

Zamek

i ludzie

Raport z badań publiczności
Centrum Kultury ZAMEK
w roku 2022

Koncepcja i koordynacja badań, realizacja badań oraz redakcja raportu

dr Katarzyna Chajbos-Walczak, dr Bartek Lis

Autorzy tekstów

rozdziały I, III, V – Katarzyna Chajbos-Walczak i Bartek Lis,

rozdział II – Bartek Lis, rozdział IV – Katarzyna Chajbos-Walczak

Realizacja badań w części ilościowej (załącznik nr 1)

Danae, sp. z o.o.

Realizacja badań pracowni CK Zamek (załącznik nr 2):

dr Monika Popow

Wsparcie badawcze (obserwacje przestrzeni CK Zamek)

Renata Chuchracka, Szeherezada Kondratowicz, Klaudia Korecka,

Julia Porzegowska, Marta Szala

Agregacja danych (karty obserwacji)

Renata Chuchracka

Korekta

Rafał Koschany

Projekt graficzny i skład

Bękart

Kontakt

b.lis@ckzamek.pl

Dyrektorka Centrum Kultury Zamek

Anna Hryniewiecka

Zamek i ludzie

**Raport z badań publiczności
Centrum Kultury ZAMEK
w roku 2022**

WSTĘP	5	ROZDZIAŁ IV. INSPIRACJA: STRATEGIE BUDOWANIA RELACJI Z PUBLICZNOŚCIĄ	107
Po co badania?	5	Strategia BLISKOŚCI W RELACJI	108
Jaki był na nie pomysł?	5	Strategia ODGADYWANIA PRAGNIENÍ	112
Co się udało zrealizować i w jakim okresie?	7		
Wnioskowanie i dalsze użycie badań	8		
O osobach zaangażowanych w badania	9	ROZDZIAŁ V. WYZWANIA I REKOMENDACJE	119
		Włączanie – współtworzenie	120
ROZDZIAŁ I. PUBLICZNOŚĆ CENTRUM KULTURY ZAMEK	11	Program – nowe formaty	122
Jak wyglądał pomysł na badanie oraz na czym polegała nasza współpraca z badanymi?	11	Uczenie się	126
MŁODZIEŻ	12	Komunikacja – informacja – promocja	126
DOROŚLI	29	Dostępność – otwartość – edukacja	128
		Inne	129
ROZDZIAŁ II. OTWARTOŚĆ I DOSTĘPNOŚĆ CENTRUM KULTURY ZAMEK	47	Zamek – przestrzeń – idea	130
Osoby g/Głuche i słabosłyszące	51	Rekomendacje z badania ilościowego	132
Osoby starsze zależne	58	Rekomendacje z badania etnograficznego pracowni	133
Osoby z niepełnosprawnością wzroku	63		
Osoby z innymi trudnościami w uczestnictwie w kulturze – migranci	69		
Chorowanie i kultura (na przykładzie osób chorujących na stwardnienie rozsiane)	73		
Ścieżka uczestnictwa	75		
Potrzeby (motywacje uczestnictwa) / trudności / ograniczenia	83		
ROZDZIAŁ III. PRZESTRZEŃ ZAMKU	87		
Hol Wielki	89		
Teren przed Zamkiem	93		
MŁODZIEŻ	94		
MŁODZI DOROŚLI	96		

Wstęp

Po co badania?

Nie sposób bez adekwatnych badań realizować dobrego programu kulturalnego, który odpowiada na potrzeby publiczności. W zmieniającym się świecie musimy się co chwila mierzyć z nowymi wyzwaniami, odpowiadać na nowe potrzeby i okoliczności. Zmieniają się również motywacje związane z uczestnictwem w kulturze, pojawiają się nowe trudności, znikają stare bariery. Każda instytucja kultury, która stawia przed sobą cel bycia miejscem ważnym, nadążającym za współczesnością, powinna stale realizować dialog z otoczeniem społecznym. Centrum Kultury Zamek podjęło decyzję, by w roku 2022 przeprowadzić rozbudowane – choć wciąż częściowe – badania publiczności: by sprawdzić, jaki jest odbiór tego miejsca przez jej stałych gości, oraz dowiedzieć się, jak można sprawić, by na Święty Marcin 80/82 (adres CK Zamek) trafiało więcej nowych osób.

Jaki był na nie pomysł?

Od samego początku wiedzieliśmy, że badanie w części ilościowej może zostać zrealizowane tylko w ograniczonym zakresie – dobór osób do próby nie był losowy, lecz systematyczny (do rozmowy an-

kieterzy i ankieterki zapraszali zwyczajowo co trzecią osobę opuszczającą wybrane wydarzenie). W ten sposób w badaniu ankietowym wzięło udział 336 osób. Zależało nam na poznaniu pewnych tendencji związanych z uczestnictwem w zamkowych wydarzeniach, opinii na temat ich organizacji oraz preferencji niektórych osób dostępnych badaczom w dniach, kiedy prowadzony był pomiar. Badania w części ilościowej – choć niereprezentatywne – dostarczyły nam kilku tropów, które można weryfikować w dalszej pracy programowej CK Zamek. Trzeba zaznaczyć, że każde badanie, nawet to przeprowadzone na grupie reprezentatywnej, obciążone jest błędem statystycznym. W miarę zwiększania wielkości próby błąd statystyczny maleje. Przykładowo, wynik badania przeprowadzonego na grupie 500 respondentów jest obarczony błędem o maksymalnej wysokości 4,4%. Dopiero przy wyborze grupy 2000 osób uda nam się zredukować błąd o połowę, do wysokości 2,2%, jednak jest to niestety zwykle (ze względu na ograniczone zasoby finansowe) niemożliwe – tak też się stało i w naszym badaniu. Warto jednak pamiętać, że nie istnieje próba reprezentatywna w 100%. Każda próba jest obciążona jakimś błędem. I aby mieć stuprocentową pewność co do zgodności wyników badania ze zdaniem całej populacji osób odwiedzających CK Zamek, trzeba byłoby zapytać wszystkich członków tej populacji. Z wynikami badań ilościowych, które zostały zlecone, można zapoznać się w dalszej części raportu (zostały one dodane w formie załącznika).

W tej części raportu koncentrujemy się na wynikach badań jakościowych, które mają dla nas olbrzymią wartość – jako badania eksplorujące tematy i zagadnienia trudno dostępne i takie, które nie mogą być dobrze zmierzone metodami ilościowymi. Decydując się na nie, uznaliśmy, że jesteśmy w stanie lepiej przyjrzeć się problemom związanym z (nie)uczestnictwem przedstawicieli i przedstawicielek wybranych grup kategoryalnych w instytucjonalnej kulturze. Arbitralnie określiliśmy interesujące nas zakresy, jak i grupy, do których perspektywy na kulturę chcieliśmy dotrzeć.

Od początku wiedzieliśmy, że oprócz osób doświadczających trudności w uczestnictwie w kulturze instytucjonalnej (na przykład ze względu na doświadczaną niepełnosprawność, zaawansowany wiek, nieznaną języka polskiego czy obcość polskiej kultury) chcemy także przyjrzeć się osobom młodym (młodzież i młodszy dorośli),

których udział w wydarzeniach kulturalnych organizowanych przez większość polskich instytucji kultury jest zdecydowanie najbardziej problematyczny. Wykorzystanie miękkich, jakościowych metod pozwoliło nam poznać ich opinie i wyobrażenia na temat miejsca i roli kultury w ich życiu, ich postrzeganie Centrum Kultury Zamek (CKZ) oraz oczekiwania wobec niego.

Ważnym aspektem działalności badanej instytucji jest fakt funkcjonowania w zabytkowym gmachu dawnego zamku cesarskiego. Uznaliśmy ów budynek za ważnego „aktora”, biorącego udział w doświadczaniu tego miejsca przez odwiedzających. Przyglądaliśmy się zachowaniom gości, podejmowanym interakcjom oraz odczuwaniu miejsca. Komponent obserwacyjny uzupełnia zatem zgromadzoną przez nas wiedzę na temat funkcjonowania CKZ.

Ostatnimi elementami zrealizowanego badania były wywiady eksperckie z osobami pracującymi jako animatorzy i edukatorzy kulturowi/kulturowe w innych, pozapoznańskich instytucjach kultury (by usłyszeć o realizowanych przez nich praktykach i sposobach pracy z publicznością), oraz jakościowe badania uczestnictwa w trzech zamkowych pracowniach artystycznych (raport z tego działania – również zleconego innej badaczce – został dołączony do niniejszego opracowania jako załącznik).

Co się udało zrealizować i w jakim okresie?

- W okresie od 16 do 30 maja 2022 roku przeprowadzono badania ankietowe (technikami PAPI i TAPI) na próbie 336 respondentów i respondentek.
- W okresie od 25 maja do 6 września 2022 roku odbyły się niejawne obserwacje (770 zdarzeń) z wykorzystaniem wcześniej opracowanych i objaśnionych narzędzi (kart obserwacji). W sumie w podanym okresie badaczki spędziły w CKZ 59 dni.
- W okresie od czerwca do września 2022 przeprowadzono 10 wywiadów pogłębionych (w tym jedną diadę) z celowo wybranymi osobami (zarówno będącymi stałymi bywalcami CKZ, jak i niemającymi tego doświadczenia). W tej grupie znalazły się 3 osoby eksperckie (pracownice i pracownicy innych instytucji kultury).
- W czerwcu i wrześniu 2022 roku odbyły się etnograficzne badania 3 wybranych pracowni artystycznych. Badaczka posługiwała się metodami obserwacji, zogniskowanych wywiadów grupowych i prostych ankiet.

- W czerwcu i październiku 2022 roku przeprowadzono 3 warsztaty wydobywcze z przedstawicielkami i przedstawicielami trzech grup: młodzieży z niepełnosprawnościami wzroku (20 osób), osób Głuchych (8 osób) oraz Białorusinek i Białorusinów (10 osób).
- W okresie od 17 października do 21 listopada 2022 roku odbyło się łącznie 8 spotkań roboczych (każde spotkanie trwające 2 godziny) z przedstawicielkami i przedstawicielami dwóch grup kategoryalnych młodzieży i młodszych dorosłych. W sumie uczestniczyło w nich 15 osób. Badacz i badaczka w pracy z tymi osobami wspierali się – oprócz metody wywiadu grupowego – również obserwacją, metodami warsztatowymi (warsztaty wydobywcze), spacerami badawczymi i sondami.
- Niezależnie od tych badań, badacz i badaczka realizowali analizę danych zastanych (głównie raportów z wcześniejszych badań, obejmujących wybranych przedstawicieli określonych grup kategoryalnych: osób starszych zależnych oraz osób niesłyszących i słabosłyszących) oraz wspierali się własnymi doświadczeniami zebranymi w toku realizacji badań w działaniu.

Bardziej szczegółowy opis zastosowanych w badaniu metod i technik znajdzie czytelnik_czka w dalszej części raportu przy opisach poszczególnych etapów projektu.

Wnioskowanie i dalsze użycie badań

Najważniejsze wnioski przedstawiamy przy okazji każdej z części raportu, omawiających poszczególne aspekty i segmenty/kategorie publiczności (młodzież, młodzi dorośli, osoby z utrudnionym dostępem do kultury instytucjonalnej). Usłyszane uwagi i zaobserwowane praktyki podsumowujemy również w częściach poświęconych przestrzeni Zamku oraz opiniom osób eksperckich. Zbiorcze podsumowanie najważniejszych wyzwań i rekomendacji pochodzących z badań jakościowych publikujemy na końcu raportu.

Konstruując koncepcję badań Centrum Kultury Zamek, od początku wiedzieliśmy, że ma ona być elementem dalszego procesu, w którym pracownice i pracownicy instytucji będą wspólnie, warsztatowo szukać przestrzeni do wykorzystania uzyskanej wiedzy w praktyce. W ramach dyskusji i warsztatów mogą powstać pomysły na działania odpowiadające na część zdiagnozowanych w badaniu problemów.

O osobach zaangażowanych w badania

Pomysłodawcami projektu badawczego i osobami nim kierującymi byli: Bartek Lis, który jest zatrudniony w Centrum Kultury Zamek od 2017 roku (pracuje w Dziale Projektów Społecznych jako badacz społeczny, animator kultury, edukator i kurator projektów), oraz Katarzyna Chajbos-Walczak, która była pracownicą tej instytucji w latach 2018–2021 (pracowała w Centrum Praktyk Edukacyjnych jako badaczka społeczna, edukatorka i koordynatorka Poznańskiego Programu Edukacji Kulturowej).

W ramach procesu korzystano ze wsparcia 5 studentek kulturoznawstwa Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza (realizacja badań obserwacyjnych). Dwa komponenty badawcze były zrealizowane zewnętrznie (w ścisłej współpracy i koordynacji z kierownikiem i kierowniczką badania). Było to badanie ilościowe, przeprowadzone przez firmę badawczą DANAE, oraz badanie jakościowe zamkowych pracowni, zrealizowane przez Monikę Popow.

ROZDZIAŁ I.

PUBLICZNOŚĆ CENTRUM KULTURY ZAMEK

Jak wyglądał pomysł na badanie oraz na czym polegała nasza współpraca z badanymi?

Pracując nad planem badań uznaliśmy, że chcemy przyjrzeć się bliżej dwóm grupom kategoryalnym: młodzieży oraz młodszemu dorosłemu, określając ich udział w kulturze instytucjonalnej jako stanowiący wyzwanie. Powodowani różnymi uwarunkowaniami młodzi ludzie często wycofują się z uczestnictwa w wydarzeniach organizowanych przez centra kultury i inne podmioty o tym charakterze. Chcąc zmierzyć się z zadaniem choćby częściowej odpowiedzi na pytanie o przyczyny takiego stanu rzeczy, zdecydowaliśmy się na rozpoczęcie pracy w dwóch równoległych grupach roboczych: młodzieżowej i osób dorosłych. Stosując różnorodne metody – warsztaty wydobywcze, spacerowanie badawcze, dyskusje grupowe, sondy, obserwacje – spotykaliśmy się z włączonymi do próby osobami. Podjęliśmy decyzję, że każdemu uczestnikowi

i każdej uczestniczce tego badania należy się gratyfikacja finansowa. Wszyscy badani za wykonaną pracę (aktywne uczestnictwo w spotkaniach trwających łącznie 8 godzin) otrzymali po 700 złotych brutto (umowa cywilno-prawna). Grupę „młodzieżową” (studencko-uczniowską) prowadził Bartek Lis, zaś grupę młodych dorosłych Katarzyna Chajbos-Walczak. W okresie od końca października do pierwszej połowy listopada 2022 roku każdy z zespołów spotkał się z badaczem/ką czterokrotnie (raz w tygodniu) na dwugodzinne spotkanie. Wszystkie odbywały się w przestrzeni CK Zamek. Uczestnicy i uczestniczki byli dobierani do próby w sposób mieszany (częściowo celowy – tak, by w miarę możliwości zróżnicować jej profil, a częściowo powstały w wyniku zastosowania metody „kuli śnieżnej”). Ważnym kryterium doboru osób do próby było ich rzadkie uczestnictwo w wydarzeniach kulturalnych organizowanych przez CK Zamek. Badanie w tej części miało również niereprezentatywny charakter.

MŁODZIEŻ

Charakterystyka grupy

W grupie znalazło się 8 osób w wieku od 18 do 22 lat – pięć dziewcząt i trzech chłopców. Tylko dwie osoby znały się wcześniej z uczelni. Dwie osoby były uczniami/uczenicami technikum, dwie osoby studiowały na prywatnej uczelni, trzy pozostałe były osobami studiującymi na uczelni publicznej, jedna osoba właśnie przerwała studia, dając sobie czas na wybór nowej ścieżki rozwoju. Wszystkie osoby studiujące robiły to w trybie dziennym. Niektórzy pochodzili z mniejszych miejscowości położonych w województwie wielkopolskim, mieszkali w wynajmowanych pokojach – inni wciąż żyli w domach swoich rodziców. Niektóre osoby podejmowały pracę zarobkową, by dorobić do stypendium lub środków przekazywanych im przez rodziców.

Materiał w tej części uzupełniony został o jeszcze jedno źródło pochodzące z indywidualnego wywiadu pogłębionego z młodym mężczyzną (w wieku 20 lat) – studentem Uniwersytetu Medycznego, który jest społecznikiem i aktywistą pozarządowym. Ma on doświadczenie uczestniczenia w wydarzeniach organizowanych przez badaną instytucję.

Prawie wszystkich członków grupy roboczej można opisać jako osoby zainteresowane rzeczywistością społeczną, konsumujące jakieś formy kultury, funkcjonujące w ramach własnych sieci towarzyskich. Osoby podczas ćwiczeń i dyskusji wypowiadały się w sposób dowodzący ich otwartości i liberalnego

światopoglądu. Wykazywali także uważność językową (na przykład stosowanie feminatywów) i szacunek wobec różnych tożsamości i stylów życia (tak też dobierali osoby do grona swoich znajomych).

→ zainteresowania

Do zainteresowań, które wymieniano najczęściej, należą: historia / architektura i sztuka / modelarstwo / muzyka/podcasty / gry planszowe i na konsoli / fantastyka i fantasy (przebieranie się, inscenizowanie) / spotkania towarzyskie / uroda (dbanie o siebie) / sport / praca społeczna i rozwój osobisty / teatr / czytanie / twórczość własna (gra na instrumentach, gra w spektaklach, śpiew, robienie zdjęć i publikowanie ich w sieci). Oczywiście możemy tutaj polegać głównie na deklaracjach uczestniczących w badaniu. Pogłębione badania etnograficzne pozwoliłyby rozpiąć ten wątek wielopłaszczyznowo. Część przekazanych opowieści pojawiała się jednak dość regularnie w naszych dalszych rozmowach i dyskusjach (np. teatr, fantasy, historia, rozwój osobisty). Zwróciliśmy uwagę na różne formy (i poziomy zaawansowania) tworzenia – potrzebę aktywnego kreowania rzeczywistości wokół siebie. Będzie to zatem potencjalna chęć bycia proaktywnym, prosumenckim w kontakcie z instytucją kultury.

→ czas wolny

Uczestnicy spotkań zostali poproszeni o rozrysowanie swojego dziennego planu aktywności (od momentu, gdy się budzą, aż do momentu, gdy powtórnie kładą się do łóżka). Miał to być przeciętny dzień roboczy. Pomimo indywidualnych różnic zwraca uwagę zasadniczy brak „wolnego czasu” w takim jego rozumieniu, że jest to jakiś specjalny moment w ciągu dnia, przeznaczony tylko na odpoczynek czy realizację pasji, uczestnictwo w wydarzeniach kulturalno-społecznych. Dominantę stanowią zajęcia związane z nauką/uczelnią. Jakkolwiek udaje się im wygospodarować czas na podejmowanie działań innych niż nauka lub praca zarobkowa, jednak według uczestniczek i uczestników badania wcale nie ma go tak wiele. Sposobem na „przemycanie” aktywności kulturowych okazują się urządzenia mobilne – w tym przede wszystkim smartfon. Uczniowie i studentki wspominali o swoim „miejsko-nomadycznym” poruszaniu się po mieście – bardzo dużo czasu zajmuje im przemieszczanie się komunikacją publiczną z punktu A do punktu B: z uczelni do biblioteki, ze szkoły na zajęcia pozalekcyjne, następnie do ewentualnej pracy lub domu, zwłaszcza jeśli mieszka się na przedmieściach. Wówczas autobus, tramwaj, przystanek komunikacji miejskiej, dworzec stają się miejscami, w których odbywają się sytuacje o charakterze kulturalnym/kulturowym i społecznym.

Telefon – oprócz podstawowych funkcji: wykonywania rozmów głosowych – służy do realizacji innych potrzeb (towarzyskich, rozrywkowych, edukacyjnych, kulturalnych). Młodzi ludzie, czekając na przyjazd autobusu lub podczas podróży, słuchają muzyki, odsłuchują podcastów, czytają e-booki, przeglądają media społecznościowe (Instagram, TikTok, Facebook), przeglądają YouTube, czatują (Messenger), uczą się (robią notatki), grają w gry, planują (organizują), robią zdjęcia (wrzucają je na social media), dokonują płatności i zakupów, randkują (Tinder, Grindr), oglądają filmy. Moment pozornej nieaktywności (wyłączenia) jest w praktyce próbą „wyrwania” czasu wolnego. „Rozproszone uczestnictwo w kulturze” jest zatem czymś dość typowym dla badanych młodych osób.

→ **cisza**

Wątkiem często pojawiającym się w trakcie wspólnych rozmów było zagadnienie przebodźcowania (bycia bombardowanym mnogością komunikatów, informacji, obrazów, ofert, tekstów kultury, etc.). Dla niektórych młodych osób funkcjonowanie w stałej uwadze (nie należy mylić tego z „uwagaścią”) – gotowości do przyjęcia kolejnych komunikatów, sygnałów – staje się normą „bycia w świecie”. Symptomatyczne jest to, że kilka osób wprost mówiło, iż czują się niekomfortowo w ciszy: nawet gdy są sami, to albo mają włączony jakiś kanał na YouTube, albo robią dwie rzeczy równolegle: słuchają muzyki, jedzą, oglądają seriale. Argumentują to swoimi osobistymi preferencjami lub chęcią/koniecznością stałego nadganiania („Szkoda czasu, by robić tylko jedną rzecz naraz”, „Będę miała to z głowy”, „Nie potrafię żyć w ciszy”, „Nigdy nie robię tylko jednej rzeczy”, „Cisza sprawia, że czuję się nieswojo”, „Nie chcę być sam”). Parafrazując tytuł jednego z filmów – młodzież robi „wszystko, wszędzie, naraz”.

Kultura i życie codzienne

Kultura – bez próby ujednolicania jej indywidualnych definicji (osoby biorące udział w badaniu prezentowały zróżnicowane jej postrzeganie, także opierając się na klasycznym podziale na tzw. kulturę wysoką i niską) – jest zjawiskiem/konceptem, wobec którego wszyscy mieli jakieś zdanie. Już sam fakt wzięcia udziału w badaniach o takim profilu (oprócz pobudek finansowych) stanowił rodzaj deklaracji choćby częściowego uczestniczenia w działaniach kulturalnych – posiadania swojego prywatnego jej rozumienia. Przemyslenia badanych na temat rozumienia kultury tworzyły trzy główne perspektywy (mowa tutaj z jednej strony o definicjach, którymi osoby dzieliły się pytane o to

wprost, z drugiej – jest to podsumowanie ich wypowiedzi i refleksji pojawiających się przy okazji różnych kontekstów podczas całego badania). Kultura w wąskim rozumieniu – odnoszącym się do wielu funkcjonujących w przestrzeni publicznej stereotypów i dyskursów – jest czymś odświętnym: czasem celebracji, wymagającym szczególnego potraktowania (ubiór, okoliczność, miejsce). To najczęściej tylko kultura realizowana w instytucjach (teatr, muzeum, filharmonia) – kojarzona z nawykami albo treściami przekazów edukacyjnych, których transponderami byli szkoła i/lub rodzice (oczywiście stanowi to także manifestację, którą należy czytać jako odwzorowanie domowych, pierwotnych habitusów i posiadanych kapitałów kulturowych):

Może to jest moja taka osobista praktyka, ale zawsze jak idę do teatru, do kina lub na jakieś... na jakieś muzyczne wydarzenie, to staram się je tak potraktować..., jakby oddzielić się od codzienności. Czyli wiadomo, oddzielamy się tym, że się na nie przygotowujemy, czekamy, bo to jest coś najczęściej wyczekiwanego przez nas i przez to jest ta pewna odświętność, sacrum pewnie w większości przypadków też. To myślę, że zależy od rodzaju sztuki, na którą idziemy, ale dla mnie jest to coś wyjątkowego zawsze. /w4/

Kultura to jest coś, co wykracza, jest ponad to, z czym na co dzień się spotykamy. Ma nieść przesłanie, przekaz, być może nas edukować różnymi sposobami. /r1/

Najczęściej słysząc jednak mniej „sakralne” rozumienie kultury. Sięga się po nią co prawda wciąż także z funkcją rozwoju osobistego (edukacji, nabywania nowych kompetencji, poznawania świata), jednak równie często traktuje się ją po prostu jako rezerwuariusz aktywności (mniej lub bardziej pasywnych), służących do relaksowania się:

Wydaje mi się, że są takie rodzaje kultury, które bardziej wchodzi w jakąś rozrywkę już wykraczającą poza to, co jest sztuką, no i człowiek sobie tym zastępuje tę potrzebę... /r2/

Ostatni aspekt, który należy dostrzec, dotyczy również na poły narzędziowego podejścia do kultury. Nie chodzi tutaj jednak o jej funkcję edukacyjną (zdobywanie wiedzy – w celu posłużenia się nią w przyszłości również w sytuacjach zawodowych), a bardziej o posługiwanie się kulturą jako swoistym rekwizytem w kreowaniu siebie (element procesu budowania swojej tożsamości, swojego

wizerunku) oraz tworzeniu kontekstów społecznych/towarzyskich. Chodzi o sytuacje, w których postrzega się kulturę jako część określonego stylu życia, swoistego emblematu, który sygnifikuje aspiracje jednostki. Możliwe, że udział w kulturze jest tu tylko powierzchowny, ale chyba tylko w odniesieniu do jej wąskiego rozumienia można obronić tę tezę:

Idzie się na wydarzenie, do miejsca, by ładnie to zrelacjonować. Zrobić sobie zdjęcie i wrzucić na insta stories. To trochę chwalenie się tym, że się bywa. Poza tym można ładnie pobudować sobie kontakty. A kontakty są kluczowe. /r2/

Kultura jako dobre tło. /r4/

Wspomniane powyżej typy/modele rozumienia kultury zdradzają również motywacje, które najczęściej towarzyszą osobom decydującym się na podjęcie aktywności kulturowych (zarówno w przestrzeni instytucjonalnej, jak i prywatnej). Użycia, sposoby posługiwania się kulturą porządkują zatem jej rozumienie. Wśród ważnych okoliczności/pretekstów sięgania po kulturę, odmiennych niż te związane z realizacją własnych pasji, rozrywką, socjalizowaniem się z innymi ludźmi, budowaniem swojej kariery oraz swoistym snobizmem, warto wspomnieć jeszcze o dwóch innych, o których opowiadali badani.

Młodzi ludzie są świadomi wpływu rozmaitych okoliczności (nauka, praca, tempo życia, dylematy tożsamościowe, rówieśnicy i rodzina – oraz ich wpływ na jednostkę) na ich zdrowie i samopoczucie psychiczne. Z dużą otwartością opowiadają o doświadczanych obciążeniach, czasami krytycznie komentują również normatywy i style funkcjonowania w środowiskach młodzieżowych, które sami/same często reprodukują. Znajdują w sobie refleksję, że warto czasami zwolnić, odseparować się od mediów, nowych technologii, komunikatorów i zaaplikować sobie „detoks” od pędu:

W weekendy spotykam się ze znajomymi spoza Poznania. Mamy takie „slow-life”, bycie ze sobą „tu i teraz”. Bez komórki. Resetujemy się i relaksujemy się ze sobą razem. Rozmawiamy i skupiamy się na sobie. Jest muzyka, jezioro, przyroda – no trochę bawimy się modą.

Ale odpalamy taką wewnętrzną ciszę. Walczymy z FOMO¹ – robimy SWOBO². /r3/

Dyskutują także o „kulturze prostszej”, takiej bez fajerwerków, która ma „taki mindfulnessowy charakter. Gdzie robi się rzeczy w glinie, pije wino i coś je”. Co istotne – choć rzeczy te robi się poza przestrzenią wirtualną, to jednak niekoniecznie samodzielnie (w samotności) – cisza nadal pozostaje niechcianą okolicznością.

W rozmowach z przedstawicielami badanej młodzieży pojawia się również wątek **wolontariatu** jako przykładu rozwoju osobistego, działania dla innych, w których często kultura ma znaczenie – jest użyteczna, gdy wykorzystuje się ją do pracy z osobami w gorszej sytuacji materialnej lub kondycji psychofizycznej:

Wydaje mi się, że jest bardzo wielu młodych ludzi, którzy się angażują. Ostatnio wziąłem udział w jednej debacie i tam było właśnie wspomniane młodzieży, że jesteście takim pokoleniem, które nic nie robi. Oczywiście ja się z tym nie zgadzam, bo... nie chodzi tylko oczywiście o mnie, ale naprawdę... żeby pokazać liczbę: od początku wojny na punkcie recepcyjnym zaangażowanych było około tysiąc ośmiuset wolontariuszy, z czego dwie trzecie, ja bym powiedział, to są osoby młode..., no, młode...takie w moim wieku, czyli studenci, troszkę starsi i trochę młodszy. Tak że to są olbrzymie liczby osób, które zmobilizowały się i systematycznie w jednym miejscu tylko działały. A pamiętajmy o różnych innych inicjatywach, w które młodzi się angażują. Więc wydaje mi się, że jestem drobnym przedstawicielem ogromnej liczby młodych osób, które uczestniczą w wolontariacie, w pomaganiu, w jakimś społecznym zaangażowaniu znajdują swoje miejsca i przede wszystkim się spełniają. /w4/

Przy tej okazji należy wspomnieć, że temat młodzieżowego wolontariatu – również w kontekście realizowania idei instytucji kultury społecznie wrażliwej/użytecznej oraz części potrzeb zdiagnozowanych w efekcie badań osób

1. Strach przed pominięciem. Uczucie obawy, że ktoś czegoś nie wie albo traci informacje, wydarzenia, doświadczenia lub decyzje życiowe, które mogą uczynić jego życie lepszym.

2. Termin stworzony przez studentkę na potrzeby swojej wypowiedzi. Tutaj: swoboda, wolność.

z niepełnosprawnościami – warto byłoby pogłębić i wykorzystać w przyszłych działaniach CK Zamek.

Podsumowując tę część – badane osoby opowiadały nam o swoich definicjach kultury, praktykach kulturowych i przykładach aktywności na tym polu, które wpisują się w – najczęściej – kilka hasłowo ujętych zagadnień: kultura instytucjonalna vs. kultura domowa, atrakcyjność kultury popularnej, kultura jako tło dla społecznych/towarzyskich sytuacji, kultura jako przestrzeń do indywidualnie rozumianego samorozwoju i terapii (kontemplacja, medytacja).

Uczestnictwo w kulturze

Podczas rozmów o uczestnictwie w kulturze – w ramach pogłębienia tematu – młodzież była proszona o podawanie przykładów wydarzeń, sytuacji kulturotwórczych, w które się angażują. Poniżej kategoryzujemy usłyszane odpowiedzi według zaproponowanego przez nas kryterium, odnoszącego się do określonego zmysłu/doświadczenia.

→ **widzę**

- częstą aktywnością jest oglądanie filmów/seriali; odbywa się to zarówno w przestrzeni domowej, jak i publicznej (wspomniane korzystanie ze smartfonu lub wizyty w kinie – zwykle jest mowa o multipleksach, kina studyjne były wymieniane rzadko – raz: Kino Pałacowe); Netflix jest słowem kluczem do opowieści o platformach streamingowych, za dostęp do których zwykle płacą rodzice; na oglądanie Netflixa osoby poświęcają od 3 do 10 godzin tygodniowo
- rzadko ogląda się spektakle teatralne (to głównie wypowiedzi jednej z badanych, która jest entuzjastką tej sztuki, ale nie jest w ogóle zaznajomiona z ideą zamkowego „Teatru powszechnego”)
- oglądanie sztuki w ramach wystaw pojawia się w zasadzie tylko raz i dotyczy sytuacji uczestnictwa w wernisażach organizowanych w mniejszych galeriach, na których „się bywa” (wydarzenie towarzyskie, sieciujące, wizerunkowe); oferta wystawiennicza CK Zamek nie jest badanym znana (Sala Wystaw, galeria pf, rezydencje)

→ **słyszę**

- odświeżające wizyty w filharmonii
- odsłuchiwane podcasty i audiobooki (w tym coraz bardziej popularne słuchowiska w duchu „true crime”)
- muzyka na słuchawkach (Spotify)

→ **czuję (także aktywności fizyczne, angażujące ciało)**

- korzystanie z natury, spacer po parkach, wizyty nad Rusałką
- ćwiczenia na siłowni, gra w piłkę

→ **robię**

- tworzenie muzyki (gra na instrumencie)
- robienie zdjęć telefonem
- organizowanie akcji społecznej/charytatywnej
- gra w grę
- gra w spektaklu

→ **socjalizuję się**

- do tej kategorii zaliczyliśmy również działania, które mogą aktywować różne zmysły i być przykładem realizacji mnogich celów (nie tylko towarzyskich, ale również konsumenckich, choć w zderzeniu z opowieścią o ważnym miejscu mody w życiu niektórych z naszych rozmówczyń/rozmówców należy je uznać także jako działanie wysoko kulturotwórcze, socjalizacyjne); chodzi tutaj na przykład o odwiedzanie centrów handlowych (by po nich pochodzić, spędzić czas) lub po lumpeksach (w poszukiwaniu tańszej odzieży, ale również tworzeniu prywatnych, „oldskulowych” kolekcji mody – ergo budowania swojego wizerunku jako osoby oryginalnej, artystycznej); spotkania ze znajomymi w kawiarniach w centrum miasta i/lub w centrach handlowych uzupełniają ten punkt

W ramach jednego z ćwiczeń młode osoby zostały poproszone o **zmapowanie swoich przestrzeni aktywności/obecności** według takiego klucza, że w centrum rysunku miały zaznaczyć miejsce, w którym albo spędzają najwięcej czasu, albo jest im ono najbliższe (emocjonalnie, funkcjonalnie) – było to zatem również symboliczne centrum. Z tego punktu stopniowo miały rozchodzić się kolejne kręgi, na których zaznaczano inne miejsca – ich oddalenie od środka grafu oznaczało mniejsze znaczenie, jakie przyznają danej przestrzeni. Często wiązało się to z rzadszym bywaniem w danej lokacji. Badani i badane byli proszeni o bycie w miarę precyzyjnym w nazywaniu miejsc.

Właściwie we wszystkich sytuacjach (poza jedną) centralnym punktem był dom. Raz była to uczelnia. Kolejne kręgi zawierały wiele punktów topograficznych związanych z komunikacją miejską (dworce, przystanki), uczelnie lub szkoły, domy bliskich, siłownie. Rzadko kiedy wskazywano na instytucje kultury (dwukrotnie był to Teatr Polski, raz Teatr Nowy, STA, CK Zamek, Osiedlo-

wy Dom Kultury „Wiktorja”, Centrum Kultury i Biblioteka Publiczna w Suchym Lesie, Muzeum Narodowe, dwukrotnie Multikino w Starym Browarze, raz Cinema City Plaza, raz Kino Muza). Częściej niż instytucje (bliżej symbolicznego centrum) pojawiały się centra handlowe – Stary Browar (wraz z pobliskim parkiem), Posnania oraz Avenida (możliwe, że w kontekście bliskości do dworca PKP i PKS), lumpeksy (m.in. na ul. Św. Marcin). Jako kulturotwórcze odbierano niektóre kawiarnie/kluby – tak na przykład na niektórych z map znalazło się Nowe Lokum, Tłusta Langusta, Południe, Istny, Bardzo, U Przyjaciół, Manekin. Podczas dyskusji jasno zostało zaznaczone, że poza wyjątkowymi sytuacjami młodzież zasadniczo **woli uczestniczyć w wydarzeniach wspólnie ze znajomymi**, przyjaciółmi, partnerami/partnerkami. Samodzielne uczestnictwo większości jawi się jako nieatrakcyjne. Badane i badani wskazują wyraźnie, że najważniejsze jest spotkanie z innymi osobami – socjalizowanie się. Doświadczenie kulturalne – poza sytuacjami, gdy mowa jest o wyraźnie wyartykułowanej pasji – nie jest kluczowe.

Dostępność kultury – w znaczeniu wąskim – jest przez większość rozmówców dostrzegana i pozytywnie wartościowana. W ramach zbierania wrażeń związanych z wizytą w Zamku pojawiały się głosy, że „Zamek stara się być dostępny dla osób niepełnosprawnych”. Młodzież budująca swoją tożsamość na otwartości, inkluzywności dostrzega w tych działaniach dużą wartość. Dostępność ma także dla osób w ich wieku wymiar ekonomiczny. „Że mnie po prostu na coś stać” – zauważyła jedna z uczestniczek badania.

Do największych **barrier/trudności** związanych z (nie)uczestnictwem młodych osób w instytucjonalnej kulturze można zaliczyć: brak wolnego czasu (ich uwaga w większości koncentruje się na nauce, pracy lub zdobywaniu kompetencji mających im w przyszłości zapewnić źródło dochodów), brak pieniędzy (jedna z uczestniczek wprost powiedziała, że jej pasja związana z teatrem zaczęła się od tego, że jeden z poznańskich teatrów miał bilety ulgowe, a inny ich nie proponował albo ulga była za mała), niekompatybilność stylów i sposobów uczestnictwa w kulturze z dostępną ofertą (młodzi ludzie nie widzą w ofercie wielu propozycji, które byłyby odpowiedzią na ich potrzeby i zainteresowania, ale również sposoby komunikacji, styl życia; **narracja/opowieść o kulturze** – rzadko trafiają do młodych osób). Pośrednio z powyższym wiąże się „niepokój” o znalezienie się w sytuacji kulturalnej samotnie (bez otoczenia rówieśników). W tym wieku wciąż silne są reguły wpływu społecznego (w zasadzie one nigdy nie zanikają w pełni) i potrzeba bycia z innymi młodymi (stadność) pozostaje ważnym warunkiem uczestnictwa („Szkoda kasy na samotne pójście do ka-

wiarni albo do kina”). Wypracowanie mody albo opowieści o miejscu przyjaznym młodym i przez nich odwiedzanym stanowi zatem jedno z ważniejszych wyzwań, przed którymi staje instytucja kultury.

