	113	100 %

Częstotliwość korzystania z oferty poszczególnych instytucji kultury w Turku

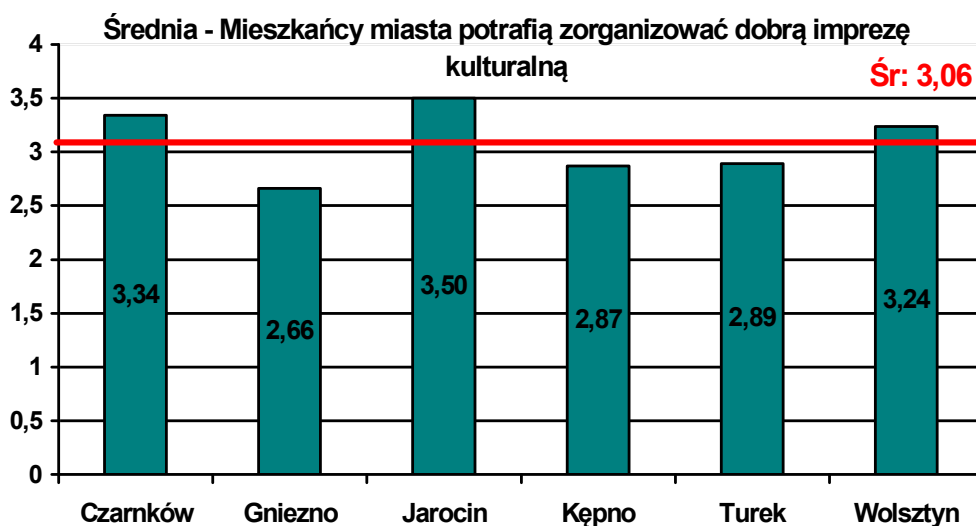
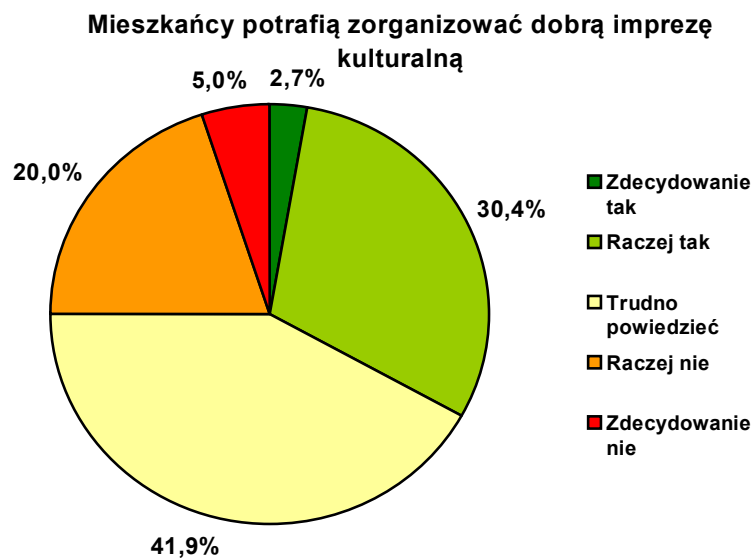
W Kępnie badanymi instytucjami były: Kępiński Ośrodek Kultury, Kino „Sokolnia”, Muzeum Ziemi Kępińskiej im. Tadeusza Piotra Potworowskiego, Biblioteka Publiczna Samorządowa oraz Powiatowa Biblioteka Publiczna. Deklaracje nieznanomości oferty wynoszą: 31% w przypadku ośrodka kultury, 8% - kina, 15% - muzeum, 23,2% - biblioteki samorządowej i 8,9% biblioteki powiatowej. Średnie wartości ocen kształtują się kolejno na poziomie punktów: 3,17, 2,25, 2,87, 3,28 i 3,47. Wskaźniki częstotliwości ujęte zostały w poniższej tabeli. Wśród maturzystów 40,6% nie korzystało nigdy z oferty ośrodka kultury, 15,8% kina, 35,6% muzeum, 47,5% biblioteki samorządowej, a 30% biblioteki powiatowej. Warto zauważyć, że tak wysoki odsetek osób nie biorących udziału w przedsięwzięciach ośrodka kultury, wynikać może z faktu, iż funkcjonuje on od niedawna po kilkunastoletniej przerwie.

	Częstotliwość korzystania – Ośrodek Kultury		Częstotliwość korzystania - Kino		Częstotliwość korzystania – Muzeum		Częstotliwość korzystania – Samorządowa biblioteka		Częstotliwość korzystania – Powiatowa Biblioteka	
	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%	Liczebność	%
Nigdy	41	40,6 %	16	15,8 %	36	35,6 %	47	47,5 %	30	30,0 %
Bardzo rzadko	24	23,8 %	50	49,5 %	44	43,6 %	27	27,3 %	30	30,0 %
Sporadycznie	22	21,8 %	28	27,7 %	18	17,8 %	16	16,2 %	27	27,0 %
Często	9	8,9 %	6	5,9 %	2	2,0 %	8	8,1 %	13	13,0 %
Regularnie	5	5,0 %	1	1,0 %	1	1,0 %	1	1,0 %		
Ogółem	101	100 %	101	100 %	101	100 %	99	100 %	100	100 %

Częstotliwość korzystania z oferty poszczególnych instytucji kultury w Kępnie

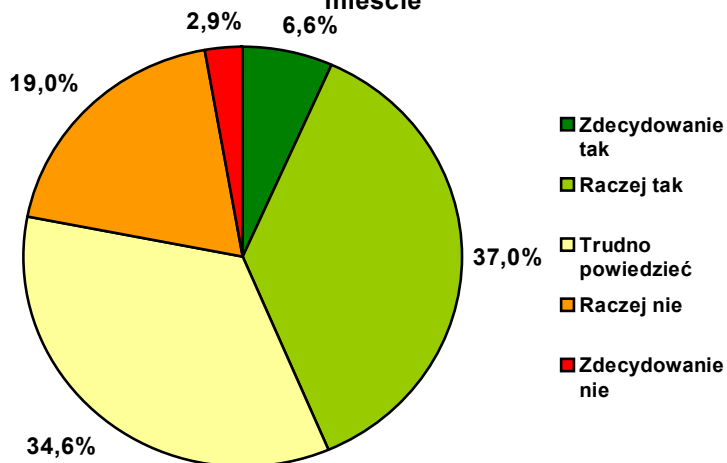
Osobom badanym przedstawiona została lista tez, dotycząca różnych aspektów kulturalnego życia w ich mieście. Podobnie jak w jednym z wcześniej omawianych pytań, mieli oni przy tym do dyspozycji pięciostopniową kafeterię odpowiedzi: „zdecydowanie tak”, „raczej tak”, „trudno powiedzieć”, „raczej nie”, „zdecydowanie nie”. Odpowiedziom tym przypisana została pięciostopniowa skala ocen, gdzie najwyższa wartość przypisana jest odpowiedzi „zdecydowanie tak”(5), a najniższa „zdecydowanie nie”(1). Dzięki temu możliwe jest obliczenie wartości liczbowej, określającą poziom średniej zgodności z proponowanymi tezami.

Z twierdzeniem, iż „mieszkańcy miasta potrafią zorganizować dobrą imprezę kulturalną” w sposób zdecydowany zgodziło się 2,7% badanych, odpowiedzi „raczej tak” udzieliło 30,4%, „trudno powiedzieć” 41,9%, „raczej nie” 20%, a „zdecydowanie nie” 5%. Średnia wartość zgodności z tym stwierdzeniem, wynosi 3,06 punktu. Odchylenia od niej są nieznaczące, choć warto zauważyć, że najlepiej o mieszkańcach, jako organizatorach wydarzeń kulturalnych myślą młodzi mieszkańcy Jarocina (3,5) i Czarnkowa (3,34), a najgorzej – Gniezna (2,66).



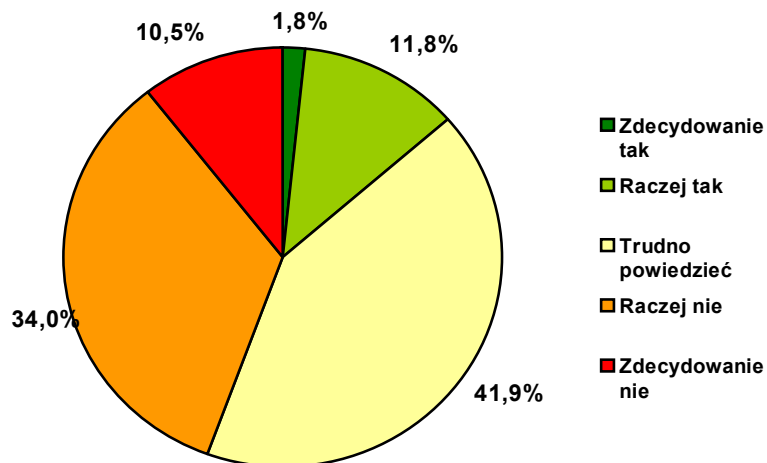
Kolejne twierdzenie dotyczyło oceny aktywności własnej grupy wiekowej. Z tezą, iż młodzi ludzie są aktywni i współtworzą kulturę w mieście zdecydowanie zgodziło się 6,6% badanych, odpowiedzi „raczej tak” udzieliło 37%, „trudno powiedzieć” 34,6%, „raczej nie” 19%, a „zdecydowanie nie” 2,9%. Średnia wartość zgodności wobec proponowanego stwierdzenia, wynosi 3,25 punktu, bez istotnych odchyień w przypadku poszczególnych miast.

Młodzi ludzie są aktywni i współtworzą kulturę w mieście



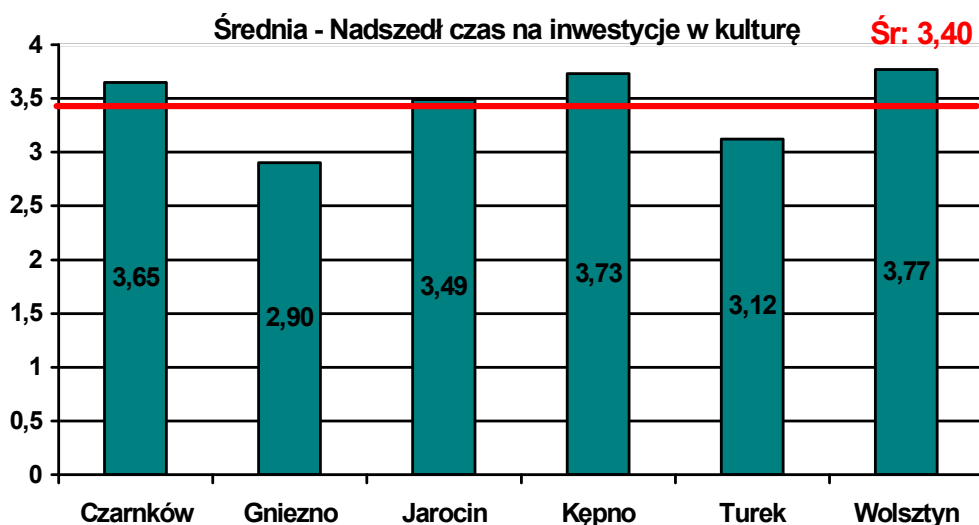
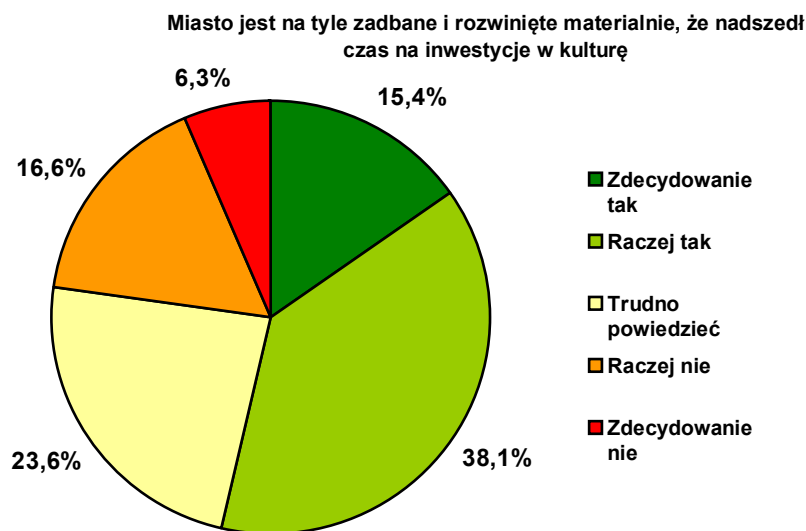
Następna teza dotyczyła działalności w mieście wybitnych artystów. Zgodziło się z nią w sposób zdecydowany 1,8%, „raczej tak” odpowiedziało 11,8%, „trudno powiedzieć” 41,9%, „raczej nie” 34%, a „zdecydowanie nie” 10,5%. Średnia wartość zgodności z tezą wyniosła tu 2,6 punktu, podobnie jak poprzednio, bez istotnych odchyień w przypadku poszczególnych miast.

W mieście działa wielu wybitnych artystów

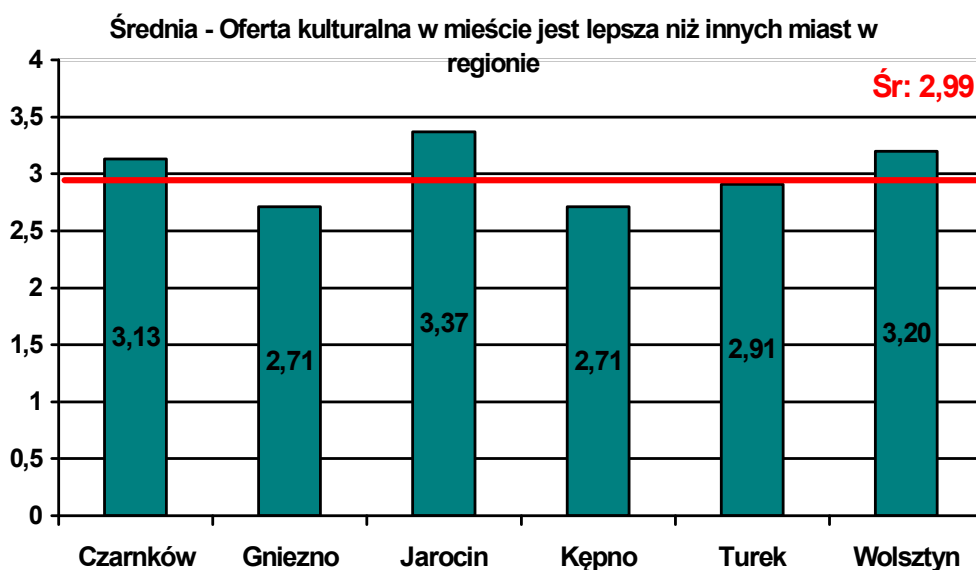
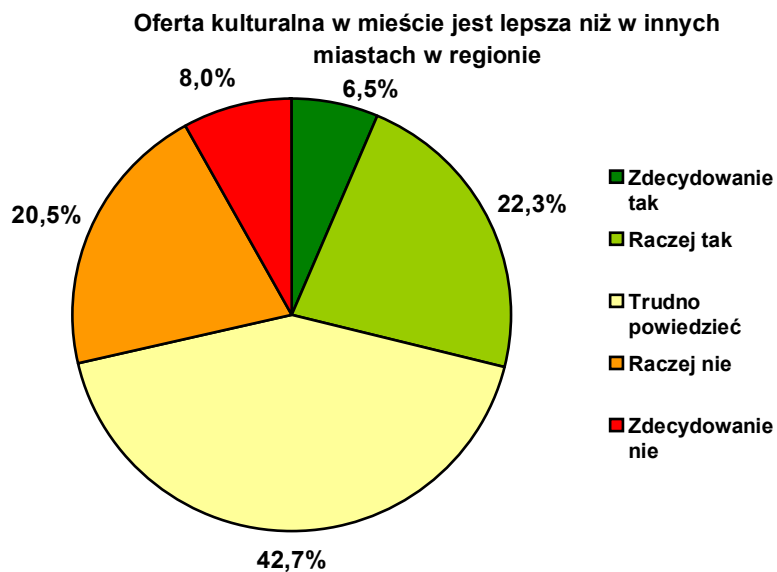


Kolejne twierdzenie miało na celu zbadanie poziomu zgodności z określonymi priorytetami rozwoju miast. Z tezą, iż miasta są już zadbane i rozwinięte materialnie w wystarczającym stopniu, a teraz przyszedł czas na silne inwestowanie w kulturę zgodziło się w zdecydowany sposób 15,4%, odpowiedzi „raczej tak” udzieliło 38,1%, „trudno powiedzieć” 23,6%, „raczej nie” 16,6%, a „zdecydowanie nie” 6,3%. Średnia wartość

zgodności wobec tego stwierdzenia, wynosi 3,4 punktu, przy czym najwyższy poziom zgodności wykazali w tym przypadku młodzi mieszkańcy Wolsztyna (3,77), a najniższy Gniezna (2,90).

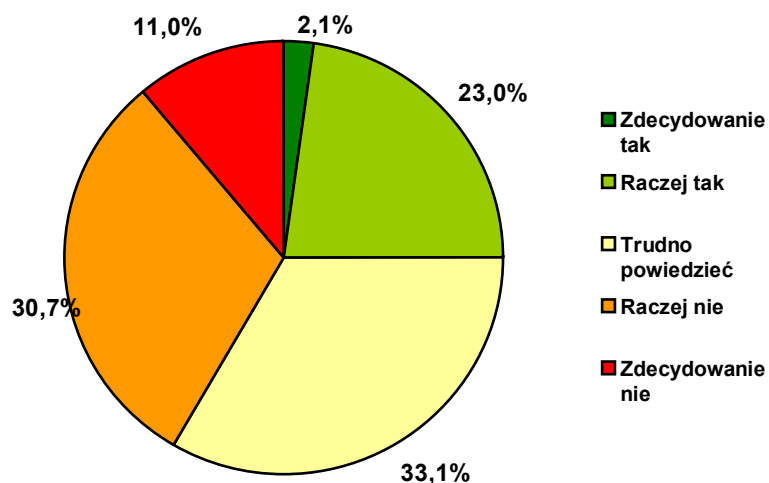


Następne ze stwierdzeń dotyczyło porównania rodzimej oferty kulturalnej z ofertami innych miast o podobnej wielkości. Z tezą, że w ich mieście propozycje kulturalne są lepsze od tych, które znaleźć można w podobnej wielkości miastach w Wielkopolsce w zdecydowany sposób zgodziło się 6,5% badanych, odpowiedzi „raczej tak” udzieliło 22,3%, „trudno powiedzieć” 42,7%, „raczej nie” 20,5%, a „zdecydowanie nie” 8%. Średnia wartość zgodności wobec proponowanego stwierdzenia wynosi 2,99 punktu, największa w Jarocinie (3,37), a najmniejsza w Gnieźnie i Kępnie (po 2,71).

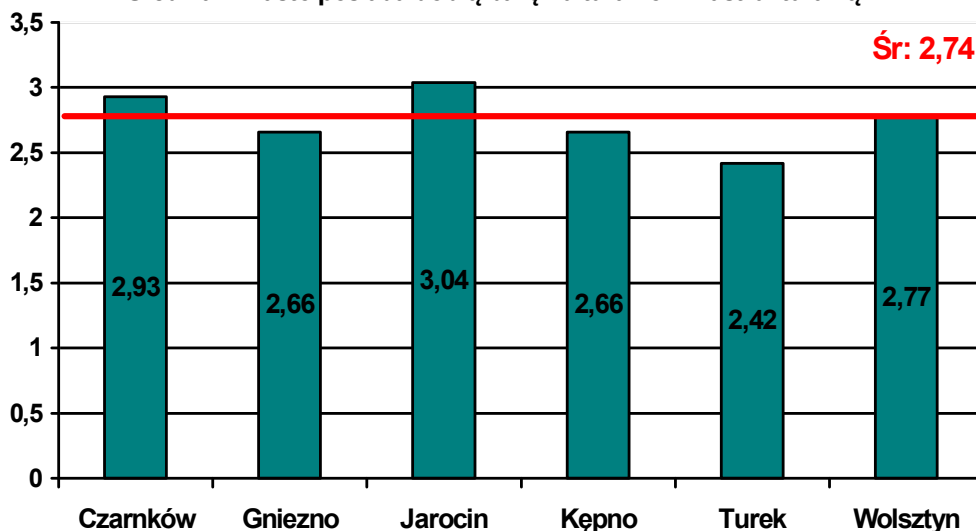


Kolejne oceny dotyczyły infrastruktury kultury. Z tym, że miasto posiada dobrą bazę instytucjonalno-kulturalną (np. nowoczesne lub wyremontowane budynki instytucji kultury) zgodziło się w sposób zdecydowany 2,1% badanych, „raczej tak” odpowiedziało 23%, „trudno powiedzieć” 33,1%, „raczej nie” 30,7%, a „zdecydowanie nie” 11%. Średnia zgodności wyniosła w tym przypadku 2,74 punktu, najwyższa była w Jarocinie (3,04), najniższa w Turku (2,42).

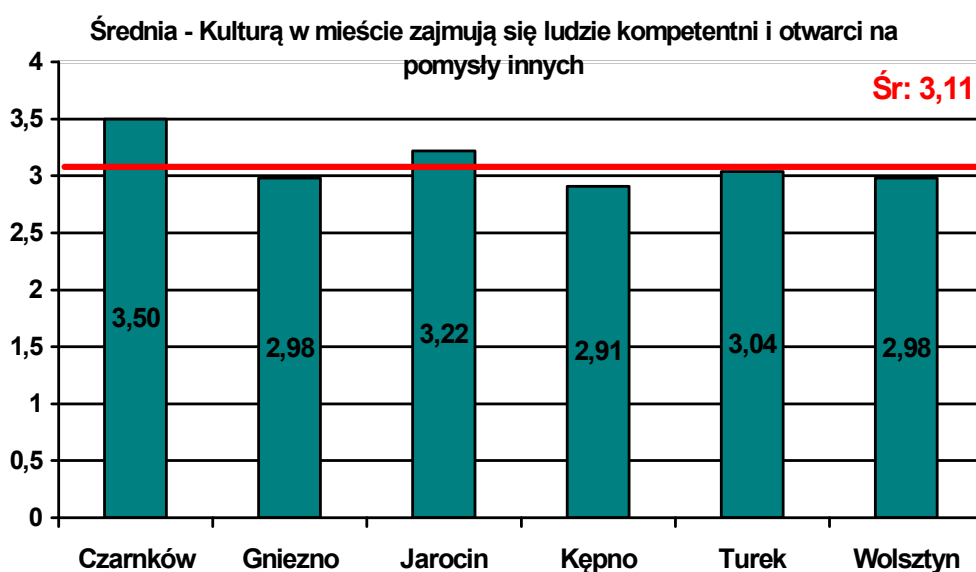
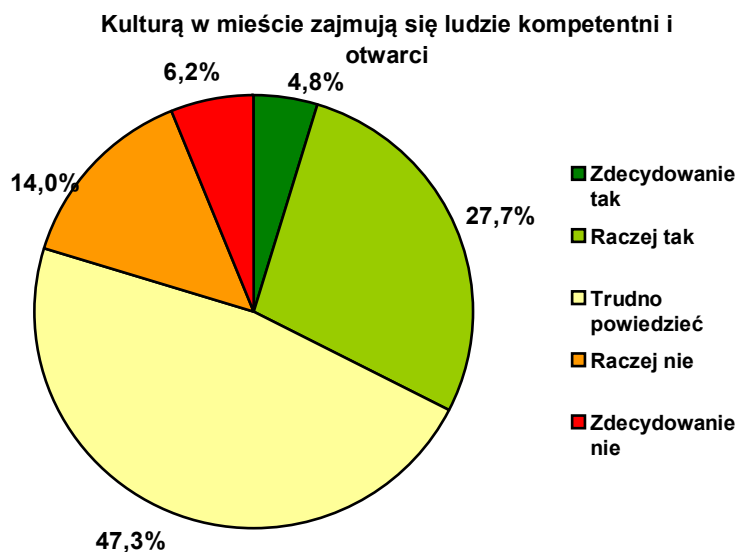
Miasto posiada dobrą bazę kulturalno-infrastrukturalną



Średnia - Miasto posiada dobrą bazę kulturalno-infrastrukturalną



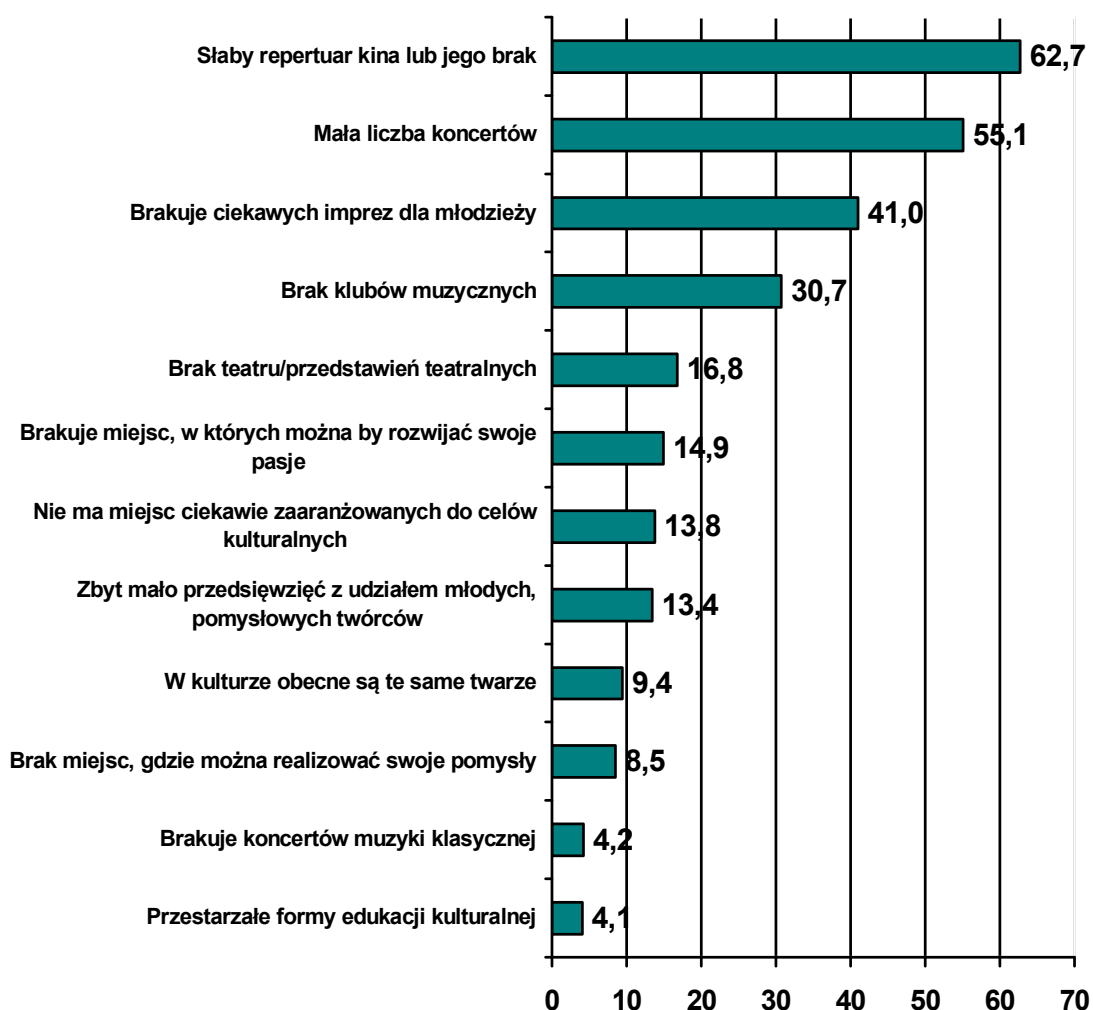
Ostatnia z tez dotyczyła osób zajmujących się kulturą w mieście. Ze stwierdzeniem, iż kulturą zajmują się ludzie kompetentni i otwarci na pomysły innych zgodziło się zdecydowanie 4,8% badanych, „raczej tak” odpowiedziało 27,7%, „trudno powiedzieć” 47,3%, „raczej nie” 14%, a „zdecydowanie nie” – 6,2%. Średnia wartość zgodności wobec proponowanego stwierdzenia, wyniosła 3,11 punktu, najbardziej przekonani do kompetencji wspomnianych osób są licealiści z Jarocina (3,5) i Czarnkowa (3,22), najmniej Kępna (2,91).



Jednym z podstawowych celów prowadzenia badań na kulturą w sześciu powiatowych miastach Wielkopolski, było określenie deficytów tej sfery. Służyło temu między innymi pytanie o braki w ofercie kulturalnej. Kafeteria odpowiedzi zawierała dwanaście różnorodnych zjawisk, przy czym respondenci poproszeni zostali o wybór najwyżej trzech, które uznali za najistotniejsze. W ogólnym zestawieniu do najczęstszych wskazań należą: słaby repertuar kina lub w niektórych miastach jego brak (62,7%), mała liczba koncertów

(55,1%), brak ciekawych imprez dla młodzieży (41%) i klubów (30,7%). Rzadsze wskazania dotyczyły miejsc, w których można rozwijać swoje pasje (14,9%), małej liczby przedstawień teatralnych (16,8%), miejsc, które w ciekawy sposób byłyby zaaranżowane do celów kulturalnych (13,8%), przedsięwzięć z udziałem młodych, pomysłowych twórców (13,4%). Odnosząc się do poszczególnych miast, stwierdzić można, że mieszkańcom Czarnkowa najbardziej brakuje odpowiedniego repertuaru w kinie (65,4%), koncertów (55,1%) oraz ciekawych imprez dla młodzieży (52,8%). W przypadku maturzystów z Gniezna, wskaźniki te wyniosły odpowiednio: 61,3%, 54,0% i 31,3%, Kępna 66,7%, 51,5% i 36,4%. Podobnie jest w Turku, gdzie z funkcjonowania kina niezadowolonych jest 75,0% badanych, koncertów brakuje 58,0%, a ciekawych przedsięwzięć dla młodzieży 45,5%. W przypadku Wolsztyna wskaźniki te wynoszą 82,8%, 52,5% i 45,5%. Inaczej jest w Jarocinie, gdzie żaden ze wskaźników nie przekroczył wartości 50%, a najczęściej wskazywanymi deficytami były: mała liczba koncertów 48,2%, słaby repertuar kina (38,2%), brak ciekawych imprez dla dzieci i młodzieży (35,5%), a także klubów muzycznych (31,8%) oraz brak przedstawień teatralnych (24,5%).

Braki w ofercie kulturalnej miasta



Jedną z trudniejszych kwestii, jaka postawiona została przed respondentami, dotyczyła strategii rozwoju kultury w mieście na najbliższe lata. Uczniowie mieli odpowiedzieć na pytanie, czy zdaniem osób badanych miasto posiada taką strategię, mając do dyspozycji następującą skalę odpowiedzi: „zdecydowanie nie”, „raczej nie”, „trudno powiedzieć”, „raczej tak”, „zdecydowanie tak” oraz „nie mam zdania/wiedzy”. Problematyczność pytania wynikała z dwóch względów. Po pierwsze, większość samorządów nie tworzy osobnych sektorowych strategii dla kultury. Praktyka jest taka, że samorzady realizują zadania z zakresu kultury, mając do dyspozycji bardzo ogólnie określone cele, skupiając się przy tym niemal wyłącznie na zarządzaniu operacyjnym, przy braku zarządzania strategicznego. Po drugie natomiast, skierowanie tego rodzaju pytania do maturzystów, stwarzało ryzyko napotkania na nie dość wysokie kompetencje osób badanych. Kwestię tę zdecydowano się pomimo wspomnianych wątpliwości poruszyć, z uwagi na wagę odczuć, dotyczących kierunków rozwoju kultury w miastach. Tam, gdzie

respondenci dostrzegają w jakimś stopniu obecność strategii, widoczne jest być może ukierunkowanie działań samorządu, co z pewnością działa na ich korzyść. Najwięcej wskazań odnotowano w przypadku odpowiedzi „trudno powiedzieć” – aż 42,6%. Sporo badanych uznało, że nie posiadają w przedmiotowej kwestii dostatecznej wiedzy (20,8%). Odpowiedź „zdecydowanie tak” wybrało w tym przypadku niespełna 1% badanych, „raczej tak” 11,1%. Najwięcej tych ostatnich odnotowano w Jarocinie (19,8%), Czarnkowie (15,5%) oraz Wolsztynie 12,1%, mniej w Kępnie (5,9%), Turku (6,3%) i Gnieźnie (7,4%). Rozkład odpowiedzi negatywnych był w tym przypadku następujący: „zdecydowanie nie” opowiedziało się ogółem 7,9% badanych, najwięcej w Kępnie (14,9%) i Gnieźnie (13%), najmniej w Jarocinie (1,8%) i Czarnkowie (3,1%). Z kolei „raczej nie” odpowiedziało ogółem 16,8% maturzystów, najwięcej w Gnieźnie (22,2%) i Turku (20,7%), a najmniej w Jarocinie (9,9%).

		Miasto						Ogółem
		Czarnków	Gniezno	Jarocin	Kępno	Turek	Wolsztyn	
Zdecydowanie nie	Liczebność	4	21	2	15	9	6	57
	%	3,1 %	13,0 %	1,8 %	14,9 %	8,1 %	5,6 %	7,9 %
Raczej nie	Liczebność	17	36	11	18	23	16	121
	%	13,2 %	22,2 %	9,9 %	17,8 %	20,7 %	15,0 %	16,8 %
Trudno powiedzieć	Liczebność	55	65	50	51	48	38	307
	%	42,6 %	40,1 %	45,0 %	50,5 %	43,2 %	35,5 %	42,6 %
Raczej tak	Liczebność	20	12	22	6	7	13	80
	%	15,5 %	7,4 %	19,8 %	5,9 %	6,3 %	12,1 %	11,1 %
Zdecydowanie tak	Liczebność	1		1	1	1	2	6
	%	0,8 %		0,9 %	1,0 %	0,9 %	1,9 %	0,8 %
Nie mam zdania/wiedzy	Liczebność	32	28	25	10	23	32	150
	%	24,8 %	17,3 %	22,5 %	9,9 %	20,7 %	29,9 %	20,8 %
Ogółem	Liczebność	129	129	162	111	101	111	107
	%	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %

Opinie dotyczące posiadania przez miasto strategii rozwoju kultury

Respondenci poproszeni zostali także o wskazanie grup, którym oferuje się najmniej, jeśli chodzi o wydarzenia kulturalne. Najwięcej głosów skoncentrowało się tu na młodzieży – grupie, do której należą osoby badane. Odpowiedzi takiej udzieliło 28,7% uczniów. Wskazań tych było więcej, niż w przypadku grupy, w której mieszczą się osoby wykluczone lub najbardziej zagrożone społecznym wykluczeniem: bezrobotni, bezdomni, niemajątni. Wskazanie młodzieży, jako grupy, której poświęca się najmniej uwagi w ofercie kulturalnej, różniło się znacząco w poszczególnych miastach: najwięcej w Wolsztynie (39,6%), nieco mniej w Kępnie (35,3%), Czarnkowie (31,1%), podczas gdy w Jarocinie zaledwie 19,6%. Sporo odpowiedzi skoncentrowało się także na innej grupach: osobach mieszkających poza miastem (ogółem 15,8%), ludziach w średnim wieku, pracujących (ogółem 13,5%) oraz seniorach (ogółem 11,6%).

Wśród miast, gdzie osoby mieszkające poza miastem uznano za najbardziej poszkodowane, jeśli chodzi o ofertę kulturalną, znalazły się Kępno (21,2%), Jarocin (18,6%) i Gniezno (18,2%). W niewielkim stopniu problem ten jest dostrzegany przez mieszkańców Turku (8,4%). Pracujący w wieku średnim otrzymali najwyższy odsetek wskazań w Jarocinie (18,6%), najmniejszy w Czarnkowie (9,2%). Z kolei seniorzy są postrzegani jako grupa pokrzywdzona przez zbyt skromną ofertę kulturalną najbardziej przez mieszkańców Jarocina (16,5%), a najslabiej Kępna (5,9%).