Powróciło także stare pytanie o to, **„dlaczego brakuje facetów w kulturze instytucjonalnej”**? Młodzi w dyskusji wskazywali na często trafne wyjaśnienia – najważniejsze jest wychowanie. Chłopców szkoli się do innych rzeczy, innego rozumienia kultury (kultura często jawi się im jako przestrzeń niemyślna, mało konkretna). Szkoda czasu na zajęcia, które nie mają szansy przełożyć się na uznanie ze strony innych mężczyzn i na ich status materialny i społeczny. Jedna z uczestniczek badania konkludowała, że „mężczyźni muszą dojrzeć, by uczestniczyć w kulturze” instytucjonalnej. Biorący udział w pracach grupy chłopcy nie potrafili podać alternatywnych wyjaśnień (na przykład powołując się na częsty biologiczny argument o ich, mężczyzn, innej konstrukcji; sami wówczas musieliby zakwestionować swoją męskość jako osób jednak interesujących się pewnymi formami uczestnictwa w kulturze instytucjonalnej). Tropem wciąż pozostającym w obrębie dyskusji z obszaru socjalizacji do ról płciowych i kulturowego warunkowania było przekonanie jednego z uczestników o tym, że „są zbyt heteroseksualni, by zainteresować się teatrem”.

Oferta CK Zamek

Młodzież uczestnicząca w badaniu została poproszona, by w przerwie pomiędzy naszymi spotkaniami zapytała 5 różnych osób (znajomych bliższych i dalszych) o ich skojarzenia związane z Centrum Kultury Zamek. W ten sposób udało się „przepytać” około 40 osób w wieku 18-25 lat. Niewielu zapytanych w ogóle nie kojarzyło tego miejsca („Ceka co?”), jednak wielu nigdy w Zamku nie było. Część wspomina jeszcze czasy dziecięce, kiedy to na przykład trafiali do Zamku w związku z jakimś przedstawieniem w Teatrze Animacji (również młodzi uczestniczący w badaniu mają trudność w przyporządkowaniu różnych wydarzeń kulturalnych organizowanych w Zamku do konkretnych instytucji – CK Zamek, Centrum Sztuki Dziecka czy Teatru Animacji właśnie). Nie przeszkadza to im mieć określonych wyobrażeń o miejscu lub polegać na pewnych zasłyszanych hasłach/sloganach. Niektórzy kojarzą Zamek w związku z wizytowaniem kawiarni „Szkłarnia”, z możliwością skorzystania z darmowej toalety, seansami w kinie lub uczestnictwem w kursach artystycznych (pracownie). Poniżej wymieniamy niektóre ze skojarzeń (część nawiązuje do stereotypów, inne mogą stanowić jakąś inspirację dla tworzących program Zamku): zaangażowanie społeczne (Zamek nie milczy) / luz / Hitler / monumentalna budowla / cisza / czerwone ściany / ogród różany / schody / zegar

/ starzy ludzie / nic mi się nie kojarzy / muzeum / festiwale / chciałabym tam mieszkać / garażówka.

Tak jak to zostało napisane powyżej, sporo osób, z którymi rozmawiali uczestnicy naszego badania, oczywiście kojarzy Zamek (trudno go pominąć, nie zobaczyć), jednak nigdy w nim nie było. Część bazuje na dawnych wspomnieniach lub kojarzy go tylko z dużych wydarzeń (festiwale – jakkolwiek tylko dwukrotnie podano jakiś konkretny przykład: Ethno Port i OFF Cinema).

Ocena programu CK Zamek

Młodzież uczestnicząca w spotkaniach grupy roboczej nigdy nie zwiedzała „starej części” (czy to samodzielnie, czy z przewodniczką), nigdy nie uczestniczyła w otwartych warsztatach (jakichkolwiek) lub kursach artystycznych (pracownie), nigdy nie była na spektaklu teatralnym (nawet studentka, która jest entuzjastką tej sztuki) lub koncercie muzyki (jakiegokolwiek). Nie słyszała o programie literackim lub organizowanych w przestrzeni Zamku wykładach i debatach. Nie widziała żadnej wystawy organizowanej przez Zamek. Niektórym osobom zdarzało się trafić do Kina Pałacowego, kawiarni, księgarni. Ofertę CK Zamek potrafił nazwać i do niej się odnieść tylko jeden rozmówca – społecznik uczestniczący w wywiadzie pogłębionym. Dla tego studenta Zamek był aktywnym podmiotem zaangażowanym w tworzenie dyskursu miejskiego i obywatelskiego, oferującym ciekawe warsztaty i zapraszającym do publicznych debat.

Wśród głównych przyczyn pomijania CK Zamek przez większość uczestniczących w badaniu młodych osób można wymienić:

- niespójność narracyjna miejsca (dzieje się w nim, jak w typowym domu kultury, bardzo wiele różnych wydarzeń, a jednocześnie brakuje jednej opowieści o miejscu – prócz architektury i historii, nie jest łatwo w krótkich słowach opowiedzieć tego miejsca, jeden ze studentów powiedział nawet, że „Zamek jest nijaki, tak jak cały Poznań”);
- nietrafianie z ofertą do tej grupy kategorialnej (precyzyjne i dobre – czyli uważne wobec socjolektu młodzieży – formułowanie komunikatów i umieszczanie ich w „przestrzeniach”, w których jest młodzież);
- niewystarczające odpowiadanie na potrzeby młodzieży oraz style uczestnictwa w kulturze typowe dla tego pokolenia; innymi słowy, oferta tworzona przez generację trzydziesto-pięćdziesięciolatków może nie trafiać do ludzi młodszych; bez dopuszczenia ich do współtworzenia programu może być trudno zaangażować ich w działania różne dla ich doświadczeń, wrażliwości, optyki.

Elementem, który najbardziej rezonuje i uwidacznia się w wypowiedziach części młodych osób (dowodząc dostrzegania aktualnych problemów i uznania dla ich wagi), jest społeczna i polityczna jakość (stawiana w opozycji do nijakości). Może bazując na tej obserwacji, warto budować narrację o Zamku jako miejscu wyrazistym w swych poglądach i wiernym określonym wartościom (tak, jak to się często już zdarza)? Pogląd ten może być w konflikcie z innymi wypowiedzianymi opiniami (jak choćby wyżej cytowana wypowiedź o nijakości Zamku) – jednak, by być precyzyjnym, ów głos pojawił się przy okazji dyskusji o zamkowej ofercie wydarzeń kulturalnych, a nie jego całościowym postrzeganiu.

Program i działalność CK – kilka sugestii i odpowiedzi

Młodzież w trakcie naszych spotkań często była proszona o uważne poruszanie się po Zamku i dzielenie się swoimi obserwacjami i znaleziskami. Czy są miejsca, wrażenia, którymi chcą się podzielić albo które mają potencjał do rozwinięcia (na przykład w formie oddzielnego programu lub jakichś „aktualizacji” do wydarzeń i formatów już stosowanych)?

- Kilka osób zwracało uwagę na intrygujące „zaczepki” (chodziło o system tabliczek korespondujących z główną wystawą – „Tryumf koloru”), wybijające z rutyny i przykuwające uwagę; pozytywnie oceniano ich formę, język i funkcję „teaserów” dla głównej ekspozycji.
- Po Zamku dużo trzeba się nachodzić, by dojść z punktu A do punktu B – zainspirowało to badane osoby do zaproponowania, by w ogóle wydarzenia odbywały się w formule „chodzącej” – zamiast słuchać wykładu w jednej sali, przemieszczamy się. Ideę tę szybko podchwyciła miłośniczka teatru, dla której „stara część” jest fantastyczną scenografią do odgrywania sztuk teatralnych (formuła oczywiście była już w przeszłości stosowana przez niektórych twórców, jednak młodzież o niej nie słyszała).
- Pojawił się pomysł aplikacji na telefon, która umożliwiałaby młodym osobom zwiedzanie Zamku w sposób detektywistyczny (rodzaj „grywalizacyjnego” zwiedzania); jak powiedział jeden z uczestników: „Im więcej w telefonie, tym lepiej dla młodych ludzi”.
- Jeden wieczór spędziliśmy w Sali Wystaw (nikt z osób uczestniczących nigdy wcześniej w niej nie był). W tym czasie pokazywana była ekspozycja francuskich grafik – „Tryumf koloru”. Młodzież z zaciekawieniem obejrzała prace uznając wspólnie, że wystawa jest ciekawa, jest łatwy próg dostępu (zrozumiała), a co więcej – ma potencjał do zainteresowania ich rówieśników (tylko że nikt z nich o niej nie wiedział). Pojawiły się bardzo szybko konkretne skojarzenia z wybranymi pracami – dostrzegali w nich kampo-

wość, drag, estetykę „z salonu tatuażu” („Nieźle podpowiedzi dla osób, które chcą sobie zrobić dziarę”, „O, tutaj można by zrobić pokaz mody”, „Na insta moglibyście wrzucać foty z drag queens pozującymi jak w Moulin Rouge!”).

Podczas naszych dyskusji pojawiały się wątki i tematy, które należy potraktować jako podpowiedzi dotyczące tworzenia w przyszłości oferty, która mogłaby zainteresować osoby w wieku respondentek i respondentów. Jest to tylko zasygnalizowanie problemów, które już wyżej były po części omawiane wraz z ich uzupełnieniem. Do części poniższych informacji udało się dotrzeć w efekcie wykonywanego ćwiczenia – młodzież została poproszona o zaprojektowanie wydarzenia, które miałoby szansę zainteresować ich autorów_autorki oraz osoby im podobne.

→ **działanie-robienie**

Zwracano uwagę, że w czasach nagromadzających się komunikatów, ciągłych zmian, pędu warto tworzyć przestrzenie i okazje do bycia osób ze sobą. Miałyby się one gromadzić wokół jakiejś manualnej aktywności. Jako przykład podawano warsztaty ceramiki lub lepienia z gliny. Zaangażowanie rąk przy wyłączaniu (częściowym) myślenia. Jednocześnie nikt z młodych osób nie wiedział o zamkowych pracowniach. Co istotne, w ich pomysłach nie chodzi o nabycie konkretnej kompetencji w sposób profesjonalny, a raczej o nieregularne spotkania (w ramach na przykład karnetu z możliwością realizacji kilku lekcji). „Ludzie lubią coś robić. Pozwala [to] się skupić na czymś w danej chwili”.

→ **slow life**

Wspominana w tekście potrzeba zwolnienia, skupienia się na sobie (troskliwe podejście do swojej emocjonalności, psychiki) może być realizowana również z zaangażowaniem kultury. Nie tylko zajęcia rzemieślnicze czy plastyczne, ale także medytacja lub nauka podobnych metod relaksacyjnych zyskuje coraz większą popularność.

→ **stadność**

Młodzież preferuje wydarzenia i sytuacje kulturotwórcze, w których będą brały udział inne młode osoby. Potrzeba przebywania wśród osób w podobnym wieku, o podobnych zainteresowaniach, kodach językowych – przeważa nad potrzebą współdziałania z przedstawicielami innych pokoleń, choć nie jest to niemożliwe.

→ **influencerzy**

W powiązaniu z powyższym punktem pojawił się wątek dotyczący naśladowania nawyków, stylów uczestnictwa w kulturze, realizowanych przez ważne dla ich grupy kategorialnej osoby (oczywiście części z nich). Często wskazywano, że gdyby Zamek miał jakichś „zaprzyjaźnionych” młodych influencerów, którzy potrafiliby przemycać w swoich relacjach na Instagramie lub TikToku tematy zamkowe, mogłoby to wzbudzić ich zainteresowanie, chęć sprawdzenia miejsca. Mowa tutaj o tzw. *brand-buddies* – ambasadorach i ambasadorkach Zamku wśród młodszych osób. Jak ujął to jeden z rozmówców: „Liczą się kontakty”.

→ **współtworzenie**

Włączenie do współtworzenia oferty Zamku może być bardzo trudne z różnych względów (by wymienić tylko konieczność wykonania dłuższej pracy, polegającej na stworzeniu relacji pomiędzy Centrum Kultury a przedstawicielami młodych), jednak zwracano uwagę, że sprawienie, by pomysłodawcami i realizatorami wybranych aktywności byli ich rówieśnicy, najbardziej uwiarygadniałoby je w oczach innych młodych osób. Zgodnie z zasadą – „my najlepiej wiemy, jak trafić do nam podobnych”.

→ **pakiety**

Na postrzeganie kultury (uczestnictwo w niej) przez część młodych osób biorących udział w badaniu mają wpływ różne kapitalistyczne narracje, zgodnie z którymi kultura jest prezentowana jak część neoliberalnego rekwizytorium. Dobierane są w nich przedmioty, które budują lub wzmacniają określoną tożsamość. Kultura będzie zatem produktem, który można konsumować podobnie jak konsumuje się na przykład przedmioty w supermarketach. Promocje (kup 2, dostaniesz 3. gratis), pakiety (warsztat rękodzieła z testowaniem wina) zdaniem rozmówców to język, który może być bardziej zrozumiały przez młodych ludzi wychowanych całkowicie w wolnorynkowych realiach.

→ **jedzenie**

Praktycznie wszędzie i przy każdej okazji catering albo „pakiet”, w ramach którego po warsztacie coś się wspólnie spożywa, zdaniem rozmówczyń byłby dużym atutem dla młodych. Na więziotwórczy charakter wspólnych biesiad (także ich kulturowy/kulturalny charakter) zwrócili uwagę już jakiś czas temu na przykład muzealnicy. Nowojorska MOMA cyklicznie organizuje podobne wydarzenia. Zresztą motyw ten jest odtwarzany w dziesiątkach innych podobnych miejsc na świecie.

→ **podchody**

Badani dostrzegli (zaraz po jej odkryciu) dużą wartość zabytkowego skrzydła Zamku. Część interesuje historia, innych architektura, jeszcze kogoś innego gry lub teatr. Dla nich wszystkich Zamek byłby doskonałym rekwizytem, scenografią lub głównym bohaterem. Chcieliby jednak mniej konwencjonalnego obcowania z zabytkowymi przestrzeniami (nie tradycyjne oprowadzanie, a raczej jakieś inne/nowe formaty, poprzez które można doświadczyć tej atrakcyjnej i wciąż niepoznanej przestrzeni). Zabawa, rozrywka, wyzwanie, działania *site-specific* – to słowa, których osoby młode się nie wstydzą, i czasami w ten sposób chcą się uczyć (poznawać, doświadczać).

→ **nieznane przez znane**

Ocieplanie, wprowadzanie, osvajanie Zamku (jako konceptu, instytucji kultury) mogłoby się odbywać przez partnerstwa i większe zaangażowanie podmiotów i osób znanych, zaufanych, cenionych przez środowiska młodzieżowe. Jako przykład podawano pobliskie Nowe Lokum prowadzone przez Stonewall („Zamek jako spoko lokum”). Wiele osób młodych (również mniej normatywnych, alternatywnych) już jest niemal każdego dnia w pobliżu Zamku. Młodzież namawiała do zacieśniania współpracy z takimi podmiotami.

→ **kultura zaangażowana społecznie**

Młode osoby są świadome sporów w przestrzeni publicznej, mają swoje zdanie w światopoglądowych dyskusjach. Nasi rozmówcy wyraźnie manifestowali swoje liberalno-lewicowe poglądy. W jednym wypadku, gdzie respondent był osobą bardzo religijną i o raczej konserwatywnych poglądach, jasno opowiedział się za społecznym i politycznym zaangażowaniem instytucji kultury:

Dla mnie też jest istotne to, że... Podejrzewam, że to jest zasługą tego, jacy ludzie tworzą Zamek. Bo to jest też istotne w każdej instytucji, bo nawet jeśli byłaby dobrze zarządzana, to od ludzi wszystko zależy, od pracowników. Dla mnie jest też ważne to, że Zamek potrafi się w pewnych tematach – mówię tak bardzo ogólnie „Zamek” – ale przynajmniej mi się tak to kojarzy, że Zamek wypowiada się w tematach istotnych jakoś społecznie też, w tym, co robi, jakby nie jest takim muzeum, które sobie po prostu stoi, tylko odpowiada na to, co się dzieje wokół. Myślę, że to jest ważne – wracając jeszcze do poprzedniego pytania – żeby właśnie ta oferta, która się pojawia, czy to, co Zamek porusza w swoich wydarzeniach, odpowiadało na sytuację, która jest na świecie czy

w Polsce, bo wtedy..., wtedy ta kultura ma większe znaczenie. Bo Zamek wtedy wypowiada się na ten temat właśnie językiem kultury.

Mówię „Zamek”, ale mam tu na myśli oczywiście nie instytucję, ale to, co ona organizuje. Więc myślę, że to jest wartość duża, jeśli już chcemy tą kulturę wykorzystywać do edukowania, to żeby jak najbardziej aktualnie odpowiadała na to, co się dzieje. I też kilkakrotnie, wydaje mi się, że Zamek się wypowiadał na swoich mediach społecznościowych w jakiejś sprawie i to też uważam, że jest... Nawet jeśli ktoś się z tym nie zgodzi. Nawet jeśli ja się z czymś nie zgodzę, z jakimś poglądem, no to jakby buduje jakąś tożsamość tego miejsca. To jest też istotne. Do momentu, kiedy ta tożsamość jest tylko wyrażeniem poglądów, a nie wpływa to na osoby, które są przeciwnie tym poglądom, no to jest to jak najbardziej wskazane. /w1/

→ **Zamek otwarty**

Ten sam respondent, którego cytujemy powyżej, zwracał uwagę na fakt, że do Zamku można przychodzić także bez okazji (bez celu zrealizowania jakiejś konkretnej kulturalnej potrzeby). By w nim po prostu być:

Przed wszystkim można do niego wejść, w bezpośrednim tego słowa znaczeniu można do niego wejść, spędzić czas, to jest jedna rzecz. Czyli można wejść z ulicy i być w Zamku, nie korzystając z żadnego wydarzenia. /w4/

Takiej obserwacji nie mieli pozostali badani znajdujący się w próbie. Raczej krytyczne wypowiedzi o „zamkowych pustkach” (piszemy o tym m.in. w części dotyczącej analizy przestrzeni Zamku) nie muszą oznaczać odrzucenia instytucji, jako potencjalnej przestrzeni do realizowania własnych, niezwiązanych z uczestnictwem w zorganizowanym wydarzeniu potrzeb. Jeden rozmówca wskazywał na dawną Mediatekę, jako miejsce, które można wykorzystać do takiego samoobsługowego działania (nam łączy się to z ideą „trzeciego miejsca” Raya Oldenburga). Ów koncept jest rozwijany przez wiele instytucji kultury w Polsce i na świecie – nie jest łatwy do implementacji, ale pewnie wart rozważenia.

Aby treść związana z każdym z powyższych punktów mogła dotrzeć do młodych osób i ich ewentualnie zainteresować/włączyć, musi być precyzyjnie (z uważnością na językową i poznawczą specyfikę grupy) zakomunikowana. W ostatniej części młodzież została poproszona o wyrażenie swojej opinii na

temat mediów i kanałów informacyjnych wykorzystywanych przez CK Zamek do promowania oferty.

Komunikacja CK Zamek

▣ strona internetowa www.ckzamek.pl

Strona według młodych jest męcząca w obsłudze („trzeba wielokrotnie klikać”), nieintuicyjna (wydarzenia i treści są nielogicznie ich zdaniem pogrupowane w różnych zakładkach, ich nazwy są często mylące – jak choćby zakładka PROGRAM nie odprowadza do kalendarium wydarzeń), przeładowana treścią („niektóre wydarzenia pojawiają się kilkukrotnie” – niewykluczone, że autor wypowiedzi miał na myśli to, że na przykład blok wydarzeń towarzyszących wystawie pojawia się na stronie jako niewyróżniający się, zilustrowany zwykle tą samą grafiką – stwarza to wrażenie powtarzania), w opinii niektórych osób jest również trudna do obsługi na smartfonie („wrażenie chaosu”, „rozprasza”). Jako dobrą praktykę część osób sugerowała, by rezygnować z dużej ilości tekstu – „kluczowa jest dobrze zaprojektowana, estetyczna, infograficzna ilustracja. Jak w pigułce najważniejsze informacje – tak, jak to jest teraz zrobione, utrudnia skupienie uwagi”.

Wymieniono łatwość odszukania informacji o zakupie biletów oraz filmik na początku, jednak irytujące bywa długie ładowanie strony.

▣ Facebook

Zdaniem respondentów i respondentek, główny fan page prowadzony przez Centrum Kultury Zamek na Facebooku jest „suchy i nieprzykuwający uwagi”, posty są przeładowane tekstem – ich zdaniem powinno się grać tylko grafikami i różnorodnymi materiałami wizualnymi (filmiki, zdjęcia, gify, etc.). Na plus oceniają starania dostępnościowe (audiodeskrypcje). Publikowane fotografie (np. relacje z wydarzeń) nie dają zbyt wielu okazji do interaktywności (np. pokazywanie ludzi i zachęcanie do tagowania się na nich przez osoby – zwiększanie zasięgów). Zdaniem studentki, właśnie te ostatnie są kluczowe, a te – mimo dużej liczby „lajków” samej podstrony Zamku – są w jej opinii fatalne. Angażowanie się osób w komentowanie albo reagowanie na posty obnaża faktyczną niewidoczność tych materiałów. Rozproszenie uwagi wiąże się także ze zbyt dużą dzienną ilością postów – „kto jest w stanie to przerobić?” – oraz zbyt dużą ilością postów na ten sam temat. Podczas dyskusji o zamkowym Facebooku ponownie pojawił się wątek infografik. Kluczowe, zdaniem młodzieży, jest traktowanie strony jak „słupa ogłoszeniowego” – dobrze zorganizowanego, krótko sygnalizującego temat wraz podaniem in-

formacji najbardziej istotnych. Taki uproszczony sposób komunikowania (ETR) mógłby znaleźć zastosowanie również w kontakcie z osobami Głuchymi i osobami w spektrum autyzmu.

▣ Instagram

W ocenie tego medium młodzież była bardzo krytyczna. Rozmawiano o braku jakiegoś spójnego pomysłu na jego prowadzenie. „Randomowe zdjęcia”, „kupy się nie trzyma”, „średnia konsekwencja”, „Hula wiatr i tylko świerszczy brak”. Ich zdaniem wykorzystywany materiał jest słabej jakości i w niewystarczającym stopniu pokazuje się w nim ludzi, uczestników wydarzeń. Według „naszych ekspertów” Zamek nie wykorzystuje możliwości aplikacji – mieli tutaj na myśli uporządkowane i celowe używanie hashtagów oraz posługiwanie się *Insta stories*, relacjami live, etc. Dodatkowo brak krótkiego opisu miejsca (kim jesteśmy, co robimy, po co to robimy) – jest tylko podany adres (fizyczny i internetowy).

▣ TikTok

Ponieważ w momencie realizacji badań Zamek dopiero rozpoczynał posługiwać się tym medium, młodzież nie mogła go ocenić. Zwracano jedynie uwagę, że „trzeba tam być”, i że „każdy skroluje TikToka”. Mówi się, że jest to jedno z najbardziej lubianych przez młode osoby mediów społecznościowych, które trzeba dobrze prowadzić, by zyskać „fołolersów” (zaznaczano wręcz, że kanał na TikToku powinien być prowadzony przez młodych ludzi). Przy tej okazji warto zastanowić się nad eksperymentalnym dopuszczeniem młodych redaktorów/redaktorek do prowadzenia zamkowego TikToka. Mogłoby się to odbywać oczywiście we współpracy z osobą z zamkowego Działu Promocji, w ramach jakiegoś konkursu – celem byłoby oczywiście zainteresowanie młodych osób instytucją.

DOROŚLI

Charakterystyka grupy

Grupa dorosłych, która uczestniczyła w cyklicznych spotkaniach roboczych, oraz osoby, z którymi prowadzone były wywiady indywidualne, to mieszkańcy Poznania w wieku między 26 a 40 lat. Część z nich jest rodzicami i na co dzień opiekuje się dziećmi (w różnym wieku, maksymalnie do 8. roku życia). Interesują się kulturą, uczestniczą w niej chętnie i świadomie: mają konkretne zainteresowania i je realizują indywidualnie (np. zainteresowanie historią,

pisanie wierszy) lub w grupie (np. wycieczki rowerowe, wyjścia do kina). Nie są to jednocześnie osoby, które można nazwać „hard-userami” kultury w mieście: z tego grona wyklucza ich częstotliwość odwiedzania miejsc kultury (nie uczestniczą częściej niż raz na 3–4 tygodnie) oraz poziom ekspertyzy związanej z jakimś obszarem kultury (poza jedną fotografię w grupie nie ma osób profesjonalnie wykształconych w ściśle określonej dziedzinie sztuki i zajmujących się nią). W odniesieniu do sytuacji społeczno-ekonomicznej grupę można zaliczyć do klasy średniej.

Zainteresowania kulturalne i działania, które dorośli podejmują w czasie wolnym, zostały podzielone na dwie kategorie. Pierwsza z nich to zajęcia, które są dla nich dostępne w tygodniu pracy; na spotkaniu grupy roboczej nazwaliśmy je działaniami dostępnymi w „zwykłym dniu”. Druga kategoria to rzeczy, które robią, kiedy mają więcej czasu, na przykład w weekend lub podczas wakacji; na spotkaniu zostały one nazwane działaniami dostępnymi w „fajnym dniu”.

Ulubione aktywności dostępne na co dzień („zwykły dzień”)

Najczęściej wspominaną przez dorosłych kategorią kultury, w której uczestniczą na co dzień, było **oglądanie filmów i seriali**. Z jednej strony jest to dla nich forma rozrywki („lubię oglądać także takie głupie filmy, robię sobie maratony późno w nocy”), a z drugiej szczególnie obszar zainteresowania (filmy historyczne, filmy animowane).

Znacząca grupę osób wśród naszych dorosłych rozmówców i rozmówczyń stanowią osoby, które w plenerze nie tylko uczestniczą w kulturze, ale także podejmują aktywności fizyczne. Są to głównie **spacery** (w pojedynkę lub ze znajomymi/dziećmi) lub jazda na **rowerze**. Niezależnie od tego, czy rower traktują głównie jak rozrywkę („Jeździmy dużo i zwiedzamy. Teraz ta turystyka rowerowa jest bardzo nam bliska” /w2/), czy środek transportu („wszędzie jeżdżę rowerem, tutaj też przyjechałem” /gd_m/), jest on dla znaczącej grupy naszych rozmówców i rozmówczyń ważną częścią życia i tożsamości (postrzegania siebie jako rowerzysty/rowerzystki).

Inne formy spędzania czasu wolnego w tygodniu pracy lub okresie, który jest przepełniony codziennymi obowiązkami:

- granie w gry komputerowe i na telefonie;
- rozmowy z przyjaciółmi przez telefon lub w formie pisanej na komunikatorze / przez SMS;
- słuchanie muzyki;

- przeglądanie zabawnych treści w internecie (memy, śmieszne filmy ze zwierzętami);
- ćwiczenia fizyczne (gimnastyka w domu, jogging);
- czytanie książek;
- słuchanie podcastów i audiobooków podczas gotowania i sprzątania.

Ulubione aktywności dostępne w czasie wolnym („fajny dzień”)

Na co dzień dorośli deklarują oglądanie filmów i seriali w domu, w weekend lub podczas wolnego czasu chętniej korzystają z **seansów kinowych**. Ten rodzaj kultury jest dla większości z nich ściśle związany z obecnością innych (szczególnie jeśli mowa o wyjściach do kina, a nie oglądaniu filmów na platformach w domu) – wiele osób podkreślało, że festiwale filmowe takie jak na przykład Animator („od dziesięciu lat chyba chodzę na Animatora i jestem nieustannie pod wielkim zachwytem i zainspirowany” /w3/) czy wieczorne wyjścia do kina ze znajomymi są dla nich jedną z ulubionych rozrywek. Szczególną sympatią dorośli darzą mniejsze kina studyjne (przede wszystkim Kino Muza, wspomniano także Kino Pałacowe), które chwalą za przytulną atmosferę i ciekawy dobór filmów („Lubię odwiedzać kina studyjne, to jest taki mój konik, który od jakiegoś czasu gdzieś tam staram się pielęgnować” /w1/).

Bardzo ważną część uczestnictwa w kulturze stanowią dla opisywanej grupy osób **wydarzenia plenerowe**. Mimo że nie uczestniczą w nich tak często, jak by sobie tego życzyli („czasem po prostu brakuje czasu, żeby wyjść z domu”), to jest to jedna z ich ulubionych form spędzania czasu wolnego (szczególnie wtedy, kiedy pogoda pozwala). W działaniach plenerowych lubią kontakt z przyrodą i innymi ludźmi, którzy potencjalnie mają podobne zainteresowania oraz doświadczanie miasta i bycia w społeczności przy okazji jakichś działań kulturalnych. Kilka osób podkreślało także ważny dla nich aspekt dowolności i elastyczności uczestnictwa („wszyscy, którzy są obecni, może nie zawsze przychodzą z taką myślą, że to się tam odbywa, to ja tam zajrzę, ale z taką myślą, że o, podejdę, bo tam się zawsze coś ciekawego dzieje, bo zawsze się różne rzeczy dzieją lub się nic nie dzieje, to ja zobaczę. Albo zostanę, albo pójdę. Ale to mnie tak nie obliguje” /w1/). W rozmowach na temat ulubionych wydarzeń kulturalnych badani często odwoływali się m.in. do festiwali (wcześniejszej „Małty” odbywającej się w mieście, Ethno Portu w Starym Korycie Warty) czy miejskich parad (Powitanie Wiosny czy Imieniny Ulicy Św. Marcina). Bycie poza domem kojarzy im się także z długimi spacerami, przebywaniem na łonie natury (spacery w mieście, ale także w lesie czy parku).

Zdecydowana większość uczestniczek i uczestników spotkań grupy roboczej wskazała, że w czasie wolnym **spotyka się ze znajomymi lub przyjaciółmi**. Najbardziej atrakcyjne jest dla nich wyjście i umówienie się gdzieś poza domem, ale niekiedy organizują także domowe spotkania. Większość osób wskazała również, że lubi spotykać się z bliskimi i znajomymi w restauracjach, a wspólne zjedzenie „czegoś pysznego” jest dla nich kwintesencją czasu wolnego i kojarzy się z beztrudnością.

Inne formy spędzania czasu wolnego to:

- wyjście na koncert lub spektakl;
- czytanie książek i gazet;
- warsztaty ceramiczne;
- granie w planszówki;
- granie w gry komputerowe, VR;
- spontaniczne lub zaplanowane wyjazdy z miasta;
- aktywności fizyczne (rower, ćwiczenia, siłownia);
- gotowanie ulubionych potraw (które wymagają czasu, na przykład ramięnu).

Potrzeby dorosłych a oferta kulturalna (CK Zamek)

Informacje na temat potrzeb dorosłych w kontekście oferty kulturalnej CK Zamek pochodzą ze spotkań grupy roboczej oraz wywiadów indywidualnych. Poniżej znajduje się opis dwóch kategorii działań, które: 1) zdaniem dorosłych są już realizowane przez Zamek; 2) nie odbywają się w nim – obie kategorie odnoszą się do tego, co uczestnicy i uczestniczki spotkania nazwali „atrakcyjnymi” i „potrzebnymi” dla siebie i podobnym sobie dorosłym (głównie znajomym). Na te głosy i sugestie warto patrzeć bardziej przez pryzmat potrzeb i marzeń, a mniej jak na realną ocenę dotychczasowych działań Zamku (nie prowadziliśmy ewaluacji, a niektórzy nie znali dobrze jego oferty przed przystąpieniem do grupy czy przeprowadzeniem wywiadu).

Obecna oferta szczególnie atrakcyjna dla dorosłych.

- **Społecznie aktualna i pobudzająca do refleksji:** dobra oferta kulturalna to taka, która tworzona jest w związku z tym, co aktualnie ważne i zajmujące dla publiczności („oferta pobudzająca do refleksji i dalszego szukania”). Uczestnicy i uczestniczki spotkań widzą Zamek jako miejsce,

które na bieżąco buduje program i dokłada starań, aby był interesujący dla osób, „którym nie jest wszystko jedno”. Odwiedzając dyskusje, spotkania czy kino, można pogłębić wiedzę na takie tematy jak na przykład kryzys ekologiczny czy uchodźczy i spędzić czas wartościowo.

Podczas wywiadów można było usłyszeć, że wzbudzanie refleksji nad codziennymi działaniami i wartościami jest najważniejszą rolą kultury w ogóle (nie tylko tej, która materializuje się w zamkowym programie).

[...] żeby była właśnie ta odskocznia, nie. I to myślę, że jest właśnie kultura, nie, żeby... I żeby docierała do właśnie takich miejsc, żeby takie osoby, które, nie wiem, z tych studiów idą właśnie do pracy, żeby one cały czas mogły mieć dostęp do tego... wzbudzić świadomość, że to jest potrzebne. /w2/

[...] Bo na co dzień jesteśmy zbyt uwikłani w funkcjonowanie tych systemów, żeby dostrzec ich mechanizmy, a tutaj przez analogię czasem łatwiej to zrozumieć. I myślę, że to jest jeden z jakichś takich aspektów, na którym instytucje kultury się skupiają, powinny się skupiać, nie, żeby też kreślić te paralele, czyli korzystać i pokazywać bogaty świat i to nie tylko rodzimej kultury, ale też jakichś dzieł sztuki, powiedzmy, międzynarodowej, zagranicznej, regionalnej czy światowej – czemu nie? Ale żeby kreślić te pomosty, nie. /w3/

- **W formule hybrydowej:** dorośli bardzo doceniają fakt, że część z organizowanych w Zamku działań jest dostępna także online. Korzystają najczęściej z możliwości odtworzenia nagrania już po czasie, w którym odbywa się dane wydarzenie: robią to w „międzyczasie”, na przykład przygotowując posiłek lub sprzątając, po pracy lub wykonaniu innych obowiązków.
- **Różnorodna:** Zamek proponuje bardzo zróżnicowane działania – większość uczestniczek i uczestników była pod dużym wrażeniem, jak wiele się tutaj dzieje (przed spotkaniami nie wszyscy byli tego świadomi). Wśród działań, które najlepiej trafiają w ich potrzeby, wymienili: koncerty, kino (filmy alternatywne), warsztaty rękodzielnicze, zajęcia plastyczne dla dorosłych amatorów, spotkania z ciekawymi ludźmi.
- **Lokalna:** dla mieszkańca Jeżyc Zamek jest lokalną instytucją kultury. Mimo że inni zadeklarowali, że muszą użyć jakiegoś środka transportu, żeby tu dotrzeć, to też mają poczucie, że jest on zakorzeniony lokalnie i miejsko, że pojawiają się tutaj artyści i działacze lokalni.

Dodatkowo, część rozmówców i rozmówczyń podczas wywiadów indywidualnych zwróciła uwagę na zaangażowanie Zamku w działania poza jego przestrzenią i współpracę **ze społecznością lokalną**, na przykład podczas imienin ulicy Święty Marcin. Pozytywnie oceniono takie działania ze względu na skojarzenia z dzieciństwem, sentymentem do działań lokalnych, sąsiedzkich.

Ja uważam, że Centrum jest silnie zaangażowane w imieniny ulicy Święty Marcin i myślę, że to jest rewelacyjne wydarzenie. Ja pamiętam... ja wspominałem podobne wydarzenie gdzieś tam ze swojego dzieciństwa i..., no, nie uczestniczyłem teraz, ale widziałem zdjęcia i to wygląda bardzo fajnie. Podoba mi się też współpraca z lokalnymi społecznościami, zagospodarowanie jakichś tam zaułków tej ulicy. Tak że to na pewno mi się bardzo dobrze kojarzy. /w3/

Lokalność doceniona jako zaangażowanie w działania sąsiedzkie nie była jednak dla wszystkich wystarczająca: jedna z rozmówczyń zasugerowała, że wszystkie instytucje kultury powinny wychodzić poza centrum miasta, do odalonych dzielnic:

[...] gdzieś tam dużo informacji o jakichś tam wydarzeniach widzę w centrum miasta, ale ani razu nie widziałam jakiegoś takiego... jakiejś informacji o wydarzeniu, które się dzieje poza centrum, powiedzmy, na poznańskich blokowiskach na Grunwaldzie. Albo właśnie w takich miejscach niekoniecznie właśnie tutaj w centrum. /w1/

Oferta, której życzyliby sobie dorośli:

- **Zorganizowana w otwartej przestrzeni:** uczestnicy i uczestniczki podkreślali, że (szczególnie wiosną i latem) bardzo lubią korzystać z kultury w plenerze. Wydarzenia organizowane przez Zamek kojarzą tylko z tych odbywających się w jego przestrzeniach. Kilka osób przypominało sobie koncerty na Dziedzińcu, które chwalili, ale ocenili jako zbyt rzadkie. Wskazali, że te działania, które dzieją się poza murami, wydają im się bardziej relaksujące, swobodne. Kilka osób z sentymentem wracało do pierwszych edycji festiwalu Ethno Port, które odbywały się w korycie Warty – to był dla nich przykład idealnej letniej rozrywki w mieście.
- **Dla dzieci poniżej drugiego roku życia i ich rodziców:** takiej oferty brakuje w Poznaniu, mimo że zdaniem kilku uczestników i uczestniczek zapotrzebowanie na nią jest wśród rodziców bardzo duże. Jeden z uczestników podkreślał, że tak małe dziecko wciąż daje dorosłym możliwość wybierania

według własnych preferencji i intuicji, a także wygody i zainteresowań. Z jednej strony był zainteresowany zajęciami przeznaczonymi dla maluchów – na przykład warsztaty muzyczne czy teatralne, a z drugiej ofertą dla dorosłych, ale z otwartością na obecność dzieci. Ta druga potrzeba mogłaby być zrealizowana choćby przez specjalne seanse rodzinne, na których można być z dzieckiem (a reszta widowni jest na to przygotowana).