		Miasto						Ogółem
		Czarnków	Gniezno	Jarocin	Kępno	Turek	Wolsztyn	
Dzieci	Liczebność	2	2	2	5	2	5	18
	%	1,7%	1,3%	2,1%	5,9%	1,9%	5,5%	2,7%
Młodzież	Liczebność	37	44	19	30	23	36	189
	%	31,1%	27,7%	19,6%	35,3%	21,5%	39,6%	28,7%
Osoby pracujące, w średnim wieku	Liczebność	11	23	18	9	17	11	89
	%	9,2%	14,5%	18,6%	10,6%	15,9%	12,1%	13,5%
Bezrobotni, bezdomni,	Liczebność	33	42	24	17	37	20	173
	%	27,7%	26,4%	24,7%	20,0%	34,6%	22,0%	26,3%
Osoby starsze	Liczebność	17	14	16	5	18	6	76
	%	14,3%	8,8%	16,5%	5,9%	16,8%	6,6%	11,6%
Osoby mieszkające poza miastem	Liczebność	19	29	18	18	9	11	104
	%	16,0%	18,2%	18,6%	21,2%	8,4%	12,1%	15,8%
Inne	Liczebność		5		1	1	2	9
	%		3,1%		1,2%	0,9%	2,2%	1,4%
Ogółem	Liczebność	119	159	97	85	107	91	658
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Grupa najbardziej wykluczona z życia kulturalnego w poszczególnych miastach

IV. Znaczenie kultury w opinii młodych

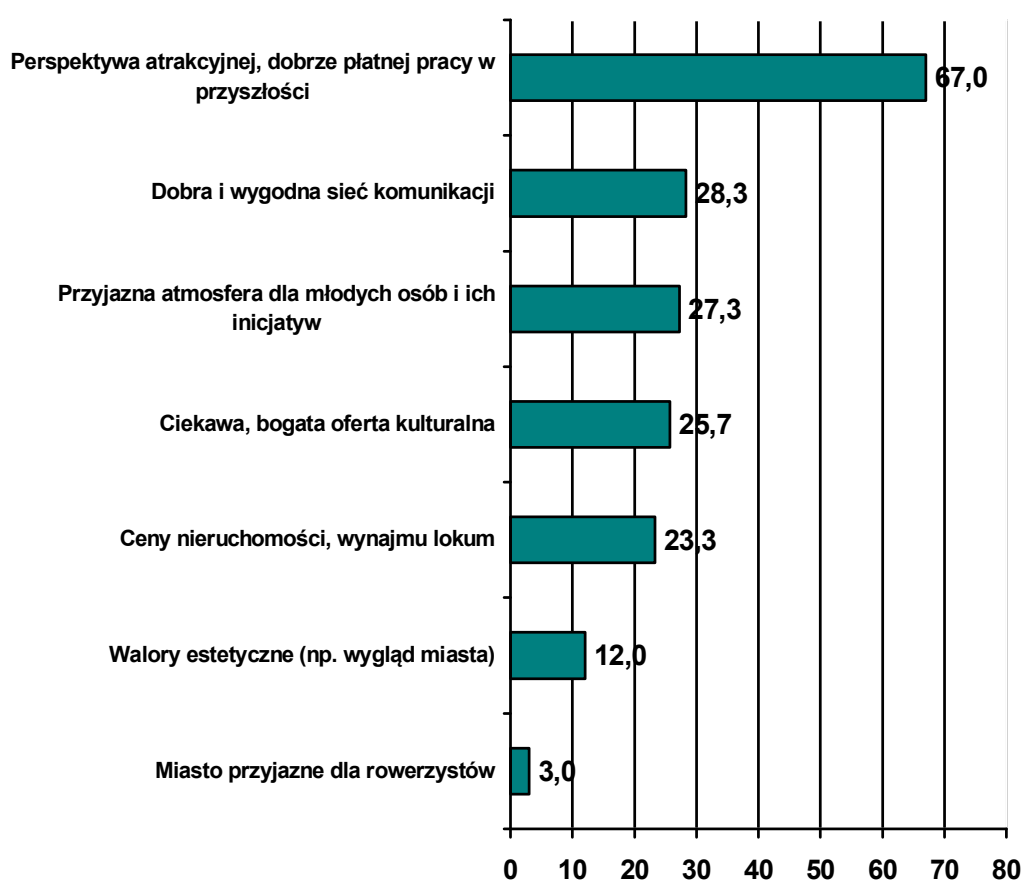
W związku z faktem, że osobami badanymi w sondażu byli maturzyści, którzy najczęściej podejmą studia w innym mieście niż to, w którym się obecnie uczą, postawiono pytanie o czynniki wpływające na wybór określonego miasta studiów. Pewnym wyjątkiem od reguły jest w niniejszym badaniu Gniezno – zdecydowanie największe miasto powiatowe, o własnym potencjale i ofercie w zakresie edukacji wyższej. Blisko 9% maturzystów gnieźnieńskich zadeklarowało, że nie chcą studiować poza Gnieznom. Deklaracje takie pojawiły się również w Kępnie 3% i Jarocinie 3,7% oraz w Turku 0,9%. Również w tych miastach istnieje skromniejsza oferta w zakresie studiów wyższych. W Wolsztynie i Czarnkowie wskazania takie nie pojawiły się w ogóle.

Maturzystom zadano pytanie o czynniki, które poza względami naukowymi (dostępność kierunku, prestiż uczelni) będą miały wpływ na wybór określonego miejsca studiów. Należało wskazać dwa najistotniejsze czynniki spośród wymienionych w ankiecie. Najwięcej (67%) maturzystów wskazało na perspektywę atrakcyjnej, dobrze płatnej pracy

w przyszłości. To bardzo racjonalne wskazanie zdecydowanie dominowało wobec zaprezentowanych poniżej:

- dobra i wygodna sieć komunikacji – 28,3%,
- przyjazna atmosfera dla młodych osób i ich inicjatyw – 27,3%,
- ciekawa dla mnie, bogata oferta kulturalna – 25,7%,
- ceny nieruchomości, wynajmu lokum – 23,3%,
- walory estetyczne (np. wygląd miasta) – 12%,
- miasto przyjazne dla rowerzystów – 3%.

Czynniki mające wpływ na wybór miasta studiów



Jako miasto z najciekawszą ofertą kulturalną wielkopolscy maturzyści wskazywali Poznań – 57%, co jest w pewnym sensie oczywiste i wiąże się też z większą znajomością najbliższej metropolii. Takie miasta jak Gdańsk, Toruń, Katowice, Lublin otrzymały wskazania w okolicach 1%, zawsze atrakcyjna Warszawa – 9,2% (najwięcej wskazań w Turku i Jarocinie). Ciekawie rzecz ma się z innymi metropoliami, które w granicznych powiatach kępińskim czy tureckim, stanowią konkurencję dla Poznania. W Kępnie bezapelacyjnym liderem dla maturzystów jest Wrocław – 67% wskazań – o 10 punktów procentowych więcej

niż średni wynik Poznania w Wielkopolsce. Poznań otrzymał w Kępnie podobnie jak Warszawa jedynie 8,2% wskazań, co jest też wynikiem słabszym od Krakowa 11,3%. Największą bolączką kępnian może być kwestia nieatrakcyjności Poznania ze względu na niezwykle słabe połączenie drogowe i kolejowe. Inaczej rzecz ma się w Turku. Mimo dużej odległości od Poznania (50,4% wskazań), a bliskości Łodzi (8,8%), to ostatnie miasto nie stanowi obecnie konkurencyjnej alternatywy dla Poznania w tym zakresie. Wysoko w rankingu młodych turkowie plasują się z kolei Warszawa (19,5%) i Wrocław (10,6%).

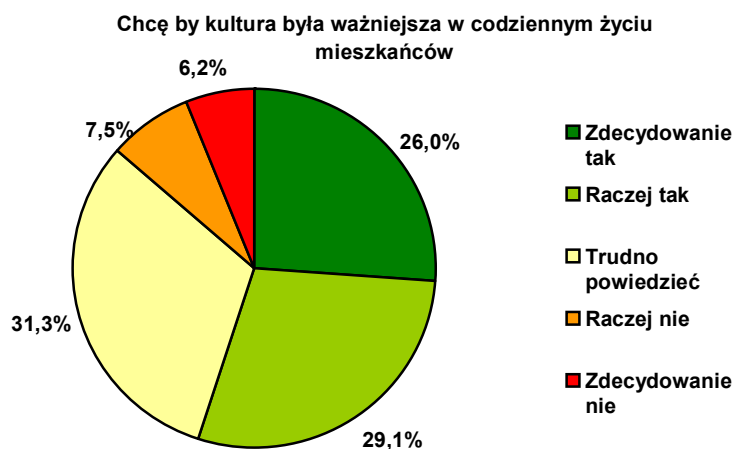
		Miasto						Ogółem
		Czarnków	Gniezno	Jarocin	Kępno	Turek	Wolsztyn	
Warszawa	Liczebność	3	8	18	8	22	5	64
	%	2,3%	5,0%	17,8%	8,2%	19,5%	5,2%	9,2%
Wrocław	Liczebność	10	15	5	65	12	14	121
	%	7,8%	9,3%	5,0%	67,0%	10,6%	14,6%	17,4%
Gdańsk	Liczebność	1	1			3	1	6
	%	0,8%	0,6%			2,7%	1,0%	0,9%
Kraków	Liczebność	15	10	4	11	6	13	59
	%	11,7%	6,2%	4,0%	11,3%	5,3%	13,5%	8,5%
Łódź	Liczebność		3	1	1	10		15
	%		1,9%	1,0%	1,0%	8,8%		2,2%
Toruń	Liczebność	4	4				1	9
	%	3,1%	2,5%				1,0%	1,3%
Lublin	Liczebność	1				1	1	3
	%	0,8%				0,9%	1,0%	0,4%
Katowice	Liczebność	1	2					3
	%	0,8%	1,2%					0,4%
Poznań	Liczebność	92	110	73	8	57	57	397
	%	71,9%	68,3%	72,3%	8,2%	50,4%	59,4%	57,0%
Inne	Liczebność	1	8		4	2	4	19
	%	0,8%	5,0%		4,1%	1,8%	4,2%	2,7%
Ogółem	Liczebność	128	161	101	97	113	96	696
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Miasto z najciekawszą ofertą kulturalną w poszczególnych miastach

Opinię na temat przywiązywania wagi przez ludzi młodych do kultury w ich mieście, możemy poznać dzięki wartościowaniu przez nich następujących stwierdzeń.

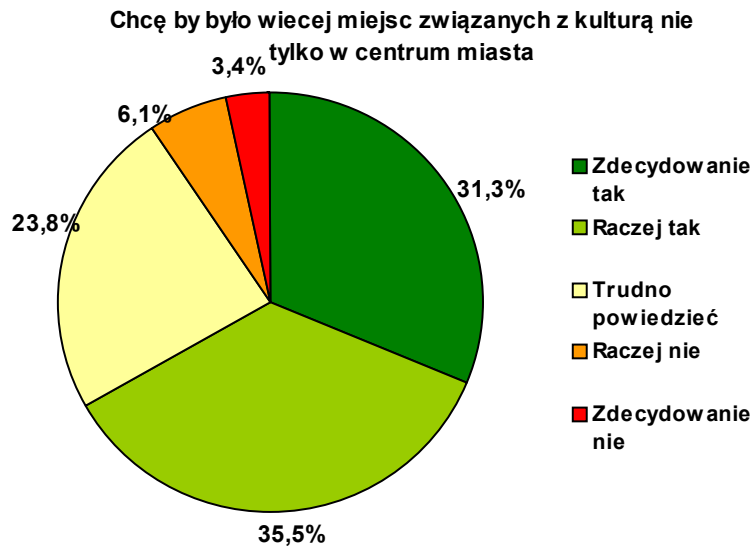
Ze zdaniem: „chcę, by kultura była dużo ważniejsza w codziennym życiu mieszkańców mojego miasta niż teraz” całkowicie zgadza się 26% osób badanych, raczej zgadza się 29,1%, indyferentnych pozostaje 31,3%, a 7,5% raczej się z nim nie zgadza, 6,2% całkowicie się z nim nie zgadza. Pomimo pewnych różnic pomiędzy poszczególnymi miastami można stwierdzić, że młodzież przywiązuje znaczną wagę do wzrostu znaczenia kultury w życiu mieszkańców swojego miasta. Młodzi Wielkopolanie chcą też, by pojawiło się więcej miejsc żyjących kulturą nie tylko w centrum miasta, ale także w innych jego częściach. Zdecydowanie pozytywną i umiarkowanie pozytywną opinię łącznie w tym względzie wyraża 66,8% ankietowanych, indyferentne pozostaje 23,3%, a sceptyczne i całkowicie sceptycznie

i negatywnie do takiego stwierdzenia odnosi się 9,5%. Taka potrzeba jest wyrażana mocniej w Jarocinie, Kępnie i Czarnkowie.



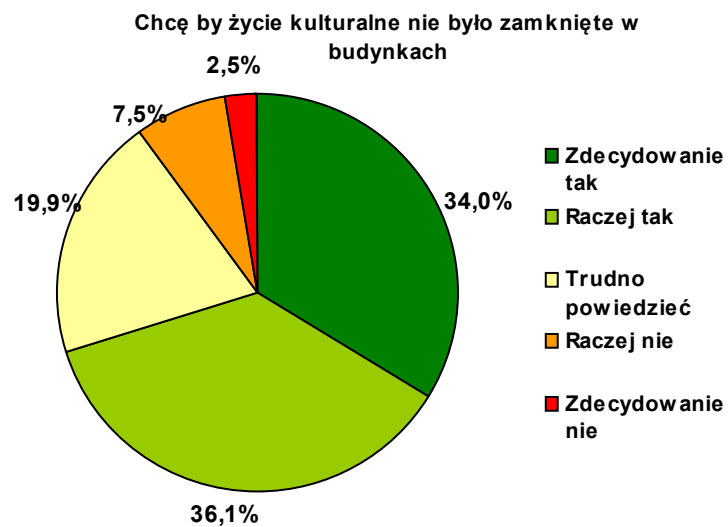
		Średnia
Miasto	Jarocin	3,86
	Kępno	3,75
	Czarnków	3,72
	Turek	3,65
	Gniezno	3,42
	Wolsztyn	3,32
Ogółem		3,61

Młodzi ludzie chcą też, by życie kulturalne toczyło się wokół nowych przestrzeni skupionych nie tylko w centrum miasta, ale również w innych jego częściach. Dwóch na trzech (66,8%) ankietowanych zdecydowanie lub umiarkowanie popiera takie rozwiązanie. 23,8% nie ma przekonania w tym względzie a bardziej lub mniej sceptyczne jest 9,5% badanych. Poglądy takie są bardziej wystrzone wobec średniej w Turku, Czarnkowie i Kępnie.



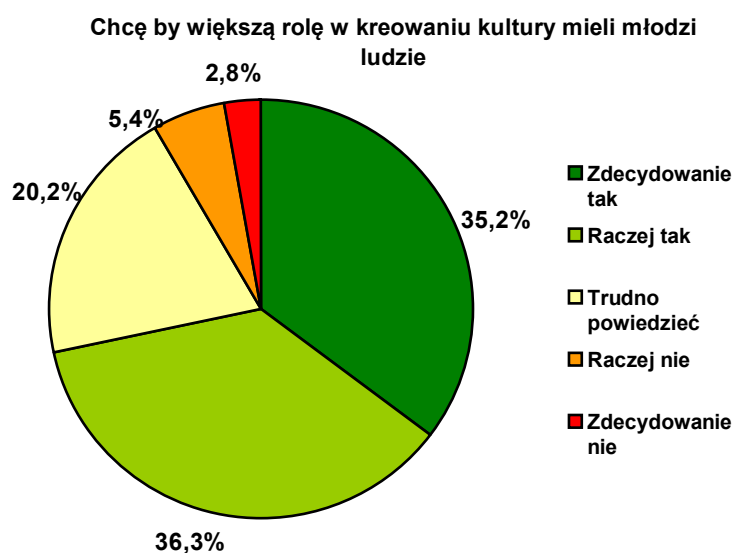
		Średnia
Miasto	Turek	4,01
	Czarnków	3,94
	Kępno	3,90
	Jarocin	3,85
	Wolsztyn	3,75
	Gniezno	3,71
Ogółem		3,85

Przebadani uczniowie wyrażają także pragnienie, by życie kulturalne toczyło się wokół nowych przestrzeni i nie było zamknięte w ścianach budynków instytucji kultury. W Czarnkowie, Turku i Kępnie zanotowano największe oczekiwania pod tym względem.



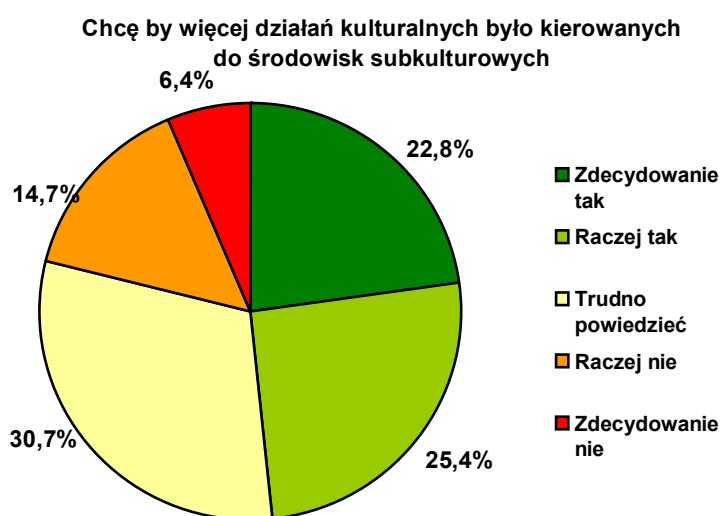
		Średnia
Miasto	Czarnków	4,17
	Turek	4,12
	Kępno	4,01
	Jarocin	3,77
	Gniezno	3,74
	Wolsztyn	3,72
Ogółem		3,92

Młodzi Wielkopolanie chcą też odgrywać większą rolę w kreowaniu kultury. 35,2% zgłasza taką potrzebę zdecydowanie, niemal taki sam odsetek w sposób bardziej umiarkowany (36,3%). 20,2% nie wyraża w tym względzie zdecydowanych poglądów, umiarkowanie negatywnie wypowiada się 5,4%, a negatywnie 2,8% badanych. Zdecydowanie najczęściej wskazań pozytywnych w tym zakresie pojawiło się w Czarnkowie.