- **Wzbudzająca ciekawość, zaskakująca:** uczestnicy i uczestniczki z Zamkiem kojarzą działania, które są organizowane w formatach dobrze znanych publiczności. Brakuje im propozycji, które zaskoczyłyby ich formą lub treścią. Przykład atrakcyjnego wydarzenia, którym się posłużyli, to gra terenowa / quest w przestrzeniach Zamku: ciekawy ze względu na pewną dozę nieprzewidywalności, rozrywkę i możliwość zabawy z innymi. Wskazali, że Zamek jest dla nich instytucją wyznaczającą kierunki w lokalnej kulturze i tym bardziej powinien proponować innowacyjne, nietuzinkowe działania.
- **Włączająca publiczność, zachęcająca do współtworzenia:** część z dorosłych opowiadała, że lubi uczestniczyć w działaniach, w których może realnie wpływać zarówno na przebieg, jak i rezultat. Po pierwsze, są to dla nich wszelkiego rodzaju warsztaty (w których część uczestniczy także z dziećmi), które pozwalają na szlifowanie umiejętności i rozwijanie zainteresowań, jak również twórcze myślenie. Rodzice (także w wywiadach indywidualnych) podkreślali istotność takich wydarzeń szczególnie dla swoich dzieci, które czerpią z nich możliwość kreatywnego działania i swobody w tworzeniu (ograniczone przez system nauczania w szkołach):

[...] jest jakiś taki kamieniołom, w którym zbiera się samemu kamienie i potem można się umówić na taki warsztat szlifowania tych kamieni i obcinania. A że /imię dziecka/ się dostał do klasy geologicznej, technik geolog, no to też się zastanawiamy, czy tam właśnie doświadczy też pewnych rzeczy. Uważam, że przez własne doświadczenie uczy się więcej niż takiej teorii. [...] Mam koleżanki, które na nauczanie domowe się zdecydowały. I te dzieci tam trochę wyzwoliły z tego systemu, ale wiem, że to jest bardzo jakimś kosztem też. Tu by się to nie sprawdziło, więcej by to może nerwów w domu przyniosło niż faktycznie, ale ten system szkolny nie jest udany. I ta kultura jest potrzebna właśnie, o, żeby wyzwolić te dzieci z tego systemu. /w2/

Wspomniana wcześniej możliwość i potrzeba współtworzenia były przez dorosłych podkreślane także w ramach popularnych formatów, takich jak dyskusje i rozmowy. Ważne, by były one organizowane w taki sposób, aby

publiczność miała takie samo prawo głosu jak zaproszeni goście. Debaty czy panele, w których wypowiadają/włączają się tylko eksperci, zostały przez nich ocenione jako nudne i trafiające do bardzo wąskiej grupy osób. Forma tego włączenia może być różna i zależy od organizatorów – dorosłym zależy jednak, by także podczas bardziej „podawczych” formatów była okazja do włączenia się, zawiązania relacji.

[...] nie to, że tworzy się wydarzenia, organizuje się je i jakby zaprasza się ludzi, ludzie są, robią rzeczy i wychodzą, tylko jest jakieś takie podsumowanie, gdzie oni mogą się zderzyć ze sobą, odbiorcy, że mogą jakoś ze sobą porozmawiać. Nie wiem, czy to na zasadzie takiego klubu dyskusyjnego, czy bardziej na zasadzie takiego..., to by była kwestia formy tego, jak coś się tworzy, to można się tym podzielić i można to też skonsultować z..., czy skonfrontować z autorem jakiejś tam większej rzeczy, co on o tym sądzi i jakby on do tego podszedł. /w1/

- **Pozytywna, relaksująca:** zgadzając się, że kultura powinna zachęcać do refleksji (powyżej), dorośli jednocześnie podkreślali, że mają dużą potrzebę korzystania z takiej oferty, która pomoże im odpocząć, odprężyć się. Wypowiedzi takie jak: „oferta powinna być radosna, pozytywna”, „ludzie chcą się czasem po prostu dobrze bawić” – wskazują na chęć spędzenia czasu bez zmartwień, towarzysko. W dużej mierze taką funkcję spełnia kino, które wyświetlając także alternatywne, zaangażowane społecznie filmy, ma według uczestniczek i uczestników spotkań wizerunek „lekkiej rozrywki”. Wskazanie na ten przykład może być kluczowe w interpretacji słów dorosłych: nie tyle chodzi im o odcięcie się od rzeczywistości i korzystanie z kultury, która jest w 100% masowa (choć takie spędzanie czasu także lubią), ile o zaproponowanie ciekawych, także „ambitnych” treści w niezobowiązującej formie: na przykład przy kawie, w przestrzeni miejskiej.
- **Dla różnych grup publiczności:** zarówno dorośli z grupy roboczej, jak i rozmówcy i rozmówczynie podczas wywiadów indywidualnych podkreślali, że bardzo lubią uczestniczyć w wydarzeniach dla różnorodnej grupy odbiorców i odbiorczyń. Najczęściej odnosili się do zróżnicowania wiekowego, wspominali także o osobach z niepełnosprawnościami czy na różnym poziomie zaawansowania lub wiedzy na dany temat. Uczestnictwo w takim wydarzeniu jest dla nich dowodem na jego atrakcyjność, ale także możliwością poczucia się częścią społeczności, która realnie jest zróżnicowana. Narzekali na polską kulturę, w której osoby starsze zamykają się w domach („u nas nie ma osób starszych w kulturze” /gd_a/, „w Austrii

to wszędzie widać starszych, jak korzystają z życia” /gd_m). Zdają sobie sprawę, że dużym wyzwaniem jest zachęcić do uczestnictwa w kulturze różne grupy wiekowe, ale to cel, do którego trzeba dążyć.

[...] dla mnie najciekawszym punktem są wydarzenia, które łączą pokolenia. Łączą też różnego rodzaju jakby grupy. Bo wydaje mi się, że taką najbardziej wartościową wymianą poglądów... ona może zająć wtedy, kiedy na przykład na spotkaniu teatralnym nie ma jedynie osób z teatrologii lub właśnie jakieś krytyki literackiej, ale są osoby, które nie były w teatrze od szkoły podstawowej, jak ich pani siłą zaciągnęła na spektakl. I uważam, że wymiana takich poglądów jest OK bardzo. /w1/

- **Włączająca taniec:** niektórzy uczestnicy i uczestniczki zauważyli, że w ofercie nie pojawiają się wydarzenia związane z tańcem. Brak oferty edukacyjnej (warsztaty, zajęcia taneczne) i prezentującej profesjonalny taniec (spektakle, pokazy) był dla nich rozczarowaniem.

Zamykając prezentację listy uwag dorosłych w odniesieniu do budowania oferty kulturalnej, warto dodać, że podczas spotkania bardzo często odnosili się oni do **potrzeby zaangażowania, włączenia, interakcji**. Chęci dorosłych do współtworzenia nie należy mylić jednak z pełnym zaangażowaniem w tworzenie koncepcji działania. Równie ważne jak możliwość współuczestnictwa i zabrania głosu są dla nich elastyczność i dobrowolność (widać to m.in. w sympatii dla wydarzeń plenerowych). Atrakcyjna będzie dla nich propozycja wypowiedzenia się na jakiś temat, włączenia w ramy, które zostały stworzone przez organizatora (zdecydowana większość nie mogłaby zadeklarować uczestnictwa w cyklicznych spotkaniach w grupie tworzącej wydarzenia kulturalne).

Wystawa „Tryumf koloru”

W ramach cyklu spotkań z grupą roboczą dorosłych podjęliśmy m.in. temat wystaw i odwiedziliśmy część wystawy „Tryumf koloru”, znajdującą się w Sali Wystaw. Pierwszą część spotkania przeznaczyliśmy na zapoznanie się z treściami wystawy, w drugiej odbyła się moderowana dyskusja na temat spostrzeżeń uczestników i uczestniczek. Wnioski zostały podsumowane w trzech kategoriach: mocnych stron wystawy, słabych stron wystawy oraz definicji komfortu uczestnictwa. Warto dodać, grupa wiedziała, że jest to tylko część większej wystawy obecnej w innych przestrzeniach Zamku, ze względu na ograniczeń czasowych musieliśmy jednak zawęzić doświadczenie jej oglądania jedynie do jej części.

Mocne strony wystawy

→ zapraszająca przestrzeń, w której jest przytulnie

Uczestnicy i uczestniczki zauważyli, że przestrzeń wystawy – zgodnie z jej tematem – jest pełna kolorów. Chwalili, że są one przyjazne, zapraszające i dobrze wpływają na samopoczucie. Kilka osób zwróciło uwagę na „miętkość”, odnosząc się do przyjemnych faktur wykładziny i puf. Wrażenie przytulności tworzyły także: **ciepła** barwa światła, ciepłe tony barw, a także **efekt kontrastu** pomiędzy kojącą i ciepłą atmosferą wystawy a zimnem jesiennej pogody oraz surowością i chłodem reszty przestrzeni Zamku. Wskazali, że w tym pomieszczeniu (Sali Wystaw) „chcieliby pozostać”.

→ pomysłowy merchandising

Promująca wystawę sprzedaż **skarpetek** z wystawianymi grafikami bardzo spodobała się uczestnikom i uczestniczkom spotkań. Pomimo dodatkowych uwag na temat konieczności ograniczania plastikowych i niepotrzebnych gadżetów byli bardzo zgodni, że przemyślane pamiątki pomagają w budowaniu pozytywnego wizerunku miejsca, które odwiedzają – („dobry mierz to jest to, uwielbiam takie rzeczy!”). Część z nich przypominała sobie, że zdarzało się im samodzielnie tworzyć takie „gadżety” – na przykład figurki z modeliny lub pocztówki i koszulki metodą sitodruku (w Zamku tworzone także w ramach promocji Ethno Portu). Nie wszyscy jednak pozytywnie odnieśli się do takiego pomysłu samodzielnego wytwarzania pamiątki – dla części wysoka jakość gadżetu oraz szybkość zakupu były ważniejsze od autorskości wykonania.

→ obecność programu towarzyszącego

Możliwość pogłębienia wiedzy zdobytej na wystawie na spotkaniach, warsztatach czy w innej formie wydawał się uczestnikom i uczestniczkom bardzo atrakcyjny. Nie wszyscy byli świadomi, że program edukacyjny towarzyszący wystawom to standard w instytucjach kultury, z dużą ciekawością śledzili poszczególne jego wydarzenia. Większość propozycji ocenili pozytywnie, kilka osób wyraziło rozczarowanie, że nie może już w nich uczestniczyć (spotkania odbywały się w ostatnich tygodniach wystawy). Mieli także krytyczne uwagi, które prezentowane są w dalszej części tekstu.

Słabe strony wystawy

→ powitanie „ścianą tekstu”

Opis wystawy zwrócił uwagę większości dorosłych: „trudno aż tyle przeczy-

tać”, „można było to jakoś rozłożyć” – ich komentarze wprost sugerują, że tekst był **zbyt długi**. Część argumentowała, że zatrzymanie na tak długi czas już na początku wystawy wywołało u nich znużenie i zniecierpliwienie. Większość jednak przeczytała całość. Dodatkowo wskazali także, że **nie wszystkie** określenia i terminy były dla nich **zrozumiałe** („nie wszyscy wiedzą, co to jest litografia”), sugerowali, że dobrym pomysłem byłoby umieszczanie kodów QR z wyjaśnieniami czy przykładami.

→ brak uwzględnienia potrzeb dzieci

Ci z dorosłych, którzy mają pod opieką dzieci, często wyrażali rozczarowanie, że nie mogliby na wystawę zabrać ich ze sobą: „nudziłyby się”, „musielibyśmy wracać po 15 minutach”, „trochę niebezpiecznie: kontakty są niezabezpieczone”. Oczekiwali, aby w przestrzeni znalazły się takie miejsca, które zainteresowałyby dziecko i zatrzymało je na dłużej. Wśród pomysłów podpatrzonych w innych miejscach kultury wymienili wypożyczanie kostiumów i przebrań „zgodnych z epoką” (na podstawie odwiedzin w wiedeńskim Sisi Museum, gdzie całe skrzydło poświęcone jest dzieciom) czy możliwość obejrzenia przedmiotów użytku codziennego przynależących do czasu, z którego pochodzi wystawa (szczególnie ważne było dla uczestnika, że przedmiotów można było dotykać i się nimi bawić).

→ brak uwzględnienia ekonomii uwagi

„Tak tu poważnie”, „nie ma ciekawostek”, „brakuje fun-facts”, „brakuje interaktywności”, „na wejściu przydałby się jakiś szok”: wszystkie te stwierdzenia wskazują na potrzebę uczestników i uczestniczek związaną z pewnego rodzaju zabawą („ja bym chciał być potraktowany jak dziecko”), zaciekawieniem tematem wystawy w **niekonwencjonalny, pomysłowy sposób**. Argumentowali, że pomogłoby im to bardziej się zaangażować i zapamiętać wizytę czy samą wiedzę zdobytą na wystawie. Wspominali inne miejsca kultury, gdzie można było bawić się wystawą, na przykład malując coś na szybie zasłaniającej obrazy (w Lublinie), oglądając kolekcję prywatnych przedmiotów artystów (Museum für Fotografie w Berlinie).

Wypowiadając się na temat interaktywności wystawy, uczestniczki i uczestnicy wskazywali, że brakuje im także narzędzi, które ułatwiłyby im podzielenie się informacją, że zobaczyli wystawę. Korzystając na co dzień z Facebooka i Instagrama, chcieliby skorzystać z grafik lub miejsca specjalnie przygotowanego do robienia **selfie** (chwalili promocyjną wielkoformatową grafikę z autoportretem Fridy, przy której robili sobie zdjęcia). Będąc pod dużym wrażeniem samych

prac i pomysłu na wystawę wyrażali zaskoczenie, że wcześniej o niej nie slyszeli i że nie jest „bardziej dostępna w mediach”.

Komfort uczestnictwa

Podczas spotkania uczestnicy sformułowali własną ramową definicję komfortu podczas oglądania wystawy. Odnosi się ona do tego formatu, a nie tylko „Tryumfu koloru” w CK Zamek. Poniżej znajduje się kilka cech komfortowej, przyjaznej uczestnikom i uczestniczkom wystawy:

- **Nie jest zatłoczona.**
- Znajduje się w stosunkowo **dużej przestrzeni**: ważne jest nie tylko, by wielkość pomieszczenia nie sprawiała wrażenia tłoczenia się ludzi (vide punkt pierwszy), ale także by robiło ono subiektywne wrażenie przestrzennego i otwartego. Istotne jest także, by obrazy/grafiki były od siebie oddalone na tyle, by można było je swobodnie oglądać w grupie.
- Kiedy można ją oglądać **we własnym tempie**: elastyczność i dowolność są dla dorosłych bardzo ważnymi cechami wydarzeń kulturalnych, widać to także podczas odwiedzania wystaw – większość z uczestników i uczestniczek opowiedziała się za korzystaniem z audioprzewodników (a nie słuchaniem osoby oprowadzającej), ponieważ to rozwiązanie pozwala przejść wystawę zgodnie z własnym tempem, robić przerwy dokładnie wtedy, kiedy ma się na to ochotę (podkreślali to szczególnie rodzice).
- To taka wystawa, na którą wchodzi się z przekonaniem o przyjaznej, **otwartej atmosferze**: zdaniem uczestników i uczestniczek spotkań format wystawy niesie za sobą niepotrzebną powagę i sztywność zachowania. Często wracali wspomnieniami do lat szkolnych, kiedy bywali na wystawach i byli często pouczeni, czego nie należy robić. Podkreślali, że warto przełamywać ten schemat na możliwie każdym etapie projektowania wystawy i promowania jej. Zwrócili uwagę, że bardzo ważne jest także, jak otwarta i sympatyczna jest osoba kasująca bilety tuż przed wejściem w przestrzeń wystawy – ich zdaniem to ona symbolicznie ją otwiera i „nadaje jej ton”.
- W pomieszczeniu z wystawą znajduje się dużo różnych miejsc do **siedzenia**: takich, które są odpowiednie dla różnych grup publiczności; z perspektywy części dorosłych ważne było, by poza standardowymi siedziskami znajdowały się tam także jakieś atrakcyjne siedzenia dla dzieci – na przykład miękkie poduchy, którymi mogą się bawić.

Komunikacja i promocja oferty kulturalnej według dorosłych

Temat komunikacji i promocji działań kulturalnych był częścią wywiadów indywidualnych i spotkań grupy roboczej. Na podstawie wypowiedzi dorosłych zbudowaliśmy listę, która zawiera najważniejsze zasady, którymi należy się kierować podczas projektowania sposobu prezentacji organizowanych wydarzeń, a także budowania relacji z potencjalnymi odbiorcami i odbiorczyniami. Warto zaznaczyć, że poniższa lista to priorytetowe zasady, które dorośli określili jako uniwersalne i ważne nie tylko dla siebie, ale także innych, których znają.

→ spójność i rozpoznawalność

Dorośli wskazali, że bardzo lubią wiedzieć już „na pierwszy rzut oka”, kto jest organizatorem wydarzenia, dlatego spójna wizualność całej komunikacji prowadzonej przez daną instytucję jest kluczowa: po jakimś czasie publiczność uczy się ją rozpoznawać. Zamek został pod tym względem bardzo pozytywnie oceniony – grafiki często wspomniane były przez osoby z grupy roboczej jako ciekawe i przyciągające uwagę, dodatkowo podkreślali także wspomnianą ich spójność („jestem pod ogromnym wrażeniem prowadzenia mediów społecznościowych, tej estetyki, tego wszystkiego, jakiejś spójności” /w1/).

→ rozpowszechniona promocja i reklama

Najwięcej dyskusji wywoływała dostępność informacji w internecie. Dorośli przyznawali, że w większości dowiadują się o ofercie kulturalnej od znajomych albo z internetowych reklam lub wpisów polubionych miejsc na Facebooku. Coraz rzadziej zdarza im się świadomie przeszukiwać strony, by znaleźć coś ciekawego (najczęściej robią to, szukając działań dla dzieci). Większość z naszych rozmówców i rozmówczyń krytycznie oceniło promowanie oferty działań Zamku w sieci. Niektórzy badani narzekali, że mimo śledzenia profilu Zamku na Facebooku nie widzą żadnych ofert czy informacji o jego aktualnościach kulturalnych. Mimo wiedzy o tym, iż wejście na stronę lub profil instytucji pozwoliłoby zorientować się w tym, co aktualnie się dzieje, nie robią tego, lecz oczekują, że „informacja dotrze do nich sama” /gd_n/:

tylko tak, przez to, że właśnie ta komunikacja... tak, jak ja zapytałam, co się dzieje w Zamku. Do mnie to nie docierało, chociaż ja mam Zamek polubiony i to do mnie nie dotarło. My się ograniczamy teraz do tych Facebooków... /w2/

Dodatkowo, rozpowszechnienie informacji o działaniach Zamku powinno być szersze także poza internetem. Dorośli mówili, że **brakuje im informacji**

o ofercie w innych miejscach kultury – na przykład w kinie Muza, a także restauracjach i kawiarniach. Chętnie zapoznaliby się z papierowym programem (który znają i widzieli go w przestrzeniach Zamku), szczególnie przy okazji spotkań z innymi (znajomymi, rodziną), kiedy mogliby na bieżąco umówić się na kolejne wyjście do centrum.

→ **klarowna komunikacja, prosty język oraz „pierwsze wrażenie dostępności”**

Motyw zrozumienia i niezakłóconej komunikacji powracał w wielu momentach rozmów z dorosłymi. Dotyczył on z jednej strony bardzo technicznych trudności (jak długość opisu wystawy czy wydarzenia, wpływ tej długości na trudność w scrollowaniu na urządzeniach mobilnych), a z drugiej – ogólnego wrażenia po przeczytaniu informacji o danym działaniu („ten język jest taki hermetyczny, trzeba napisać bardziej dla normalsów” /gd_m2/, „nie pomyślałbym, że to może być dla mnie” /gd_m/). Opowiadając o swoich potrzebach w kontekście korzystania z oferty kulturalnej, dorośli często nawiązywali do tematu intuicyjności i codzienności uczestnictwa w kulturze. Zwracali uwagę, że niektóre obszary kultury – takie jak sztuka współczesna czy malarstwo w ogóle, teatr, architektura – to tematy, które interesują wybrane grupy osób nie tylko ze względu na konkretne zainteresowania, ale także posiadane zasoby społeczne i kulturowe („kultura to jest dobro klasy średniej i wyższej” /w3/). Zadaniem instytucji kultury – w tym także Zamku – jest docieranie z kulturą i sztuką do tych osób, które na co dzień nie myślą, że mogłyby z niej skorzystać. Dodatkowo, w projektowaniu komunikacji i promocji wydarzeń kulturalnych ważne jest, aby robić to tak otwarcie, jak to możliwe: używając prostego języka, ułatwiając czytanie materiałów, wzbudzając nieformalną atmosferę (to ważne jest także na miejscu, już podczas wydarzenia).

Mam wrażenie, że działania na poziomie kulturalnym mają ambicję dotrzeć do szerszego grona niż, powiedzmy, wąskiego tradycyjnego, że się tak wyrażę, audytorium odbiorców sztuki wszelakiej [...] tak sobie wyobrażam, że centra kultury mają za zadanie jakieś takie bardziej powszechne dotarcie... też może właśnie dzięki takim szerszym działaniom, szerszemu dotarciu chcą pokazywać osobom, które może nie dałyby się złapać na hasło „sztuka”, bo jest to dla nich w jakiś sposób niedostępne, ekskluzywne, kojarzy się z czymś, co ma bardzo wysoko zadarty nos i mówi bardzo trudnymi słowami. [...] Mam wrażenie, że te osoby mogą przez działania kulturalne poznać sztukę od, powiedzmy, z taką ludzką twarzą i zobaczyć, że jest to

coś..., coś takiego po prostu normalnego, zwykłego, coś, co jest też związane z ich codziennym życiem., a nie tylko życiem artystów, nie tylko życiem osób o jakichś wysublimowanych gustach [...], że są w stanie to jakoś przyrównać to do swoich doświadczeń, do swoich pytań, które też sobie zadają. /w3/

[...] bo czasami mam takie przeświadczenie i takie odczucia, że takie osoby, które są organizatorami, organizatorkami tego, niekiedy podchodzą do osób odwiedzających z taką pewną manierą. To znaczy z takim poczuciem, że my ci tu teraz pokażemy szary zjadacz chleba z ulicy, czym jest prawdziwa sztuka. I to mnie strasznie odrzuca. Oczywiście nie mówię jakby od razu o takim jakby kontakcie, że trzeba być od razu na ty dla siebie, czy w ogóle jakimś takim bliskim, ale lubię, jak jesteśmy w tym..., jak ktoś ma taką umiejętność przekazania jakiejś tam wiedzy czy pokazania jakiejś sprawy, patrząc na drugiego człowieka jako na równowartościowego odbiorcę tej sztuki. Że może niekoniecznie ma takie zasoby, żeby to sam zorganizował, natomiast tak samo może to poczuć i zobaczyć. I to jest coś, co mnie przyciąga w różnych miejscach. /w1/

→ **osobista narracja w internecie**

Część dorosłych lubi udostępniać informacje o swoich działaniach i/lub położeniu w sieciach społecznościowych (Facebook, Instagram). Z takich kanałów czerpią też większość informacji o tym, co dzieje się w mieście (patrz wyżej). Są to profile podmiotów i instytucji, ale także (w przypadku Instagrama – w zdecydowanej większości) prywatne profile znajomych lub obserwowanych osób. Uczestnicy i uczestniczki spotkań grupy roboczej tłumaczyli, że lubią przeglądać wpisy z różnych miejsc, bo to sprawia, że są ich bardziej ciekawi, kojarzą im się nie tylko z oficjalnymi komunikatami, ale także osobistymi historiami i rekomendacjami. Przeszukując Instagram podczas jednego ze spotkań grupy roboczej poświęconego wystawie „Tryumf koloru”, kilkoro uczestników i uczestniczek było zdziwionych niewielką liczbą wpisów z hashtagem wystawy. Dodatkowo zauważyli, że wyszukując Zamku w mapach google, znajdują go jako miejsce muzealne, a ludzie wrzucający zdjęcia w komentarzach skupiają się tylko na historycznej przestrzeni. Wskazali, że kierując się tym wizerunkiem można wyobrazić sobie Zamek jako miejsce jednorazowych odwiedzin (podczas zwiedzania), a nie przestrzeń kultury, do której można regularnie wracać.

→ **obecność w przestrzeni miejskiej**

Mimo że wszyscy dorośli przyznają, iż w zdecydowanej większości czerpią informacje na temat kultury z internetu, wiele osób zauważyło, że informacje przeczytane na plakacie czy billboardzie na dłużej zostają im w pamięci. Podkreślały to przede wszystkim te osoby, które poruszają się po mieście transportem publicznym. Szczególnie ciepło wypowiadały się na temat **plakatów** umieszczanych w wiatach przystankowych – można się z nimi zapoznać w czasie oczekiwania na tramwaj.

[...] dla mnie mistrzostwem świata są plakaty i ogólnie umieszczenie wydarzenia na przystankach autobusowych. To jest dla mnie po prostu fenomenalne, bo chcąc nie chcąc, czekając na ten tramwaj czy autobus, sobie to przeczytam lub zobaczę, czy coś mnie zainteresuje? I myślę, że to jest moja ulubiona forma. /w1/

→ **udostępnienie informacji o osobach prowadzących**

Dorośli planujący uczestnictwo w wydarzeniach kulturalnych z dziećmi starają się je jak najlepiej przygotować do odbioru danego działania. W tym celu zwykle dość szczegółowo zapoznają się z programem wydarzenia: długością trwania, ewentualnymi częściami, wszystkimi wskazówkami. Ważne jest dla nich także, aby wiedzieć, kim są osoby prowadzące zajęcia dla dzieci. Po pierwsze, wynika to z chęci sprawdzenia ich kwalifikacji i doświadczenia. Po drugie, z chęci odpowiedzenia na specyficzne potrzeby dzieci i tym, jak wchodzi w relacje z innymi (obcymi) osobami. Jeden z rodziców zauważył, że w jego przypadku bardzo pomocne byłoby także dołączenie zdjęcia osoby prowadzącej dane spotkanie – pomogłoby jeszcze w domu określić, czy córka ją zaakceptuje („ona się po prostu czasem boi i ja tego nie zmienię” /gd_m/). Proces przygotowywania się do wydarzenia podzielił dorosłych, którzy uczestniczyli w badaniu. Połowa dorosłych poszukuje bardzo szczegółowych informacji o wydarzeniu, aby zapewnić jak największy komfort sobie lub osobom, które mają pod opieką (tutaj: dzieciom, patrz wyżej). Druga połowa natomiast docenia możliwość zaskoczenia i nie lubi dodatkowo się przygotowywać, często wręcz decyduje się na wyjście spontanicznie.

Bo ja czasami przychodzę na czuja na wydarzenia. Nie mam pojęcia, czego mogę się spodziewać i to jest też dla mnie ekscytujące, jak na przykład nie ma takiej bezpośredniości, tak do końca, całkowicie. I jest coś, co mogę sobie dopowiedzieć, wyobrazić [...] odrzucają mnie na przykład wydarzenia, które... plakaty na przykład, które mają nazwę, datę – to wiadomo, ale mają jeszcze szczegółowy opis co do pół godziny, co się będzie działo. /w1/

Część naszych rozmówców i rozmówczyń zwróciła uwagę także na to, **jak ważna jest dostępność** promocyjnych treści dla osób z różnego rodzaju niepełnosprawnościami. W odniesieniu do Zamku, doceniła przede wszystkim, że zdjęcia i grafiki są opisywane, a dostępność wybranych wydarzeń jest wyraźnie podkreślana. Więcej na temat dostępności działań znajduje się w poświęconym temu rozdziale raportu.

ROZDZIAŁ II. OTWARTOŚĆ I DOSTĘPNOŚĆ CENTRUM KULTURY ZAMEK

Centrum Kultury Zamek od kilku lat intensywnie pracuje nad poprawą dostępności swojej siedziby oraz programu, tak by mogły z nich skorzystać również osoby w różny sposób doświadczające mniejszej sprawności. W tym celu działa zespół ds. dostępności, w którego skład wchodzi przedstawicielki i przedstawiciel kilku zamkowych działów. Stałą intencją instytucji jest poszerzanie wiedzy, badanie potrzeb grup odbiorczych i doszkalanie się pracowników i pracowników zatrudnionych w Centrum z zakresu problematyki dostępnościowej. Stopniowo efekty wspólnej pracy są dostrzegane przez otoczenie zewnętrzne, w tym przez osoby z niepełnosprawnościami. W tej części – na podstawie badań – prezentujemy najważniejsze kwestie i tematy, nad którymi refleksja może pomóc z dalszym rozwijaniu się instytucji.

Potrzeba stawania się instytucją dostępną jest już nie tylko koniecznością wynikającą z odpowiednich zapisów prawnych i regulacji nakładanych przez Organizatora, ale także staje się ona częścią misji i wizji Zamku, który w taki

sposób rozumie zadania stawiane przed współczesną instytucją kultury. Uważność na zmieniający się świat, detaliczne dostrzeganie mnogich interesów, uwarunkowań i potrzeb prowadzi do systematycznego pogłębiania i poszerzania rozumienia kategorii niepełnosprawności, dostępności i otwartości.

Ważne jest zaznaczenie, że początkowe definicje, które w tej części wyznaczaliśmy sobie do analizy jako badacze/badaczki, wynikają z takiego rozumienia etapu, na którym znajduje się obecnie Centrum Kultury Zamek w kontekście swej ścieżki samorozwoju (stawania się instytucją społecznie wrażliwą, reagującą na świat zewnętrzny i poddawane zmianom społeczeństwo). Zamek wydaje się – za sprawą wcześniejszych programowych doświadczeń – odchodzić powoli od wąskiego rozumienia problematyki dostępności tylko i wyłącznie w kategoriach technicznych i narzędziowych (w tym odnoszącym się do niwelowania barier architektonicznych/infrastrukturalnych). Jakkolwiek jest to wciąż bardzo ważne, to od pewnego czasu widać coraz pełniejsze postrzeganie tematu dostępności. To postulat wykraczający poza tylko zwykłe „udostępnianie”, dokonywanie prób translacji czy szukanie alternatywnych ścieżek dostępu do wydarzeń pierwotnie niedostępnych dla wszystkich. Celem jest po prostu tworzenie wydarzeń dostępnych od samego początku. Takich, które dają przestrzeń do samorozwoju, realizacji pasji, samorzecznictwa, integracji, współtworzenia. Naszym zadaniem było więc nie tylko zmierzenie sposobu i stopnia realizacji wymogów ustawy o dostępności (choć nadal pozostaje to istotne), ale raczej próba zdiagnozowania potrzeb oraz scharakteryzowania wybranych grup – w celu wsparcia Zamku we włączaniu zróżnicowanych grup do współtworzenia instytucji. Relacja, wewnątrzsterowność, współdecydowanie, użyteczność Zamku – były dla nas ważnymi punktami odniesienia w tej części badań. Tylko w ten sposób stawiając temat, można potem próbować upraktyniać wnioski z badań (we współpracy z zainteresowanymi grupami): projektować rozwiązania.

Kilka poniższych kategorii (ich definicję i rozumienie przedstawiamy w dalszej części) stanowiło dla nas ważną ramę strukturyzującą refleksję badawczą w tej części.

Niepełnosprawność – jest kategorią skonstruowaną społecznie. Nie stanowi o tożsamości osób i grup arbitralnie określanych jako mniej sprawne. Dlatego też w tekście posługujemy się sformułowaniem „osoby z niepełnosprawnością”, zwracając uwagę, że mniejsza lub mniej normatywna sprawność może być ewentualnie cechą (jedną z wielu). W większości przypadków

to niedostosowanie przestrzeni publicznej, prywatnej oraz stereotypowe myślenie normatywnej większości ową niepełnosprawność ustanawiają i reprodukują. Nie jest to część akademickich rozważań, lecz obserwacja odnosząca się do funkcjonowania problemu w kulturze i edukacji. Brak możliwości widzenia, poruszania się na własnych nogach czy słyszenia nie są częścią opisu charakteru, tożsamości danych osób. To tylko wskazanie dodatkowej okoliczności ich funkcjonowania w świecie, która nie powinna determinować naszego ich postrzegania. Jeśli zadbać o techniczne i programowe (poznawcze, edukacyjne) dostosowanie oferty/siedziby, to nagle okaże się, że niepełnosprawność jest tylko jednym z wielu technicznych (może niepotrzebnych) opisów. Uznając jednak temat dekonstruowania pojęcia niepełnosprawności za zadanie wciąż wymagające uświadamiających ćwiczeń, przypominamy w tym miejscu jedynie, że każdy człowiek na różnych etapach swojego funkcjonowania może doświadczać jakichś trudności, barier, ograniczeń. Ich proveniencja może być bardzo różna: częściowo wynikają z urazów, wypadków, uszkodzeń ciała, chorób i innych doświadczeń – dotyczą różnych sfer i modalności życia człowieka. Mogą także stanowić przyrodzoną właściwość danej jednostki. Mamy do czynienia z różnorodnością doświadczanych niepełnosprawności. Dlatego mówimy na przykład o osobach z niepełnosprawnościami wzroku, ruchu (osoby o alternatywnej motoryce), słuchu, osobach z niepełnosprawnościami intelektualnymi, trudnościami neuropoznawczymi lub niepełnosprawnościami niewidocznymi (na przykład neurologicznymi). Jeśli przyjąć szerokie podejście do tego tematu – uniwersalizującego nasze indywidualne doświadczenia, historie, przypadłości – okaże się, że wszyscy w jakimś stopniu doświadczaliśmy, doświadczamy lub będziemy doświadczali niepełnosprawności. Stąd potrzeba uniwersalnego myślenia o instytucji i jej programie jako o rozwiązaniach korzystnych dla wszystkich, a nie tylko dla określonej grupy kategorialnej.

Otwartość – z tym szerokim, włączającym podejściem do grup odbiorczych wiąże się kategoria otwartości. Można ją różnie definiować i uszczegóławiać. Dla nas jest ona ważna między innymi dlatego, że stanowi rodzaj deklaracji i zobowiązania wobec publiczności instytucji. „Jesteśmy świadomi zróżnicowania świata społecznego, rejestrujemy stałe zmiany, jesteśmy z Wami w dialogu – słyszymy Was i staramy się odpowiadać na Wasze potrzeby”. Będzie to już otwartość nie tylko dla osób, które mają jakąś niepełnosprawność, ale również na osoby, które są w jakimś sensie nienormatywne (nie stanowią większości kulturowej, etnicznej, narodowej, seksualnej, tożsamościowej, etc.).

Dostępność – to zatem wyzwanie dla publicznej instytucji kultury bycia miejscem otwartym na wszystkie osoby, które mają potrzebę, ochotę uczestnictwa w kulturze i jej współtworzenia. By mogło to się w pełni realizować, niezbędne są badania – autodiagnoza (czyli monitorowanie dostosowania oferty i budynku do różnych osób, różnych potrzeb) oraz rozmowa z przedstawicielkami i przedstawicielami grup, na których włączeniu i uczestnictwie nam najbardziej zależy.

Kultura użyteczna – świadomość różnorodności świata społecznego (dostrzeżenie niezwykłości osób, które wchodzi w skład społeczeństwa) będzie oznaczała także rozpoznanie trudności, deficytów, problemów, które są częścią funkcjonowania osób i grup (kategorialnych i społecznych). Instytucja kultury, która chce być użyteczna w chociaż częściowym niwelowaniu tych barier, jest instytucją społecznie użyteczną. Czyli taką, której ambicją – oprócz popularyzowania danej dziedziny sztuki lub kultury – jest również wspieranie środowisk lokalnych i poszczególnych jednostek w realizacji ich potrzeb (nie tylko związanych z wąsko rozumianym uczestnictwem w kulturze). Kultura w tej perspektywie staje się ważnym narzędziem służącym do włączania, edukacji, integracji i budowania spójności społecznej.

Badanie w tej części miało przede wszystkim charakter jakościowy (z elementami analizy treści). Subiektywnie tworzone scenariusze rozmów indywidualnych, warsztatów wydobywczych oraz obserwacji skupiały się na wybranych aspektach. Nie należy zatem traktować zebranych materiałów jako wysyconych czy reprezentatywnych. Dobór osób do próby miał charakter celowy i służył uzyskaniu informacji na temat funkcjonowania i potrzeb osób pochodzących z wybranych grup mniejszościowych (osoby narodowości białoruskiej, przedstawiciele osób Głuchych) i doświadczających jakiejś formy niesprawności (osoby niewidome i słabowidzące oraz starsze osoby zależne). Uwagi odnoszące się do osób g/Głuchych i starszych zależnych bazują na doświadczeniach badawczych i obserwacjach realizowanych konsekwentnie przez jednego z badaczy w związku z jego zaangażowaniem w realizację projektu animacyjnego zatytułowanego „Zamek OTWARTY” (skierowanego głównie do osób starszych o ograniczonej samodzielności) oraz innych sytuacji edukacyjno-badawczych (realizowanych wspólnie ze środowiskiem osób słabosłyszących lub niesłyszących). Ważne uzupełnienie przedstawionych refleksji stanowią wnioski pochodzące z wywiadu z aktywistką miejską i animatorką społeczno-kulturalną, na co dzień działającą w Warszawie, chorującą na stwardnienie rozsiane.

Osoby g/Głuche i słabosłyszące

Uwaga podstawowa dotyczy konieczności uznania osób Głuchych za **mniejszość kulturową**. Fakt posługiwania się własnym językiem, z jego gramatyką, składnią, słownictwem, bardzo istotnie konstruuje nasze myślenie, komunikowanie się i nawiązywanie relacji z innymi ludźmi. Determinuje także nasze poruszanie się w przestrzeni społecznej/publicznej, rozumienie rzeczy, nadawanie im sensów – konstruowanie rzeczywistości społeczno-kulturowej. Dostrzeżenie obecności, funkcjonowania osób Głuchych w ramach właściwej sobie kultury (w szerokim, socjologicznym rozumieniu tego słowa – choć, jak się przekonamy w dalszej części, mającej również odniesienia do kultury w wąskim rozumieniu tego słowa – jako aktywności artystycznej) powinno skutkować większą uważnością na ich, różne wobec większościowych, potrzeby. Tak samo jak dzieje się to z kulturą i językiem Kaszubów czy Ślązaków. Ta niezależność, odrębność, autonomiczność jest przez wielu Głuchych artykułowana poprzez **niezgodę na stosowanie wobec nich kategorii niepełnosprawności** (w tym wypadku niepełnosprawności słuchu). Część środowiska osób Głuchych uważa, że przyjęcie tej perspektywy jest zawsze obciążone przekonaniem o niedoskonałości, „wybrakowaniu” osób, które są odstawiane na boczny tor, którym nadaje się „specjalny” status i które wymagają korekty. Ta korekta czasami przyjmuje formę przemocy systemu zdrowia i nakłaniania osób z dysfunkcją słuchu do stosowania implantów.

Sugeruje się zatem tworzenie większej liczby okazji do wzajemnego spotkania i poznania się. Przy czym głównie dotyczy to oczekiwania, że osoby słyszące będą chciały poznać kulturę osób niesłyszących. Zrozumienie jest tutaj kluczem do lepszej koegzystencji. Grupy mniejszościowe, ze względu na fakt konieczności funkcjonowania w rzeczywistości urządzonej przez grupę dominującą/większościową, nie muszą tak bardzo uczyć się tego świata – one w nim od maleńkości wzrastają i muszą się uczyć w nim żyć, co często oznacza niestety przyjmowanie pozycji podporządkowanej (normom, nawykom, zwyczajom zorganizowanym przez grupę większościową).

Warto pamiętać, że środowisko osób g/Głuchych samo jest niespójne i wewnętrznie zróżnicowane. Niepotrzebne jest tu nadmierne esencjalizowanie. Osoby g/Głuche nie mają jednej opinii, na przykład niektóre przyjmują perspektywę osób słyszących, grupy dominującej. Przedstawione w raporcie opinie nie wyczerpują mnogości innych głosów i perspektyw, których nie usłyszano w trakcie spotkania, ale które mogą istnieć.

Uczestniczące w warsztacie osoby słabosłyszące (8 osób w wieku od 23 do 70 lat – 5 kobiet, 3 mężczyzn) postulowały konieczność uwzględniania wewnętrznego zróżnicowania środowiska osób doświadczających dysfunkcji słuchu. W tym kontekście sugerowano, aby wszystkie materiały i teksty (w tym „teksty kultury”) były dostosowane do potrzeb wszystkich użytkowników przestrzeni publicznej. W praktyce oznacza to nieograniczanie się tylko do translacji na Polski Język Migowy, ale również włączanie do komunikacji (odbywającej się za pośrednictwem rozmaitych kanałów i narzędzi), także napisów. Jest to rozwiązanie pożądane dla tych, którzy nie słyszą lub słyszą słabo, i nie są zaznajomieni z językiem migowym. Niestety większość osób Głuchych uczestniczących w rozmowie nie była zaznajomiona z praktykami dostępnymi stosowanymi przez Centrum Kultury Zamek (napisy, tłumaczenie na PJM niektórych wydarzeń). Wskazuje to na konieczność intensyfikowania pracy związanej z trafiaaniem do poznańskich środowisk osób g/Głuchych.

Głusi – uczestnictwo w kulturze

Jedną z ważnych uwag, którą warto mieć w pamięci, dotyczy genezy niskiego zainteresowania uczestnictwem osób Głuchych w instytucjonalnej kulturze (czyli tej wąsko rozumianej, poza-domowej, nie prywatnej). Wskazuje się na brak przygotowania i odpowiedniej edukacji kulturowej osób Głuchych. Wykluczanie z uczestnictwa w większościowej kulturze oraz podprogowe anihilowanie tego typu potrzeb rozpoczyna się dla wielu osób już w okresie dziecięcym. Systemowe zaniedbania, często przyjmujące formę internalizowania nieprawdziwych stereotypów i uproszczeń, polegających na przypisywaniu osobom Głuchym charakterystyki osób z niepełnosprawnościami intelektualnymi, skutkuje także tym, że szereg osób Głuchych samowykluczyło się z tego typu doświadczeń (dotyczy to zwłaszcza osób starszych wiekiem – osoby młode z większą otwartością mówią o potrzebach kulturalnych i szukaniu sposobów na ich realizację). To się stopniowo zmienia, także dzięki aktywności organizacji i inicjatyw sektora pozarządowego (Polski Związek Głuchych, Towarzystwo Osób Niesłyszących TON). Stajemy zatem przed ważną i długą, procesową pracą wyrabiania w osobach Głuchych nawyku korzystania z kultury, który ma szansę się udać TYLKO pod takim warunkiem, że powstaną ułatwienia i udogodnienia dla osób Głuchych, z jednej strony związane z odbiorem i współtworzeniem kultury instytucjonalnej, funkcjonującej w dyskursie większościowym (osób słyszących), a z drugiej – sprzyjające powstawaniu i rozwijaniu inicjatyw społeczno-kulturowych tworzonych przez osoby g/Głuche dla g/Głuchych (z opcją uczestnictwa w niej osób słyszących).

Wiele trudności związanych z uczestnictwem w wydarzeniach kulturalnych, oprócz tych krótko zarysowanych powyżej, może mieć także bardziej ogólny charakter, charakterystyczny dla całej populacji osób mieszkających w Polsce. Dotyczy to na przykład kwestii niezrozumienia sztuki (w tym sztuki współczesnej), które można tłumaczyć m.in. bardzo podstawowym poziomem edukacji do sztuki / poprzez sztukę. Głusi szczególnie pomijani są w tym aspekcie edukacji kulturowej.

Najważniejsze wątki i uwagi poruszone podczas warsztatu:

- Głusi (biorący udział w warsztacie) preferują raczej grupowe (w tym rodzinne) wyjścia na wydarzenia kulturalne, rzadziej robią to indywidualnie. Jest to także związane z tym, że gdy już jakieś wydarzenie jest dostępne dla osób niesłyszących lub słabosłyszących, staje się ono środowiskowym wydarzeniem, na które stawiają się całe grupy osób zainteresowanych.
- Istnieje przekonanie, że Głusi wolą darmowe wydarzenia. W samym środowisku nie ma co do tego założenia pełnej zgody. Przez wiele lat Głusi byli wykluczeni z doświadczenia regularnego uczestniczenia w kulturze, a gdy taka sytuacja już się wydarzała, przyjmowała ona formułę święta/niezwykłości/celebry – właśnie nieodpłatnej. Fakt darmowości miał być jednym z ważniejszych argumentów nakłaniających do uczestnictwa. Nie ma zatem nawyku korzystania z kultury, gdzie uzasadnienie obecności byłoby wewnętrzne, a nie zewnętrzne. By to się zmieniło, musi być cały czas zachęta. Dla Głuchych uczestnictwo w kulturze nadal nie jest czymś oczywistym. Nasi rozmówcy wskazywali na akceptowalne widełki cenowe (15-50 złotych za uczestnictwo jednej osoby).
- Nie mniej istotne jest tworzenie przestrzeni do powstawania pomysłów i działań kulturalnych, inicjowanych przez same osoby g/Głuche oraz takich, które są skierowane głównie do osób niesłyszących i słabosłyszących, choć dających możliwość uczestnictwa także zainteresowanym osobom słyszącym (znającym PJM lub korzystającym w jakiejś formie z tłumaczenia na język foniczny).
- Jeden z aspektów, o którym się dyskutuje, dotyczy konieczności zatrudniania coraz większej liczby osób g/Głuchych w instytucjach kultury na stanowiskach pracowników programowych / edukatorów. Jest to najlepszy sposób, by docierać z ofertą do zainteresowanych osób żyjących z dysfunkcją słuchu oraz przekonywać je do wzięcia udziału w tym lub innym wydarzeniu. Dodatkowo wpływa to pozytywnie na rozwój takiej

instytucji, uwrażliwia ją i edukuje – sprawia, że staje się instytucją bardziej dostępną i otwartą. Instytucje kultury powinny zatrudniać na etacie g/Głuchych i słabosłyszących edukatorów (edukator słyszący korzystający z tłumacza nie ma możliwości tak samo rozpoznać grupy, jej poziomu, zainteresowania, etc. – tak jak Głuchy edukator; jest to sytuacja mało interaktywna).

- W związku z charakterem wykonywanej pracy (lub faktem studiowania – dotyczy to dwóch osób Głuchych biorących udział w warsztacie) preferowanym czasem, który można poświęcić na aktywności kulturalno-społeczne, jest weekend.
- Nasi rozmówcy opowiadali, że osoby Głuche zamieszkują raczej dzielnice bardziej oddalone od centrum (czasami żyją na obrzeżach Poznania lub w gminach podmiejskich). Nie powinno więc dziwić, że ze względu na kwestie czasowe i transportowe „wyjścia do miasta” mają miejsce zwykle w weekendy. Warto również informować o wydarzeniach z dużym wyprzedzeniem, tak by możliwe było zaplanowanie sobie takiej wizyty. Nie stanowi to oczywiście żadnej reguły – dla przypomnienia: grupa nie była reprezentatywna.
- Dla części osób – bycie młodym rodzicem przekłada się na konkretną potrzebę uczestnictwa w wydarzeniach rodzinnych, czyli takich, które nie separują pokoleń, w których można uczestniczyć z dzieckiem. Przy tej okazji zgłaszano potrzebę organizacji wydarzeń adresowanych bezpośrednio do dzieci, które byłyby tłumaczone na PJM. Obecnie, mimo że coraz więcej wydarzeń jest dostosowywanych do potrzeb osób g/Głuchych i słabosłyszących, dzieci i młodzież wydają się grupami pomijanymi.
- Rekomendowano stałe doszkalanie się pracowników i pracownic z zakresu obsługi głuchego klienta (zwłaszcza osób pracujących w kasie i biurze obsługi klienta – oprócz podstaw PJM należy również szkolić na temat kultury Głuchych).

Oferta kulturalna instytucji – czy dostępna dla Głuchych?

Głusi podzielili się swoimi uwagami na temat dostępności polskich instytucji kultury:

- Teatr jest generalnie dziedziną sztuki niezrozumiałą dla Głuchych bez tłumaczenia na PJM. Obecni na spotkaniu nie kojarzyli działalności teatralnej prowadzonej przez CK Zamek (w tym spektakli tłumaczonych na język migowy).

- Gdy pojawiają się teatry, które oferują napisy dla osób g/Głuchych, to często zapomina się o ich komfortowym usytuowaniu. Zwykle są za wysoko – „odklejone” od akcji, od aktorów.
- Warto zadbać, by przed wizytą w teatrze dostępne były podczas rezerwacji/zakupu biletów informacje, które miejsca wybrać najlepiej, jeśli jest się Głuchym. Powinno to być oznaczone, by ułatwić odbiór osobom Głuchym. Im większa scena – tym trudniej. Mała scena – łatwiej z napisami lub tłumaczeniem symultanicznym.
- Pracownicy techniczni powinni sprawdzać ustawienia świateł przed spektaklem, również pod kątem widoczności napisów/tłumaczki (na przykład światło bywa tak ustawione, że nie widać napisów dla Głuchych). Reżyserzy nie godzą się czasami na tłumacza PJM, bo burzy to ich zdaniem koncepcję sceny.
- Rekomendowani są w teatrze tłumacze „cieniowi”. Każdy aktor/aktorka ma swojego tłumacza na PJM.
- Zwrócono uwagę, że ważne jest jednak, by nie organizować wydarzeń „specjalnych”, czyli takich, na które zapraszane są tylko osoby niesłyszące. Nie warto separować od siebie różnej publiczności, zamiast tego warto zabiegać o stałe napisy/tłumaczenia na PJM. Nie ma to być kultura „specjalna”/wydzielona dla Głuchych.
- Chwalono, że w niektórych muzeach dostępne są tablety z wgranym oprowadzaniem dla Głuchych. Trzeba je jednak stale serwisować, sprawdzać jakość nagranych plików wideo, prędkość odtwarzania. Przy tej okazji pojawił się postulat, by nie tylko wystawy stałe, ale także czasowe, miały nagrane oprowadzania w PJM. Nasi rozmówcy nie kojarzyli możliwości indywidualnego zwiedzania Zamku (po ściągnięciu aplikacji z materiałem opracowanym w PJM).
- Najważniejsze jest to, by pracownicy byli wyedukowani, jak obsługiwać klienta g/Głuchego. Rozmówcy nie mieli doświadczeń z pracownikami i pracownicami kasy lub innych działów Zamku. Nie wiedzieli także o możliwości skorzystania ze zdalnego tłumacza PJM w kasie.
- Niestety, nie ma praktyki zapraszania osób Głuchych do testowania „produkcji kulturalnych”, przedstawień, wystaw, etc. pod kątem dostępności rozwiązań dla osób słabosłyszących/niesłyszących.
- Przypominano wielokrotnie, że polskie filmy są paradoksalnie najbardziej niedostępne dla Głuchych. W kinach wyświetla się je zarówno bez tłumacza PJM, jak i bez napisów. Rozmowa była realizowana jeszcze przed uruchomieniem oferty „Kina bez barier” (październik 2022), która jest dobrze dostosowana do potrzeb osób słabosłyszących i g/Głuchych.

- Zgromadzeni na spotkaniu wśród aktywności kulturowych, w których uczestniczą, wymieniają: spacer, korzystanie z internetu/komputera, motoryzację, sport (w tym piłkę nożną), zajęcia ogrodnicze i kulinarne. Są to więc aktywności z obszaru animacji czasu wolnego, rekreacji. Nie wolno nam jednak generalizować – mimo specyfiki funkcjonowania Głuchych jako mniejszości kulturowej (trudności w korzystaniu z pełnej edukacji) wciąż w ich środowisku są osoby z wyższymi kapitałami kulturowymi i symbolicznymi, osoby dobrze wykształcone lub studiujące. Warto zatem nie zaprzestawać starań o włączanie przedstawicieli Głuchych do życia kulturalnego organizowanego wokół oferty Zamku – ale z uwzględnieniem wewnętrznego zróżnicowania grupy. Zresztą zainteresowania związane z przyrodą/ekologią oraz „stylem życia” (gotowanie) mogą stanowić platformę spotkania różnorodnych grup, w tym osób g/Głuchych.

Kultura online

- Kilka uwag w trakcie spotkania poświęconego uczestnictwu w kulturze osób g/Głuchych odnosiło się do sytuacji korzystania z treści udostępnianych online. Większość osób biorących udział w warsztacie nie wiedziała, że Zamek streamuje część wydarzeń w internecie i że są one zazwyczaj tłumaczone na PJM³. Nie wyczuwało się jednak jakiegoś szczególnego niezadowolenia w związku z tym faktem. Można je powiązać z informacjami przedstawionymi na początku tego podrozdziału, mówiącymi o samowykluczeniu wielu osób g/Głuchych z aktywności kulturalnych.
- Zwracano jednak uwagę, że na jakość odbioru materiałów online, oprócz profesjonalizmu tłumacza/ki, ma wpływ również wielkość „okna”, w którym występuje osoba tłumacząca (również sposób jej oświetlenia). Niestety, w zamkowych realizacjach osoba tłumacząca jest za mała. Powinna zajmować 1/8 ekranu, by była widoczna dla głuchych odbiorców transmisji.

Tłumacze PJM

- Głusi obecni na spotkaniu nie mieli świadomości, że niektóre wydarzenia (wykłady, dyskusje, rzadziej – oprowadzania po wystawach) są tłumaczone na PJM.
- Tłumacze PJM bywają za mało selektywni wobec zleceń, przyjmują je wszystkie, bez przygotowania kierunkowego.

3. Badania poznańskiego sektora kultury w pandemii, przygotowane przez Centrum Kultury Zamek w Poznaniu, przynoszą więcej informacji na temat (nie)dostępności kultury powstającej w internecie. <https://www.poznan.pl/mim/wydzialkultury/badania-kultura-przyszlosci,p.53934.html> [data dostępu: 07.01.2023].

Informacja o wydarzeniach wśród osób Głuchych

- Głusi najchętniej pojawiają się na wydarzeniach, które są (współ)tworzone przez g/Głuchych, a także w których zatrudnieni są edukatorzy/edukatorki z dysfunkcją słuchu. Osoby takie często same przygotowują reklamy w PJM i potem „pocztą pantoflową” to się rozchodzi w środowisku Głuchych. Umieszczenie informacji na facebookowym profilu instytucji kultury nie jest wystarczające, dopiero udostępnienie jej przez osobę Głuchą (lub licznie obserwowane strony prowadzone przez NGO zrzeszające osoby g/Głuche) ma szansę trafić potem do innych osób ze środowiska Głuchych. Kluczowe jest zatem trafienie do osoby znanej w środowisku Głuchych.
- Materiały promocyjne/informacyjne, oprócz FB, warto zamieszczać na Instagramie i TikToku (w tych dwóch ostatnich mediach społecznościowym niemal całkowicie główni nadawcy zapominają o tłumaczeniu na PJM, na szczęście napisy są bardziej powszechne, choć dotyczą przede wszystkim materiałów anglojęzycznych). Warto dostosować posty – operować przede wszystkim obrazem/grafiką/infografiką oraz filmikami (z tłumaczami PJM lub jeszcze lepiej, gdy wydarzenia są zapowiadane przez osoby Głuche – natywni użytkownicy języka migowego).
- Jeden z uczestników zaproponował, by Zamek prowadził VLOGA, gdzie trafiałyby wszystkie informacje o przygotowywanych wydarzeniach otwartych na uczestnictwo osób g/Głuchych. Tak czy inaczej – należy być obecnym z ofertą w wielu kanałach komunikacyjnych, nie należy ograniczać się tylko do FB i macierzystej strony www instytucji.
- Uczestnicy badań raczej nie są zaznajomieni z ofertą Zamku. Nie słyszeli o większości dostosowań. Warto przygotować wspólnie z organizacjami osób g/Głuchych (m.in. PZG) kampanię informacyjną na ten temat.

Pozostałe uwagi

- Prośba o przygotowanie w kawiarni prostej karty zamówień (infografiki pomagające skomunikować się osobie g/Głuchej z pracownikiem/cą kawiarni). Są one zwłaszcza pomocne dla osób starszych nie posługujących się nowymi technologiami (na przykład usługą tłumacza online).
- Zamek mógłby zaaranżować i moderować spotkanie dla poznańskich organizacji zajmujących się wsparciem osób g/Głuchych. Taka wspólna narada, poprowadzona według kilku punktów, mogłaby pomóc Zamkowi w rozpowszechnieniu informacji o swojej ofercie oraz być początkiem/pretekstem do odwiedzenia Zamku przez osoby, które dotychczas w nim nigdy nie były.

- Pojawił się pomysł stworzenia społecznej rady konsultacyjnej, która działałaby obok dyrektorki CK Zamek. Raz lub dwa razy do roku mogłaby się taka rada spotykać, opiniować, konsultować, doradzać dyrekcji w kontekście włączania osób g/Głuchych do życia instytucjonalnego CK Zamek (uspolecznianie instytucji).

Osoby starsze zależne

Zależność osób starszych najprościej można przedstawić jako stan ograniczonej samodzielności, oznaczającej konieczność polegania na innych osobach, grupach, instytucjach. Owa niesamodzielność najczęściej związana jest z ograniczeniami sprawności fizycznej (doświadczana w wyniku procesów starzenia się i chorowania niepełnosprawność) oraz z problemami natury psychicznej (lęk przed interakcjami społecznymi, unikanie kontaktu z innymi ludźmi, etc.). Obie kwestie – choć niewyczerpujące całej palety możliwych sytuacji, które prowadzą do zależności – mogą oznaczać również problemy z samoobsługą (czyli niemożność samodzielnego robienia zakupów, dokonywania czynności higienicznych, przygotowywania i spożywania posiłków, etc.). Co szczególnie warto podkreślić w tym miejscu, nawet tak zdefiniowana zależność nie ma charakteru ani permanentnego, ani nie oznacza, że każda osoba określona jako zależna we wszystkich aspektach swojego funkcjonowania wymaga pomocy i wsparcia. Każda jednostka powinna być oceniana indywidualnie w zakresie swej (nie)zależności.

Zależność nie jest terminem neutralnym. W dyskursie publicznym jest nacechowany negatywnie. Określa się w ten sposób osoby niesamodzielne, które wymagają uwagi, wsparcia, pomocy. Nie musi być nic złego w tym, że obdarza się kogoś troską, empatią. Problem jest jednak ze statusem osób doświadczających jakiejś trudności, osób o ograniczonej sprawności albo o nienormalnych sposobach funkcjonowania w społeczeństwie.

Tak długo, jak rozumienie zależności (oraz wynikające z niego postępowanie) będzie zdominowane przez założenie o czyjejś niesuwerenności, podległości, słabości, niesamodzielności, tak długo słowo „zależność” nie będzie tylko terminem opisowym, ale także stygmatyzującym. Semantyczne zdominowanie jednostek określonych jako zależne będzie się odtwarzało dopóty, dopóki nie zmienią się rozumienie i użycie tego pojęcia. Bardziej precyzyjne, zniuansowane posługiwanie się określeniem „zależny” może pomóc nam w... porzuceniu zależności (jeżeli uznajemy ją za status negatywny, niewygodny, niechciany

przez same opisywane w ten sposób osoby). Bardzo duża w tym rola kultury, którą Centrum Kultury Zamek systematycznie i w sposób coraz bardziej zaawansowany odgrywa.

Usługi świadczone osobom zależnym przebywającym w mieszkaniach prywatnych skupiają się na ich potrzebach życiowych, opiece higienicznej zarządzanej przez lekarza. Ważna pielęgnacja nie zapewnia jednak jakościowego, urozmaiconego kontaktu podopiecznych z otoczeniem. Jest likwidacją resztek sprawczości, samostanowienia. Włączanie ich do uczestniczenia w kulturze w sposób możliwie jak najbardziej aktywny jest próbą wychodzenia poza niechcianą zależność.

Cechy osób starszych doświadczających „zależności” (płeć, klasa, rasa, etc.)⁴

Osoby starsze zależne, podobnie jak wszystkie grupy kategoryjne, są wewnętrznie zróżnicowane. Nie sposób formułować rozsądnych generalizacji, co nie oznacza oczywiście możliwego prezentowania treści, które odnoszą się do uwarunkowań społecznych wspólnych wielu osobom niesamodzielnym (lub mniej samodzielnym). Ich pozycja społeczno-ekonomiczna może być (i jest) niezależna od cech osobowościowych, charakteru, biografii, indywidualnych potrzeb czy kompetencji. Niektóre generalizacje, które przedstawiamy poniżej, zbliżają się do stereotypów, co jednak nie sprawia, że nie mogą być prawdziwe dla wielu/większości osób starszych (w tym zależnych). W literaturze przedmiotu znajdujemy między innymi informację, że przedstawiciele i przedstawicielki tej grupy są m.in.:

- punktualni,
- oszczędni,
- samotni/osamotnieni (więcej miejsca temu zagadnieniu poświęcamy w dalszej części),
- wierzący,
- rodzinni (to znaczy, że rodzina jest w ich hierarchii wartości bardzo wysoko).

Wśród zmiennych, na które chcielibyśmy szczególnie zwrócić uwagę w kontekście omawianej grupy, są płeć, klasa społeczna oraz orientacja seksualna.

4. Na podstawie: A. Beisgen Beverly, C. Kraitman Marilyn, *Seniors Centers: Opportunities For Successful Aging*, Springer Publishing Company, New York 2003; M. Jefferys (ed.), *Growing Old in the Twentieth Century*, Routledge, New York 1989; A. Kotlarska-Michalska, *Samopoczucie społeczne osób w starszym wieku*, „Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny” 1999, z. 1.

W istotny sposób pomogą nam one dopełniać charakterystykę opisywanych osób, a wydaje się, że są nazbyt często pomijane w analizie tematu (unifikacja grupy, bez dostrzegania uwarunkowań zależności).

→ **zależność a płeć (zarówno w wymiarze biologicznym, jak i społeczno-kulturowym)**

Tak starość, jak i zależność są konceptami sfeminizowanymi. Chodzi tutaj zarówno o kwestie demograficzne (dłuższa średnia wieku umierania kobiet niż mężczyzn), jak i uwarunkowania społeczno-kulturowe. Mamy tutaj na myśli kulturowy status kobiecości w zachodnich społeczeństwach. Wpisane w kobiecą rolę i towarzyszącą jej normatywność przyjmowanie pozycji osoby słabszej, podporządkowanej, zewnątrzsterownej – oraz wzmacniające je zachowania otoczenia – będące dowodem troski, zaopiekowania się, sprawiają, że kobiety i kobiecość są bardziej dostrzegalne w dyskursie o senioralnej zależności. Nie oznacza to oczywiście, że autodeklaracja wielu kobiet jako osób potrzebujących wsparcia jest naturalną, immanentną cechą większości kobiet. Nie – wskazujemy tutaj tylko na pewien kontekst i szukamy wyjaśnienia, dlaczego kobiety (mimo uwarunkowań demograficznych) stanowią częstszy obraz, ilustrację zależności. Może być tak, że niezależność do końca pozostaje bronionym atrybutem mężczyzn i męskości i trudniej przychodzi ją uwzględnić – tak samym seniorom, jak i ich otoczeniu. Uwaga ta, przy pogłębionej analizie problemu zależności (i konsekwencji posługiwania się tym terminem), powinna stanowić odpowiedź dla decydentów, pracowników społecznych, animatorów i edukatorów – jak „wyciągać z kulturowej zależności” również kobiety. Inkorporowanie lub odrzucanie rozumienia siebie w kategorii zależności jest operacją z obszaru akceptacji lub nie, określonej społecznej i osobistej tożsamości. Kobiety są bardziej chętne do narratywizowania swojego życia, a ich kompetencje „storytellingowe”, albo po prostu umiejętności gęstego opowiadania swojego życia, można postrzegać także w kategoriach nad tym życiem kontroli – możliwości samodzielnego opowiadania swojej historii, herstorii. Bardzo dostrzegalne były te elementy w ramach realizowanego przez Bartka Lisa działania zatytułowanego „Małe historie” (przy okazji zamkowego projektu „Zamek OTWARTY”). Starsi mieszkańcy dwóch poznańskich domów pomocy społecznej opowiadali swoje życie. Już możliwość zainteresowania słuchacza/słuchaczek swoją opowieścią, próba przedstawienia tego w zajmujący sposób – były istotnymi kompetencjami pozwalającymi „wymknąć się z zależności”. Mężczyźni w opowieściach bywają jednak bardziej chronologiczni i faktograficzni. Robią to linearnie, z mniejszą poetyckością czy fabularnością (choć nie jest to rzecz jasna regułą). Wspominają przy tym o zajmowanych pozycjach

i pełnionych rolach. Kobiety częściej mówią o kluczowych, przełomowych momentach, a także anegdotycznie i z humorem wspominają zdarzenia.

→ **zależność a klasa społeczna**

Jakkolwiek uwarunkowania doświadczania zależności w wieku starszym są bardzo rozbudowane (zależnie od akcentowanego kontekstu będą eksponowane bardziej elementy społeczno-kulturowe albo fizyczne – sprawnościowe), to nie sposób nie zauważyć, że na jej rozwijanie i przebieg ma wpływ status ekonomiczny, zajmowana w życiu pozycja społeczna, posiadane kapitały (w tym ekonomiczne, oraz wzajemnie na siebie wpływające pozostałe kapitały – kulturowe, społeczne, symboliczne), rodzaj wykonywanej pracy. Nie jest tak, że osobami zależnymi stają się tylko osoby pochodzące z klas ludowych, lecz staramy się zauważyć, iż zajmowanie pozycji w szerokim polu symbolicznym jako osoba zależna (w jej wymiarze społeczno-kulturowym) częściej przytrafia się osobom z klas niższych (choć i tutaj jest pewne zastrzeżenie).

→ **zależność a tożsamość psychoseksualna**

Kwestia seksualności, w tym orientacji seksualnej osób starszych jest – zwłaszcza w polskim kontekście – tabuizowana. Warto jednak pamiętać, że dla osób dorastających/dojrzewających w okresie znacznie głębszej instytucjonalnej i społecznej homofobii, niż ta doświadczana aktualnie, funkcjonowanie jako osoba nieheteronormatywna w wieku senioralnym jest jeszcze trudniejsze. W momencie „wpadania” w zależność (tutaj – niesprawność fizyczną i możliwość samoopieki/samoobsługi) nieposiadanie bliskich (odchodzący członek rodziny naturalnej lub odrzucenie przez nich starszej osoby w związku z jego/jej seksualną nienormatywnością; plus nieposiadanie partnera/partnerki w związku nie tylko z kwestiami demograficznymi, ale przede wszystkim w nawiązaniu do opresyjnych warunków, które uniemożliwiły powstanie, budowanie i trwanie takich relacji) oznacza dramatyczną sytuację dla tych osób. Osamotnienie staje się nierzadko jeszcze bardziej dojmujące w ich przypadku. Warto pamiętać o osobach nienormatywnych (w tym osobach homoseksualnych lub transpłciowych) w kontekście procesów starzenia się polskiego społeczeństwa, jakości życia oraz instytucjonalnego wsparcia. Jak rozwijać te mechanizmy umiejętnie z korzyścią dla obecnych i przyszłych seniorów i senierek zależnych, którzy są akurat nienormatywni psychoseksualnie? Jest to z pewnością olbrzymie wyzwanie, przed którym stajemy jako społeczeństwo i w które muszą być włączone instytucje kulturalne i edukacyjne oraz państwowe.

Osamotnienie⁵

Samotność jest największym problemem, którego doświadczają osoby starsze, w tym osoby starsze zależne. O potrzebie bliskości, kontaktu z ludźmi wielokrotnie słyszał jeden z badaczy podczas swojej praktyki animacyjnej (jako pomysłodawca i koordynator „Zamku OTWARTEGO”) oraz badawczej (jako badacz społeczny).

Ucieczka od zależności

W kontekście minimalizowania negatywnych skutków stygmatyzacji części osób starszych o ograniczonej samodzielności, jako osób zależnych, ważne jest dostrzeganie przestrzeni kompetencji, umiejętności, sprawstwa, eksperckości seniorów i seniorek, których technicznie (zwykle niesłusznie) opisujemy za pomocą tego przymiotnika. Ucieczka od zależności – a w zasadzie pomoc w jej uskutecznianiu – jest największym wyzwaniem o charakterze socjoterapeutycznym i kulturowym, w którego podjęcie powinny być zaangażowane instytucje kultury. Seniorki i seniorzy sami szukają przestrzeni, luk, w ramach których mogą zaimplementować swoją samodzielność lub sprawczość. Na przykład uczestnicy i uczestniczki projektu „Zamek OTWARTY” bardzo cenią sobie te spotkania, które odbywają się poza ich DOM-ami, w Zamku. Odbierają to jako momenty, w których samodzielnie dokonują wyboru oferty, przygotowują się do wyjścia, uczestniczą w zajęciach, dzieląc się swoją wiedzą i kompetencjami, a potem, po powrocie, opowiadają kolegom i koleżankom o tym doświadczeniu.

W grupie osób starszych, którą jeden z autorów raportu poznał w efekcie swojej animatorskiej i socjologicznej pracy od 2017 roku, są osoby o różnych kapitałach kulturowych, społecznych, ekonomicznych, politycznych, symbolicznych. Dominantę stanowią jednak osoby ciekawe i świadome różnorodnych form ekspresji kulturowej. Dysponują również przynajmniej podstawowymi kompetencjami społecznymi (wychodzą „do ludzi”, wykonują wspólnie różne działania, opiekują się sobą nawzajem, etc.). Ich obywatelska świadomość włącza kwestie dotyczące ekologii (świadomość kryzysu klimatycznego), zdrowia (znajomość sytuacji pandemii) i polityki (kto rządzi, własne poglądy polityczne i obywatelskie).

5. Por. A. Kotlarska-Michalska Anna, *Samopoczucie społeczne osób w starszym wieku*, op. cit.; M. Jefferys (ed.), *Growing Old in the Twentieth Century*, op. cit.; B. Lis (red.), *Seniorzy zależni jako uczestnicy kultury. Użyteczny poradnik*, CK Zamek, Poznań 2019.

Osoby z niepełnosprawnością wzroku

Osoby doświadczające niepełnosprawności związanych ze zmysłem wzroku są również grupą wewnętrznie zróżnicowaną. Dodatkowo – inaczej niż w przypadku osób Głuchych – nie stanowią grupy kulturowo różnej od słyszającej większości Polek i Polaków. Fakt posługiwania się tym samym – fonicznym – językiem polskim bezpośrednio przekłada się na funkcjonowanie w obrębie normatywności typowej dla danego społeczeństwa. Nie mówimy zatem o jakiejś specyficznej kulturze osób niewidomych, która mogłaby się domagać widoczności. Nie należy tego czytać jako zaprzeczenie potrzeby reprezentacji i włączania przedstawicieli i przedstawicielek tej grupy kategoryjnej do współtworzenia kultury. Zdając sobie sprawę z trudności w uchwyceniu jakichś prawidłowości na temat funkcjonowania w przestrzeni publicznej (w tym w kontekście uczestnictwa w kulturze) osób niewidomych i słabowidzących – poza oczywistościami odnoszącymi się do kwestii dostosowawczych (szerokie stosowanie audiodeskrypcji, wykorzystanie komunikatów głosowych w nawigacji po instytucji, wyposażanie przestrzeni w napisy w alfabecie Braille’a, usuwanie przeszkód w przestrzeni, stosowanie kontrastowych oznaczeń, dostosowanie komunikatorów internetowych, etc.) i edukacyjnych (szkolenie pracowników w zakresie obsługi klienta/widza z niepełnosprawnością wzroku) – postanowiliśmy skupić się z jednej strony na grupie odbiorczej osób młodych (uczniów i uczennic Specjalnego Ośrodka Szkolno-Wychowawczego dla Dzieci Niewidomych w Owińskich; w spotkaniu warsztatowym w siedzibie ośrodka brało udział 20 dzieci w wieku 13-15 lat ze szkoły podstawowej, w tym 14 dziewcząt i 6 chłopców; oddziały dla uczniów z normą intelektualną i niepełnosprawnością intelektualną w stopniu lekkim), z drugiej zaś na osobach starszych z wysokimi kapitałami kulturowymi, aktywnie uczestniczącymi w życiu kulturalnym. Pierwsza grupa miała ułatwić nam rozpoznanie potrzeb typowych dla tej grupy wiekowej, w których realizacji może pomóc Centrum Kultury Zamek, działając jednocześnie z zamiarem budowania relacji, która może w przyszłości przełożyć się na samodzielne (indywidualne) korzystanie z kultury przez osoby z niepełnosprawnościami wzroku. Rozmowa z przedstawicielami drugiej grupy posłużyła nam do wyciągania wniosków odnośnie do tworzenia oferty, która jak najlepiej będzie skrojona pod potrzeby tego typu odbiorcy.

MŁODZIEŻ

Podczas rozmowy na temat preferowanych i praktykowanych sposobów spędzania czasu wolnego mocno uwidaczniał się aspekt indywidualistyczny. Dzieci najczęściej oddają się rozrywkom i aktywnościom, które nie zakładają obec-

ności osób drugih. Trudno określić, czy jest to sytuacja preferowana, czy też okoliczność wypadkowa związana z niezintegrowaniem z innymi osobami widzącymi (w tym młodymi). Aby móc zbudować jakieś rozsądne wnioskowanie, trzeba by było również odnieść się do stylów spędzania czasu wolnego przez młodzież bez doświadczenia niepełnosprawności. Warto zaznaczyć, że wśród naszych rozmówców i rozmówczyń były zarówno osoby mieszkające w okolicy szkoły i dowożone do niej przez swych opiekunów, jak i mieszkające w internacie. W przypadku tych ostatnich można założyć, że przebywanie z rówieśnikami jest częstsze i może stanowić dominantę dziennych aktywności (choć wciąż będą to głównie osoby z niepełnosprawnościami). Przekazane nam przykłady spędzania czasu wolnego można uporządkować w poniższy sposób:

- indywidualne aktywności z wykorzystaniem nowych technologii (smartfonu, tabletu, laptopa, komputera stacjonarnego, konsoli do gry, czytnika):
 - gra w gry komputerowe,
 - czytanie książek,
 - słuchanie muzyki,
 - oglądanie filmów, seriali, anime,
 - słuchanie audiobooków;
- indywidualne aktywności z wykorzystaniem starszych technologii (telewizor, radio):
 - słuchanie muzyki,
 - oglądanie seriali i filmów;
- indywidualne i grupowe aktywności na powietrzu, poza domem (sporty: bieganie, gra w piłkę, wyjazdy do większych ośrodków miejskich w celu uczestniczenia w koncertach, konwentach fantastyki, wizytach w muzeach, etc.);
- indywidualne aktywności w domu (bez wykorzystania technologii):
 - śpiewanie,
 - gotowanie,
 - nauka języków obcych,
 - majsterkowanie / prace domowe,
 - prace ogrodowe,
 - gra w szachy,
 - kolekcjonowanie motyli.