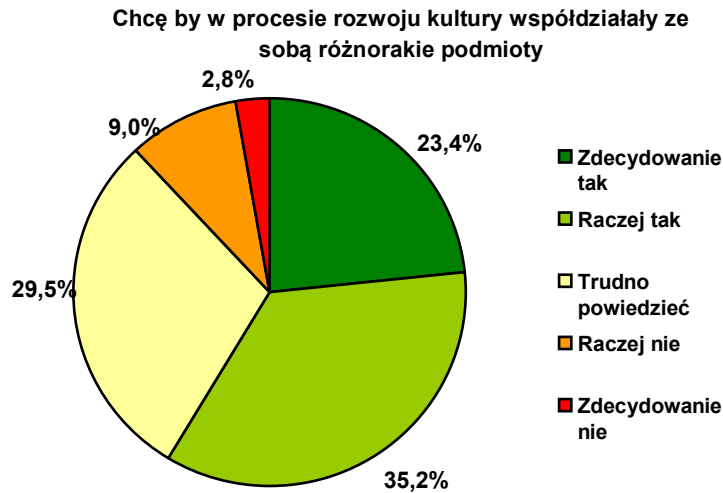


		Średnia
Miasto	Czarnków	4,16
	Jarocin	4,07
	Kępno	4,00
	Wolsztyn	3,92
	Turek	3,90
	Gniezno	3,75
Ogółem		3,96

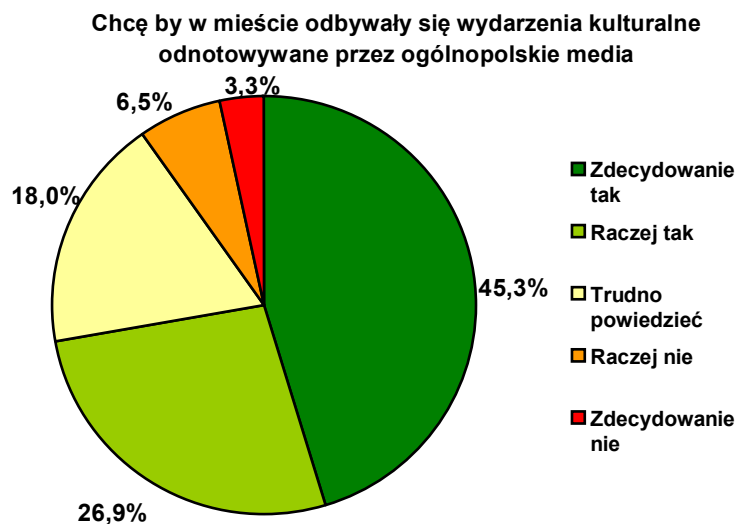
Taki rozkład opinii może wskazywać na zdominowanie sektora kultury w badanych miastach powiatowych przez osoby bardziej dojrzałe. Podobnie jak silna potrzeba „wyjścia z budynków” może wskazywać na dominację publicznych instytucji kultury. Z drugiej strony jednak na pytanie o to, czy więcej działań kulturalnych powinna być skierowana do środowisk subkulturowych, opinie młodzieży są dużo bardziej wyważone czy nawet oszczędne. Blisko 1/3 jest w tym względzie indyferentna – 30,7%, raczej negatywnie nastawionych jest 14,7%, a negatywnie 6,4%. Pozytywnie wypowiada się w tym zakresie 22,8%, a umiarkowanie pozytywnie 25,4%, co jednak i tak łącznie daje 48,2% pozytywnych wskazań.



Natomiast młodzi ludzie widzą potrzebę, by w procesie rozwoju kultury współdziałały ze sobą różnorakie podmioty, np. prywatne przedsiębiorstwa, instytucje publiczne i organizacje pozarządowe. 23,4% zdecydowanie, a 35,2% w sposób mniej zdecydowany popiera takie rozwiązania. 29,5% jest w tym zakresie umiarkowana, bądź niezdecydowana, 9% sceptyczna, a 2,8% nastawiona negatywnie. Należy przyznać, że pytanie w tym zakresie mogło nie zostać właściwie zrozumiane. Dla odbiorców kultury, nie znających mechanizmów jej funkcjonowania, jest raczej obojętne, kto jest organizatorem zdarzeń kulturalnych. Są raczej zainteresowani ich efektem.

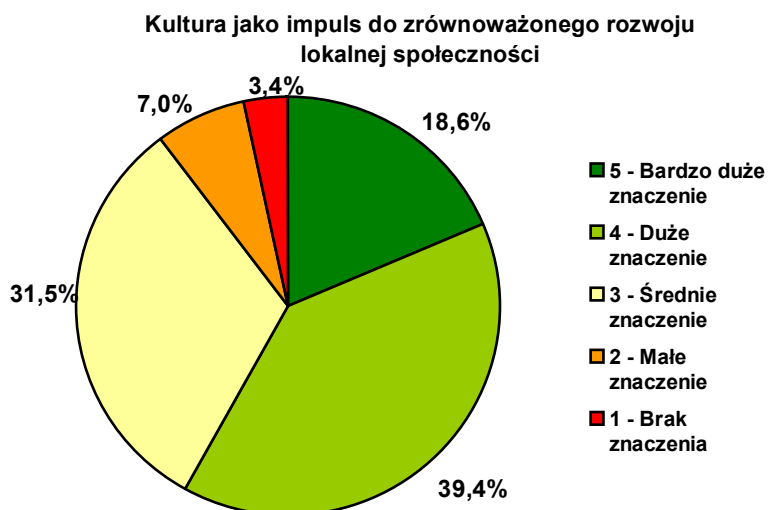


Młodzi ludzie wiążą też duże nadzieje z rozpoznawalnością swojego miasta dzięki wydarzeniom kulturalnym, które są odnotowywane przez ogólnopolskie media. Chęć, by takie wydarzenia odbywały się w mieście powiatowym, w którym uczą się osoby badane, deklaruje stanowczo 45,3% młodzieży, 26,9% bardziej umiarkowanie, co daje w sumie 72,2%. Mniejsza część badanych jest indyferentna – 18%. Bardziej sceptyczni (6,5%) i negatywnie ustosunkowani (3,3%) stanowią mniejszość. Najwięcej wskazań w tym zakresie odnotowano w Jarocinie, jakby na potwierdzenie polityki promowania miasta m.in. za pomocą festiwalu rockowego. Podobnie wysokie aspiracje zgłaszane są w Czarnkowie i Turku. Najniższe w Gnieźnie i Wolsztynie.



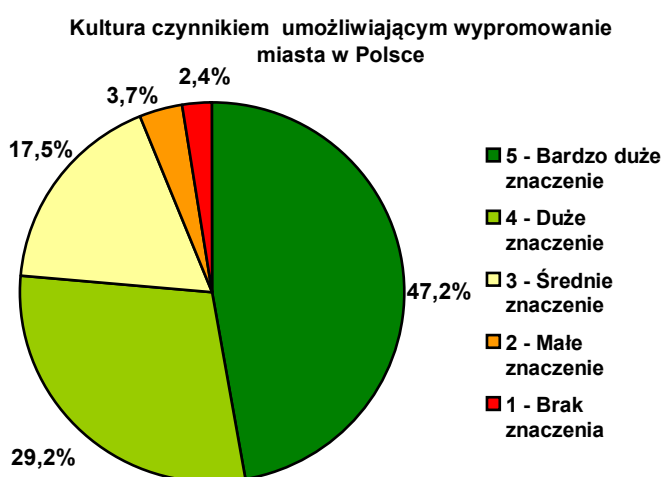
		Średnia
Miasto	Jarocin	4,26
	Turek	4,26
	Czarnków	4,19
	Kępno	4,06
	Wolsztyn	3,83
	Gniezno	3,76
Ogółem		4,05

Zapytano też o korzyści wynikające z dobrego stanu kultury w mieście: „czy kultura może być ważnym impulsem dla bardziej zrównoważonego rozwoju lokalnej społeczności?” W pięciostopniowej skali, wskazania na całkowity brak znaczenia lub małe znaczenie kultury w tym zakresie wskazało 10,4% respondentów. Zdecydowana większość przyjmuje, że kultura stanowi stosunkowo ważny (31,5%), ważny (39,4%) lub bardzo ważny (18,6%) czynnik rozwoju własnej społeczności lokalnej. Da się tu zaobserwować racjonalne podejście do tematu i wyważenie poglądów – brak idealizmu. Kultura jest ważnym, ale nie jedynym czynnikiem rozwoju, dlatego przypisuje się jej również odpowiednie miejsce w hierarchii. Najwięcej skrajnie pozytywnych wskazań w tym zakresie pojawiło się w Jarocinie, Kępnie i Czarnkowie (powyżej 20%), najmniej w Turku (8,9%), z kolei najwięcej skrajnie i umiarkowanie negatywnych w Gnieźnie (16,1%), Czarnkowie i Wolsztynie (powyżej 12%). Najwyższą średnią dla tego pytania występuje w Jarocinie.



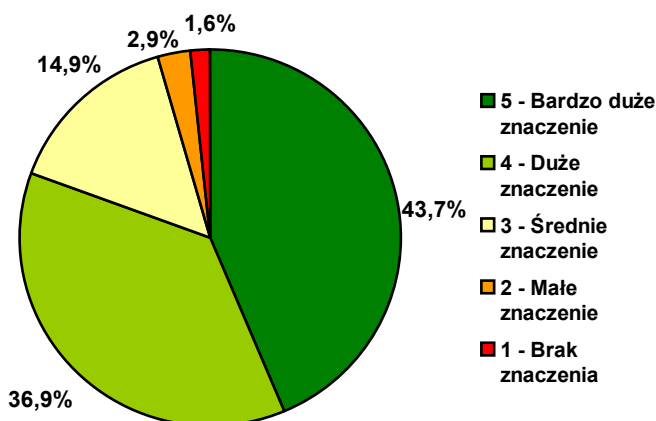
Ze stwierdzeniem, że wysoki poziom kultury może wypromować miasto w Polsce zgodziło się ponad ¾ ankietowanych. Przy czym w sposób zdecydowany tej tezie przyklasnęło 58,9% młodych jarocinian i 50,4% mieszkańców Czarnkowa. Może to wynikać z jednej strony

z ugruntowanej strategii promocji Jarocina poprzez kulturę (Jarocin Festiwal, czy ostatnio Polska Akademia Gitary i Muzeum Polskiego Rocka), czy niespodziewanej promocji medialnej organizowanego od kilku lat Festiwalu Spieczonego Bliźniaka w Czarnkowie. Również w Gnieźnie, które posiada historycznie silny kapitał w tym względzie oraz w Turku, który od niedawna coraz silniej promuje się jako miasto Józefa Mehoffera, zauważa się przychylność do powyższego stwierdzenia. Wśród ogółu badanych pojawiło się jedynie 6,1% wskazań, że wysoki poziom kultury jest nieistotnym lub mało ważnym czynnikiem promocji miasta w Polsce.



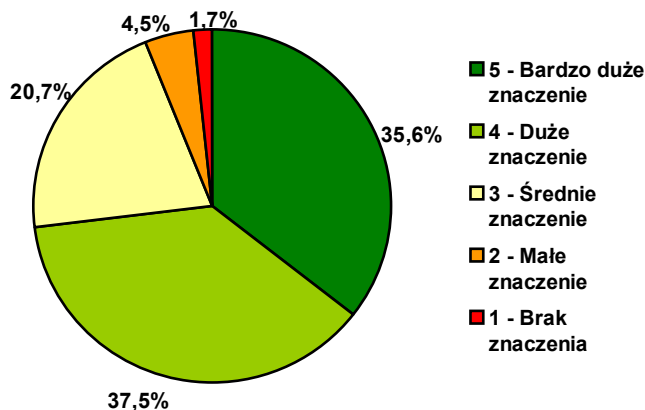
Jeszcze więcej pozytywnych i jednoznacznie pozytywnych wskazań uzyskało stwierdzenie, że wysoki poziom kultury może być oznaką dobrze rozwiniętego miasta (w sumie 80,6% wszystkich osób badanych). Najmniejszy entuzjazm w tym zakresie przejawiają młodzi mieszkańcy Wolsztyna, największy Czarnkowa, Jarocina i Turku. Negatywne i zdecydowanie negatywne oceny takiemu stwierdzeniu wystawiło łącznie jedynie 4,5% respondentów.

Wysoka kultura jako oznaka rozwiniętego miasta



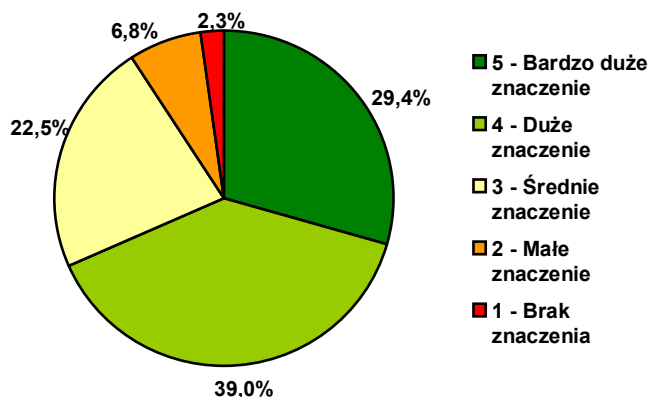
Czy wysoki poziom kultury może sprawić, że mieszkańcy wielkopolskich miast powiatowych nabiorą zwyczaju korzystania z oferty kulturalnej na co dzień a nie od święta? W tym względzie respondenci wykazali się optymizmem. 73,1% młodych Wielkopolan pozytywnie lub bardzo pozytywnie ocenia takie stwierdzenie. Umiarkowanych pozostało 20,7%, jedynie 4,5% dystansuje się od takiego stwierdzenia, a 1,7% je odrzuca.

Wysoki poziom kultury jako impuls do upowszechnienia jej na co dzień



Wobec stwierdzenia, że *wysoki poziom kultury może wpłynąć na ożywienie turystyczno-gospodarcze*, respondenci wykazali nieco mniejszy optymizm. Ale i tak 29,4% wskazało „5” w pięciostopniowej skali, 39% wskazało „4”. Łącznie 68,4% respondentów pozytywnie lub bardzo pozytywnie oceniło niniejsze stwierdzenie. Umiarkowanych w tym zakresie pozostało 22,5% osób badanych. Sceptycznie i negatywnie do tego stwierdzenia odniosło się łącznie 9,1% respondentów. W kolejności najbardziej pozytywnie to stwierdzenie oceniali uczniowie z liceów w Czarnkowie, Jarocinie, Turku, Kępnie, Gnieźnie i Wolsztynie.

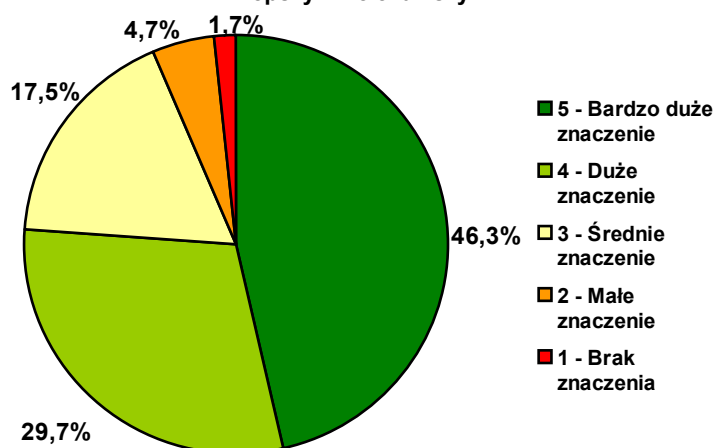
Wysoki poziom kultury jako impuls do ożywienia turystyczno-gospodarczego



Podobnie oceniono stwierdzenie, że wysoki poziom kultury może przynieść zwiększenie potencjału twórczego i intelektualnego mieszkańców regionu oraz, że może zmienić ich styl życia i wpłynąć na większą różnorodność ich aktywności. Wskazuje to na fakt doceniania kultury, która obok np. czynników technologicznych może stanowić czynnik rozwoju, czy też predysponować mieszkańców do przystosowywania się do rynku pracy, podejmowania inicjatyw, umiejętności korzystania z czasu wolnego.

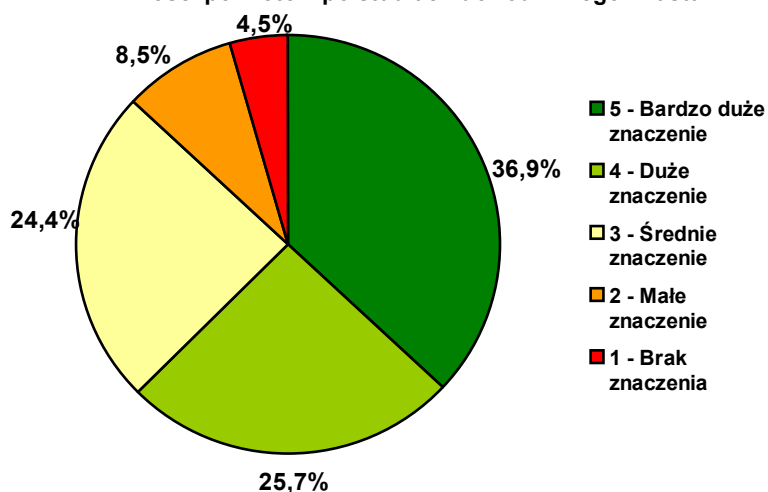
Na pytanie, czy kultura i jej wysoki poziom mogą sprawić, że moje miasto będzie miejscem, w którym żyje się lepiej i ciekawiej niż obecnie, najbardziej pozytywnych odpowiedzi udzielili uczniowie z Turku, Czarnkowa i Kępna. W wymiarze ogólnym 76% respondentów odpowiedziało pozytywnie lub zdecydowanie pozytywnie na to pytanie, 17,5% pozostało neutralnych wobec niego, a 6,4% odpowiedziało na nie raczej lub zdecydowanie negatywnie. Kultura zatem stanowiłaby ważny czynnik w ocenie atrakcyjności miast powiatowych i jakości życia w nich w opinii młodych Wielkopolan. Stanowić to może wskazówkę dla lokalnych samorządów, chcących przyciągnąć na powrót swych mieszkańców, którzy po studiach szukają dla siebie miejsca pracy, prowadzenia działalności i zamieszkania.