W efekcie przeprowadzonego warsztatu oraz rozmów z uczennicami i uczniami udało się określić następujące deficyty, które CK Zamek może brać pod uwagę w ramach tworzenia ewentualnej oferty/propozycji skierowanej do młodych osób z niepełnosprawnościami wzroku:

→ **brak kontaktu z nowymi osobami poza ośrodkiem**

Oddalenie ośrodka od większych skupisk ludności, w tym od stolicy Wielkopolski, oprócz korzyści związanych z tym faktem, może oznaczać również brak możliwości nawiązywania urozmaiconych relacji z pozaszkolnym otoczeniem. Niepełnosprawność wzroku niestety często oznacza wykluczenie z kontaktów społecznych, innych niż aranżowane przez osoby widzące, będące w otoczeniu osób niewidomych lub słabowidzących. Nie musi to stanowić reguły, jednak z innych źródeł i doświadczeń badawczych wiadomo, że funkcjonowanie w społeczeństwie, w którym grupę dominującą stanowią osoby bez doświadczenia niepełnosprawności (w tym wzroku), zwykle oznacza trudność w nawiązywaniu kontaktów z osobami pozostającymi w normie (przyczyną takiego stanu rzeczy jest m.in. niewystarczająca liczba okazji do nawiązania kontaktów, uczestnictwa w sytuacjach integracyjnych, spotkań z osobami spoza arbitralnie określonej grupy – tutaj: grupy osób z niepełnosprawnościami wzroku).

→ **brak cykliczności**

Deficytem powiązany z powyższym jest sporadyczność, odświętność, punktowość kontaktów z instytucjami kultury. Do wytworzenia relacji – a co za tym idzie, stworzenia szansy na integrację z osobami pozostającymi w normie – niezbędne jest nawiązanie stałego kontaktu z miejscem. Osoby badane informowały nas o sporadycznych „wyjściach”, jednak wydaje się, że zwłaszcza w kontekście szkół o takich specyfice i profilu, jak owiński ośrodek, sens miałaby stała współpraca na przykład z jedną klasą (klasa patronacka?). Zagęszczenie kontaktów i bliższa współpraca Ośrodka z Zamkiem wpisywałyby się w społeczną definicję instytucji kultury.

→ **brak działań proaktywnych**

Dotychczasowe doświadczenia kulturowe, o których opowiadała młodzież (zwłaszcza związane z uczestnictwem w instytucjonalnej kulturze), miały charakter ofertowy (gdzie uczeń/uczennica występują jako bierny konsument – odbiorca, osoba oprowadzana, słuchająca, patrząca). W kontekście zainteresowań i talentów niektórych z naszych rozmówców dostrzegalny jest brak ich włączania jako współtwórców. Angażowanie młodzieży do współtworzenia oferty oraz bardziej aktywnego uczestnictwa (także bazującego na ich sensorycznej wrażliwości i manualnych/taktylnych preferencjach) mogłoby dostarczyć kolejnej okazji do jej rozwoju, włączania do głównego nurtu życia społecznego i emancypacji (nabierania przekonania o wartościowości swojego życia). (Współ)prowadzenie warsztatów kulinarnych? Realizacja autorskich –

taktylnych oprowadzań po Zamku (we współpracy z zamkowym zespołem i po przejściu pewnego procesu)? Realizacja słuchowisk i wokalnych występów? Aktywizowanie osób z niepełnosprawnościami wzroku poprzez współpracę z Zamkiem może być inspirujące również dla samej instytucji – zachęcać do pogłębiania pomysłu lub twórczo wpływać na program (podczas pracy nad raportem Bartek Lis wpadł na jeden z cytatów z wypowiedzi respondentki, biorącej udział w innych realizowanych przez niego badaniach, który może mieć wiele inspirujących odczytań na przykład w kontekście przygotowywanej w 2023 roku w Zamku wystawy o kosmosie: „Absolutnie nie rozumiem widzenia... czasami myślę, że – przepraszam – że wy jesteście wyjęci z kosmosu, że to jest jakiś wybryk. O co chodzi? Skąd wiadomo, że ktoś stoi po drugiej stronie ulicy, jeśli on się nie odzywa? Że wy jesteście inni, że jesteście z kosmosu...”⁶).

Kompetencjami, które zostały nam zakomunikowane w dużym natężeniu, a które można włączyć do zamkowej oferty tworzonej z uważnością na tę grupę odbiorczą (czasami bardziej je wyeksponować lub po prostu o nich pamiętać), są:

→ czytanie

Młodzież, o której mowa, inaczej niż większość młodych osób w tym wieku, czyli bez niepełnosprawności wzroku, dużo czyta lub swój kontakt z literaturą zapośrednicza przez audiobooki. Sfera opowieści, czy to samodzielnie odczytywanych, czy odsłuchiowanych, stanowi ważny aspekt jej kulturowych doświadczeń. Wszelkie formy barwnego audiodeskrybowania, rozwijania wyobraźni oraz wrażliwego (uwważnego) słuchania (także muzyki) mogą być atrakcyjne dla tej grupy odbiorczej.

→ manualność

Dotykanie – poznawanie świata przez dotyk jest naturalną rzeczą, gdy dyskutujemy o świecie osób niewidomych, słabowidzących. Doświadczenie rzeczywistości w sposób pozawzrokowy, sensualny rozpoczyna się często poprzez dotyk. Praca z produktami żywnościowymi (gotowanie) to oprócz smakowania i wąchania także doświadczenie dotykiem. Opowiadane pasje – kolekcjonerstwo, tworzenie modeli, majsterkowanie, ogrodnictwo – stanowią rezerwuar możliwych aktywności, które warto uruchomić w pozaszkolnym, kulturowym kontekście, gdyby chcieć rozwijać relacje ze środowiskiem młodych osób

6. B. Lis, *Althamer haptycznie*, w: *Polietylen. W ciemności* [katalog wystawy pod tym samym tytułem], Muzeum Współczesne Wrocław, Wrocław 2013, s. 78.

z niepełnosprawnością wzroku. Eksperymentowanie i poznawanie świata przez dotyk może się odbywać na przykład w ramach różnych warsztatów (także naukowych – fizycznych, chemicznych).

STARSI DOROŚLI Z NIEPEŁNOSPRAWNOŚCIĄ WZROKU

Uwagi przedstawione w tej części bazują na wywiadzie pogłębionym (diadzie) z dwiema osobami w wieku senioralnym (niewidomy mężczyzna oraz słabowidząca kobieta). Oboje określają się mianem „emerytów”. Są osobami z wyższym wykształceniem (społecznym, humanistycznym), aktywnie uczestniczącymi w poznańskim i ogólnopolskim życiu kulturalnym. Reprezentują w nawiązaniu do tych informacji grupę osób o dość wysokich kapitałach kulturowych – preferujących doświadczenia z obszaru kultury elitarnej (filharmonia, opera, teatr), choć również rozlubowanych w kulturze filmowej (czerpią także przyjemność – jak sami mówią – z oglądania *Listów do M.* lub *Króla Iwa*).

Respondenci są wciąż bardzo mobilnymi i aktywnymi odbiorcami kultury, szczególnie pasjonują się właśnie kulturą filmową, co zostało już dostrzeżone przez zamkowy zespół odpowiedzialny za wdrażanie projektu „Kino bez barier”. Najważniejsze wątki (często przyjmujące formę rekomendacji, sugestii sformułowanych przez rozmówczynię i rozmówcę) przedstawione zostały poniżej:

→ gotowość do współtworzenia

Także w przypadku tych osób uwidoczniła się potrzeba bardziej prosumenckiego podejścia do kultury (aktywnego, twórczego, współautorskiego). Nie świadczy to oczywiście, że wszystkie osoby tworzące grupę kategoriałną osób dorosłych z doświadczeniem słabego wzroku postulują tę formę uczestnictwa w kulturze. Wiemy, że tak nie jest – choćby bazując na rekonesansie badawczym przeprowadzonym przez zespół Działu Programów Społecznych przy okazji realizacji projektu „Kino bez barier”. Niemniej warto pamiętać również o osobach, które dysponują kompetencjami i wolą większego zaangażowania w pracę programową. Nasi rozmówcy / nasze rozmówczynie piszą recenzje filmów (z audiodeskrypcją) i podejmują działania na rzecz swojego środowiska (samorzecznictwo). Animowanie dyskusji po projekcjach niektórych filmów również mogłoby być pomysłem na włączanie bardziej aktywnych widzów/widzek z niepełnosprawnościami sensorycznymi.

→ wymiana doświadczeń

Przejawem ich aktywności i refleksyjnego podejścia do tekstów kultury (a za taki uznajemy film z audiodeskrypcją) jest propozycja, by Zamek uczestniczył

(organizacyjnie, merytorycznie, produkcyjnie) w zorganizowaniu swego lokalnego forum środowisk audiodeskrypcyjnych. Wymiana doświadczeń, dyskusja, edukacja – faktycznie mogą wpłynąć na rozwój tej sztuki oraz mieć duży edukacyjny i promocyjny atut. Wiemy, że Dział Programów Społecznych CK Zamek (zespół „Kina bez barier”) myśli już o podjęciu tego tematu w bliskiej przyszłości.

→ **audiodeskrypcja**

Nawiązując do powyższego punktu: audiodeskrypcja jest kluczowa dla osób z niepełnosprawnościami wzroku w kontekście dobrego uczestnictwa. Oprócz realizowanych już opisów materiałów wizualnych umieszczanych przez Zamek w sieci czy rozwijania idei kina bez barier ważne jest dla naszych interlokutorów także to, by również przedstawienia teatralne pokazywane czasami na zamkowej scenie były wyposażone w audiodeskrypcję (nie tylko sporadycznie, lecz stale).

→ **komunikacja**

Dowiedzieliśmy się również, że niestety w niewystarczający sposób Zamek dystrybuuje informacje o przygotowywanych/realizowanych audiodeskrypcjach wybranych prac pokazywanych w Sali Wystaw (nasi rozmówcy dowiedzieli się o tym od badacza prowadzącego z nimi wywiad). Należy zadbać o lepsze komunikowanie tego coraz powszechniejszego faktu.

→ **taktylność**

Taktylność doświadczeń – w tym zwłaszcza wizyt w przestrzeniach galerijnych – była wielokrotnie podkreślana. Możliwość dotykowego poznania, uzupełniona dobrą – fabularną (czyli interpretacyjną) – audiodeskrypcją jest marzeniem niemal wszystkich osób z niepełnosprawnością wzroku, angażujących się w doświadczenia kulturalne. Nie każda wystawa pokazuje prace, których można haptycznie doświadczyć, jednak próba tworzenia modeli, tyflografik – może być częściowym wsparciem w tym zakresie.

→ **eksperymentowanie**

Eksperymentowanie z formatami i wychodzenie poza stereotyp było również tematem wywiadu. Rozmówczyni i rozmówca przypominali sobie doświadczenie uczestnictwa w warsztatach tanecznych jako przykładu łamania stereotypów i angażowania nowych grup odbiorczych osób z niepełnosprawnościami sensorycznymi. Miałby to być także sposób na docieranie do osób młodszych, a przy okazji na tworzenie potrzebnych sytuacji integracyjnych

(grup międzypokoleniowych, wielokompetencyjnych, o różnej normatywności cielesnej/sensorycznej). Wychodzenie od potrzeb osób, wsłuchiwanie się w ich praktyki (a także opowieści o utracie, barierach) może podpowiadać nowe rozwiązania/formaty. Dla naszej rozmówczyni audiobooki są sposobem na realizowanie swoich czytelniczych pasji w sytuacji stopniowej utraty wzroku (o satysfakcji z korzystania z audiobooków słyszeliśmy wielokrotnie w kontaktach z seniorkami – uczestniczkami projektu „Zamek OTWARTY”). Z przyjemnością wzięłaby udział w spotkaniach zamkowego dyskusyjnego klubu „słuchawczego”.

→ **wsparcie**

Ostatnim wątkiem, o którym warto wspomnieć przy okazji referowania najważniejszych uwag przekazanych w trakcie wywiadu, jest kwestia asystentkiego wsparcia osób niewidomych i słabowidzących. Zdaniem rozmówców, jedną z podstawowych barier i przyczyn niskiego uczestnictwa osób z niepełnosprawnością wzroku w wydarzeniach kulturalnych (przy niezbędnym założeniu, że audiodeskrypcja jest niedyskutowalną cechą większości wydarzeń) jest brak pomocy w dotarciu do Zamku (zwłaszcza w sytuacji remontów ulic w bliskim otoczeniu Centrum). Można założyć, że komunikowanie o zapewnieniu wsparcia wolontariuszy w dotarciu na wybrane wydarzenia organizowane przez CK Zamek przełoży się na zwiększony w nich udział osób z niepełnosprawnością wzroku. Pomoc jest szczególnie istotna w przypadku osób starszych.

Osoby z innymi trudnościami w uczestnictwie w kulturze – migranci

Częścią naszego badania był warsztat wydobywczy zrealizowany z udziałem osób wschodniego pochodzenia, mieszkających od dłuższego czasu w Poznaniu (w grupie badawczej znalazło się 10 osób – 9 pochodzących z Białorusi, 1 z Ukrainy; wszystkie osoby w sposób komunikatywny posługiwały się językiem polskim; dominantę stanowiły osoby w przedziale wiekowym 25-35 lat; były to osoby pracujące, niektóre z nich posiadały dzieci; czterech mężczyzn oraz sześć kobiet). Poniżej przedstawiamy najważniejsze wątki oraz grupujemy przekazane informacje według kilku kategorii problemowych:

→ **Poznań jako miejsce życia**

Uczestniczki i uczestnicy spotkania podkreślali swój pozytywny stosunek do miasta – chwalili jego kompaktowość, otwartość i możliwości, które daje (na przykład praca i miejsca edukacji dla ich dzieci). Decyzję o osiedleniu się

w Poznaniu osoby podejmowały po rekomendacjach bliskich i znajomych oraz w efekcie własnego doświadczenia.

→ uczestnictwo w kulturze / praktyki

Życie młodych dorosłych jest w dużym stopniu ustrukturyzowane ze względu na dwa obowiązki – pracy i wychowania potomstwa, stąd wątek angażowania dzieci (również w sytuacjach rodzinnych, międzypokoleniowych) naturalnie wybrzmiewał.

Sytuacja migracji z kraju pochodzenia (w głównym stopniu mowa tutaj o Białorusi) wiąże się z potencjalnym poczuciem osamotnienia, wykluczenia. Stąd potrzeba spotkań z osobami pochodzącymi z tego samego kraju. Mimo zamieszkiwania w Polsce od kilku lat (w przypadku większości osób obecnych na spotkaniu mowa jest o dłuższej historii migracji) mówią, że nie znają zbyt wielu Polaków poza kontekstem zawodowym. Jednocześnie zgłaszają pragnienie bycia bardziej włączonym do „polskiej codzienności”.

Uczestnictwo w życiu społecznym odbywającym się poza przestrzeniami prywatnymi jest tym bardziej ważne dla osób nieco starszych (40+). Uczestnicy badań wspominają również, że białoruscy i ukraińscy seniorzy szczególnie trudno odnajdują się w tej sytuacji (wciąż bariera językowa, tęsknota za krajem, nieznajomość polskiej kultury, poczucie wykluczenia i niewłączania do kultury polskiej).

Kilka osób wspominało o integracyjnej funkcji wspólnego śpiewania. Mają także takie doświadczenia – na przykład w związku z aktywnościami białoruskiego chóru. Ludowy i ludyczny aspekt uczestnictwa w kulturze – choć nie powinien być przeceniony – był parokrotnie przedstawiany jako cenny, pożądany. Nie można wykluczyć, że wybrzmiewa przy tej okazji resentyment do dawnych lat, gdy stanowiło się część narodowej wspólnoty osób żyjących w Białorusi.

Uczestnictwo w instytucjonalnej kulturze nie stanowi dominanty dla większości biorących udział w rozmowie osób. Oprócz preferowanych spotkań w mniejszym gronie w lokalach (kawiarniach), prowadzonych przez osoby pochodzące z ich kręgu kulturowego, wspomniano również inne miejsca w Poznaniu, w których się bywa (raczej rzadziej niż często). Były to: Brama Poznania, Muzeum Narodowe, Muzeum Instrumentów, Pawilon, CK Zamek, Teatr Ósmego Dnia. Ciepło wypowiadano się o aktywności Baraku Kultury. Osoby opowiadały o kulturze jako przestrzeni rozrywki, relaksu, animacji czasu

wolnego. Myślą o kulturze „eventowo” i raczej jako o momencie święta, celebracji. W związku z zapracowaniem weekend jest dobrym czasem na tego typu aktywności, najlepiej od razu połączone z zajęciami dla najmłodszych. Festiwal Fantastyki Pyrkon, bale, questy, gry miejskie – to niektóre przykłady doświadczeń, w których albo uczestniczyło się dotychczas, albo których się szuka.

→ język białoruski jako ważny element kultury

Przywiązanie do języka (białoruskiego oraz ukraińskiego) było wielokrotnie eksponowane. Rozmówcom i rozmówczyniom brakuje widoczności tegoż w przestrzeni publicznej (białoruski), zwłaszcza teraz, gdy toczy się bój o utrzymanie niezależności i autonomiczności białoruskiej kultury i tożsamości. Chcieliby i chciałyby móc częściej go widzieć/czytać/słuchać w przestrzeniach kultury. Dodają, że chcą być postrzegani także w kontekście współczesnych zjawisk i procesów, a nie tylko w związku z pewnym folklorem, tradycją, etnicznością. Choć te elementy są ważnym składnikiem ich narodowej tożsamości, to brakuje im włączania białoruskiej (i ukraińskiej) mniejszości kulturowej do dyskusji o współczesności, teraźniejszości. Przy okazji jest mowa o tym, że chcieliby i chciałyby mieć więcej okazji do systematycznego (nie festiwalowego) prezentowania swojej kultury, co miało by moc integracyjną, nie tylko dla ich własnej społeczności, ale także w związku z życiem obok „polskich sąsiadów”. Posłużenie się językiem białoruskim w zaproszeniach (internet, przestrzeń publiczna) byłoby czytane jako wyraz otwartości.

→ o Zamku

Badani mówili o Zamku jako nobliwej instytucji mieszczącej się w wielkim, zabytkowym gmachu, który budzi respekt i nie zawsze jest dla nich oczywiste, że można wejść do środka, poruszać się po nim, zwiedzać. Mówili: „u nas nic nie wolno” (w nawiązaniu do kultury w Białorusi), co bezpośrednio przekłada się na ich postrzeganie podobnych miejsc w Polsce. Jest kwestią osławiania się z innym modelem uczestnictwa w kulturze i używania zabytkowych budowli do realizowania praktyk kulturowych. Choć większość osób, z którymi rozmawialiśmy, była już wcześniej w Zamku, to jednak nadal jest on postrzegany jako obiekt bardziej muzealny, historyczny, niż żyjący dom kultury.

Zwracano uwagę, że nadal zbyt mało wydarzeń organizowanych w CK Zamek jest do nich skierowanych (to znaczy, że brakuje im opisu wydarzenia i zaproszenia w języku ojczystym). Chcieliby móc bardziej korzystać z przestrzeni Zamku, na przykład do organizacji własnych spotkań, wydarzeń, również otwartych na polskich uczestników.

W kontekście komunikacji o wydarzeniach – zwracali uwagę na konieczność posługiwania się wieloma różnymi narzędziami, platformami. Z nazwy, oprócz Facebooka (grup zamkniętych i poleceń znajomych), Instagramu (tutaj nie mieli najlepszego zdania o zamkowym Instagramie) wymieniano stronę poznaj.pl (możliwe również dlatego, że wiele osób odwiedza portal miejski w poszukiwaniu informacji urzędowych dotyczących meldunku czy innych kwestii) i goingapp.pl.

Zamek budzi respekt i jest marką. Już choćby z tego względu przedstawienie tej instytucji mieszkańcom przybyłym zza wschodniej granicy, jako przestrzeni dla nich dostępnej, otwartej, może przełożyć się na bywanie w niej.

→ propozycje

Uczestniczki i uczestnicy spotkania:

- chcą poznawać polską kulturę i społeczeństwo – najlepiej w jakiś nieszkolny sposób; w ramach przykładów padł wrocławski cykl „Polish Cinema for Beginners”, realizowany od kilku lat z powodzeniem przez Kino Nowe Horyzonty; w podobny sposób chcieliby prezentować swoją kulturę;
- chcą być włączani i włączane do współtworzenia rzeczy kulturalnych (jako inicjatorzy, partnerzy, konsultanci);
- chętnie przyjdą również i skorzystają z wydarzenia, które ma potencjał integracyjny (wielonarodowy), na którym będą po prostu gościem (ekonomia czasu nie pozwala wielu osobom na deklarowanie jakiegokolwiek bardziej aktywnego zaangażowania, jednak nie znaczy to, że nikt z naszych rozmówców nie rozważyłby wystąpienia w takiej roli);
- również przy okazji rozmowy z tą grupą pojawił się wątek reprezentacji; zatrudnienie (w jakiejś formie, w jakiejś postaci) „swojego” ma potencjał przełożenia na większą rozpoznawalność instytucji i jej oferty wśród osób pochodzących z tego samego kręgu kulturowego/językowego;
- chętnie korzystałoby z przestrzeni wspólnych Zamku do organizacji własnych spotkań i wydarzeń skierowanych do mniejszości białoruskiej i ukraińskiej, ale również dostępnej dla Polek i Polaków;
- chcieliby pewnej cykliczności wydarzeń dostępnych dla ich grupy językowej/kulturowej (czyli systematyczność, a nie festiwalowość jako sposób na wyrobienie nawyku i oswojenie się z zamkowymi przestrzeniami);
- wśród propozycji konkretnych działań pojawił się również pomysł spotkań dla młodych matek (jako grupy osób wykluczonych z instytucjonalnego uczestnictwa w kulturze – także z normą „ciszy” i „nieprzeszkadzania”, którą trudno utrzymać w towarzystwie małych dzieci); warsztaty tema-

tyczne, przeglądy filmów, dyskusje – wciąż pozostają atrakcyjnymi opcjami, ważne jest jednak, w jaki sposób wydarzenie jest komunikowane i czy zakłada otwartość dla obcokrajowców (czy jest to wprost zaznaczane, na przykład poprzez użycie języków słowiańskich, innych niż język polski);

- mówiono również o tym, że dobrym doświadczeniem jest możliwość obejrzenia po wydarzeniu dobrej relacji fotograficznej, w której oprócz artystów i animatorów widać także publiczność; umożliwienie oznaczania się na zdjęciach generuje dodatkowe zainteresowanie innych osób, które na przykład nie uczestniczyły w spotkaniu.

Chorowanie i kultura (na przykładzie osób chorujących na stwardnienie rozsiane)

Jeden z autorów niniejszego raportu – Bartek Lis – choruje na stwardnienie rozsiane (SM). Kilka poniższych refleksji jest efektem zarówno podejścia auto-etnograficznego, jak i pogłębionych wywiadów (13) zrealizowanych przez niego w 2019 roku oraz w latach 2020-2021 w związku z projektem zatytułowanym „Nie widać”⁷. Uzupełnieniem była rozmowa ekspercka z osobą tworzącą Fundację „Kulawa Warszawa”, która specjalizuje się w edukowaniu i doradztwie na temat dostępności. Szefowa tej organizacji pozarządowej również ma doświadczenie chorowania na SM.

Poszerzaniem myślenia o publicznej instytucji kultury jest poszukiwanie rozmaitych sposobów na to, do czego kultura i uczestnictwo w instytucjonalnej kulturze mogą się przydać osobom z różnymi doświadczeniami z obszaru zdrowia. Wciąż mało się mówi o chorowaniu jako czymś, co nie zawsze musi być prywatną, intymną historią. Czasami dochodzenie do zdrowia albo osvajanie się ze swoim nowym statusem (zmianą w ciele i psychice wywołaną przez chorobę) wymaga interakcji z innymi osobami, sytuacji społecznej, wspólnotowej. Kultura może mieć potencjał tworzenia przestrzeni do wspólnego spotkania osób z doświadczeniem chorowania (z uwzględnieniem również jego konsekwencji) przy jednoczesnym – bardzo istotnym – odmedykalizowaniu tej sytuacji.

Jednym z wyzwań może być próba tworzenia projektów i działań otwartych na uczestnictwo osób doświadczających różnych chorób oraz niepełnospraw-

7. „Nie widać” to projekt, którego głównym celem jest tworzenie przestrzeni dla osób dorosłych do spotkania i używania różnych kulturowych rekwizytów, narzędzi do opowiadania swojej niewidocznej historii. Każdy i każda indywidualnie ją wybiera i określa. Czasami jest to jakiś brak, ból, niewidoczna niepełnosprawność, albo po prostu pragnienie bycia z innymi ludźmi.

ności niewidocznych (wiele osób chorujących na SM nie ma widocznych objawów – czasami wspomagają się urządzeniami ortopedycznymi, kulami, laskami, tylko niektórzy poruszają się na wózku). Jak powtarzali rozmówcy, szukają przyjaznego miejsca, w którym przy okazji uczestnictwa w warsztacie, pokazie, wykładzie można się spotkać z innymi osobami, również z niewidocznymi niepełnosprawnościami lub doświadczeniem choroby – bez konieczności rozmawiania o tym, jakkolwiek charakter spotkań (ich tematyka, większa kameralność, cykliczność oraz ogólna rama koncepcyjna) odwoływałby się do tego ich wspólnego doświadczenia. Nie miałyby to być wydarzenia, podczas których odbywa się „terapeutyzowanie” (animatorzy kultury i edukatorki nie są osobami zajmującymi się prowadzeniem terapii), jednak dostrzeżono dużą wartość we wspieraniu osób w tworzeniu przyjaznego miejsca regularnych spotkań. W toku rozmów uwidaczniał się problem samotności (osamotnienia w chorowaniu) i jednoczesnego zmęczenia dyskursem medycznym. Kultura może tworzyć swoistą „otulinę” i wspierać osoby w ich indywidualnych ścieżkach „zdrowienia”.

Wywiad ekspercki oprócz ważnego komentarza, by bardzo ostrożnie i uważnie tworzyć takie inicjatywy (unikać sytuacji, w których spotkania miałyby charakter zwykłej wymiany medycznych i zdrowotnych historii), koncentrował się również wokół zagadnienia tzw. projektów specjalnych, czyli przeznaczonych dla jakiejś konkretnej grupy osób. Formatowanie w ten sposób wydarzeń może mieć nie tylko charakter stygmatyzujący, ale również separujący. Istotna jest narracja, sposób zaprojektowania i opowiadania wydarzenia, tak by zakładało w sobie maksymalnie dużo otwartości oraz by komunikowana była uważność na temat niewidoczności (choroby, niepełnosprawności). Jakkolwiek trudno jest to językowo przedstawić – ludzie mogą potrzebować z jednej strony dostrzeżenia, a z drugiej wtopienia się w grupę. Obecność osób z różnymi/podobnymi historiami daje poczucie wsparcia („nie jestem sam”) oraz możliwość zredukowania deficytów/braków, które każdy i każda indywidualnie określa. Wartością możliwą tutaj do uzyskania jest poczucie bycia razem – dzięki uczestnictwu w kulturze.

Ekspertka zwracała również uwagę na to, że warto starać się od samego początku włączać osoby do wspólnego wymyślania, współdecydowania i współorganizowania wydarzeń. Zaangażowanie w partycypacyjną pracę dodatkowo pomaga budować trwałą relację pomiędzy instytucją i otoczeniem.

Ostatni wątek, który warto w tym miejscu zreferować, dotyczył szerszej refleksji na temat wykorzystywania kultury do problematyzowania współczesności – opowiadania i edukowania otoczenia na ważne tematy. To coś, co w ofercie i działalności CK Zamek jest już obecne od dawna, jednak tutaj bardziej podkreśla się konieczność robienia rzeczy wspólnie z przedstawicielami i przedstawicielkami grup „wykluczonych” (samorzecznictwo) albo osób, które mają konkretne doświadczenie i wrażliwość. Cykle warsztatów lub projektów (a nie tylko punktowe działania), które angażują osoby wokół szerokich kontekstów i tematów, takich jak wojna, chorowanie, (niepełno)sprawność, bezdietność, bezdomność, seksualność, nienormatywność – stanowią przykład szerokiego rozumienia dostępności, otwartości i użyteczności instytucji kultury. Osoby budują swoje rozumienie instytucji jako swoistego „trzeciego miejsca” (Ray Oldenburg), enklawy albo „bazy” – dachu, pod którym można się skryć i mobilizować innych do dalszych działań. Przy tej okazji zachęca się do poruszania tych wątków już z osobami małoletnimi, dziećmi – by działać edukacyjnie od najwcześniejszego momentu.

Ścieżka uczestnictwa

Kiedy rozmawiamy o zadaniu włączania różnorodnych grup i osób do współtworzenia instytucji kultury, warto najpierw rozrysować ich ścieżki uczestnictwa. Pomoże to w dostrzeżeniu różnorodnych potrzeb i motywacji związanych z podejmowaniem decyzji o udziale w danym wydarzeniu. Refleksja nad tym aspektem wspiera budowanie relacji i szukanie narzędzi rozwiązywania trudności, które stoją na przeszkodzie do pełnego uczestnictwa. Idea tworzenia takich ścieżek związana jest pierwotnie z tematem dostrzegania wielowymiarowości doświadczenia związanego z uczestnictwem w kulturze osób z różnego rodzaju niepełnosprawnościami, jednak można (należy) ją rozszerzyć również o inne potencjalne grupy odbiorcze, by lepiej realizować pomysł instytucji kultury społecznie użytecznej i dialogującej z otoczeniem (tworzącej relacje).

Posiłkując się dokumentami przygotowanymi przez Fundację „Kultura bez barier”⁸, proponujemy wyróżnienie pięciu obszarów dostępności:

- widzenie – każdy powinien mieć szansę poznać ważne informacje wizualne;
- słyszenie – każdy powinien mieć szansę poznać ważne dźwięki/słowa;

8. <https://kultura-bez-barier.pfron.org.pl/> [data dostępu 10.01.2023].

- poruszanie się – każdy powinien mieć szansę dotrzeć do miejsc, do których chce;
- rozumienie – każdy powinien mieć szansę zrozumieć i odebrać przekazywane treści;
- czucie – każdy powinien mieć szansę na przeżycie emocjonalne, każdy powinien mieć szansę czuć się podmiotowo w czasie wizyty w instytucji kultury.

W celu jak najlepszego upracticznienia i uporządkowania refleksji nad dostępnością (w szerokim rozumieniu tego pojęcia, tak jak staraliśmy się to przedstawić również w tym rozdziale) opracowano kilka etapów uczestnictwa w instytucjonalnym doświadczeniu kulturalnym, których uwzględnienie w projektowaniu wydarzeń może pomóc w zrealizowaniu idei miejsca inkluzywnego i uważnego. Przedstawiona perspektywa każe pamiętać, że doświadczenie zaczyna się dużo wcześniej, nim oficjalnie się rozpocznie (na przykład zanim kurtyna zostanie uniesiona do góry – trzymając się teatralnej metafory), oraz trwa (i/lub powinno trwać) dłużej niż tylko do momentu, gdy zapalane są światła i otwierane drzwi:

1. pozyskanie informacji o wydarzeniu, czyli skuteczność instytucji kultury w dotarciu z promocją wydarzenia, miejsca i usługi do różnych grup odbiorców (na przykład na stronie internetowej, w ulotce, na plakatach czy w mediach społecznościowych);
2. zakup biletu;
3. droga na wydarzenie i powrót do domu;
4. poruszanie się w przestrzeni, w której zorganizowano wydarzenie (całość infrastruktury, łącznie z toaletami, kawiarnią, sklepem z pamiątkami etc.);
5. odbiór wydarzenia (temat, język, sposób prowadzenia, rodzaj wykorzystywanych materiałów/udogodnień);
6. utrzymanie kontaktu między instytucją a odbiorcami – podsumowanie przeprowadzonego wydarzenia, publikacja materiałów o wydarzeniu (zdjęcia, filmy, opisy, a także ankieta ewaluacyjna, w której osoby mogą dokonać oceny wydarzenia m.in. pod względem zakresu, jakości i adekwatności zastosowanych rozwiązań dostępnościowych), możliwość kontynuacji i wystąpienia w formie bardziej aktywnej (współtworzącej).

W tabeli poniżej próbujemy przedstawić owe ścieżki w rozbiciu na cztery grupy, które objęliśmy refleksją badawczą w kontekście tego opracowania. Tam, gdzie nieznana jest odpowiedź grupy na dany aspekt uczestnictwa, zaznaczamy to w odpowiedniej rubryce.

	OzN wzroku (wczesna młodzież / osoby dorosłe)	Osoby g/Głuche	Białorusinki i Białorusini	Osoby starsze o ograniczonej samodzielności
1	Młodzież dowiaduje się o możliwości uczestnictwa za pośrednictwem nauczycieli_ek (informacja musi najpierw trafić do nich, z zaznaczeniem poziomu dostępności, celów wydarzenia, organizacji przedsięwzięcia – najczęściej wskazany jest kontakt osobisty/telefoniczny/mejlowy – media społecznościowe oraz strona www są tutaj mało skuteczne. Dorośli dowiadują się o wydarzeniu za pośrednictwem dostosowanych materiałów publikowanych w mediach internetowych (FB, www, newsletter, grupy na FB) oraz tradycyjnych (gazeta, radio, telewizja). Kontakt osobisty (telefoniczny) oraz poprzez organizacje zrzeszające OzN wzroku jest pożądanym i jest skuteczny przy nawiązaniu osobistego kontaktu/relacji (vide „Kino bez barier”).	Osoby słabosłyszące, a zwłaszcza g/Głuche, dowiadują się o wydarzeniach za pośrednictwem dostosowanych komunikatów (głównie filmy ze skrótowym zaproszeniem nagrane w PJM – najlepiej jeśli osobą zapraszającą jest osoba natywnie posługująca się językiem migowym lub rozpoznana/zaprzysiężona ze środowiskiem tłumacza/tłumacz PJM). Komunikaty tekstowe bywają skuteczne tylko o tyle, o ile są napisane językiem prostym do zrozumienia – zbliżonym do struktury i formy gramatyki PJM. Co bardzo istotne – wszystkie materiały promocyjne mają większą szansę powodzenia, jeśli są opublikowane na stronach odwiedzanych przez Głuchych (FB CK Zamek – długo pozostanie jeszcze kanałem rzadziej odwiedzanym). Podobnie jak w przypadku osób niewidomych/słabowidzących, skuteczne jest nawiązanie relacji z organizacjami reprezentującymi interesy środowiska (np. PZG, TON), aktywnymi publicznie i środowiskowo osobami g/Głuchymi oraz z tłumacz(k)ami mającymi stały kontakt z osobami g/Głuchymi.	Osoby mogą dowiedzieć się o wydarzeniu z oficjalnych kanałów (www, IG, FB), o ile je śledzą. Wciąż ważną barierą jest bariera językowa. Formułowanie zaproszeń, opisów, komunikatów (zarówno w wersji elektronicznej, jak i analogowej) powinno uwzględniać język białoruski. Ma to przede wszystkim aspekt osvajania, zwracania uwagi na instytucję/inicjatywę (to jak mówienie: „dostrzegamy Was, chcemy Was u siebie”). Komunikat musi zakładać skrótową informację o tym, jak wydarzenie będzie konstruowane i na ile niezajomość języka polskiego może być utrudnieniem (można też starać się przygotowywać wydarzenia w języku białoruskim).	Informacja o wydarzeniach w związku z wykluczeniem cyfrowym, trudnościami w czytaniu małego druku, faktem przebywania w domu pobytu stałego (np. DPS) oraz w związku z innymi niesprawnościami wynikającymi z podeszłego wieku – warto by była komunikowana osobiście lub telefonicznie (względnie za pomocą starych mediów: radia, telewizji). Wskazany sposobem komunikacji jest współpraca z instytucjami, organizacjami pozarządowymi i osobami stale współpracującymi z osobami zależnymi. Po rozpoznaniu (zapoznaniu) grupy warto kontynuować kontakt osobiście (telefonicznie, listownie).