Wysoka kultura jako czynnik czyniący miejskie życie
lepszym i ciekawszym



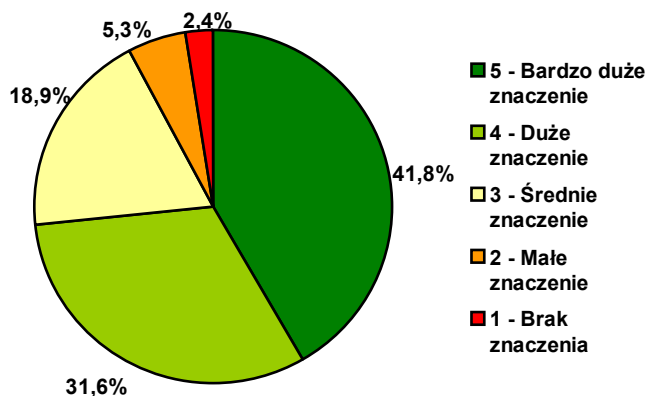
Jednak odpowiedź wprost na pytanie o to, czy poprawa stanu kultury może *przyczynić się do tego, że młodzi ludzie chętniej będą decydowali się na powrót po studiach do miasta powiatowego*, w którym się uczyli, nie jest już tak jednoznaczna. 62,6% badanych odpowiedziało pozytywnie (25,7%) lub zdecydowanie pozytywnie (36,9%), 24,4% pozostało neutralnych wobec tej kwestii, a 13% oceniło ją raczej lub zdecydowanie negatywnie. W miastach powiatowych istnieją więc szczególne oczekiwania dla rozwoju kultury, które mogą stanowić czynnik podejmowania decyzji o pozostaniu lub powrocie do „rodzinnego” miasta po studiach. Jednak młodym ludziom trudniej jest wprost warunkować swój powrót jedynie na podstawie tego czynnika. Jest to naturalne. Często chcemy dobrze dla jakiegoś miejsca, niezależnie od tego, czy w nim żyjemy. Współczynnik pozytywnych deklaracji w tym zakresie jest i tak duży i świadczy o ogromnym przywiązaniu do „małej ojczyzny”, gdyż duża część ludzi młodych pragnie raczej „spróbować swoich sił”, „wyrwać się z rodzinnych stron”, „podbijać świat”. Należy jednak zauważyć pewną rozbieżność w tym względzie pomiędzy takimi miastami jak Czarnków i Jarocin, w których respondenci deklarują pozytywne postawy w tym zakresie powyżej średniej, a Wolsztynem, gdzie 16,7% ocenia je negatywnie, a 33,7% indyferentnie.

Wysoka kultura jako czynnik zachęcający do większej ilości powrotów po studiach do rodzinnego miasta

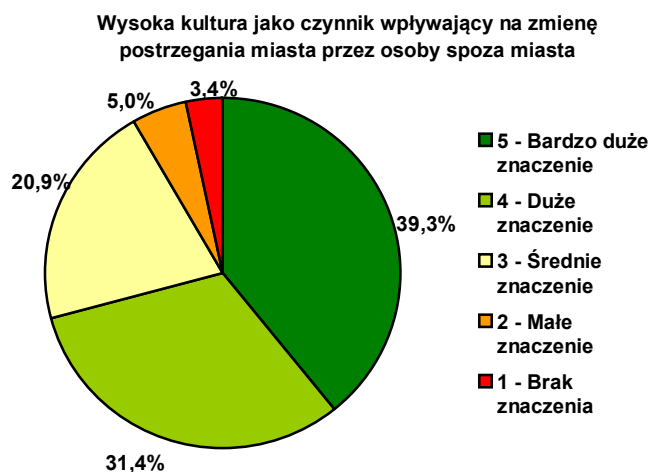


Odpowiedź na kolejny element pytania może pokazywać potrzebę rozwoju infrastruktury kulturalnej w mniejszych ośrodkach oraz nadzieję, że aktywność środowisk kulturalnych w danym miejscu i jakość ich produkcji będą skłaniać lokalne władze do inwestycji w tym zakresie. Na pytanie, czy wysoki poziom kultury może *pozytywnie wpłynąć na inwestycje w infrastrukturę kulturalną* (np. nowe miejsca, obiekty, przestrzenie, sceny) pozytywnie odpowiedziało 73,4% badanych, przy czym zdecydowanie tak odpowiedziało 41,8%, a raczej tak 31,6%. Indyferentnie ten związek postrzega 18,9%, a negatywnie 5,3% i zdecydowanie negatywnie 2,4% osób badanych. Jednak różnica w deklarowanych nadziejach w tym względzie pomiędzy najbardziej optymistycznymi uczniami z Czarnkowa i Turku, a najbardziej pesymistycznymi z Wolsztyna, może skłonić do zastanowienia zarówno władze lokalne, powiatowe i regionalne.

Wysoka kultura jako czynnik pozytywnie wpływający na inwestycje w infrastrukturę kulturalną



Ostatnim zagadnieniem z tego zakresu było pytanie, czy wysoki poziom kultury może *wpłynąć na zmianę postrzegania mieszkańców danego miasta przez osoby spoza niego*. Odpowiedzi zdecydowanie pozytywnej w tym zakresie udzieliło 39,3% respondentów, pozytywnej 31,4%, indyferentnej 20,9%, raczej negatywnej 5% i zdecydowanie negatywnej 3,4%. Świadczy to o dużym przywiązaniu do kultury jako czynnika kształtującego nie tylko wizerunek zbiorowy (promocja miasta), ale również indywidualny, o dużym znaczeniu dla pozytywnego identyfikowania mieszkańców danego miasta przez pryzmat kojarzonej z miastem aktywności kulturalnej (znane imprezy, festiwale, działalność lokalnych stowarzyszeń kulturalnych czy edukacyjnych, istnienie znaczących instytucji). To oczekiwanie, by odpowiedź na pytanie: skąd jesteś, rodziła u rozmówcy konkretne pozytywne skojarzenia z miejscem pochodzenia: „A tak, słyszałem. Macie tam taki znakomity ośrodek kultury, festiwal”.



Kultura w Wielkopolsce w perspektywie badań fokusowych:

Kulturalne potencjały i deficyty miast powiatowych.

Sposoby prowadzenia działalności kulturalnej przez samorządy lokalne

(wewnątrzregionalne zróżnicowanie – profile miast).

W drugim etapie badań, w każdym z sześciu miast przeprowadzono zogniskowane wywiady grupowe – panele ekspertów – z udziałem osób reprezentujących środowiska opiniotwórcze w danej społeczności lokalnej miasta powiatowego. Celem badań fokusowych było określenie **potencjałów i deficytów** sektora kultury występujących na poziomie miast powiatowych. Jest to istotne uzupełnienie badań sondażowych. Zogniskowane wywiady grupowe zorganizowane zostały z pomocą lokalnych partnerów w Kępnie, Gnieźnie, Czarnkowie, Wolsztynie, Turku i Jarocinie w październiku 2010 roku.

Badania fokusowe przeprowadzono w grupach gromadzących czołowych przedstawicieli instytucji i środowisk zajmujących się upowszechnianiem kultury, animacją, administrowaniem i zarządzaniem kulturą w miastach powiatowych. Uczestnicy badania fokusowego wskazali zawsze po kilkanaście zakresów dyskutowanej problematyki, ich stanowiska diagnozowały kształt obecnej kultury w perspektywie potencjałów i deficytów. Przedstawiane niżej wnioski zbudowane są w oparciu o materiał, który istnieje w postaci pisemnej transkrypcji kompletnych nagrań.

Kępno

Położone 170 km na południe od Poznania. Przed reformą administracyjną mieściło się w granicach administracyjnych województwa kaliskiego. Znane jest z między innymi z unikatowego dwupoziomowego dworca kolejowego z krzyżowym usytuowaniem peronów oraz kolekcji obrazów Tadeusza Piotra Potworowskiego, zgromadzonych w Muzeum Ziemi Kępińskiej. Liczy 15.200 mieszkańców. Powiat liczy 7 gmin o łącznej liczbie 56.700 mieszkańców. Instytucje kultury w powiecie to m.in.: Gminny Ośrodek Kultury w Perzowie, w Kępnie: Kępiński Ośrodek Kultury w tym kino "Sokolnia", Muzeum Ziemi Kępińskiej im. Tadeusza Piotra Potworowskiego, Całodzienny Klub Seniora "Pod Żurawiem", 8 bibliotek publicznych. Na terenie powiatu znajdują się 4 szkoły ponadgimnazjalne: Zespół Szkół Ponadgimnazjalnych w Słupi, w Kępnie: Zespół Szkół Ponadgimnazjalnych Nr 1, Zespół Szkół Ponadgimnazjalnych Nr 2, Liceum Ogólnokształcące Nr 1. i jedna szkoła wyższa:

Wyższa Szkoła Zarządzania "Edukacja" w Kępnie. Największe w powiecie zakłady: przemysłu drzewnego, meblarskiego, a także duża ilość drobnych zakładów meblarskich. Wybrane media lokalne: "Ilustrowany Tygodnik Powiatowy", "Kurier Lokalny Powiatu Kępińskiego", Radio i Telewizja SUD, www.kepno.net

Potencjały

1. Społeczność obywatelska – współodpowiedzialność za kulturę. Dominującym potencjałem wskazywanym w badaniach są ludzie, mieszkańcy Kępna, jednostki i grupy osób aktywnych twórczo i organizacyjnie, osoby młode, jak i starsze, uczniowie i seniorzy, zrzeszeni w stowarzyszeniach i grupach. Wspólnota lokalna posiada dużą liczbę osób działających w dziedzinie kultury w ramach wolontariatu, pasjonatów którzy „nakręcają atmosferę” działania w zakresie kultury. Do tej aktywności zaliczyć można aktywność byłych mieszkańców, przebywających obecnie za granicą (relacje z wykorzystaniem narzędzi internetowych), jak też absolwentów wracających po studiach do Kępna. Duże wrażenie robi ilość, tradycja i realne zaangażowanie organizacji pozarządowych, głównie stowarzyszeń, działających w zakresie kultury. One nadają ton lokalnej działalności kulturalnej. Kultura funkcjonowała w Kępnie bardzo długo bez domu kultury, inicjatywy istniały bez lokalu, etatów i instytucji. To spowodowało w sposób mniej lub bardziej sformalizowany przejęcie wielu obowiązków byłego domu kultury przez te organizacje, choć inną ich część przejął wydział kultury urzędu miasta, co nie stanowi o ich niezależności. W ostatnich latach organizacje pozarządowe, jak i samorząd Kępna co raz skuteczniej ubiegają się o środki finansowe ze źródeł wojewódzkich, ogólnopolskich oraz europejskich. Stowarzyszenia wprowadzone są już w przestrzeń sieci internetowej, gdzie swobodnie operują nowymi narzędziami komunikacji, wzmacniają środowisko. Silną grupą o znaczeniu kulturotwórczym jest również prawie tysięczna grupa absolwentów liceum w Kępnie, którzy działają w sposób zorganizowany.

Wartym podkreślenia przejawem siły organizacji pozarządowych jest inicjatywa pomocy skromnemu reaktywowanemu domowi kultury. Zachodzi tu uświadomiona potrzeba wsparcia instytucji publicznej ze strony organizacji pozarządowych, ze środków zewnętrznych przez te ostatnie pozyskiwanych. W ten sposób odwraca się trend, kierunek oddziaływania i współpracy. Organizacje z reguły znacznie bardziej zainteresowane są pieniędzmi i zasobami instytucji, tutaj praktyka jest odwrócona, stowarzyszeniom zależy na silniejszej instytucji i są skłonne ją realnie współtworzyć, także z samodzielnie pozyskanych środków finansowych. Aktywność kulturalną instytucje kultury współtworzą z organizacjami pozarządowymi. Twórcy i animatorzy, dla których Kępno stanowi miejsce działalności, oczekują specyficzniej pojętej instytucjonalizacji, która wynika z potrzeby zorganizowania

i skoordynowania działań kulturalnych i edukacyjnych w Kępnie. które zapewni większą skuteczność kulturalnego oddziaływania na społeczność lokalną. Kępno posiada obecnie aktywne, przyciągające, zabiegające o organizacje pozarządowe i grupy inicjatywne instytucje kultury, które nie zapewnia jednak zadowalających warunków dla szerokiej współpracy, są za małe. Pewnym potencjałem infrastrukturalnym jest budynek dawnej synagogi, którego adaptacja pozwoli na rozwój muzeum. Wielką szansą mógłby być oryginalny dwukondygnacyjny dworzec kolejowy, będący własnością PKP. Obsługuje on krzyżowy układ torów kolejowych. W obliczu znaczącego ograniczenia ilości pociągów zatrzymujących się w Kępnie, obiekt idealnie nadawałby się na cele kulturalne. Duży, gotowy potencjał w całym Powiecie Kępnińskim stanowią liczne wyremontowane ze środków europejskich sale o charakterze kulturalno-społecznym, znajdujące się we wspólnotach wiejskich.

2. Środowisko twórców i animatorów – sztuki wizualne. Kępno posiada dużą tradycję w zakresie animowania ruchu amatorskiego oraz działalności profesjonalistów w zakresie sztuk wizualnych, przede wszystkim malarstwa. Postacią ikoniczną jest tu Tadeusz Piotr Potworowski, jeden z najbardziej utalentowanych twórców z nurtu działających w Paryżu Kapistów, związany korzeniami z powiatem kępnińskim. Miasto posiada od 21 lat galerię sztuki współczesnej, włączoną do Muzeum Ziemi Kępnińskiej, może poszczycić się tradycją i współczesnym sukcesem plenerów malarskich, integrujących gościnnych i lokalnych artystów, wykładowców akademii sztuk pięknych, i pasjonatów malarstwa, młodzież, dzieci, osoby starsze. Ten potencjał obecny jest zarówno w szkołach, jak i organizacji pozarządowej koordynującej działania środowiska.

3. Prorozwojowa postawa władz miasta. Kluczową i nie dającą się przecenić okolicznością ostatnich lat jest zaangażowanie władz miasta w działania na rzecz stworzenia nowych warunków pracy dla osób i organizacji zajmujących się szeroko pojętą działalnością kulturalną. Istnieje zrozumienie władz miasta dla znaczenia rozwoju kultury oraz za jej pośrednictwem rozwoju społeczności lokalnej, dla potrzeb środowisk twórców i animatorów kultury. Działalność kulturalna postrzegana jest przez samorząd jako docelowo bardzo skuteczny sposób integracji społeczności lokalnej

4. Tradycja kulturowa, historia ludzi i miejsc – strażnicy pamięci o kulturach. Kępno posiada również potencjał wynikający z historii i usytuowania miasta, który w dużej mierze kształtuje również mieszkańców i ich postawy. Miasto zlokalizowane jest na skrzyżowaniu ważnych szlaków. Było zawsze „miastem przybyszów”, „miastem trzech religii i trzech kultur”, miejsce na styku trzech dawnych zaborów, obecnie i dawniej na styku Śląska

i Wielkopolski. Współcześnie ta tradycja kultywowana jest m.in. poprzez inicjowanie spotkań międzykulturowych, ekumenicznych. O potencjale tym przypominają liczne środowiska osób dbających o pamięć i tradycje związane z Kępem.

Deficyty

1. Infrastruktura kulturalna. Przeszkodą dla prowadzenia większości działań kulturalnych jest znaczący brak infrastruktury, lokali, lub zdecydowanie niezadowalająca ich wielkość lub jakość. W związku z brakiem miejsca utrudniona staje się współpraca instytucji i organizacji pozarządowych, współdziałanie to wymaga wielu wyrzeczeń i determinacji partnerów. Kępno nie ma też żadnej sali koncertowej. Pewną szansą mogłoby być zagospodarowanie wspomnianego już wyżej dwupiętrowego dworca PKP, jak również tzw. dworca zachodniego. Na przeszkodzie tej możliwości stoi jednak trudny dialog z PKP. Również wiele lat przerwy w działalności domu kultury – jego formalny brak – stanowił duże wyzwanie i utrudnienie dla stanu kultury w Kępnie.

2. Brak specjalistów. Dużym utrudnieniem dla działań kulturalnych w Kępnie, zwłaszcza w zakresie edukacji kulturalnej jest bardzo niewielka ilość osób, posiadających właściwe, specjalistyczne kompetencje w zakresie animacji kulturalnej, edukacji artystycznej, jak i innych profesji, specjalności niezbędnych dla funkcjonowania instytucji kultury zgodnie z ich celami. Stosunkowo niewielkie zaplecze lokalnych twórców nie pozwala uzupełnić tych deficytów. Deficyt ten dotyczy również kadry organizacyjnej, menedżerów kultury.

3. Edukacja kulturalna i artystyczna. Istnieje duże zapotrzebowanie na zajęcia z zakresu amatorskiej twórczości artystycznej dla dzieci, jak i osób starszych, seniorów z dużą ilością wolnego czasu (rozwijający się uniwersytet trzeciego wieku). Istnieje istotna luka w edukacji artystycznej i kulturalnej, które szkoły systemowo nie wypełniają. Jedynie grupa aktywnych nauczycieli stara się zagospodarować ten przestrzeń.

4. Kultura w mediach lokalnych. Istnieje potrzeba stałego miejsca dla kultury w prasie i mediach lokalnych, nie ma jednak w Kępnie trwałych, stałych rozwiązań w tym zakresie. Deficyt informowania z wyprzedzeniem o wydarzeniach kulturalnych, przekłada się na nie zawsze zadowalającą wiedzę o wydarzeniach i frekwencję.

5. Marginalizacja Kępna. Kępno ma ograniczony, a wręcz utrudniony i pogarszający się dostęp do stolicy regionu i jego oferty kulturalnej, a także twórców, animatorów, absolwentów, którzy mogliby pracować dla Kępna. Wynika to z ograniczania połączeń kolejowych, jakość drogi, jak też samej odległości (170km), na której przebycie trzeba

poświęcić przynajmniej 3 godziny jazdy w jedną stronę. Funkcję kulturalnego centrum przejmuje Wrocław. Kępno często nie jest postrzegane przez osoby z nim niezwiązane jako miasto Wielkopolskie. Kępno jest również lekceważone przez media ogólnopolskie, które często w informacjach wycinają z mapy regionu, umieszczając skrajny powiat województwa poza województwem. Mieszkańcy Kępna czują się Wielkopolanami, nie tylko z przyczyn więzi historycznej, mimo że wielu mieszkańców pracuje we Wrocławiu, jak również korzysta z jego oferty kulturalnej. Bliskość Wrocławia obecnie silnie oddziałuje na przekonania i tożsamość mieszkańców Kępna, zwłaszcza osób aktywnych zawodowo.