2	Młodzież: zakupu biletu, w przypadku grupowych/zorganizowanych „wyjść”, dokonuje opiekun_ka – osoba bez niepełnosprawności wzroku. Osoby starsze – często dokonują rezerwacji telefonicznej lub pojawiają się osobiście w kasie. Nasi rozmówcy nie dokonywali zakupów biletów online (trudniejsze w realizacji niż kontakt osobisty).	Głusi – mimo możliwości zakupu biletu online – preferują zakup w kasie. Mają możliwość skomunikowania się w sposób podstawowy (pisząc na kartce) lub towarzyszy im osoba znająca język foniczny. Zaskakująco mało osób wie o możliwości skorzystania z usługi bezpłatnego tłumaczenia online (w kasie). Osoby w kasie i bileterki nie znają podstaw języka migowego.	Bilet kupowany jest najczęściej online lub w kasie. Nieznajomość języka polskiego na poziomie zaawansowanym nie stanowi tutaj dużej bariery (podstawy języka polskiego, pomoc członków rodziny, znajomość nowych mediów, etc.).	Osoby zazwyczaj uczestniczą w wydarzeniach oferowanych przez CK Zamek za sprawą uczestnictwa w projekcie „Zamek OTWARTY”. Wstęp jest niebiletowany. Część wydarzeń odbywa się poza siedzibą CK Zamek – w miejscach pobytu/zamieszkania osób starszych zależnych.
3	Młodzież – zazwyczaj odbywa się transportem zorganizowanym (autobus szkolny). Rzadziej środkami komunikacji zbiorowej. Wydarzenia odbywają się w godzinach funkcjonowania szkoły (poza tymi godzinami konieczne byłoby zorganizowanie transportu przez CK). Powrót do domu także w godzinach przedpołudniowych. Osoby dorosłe – docierają do CK samodzielnie (spacer, transport publiczny). Trwające wokół siedziby CK prace remontowe znacząco utrudniają dojście do budynku osobom z niepełnosprawnościami wzroku. Rekomendowana stała asysta w dotarciu do Zamku z bliskiej okolicy (przystanków tramwajowych/autobusowych). Powrót do domu w późniejszych godzinach (gdy jest ciemno) jest problemem – trzeba to uwzględnić przy organizacji wydarzeń.	Osoby g/Głuche – o ile nie doświadczają niepełnosprawności skrzyżowanych, np. ruchu lub wzroku, oraz jeśli nie są mniej sprawnymi osobami starszymi – nie mają większego niż inni problemu w dotarciu do instytucji i powrotu z niej. Remont i oddalenie najbliższych przystanków komunikacji zbiorowej stanowią generalną trudność dla wszystkich chcących skorzystać z oferty CK Zamek. Osoby uczestniczące w warsztacie wspominały, że wiele osób Głuchych mieszka poza centrum, na obrzeżach miasta lub pod Poznaniem. Poza weekendami – dojazd do centrum jest dla nich dość rzadki. Transport zajmuje sporo czasu, którego aż tak dużo nie mają.	Osoby, jeśli nie doświadczają niepełnosprawności lub nie są osobami starszymi, raczej nie mają trudności w odnalezieniu siedziby CK Zamek i w dotarciu do niej. Poza trudnościami związanymi z remontami ulic w okolicy Zamku istnieje bariera symboliczna (nieznajomość instytucji, obawa przed wejściem, niepewność, czy dysponuje się odpowiednimi kapitałami kulturowymi i czy w ogóle jest to możliwe).	Seniorzy i seniorki mają możliwość skorzystania ze zorganizowanego transportu (w ograniczonej liczbie) lub wsparcia w dotarciu do siedziby Zamku z bliskiej okolicy (asysta, dobra informacja o punkcie spotkania). Większość wydarzeń odbywa się „z dostawą do DOM-u”, w DPS-ach, dziennych domach pobytu i mieszkaniach prywatnych. Istnieje możliwość wsparcia senierek i seniorów w dotarciu do domu (z siedziby Zamku) przy pomocy zamówionego transportu (taxi).

4	OzN wzroku, które odwiedzają przestrzeń Zamku w towarzystwie opiekunów (np. klasa szkolna), nie mają trudności w poruszaniu się po CK. Niektóre schody oraz wejścia (w tym wejście główne) oznaczone są kontrastowymi pasami. W windach zastosowano oznaczenia w alfabecie Braille’a, niektóre dźwigi osobowe wyposażone są w komunikaty dźwiękowe, informujące o numerze piętra, na którym winda się zatrzymuje. Niestety, system jest awaryjny. Pracownicy i pracownice kasy oraz bileterki nie są przeszkoleni z „obsługi klienta z niepełnosprawnością wzroku” (w jaki sposób inicjować kontakt, nawigować, prowadzić). Trasy (w tym toalety) nie są wyposażone w punkty uwagi, linie naprowadzające. W kilku punktach znajdują się standy informacyjne (tyflografiki z planem pięter). Odwiedzający w towarzystwie psów asystujących są wpuszczani bez przeszkód. Kawiarnia (sposób jej organizacji) może powodować dyskomfort (wąskie przejścia, dużo „potykaczy”). Punkt informacyjny na parterze wydaje się dostosowany do potrzeb. Wskazane szkolenia dla jego pracowników.	Osoby g/Głuche mogą skorzystać z tłumaczenia na PJM i UJM w kasie, jednak niewiele osób dysponuje tą wiedzą. Podstawowe przeszkolenie pracowników i pracownic CK Zamek z zakresu języka migowego symbolicznie ociepliłoby wizerunek instytucji w odbiorze osób Głuchych. Komunikacja kierunkowa, użyte piktogramy i podstawowe językowe oznaczenia umożliwiają osobom samodzielne poruszanie się po Zamku. Brakuje prostych tablic komunikacyjnych (symbole usług, rzeczy – których wskazanie przez osobę g/Głuchą może pomóc w zrealizowaniu usługi, np. w kawiarni).	Przestrzeń publiczna CK Zamek jest w dobry sposób opisana (komunikacja kierunkowa, emblematy, tablice informacyjne, etc.). Nieznajomość języka polskiego w stopniu płynnym nie powinna przeszkodzić w odnalezieniu poszukiwanych miejsc i w komunikacji z pracownikami CK Zamek (bliskość języków słowiańskich). O ile osoby nie są osobami z niepełnosprawnościami, nie powinny mieć problemów w poruszaniu się po przestrzeni Zamku i odnalezieniu szukanych miejsc.	Osoby starsze zależne będą doświadczają trudności w samodzielnym poruszaniu się po przestrzeni Zamku (niepełnosprawności ruchowe, trudności percepcyjne/poznawcze, słabnący wzrok i słuch). Wsparcie otoczenia (opiekunów formalnych i nieformalnych) oraz pracowników i pracownic Zamku jest niezbędne. Osobom towarzyszy asysta profesjonalnego personelu (pracownicy i pracownice DPS) w kontekście używania toalet, korzystania z serwisu kawowego, etc. Osoby korzystają z wind (tam, gdzie to możliwe). Przechodzą pieszo krótki dystans, podczas oprowadzania korzystają z przenośnych krzesełek.
---	---	---	---	---

5	Sale są – przy dodatkowej asyście pracowników CK Zamek – dostępne dla OzN wzroku. Sala Audio-wizualna wyposażona jest w nowoczesny system projekcji i urządzenia do audiodeskrypcji. W Sali Wystaw przy okazji większości ekspozycji przygotowywane są audiodeskrypcje do wybranych prac – niewystarczający jest sposób informowania o tym udogodnieniu. Brak specjalnej ścieżki zwiedzania dla OzN wzroku (audioprzewodniki) poza podstawowymi udogodnieniami: osoby z niepełnosprawnością wzroku mogą dostosować wygląd aplikacji do swoich potrzeb, zmieniając opcje widoczności, takie jak kontrast czy wielkość tekstu. Audiodeskrypcja przestrzeni zamkowych wykonywana jest tylko częściowo w ramach zamawianych oprowadzeń na żywo. W ofercie zamkowej jest dostępny jeden cykl warsztatowy dostosowany również do potrzeb osób niewidomych („Sztuka w ciemno”).	Wiele wydarzeń organizowanych przez CK Zamek (wykłady, dyskusje) jest tłumaczonych na PJM. Repertuar kinowy pokazywany w Sali Audiowizualnej we wtorki rano i w czwartki wieczorem (dzięki projektowi „Kino bez barier”) jest w pełni dostępny dla osób g/Głuchych – napisy oraz tłumaczenie na PJM seansów czwartkowych. Brakuje takich wydarzeń dla dzieci. Śladowe ilości wydarzeń realizowanych przez osoby Głuche (w całym 2022 roku były 2 takie wydarzenia: autorskie oprowadzanie po wystawie oraz występ w spektaklu jednej z Głuchych aktorek). Niektóre wydarzenia teatralne mają tłumaczenie na PJM (głównie realizowane w ramach inicjatywy OBECNOŚĆ/Teatr Powszechny). Brak tłumaczenia „cieniowego”. Materiały wideo publikowane na oficjalnych kanałach CK Zamek zwykle wyposażone są w napisy dla osób słabosłyszących. Część wydarzeń jest tłumaczona na PJM (w tym streaming). Okno z tłumaczeniem na PJM jest za małe – uniemożliwia komfortowe oglądanie.	Brak wydarzeń realizowanych w języku ojczystym – języku białoruskim. Brak systemowego i stałego uwzględniania przedstawicieli i przedstawielek grupy narodowościowej we współtworzeniu oferty Zamku (program, zatrudnienie, etc.). Brak komunikacji o wydarzeniach z uwzględnieniem potrzeb osób białoruskojęzycznych. Nietrafianie z dostosowanymi komunikatami do osób. Niewystarczająca liczba wydarzeń, które są nastawione na integrację i włączanie Białorusinów do głównego nurtu polskiej kultury (brak współczesnych tematów dotyczących białoruskiej kultury w programie Zamku).	Osoby starsze zależne uczestniczą w wydarzeniach przygotowywanych dla nich (w efekcie diagnozy potrzeb, obserwacji i rozmów). Ich zakres problemowy oraz zastosowane udogodnienia (np. wskazanie głośniejszego mówienia lub wykorzystanie mikrofonu) są adekwatne do potrzeb osób uczestniczących. W sytuacji, gdy wydarzenia są otwarte na udział osób z zewnątrz, wszystkie powyższe udogodnienia mają również zastosowanie.
---	---	---	---	---

5		Osoby Głuche chcące skorzystać z samodzielnego zwiedzania Zamku z wykorzystaniem audioprzewodników muszą zastosować dodatkowo instalowaną na telefonie aplikację. Samo urządzenie tego nie umożliwia. Osoby g/Głuche są włączane do badań realizowanych przez CK Zamek – ważne, by wnioskowanie przekładało się na ofertę programową (lepszą komunikacja, włączanie osób g/Głuchych, włączanie tematyki zgłaszanej przez przedstawicieli mniejszości).		
---	--	---	--	--

6	Powstające publikacje książkowe nie są dostosowane do potrzeb osób z niepełnosprawnościami wzroku (brak szeroko stosowanych audiodeskrypcji). Większość materiałów dostępnych w formie elektronicznej ma elementy audiodeskrypcji (zwłaszcza publikowane na stronie www, FB, Instagramie). Elektroniczne wersje programów, „gazetki zamkowej” – są takich audiodeskrypcji pozbawione. Stała relacja ze środowiskami osób niewidomych funkcjonuje w przypadku projektu „Kina bez barier”. Relacje ze szkołą w Owińskich nie mają charakteru pogłębionego (odbywają się na podobnych zasadach jak współpraca z innymi szkołami w mieście). Elementy badawcze (ewaluacyjne) dotyczą tylko uczestnictwa osób niewidomych i słabowidzących w cyklu „Kino bez barier”. Oprócz tego działania – brak tworzenia stałej relacji z odbiorcami z niepełnosprawnościami wzroku.	Materiały publikowane przez CK Zamek w internecie oraz w wersjach drukowanych nie powstają w języku prostym do czytania (co może mieć zastosowanie również w przypadku odbiorców Głuchych, nieznających dobrze języka polskiego, lub osób dysponujących niższymi kapitałami kulturowymi). Osoby g/Głuche i słabosłyszące nie występują w Zamku w roli współtwórców (wyjątkiem są niektóre działania Teatru Powszechnego/projekt OBECNOŚĆ). Relacja ze środowiskiem osób g/Głuchych jest jednak sukcesywnie tworzona – poprzez indywidualne kontakty niektórych pracowników (indywidualna nauka języka migowego) oraz w ramach działań zaaranżowanych przy okazji realizacji projektu „Kino bez barier”. Także konsekwentna współpraca z organizacjami (np. TON-em) oswaja Zamek w oczach osób g/Głuchych jako miejsce, które stara się trafiać z ofertą do osób niesłyszących i słabosłyszących.	Nie jest utrzymana/tworzona żadna relacja ze środowiskiem Białorusinek i Białorusinów żyjących w Poznaniu. Cała uwaga i starania skierowane są w stronę mniejszości ukraińskiej.	Relacje pomiędzy CK Zamek a poznańskimi organizacjami i miejscami pobytu osób starszych zależnych trwają od 2018 roku. CK Zamek współpracuje z podmiotami i osobami starszymi w realizacji działań skierowanych do tej grupy kategorialnej. Systematycznie wykonywane są ewaluacje i badania. Kontakt po cyklu wydarzeń jest podtrzymywany poprzez relacje listowne (świąteczna korespondencja z seniorkami i seniorami). Osoby starsze o ograniczonej samodzielności nadal za rzadko występują w roli współtwórców programu.
---	---	--	--	---

Potrzeby (motywacje uczestnictwa) / trudności / ograniczenia

W podsumowaniu tej części krótko porządkujemy przedstawione refleksje w kontekście potrzeb wybranych grup odbiorczych i osób, w których zaspokojenie może włączać się Centrum Kultury Zamek. Odnosimy się tutaj do założonych we wstępie kategorii – dostępności, otwartości oraz użyteczności (instytucji kultury). Przekazane nam opinie oraz zaobserwowane przez nas praktyki i sposoby funkcjonowania osób w przestrzeni publicznej pozwalają określić poniższe wątki jako z jednej strony informujące o motywacjach (przyczynach, pretekstach do uczestnictwa w kulturze instytucjonalnej), a z drugiej o ograniczeniach i trudnościach, których uwzględnienie przez organizatora (w tym wypadku CK Zamek) może przyczynić się do bardziej efektywnego korzystania z potencjalności, które daje ta instytucja.

→ potrzeba równego uczestnictwa

Pełne uczestnictwo w kulturze (instytucjonalnej) jest możliwe, jeśli stale dokonuje się (auto)diagnozy, za której sprawą wiemy o specyfice funkcjonowania określonych osób, grup społecznych i kategorialnych. W ten sposób dowiadujemy się o największych barierach, które nie tylko są kwestiami z porządku infrastruktury i architektury, lecz bardzo często dotyczą spraw „miękkich”. Barier językowych, komunikacyjnych, informacyjnych. Barier wynikających z braku wiedzy (instytucji) lub empatii (potrzeba dotyczy wszystkich przedstawionych grup).

→ potrzeba bycia włączanym / integracji

Osoby potrzebują być częścią większej grupy, nie ma znaczenia tutaj, czy nazwiemy ją wspólnotą sąsiedzką, narodowościową, obywatelską czy jeszcze w jakiś inny sposób. Funkcjonowanie w społeczeństwie (a nie na jego obrzeżach, poza nim) jest potrzebą wszystkich ludzi. Integracja z większością (co nie może oznaczać asymilacji) – czyli poczucie przynależności, wspólnego gospodarzenia – czasami musi odbywać się przy wsparciu innych osób, organizacji, instytucji kultury. Osamotnienie, świadomość bycia wykluczonym jest bardzo dojmującym uczuciem, którego większość osób chce się pozbyć. Poszukujemy przestrzeni do bycia razem i doświadczeń wspólnotowych (potrzeba dotyczy wszystkich przedstawionych grup).

→ potrzeba dostrzeżenia, reprezentacji

Badani mają nie tylko potrzebę uczestnictwa i bycia uwzględnionym w działaniach (możliwość wzięcia udziału), ale również czasami chcą być dostrzeżeni

jako inni, nie tacy sami (potrzeba mniejszości kulturowych). Wiąże się z tym potrzeba reprezentacji – uwidocznienia odmienności w celu tożsamościowego wsparcia dla innych osób tworzących narodową, kulturową wspólnotę (potrzeba dotyczy Głuchych i mniejszości białoruskiej).

→ **potrzeba bycia współtwórcą / działanie w partnerstwie / podmiotowe traktowanie**

Stopniowe (od)zyskiwanie poczucia przynależności do grupy większościowej odbywa się również za sprawą rozwijania proaktywnych, prosumenckich postaw. Robienie miejsca dla „innych”, osób spoza normatywnego centrum, dostrzeganie i wykorzystywanie ich kompetencji jest najlepszym sposobem na tworzenie stałej relacji z odbiorcami. Współtworzenie ma wielki walor upodmiotawiający, emancypujący i wywołujący poczucie „bycia u siebie” (potrzeba dotyczy wszystkich przedstawionych grup).

→ **potrzeba rozwoju**

Edukowanie się, poznawanie nowych rzeczy, osób, zdobywanie nowych kompetencji, informacji. Słyszenie, widzenie, odczuwanie, rozumienie świata, sensualne poznawanie – towarzyszą nam od bardzo wczesnych chwil życia. Instytucja kultury jest ważną platformą do kontynuowania tej pracy. Dostosowując narzędzia, dostrzegając osoby i grupy, poznając (ucząc się ich) specyficzne kody, języki, wrażliwości, problemy – Zamek może wspierać tę istotną potrzebę w sposób bardziej uświadomiony, systemowy i kompetentny (potrzeba dotyczy wszystkich przedstawionych grup).

→ **potrzeba asysty**

Doświadczenia kulturowe (i kulturalne), edukacyjne, które animuje Zamek, często wymagają zaangażowania środków, osób i rozwiązań, które ułatwią odbiór/uczestnictwo. Mowa tutaj o zapewnieniu wsparcia innym osobom w dostaniu na miejsce, poruszanie się po obiekcie, powrót do domu (potrzeba dotyczy OzN wzroku, osób starszych „zależnych”, osób z trudnościami w poruszaniu się).

ROZDZIAŁ III.

PRZESTRZEŃ ZAMKU

Centrum Kultury Zamek ma swoją siedzibę w XIX-wiecznym gmachu dawnego Zamku Cesarskiego. Budowla stanowi dominantę przestrzenną tej części miasta i wpisuje się w reprezentatywną formułę Dzielnicy Cesarskiej. Zabytkowe wnętrza budowli zostały pieczołowicie odrestaurowane na przełomie dwóch pierwszych dekad XXI wieku. Jedno ze skrzydeł (wschodnie) zostało zmodernizowane wcześniej. Powstał w efekcie podział na bardziej historyczną, zabytkową część Zamku, po której oprowadzane są wycieczki i którą można zwiedzać indywidualnie z wykorzystaniem systemu audioprzewodników, oraz część bardziej współczesną (choć wciąż znajdującą się w historycznym zamku). „Stara” część zawiera pieczołowicie odrestaurowane sale, korytarze, klatki schodowe, zaś część „nowa” – oprócz ważnych funkcji programowych (sala kinowa nr 1, sala wystawowa, sala koncertowo-widowiskowa, sale warsztatowe) – pełni również funkcję miejsca spotkań otwartego dla mieszkańców i mieszkańców Poznania: kawiarni, księgarni, przestrzeni wielofunkcyjnych (Hol Wielki, Atrium). Powstały podział na dwie części (bardziej użytkową i bardziej historyczną) rezonuje w odbiorze instytucji przez odwiedzających. Część osób

myśli o Zamku jak o muzeum i w ten właśnie sposób go traktuje. Przynosi to różne konsekwencje – te dobre (podziw, szacunek, uznanie) i złe (onieśmienie, obawa, niepewność – czy można w tej przestrzeni przebywać, spędzać czas). Dla porządku zaznaczmy, że oprócz zwiedzania w zabytkowym skrzydle Zamku znajdują się również przestrzenie, w których realizowany jest program, głównie wystawienniczy i filmowy, choć zdarzają się od tej reguły wyjątki.

Przygotowując plan badań uznaliśmy, że ważne jest dla nas nie tylko przyjrzenie się temu, co o programie uważają stali bywalcy i bywalczyńe oraz jak o Centrum myślą osoby z utrudnionym dostępem do instytucjonalnej kultury i grupy osób rzadko korzystające z zamkowej oferty, ale również temu, jak samo miejsce jest odbierane przez osoby znajdujące się w jego wnętrzu lub okolicy. Nie chcieliśmy wyłącznie pytać i rozmawiać o tych doświadczeniach, lecz również zaobserwować pewne praktyki w działaniu. Dlatego w tej części opowiadamy o „używaniu” Zamku przez zwiedzających, odwiedzających, uczestniczących w wydarzeniach oraz przypadkiem tutaj zaglądających. O tym, co zwykle może być przeoczone, niewyłapane, pominięte. Nie wszystkie obserwacje tutaj referujemy – skupiamy się na naszym zdaniem najciekawszych i najważniejszych przestrzeniach (jak Hol Wielki czy przestrzeń przed Zamkiem – uznając je za wizytówki instytucji i miejsca styku / pierwszego kontaktu z instytucją).

Grupa 6 studentek kulturoznawstwa Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w okresie od końca maja do pierwszych dni września 2022 roku przeprowadziła blisko 800 obserwacji w czterech wybranych przez nas przestrzeniach Zamku (i jego okolicy). Każda obserwacja to krótka sytuacja (trwająca od 1 do 15 minut), podczas której badaczka poświęcała swoją główną uwagę tylko jednej wybranej osobie / wybranym osobom (w przypadku mniejszej grupy). Dobór osób do próby można określić jako przypadkowy. Studentki nie były w żaden sposób oznaczone i były proszone, by realizować swoją pracę w sposób niejawni i jak najmniej inwazyjny. Miejsca obserwacji zostały wybrane przez nas ze względu na ich „widoczność” i duży potencjał do ewentualnego projektowania działań na podstawie przedstawionych wniosków. Choć zebrany materiał obejmuje – prócz Holu Wielkiego oraz przestrzeni przed wejściem głównym – również Atrium i korytarz przy Sali Audiowizualnej (drugie piętro w części zabytkowej), uznaliśmy, że najciekawsze obserwacje zostały zrealizowane w Holu Wielkim i „na schodach” przed wejściem do CK Zamek.

Obserwacje były realizowane przez studentki według znanego wcześniej scenariusza. Osoby były przeszkolone, jak pracować tą metodą. Wszystkie sytu-

acje badawcze zostały przeniesione z kart obserwacji do jednego zbiorczego arkusza, a następnie były poddane analizie przez głównych badaczy. Studentki realizowały obserwacje w rozproszeniu/indywidualnie – według wcześniej przygotowanego harmonogramu i podziału przestrzeni. W trakcie całego procesu osoby zamieniały się miejscami, by dostrzec jak najbardziej zróżnicowane aspekty zachowań odwiedzających w badanych przestrzeniach. Obserwacje były realizowane również o różnych porach dnia (od 10:00 do 19:00) i w różne dni tygodnia (również w weekendy). W sumie badaczki były obecne w Zamku przez 59 dni. Nie zauważono żadnych istotnych różnic pomiędzy poszczególnymi miesiącami. Można założyć, że Zamek w okresie letnim jest z jednej strony rzadziej odwiedzany (mniej dzieci – wycieczek szkolnych), a z drugiej strony – jest częściej odwiedzany przez osoby przyjezdne / turystów. Niektóre spisane obserwacje mają bardzo subiektywny charakter, oceniający. Badaczki były zresztą proszone o wyciąganie wstępnych wniosków, dzielenie się swoimi przecuciami, interpretacjami.

Poniżej znajduje się tabelaryczne przedstawienie najważniejszych/najciekawszych obserwacji. W drugiej części przedstawiamy wybrane uwagi dotyczące zamkowych przestrzeni, uzyskane w efekcie badań realizowanych w ramach spotkań z grupami roboczymi (młodzieżowej i młodych dorosłych).

Hol Wielki

N (liczba obserwacji) = 770

Aktywność/ temat	Liczba zdarzeń (tak /T/ – miało miejsce, nie /N/ – nie miało miejsca)	Uwagi/komentarz
Czy osoba/y wypożyczyła/y audioprzewod- nik?	T – 13% (100) N – 87% (670) N – 96,89% (746)	Proszę pamiętać, że te liczby nie oddają faktycznej liczby wypożyczeń. Mówią tylko o tym, ile osób z próby (czyli będących przedmiotem obserwacji w wybranym okresie) zdecydowało się skorzystać z tej opcji zwiedzania Zamku.

Czy osoba była turystą? Czy osoby (mała grupa) były turystami?	T – 27,52% (212)	Odpowiedź na to pytanie osoby obserwujące przestrzeń Zamku budowały na podstawie rekwizytów i zachowań, które charakteryzują podróżujących: plecaki turystyczne, trzymane w dłoniach przewodniki/mapy, fotografowanie się we wnętrzu, porozumiewanie się między sobą w językach obcych (przy jednoczesnym wystąpieniu innych, wspomnianych elementów pozwalających skategoryzować osobę/y jako turystę/ów). Oczywiście nie można wykluczyć tutaj błędnych typizacji.
	N – 72,48% (558)	
Czy osoba/y zatrzymywała/y się przy telebimie, by zapoznać się z reklamami wydarzeń?	T – 11% (85)	Badaczki zwróciły uwagę, że niewiele osób przystaje, by przyjrzeć się informacjom przekazywanym za pośrednictwem tego nośnika. Osoby w większości nie skupiały na nim większej uwagi, niż wymagał tego czas niezbędny do pokonania schodów usytuowanych w pobliżu. Niewykluczone, że jakaś uwaga była poświęcana przedstawionym na telebimie informacjom przez osoby schodzące z poziomu Atrium, na zakończenie wizyty w Zamku. Studentki zwróciły natomiast uwagę, że porównywalnie tyle samo osób przystaje przy plakatach z zapowiedziami wydarzeń lub programem, umieszczonych na zamkowych filarach. Także oddzielna uwaga poświęcana jest mapie obiektu.
	N – 89% (685)	
Czy osoba/y miała/y problemy ze sforsowaniem schodów (pomiędzy poziomem kasy a poziomem toalet)?	T – 1% (8)	Niska liczba odpowiedzi twierdzących może być związana z faktem, że stosunkowo niedużo osób z motorycznymi niepełnosprawnościami próbowało się dostać do Zamku. Niektóre osoby także po prostu korzystały z „tymczasowej” rampy (dotyczy to nie tylko osób poruszających się na wózkach, lecz także osób starszych; dla tych ostatnich problematyczny okazywał się jednak brak poręczy). Jak nam przekazano, osoby, które sklasyfikowano jako mające trudności z pokonaniem schodów, bardzo wyraźnie męczyły się tym zadaniem.
	N – 99% (762)	
Czy osoba/y korzystała/y z punktu INFO?	T – 16,6% (128)	Badaczki zwróciły uwagę, że wiele osób szukało informacji również w kasie. Zaznaczone w tej kategorii to osoby, które intencjonalnie skierowały się na początku swej wizyty do punktu INFO. Szereg sytuacji nie wymagał jednak tego w ogóle, gdyż świetnie zorganizowana praca zespołu obsługującego punkt polegała na tym, że bardzo szybko kierowano się do wielu wchodzących do Centrum osób, oferując pomoc w momencie, gdy uznawano, że ktoś jest zagubiony/zaciekawiony, jeszcze zanim on sam mógł uznać, że chciałby skorzystać z takiego wsparcia.
	N – 83,4% (642)	

Czy osoba/y zwracała/y uwagę na wystawę w Holu Wielkim?	T – 28% (216)	Studentki zakwalifikowały przy odpowiedzi twierdzącej tylko te osoby, które ewidentnie były zainteresowane ekspozycją (subiektywnie określany był poziom zainteresowania, jednak często pojawiały się informacje, że pomocną miarą był tutaj spędzony czas – nierzadko powyżej 5 minut – oraz rodzaj reakcji (wczytywanie się, robienie zdjęć, dyskusja z towarzyszącą osobą). Zapoznavanie się z wystawą najczęściej miało miejsce przy okazji czekania na kogoś lub oczekiwania na zakup biletów przez osobę towarzyszącą. Oczywiście na poświęcony czas wpływ ma temat ekspozycji, wykonanie, użyte medium, itd. Chcieliśmy jednak zbadać potencjał tej przestrzeni na okoliczność wystawiania. Wydaje się, że takie niezamierzone (różne wobec pierwszego powodu odwiedzenia Zamku) oglądanie wystaw jest częstsze, niż by to się mogło wydawać. Warto ten format eksplorować i pogłębiać oraz zwracać większą uwagę na dostępność (ekspozycja niestety nie była ani przetłumaczona na język angielski/ukraiński, ani nie była dostosowana dla osób z niepełnosprawnościami wzroku).
	N – 72% (554)	
Czy osoba/y brała/y ulotkę/i lub inne materiały drukowane (zamkowa gazetka)?	T – 18,44% (142)	Jak dostrzeżono, w ramach tej liczby „pobrań” są także sytuacje zwykłego przeglądania na miejscu i odkładania. Dominantę tej liczby stanowiło jednak zabieranie ulotek ze sobą (kilka razy osoby wchodziły do Zamku, rozglądały się, zabierały ulotki i wychodziły). Zauważono zaledwie 1 osobę, która po zakończonej wizycie odłożyła ulotkę/tki do kartonu umieszczonego przy wyjściu. Zazwyczaj niewiele osób to robi – powody mogą być różne (także zabieranie materiałów drukowanych „na pamiątkę”, wyrzucanie ich na wyższych piętrach, zapominanie) – ale wydaje się, że informacja o takiej recyklingowej możliwości nie jest zbyt dobrze widoczna.
	N – 81,56% (628)	
Czy osoba/y doładowywała/y podczas wizyty swój telefon lub inny sprzęt elektroniczny?	T – 3,11% (24)	
	N – 96,89% (746)	

Czy głównym celem wizyty w Zamku jest chęć skorzystania z toalety?	T – 7,4% (57)	
	N – 92,6% (713)	

→ Czy odwiedzający się gubią (lub wyglądają na zagubionych)?

W większości przypadków nasze badaczki nie zauważyły, by ktokolwiek z obserwowanych miał kłopot/trudność w odnalezieniu się w przestrzeni Holu Wielkiego. Bardzo szybko także udzielana jest im pomoc przez pracownice punktu INFO. Jakkolwiek należy informację tę uzupełnić o dodatkową: małe skonfundowanie pojawia się w momencie wspięcia się po schodach (*vis-à-vis* telebimu) i dylematu, w którą stronę iść dalej. Dylemat nie dotyczy osób, które są już zaznajomione z budynkiem lub postanowiły skorzystać z audio-przewodnika.

→ Co sprawia trudność? Sytuacje zaobserwowane

Wśród dostrzeżonych trudności najczęściej w badanym okresie pojawiały się:

- momenty, w których brakowało audioprzewodników (trzeba było czekać na ich zwrot przez kończących zwiedzanie lub osoby rezygnowały z tej opcji zwiedzania);
- nudzące się dzieci (czekające na przykład na rodziców) hałasowały, bawiąc się również prowizoryczną rampą (biegając po niej, utrudniały ewentualne z niej skorzystanie);
- brak w audioprzewodniku ścieżki dla osób z niepełnosprawnościami sensorycznymi;
- brak w audioprzewodniku ścieżki ukraińskojęzycznej;
- trudność w pokonaniu schodów (zwłaszcza przez osoby starsze) wynikająca również z braku poręczy lub wątpliwej jej jakości (po stronie podnośnika);
- czasami (zależy od dnia i pory) przeszkadza fatalna akustyka holu; wiele osób zabierających głos naraz (wycieczki) lub krzyczące dzieci sprawiają dyskomfort nie tylko pracownikom kasy i punktu INFO, ale i innym odwiedzającym to miejsce;
- osoby często nie są pewne, czy do Zamku w ogóle można wejść, czy można go zwiedzić indywidualnie;
- skomplikowana obsługa biletomatu (zdecydowana większość zdecydowała się i tak dokonać zakupu w kasie, również ci, którzy poirytowani od-

chodzili od biletomatu; nie zawsze wsparcie/instrukcja pracownic Zamku kończyły się sukcesem);

- podpisy pod zdjęciami pokazywanymi w Holu Wielkim są tylko w języku polskim; obcokrajowcy nie mogą w pełni „skonsumować” tego doświadczenia, podobnie osoby z sensorycznymi niepełnosprawnościami (zwłaszcza wzroku);
- mężczyźni w kryzysie bezdomności przebywający przed Zamkiem (schody wejściowe), zdaniem badaczek, odstraszały inne osoby od spędzania czasu na schodach (osoby nie tyle odrzucają swoim brakiem higieny, ile bardziej bywają wobec siebie agresywne i zaczepiają postronnych przechodniów)⁹;
- przed Zamkiem, nawet w słoneczne dni, często brakowało wystawionych leżaków (niewykluczone, że było to związane również z intencjonalnym działaniem pracowników instytucji – nie chciano stwarzać przestrzeni do siadania na nich mężczyzn w kryzysie bezdomności).

→ O co pytają zwiedzający?

- O program, bilety – ich ceny i dostępność;
- o to, czy można do Zamku wejść bez biletu;
- o drogę (w trakcie remontu wcale nie musi to dziwić).

Teren przed Zamkiem

W czasie wielotygodniowego badania współpracujące z nami studentki zwróciły uwagę na kwestie i tematy już wcześniej znane:

- barierą w swobodnym wejściu do Zamku osób z niepełnosprawnościami (w tym osób starszych i osób z wózkami dziecięcymi) są schody; nie ułatwia tego poręcz;
- remont okolicy utrudnia nawigację i poruszanie się po okolicy (co szczególnie trudne dla osób starszych i z niepełnosprawnościami);
- wysoka temperatura, brak cienia, brak osłoniętych przestrzeni zniechęcają do przebywania przed Zamkiem (zwłaszcza w określonych godzinach); w niewystarczającym stopniu informuje się o możliwości schłodzenia się wewnątrz Zamku („wejdź do środka – u nas jest chłodniej!”);
- mimo braku formalnych barier, niewiele osób decyduje się wejść do Zam-

9. Nawiasem mówiąc, temat bezdomności – jako ważny i skomplikowany – warto otworzyć w ramach dyskusji całego zespołu zamkowego; próba włączania do głównego nurtu życia społecznego za sprawą jakiejś formy współpracy wpisywałaby się w ideę instytucji społecznie zaangażowanej; chociaż częściowe wsparcie mężczyzn będących w kryzysie bezdomności musiałoby zakładać procesualne podejście w partnerstwie z innymi podmiotami i organizacjami.

ku ze swoimi czworonożnymi towarzyszami; zwłaszcza w ciepłe dni możliwość schłodzenia się wewnątrz mogłaby być cenna; badaczki zaobserwowały jedną lub dwie sytuacje, gdy w badanym okresie osoby wchodziły do obiektu z psami – nigdy nikt nie robił im z tego powodu trudności („Wolno z psami!”).

→ **Co ludzie robią przed Zamkiem?**

- Spotykają się (zamkowe schody bywają punktem spotkań) / czekają na drugą osobę (inne osoby);
- odpoczywają (jeśli pogoda, słońce i brak cienia im na to pozwala) – leżakują (jeśli leżaki są wystawione lub ich nie brakuje, opalają się, siedzą na schodach);
- gdy czekają, odpoczywają – to konsumują często jakieś produkty (jedzenie, picie);
- rozmawiają przez telefon;
- robią zdjęcia gmachowi Zamku;
- czekając, przeglądają internet w telefonie, sms-ują;
- zwiedzają (zwłaszcza w ramach zorganizowanych wycieczek – Zamek bywa jednym z punktów, który się obowiązkowo zwiedza podczas pobytu w Poznaniu);
- rzadko szukają wejścia (wiedzą, gdzie ono się znajduje, jest intuicyjne, dobrze oznaczone);
- jeśli jest się osobą z niepełnosprawnością motoryczną lub osobą z wózkiem dziecięcym, wówczas szuka się dostosowanego wejścia lub pomocy.

Rozdział dotyczący przestrzeni Zamku uzupełniamy o wątki i refleksje przekazane nam w ramach prac grup roboczych. Były to intensywne, jakościowe, kilkugodzinne spotkania, podczas których możliwe było poruszanie różnych tematów z przedstawicielkami i przedstawicielami dwóch grup kategorialnych – młodzieży w wieku 18-22 lata oraz młodych dorosłych, którzy – mimo że mają potencjał uczestnictwa w wydarzeniach organizowanych przez CK Zamek – to jednak rzadko to robią. Poniżej przedstawiamy najważniejsze kwestie z tego etapu badań w rozbiciu na poszczególne grupy.

MŁODZIEŻ

Jednym z zadań, o którego wykonanie poprosił młode osoby prowadzący grupę badacz, było samodzielne (indywidualne) eksplorowanie przestrzeni

Centrum Kultury Zamek. Każdy i każda miał/a 30 minut, by swobodnie pospacerować po wybranych przez niego/nią przestrzeniach Zamku, robić notatki, a następnie się nimi podzielić podczas wspólnej dyskusji. Spacerowały się w listopadowy dzień (powszedni) o godzinie 18:00. Niektóre obserwacje powtarzały się przynajmniej u dwóch osób. Krótko je niżej referujemy. W sumie odbyło się 8 indywidulanych spacerów.

→ **„Gubimy się”**

Młodzi ludzie zwracali uwagę, że pomimo map z rozkładem przestrzennym instytucji oraz napisów kierunkowych wciąż mieli trudność w poruszaniu się po Zamku. Spacerowali trochę „po omacku”, bez pewności, gdzie się znajdują ani dokąd idą. Wątek ten był jednak prezentowany częściej jako ciekawe, „przygodowe” wyzwanie – aniżeli jako trudność. Pojawiały się również skojarzenia z podchodami, grą.

→ **„O, to tutaj można chodzić?!”**

Młodzież prawie w ogóle nie bywa w Zamku (sporadycznie jedna, dwie osoby), a jeśli w ogóle, to kojarzy tylko nowsze skrzydło (kawiarnia). Ze zdziwieniem badani odkryli, że jest jeszcze „stare skrzydło”, które jest bardziej historyczne i które można zwiedzać. Wspominali, że mimo przyzwolenia i zachęty ze strony prowadzącego spotkania towarzyszyło im uczucie niedostępności („Nie wiedziałam, że mogę tutaj być”). Kiedy pogłębialiśmy ten wątek, okazywało się, że wpływ na to ma kilka czynników. Z jednej strony pustka, brak innych osób – potęgowało to uczucie „nieswojości”, z drugiej zaś strach przed zagłębieniem do miejsc „luksusowych” („Miejsce, które jest niby-otwarte, a jednak niedostępne, zamknięte, puste”). Doświadczenie to oprócz walorów tajemniczości i przygody w dominującym jednak stopniu wiązało się z poczuciem dyskomfortu. Osoby czuły momentami, że robią coś niedozwolonego („Nie wiadomo, czy z nowej części można wejść do starej”). Trzeba pamiętać, że dzień i moment ich eksploracji (listopadowy, poniedziałkowy wieczór) musiał się bezpośrednio przekładać na ich wrażenia. Można jednak się zastanowić, czy inne aspekty tego doświadczenia („Akustyka Zamku jest stresująca – można się wystraszyć”) – ich sensualność (podbijana także przez inne osoby w innej opowieści) – nie ma potencjału do dalszej eksploracji i rozwijania na przykład w kontekście pracy z osobami z niepełnosprawnościami wzroku.

→ **„Pusto wszędzie, głucho wszędzie”**

Studentki i uczniowie zwracali uwagę, że pomieszczenia są bez eksponatów, w większości bez mebli. Oczekiwali, że jeśli nie można obejrzeć oryginalnych

rekwizytów, to chociaż chcieliby móc zobaczyć, „jak to kiedyś wyglądało”, „że było tutaj życie”. Przypomnijmy, że osoby wędrowały po Zamku bez audioprzewodnika i mogły polegać tylko na dostępnej dla oka warstwie (artefakty, aranżacje przestrzeni). Jedna z osób uznała nawet, że trudno sprawić, by więcej osób w jej wieku zechciało samych przyjść do Zamku, skoro można znaleźć tutaj głównie „wielkie przestrzenie bez życia”. Jej zdaniem, aby ożywić instytucję, warto częściej organizować wydarzenia w starej części po godzinie 18:00.

→ Mediateka nie jest mediateką

Część studentów dzieliła się swoim niezrozumieniem związanym ze skomplikowanym nazewnictwem poszczególnych sal/pomieszczeń, a także dziwili się, dlaczego Mediateka nosi taką nazwę, skoro nie jest mediateką. Jednocześnie pojawił się pomysł, że jest to fajna przestrzeń coworkingowa, w której mogliby pracować studenci poszukujący spokojnej przestrzeni. Byłby to swoisty powrót do dawnej funkcji biblioteki/czytelni.

→ Hol, który nie zachęca

Wiele osób zwracało uwagę na Hol Wielki. Dzielono się swoimi odczuciami wobec tej przestrzeni wspominając, że „hol jest przytłaczający, chłodny, nieprzyjemny” oraz że „nie ma się ochoty wejść dalej”. Onieśmielająca kubatura, powstająca w jej wnętrzu nieprzyjemna akustyka – zdaniem młodych rozmówców – onieśmiela. Szarą estetykę nowej części i jej zimne barwy również wymieniano jako niezachęcające do „rozgoszczenia się”.

→ Dotykalski

Jako olbrzymi atut, na który zwracały uwagę różne osoby, była podawana sensualność zamkowych przestrzeni (głównie w części historycznej). Zamek „dobrze pachnie, ma taki staro-ciepły, drewniany zapach”, inaczej jak część „nowa” ma też ciekawą dźwiękosferę („Skrzypiące podłogi są do ogrania”). Wreszcie fakt, że wielu artefaktów można taktylnie doświadczyć („inaczej niż w muzeum”), wywoływał pozytywne reakcje młodych „audytorów”. Bardziej wyraźne i jednoznaczne zachęcanie do tego typu zwiedzania, doświadczenia jest – zdaniem młodych rozmówców – wartością, przy pomocy której warto „sprzedawać” Zamek ich rówieśnikom.

MŁODZI DOROŚLI

Wnioski na temat odbioru przestrzeni Centrum Kultury Zamek przez osoby dorosłe zostały opisane na podstawie informacji płynących z indywidualnych wywiadów pogłębionych oraz spotkań grupy roboczej dorosłych. W przypad-

ku tej drugiej metody, jedno z zaplanowanych czterech spotkań w pełni poświęcone zostało tematowi przestrzeni właśnie. Wraz ze wszystkimi uczestnikami odwiedziliśmy Atrium i Hol Wielki¹⁰ – za każdym razem zbierając informację o wrażeniach, doświadczeniu tego miejsca (w tym emocjach, jakie budzi), a także pomysłach na jego modyfikacje (część projektująca). Dorośli dzielili się także odniesieniami do swoich ulubionych przestrzeni kultury, które pojawiają się w raporcie jako dobre przykłady i ilustracje cech opisujących przyjazne miejsca.

Opis obrazu Zamku, jaki pojawił się u osób dorosłych, został podzielony na cztery główne części. Pierwsza z nich (komentarz z lotu ptaka) odnosi się do ogólnych wrażeń związanych z całą przestrzenią Zamku. Druga i trzecia zawierają informacje o kolejno Holu Wielkim i Atrium. Czwarta część zbiera informacje na temat tego, jak dorośli rozumieją przyjazną przestrzeń, i jest zestawieniem ich osobistych rekomendacji (więcej na ten temat znajduje się w ostatnim rozdziale raportu, poświęconym całościowym rekomendacjom z badania).

Komentarz z lotu ptaka

Podczas przypominania sobie swojej pierwszej wizyty w Zamku (szczególnie moment fizycznego przekroczenia drzwi) nasi rozmówcy i rozmówczynie wskazywali na to, że musieli przezwyciężyć *przekonanie o niedostępności tej przestrzeni*, nie czuli się do niej zaproszeni i nie byli pewni, czy mogą do niej wejść. Pierwsze wrażenie jest dla nich bardzo onieśmielające i kojarzy im się bardziej z przestrzenią historyczną lub muzeum, a nie miejscem, w którym można uczestniczyć w żywej, radosnej kulturze.

*Czułam się strasznie onieśmielona pamiętam, bo wielkość mnie przytłoczyła. Nie wiedziałam..., nie znałam do końca charakteru Zamku, **nie wiedziałam, czy mogę sobie tak wejść.** [...] W tym miejscu czułam się tak troszeczkę... Może kwestie samego budynku, infrastruktury mi się wydaje, nie to, że jest **jakoś nieprzyjaźnie w środku, jakoś tak surowo**, co po prostu kwestia tego miejsca, które robi takie wrażenie, że człowiek, no, czasami właśnie..., że tak nie jest człowiek pewien, czy mógłby... /w1/*

10. Odwiedziliśmy także przestrzeń na drugim piętrze przed Salą Audiowizualną oraz tamtejszy Hol – w raporcie ta przestrzeń nie została jednak wyróżniona, ponieważ komentarze i rekomendacje dorosłych, którymi dzielili się w tych przestrzeniach, dotyczyły całego Zamku, jego wizerunku jako całości.

[...] dla mnie jest tutaj zbyt surowo. /gd_k/

Zamek jest takim murem obronnym, ogólnie w środku jest moim zdaniem super, ale na zewnątrz to nie zaprasza. /gd_a/

Ja myślałem o tym miejscu, że to jest przestrzeń dostępna, ale taka zagadkowa, bo tu jest tak ładnie i jest wiele rzeczy, które można zobaczyć, ale czy rzeczywiście można? Czy można sobie wejść i połączyć? /gd_mm/

Wspomniana wyżej niepewność wśród odwiedzających Zamek wzmacniana u niektórych rozmówców i rozmówczyń jest przez **poczucie zagubienia w jego przestrzeniach**. Błądzenie po korytarzach nie jest jednak dla wszystkich negatywnym doświadczeniem: znaleźli się rozmówcy, którzy bardzo docenili potencjał „tajemniczości” Zamku i możliwość spędzenia wolnego czasu na eksploracji jego przestrzeni (w swobodny sposób, po swojemu).

[...] byłem też trochę zagubiona. Troszeczkę ilość, wtedy, jak byłem..., nie znałam Zamku wcześniej i weszłam pierwszy raz, to troszeczkę poczułam, że to gdzieś tam moje, nie wiem, indywidualne..., gdzieś tam predyspozycje..., poczułam się troszeczkę **przytłoczona i zagubiona**. I nie wiedziałam, gdzie uderzyć, co zrobić. I faktycznie zrobiło na mnie to ogromne wrażenie, ale czułam się trochę zagubiona. /w1/

[...] rzeczywiście można się tam nieźle pogubić. Tych korytarzy w Zamku jest całkiem sporo. Jakies tylne i boczne przejścia. Dojście na samą tą salę, gdzie oni wystawiali te sztuki, gdzie jakieś większe audytorium miało dojść, to też był niezły labirynt. [...] Także chodzenie właśnie po tych korytarzach i gubienie się tam jest **ciekawe**. /w3/

Krytyczne uwagi związane z charakterem architektury Zamku, jego przestrzeniami łagodzą bardzo pozytywne opinie na temat wsparcia i otwartej postawy pracowników i pracownic. Badani podkreślali, że dzięki wskazówkom, pytaniom o potrzebę wsparcia szybko mogli poczuć się komfortowo w nowej przestrzeni.

Tak że tutaj wiem, że można czuć się **zaopiekowanym**. Nie tylko moja opinia, ale też faktycznie znajomych, którzy byli pierwszy raz

czy drugi raz i powiedzieli, że też czuli tak troszeczkę, że nie wiedzą, gdzie iść może do końca... No jest oznakowanie, ale wiadomo, że jak człowiek wchodzi w emocjach, to nie zawsze zwraca na to uwagę. Więc zawsze gdzieś tam to zaopiekowanie było. **Takie ciepło**. /w1/

Rozmówcy i rozmówczynie zwrócili także uwagę na **dobrą lokalizację Zamku** (po drodze do centrum) oraz **możliwość ochłodzenia / ogrzania się lub chwilowego odpoczynku**. Lubią wchodzić tutaj także bez okazji, szczególnie wiosną lub latem, kiedy można usiąść na schodach lub leżakach przy wejściu A. W ich wypowiedziach można było zauważyć sympatię, pogodę i sentyment (jedna z uczestniczek grupy roboczej przychodziła tutaj jako dziecko) – niezależnie od krytycznych uwag, które opisane zostały poniżej, lubią „bywać” w Zamku.

[...] fajne są te małe **wystawy po lewej stronie**, takie zdjęciowe, zawsze tam zaglądamy, jak jesteśmy, tak przy okazji, jak przechodzimy obok. Program sobie obejrzymy; nie raz przychodziliśmy tu karmić dzieciaka. /gd_a/

[...] zdarzyło mi się posiedzieć na schodach na zewnątrz, nawet jak nie miałam żadnego interesu. /gd_p/

Ci dorośli, którzy na co dzień opiekują się dziećmi, zauważyli, że w Zamku **brakuje miejsc** interesujących i przygotowanych **dla dzieci**. Kilukrotnie podkreślali, że mimo iż sami lubią tu bywać na wydarzeniach, to wyjście z dziećmi podporządkowane jest przede wszystkim ich komfortowi i upodobaniom, a w Zamku trudno to zapewnić. Warto dodać, że nie mieli tutaj na myśli oferty programowej na przykład pracowni zamkowych, ale odnosili się głównie do przestrzeni (choć o samym programie dla dzieci dowiedzieli się dopiero podczas spotkań grupy roboczej).

Jak byliśmy na tym Gaudim, to dzieciaki robiły taaakie oczy: że ta przestrzeń, tak surowo, te kamienie takie zimne. Dzieciaki nie mogły się odnaleźć nigdzie. Nie było czegoś takiego magnetycznego dla dzieciaków, żeby gdzieś podejść. /gd_m/

Uważam, że powinien być jakiś kącik dla dzieci, jakieś miejsce interesujące. /gd_j/

Mogłoby być coś dla dzieci niedługo po wejściu, bo dzieciaki się trochę adaptują, nie ma tak, że od razu wchodzi i jest ok. /gd_a/

Hol Wielki

Hol główny przy wejściu A dorośli porównali do „**dworca**”. To przestrzeń, która służy do transferu („tu się nikt nie zatrzymuje, wszyscy są przelotem” /gd_j/) lub kupienia biletu. Zwrócili uwagę na chłodną barwę światła, która kojarzy im się z dużymi przestrzeniami publicznymi, oraz pogłos, który wprost łączyli z metrem lub dworcem kolejowym.

→ potencjał „kącików”

Porównując Hol Wielki z Atrium, uczestnicy i uczestniczki spotkań grupy roboczej zauważyli, że ma on zdecydowanie więcej miejsc, które mogłyby zostać zagospodarowane jako „kąciki”. Nazywali nimi miejsca, w których można byłoby **usiąść z książką lub gazetą i poczuć się przytulnie**. Mogłyby one być wyznaczane przez kolumny znajdujące się po lewej stronie od wejścia czy mobilne ścianki lub parawany/stojaki z roślinami. Niektórzy z dorosłych przyznawali, że zdarza im się wchodzić do Zamku na chwilę, by się ogrzać (zimą) lub odetchnąć od upału (latem). Jeden z uczestników opowiadał, że zdarzało mu się tutaj przychodzić ze swoim synem na karmienie lub przewijanie. Takie spontaniczne lub przemyślane wizyty w Zamku byłyby zdaniem dorosłych przyjemniejsze, gdyby można było skorzystać z miejsca, w którym można poczuć się przytulnie i bezpiecznie – taki potencjał mają „kąciki”, których stworzenie wyraźnie rekomendowali¹¹.

→ dezorientacja, brak poczucia „bycia zaproszonym”

Wspomniane wcześniej **poczucie zagubienia** wynika zdaniem dorosłych z braku jasnych komunikatów o tym, jak poruszać się po Zamku. Nikt nie zauważył, że na jednym z filarów znajduje się rozkład pomieszczeń. Przyznali, że kiedy chcą trafić do jakiegoś konkretnego miejsca w Zamku, to najszybciej jest podejść do kasy i o nie zapytać – nie wszyscy jednak zawsze mają na to ochotę (choć uprzejmość i życzliwość pracowników zostały przez wszystkich podkreślone i bardzo chwalone). Ulotka lub mapa przestrzeni Zamku nie do końca przekonywały dorosłych. Podczas próby projektowania rozwiązania najczęściej wracali do tematu tablicy interaktywnej, która miałaby kilka funkcji: 1) pozwalałaby odnaleźć szukane miejsce (np. poprzez pokazywanie ścieżki do poszukiwanej sali); 2) informowałaby o aktualnych wydarzeniach (np. przez pytanie, „na co masz ochotę?”, proponowałaby za pomocą haseł kluczowych

11. Warto dodać, że dyskusje o wydzielonych przestrzeniach („kącikach”) oraz roślinności były tymi, które najbardziej poruszyły uczestników i uczestniczki spotkań. Wszyscy z dużym zaangażowaniem podkreślali, jak ważne są oba te elementy, dzielili się swoimi doświadczeniami i wyjaśnieniami.

konkretne działania); 3) zapraszałaby do swobodnego poruszania się po Zamku (np. dzięki komunikatom o możliwości samodzielnego zwiedzania albo wskazaniu miejsc, gdzie można usiąść i odpocząć).

→ tajemnicza tuba

Jedną z pierwszych rzeczy, na które zwrócili uwagę dorośli w Holu Głównym, była tuba, w której znajdują się kasa i punkt INFO. Największe emocje wzbudziła **przestrzeń na piętrze**: uczestniczki i uczestnicy spotkań nie wiedzieli, jaka jest jej funkcja. Mimo że wszyscy bywali od dawna i wielokrotnie w Zamku, nigdy tam nie byli (nie zdecydowali się tam wejść, ponieważ krępowali się obecności osób pracujących w punkcie INFO). Część z nich krytykowała „marnowanie” tej przestrzeni.

Grupa dorosłych kilkakrotnie wracała do tematu pamiątek i gadżetów związanych z wydarzeniami w Zamku (np. wystawami) czy jego historią. Podkreślali, że bardzo chętnie obejrzeliby je i kupili coś dla siebie lub w prezencie dla swoich bliskich. **Punkt INFO** znajdujący się w tubie ich **nie zachęca**: część osób nie wiedziała, co dokładnie się tam znajduje, część krytycznie wypowiedziała się na temat jego funkcjonalności. Dla większości największym problemem było **poczucie niezręczności**, które towarzyszy im, kiedy tam wchodzi („Jak już się wejdzie tam, to trzeba kupić, bo wszyscy patrzą na ręce” /gd_m/) – na tyle duże, że nie decydują się wchodzić tam bez bardzo określonego celu (jak na przykład zapytanie o drogę / jakieś wydarzenie). Jednocześnie wiele osób podkreślało, że bardzo lubią oglądać i kupować przemyślane i estetyczne pamiątki z muzeów i innych miejsc kultury. Ważne jest jednak dla nich, by móc je obejrzeć w niezobowiązujący sposób, spędzając czas przed zaplanowanym wydarzeniem lub po nim. Zapytani, czy wyeksponowanie konsumenckiego elementu nie będzie negatywnie wpływać na ich wrażenia, zauważyli, że zależy to od: 1) jakości proponowanych produktów („produkty powinny być jakościowe, wtedy będzie elegancko” /gd_a/; „mecz na poziomie kulturalnym nie zniechęca” /gd_m/) oraz 2) sposobu ekspozycji („można by to jakoś tematycznie wyeksponować, żeby się łączyło na przykład z aktualnymi wystawami” /gd_j/).

→ brak przytulności

Tłumacząc metaforę „dworca”, dorośli odnieśli się do przekonania, że hol główny służy przede wszystkim do transferu do dalszych części Zamku. To przekonanie nie wynika ich zdaniem tylko z realnej funkcji tego miejsca, ale także ze specyficznego wrażenia, jakie ono pozostawia na znajdujących się tu osobach. Poproszeni o opisanie tego wrażenia, uczestnicy i uczestniczki spo-

tkań grupy roboczej podsumowali je określeniem braku przytulności. Szczegółowo można je odnieść do:

- **uczucia chłodu**, które z jednej strony wynikało z realnej temperatury, ponieważ spotkania odbywały się jesienią, ale z drugiej strony – także z estetyki wnętrza („tu jest zimno dosłownie i w przenośni” /gd_k/); wskazano na szarość ścian, wrażenie chłodnych barw światła, brak rozświetlających elementów, półmrok;
- **skrepowania i „klimatu pustki”**, które zwykle odczuwa się wtedy, kiedy w dużym holu nie ma żadnych gości (nie dotyczy to czasu przed dużymi wydarzeniami, kiedy hol jest wypełniony); zdaniem dorosłych takie odczucia można byłoby zmienić przez organizację miejsca, gdzie można usiąść i poczytać książkę, odpocząć wygodnie: świadomość, że ktoś siedzi już w pomieszczeniu, do którego się wchodzi, jest dla nich uspokajająca, buduje wspomniane poczucie przytulności.

Atrium

Przestrzeń na pierwszym piętrze – Atrium – uczestnicy spotkań grupy roboczej opatrzyli metaforą „poczekalni”. Ich zdaniem jest to miejsce, do którego trafia się wtedy, kiedy przychodzi się na wydarzenia w Kinie Pałacowym, Sali Wielkiej czy Sali Wystaw. Zauważyli, że miejsce jest do tego przystosowane: dominuje tutaj otwarta przestrzeń, w której może zmieścić się wiele osób.

→ duża, otwarta przestrzeń i wysoki sufit

Wielkość Atrium, jego przestronność i ciekawa architektura (dzięki bryle schodów i szklanemu sufitowi) została bardzo doceniona przez wszystkich dorosłych. Zgodnie przyznali, że podoba im się estetyka tego miejsca („tu jest fajnie, tu jest *space* i to jeszcze taki wielopoziomowy” /gd_m/). Przestrzenność Atrium pozwalała im nie czuć się przytłoczonym, a dzięki temu, że schody dzielą pomieszczenie prawie na połowę, widzieli także możliwość komfortowej ucieczki z centralnego i widocznego miejsca w środku („dzięki schodom nie trzeba się czuć jak na widelcu” /gd_p/).

→ brak roślinności

Uczestnicy spotkania dziwili się, jak **niewiele roślin** znajduje się w przestrzeni Atrium. Podkreślali, że pomimo ciekawej architektury brakuje tu przytulności, a ją mogłyby zapewnić właśnie rośliny. Zapytani o rośliny w Szklarni (zamkowej kawiarni), czy nie tworzą atmosfery także w Atrium, odpowiedzieli, że oba piętra traktują oddzielnie. Wskazywali, że kwiaty mogłyby być w prosty sposób

przesuwalnych donicach na kółkach, dzięki czemu przestrzeń mogłaby być łatwo dostosowywana do aktualnych potrzeb (takie rozwiązanie porównali do roślinności na Placu Kolegiackim).

→ brak wygodnych miejsc do siedzenia

Centralnie usytuowana kanapa oraz kilka siedzisk pod ścianą nie jest wystarczającą ilością miejsca do siedzenia według uczestników i uczestniczek spotkań. Kanapa jest podwójna i siadające na niej osoby są zwrócone do siebie plecami, co zostało ocenione jako niekomfortowe („nie wszyscy lubią mieć kogoś za plecami, bo nie ma się kontroli, co się dzieje za plecami...” /gd_p/). Dodatkowo fakt, że stoi ona w centrum, sprzyja przeświadczeniu, że **„jest się obserwowanym”**. Dorośli zasugerowali, że **poduchy**, które były kiedyś pod Kinem Pałacowym, powinny wrócić do tej przestrzeni, ponieważ nadają jej swobodnej, niezobowiązującej atmosfery. Dzieleni się też pomysłem, żeby pojawiły się **niewielkie stoliki**, przy których można byłoby usiąść, by poczytać książkę, wypić herbatę/kawę (własną, z termosu, bo „nie każdy ma te 12 zł, by kilka razy w tygodniu wydać je na herbatę” /gd_n/). Dla wielu osób bardziej zapraszające niż duża kanapa są mniejsze, ale rozproszone miejsca do siedzenia, jak **pufy, fotele czy małe sofy** – nie trzeba ich bowiem dzielić z dużą grupą osób („jak by na kanapie już ktoś siedział, albo dwie osoby, to ja bym się już nie dosiadła” /gd_k/). Rozmawiano także na temat możliwości pracy przy komputerze w przestrzeni Atrium – zdania były jednak podzielone: dla części byłaby to dobra propozycja w razie szybkiego rzucenia okiem na pracę, dla innych niemożliwe zadanie do wykonania ze względu na trudności ze skupieniem (duża przestrzeń, echo, obecność innych).

→ brak przytulności, odczucie chłodu i mobilizacji

Jak wskazano powyżej, Atrium zostało porównane przez uczestników i uczestniczki grupy roboczej do poczekalni. Ta metafora wynika z ich przekonania o tym, że brakuje tutaj pretekstów do spędzenia czasu w inny sposób, niż stojąc i czekając na rozpoczęcie wydarzenia w Kinie Pałacowym, Sali Wielkiej czy Sali Wystaw. Wytlumaczenie dorośli sytuowali we wspomnianej wcześniej ograniczonej ilości miejsc do siedzenia, a także ogólnym odczuciu braku przytulności („...to nie jest przestrzeń, w której ja potrafię się zrelaksować, wyobrazić sobie, że spędzę tutaj godzinę i będzie fajnie” /gd_n/; „tu się jest ciągle na takim trybie stand-by” /gd_k/). To niekorzystne wrażenie wynika z: 1) akustyki miejsca – narzekano na pogłos i hałas; 2) braku roślinności; 3) braku wydzielonych stref zapewniających większą intymność, poczucie komfortu bycia „schowanym”. Dorośli często wracali do sugestii, by przestrzeń Atrium

podzielić na strefy (mogłyby temu służyć rośliny w specjalnych donicach lub parawany), które pozwoliłyby spędzić czas w spokoju i zwiększyć atrakcyjność tej przestrzeni. Wskazywali, że chętniej spędziliby czas przed koncertem czy innym wydarzeniem, siadając na sofie ze znajomymi w miejscu, w którym nie będą obserwowani przez wszystkich wchodzących na piętro.

Komfortowa przestrzeń

Podczas rozmów w ramach wywiadów indywidualnych, a także podczas spotkań grupy roboczej dorośli odnosili się do różnych aspektów wygody i przyjazności przestrzeni, w których lubią przebywać. Cechy i elementy przyjaznej przestrzeni, które pojawiały się w ich wypowiedziach, zostały zebrane poniżej.

- **Przestrzeń „z pomysłem”**, czyli taka, która jest zrozumiała dla odbiorcy/odbiorczynie oraz przekazuje im jakiś spójny komunikat („dla mnie przestrzeń musi mieć na sobie pomysł i być spójna, najgorsze są takie przestrzenie z przypadku, że nie wiadomo, o co tam chodzi” /gd_mm/).
- **Dzielenie na mniejsze części**¹², które pozwalają na spędzenie czasu w komfortowej i kameralnej przestrzeni („ja muszę mieć gdzie uciec, ja muszę się wymknąć” /gd_p/; „nie lubię być w centrum, jak wszyscy na mnie patrzą” /gd_n/). Przykładem instytucji, która zapewnia komfort funkcjonalnego dzielenia przestrzeni, jest kino Muza, a także modułowe zaplanowanie Placu Wolności podczas Festiwalu Malta.
- **Ciepłe światło i jasna przestrzeń** pozwalają się odprężyć i wzbudzają pozytywne emocje – nie wszyscy świadomie zwracają na nie uwagę, ale przyznają, że po pewnym czasie przebywania w takim miejscu czują się dobrze.
- **Roślinność** sprawia, że przestrzeń kojarzy im się z (dziką) naturą, a w rezultacie dużo szybciej odprężają się i mają ochotę zostać tam dłużej. Jest to szczególnie istotne w czasie wolnym, kiedy często planują go tak, by spędzić w zielonym otoczeniu możliwie dużo czasu. Dobrym przykładem takiej „zielonej instytucji” jest według rozmówców i rozmówczyń Europejskie Centrum Solidarności w Gdańsku.
- **Zachęcenie do interakcji i pobudzenie ciekawości** to elementy, których rozmówcy i rozmówczynie szukają w miejscach kultury. Lubią być zapraszani do zabawy, gry, zagadek – deklarowali to nie tylko ci, którzy chcą za-

12. Niektórzy uczestnicy spotkań grupy roboczej deklarowali, że lubią duże, niezagospodarowane przestrzenie. Przyznali jednak, że robią na nich wrażenie, ale nie chcieliby zostać w nich długo: traktują je jako atrakcję, a nie miejsce do spędzania czasu.

pewnić atrakcje swoim dzieciom, ale także inni dorośli, którzy pozytywnie oceniają wytrącanie z codziennej rutyny.

- **Wygodne miejsce do czytania** kojarzy im się z wysokiej jakości przestrzenią, która z jednej strony jest zaprojektowana tak, aby zachęcić do lektury (wspomniano, że dobrym pomysłem jest postawienie regału z książkami czy umożliwienie wyboru lokalnych gazet), ale z drugiej pozostawiona jest użytkownikom/użytkowniczkom. To z kolei pozwala poczuć się swobodnie, komfortowo.

W kontekście całościowej obserwacji realizowanej w czterech wybranych punktach (Hol Wielki, „przedzamcze”, Atrium, drugie piętro) zadaliśmy sobie także pytanie o charakter realizowanych wizyt (ich funkcjonalność) i sposobów użytkowania zamkowych przestrzeni. Najbardziej oczywistą z obserwacji jest ta dotycząca celowości odwiedzania obiektu. Do Zamku przychodzi się po to, by sensualnie go doświadczyć (zobaczyć, posłuchać, poczuć, powąchać, dotknąć), przeżyć określone emocje (zaciekawienie, zdziwienie, zachwyt). Wymieniamy przykłady aktywności, które są realizacją jakiegoś określonego celu – zatem do Zamku przychodzi się, by:

- obejrzeć wystawę, film (sam obiekt także);
- posłuchać koncertu, wykładu (samego Zamku również);
- zjeść, napić się (głównie w kawiarni);
- porozmawiać, spotkać się (przede wszystkim w kawiarni, przed wydarzeniem lub po nim);
- kupić coś (książkę, bilet, kawę);
- zwiedzić Zamek / zrobić mu zdjęcie;
- nauczyć się / zainspirować (w ramach warsztatów, wykładów, dyskusji, kursów w pracowniach zamkowych);
- „poszwendać się” – czyli poużywać Zamku na własne potrzeby, we własny sposób.

Ta ostatnia z aktywności wydaje się pojawiać najrzadziej. W idei „trzeciego miejsca” Raya Oldenburga chodzi o takie przestrzenie, miejsca, do których ciągnie nas po pracy, po szkole, a które jednocześnie nie są naszymi domami. To mają być miejsca, gdzie po prostu chcemy być, samodzielnie organizując sobie czas, nie zawsze chcąc płacić za to (na przykład kupując sobie czas, ciepło i siedzenie w kawiarni). Czy w Zamku można „nic nie robić”, po prostu być? Oczywiście – w teorii – jak najbardziej. W praktyce jest to trudne. Przestrzenie

ogólnodostępne (Hol Wielki, Atrium, tzw. Mediateka), nie są aż tak dostępne. Brak wygodnych siedzisk, niewiedza, że bezpłatnie można określonych miejsc używać, akustyczne bariery (hałas) – nie zachęcają do tego typu aktywności. Sporym wyzwaniem jest przestrzeń Holu Wielkiego, możliwe, że jej publicznego, demokratycznego charakteru nigdy nie uda się w pełni wykorzystać. Podstawową trudnością jest niesprzyjająca akustyka, brak przytulnych, bardziej kameralnych fragmentów. Niewykluczone jednak, że inne miejsca w Centrum Kultury Zamek mogłyby się do tego nadawać – Atrium lub przestrzenie bardziej schowane, rzadziej uczęszczane (dawna Mediateka). Konieczna (re)aranżacja tych miejsc, stworzenie bardziej do-społecznego otoczenia (na przykład przez zagęszczenie mebli, umieszczenie siedzisk – inny układ) musi oznaczać wypracowanie pewnego konsensusu estetycznego-funkcjonalnego.

ROZDZIAŁ IV. INSPIRACJA: STRATEGIE BUDOWANIA RE- LACJI Z PUBLICZNOŚCIĄ

Opis i analiza relacji instytucji kultury z publicznością są obszarem namysłu naukowego i zawodowego od wielu lat. Badania, które realizowaliśmy, nie miały na celu sformułowania nowej kategoryzacji tych relacji czy uzupełniania tych już istniejących. Jednocześnie chcieliśmy wygenerować wnioski, które mogłyby być inspirujące w procesie projektowania działań lub zmian na podstawie całościowych wyników badań, które opisane zostały w tym raporcie.

W poniższym rozdziale zaprezentowane zostały dwie strategie budowania relacji z publicznością, które wyłoniły się z rozmów z pracownikami i pracowniczkami instytucji kultury z dużych miast w Polsce (3 pogłębione wywiady indywidualne). Eksperti i ekspertki to osoby na różnych stanowiskach i dlatego wносиły do refleksji różne perspektywy oglądu problematyki związanej z publicznością.

Bardzo ważne jest, by podkreślić, że poniższy opis nie jest kompletnym/wyczerpującym opisem przedstawianych strategii (możliwe jest z pewnością

także łączenie ich elementów). Warto go traktować jako inspirację, zachętę do namysłu nad własną strategią działania czy w końcu schemat, który można sprawdzać/pogłębiać w odniesieniu do znajomości sposobów działania różnych podmiotów kultury.

Opis strategii opiera się na trzech elementach: 1) podstawy relacji z publicznością; 2) sposoby działania; 3) cele i rezultaty. Każdy z nich został uzupełniony także o perspektywę publiczności – potencjalne plusy i minusy funkcjonowania w działaniach budowanych w odniesieniu do wybranej strategii.

Strategia BLISKOŚCI W RELACJI

Rozmówcy stosujący strategię bliskości w relacji częściej niż do pojęcia publiczności (tutaj utożsamianego z bardziej masowym, często anonimowym uczestnictwem na przykład w dużych wydarzeniach) odnosili się do bardziej zindywidualizowanego (pojedynczego, kameralnego) określenia: uczestnik i uczestniczka (lub odbiorca i odbiorczyni) swoich działań. Zauważone w wypowiedziach rozmówców i rozmówczyń schematy przypominają założenia partycypacyjnego tworzenia kultury. Niektórzy z nich odwołują się do praktyki partycypacji jako modelu idealnego.

→ Na czym buduje się relacja z publicznością?

Strategia bliskości w założeniu zakłada, że relacje z odbiorcami i odbiorczyniami oparte są na realnym z nimi kontakcie: **osobistej znajomości, rozmowach czy wymianie doświadczeń**. Osoba animująca/tworząca wydarzenia i odbiorca/odbiorczyni są w kontakcie podczas działań włączonych w ofertę danego podmiotu, ale także poza tymi działaniami.

[...] tak staramy się budować w różnych projektach społecznych naszą obecność, w sensie, że nie jesteśmy tylko jakimś tam botem odpowiadającym na maile, czy jakąś anonimową osobą [...], tylko staramy się poznawać te grupy, z czym przychodzą, trochę też pracować naszymi twarzami, tak w cudzysłowie. [...] To widać chociażby w takich głupich rzeczach jak posty na Facebooku, że ludzie, którzy dużo lepiej reagują na przykład na to, że jesteśmy twarzami, a nie jest to tylko jakaś tam przestrzeń. /w5/

Poza bliskością – relacje z odbiorcami i odbiorczyniami w tej strategii można również nazwać (za jednym z rozmówców) **zindywidualizowanymi**. Osoby kuratujące dane inicjatywy są odpowiedzialne za to, by przemyśleć, jak układać relacje i działania, tak aby były one jak najbardziej komfortowe i dopasowane

do potrzeb odbiorców i odbiorczyń. Niekiedy jest to kwestia indywidualnego podejścia wypracowanego dzięki znajomości danej osoby, a w innych sytuacjach rezultat przygotowania się do współpracy z konkretną grupą (określoną na przykład cechami demograficznymi czy stylem życia).

Zindywidualizowanie to podchodzenie do poszczególnych osób i do poszczególnych relacji jednak z taką uważnością tego, z kim rozmawiamy, w jaki sposób budujemy relacje już z konkretną osobą. To jest jakby oczywiście trudne [...], natomiast, no, warto pamiętać chociażby o specyfice pracy na przykład z seniorami i seniorkami, kontaktu z nimi... Warto też pamiętać o tym, w jaki sposób współpracować z grupami złożonymi z migrantek i migrantów itd., itd. Jeżeli chodzi o takie zindywidualizowanie podejścia, nawet jeśli ono nie jest możliwe tak w podejściu jeden do jednego, w relacji takiej bardzo osoba do osoby, to przynajmniej jakby znajomość tej specyfiki, próba ukierunkowania działań. /w5/

→ Jaki jest sposób działania?

W strategii bliskości w relacji, w której działania często zakorzenione są lokalnie (np. dzielnica, sąsiedztwo, ulica), inicjatywy chętnie podejmuje się **w partnerstwie**. Odbywa się to dwutorowo: zainteresowane osoby/podmioty same zgłaszają się do instytucji lub to instytucja wyszukuje potencjalnych partnerów, którzy działają w tym samym obszarze. Dodatkowo, wybiera ich także pod kątem podobnych wartości (misji, wizji) oraz kontaktu z odbiorcami i odbiorczyniami, do których chce trafić. To, co wyróżnia strategię bliskości w relacji w kontekście podejmowanych w partnerstwie działań, to duże **zaangażowanie** w realną wspólną pracę (nie wchodzi w grę takie formy jak barter czy użyczenie przestrzeni). Możliwość wpływu na ostateczny kształt działania (autorskość) jest w tej strategii bardzo istotna, podobnie jak wspólne wypracowanie możliwie najlepszego rozwiązania (wspólne projektowanie) na podstawie różnych doświadczeń i znajomości potrzeb grupy docelowej.

A drugi to jest taki, że ktoś przychodzi do nas i nas zaprasza jako partnerów do swojego działania, przy czym my mamy taką zasadę, że dla nas w takim wypadku partnerstwo to jakby rzeczywiście staramy się do tego przywiązywać wagę. Nie być tylko osobami..., jeżeli już coś nazywamy partnerstwem, to chcemy być włączeni w proces kreowania, żeby to nie było takie partnerstwo fasadowe na zasadzie, że jesteście partnerami, to dajcie salę; albo dacie jakiś tam nie wiem..., jakieś środki finansowe na realizację. /w5/

[...] myśmy rzeczywiście postawili na tę ofertę, zaczęliśmy pracować i z seniorami, i nawiązaliśmy współpracę ze szpitalami psychiatrycznymi, zaczęliśmy też wychodzić na zewnątrz. [...] te relacje są jednak ważne, bo one tworzą zaufanie, a jak stworzysz zaufanie, to ludzie się otwierają i my się otwieramy. I powstają świetne rzeczy wtedy. To jest zupełnie... to jest współpraca, to jest działanie, kreacja na zupełnie innym poziomie. /w6/

Co ciekawe, wspomniana partnerskość wiąże się w tej strategii z gotowością wzięcia odpowiedzialności za kształt zawiązywanej relacji. Pomimo że sama współpraca ma odbywać się demokratycznie (partnerzy mają mieć tak samo liczące się głosy w podejmowaniu decyzji), to instytucja **przyjmuje do wiadomości**, że ze względu na własne zasoby **jest w tej relacji uprzywilejowana**. Z tą świadomością odpowiednio buduje współpracę z partner(k)ami, kierując się uważnością i otwartością – także na potencjał, który wnoszą do działania „mniejsi gracze”.

Ale żeby też w jakiś sposób nie przygważdżać swoją, swoją... dużym rozmiarem, dużymi możliwościami. Nasze możliwości są oczywiście dużo większe, ale jakby całą... całą zabawą jest to, żeby wejść w tę relację nie na zasadzie, że jesteśmy dużą instytucją i możemy wszystko, bo ludzie poczują się po prostu niepotrzebni. I jakby się nie zadzieje żaden proces, tylko jakby całą zabawą jest to, żeby być tam po partnersku, jakby mówić – OK, reprezentujemy dużą instytucję, ale każdy z nas ma tak naprawdę różne zasoby i możliwości, które można tutaj wykorzystać. /w5/

W przypadku wątpliwości, czy dana inicjatywa została dobrze zaprojektowana, lub w sytuacji mierzenia się z porażką frekwencyjną – instytucje wykorzystujące strategię relacji w bliskości najchętniej opierają się na **opinii odbiorców i odbiorczyń**. Konsultują przygotowane pomysły lub sięgają po proste metody ewaluacyjne oparte na rozmowie (na przykład indywidualne lub grupowe wywiady/spotkania). W konsekwencji dostosowują i modyfikują wcześniejszą koncepcję działania o potrzeby grupy docelowej, a także jej wizję tego, jak powinno ono wyglądać (indywidualizacja oferty).