PROFIL Kępna

- 1) Siła i tradycja organizacji społecznych kształtujących życie kulturalne
- 2) Nastawienie władz do kultury w ostatnim czasie – wsparcie dla modernizacji i uspołecznienia, pozyskiwania nowych środków na kulturę
- 3) Zły stan infrastruktury, utrudniający efektywną działalność kulturalną
- 4) Zdecydowane nastawienie na pozyskiwanie środków zewnętrznych przez organizacje pozarządowe
- 5) Niska rozpoznawalność społeczna (wśród mieszkańców miasta) zmian i nastawienia samorządu do problemów kultury – brak „okrętów flagowych”,
- 6) Aktywność na rzecz przeciwdziałanie marginalizacji Kępna na mapie Wielkopolski wobec niedostatecznej inicjatywy Poznania o podtrzymanie związków z Kępniem, jak też wobec silnych wpływów metropolii wrocławskiej

Gniezno

Położone 50 km na wschód od Poznania, przed reformą administracyjną w województwie poznańskim. Miasto znane każdemu jako pierwsza stolica i miejsce chrztu Polski, siedziba Prymasa Kościoła Katolickiego. Liczy 69.554 mieszkańców, skomunikowane z Poznaniem dobrą relacją PKP, PKS i dobrą drogą samochodową. Na powiat składa się 10 gmin, o łącznej liczbie mieszkańców 140.000. Instytucje kultury w powiecie: Gminny Ośrodek Kultury w Niechanowie, Miejsko-Gminny Ośrodek Kultury w Kłecku, Ośrodek Kultury, Sportu

i Rekreacji w Witkowie; w Trzemesznie: Dom Kultury, Muzeum Regionalne; w Lednogórze: Muzeum Pierwszych Piastów na Lednicy oraz Wielkopolski Park Etnograficzny; w Gnieźnie: Miejski Ośrodek Kultury, Centrum Kultury "Scena to dziwna", Muzeum Początków Państwa Polskiego, Muzeum Archidiecezji Gnieźnieńskiej, 10 bibliotek publicznych. Na terenie powiatu znajduje się 13 szkół ponadgimnazjalnych: Zespół Szkół Ponadgimnazjalnych w Witkowie; w Trzemesznie: Zespół Szkół Gimnazjum i Liceum oraz Zespół Szkół Ponadgimnazjalnych; w Gnieźnie: I LO, II LO, III LO, Zespół Szkół Ekonomiczno-Odzieżowych, Zespół Szkół Ponadgimnazjalnych Nr 1, Zespół Szkół Ponadgimnazjalnych Nr 2, Zespół Szkół Ponadgimnazjalnych Nr 3, Zespół Szkół Ponadgimnazjalnych Nr 4, Zespół Państwowych Szkół Medycznych, Zespół Państwowych Szkół Muzycznych. 5 uczelni wyższych w Gnieźnie: UAM w Poznaniu Kolegium Europejskie, Gnieźnieńska Wyższa Szkoła Humanistyczno – Menedżerska "Millenium", Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa, Prymasowskie Wyższe Seminarium Duchowne – Wydział Teologiczny UAM sekcja w Gnieźnie. Największe w powiecie zakłady przemysłu: monopolowego, spożywczego, ciężkiego, energetycznego. Wybrane media Lokalne: "Przemiany na Szlaku Piastowskim", "Gnieźnieński Tydzień", Radio Gniezno, TV Gniezno, wirtualnegniezno.pl.

Potencjały

1. Historia miasta i jego dziedzictwo kulturowe. Określony przez lata profil Gniezna rozpoznawany w całym kraju: pierwsza stolica kraju, siedziba władz Kościoła Katolickiego z Katedrą Gnieźnieńską. (Paradoksalnie ten potencjał, może być również słabością, obciążeniem). Przekonanie i przywiązanie władz oraz dużej części mieszkańców do tradycyjnie określonego *genius loci* Gniezna może hamować, czy utrudniać realizację bardziej innowacyjnych pomysłów na ofertę kulturalną. Umiejętne wykorzystanie tego potencjału w połączeniu z otwarciem na tendencje modernizacyjne przynajmniej w formie, zaowocować powinien rozkwitem miasta.

2. Atuty charakteryzujące większe miasta. Istnienie podstawowych atutów, których brak w mniejszych miastach powiatowych: uczelnie wyższe, stała scena dramatyczna, muzeum o zasięgu ponadregionalnym (Muzeum Początków Państwa Polskiego) – obie instytucje finansowane z budżetu samorządu wojewódzkiego. Zjazdy Gnieźnieńskie, jako wydarzenie polityczne-kulturalne o zasięgu międzynarodowym stanowią ważny znak rozpoznawalny miasta.

3. Publiczność kulturalna o zróżnicowanych potrzebach. Istnieje spora ilość mieszkańców zainteresowana różnorodną, jak i specjalistyczną ofertą, w tym publiczność

jazzowa. Odbiorcy edukowani również poprzez ofertę Poznania, w której uczestniczą regularnie ze względu na bliskość i stosunkową łatwość dojazdu. Powoduje to jednak dużo mniejsze zadowolenie z własnej oferty kulturalnej, ze względu na możliwość jej łatwego skonfrontowania z ofertą metropolii.

4. Alternatywa domów kultury. Istnienie od niedawna dwóch ośrodków kultury, ich swoista konkurencja oraz wzajemne uzupełnianie: tradycyjny i alternatywny, konserwatywny i nowatorski dom kultury, co dotyczy tak prezentowanych treści kulturalnych, jak i metod pracy oraz działań promocyjnych (np. różnica w nośnikach informacji o wydarzeniach kulturalnych: tradycyjny afisz vs rowerzyści z reklamą odtwarzaną przez głośniki z mp3). Stanowi to ważny element twórczego rozwoju kultury w mieście. Warto podkreślić, że organizatorem nowej inicjatywy jest starostwo powiatowe, nie mające w tym zakresie obowiązku, ani zbyt wielu podobnych przykładów w innych powiatach w Polsce.

5. Różnorodna oferta kulturalna: od tradycyjnych form edukacji kulturalnej po stałe wydarzenia jazzowe, piosenka poetyckie, spotkania literackie, scena rockowa – klub Młyn, teatr alternatywny i teatr dramatyczny, alternatywne i innowacyjne inicjatywy Centrum Kultury eSTeDe (Scena To Dziwna), Fundacji Mury, nowe festiwale, kawiarenka didżejska.

6. Bliskość stolicy regionu. Ułatwiony dostęp do wydarzeń kulturalnych w Poznaniu, połączenia kolejowe oraz 40-minutowy dojazd samochodem. Gniezno jako możliwa satelita kulturalna? (atut, który znów może stać się słabością i utrudnieniem dla organizatorów kulturalnych w Gnieźnie, a wydarzenia poznańskie konkurencją dla imprez gnieźnieńskich).

Deficyty

1. Przekonania mieszkańców. Prowincjonalne przekonania mieszkańców o braku inicjatyw kulturalnych w ich mieście, w najlepszym przypadku ukierunkowanie na ofertę poznańską, w najgorszym brak uczestnictwa w wydarzeniach kulturalnych. Niski poziom ciekawości, zainteresowania pozyskiwaniem informacji na temat lokalnych wydarzeń kulturalnych

2. Dominacja perspektywy instytucjonalnej. Niedostateczne zaangażowanie władz miasta w zmiany organizacyjne i jakościowe w kulturze. Zbyt mała aktywność władz miasta w zakresie wprowadzania zmian jakościowych w kulturze, zwłaszcza podległych instytucjach. Nadmiernie instytucjonalna perspektywa pojmowania kultury i życia kulturalnego. Interesy polityczne, które utrudniają realizację odważniejszych propozycji i projektów (przypadek „Ogrodu wolności” i Fundacji Mury). Większość finansowanych ze

środków gnieźnieńskich imprez związana z instytucjami, trudność z pozyskaniem środków dla podmiotów pozarządowych i prywatnych animujących kulturę.

3. Konserwatywne pojmowanie kultury przez elity miasta. Dotyczy to również znacznej części środowisk twórczych, trudność w skutecznym aktywizowaniu środowiska twórców, brak przenikania się środowisk, brak ciekawości, co się dzieje u „sąsiadów”; frustracja wynikająca z ilości pomysłów, które nie dochodzą do skutku przez utrudnienia polityczne, czy administracyjne. Dominujące konwencjonalne postrzeganie specyficzności kulturalnej Gniezna – kolebki chrześcijaństwa polskiego, i polskiej państwowości. Bogactwo tradycji jako zasób i stabilna tożsamość kulturowa, ale również obciążenie, które usypia, nie motywuje do poszukiwań.

4. Brak dużej sali widowiskowej z przeznaczeniem m.in. na wydarzenia kulturalne, która w tak znacznym ośrodku znalazłaby swoje zastosowanie.

5. Dotychczasowy brak zgodnej współpracy między gminą i powiatem, skutkujący np. powołaniem konkurencyjnej instytucji kultury, co nie stanowi obowiązku dla samorządu powiatowego, ale w sumie przyczyniło się do ożywienia.

PROFIL Gniezna

1. Konkurencja domów kultury na modelowej osi rozpiętej między: konserwującym i modernizującym nurtem w kulturze
2. Dominujący konserwatywny pogląd na metody organizowania działalności kulturalnej
3. Wyższe wymagania i aspiracje odbiorców gnieźnieńskich wynikające z bliskości Poznania i dostępności jego oferty / prowincjonalne przekonania mieszkańców miasta o nieatrakcyjnej ofercie lokalnej.
4. Niewiele miejsca w polityce miasta dla trzeciego sektora – niski stan społecznienia kultury.
5. Dziedzictwo kulturowe Gniezna jako jego siła i słabość (pogodzenie się z tym, co jest, które nie motywuje do poszukiwania nowych potencjałów, dziedzin aktywności)

Czarnków

Położony 75 km na północ od Poznania, nad Notecią, na skraju Puszczy Noteckiej. Przed reformą administracyjną mieścił się w granicach województwa pilskiego. Miasto znane jest między innymi z jednej z niewielu obecnych na nizinach – skoczni narciarskiej, dużych imprez, oraz smacznych rzeczy przeznaczonych do jedzenia i picia oraz ze zjazdu bliźniaków. Leży w Powiecie Czarnkowsko-Trzcianeckim, ale jest kulturowo dominującym ośrodkiem. Czarnków liczy 12 000 mieszkańców i jest oddalony od miasta wojewódzkiego Poznania o 75 km. Komunikacja z Poznaniem PKS, lub ze stacji PKP w Trzciance. Miasto Trzcianka liczy 24.226 mieszkańców, a jego odległość od Poznania wynosi ok. 95 km. Powiat liczy 8 gmin o łącznej liczbie 88.000 mieszkańców. Instytucje kultury w powiecie: Miejsko-Gminny Ośrodek Kultury w Krzyżu Wielkopolskim, Miejsko-Gminny Ośrodek w Wieleniu, Gminny Ośrodek Kultury w Lubaszcu, Gminny Ośrodek Kultury w Połajewie; w Czarnkowie: Miejskie Centrum Kultury w tym kino "Światowid" oraz Muzeum Ziemi Czarnkowskiej; w Trzciance: Młodzieżowy Dom Kultury oraz Muzeum Ziemi Nadnoteckiej, 8 bibliotek publicznych. Na terenie powiatu znajduje się 10 szkół ponadgimnazjalnych, Zespół Szkół Specjalnych w Gębicach, Zespół Szkół w Białej; w Czarnkowie: Liceum Ogólnokształcące, Zespół Szkół Ponadgimnazjalnych, Centrum Edukacji Zawodowej; w Trzciance: Liceum Ogólnokształcące, Zespół Szkół Technicznych, Zespół Szkół Ponadgimnazjalnych, w Krzyżu Wielkopolskim: Liceum Ogólnokształcące oraz Zespół Szkół. Największe w powiecie zakłady przemysłu: geotermicznego, spożywczego, drzewnego, metalowego i aluminiowego. Wybrane media lokalne: dziennikowy.pl, "Nadnoteckie Echa", "Tygodnik Notecki", www.czarnkow.info, www.trzcianka.prv.pl.

Potencjały

1. Silne instytucje i ich dobra współpraca. Aktywny lider życia kulturalnego przyciągający niezależnych animatorów i twórców. Czarnków posiada bardzo aktywne i dobrze zmotywowane do działania instytucje publiczne, w tym przede wszystkim wyróżniający się dom kultury, kierowany przez charyzmatycznego, doświadczonego dyrektora, który przyciąga nieformalizowane grupy i jednostki kształtujące życie kulturalne miasta oraz dba o jakość oferty i jej dostępność. W ten sposób tworzy się przestrzeń dla grup niesformalizowanych. W Czarnkowie występuje skuteczna koegzystencja programowa instytucji kultury, szkół i przedszkoli, gdzie istotnym przedmiotem współpracy jest edukacja kulturalna. Współpraca dotyczy również muzeum i biblioteki publicznej. Zadania angażujące jednocześnie dzieci i osoby starsze (np. czytanie dzieciom przez „adoptowanych” dziadków i babcie). Podnoszenie jakości edukacji kulturalnej, w tym stała współpraca z najlepszymi

instytucjami specjalistycznymi z Poznania (Centrum Sztuki Dziecka i objazdowy projekt festiwalowy „Ale kino”), uczestnictwo instytucji w projektach europejskich, nastawienie na odciążenie rodzin od zakupów, edukacja kulturalna dorosłych poprzez dzieci.

2. Wysoki poziom satysfakcji mieszkańców. Mieszkańcy Czarnkowa wykazują duży poziom satysfakcji z życia kulturalnego w mieście, jej różnorodność. Koreluje to z poziomem zadowolenia z jakości życia w mieście. Postrzeganie przestrzeni miejskiej Czarnkowa jako atrakcyjnej do życia. Dotyczy to również dość solidnej bazy dla aktywności kulturalnej, jak również jakości przestrzeni miejskiej, atrakcyjna architektura, tzw. klimat małego przytulnego miasta (latarnie gazowe, wyremontowany rynek z fontannami), istnienie przestrzeni dla działalności kulturalnej, np. teatrów. Istnienie nowatorskich podmiotów kulturalno-edukacyjnych również w gminie Czarnków w środowisku wiejskim (Fundacja Gębiczyn). Włączanie starszego pokolenia w inicjatywy kulturalne, w tym również uniwersytet trzeciego wieku. Łazienki Czarnkowskie jako miejsce dla rodzin z dziećmi.

3. Historyczne wielokulturowe dziedzictwo (miejsca i ludzie). Próba skutecznego wprowadzenia wiedzy o wielokulturowej specyfice dziedzictwa miasta do edukacji szkolnej, oraz działania międzypokoleniowych grup miłośników historii (wydawnictwa, spotkania, Muzeum Regionalne). Silna identyfikacja z etosem wielkopolskim oraz z walką o polskość wielkopolski (Powstanie Wielkopolskie).

4. Nastawienie władz miasta na modernizację i aktualizację metod i oferty kulturalnej. Tworzenie przestrzeni i warunków dla poza-instytucjonalnych animatorów kultury, import wysokiej jakości usług i aktywizację lokalnych środowisk w zakresie edukacji kulturalnej.

5. Zadawalający poziom infrastruktury, która pozwala na prowadzenie różnorodnej działalności kulturalnej.

6. Istnienie imprezy flagowej rozpoznawalnej na forum ogólnopolskim – święta bliźniaków – Dzień Spieczonego Bliźniaka (wyróżniony w plebiscycie wielkopolskim, potencjał publiczność zagranicznej), ale też innych lokalnych imprez cyklicznych o ustalonej renomie (Salon Wielkopolski, przegląd „Dziewczynka z zapłakami”) oraz lokalnej marki kulinarnej z Browaru Czarnków.

Deficyty

1. Niedostateczne sformalizowanie inicjatyw trzeciego sektora. Za sprawą aktywnych instytucji, zapraszających podmioty nieformalne, nie wykształciła się potrzeba zakładania stowarzyszeń i fundacji (co zmienia się w ostatnich miesiącach, także za sprawą edukacyjnych funkcji niniejszego projektu badawczego). Przełamywany jest lęk niezależnych animatorów i twórców przed dokumentami; fałszywe poczucie niezniszczalności i bezpieczeństwa (chór, orkiestra) w formule funkcjonowania przy domu kultury, jak miało to miejsce dotychczas.

2. Brak dostrzegania i wsparcia inicjatyw lokalnych przez władze wojewódzkie. Gmina w ostatniej edycji konkursu ofert otrzymała tylko jeden grant w wysokości 4 tys. zł na nagrodę w konkursie.

3. Słabe wykorzystanie potencjału starszego pokolenia (emerytowanych nauczycieli i innych osób wykształconych i doświadczonych) w ramach wolontariatu w obszarze kultury, a szczególnie edukacji kulturalnej.

4. Słabe oddziaływanie ośrodka miejskiego na tereny wiejskie – niemożność zaktywizowania mieszkańców wsi, brak nawyków uczestnictwa i niechęć do zerwania z modelem spędzania czasu wolnego przed telewizorem, a z kolei lokalna TV Kablowa nie dociera na wieś.

PROFIL Czarnkowa

- | |
|---|
| <ol style="list-style-type: none">1. Silne instytucje i silny lider, przyciągający inicjatywy nieformalne2. Dobre praktyki współpracy instytucji ze szkołami i przedszkolami również o zasięgu międzynarodowym3. Mała ilość stowarzyszeń i prawnej niezależności organizacji4. Dbalność o infrastrukturę kultury5. Zaangażowanie ludzi w wieku emerytalnym w sprawy społeczne6. Duży poziom satysfakcji mieszkańców – dobra jakość życia, ugruntowane tradycje lokalne7. Lokalne marki kulturalne – od ludycznego święta bliźniaków po Salon Wielkopolski |
|---|

Wolsztyn

Położony 70 km na zachód od Poznania. Przed reformą administracyjną mieszczący się w obrębie województwa zielonogórskiego. Z miastem związani byli Józef Hoene Wroński i Robert Koch. Wolsztyn znany jest także z jedynej w Europie czynnej parowozowni i lokomotywy Pm 35-2, zwanej „Piękną Heleną”. Miasto liczy 13.402 mieszkańców. Komunikacja z Poznaniem: PKP, PKS. Powiat obejmuje jedynie 3 gminy, o łącznej liczbie 55.737 mieszkańców. Instytucje kultury w powiecie: Gminny Ośrodek Kultury w Przemęcie, Gminny Ośrodek Kultury w Siedlcu, w Wolsztynie: Wolsztyński Dom Kultury, Towarzystwo Kultury Ziemi Wolsztyńskiej, Regionalna Inicjatywa Społeczna, Muzeum Marcina Rożka, Muzeum Roberta Kocha, Muzeum Regionalne, Skansen Budownictwa Ludowego Zachodniej Wielkopolski. W każdej gminie biblioteka publiczna. Na terenie powiatu znajdują się 4 szkoły ponadgimnazjalne: Zespół Szkół Technicznych i Rolniczych w Powodowie, Zespół Szkół Ponadgimnazjalnych w Przemęcie, w Wolsztynie: Zespół Szkół Ogólnokształcących i Profilowanych, Zespół Szkół Zawodowych. 1 szkoła wyższa: Wydział Teologiczny UAM w Poznaniu – Oddział zamiejscowy: Wyższe Seminarium Duchowe Misjonarzy Olbatów M.N. w Obrze. Największe w powiecie zakłady przemysłu: spożywczego, meblarskiego. Dominuje gospodarka rolna i przemysł lekki. Wybrane media lokalne: TV Karat, Radio Zachód, „Głos Wolsztyński”, „Wasz Dzień po dniu”, mojemiasto.wolsztyn24.pl.

Potencjały

1. Aktywna działalność na gruncie kultury muzycznej oraz folkloru. Uczestnicy sesji fokusowej z dumą odnosili się do działalności podmiotów, realizujących zadania na gruncie edukacji muzycznej oraz upowszechniania muzyki. W grupie tej znajdują się: Szkoła Muzyczna I stopnia, prywatna Szkoła Muzyczna „Yamaha” Zespół Pieśni i Tańca „Kęblowo” oraz Powiatowa Wolsztyńska Orkiestra Dęta. Zespół „Kęblowo” działa od roku 1976 w filii Wolsztyńskiego Domu Kultury w Kęblowie. Traktowany jest przez mieszkańców jako „Kęblowskie Mazowsze”, dla podkreślenia rangi jaką formacja ta pełni dla lokalnej kultury. Jego koncerty są nieodzownym elementem ważnych uroczystości odbywających się na terenie powiatu. Ważnym społecznym atutem działalności Zespołu jest jego wielopokoleniowość – jego członkowie to osoby w różnym wieku: dzieci, uczniowie, studenci, osoby pracujące. Innym ważnym podmiotem posiadającym ten właśnie walor jest Powiatowa Wolsztyńska Orkiestra Dęta. Jedną z imprez, z którą wiązane są duże nadzieje jest

Międzynarodowy Festiwal Country, który w 2010 roku odbył się po raz pierwszy i cieszył się ogromnym zainteresowaniem mieszkańców.

2. Unikatowe zabytki techniki. Parowozownia Wolsztyn jest jedyną w Europie z czynną lokomotywnią, z której codziennie wydawane są parowozy do prowadzenia planowych pociągów pasażerskich na trasach do Poznania i Leszna. Można obejrzeć tu warsztaty, maszyny i urządzenia oraz inne obiekty zaplecza technicznego służące utrzymaniu i naprawie parowozów. Nie jest to skansen ani muzeum specjalnie utworzone dla prezentacji parowozów i ich zaplecza, ale mający ponad 100 lat wciąż czynny obiekt. Z parowozownią związany jest także międzynarodowy konkurs piękności "Miss Świata Parowozów". To wybór najpiękniejszej dziewczyny na tle dostojnych parowozów - impreza z której mieszkańcy miasta są dumni.

3. Amatorska twórczość plastyczna. Międzynarodowe Plenery Malarskie są organizowane od roku 2000 przez Starostę Wolsztyńskiego. Ich celem jest promowanie sztuki na terenach wiejskich. Towarzyszą im liczne imprezy oraz spotkania, związane z poznawaniem regionu, kulturą i obyczajami Wielkopolski. Służą one przede wszystkim integracji artystów z różnych stron świata oraz stwarzaniu możliwości obserwacji powstawania dzieł oraz odbioru sztuk plastycznych wśród mieszkańców wsi. Co roku plenery odbywają się w innym miejscu Powiatu Wolsztyńskiego.

4. Promocja i informacja. Wolsztyn należy do tych miast powiatowych Województwa Wielkopolskiego, które jako jedno z pierwszych promowało swoje zasoby i osiągnięcia z wykorzystaniem nowoczesnych technologii oraz profesjonalnej identyfikacji wizualnej. Zarówno samorząd powiatu, jak i gminy posiadają swoje logotypy, znajdujące miejsce w wielu materiałach wizualnych. Każdy z nich odwołuje się do lokalnych zasobów kulturowych lub przyrodniczych. Hasło promocyjne miasta: „Wolsztyn pełną parą!” odwołuje się do omawianych wcześniej zabytków techniki. Hasło powiatu: „Wolsztyn: słońce, jeziora, lasy” identyfikuje ów obszar z ciekawymi rekreacyjnie walorami przyrodniczymi. Ponadto, niemal każdy z działających tu podmiotów kulturalnych posiada własną stronę internetową. Istnieje tu także kilka portali wielotematycznych o charakterze lokalnym. Społeczność lokalna wykazuje dużą aktywność w odbiorze informacji, jedno z forów notuje codziennie powyżej 2000 odsłon swojej witryny.

Deficyty

1. Trudności w dotarciu z ofertą kulturalną do młodzieży. Wynika to w części z ogólnopolskiej tendencji coraz mniejszej obecności kultury w szkołach oraz zawłaszczania

czasu wolnego uczniów przez różnego typu często obowiązkowe zajęcia dodatkowe. Przekłada się to często na niezbyt wysoką frekwencję podczas bardziej wymagających imprez.

2. Słaba aktywność młodych mieszkańców. Brak młodych ludzi w radach gminy i powiatu. Przyczyną tego jest również brak stowarzyszeń, w których młodzi ludzie mogliby szlifować swoje zdolności organizacyjne i kształtować aktywną postawę. Pojawił się postulat odnowienia tradycji szkolnego DKF-u.

3. Braki w zakresie infrastruktury kultury. Szczególnie brakuje w Wolsztynie wielofunkcyjnej sali na około ponad 500 osób m.in. na potrzeby organizowania koncertów i różnych innych wydarzeń kulturalnych. Obecnie trzeba zadowolić się salą na 200 osób, ale bez stałych krzeseł, z wolną przestrzenią.

4. Niedowartościowanie kultury w budżetach samorządu miasta i powiatu – „za mało pieniędzy jest przeznaczana na kulturę, więcej na sport”. Brak też znaczącego mecenasa kultury w powiecie

5. Potrzeba dialogu społecznego jest znacząca. Brak współpracy i koordynacji między samorządowymi jednostkami kultury, a także organizacjami pozarządowymi jest odczuwalny i deklarowany jako mający często podłoże osobistych uraz. Taki dialog odbywa się w jakimś zakresie w przestrzeni Internetu.

PROFIL Wolsztyna

1. Dobre instytucje i zespoły muzyczne domagają się właściwej infrastruktury
2. Deficyt stanowi skuteczna współpraca międzysektorowa, a nawet dialog
3. Mała ilość stowarzyszeń, szczególnie dojmująca w młodszej grupie wiekowej
4. Zbyt małe nakłady na kulturę w budżetach samorządów
5. Silna marka unikatowej parowozowni i działań kulturalnych z nią związanych
6. Aspiracje miasta w kierunku bycia ważnym ośrodkiem kulturalnym w Wielkopolsce
7. Dobre hasło reklamowe – „Wolsztyn: pełną parą!”

Turek

Położony 140 km na południowy-wschód od Poznania, przed reformą administracyjną mieszczący się w obrębie województwa konińskiego. Znany z wydobywania węgla brunatnego, produktów mlecznych z dużą zawartością marketingu (sery "Turek") oraz polichromii i witraży zaprojektowanych w całości przez Józefa Mehoffera, zdobiących kościół Najświętszego Serca Pana Jezusa. Miasto liczy 29.789 mieszkańców. Odległość do Poznania wynosi 135 km. Komunikacja z Poznaniem: autostrada A2, PKS, lub PKP ze stacji poza powiatem (Konin, Koło). Na powiat składa się dziewięć gmin. Liczba jego mieszkańców wynosi łącznie 85.250. Instytucje kultury w powiecie, m.in.: Miejsko-Gminny Ośrodek Kultury w Dobrej, Miejsko- Gminny Ośrodek Kultury w Tuliszkowie, Gminny Ośrodek Kultury w Brudzewie, Ośrodek Upowszechniania Kultury w Przykonie, Gminny Ośrodek Kultury w Władysławowie, w samym Turku: Miejska i Powiatowa Biblioteka i działające przy niej wydawnictwo „Bibliotheca Turcoviana”, Miejski Dom Kultury, Muzeum Rzemiosła Tkackiego i działające w ramach jego struktur kino "Tur". Na terenie powiatu znajdują się trzy szkoły ponadgimnazjalne: Zespół Szkół Rolniczych CKP w Kaczkach Średnich, w Turku: Zespół Szkół Technicznych, Zespół Szkół Ogólnokształcących, jedna policealna: Centrum Szkoleniowe "Wiedza", jedna wyższa: Zamiejscowy Wydział Budownictwa i Instalacji Komunalnych PWSZ w Koninie. Największe w powiecie zakłady przemysłu: drzewnego, energetycznego, tekstylnego, mleczarskiego, meblarskiego, produkcji trumien. Wybrane media lokalne to: gazeta „Echo Turku”, portale internetowe: www.miaستoturek.pl, www.powiat.turek.pl, www.terazturek.pl i www.turek.net.pl.

Potencjały

1. Współpraca podmiotów w mieście, pod kuratelą samorządu istnieje szeroka współpraca podmiotów: biblioteki, domu kultury, muzeum, a także organizacji społecznych. Ma ona również charakter współfinansowania przedsięwzięć. Na terenie miasta prężnie działa w obszarze kultury 7 rozpoznawalnych organizacji pozarządowych. Warto nadmienić, że w Turku działa Centrum Organizacji Pozarządowych i Wolontariatu, które z pewnością w wypadku pewnej korekty działalności, będzie mogło silnie wpływać na rozwój oddolnych inicjatyw. Współpraca – szczególnie w zakresie działań wokół dzieła Mehoffera obejmuje również parafię. A ciekawą formą włączania do współpracy emerytowanych nauczycieli i pasjonatów miasta jest stworzenie spośród nich grupy przewodników wycieczek.

2. Umiarkowanie i polityka zrównoważonego rozwoju. Politykę kulturalną miasta charakteryzuje podejście długodystansowe i długofalowe planowanie – brak rewolucyjnych

zmian. Utrzymuje się duża stabilność pomiędzy działalnością organizacji społecznych, a działaniami instytucji kultury, przy czym te ostatnie mają zdecydowaną przewagę w kreowaniu tych działań. Bardzo ciekawym przykładem jest działalność biblioteki poszerzona o profesjonalnie prowadzoną działalność wydawniczą w postaci serii książek „Bibliotheca Turcoviana”.

3. Europejski Mehoffer – marka kulturalna. Odkrycie na nowo skarbu, jaki znajduje się w sercu miasta, w postaci dzieła wybitnego twórcy - ucznia Jana Matejki - Józefa Mehoffera, zaowocowało próbą wykreowania nowej marki kulturalnej "Turek - miasto w klimacie Mehoffera". Oddolny ruch wspierany przez władze miejskie w formie utworzenia muzeum i zgromadzenia w nim zebranych z Polski eksponatów, opracowań, organizacji sesji naukowych, przekształcił się w profesjonalny projekt inwestycyjny. Polegał on na przystosowaniu Ratusza Miejskiego na potrzeby muzeum, a przede wszystkim na renowacji polichromii i witraży autorstwa Józefa Mehoffera. Projekt uzyskał najwyższe oceny w konkursie na środki inwestycyjne UE w obszarze kultury w roku 2009. Uzyskał też promesę Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego, a w 2010 roku oraz środki z Wielkopolskiego Regionalnego Programu operacyjnego, z działania 6.2 Rozwój kultury i zachowanie dziedzictwa kulturowego, Schemat II – Projekty promocyjne. Ten pozytywny respekt dla tradycji może też mieć swoje negatywne skutki w postaci dominacji pewnej narracji konserwatywnej. Odkrycie dla szerszego odbiorcy dzieła i postaci Mehoffera jest niezmiernie inspirujące i cenne. Może jednak trafić raczej do odbiorcy wyedukowanego i o wyższych potrzebach kulturalnych.

4. Pozytywne nastawienie samorządu do kultury jako czynnika rozwoju, podnoszenia jakości życia mieszkańców i promocji zewnętrznej miasta. Odczuwalne jest wzajemne zrozumienie, chęć rozmowy, kontaktu, pomocy i dialogu. Przejawem tego były przeprowadzone po raz pierwszy w ubiegłym roku, nieczęsto spotykane w małych ośrodkach miejskich, badania mieszkańców dotyczące ich potrzeb, również kulturalnych.

5. Rozwój znaczących inicjatyw w sektorze obywatelskim przejawia się m.in. w ramach działań stowarzyszenia „Przystań”. Charakteryzują się one dużą ilością pomysłów, kreatywnym i dobrym zarządzaniem. Jest prowadzone przez ludzi z pasją, społeczników; cenne i cenione w mieście, działające oddolnie – „robią to co chcą dzieci i młodzież, na co jest zapotrzebowanie, dają wolną rękę pomysłom innym i dlatego to się sprawdza”. W tym obszarze rodzi się też inicjatywa europejskiego festiwalu beatboxu SCRABB. Działania te warto prezentować jako przykłady dobrych praktyk.

6. Dobry stan bazy instytucjonalnej i środków na kulturę, rozszerzający się i ulegający poprawie również dzięki pozyskiwanym środkom europejskim. Wkrótce zostanie otwarte Muzeum Mehoffera, dobiegnie renowacja kościoła z polichromiami Mehoffera, wykorzystanego często jako miejsce koncertów. Do tych celów wykorzystywana jest też nowo oddana hala sportowo-widowiskowa. Ilość pozyskanych środków zewnętrznych na cele kulturalne jest imponująca.

Deficyty

1. Charakter działania centrum wolontariatu. Mimo wartościowych założeń i samego faktu istnienia, w opinii osób badanych nie spełnia ono swej misji. Potrzebne jest zapraszanie do niego osób kompetentnych w wielu dziedzinach – obsługi księgowej, prawnej, znajdowania źródeł finansowania projektów, przygotowania aplikacji w tym zakresie oraz rozliczania projektów.

2. Brak zainteresowania kulturą przez biznes (i wsparcia finansowego), m.in. Tureckiej Izby Gospodarczej. Wynikają stąd trudności w pozyskaniu większych sum pieniędzy na działania kulturalne. Brak solidnego mecenatu lokalnego, albo raczej świadomości ze strony potencjalnych sponsorów w zakresie wagi kultury dla rozwoju lokalnych społeczności. Niewykorzystany potencjał dużych marek, firm w regionie – np. sery „Turek”.

3. Przewaga etatowych form zatrudnienia i działań w ramach instytucji kultury. Istnieje oczywiście wątpliwość, czy lokalna społeczność jest już przygotowana na podjęcie innego modelu funkcjonowania kultury. Czy wykształciły się struktury społeczne, nawyki, by wprowadzić znaczące mechanizmy uspołeczniające.

4. Słabo wykształcone struktury „elity” kulturalnej, związane z uczestnictwem w imprezach kulturalnych, podejmowania oddolnie znaczących problemów społecznych w ramach działań obywatelskich. Ten brak szerokiego zaangażowania powodować może w konsekwencji niski poziom zadowolenia z jakości życia, brak pozytywnego podejścia również do pozytywnych zjawisk i małomiasteczkowość w jej złym znaczeniu.

5. Dotychczasowy brak diagnozy potrzeb społeczeństwa oraz rekomendacji w tym zakresie, służących kształtowaniu we właściwym kierunku polityki kulturalnej miasta.

6. Trudności z zaistnieniem w mediach regionalnych i ogólnopolskich znaczących zjawisk i wydarzeń kulturalnych, promujących Turek.

PROFIL Turku

1. Konsekwentne działania we wdrożenia projektu „Turek: miasto w klimacie Mehoffera” – samorząd stawiający na kulturę
2. Regionalny lider w pozyskiwaniu środków europejskich na kulturę
3. Zadowolający stan infrastruktury kultury w mieście
4. Współpraca międzysektorowa oparta na stabilnych instytucjach kultury, z potrzebą większego udziału organizacji pozarządowych i nurtu modernizującego
5. Wobec braku dotychczasowej diagnozy potrzeb mieszkańców, miasto włącza się w projekty badawcze w tym zakresie
6. Zagrożenie ze strony małomiasteczkowego stylu życia i przejawiającego się niezadowolonia, które może się zmienić poprzez większe zaangażowanie mieszkańców
7. Trudne miejsce Turku na skraju Wielkopolski w bliskości do metropolii łódzkiej

Jarocin

Jest położony około 70 km na południe od Poznania. Przed reformą administracyjną mieścił się w granicach administracyjnych województwa kaliskiego. Znany jest w Polsce z legendarnego festiwalu muzyki rockowej, a osobom bliżej zainteresowanym zarządzaniem w kulturze – z niekonwencjonalnych, zatem i odważnych sposobów prowadzenia działalności kulturalnej, gdzie większość zadań z tego zakresu realizowana jest przez organizacje pozarządowe. Miasto liczy 27.000 mieszkańców, odległość od miasta wojewódzkiego Poznania ok. 71 kilometrów. Komunikacja z Poznaniem: PKP, PKS. Powiat składa się z 4 gmin, w których łączna liczba mieszkańców wynosi 71.000. Instytucje kultury w powiecie, to m.in.: Gminny Ośrodek Kultury w Jaraczewie, Ośrodek Kultury i Rekreacji – Mickiewiczowskie Centrum Turystyczne w Żerkowie, Muzeum im. A. Mickiewicza w Ś00miełowie, Muzeum Wojen Napoleońskich w Witaszycach. Instytucje w Jarocinie: Jarociński Ośrodek Kultury, Muzeum Regionalne i Miejska Biblioteka Publiczna z kilkoma filiami. Duży odsetek uspołecznionych szkół podstawowych i gimnazjalnych. Największe w powiecie zakłady przemysłu: odzieżowego, drzewno-meblarskiego, elektromaszynowego, rolno-spożywczego. Wybrane media lokalne: „Ziemia Jarocińska”, „Gazeta Jarocińska”, „Japi”, www.jarocin.info, www.jarocin.net,

Potencjały

1. Społeczność obywatelska wsparta systemowymi instrumentami władz lokalnych.

W Jarocinie działa szereg organizacji społecznych o tradycyjnych korzeniach (chóry, zespoły), ale i nowoczesne organizacje skupione wokół organizacji projektów. Jednym z elementów *genius loci* miejsca są właśnie ludzie: aktywni, współpracujący, entuzjastyczni. Cały szereg mieszkańców, włącza się aktywnie w tworzenie działań kulturalnych w swoim otoczeniu. Jest to w jakiś sposób charakterystyczne dla wielu innych miejsc szczególnie w południowej Wielkopolsce.

2. Jarocin Festiwal. To tradycja, marka, element odróżniania się i dumy. Wraz z powstającym nowoczesnym Muzeum „Spichlerz Rocka”, stanowi kolejne wzmocnienie tej marki. Najstarszy w Polsce, legendarny festiwal rockowy, z silnie zakorzenionym elementem buntu przeciw systemowi PRL, kolebka wielu znanych zespołów polskiej sceny muzycznej, jest na nowo silnie kojarzony w Polsce. Jego wykorzystanie do promocji marki miasta nie jest łatwe wobec wyrosłej silnej konkurencji podobnych imprez oraz braku posiadania tytularnego sponsora. Jednak władze miasta konsekwentnie i w sposób systematyczny próbują odzyskiwać utracone pole podczas lat zawieszenia Festiwalu.

3. Duże doświadczenie i skuteczność w zdobywaniu środków zewnętrznych. W tym względzie Jarocin jest bardzo skuteczny wchodząc w różnego rodzaju sojusze i współpracy, pozyskuje środki z funduszy europejskich, ministerialnych, regionalnych. Muzeum „Spichlerz Rocka”, otrzymało największą dotację w WRPO 2010, działanie 6.2 Rozwój kultury i zachowanie dziedzictwa kulturowego, Schemat II - Projekty promocyjne, podobnie jak drugi ściągnięty do Jarocina festiwal Polska Akademia Gitary (który realizowany przez organizację pozarządową uplasował się na 3 miejscu w rankingu dofinansowanych projektów, zaraz po dwóch projektach realizowanych przez samorządy Kalisza i Poznania). Środków pozyskanych w ten sposób na projekty teatralne, filmowe, edukacyjne i infrastrukturalne istnieje ponadprzeciętnie dużo. Te działania są bardzo mocno wspierane przez władze miasta, a także przez powołane przez nie samorządowe centrum wsparcia dla NGO's z doradztwem prawnym, księgowym, szkoleniami.

4. Polityka kulturalna władz miasta. Samorząd postrzega kulturę jako atut (poprzednie hasło reklamowe „Jarocin: tu wszystko gra”), ale też wprowadza rewolucyjne rozwiązania systemowe – łączenie bibliotek szkolnych i publicznych, ogólnopolski tytuł „Lidera zarządzania 2010. Współpraca samorządu z organizacjami pozarządowymi” – bardzo wysoki

odsetek usług kulturalnych i edukacyjnych zlecony do realizacji organizacjom społecznym. Należy też podkreślić wagę stosowanego mechanizmu konkurencji między podmiotami (konkursy), przy staraniu, by kierować aktywność liderów w obszary służące rozwojowi miasta i wykorzystywać potencjał istniejących organizacji. Strategiczne podejście do kultury.

5. Infrastruktura – zasadniczo zapewniająca realizację większości potrzeb kulturalnych (kino, odnowiony ośrodek kultury, dobrze wyposażone biblioteki, kompleks sportowo-rekreacyjno-hotelowy, odnowiony i ożywiony latem rynek, remontowany Pałac Radolińskich). Wyjątek i wyzwanie stanowi infrastruktura dla stałej sceny, gdyż stary amfiteatr nie spełnia swojej funkcji.

6. Nasycenie ofertą kulturalną, oddziałującą poza teren powiatu – „prowincjonalne miasto z wydarzeniami z metropolii”. Pozycjonowanie się Jarocina jako ważnego ośrodka w południowej Wielkopolsce, niezależnie od tego, że nie dorównuje on wielkością innym miastom. Obserwowane jest korzystanie z oferty artystycznej i edukacji kulturalnej Jarocina przez mieszkańców spoza powiatu.

Deficyty

1. Brak wspólnego kalendarza imprez w mieście i powiecie dla operatorów i uczestników. Powoduje to nieprzewidziane dublowanie się terminów, które w średniej wielkości mieście powiatowym może powodować kłopoty z frekwencją.

2. Krytycznie nastawiona prasa lokalna, która odbiera działania kulturalne jako przedłużenie działań władzy, stąd niedostatecznie informuje o nich. Z drugiej strony – wobec modernizujących działań samorządu w obszarze kultury, zachowuje nastawienie konserwujące. Skuteczna informacja o ofercie kulturalnej, przekładałaby się na większe uczestnictwo odbiorców.

3. Brak dotychczas zgodnej współpracy między gminą i powiatem. Podjęcie takiej współpracy mogłoby np. zaowocować przeniesieniem dobrych praktyk w uspołecznianiu szkół podstawowych i gimnazjalnych na szkoły ponadgimnazjalne, czy innych wprowadzanych w mieście.

4. Brak dużych sponsorów, mogących wspierać kulturę. Ten fakt jest szczególnie widoczny przy organizacji większych imprez. Najlepszy przykład na to stanowi brak

nominalnego sponsora Jarocin Festiwal, który pomógłby tej imprezie wejść do polskiej czołówki festiwalowej.

5. Mało aktywni nauczyciele w uczestniczeniu, korzystaniu z oferty kulturalnej, aktywizowaniu młodzieży. Mimo, że jest to pewna ogólna tendencja, oczekiwanie zmiany w tym względzie pojawiło się podczas panelu ekspertów i zostało z wielu ust potwierdzone.

PROFIL Jarocina

1. Miasto rozpoznawalne w skali ogólnopolskiej z prowadzenia nowoczesnej i skutecznej polityki kulturalnej (łączenie publicznych i szkolnych bibliotek, preferowanie działań projektowych) i jej powiązania z edukacją kulturalną
2. Silna marka regionalna wykorzystywana do promocji miasta: Jarocin Festiwal
3. Ogólnopolski lider zarządzania w zakresie uspołeczniania usług społecznych, w tym kulturalnych i edukacyjnych – wspieranie rozwoju organizacji pozarządowych i aktywności obywatelskiej
4. Duża ilość aktywnych stowarzyszeń, pozyskiwanych projektów, znaczących kooperantów i imprez
5. Skuteczność w pozyskiwaniu dużych środków zewnętrznych na kulturę
6. Ośrodek kulturalny o dużym oddziaływaniu w Wielkopolsce i rozpoznawalności w Polsce
7. Lider innowacyjnych zmian i stosowania dobrych praktyk w kulturze na skalę ponadregionalną

Wnioski i rekomendacje

Wyniki badań przeprowadzonych w sześciu wielkopolskich miastach powiatowych ukazują, że każde z nich dysponuje odrębnymi potencjałami i deficytami. Nie jest możliwe w sposób rzetelny poddać istniejące w nich zjawiska pewnym indukcyjnym uogólnieniom. Jednakże wiele z nazwanych podczas paneli ekspertów deficytów i potencjałów w jednym mieście, może mieć również odniesienie do innych – może w nich istnieć w mniej nasilony lub zauważany sposób. Dlatego metoda porównawcza w tym zakresie wydaje się dodatkowo inspirująca zarówno dla badaczy jak i przede wszystkim dla badanych miast, ich społeczności i samorządów.

Ponadto, na podstawie prowadzonych badań, stwierdzić można, że:

1. Większość badanych miast powiatowych posiada wiele szerzej nie znanych lub nieodkrytych przez samą społeczność potencjałów o znaczeniu lokalnym i regionalnym.
2. Miasta powiatowe stanowią same w sobie potencjał dla prowadzenia skutecznej polityki regionalnej. Ich oddalenie od metropolii może stać się atutem, pod warunkiem sformułowania i prowadzenia lokalnej strategii w oparciu o potencjał kulturalny, posiadane zasoby oraz mechanizmy uspołecznienia, aktywizujące społeczność lokalną.
3. Lokalne środowiska i władze są otwarte na współpracę w zakresie badań potrzeb i opinii mieszkańców wg sprawdzonych narzędzi badawczych i we współpracy z ekspertami.
4. Wśród osób, które wzięły udział w badaniu sondażowym, wiele jest takich, które prezentują neutralne (ambiwalentne) postawy wobec rozmaitych wydarzeń, zjawisk i miejsc związanych z kulturą. Świadczyć to może o braku zainteresowania wieloma spośród problemów, będących przedmiotem badań.
5. W większości badanych miast, dostęp do usług i dóbr kultury nie jest ograniczony barierami finansowymi. Jednak dla większości osób badanych, dobra oferta kulturalna to taka, która jest tania i dostępna dla każdego.
6. Ponad połowa młodych mieszkańców badanych miast powiatowych ocenia dostępną sobie ofertę kulturalną jako przeciętną.
7. Młodzi mieszkańcy badanych miast za dobrą uznają ofertę egalitarną, mogącą zostać przyjętą przez dużą liczbę osób, niezależnie od poziomu kulturowych kompetencji. Wniosek taki wypływa z marginalnego potraktowania takiej cechy oferty kulturalnej,

która polega na skierowaniu jej do konkretnych odbiorców. Świadczyć to może także o braku aspiracji do uczestnictwa w kulturze innej niż popularna.

8. Nie tylko wyniki ankiety jasno ujawniają dramatyczny stan zaniedbań w zakresie szkolnej edukacji kulturalnej na poziomie ogólnopolskim, który nie zachęca dostatecznie od działalności w tym zakresie. Mimo to, lokalni liderzy w miastach powiatowych, animatorzy docierający do szkół, albo wychodzący „na zewnątrz”, bardziej zaangażowani społecznie nauczyciele, realizują działania aktywizujące z młodzieżą. Wpływają one wprost na podwyższenie kompetencji kulturowych i wzbogacenie doświadczeń uczestnictwa w kulturze tych osób.
9. Informacje o kulturze są przez osoby młode pozyskiwane głównie za pośrednictwem tradycyjnych środków przekazu (gazety, plakaty, afisze). Rola mediów elektronicznych jest w tym zakresie marginalna i wciąż niedostatecznie wykorzystana.
10. Wśród instytucji kultury, będących przedmiotem badań, są takie, których oferta nie jest znana trzem czwartym osób badanych.
11. Niemal co trzeci ankietowany jest zdania, że grupą najbardziej poszkodowaną w zakresie oferty kulturalnej jest młodzież, zatem grupa, do której sam respondent należy. Świadczyć to może o braku wrażliwości badanych na problemy związane ze społecznym wykluczeniem.
12. Zdecydowana większość ankietowanych chciałaby, aby kultura pełniła większą rolę w życiu miasta i dostrzega jej istotną rozwojową rolę.
13. W każdym z badanych miast istnieje mniejszy lub większy potencjał oddolnych inicjatyw społecznych w zakresie kultury. Zmienną przyczyniającą się do ogólnego zaangażowania społecznego mieszkańców lub jego braku, jest postawa władz lokalnych. Samorząd czasem jest nieświadomy tego potencjału, może się również go obawiać, ze względów politycznych, podziału wpływów, kontroli nad inicjatywami i środkami finansowymi.
14. Pewnym problemem, zwłaszcza domów kultury, jest niedostateczna oferta i zachęta do uczestnictwa w kulturze skierowana do ludzi aktywnych zawodowo. Jedną z podejmowanych prób zmiany w tym zakresie jest edukowanie rodziców przy okazji edukacji kulturalnej dzieci.
15. Nie tylko w dużych miastach wojewódzkich, ale również w mniejszych miastach powiatowych, istnieje dynamicznie rosnące zapotrzebowanie na zajęcia dla osób starszych, zwłaszcza działań w ramach uniwersytetów trzeciego wieku, oczekujących wysokiej jakości oferty kulturalnej i edukacyjnej. Organizatorzy działań kulturalnych powinni zwrócić uwagę na to istotne zapotrzebowanie.

16. W miastach powiatowych grupą o dużym oddziaływaniu kulturotwórczym mogą być absolwenci liceów oraz powracający absolwenci studiów, których potencjał i wiedzę należy jednak świadomie zagospodarować.
17. Po raz kolejny trzeba zauważyć mnogość przypadków funkcjonowania domów kultury na terenie miast powiatowych, które wpisują się w wiele, bardzo odmiennych modeli zarządzania. Tę różnorodność należy rozpatrywać z perspektywy lokalnych warunków dla funkcjonowania kultury. Najistotniejszą zmienną jest tu relacja między sektorem publicznym i prywatnym, której ton nadaje często ośrodek kultury: demokratyzujące (otwarte na i wspierające inicjatywy zewnętrzne), uspołeczniające albo dominujące, narzucające własną wizję działań i treści aktywności kulturalnych z pominięciem, lub tylko minimalnym zaangażowaniem podmiotów społecznych.
18. Miasta powiatowe potrzebują pozyskania nowych miejsc dla kultury, które przyciągną nowe, dotychczas nie uczestniczące w życiu kulturalnym grupy społeczne. Takie szanse przynosi postępująca rewitalizacja miast, oraz możliwość pozyskania przez samorządy środków finansowych ze źródeł europejskich (np. mechanizm Jessica). Dobrej jakości miejsca kulturalne powstały w środowiskach wiejskich w oparciu o fundusze dla Lokalnych Grup Działania. Tutaj budynki już są, często nie pełnią one jednak istotnej funkcji kulturalnej, osoby nimi zarządzające lub podmioty odpowiedzialne za ich działanie nie zawsze mają kompetencje lub widzą potrzebę wykorzystania tych miejsc na cele stricte kulturalne.
19. Wiele środowisk lokalnych dostrzegło potrzebę tworzenia wizerunku miasta poprzez historyczne ikony – postaci, które mogą istnieć w odbiorze ogólnopolskim jako kulturalne marki związane z danym miastem. Jest to kierunek, który daje spore efekty i satysfakcję mieszkańcom i elitom kulturalnym, jest dodatkowym spoiwem dla społeczności lokalnej.
20. Istnieje duża potrzeba stworzenia systemu motywacji / warunków finansowych dla osób pracujących w lokalnych instytucjach oraz w ramach projektów kulturalnych realizowanych w mieście powiatowym, tak by zachęcić absolwentów szkół artystycznych, kierunków artystycznych do pracy na prowincji. Niewielka ilość wykwalifikowanych profesjonalistów z zakresu edukacji artystycznej i animacji kultury uniemożliwia obecnie w miastach powiatowych osiągnięcie zadowalającej jakości poziomu edukacyjnej artystycznej.
21. Media lokalne w bardzo niewielkim stopniu służą i zachęcają do aktywności kulturalnej w miastach powiatowych. W wielu miejscach, nawet w Jarocinie, kultura/wydarzenia kulturalne nie ma swojej stałej rubryki w największej gazecie lokalnej. Taki stan rzeczy wskazuje na niski stan świadomości co do istoty kultury również u prowadzących wydawnictwa gazetowe na terenie miast powiatowych.

Brakuje również skoordynowanego wspólnego kalendarza imprez kulturalnych, który trafiałby w sposób komunikatywny do publiczności.

22. Nie istnieją systemowe rozwiązania podtrzymywania więzi w zakresie inicjatyw informacyjnych, wymiany informacji, czy projektów kulturalnych pomiędzy stolicą regionu a miastami powiatowymi, społecznościami lokalnymi na skraju województwa.
23. Władze miast powiatowych niedostatecznie zachęcają biznes lokalny do sponsoringu kultury, względnie lokalni animatorzy często nie dość profesjonalnie formułują ofertę współpracy ze sponsorującym podmiotem.

W związku z wieloraką różnorodnością zjawisk i problemów występujących w poszczególnych miastach powiatowych ilością wniosków, szczegółowe rekomendacje wdrożeniowe należy przygotowywać dla każdego z samorządów osobno, z uwzględnieniem lokalnych uwarunkowań i możliwości wprowadzenia zmian

Na obecnym etapie, w oparciu o powyższe wnioski, za całkowicie zasadne można uznać zaproponowanie kilku najistotniejszych rekomendacji wynikających ze zrealizowanego projektu. Istotne byłoby przeprowadzenie dalszych badań w kolejnych 5-6 powiatowych miastach Wielkopolski, co zakładał pierwotny projekt, a co umożliwiłoby sformułowanie bardziej uprawnionych uogólnień.

Należy spróbować przeciwdziałać problemom i sprostać wyzwaniom wynikającym z badań, m.in. poprzez objęcie ich stosownymi zapisami w powstającym Programie Rozwoju Kultury Województwa Wielkopolskiego na lata 2011-2020.

Za warty wdrożenia uznać należy projekt stworzenia w oparciu o Regionalne Obserwatorium Kultury, działające przy Uniwersytecie im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, we współpracy z samorządem Województwa Wielkopolskiego, samorządami lokalnymi i Narodowym Centrum Kultury, stałych szkoleń i grup wymiany doświadczeń. Prowadzenie ich przez ekspertów i samorządowych liderów dla innych samorządowców, czy dyrektorów instytucji kultury, chcących wdrażać na swoim gruncie sprawdzone dobre praktyki, powinien stać się skutecznym sposobem ich multiplikacji, przy zachowaniu lokalnych specyfik i uwarunkowań. Dowartościowywanie i promowanie dobrych praktyk powinno odbywać się nie tylko przez wyróżnienia czy nagradzanie sukcesów, ale przez poznanie warunków i naśladowanie mechanizmów zmiany.

Jesteśmy przekonani, że odkrycie i dowartościowanie lokalnych liderów, praktyk kulturalnych, czy opinii młodych mieszkańców „Polski powiatowej” w zakresie kultury, ma nie tylko wartość czysto poznawczą. Samo zainteresowanie tymi miejscami, a szczególnie przeprowadzenie badań jakościowych, miało cechy zmieniające w jakiejś mierze rzeczywistość społeczną (asumpt do powołania stowarzyszenia, stworzenia lokalnego

kalendariusza wydarzeń, nazwania swoich potencjałów i deficytów, możliwość porównania ich z innymi miastami).

Zastosowane narzędzia badawcze nie są zapewne doskonałe, jednak w naszej opinii spełniły pokładane w nich oczekiwania, ugruntowane badaniem pilotażowym w Kępnie (metoda jakościowa) i Poznaniu (metoda ilościowa). Pozwoliły uzyskać wielostronny obraz tytułowych „potencjałów i deficytów miast powiatowych”. Miast takich jest w Polsce bardzo wiele i jak wynika z naszego doświadczenia, są one zainteresowane pomocą w tego typu badaniach i próbie ich aplikacji.

Poznań, 15 grudnia 2010

Kontakt:

Biuro Rady Filii Fundacji Kultury Polskiej w Poznaniu i Regionalnego Obserwatorium Kultury UAM:

Instytut Kulturoznawstwa Uniwersytetu im. A. Mickiewicza w Poznaniu

Ul. Szamarzewskiego 89 A, 60-568 Poznań, budynek AB, pok. 37, tel. 61 829 2229

dr Przemysław Kieliszewski, 608 104 049, dr Marcin Poprawski, pop@amu.edu.pl 604 833 444