Uważam, że każdy projekt celowo powinien być skonsultowany w jakiś sposób. Z badać nawet taką grupę fokusową, prawda. Teraz robimy takie szkolenia dla nauczycieli, no to zadaliśmy pytanie tym nauczycielom: dobrze, a co byście chcieli mieć w tych szkoleniach, tak? I na podstawie tego dopiero stworzyliśmy im projekt, czego

oni rzeczywiście realnie potrzebują. Bo czy ja wiem lepiej, czego oni potrzebują? Nie sądzę. /w6/

→ **Jakie są spodziewane rezultaty podejmowanych działań?**

W strategii bliskości w relacji rezultaty podejmowanych działań odnoszą się w znacznej mierze do tego, co społeczne i osobiste. Dla tych, którzy się nią kierują, istotne jest, by projektowane wydarzenia i inicjatywy prowadziły do **integracji społecznej** poprzez lepsze poznanie się, rozpoczęcie wspólnych działań, zakorzenienia w lokalnej społeczności.

To spotkanie było jakby pretekstem, miejscem do tego, żeby oni tak naprawdę jakby poznali się. [...] Generalnie jakby tak społecznie, socjologicznie myśląc o tym, no to jakby czuję, że pretekst jest bardzo istotnym takim czynnikiem rozpoczynającym współpracę, relacje pomiędzy różnymi grupami. Czasami musimy pokazywać, że dopiero pretekst potrafi złączyć dwie osoby, które są totalnie z innych baniek, wątków kulturowych, ale też w zupełnie innym wieku. I dopiero spotkanie jest w stanie ich połączyć. /w5/

Ważnym rezultatem działań jest tutaj także wytworzenie **zainteresowania kwestiami społecznymi**, budowanie/wzmacnianie społecznej wrażliwości i otwartości na to, co nas na co dzień otacza. Kultura jest tutaj traktowana jak narzędzie, pretekst, by krytycznie rozmawiać o codzienności. W tym sensie strategia relacji w bliskości wpisuje się w koncepcję edukacji kulturowej.

[...] kultura dla nas jest trochę takim narzędziem do mówienia o społeczności... Kultura w sensie... działania kulturalne w takim rozumieniu, na przykład, nie wiem, muzyka, jakieś różne formy ekspresji artystycznej czy wytworów kultury, no jakby my je w dużej mierze używamy do tego, żeby opowiadać o pewnych problemach, wyzwaniach społecznych, jakby... czy, czy... generalnie o społeczeństwie, o świecie. /w5/

W związku z tym, że działanie w partnerstwie jest jednym z preferowanych sposobów aktywności w opisywanej strategii, bardzo ważnym rezultatem jest z jednej strony sam **kreatywny proces** projektowania, a z drugiej jego efekt, w którym uwidaczniają się różne sposoby myślenia i potrzeby. Zaproszenie innych do wspomnianej kreatywności – nie tylko podmiotów „eksperckich”, ale także odbiorców i odbiorczynie – stanowi ważną część podstawy działania w strategii bliskości.

To znaczy przede wszystkim pracowanie z ludźmi, ale też zapraszanie ich, żeby pracowali tutaj z nami, żeby w jakiś tam sposób oni współkreowali to, co my robimy, no bo ja sobie mogę coś tam robić, podoba mi się, ale to nie znaczy, że... Z drugiej strony może się też to innym podobać, ale oni zostają bierni, a ja nie lubię, kiedy ludzie są bierni. Lubie, kiedy ludzie są aktywni. I bardzo bym chciała, żeby oni poczuli, że to jakby oni współtworzą to muzeum i rzeczywiście, żeby im ten ster oddać. /w6/

Z perspektywy uczestnika/uczestniczki...	
Plusy	Minusy
– nowe znajomości – lepsze zakorzenienie w społeczności lokalnej – odkrywanie zasobów własnych i najbliższego otoczenia – poczucie wyjątkowości	– konieczność dużego zaangażowania – dyskomfort związany z akceptowaniem różnych punktów widzenia – odczuwanie ciężaru odpowiedzialności (za wspólne inicjatywy) – konieczność długofalowego planowania

Strategia ODGADYWANIA PRAGNIENÍ

W strategii odgadywania pragnień częściej odnoszono się do publiczności niż uczestników i uczestniczek lub odbiorców i odbiorczyń konkretnych działań. Ta strategia w dużej mierze opiera się na podejściu stosowanym podczas organizacji dużych wydarzeń (także tych masowych).

→ Na czym buduje się relacja z publicznością?

Inaczej niż w strategii bliskości w relacji, w strategii odgadywania pragnień częściej komunikacja z publicznością przebiega przez **kanały internetowe** (co nie oznacza, że kontakt bezpośredni nie istnieje). Jest w mniejszym stopniu skupiona na grupie docelowej, a w większym na podkreśleniu samego wydarzenia: jego charakteru, treści.

[...] we wszystkich tych mediach społecznościowych jesteśmy obecni. Strona internetowa, oszukiwanie tego Facebooka, czyli robienie tak, żeby za niewielkie pieniądze tam dotarł, żeby nie ginął, bo swoje algorytmy zmienia i robi tak, żeby to jemu płacić, a nie tak, żeby za darmo docierać. Mam dobrych ludzi w tych działach. [...] Relatywnie mało wydajemy na te reklamy płatne typu plakatowanie miasta. Z jednej strony nie chcemy zaśmiecać tego miasta niepotrzebnymi plakatami, a z drugiej strony uważamy, że to jest dość drogie i mało efektywne w tym momencie. /w7/

Elementem łączącym instytucję z publicznością jest oferta, a precyzyjniej: **dopasowanie oferty** do potrzeb i pragnień owej publiczności, a także **wysoka jakość** realizowanych działań. Dzięki nim buduje się zaufanie i wiara w „renomę” danego miejsca kultury.

Ja się nie muszę dobrze bawić na kabarecie czy na koncercie, ale często sobie gdzieś tam z tyłu siadam i patrzę nie na scenę, na scenę to patrzę technicznie, czy tam jest lepiej, czy puenta, czy światło, czy dźwięk, patrzę technicznie. /w7/

→ Jaki jest sposób działania?

Projektowanie działań w opisywanej strategii w dużej mierze opiera się na **trendach** – zainteresowaniu jakimś obszarem / dziedziną kultury czy sztuki. Realizuje się zatem to, co cieszy się popularnością, ale jednocześnie uznaniem wśród grona eksperckiego, w pierwszej kolejności składającego się z pracowników i pracownic instytucji.

[...] mamy doświadczonych instruktorów, kierowników działów, to jest podstawa, żeby mieć osoby, które są na bieżąco, którym się chce, które monitorują dane aktywności, wiedzą, co w danym momencie jest modne, ale też na te mody byle jakie nie zwracamy uwagi. Czasami, tak, są pewne rzeczy, które są ponadczasowe [...]. Ale zawsze warto monitorować, co się dzieje na rynku, co ludzi interesuje i jakoś tak to ukierunkować. /w7/

Bycie na bieżąco w kontekście najnowszych trendów oznacza także, że instytucja wybiera takie działania, które są **nowoczesne**, zgodne ze współczesnymi wymaganiami. Muzea, instytucje w historycznych budynkach czy powiązane w jakiś sposób z lokalną historią często mierzą się z wizerunkiem zakorzenionym w przeszłości i skupionym na tym, co było. Stawianie na ofertę osadzoną w najnowszych trendach i wykorzystującą nowe (i lubiane) rozwiązania pozwala walczyć z takimi stereotypami.

[...] ja chcę się od tego odcinać i iść w zupełnie inną stronę – w kierunku dizajnu, sztuki współczesnej, tańca współczesnego, świetlnych spektakli, dobrych warunków – niemuzealnych, żeby nie było skrzypiących podłóg... /w7/

Innym bardzo istotnym filarem opisywanej strategii jest budowanie możliwie jak najbardziej **różnorodnej oferty**. Kluczowe jest w niej to, by każda osoba mogła znaleźć w niej coś, co ją zainteresuje. Skutkuje to przygotowywaniem bardzo szerokiego programu dla publiczności, która ma różne potrzeby i zainteresowania.

[...] że wszyscy żyją tym wszystkim, że jest tak dużo różnych rzeczy, to jest wszystko budowanie relacji z publicznością. [...] I ten szereg różnych aktywności powoduje, że te relacje z publicznością mamy zbudowane właśnie bardzo dobrze, mamy stworzoną markę, którą ludzie kochają. /w7/

W sytuacji porażki frekwencyjnej lub modyfikacji zaprojektowanych działań strategia odgadywania pragnień sugeruje odwołać się do ważnej wartości tej strategii, czyli do **jakości oferty** oraz ekspertyzy swoich pracowników. W przypadku na przykład mniejszego zainteresowania jakąś inicjatywą pierwszą podręczną formą rozwiązania będzie zastanowienie się, jak ją uatrakcyjnić, przekonać do niej publiczność. Jednocześnie, wiele działań organizuje się tutaj w formule testowania (sprawdzania zainteresowania) i dopiero na tej podstawie podejmowania decyzji, czy sensowne jest ich kontynuowanie.

Analizujemy to na bieżąco, jeśli coś nie idzie, jest ciężko, dajemy temu jakąś tam szansę, ale jak naprawdę nie idzie, to trzeba coś zmienić – albo instruktora, albo poszukać nowej formuły, wyciąć jakieś tam rzeczy całkiem. /w7/

→ Jakie są spodziewane rezultaty podejmowanych działań?

Działania, które wpisują się w strategię odgadywania pragnień, oparte są na przekonaniu, że zadaniem instytucji jest **uszczęśliwić, zwiększyć komfort i zadowolenie publiczności**. Mimo że takie myślenie jest powszechne w ogromnej większości instytucji, tutaj szczególne znaczenie ma **całokształt doświadczenia** osoby korzystającej z oferty. Chodzi zatem o to, żeby zrealizować potrzeby związane nie tylko z odbiorem kultury (jakością wydarzeń, obsługi, przestrzeni), ale także potrzebą codziennego komfortu. Na poziomie projektowania rozwiązań przekłada się to na wzbogacanie wydarzeń choćby o ofertę gastronomiczną czy opiekę nad dziećmi. Stoi za tym przekonanie, że publiczność chętniej skorzysta z oferty, która będzie „wielowymiarowa” i dzięki temu bardziej atrakcyjna. Jednocześnie strategia zakłada także takie uczestniczenie publiczności, które wynika głównie z chęci korzystania z tych propozycji instytucji, które nie są związane *stricto* z kulturą: na przykład z kawiarni czy innych przestrzeni dostępnych do spędzania czasu. W założeniu, istnieje prawdopodobieństwo, że także takie przebywanie w miejscu kultury może przeistoczyć się w bardziej zaangażowane zainteresowanie sztuką w przyszłości.

Nasza oferta jest szeroka, rodzice mają tu wygodnie, przywożąc dzieciaki na jakieś zajęcia albo sami korzystają z zajęć, albo sobie

idą zwiedzać wystawę [...] chodzi o to, żeby byli jeszcze szczęśliwi, że to się..., że uczestniczą w czymś wyjątkowym i mają poczucie świetnie wydanych pieniędzy. To jest najpiękniejsze. /w7/

[...] ja bym chciała przede wszystkim, żeby każdy mógł w tej kulturze uczestniczyć na takich zasadach, jakich chce [...]. I to dla mnie jest super, bo to czasami są ludzie, którzy są pierwszy raz w życiu w muzeum i jeśli to ma być ich pierwszy kontakt z polskojęzyczną kulturą, no to super, bo oni się mają dobrze w tym muzeum, w tej kulturze czuć. Tak, jak oni chcą. Oni w pewnym momencie zaczną korzystać z tych innych naszych ofert, ale muszą mieć ten impuls, żeby chcieć. /w6/

Z perspektywy publiczności...	
Plusy	Minusy
– komfort elastyczności uczestnictwa (bez zobowiązań) – wygoda w korzystaniu z wyselekcjonowanej części kultury – duży wybór działań – przyjemność doświadczenia kultury codziennej	– brak możliwości współtworzenia działań (uśpiony potencjał) – nowe znajomości uzależnione tylko od własnej inicjatywy – mały stopień zindywidualizowania oferty – mniejsze prawdopodobieństwo uczestniczenia w działaniach niszowych

Warto dodać, że opisane strategie nie muszą przynależeć do sposobu działania instytucji jako całości. Bardziej prawdopodobne jest, że charakteryzują one raczej poszczególne inicjatywy lub działy przygotowujące różne oferty działań. I tak, opcja strategii relacji w bliskości jest bardziej dopasowana do modusu funkcjonowania na przykład działów edukacyjnych czy odpowiedzialnych za współpracę z partnerami lokalnymi, a strategia odgadywania pragnień do na przykład działów impresaryjnych. Niekiedy rozmówcy sami sugerowali, że stosowanie tych strategii wynika ze specyfiki poszczególnych działań i wizji pracowników czy pracowniczek, jak powinno się realizować założone cele. Dobrze obrazuje to opis podejścia do komunikacji z odbiorcami i odbiorczyniami w jednej instytucji:

[...] troszeczkę otrząśnięcie się z takiego myślenia, że skoro jesteśmy dużą instytucją, to na pewno przyjdzie duża publiczność. Skoro mamy swój dział, mamy duże sieci kontaktów, Facebook, pod którym jest tam ileś osób podpiętych itd., itd., że skoro to wszystko mamy, to znaczy, że możemy to wykorzystać jakby w pełni i że to może być..., że jakby możemy czuć się spokojnie o to, że przyjdą

osoby. Jednak trzeba w to włożyć pracę, bo te sposoby kontaktu z publicznością, które są takie ogólnoinstytucjonalne, wcale nie są aż tak dostępne dla nas, to znaczy te sposoby ogólnoinstytucjonalne też mają swoje ograniczenia, też nie są tak dostosowane do tej grupy docelowej, jaką my mamy, po prostu też się rozmywają w pewien sposób. /w5/

Poniżej znajduje się podsumowanie opisanych strategii:

	Strategia bliskości w relacji	Strategia odgadywania pragnień
Na czym buduje się relacja?	– indywidualne podejście do potrzeb uczestników i uczestniczek działań – dostosowanie działań do tych potrzeb ich odbiorczyń i odbiorców, które są związane ze społecznymi celami realizowanych inicjatyw – priorytetowa rola osobistego kontaktu z odbiorczyniami i odbiorcami oferty	– zaufanie do wysokiej jakości oferty – odpowiadanie na zróżnicowane potrzeby publiczności – priorytetowa rola kontaktu internetowego (głównie media społecznościowe)
Jaki jest sposób działania?	– inicjatywy realizowane z partner(k)ami i w oparciu na wspólnym wypracowywaniu pomysłów i metod działania – dążenie do demokratycznych relacji, uważność na dysproporcje władzy/uprzywilejowania – konsultacje oferty, badania	– śledzenie trendów – tworzenie wizerunku nowoczesnej instytucji (w opozycji do instytucji historycznej) – budowanie możliwie jak najbardziej różnorodnej oferty – testowanie oferty
Jakie są spodziewane rezultaty podejmowanych działań?	– integracja społeczna, budowanie nowych relacji w społeczności lokalnej / wzmacnianie już istniejących – wzmacnianie lub tworzenie zainteresowania i otwartości na kwestie społeczne – tworzenie w dialogu	– zadowolenie i poczucie komfortu wynikające z całokształtu doświadczenia komunikacji i pobytu w instytucji kultury – wygoda publiczności – poczucie, że instytucja odpowiada na różnorodne potrzeby

ROZDZIAŁ V. WYZWANIA I REKOMENDACJE

Badania publiczności Centrum Kultury Zamek zrealizowane w roku 2022 w części jakościowej pozwoliły uporządkować wiedzę zarówno na temat odbiorców i odbiorczyń zamkowej oferty, którzy są zaznajomieni z działalnością tej poznańskiej instytucji, jak i dotknąć tematów i zagadnień, które mogą być pomocne w tworzeniu wydarzeń i działań społeczno-kulturalnych skierowanych do grup osób, których jeszcze nie można określić jako „stałej publiczności”. Mamy świadomość cząstkowego charakteru przeprowadzonego procesu oraz jego dużej subiektywności – to badacz i badaczka sami określali zakres badania, wybierali osoby i grupy kategoryjne, które chcą włączyć do refleksji, oraz decydowali się na zastosowanie konkretnych metod badawczych. Choć nie możemy określić tego badania jako reprezentatywnego, to jednak mnogość wykorzystanych technik, czas poświęcony realizacji procesu badawczego oraz uważne wnioskowanie (na którego jakość wpływ ma również fakt, że badacze są dobrze zorientowani w kontekście pracy w kulturze i jej współtworzenia) pozwalają nam wytypować najważniejsze wyzwania, przed którymi staje instytucja chcąca dalej się rozwijać. Pogrupowaliśmy je w kilka kategorii – niektóre z nich są bardziej rozbudowane, inne wzajemnie o siebie zahaczają lub są rozwinięciem przedstawionego wcześniej wątku. Czasami przyjmują

one formułę rekomendacji, lecz częściej są zaprezentowane jako problem, do którego rozwiązania powinien się włączyć zamkowy zespół w toku dalszych warsztatowych prac.

Określenie najważniejszych wyzwań powinno być powiązane z ogólną wizją i misją instytucji. Te zwykle przysparzają instytucjom sporo trudów (w ich określeniu i aplikacji do codziennej działalności). W przypadku Centrum Kultury Zamek, które jest w procesie aktualizowania swej misji i wizji, określamy profil tego miejsca jako podmiotu traktującego kulturę nie tylko w kontekście (nie)zwykłej przestrzeni indywidualnego rozwoju i edukacji w obszarach związanych z estetyką, sztuką, pięknem, emocjami, ale również jako miejsca dostrzegającego wartość kultury w realizacji mnogich celów społecznych, więziotwórczych, integracyjnych. Uznając wyżej wymienione za ważną ramę, do której odnosi się wiele poniższych rekomendacji/wyzwań, polegamy na naszych obserwacjach i doświadczeniach niedawnej (Katarzyna Chajbos-Walczak) lub aktualnej (Bartek Lis) pracy w Centrum Kultury Zamek.

W końcowej części tego rozdziału zaprezentowane zostały także rekomendacje, które odnoszą się do będących częścią całościowego projektu badań ilościowych (realizowanych przez DANAE) oraz badań etnograficznych trzech pracowni (realizowanych przez Monikę Popow).

Włączanie – współtworzenie

Tradycyjny model instytucji kultury, która ma przede wszystkim (lub wyłącznie) formułę ekspercką (przez tę eksperckość rozumiemy m.in. decydowanie o programie, jego układanie, tworzenie), odchodzi już coraz bardziej do lamusa. W celu realizacji programu, który jest w dialogu z lokalnymi i ponadlokalnymi społecznościami, należy rozważyć takie modele prowadzenia instytucji, w których współautorstwo, współtworzenie (co zakłada bardzo różne poziomy zaangażowania), partycypacja są stałym elementem. Współtworzenie w tym miejscu nie oznacza tylko zapraszania konkretnych artystów i artystek, twórców i twórczyń kultury do budowania oferty Zamku, lecz otwieranie się na potencjał szerszego, mniej profesjonalnego otoczenia. Określenie formy, zakresu, charakteru takiego włączania (dzielenia się odpowiedzialnością, uznawania znawstwa w danej materii osób i przedstawicieli_k grup, które mogą kompetentnie i z zyskiem, na przykład zwiększonym uczestnictwem, włączyć się do współtworzenia zamkowej oferty) pozostaje pracą do wykonania.

→ Środowisko osób Głuchych chciałoby mieć większy wpływ na ofertę Zamku, inicjując lub rozwijając działania o charakterze społeczno-kulturowym,

które są tworzone przez osoby g/Głuche dla osób g/Głuchych (z opcją uczestnictwa osób słyszących).

- Osoby sugerowały tworzenie większej liczby okazji do wzajemnego spotkania i poznania się grup mniejszościowych (np. Głusi, Białorusini) i większościowych. Przy czym głównie dotyczy to oczekiwania, że osoby słyszące, pozostające w kulturowej normie, będą chciały poznać kulturę osób niesłyszących/niepolskojęzycznych.
- Byłoby dobrze, jeśli współtworzenie instytucji/inicjatywy wiązałoby się z zatrudnianiem w jakiejś formie przedstawicieli grup wykluczonych do pracy w Zamku (wspominali o tym Głusi oraz przedstawicielki mniejszości białoruskiej).
- Pojawił się postulat zapraszania do współtworzenia zamkowej oferty jako forma emancypacji i socjoterapii. Niekoniecznie z taką inicjatywą mogą wyjść same osoby, ale Zamek może takie sytuacje inicjować.
 - Wiedząc o zainteresowaniach i talentach niektórych z naszych rozmówców, dostrzegamy brak włączania niewidomej młodzieży jako współtwórców. Angażowanie młodzieży do współtworzenia oferty oraz bardziej aktywnego uczestnictwa (także bazującego na ich sensorycznej wrażliwości i manualnych/taktylnych preferencjach) mogłoby dostarczyć kolejnej okazji do rozwoju, włączania do głównego nurtu życia społecznego i emancypacji (nabieranie przekonania o wartościowości swojego życia). (Współ)prowadzenie warsztatów kulinarnych? Realizacja autorskich – taktylnych oprowadzań po Zamku (we współpracy z zamkowym zespołem i po przejściu pewnego procesu)? Realizacja słuchowisk i śpiewaczych występów?
 - Białorusinki i Białorusini wspominali, jak ważną częścią ich integracji z polskim społeczeństwem jest możliwość współdziałania, realizowania wspólnych projektów i inicjatyw. Białorusini zgłaszają pragnienie większej asymilacji, bycia bardziej włączonymi do „polskiej codzienności”.
- Podkreślana była konieczność robienia rzeczy wspólnie z przedstawicielami i przedstawicielkami grup „wykluczonych” (samorzecznictwo) albo osób, które mają konkretne doświadczenie i wrażliwość. Postulatem są tu cykle warsztatów lub projektów (a nie tylko punktowe działania), które angażują osoby wokół szerokich kontekstów i tematów, takich jak wojna, chorowanie, (niepełno)sprawność, bezduszność, etc.
- Przy okazji na przykład tworzenia programu towarzyszącego zamkowym wystawom warto rozważyć współpracę z lokalnymi pasjonatami związanymi z poruszonym tematem (nie chodzi o osoby eksperckie,

1
2
2

akademickie, profesjonalne). Podczas spotkań z dorosłymi pojawiały się pomysły realizowania małych inicjatyw warsztatowych opartych na społecznym kontekście wystawy „Tryumf koloru” (sugerowane współprace mogłyby uwzględniać osoby zajmujące się na przykład fotografią, kostiumografią, malarstwem, muzyką, itd.).

- Głusi zwracali uwagę, że nie ma praktyki zapraszania osób Głuchych do testowania „produkcji kulturalnych”, przedstawień, wystaw, etc., pod kątem dostępności rozwiązań dla osób słabosłyszących/niesłyszących. Uwaga ta dotyczy również innych osób z niepełnosprawnościami.
- Istnieje potrzeba poszukiwania sposobów na spotkanie w jednej przestrzeni przedstawicieli i przedstawicieli różnych grup narodowościowych, kulturowych – osób o różnych kapitałach kulturowych i statusie społecznym. Spoiwem dla takich interakcji miałyby być uniwersalne (wspólne dla wielu osób) aktywności: gotowanie, przyroda, ekologia.
- W kontekście minimalizowania negatywnych skutków stygmatyzacji części osób starszych o ograniczonej samodzielności (jako osób zależnych) ważne jest dostrzeganie przestrzeni kompetencji, umiejętności, sprawstwa, eksperckości seniorów i senierek, których technicznie (zwykle niesłusznie) opisujemy za pomocą tego przymiotnika (ucieczka od zależności).
- Podczas spotkania z g/Głuchymi, a także młodymi dorosłymi pojawił się pomysł stworzenia społecznej rady konsultacyjnej, który w ogóle można rozważyć jako inicjatywę, do której mogliby być włączeni przedstawiciele i przedstawicielki szeroko rozumianej publiczności CK Zamek (uspołecznianie programu). Warto rozważyć również swoisty „budżet obywatelski” na kulturę oddolną (w ramach budżetu Zamku).

Program – nowe formaty

Częściową odpowiedzią na potrzebę włączania i pogłębiania uczestnictwa osób w zamkowym programie są zgłaszane propozycje konkretnych działań. Czasami jest to bardziej ogólna idea, innym razem sugestia dotycząca zakresu problemowego / tematu lub bardziej zdefiniowana wizja nowych formatów. Poniższe pomysły mogą być również użyteczne w kontekście trafiań do grup dotychczas mniej entuzjastycznie nastawionych do CK Zamek, jak na przykład do młodzieży.

- Współczesność, teraźniejszość jako temat debaty zgłaszali głównie przedstawiciele i przedstawicielki mniejszości białoruskiej (można uznać, że ów wątek jest stale obecny w programie CK Zamek, jednak respondentom chodziło konkretnie o kwestie związane z ich kulturą

1
2
3

i społeczeństwem). Przy okazji jest mowa o tym, że chcieliby oni mieć więcej okazji do systematycznego (nie festiwalowego) prezentowania swojej kultury, co miałooby moc integracyjną, nie tylko dla ich własnej społeczności, ale także w związku z życiem obok „polskich sąsiadów”.

- Lokalne zakorzenienie Zamku i jego oferty, uwidaczniające się w podejmowanych współpracach, tematach i społecznym zaangażowaniu, jest dostrzegane i bardzo pozytywnie oceniane przez dorosłych/e poznaniaków i poznanianki. To duży potencjał programowy, a także promocyjny.
- Grupy mniejszościowe (tutaj osoby narodowości białoruskiej) poszukują sposobów i okazji do tego, by poznawać polski język, polską kulturę oraz integrować się z polskim społeczeństwem. Chciałyby to robić w sposób nieklasyczny, mniej szkolny (jako ciekawy przykład można podać wrocławski cykl „Polish Cinema for Beginners”).
- Respondenci i respondentki, którzy mają pod swoją opieką małe dzieci, wspominali o braku dobrze pomyślanych wydarzeń, które łączyłyby ich własne potrzeby i potrzeby małego potomstwa. Chcieliby wydarzeń nieseparujących obu pokoleń, gdzie nie zapomina się również o potrzebach dorosłych rodziców/opiekunów.
- Rodzice zwracali uwagę przede wszystkim na takie działania, które byłyby angażujące dla nich i dla dzieci oraz polegałyby na interakcji. W kontekście wydarzeń towarzyszących wystawom mogłyby to być inicjatywy, które pogłębiają na przykład wiedzę o kontekście historycznym czy społecznym otaczających autora/autorkę (zagadki, quizy, gra terenowa, wyzwania). Ważną potrzebę zgłaszali również Głusi rodzice niesłyszących dzieci. Chcieliby móc przyjść na wydarzenia adresowane do dzieci, które byłyby tłumaczone na PJM. Element integracyjno-edukacyjny (łączenie dzieci słyszących i głuchych) byłby dodatkowym atutem.
- Kobiety biorące udział w badaniu zwracały uwagę na brak oferty adresowanej konkretnie do nich, która pozwalałaby im wyjść z domu z dzieckiem, uczestniczyć w życiu w przestrzeni publicznej – integrować się z innymi matkami/ojcami oraz poznawać kulturę.
- Gotowanie to – oprócz smakowania i wąchania – także doświadczanie dotykem. Opowiadane badaczom pasje (kolekcjonerstwo, tworzenie modeli, majsterkowanie, ogrodnictwo) stanowią rezerwuariat możliwości aktywności, które warto uruchomić w pozaszkolnym, kulturowym kontekście, i pozwolić na rozwijanie relacji ze środowiskiem młodych osób z niepełnosprawnością wzroku (uznając najpierw, że na takiej stałej relacji Zamkowi zależy).

- Często w różnych kontekstach pojawia się wątek wspólnego biesiadowania (spożywania jedzenia i degustowania wina) – odnoszono się tutaj do więziotwórczego i kulturowego potencjału biesiady.
- Bardzo lubianą i często praktykowaną formą spędzania czasu przez dorosłych (także z dziećmi) jest uczestniczenie w kulturze w plenerze. Warto, szczególnie w letnich miesiącach, kontynuować planowanie wydarzeń (warsztatów i pokazów filmowych), które odbywałyby się na Dziedzińcu (w różnych godzinach oferta dla dorosłych i dzieci).
- Czytanie. Niewidoma młodzież, inaczej niż większość młodych osób w ich wieku, dużo czyta lub swój kontakt z literaturą zapośrednicza przez audiobooki. Sfera opowieści, czy to samodzielnie odczytywanych, czy odsłuchiwanych, stanowi ważny aspekt ich kulturowych doświadczeń. Wszelkie formy barwnego audiodeskrybowania, rozwijania wyobraźni oraz wrażliwego (uwważnego) słuchania (także muzyki) mogą być atrakcyjne dla tej grupy odbiorczej (spotkania zamkowego dyskusyjnego klubu „słuchowiskowego“?).
- Eksperymentowanie z formatami i wychodzenie poza stereotyp było również tematem rozmowy z małżeństwem osób doświadczających dysfunkcji wzroku. Rozmówczyni i rozmówca przypominali sobie doświadczenie uczestnictwa w warsztatach tanecznych jako przykładzie łamania stereotypów i angażowania nowych grup odbiorczych osób z niepełnosprawnościami sensorycznymi.
- Podczas projektowania nowych formatów działań warto wziąć pod uwagę potrzebę tych uczestników i uczestniczek kultury (tutaj odniesienie do dorosłych), którzy i które chcieliby włączyć się w debatę, zabrać w niej głos już od samego początku (a nie tylko w wąskim paśmie czasu – na przykład przez 10 minut pod koniec spotkania). Takie wydarzenia jak panele dyskusyjne czy debaty były przez nich krytykowane jako niedostępne i hierarchiczne. Sugerowali, by je otworzyć na głos zainteresowanych już od samego początku (rodzaj „otwartego mikrofonu”, „okrągłego stołu”).
- Wyzwaniem podejmowanym już przez Zamek, a wartym kontynuacji, jest próba tworzenia projektów i działań otwartych na uczestnictwo osób doświadczających różnych chorób oraz niepełnosprawności niewidocznych.
- Młodzi respondenci zwracali uwagę na jakość wydarzeń „towarzyszących” głównym działaniom (np. wystawom) – tak by były intrygujące, by były ciekawym „teaserem” lub „rozwinięciem” (jako dobry przykład takiej „zaczepki” podawano „kolorystyczne” tabliczki rozmieszczone w zamkowych przestrzeniach przy okazji wystawy „Tryumf koloru”).

- Zachęcano nas do szukania „języka” (nie tylko w sensie leksykalnym, ale też wizualnym, narzędziowym) zrozumiałego dla młodszego odbiorcy (osób posługujących się innymi kodami, bardziej zakotwiczonymi w kulturze popularnej) oraz do wychodzenia poza stereotypowe ujęcie danego tematu. Tak właśnie patrzono na wystawę francuskich artystów („Tryumf koloru”) – widząc w niej motywy i tematy czytelne dla ich rówieśników, które nie tylko pomogłyby zachęcić ich do obejrzenia wystawy, ale również poszerzałyby odczytania (współtworzenie) (tatuaż, drag, pokaz mody).
- Urozmaicheniem programu byłoby także testowanie różnych, nowych form organizowania znanych już działań (jak debata, wykład). Młodzi chcieliby do tego wykorzystać Zamek (jako budowlę), jego zróżnicowaną przestrzeń, tak by na przykład zamiast słuchać na siedząco, spacerować – zmieniać lokacje (uwaga na kwestie barier w poruszaniu się).
- Oprowadzanie, zwiedzanie Zamku miałoby większą moc przyciągania dla młodzieży i dorosłych, znudzonych konwencjonalnymi formatami, a także dla osób z sensorycznymi niepełnosprawnościami, gdyby spróbować je przełożyć na jakąś grę („zwiedzanie Zamku w sposób detektywistyczny”), uruchamiającą również konieczność posłużenia się różnymi zmysłami (nie tylko wzrokiem). Zamek jako budynek byłby doskonałym rekwizytem, scenografią lub głównym bohaterem. Poprzez nowe formaty można doświadczyć tej atrakcyjnej i wciąż dla wielu niepoznanej przestrzeni.
- Poza działaniami w formie gry czy innej interakcji młodzi dorośli czuli wyraźną potrzebę urozmaichenia programu Zamku o wydarzenia, które będą opierać się na odpoczynku, relaksie, w swobodnej i radosnej atmosferze. Mogłyby służyć temu spacer, leśne kąpiele, a także inne działania, które w letnich miesiącach odbywałyby się na dworze.
- Młode osoby poszukują przestrzeni, wydarzeń i formatów, które byłyby odpowiedzią na ich potrzebę „wyłączenia się” z pędzącego świata (techniki relaksacyjne, medytacja, etc.).
- O wartości (relaksacyjnej) prac manualnych (np. rzeźbienia w glinie) mówiło wiele młodych osób oraz dorosłych zainteresowanych cyklicznymi zajęciami. Młodzież z niepełnosprawnościami wzroku także dostrzega w tej aktywności dużą dla siebie korzyść. Otwieranie formatu pracowni na takie krótsze kursy/warsztaty (jednak stałe, cykliczne) mogłoby być ciekawą alternatywą dla... smartfona.

Uczenie się

Rozwój instytucji nie jest możliwy bez stałego uczenia się – refleksyjnego dostrzeżenia w sobie przestrzeni niekompetencji i gotowości do nadrabiania braków.

- Rekomendowano stałe doszkalanie się pracowników i pracownic w zakresie obsługi Głuchego odbiorcy (kurs podstaw PJM, savoir-vivre kontaktu z OzN).
- Warto pogłębiać swoje rozumienie różnych pojęć (jak niepełnosprawność czy zależność), by lepiej realizować program. Na przykład bardziej precyzyjne, zniuansowane posługiwanie się w dyskursie publicznym określeniem „zależny” może pomóc nam w... porzuceniu zależności (jeżeli uznajemy ją za status negatywny, niewygodny, niechciany przez same opisywane tak osoby). Włączanie osób „mniej samodzielnych” do uczestniczenia w kulturze w sposób możliwie jak najbardziej aktywny jest próbą wychodzenia poza niechcianą zależność.

Komunikacja – informacja – promocja

- Formułowanie komunikatów (informacyjnych, promocyjnych) powinno powstawać z uważnością na zróżnicowaną charakterystykę poszczególnych grup (ich praktyki, ograniczenia, kapitały kulturowe). Dostosowanie przekazu (językowo, wizualnie, narzędziowo) jest kluczowe, by trafić z tymże do zainteresowanych osób. Podobnie jest z wyborem kanałów/przestrzeni, w których ów komunikat jest dostępny (gdzie indziej i inaczej dla Głuchych, Białorusinek, dzieci niewidomych czy sprawnych studentek i studentów). Operowanie obrazem/grafiką może mieć większą wartość niż operowanie tekstem (zwłaszcza gdy ten jest skomplikowany, długi). Obraz (film) trafi do Głuchych, młodzieży, osób w spektrum autyzmu, etc. Egzamin zda krótka, esencjonalna zapowiedź osadzona w dostępnych poszczególnym grupom miejscach (posługiwanie się raczej ETR niż językiem akademickim, lub różnicowanie komunikatów).
- Długie opisy wydarzeń (komentarz dotyczy zwłaszcza informacji o wystawach), zgodnie z rekomendacją młodych dorosłych, można zmodyfikować, dodając na stronie opcję „czytaj więcej”. Dużym ułatwieniem byłaby ich zdaniem także opcja, gdyby bilety na wszystkie (a nie tylko niektóre) wydarzenia można było kupić online, klikając na jasno opisany odnośnik w tym samym miejscu, gdzie znajduje się opis wydarzenia. Obecnie ikona nie jest dla wszystkich czytelna/intuicyjna.
- Rodzice rekomendowali, aby pod opisami wydarzeń, takich jak oprowadzania, warsztaty czy wykłady, w których mogą też uczestniczyć dzieci,

umieszczać zawodowy biogram i zdjęcie osoby prowadzącej spotkanie. Wynika to z chęci przygotowania dziecka na zaplanowaną wizytę, a także upewnienia się, że będzie pod dobrą opieką.

- Prosta metoda na zachęcenie do uczestnictwa w warsztatach czy wykładach jest opatrzenie ich krótkim komentarzem o tym, kto może w nich uczestniczyć. Obawa dorosłych, że nie będą rozumieć większości przekazywanych treści albo nie mieć wystarczających umiejętności/kompetencji, by w wydarzeniu aktywnie uczestniczyć, często blokowała ich przed włączeniem się w takie działania. Mogą temu służyć opisy, na przykład „dla początkujących” / „(średnio) zaawansowanych”, czy krótkie komunikaty, na przykład „Tutaj nie wymagamy żadnej początkowej wiedzy!” / „Przyjdź, jeśli coś wiesz o x”.
- Osoby badane – oprócz prowadzących spotkania, artystek, literatów, piosenek – chcieliby częściej widzieć w foto-relacjach zwykłe osoby: uczestników i uczestniczki wydarzeń (z opcją tagowania się i poszerzania zasięgów postu).
- Najtrudniejszym wyzwaniem, połączonym z „rewitalizacją” zamkowej misji i wizji, jest stworzenie spójnej, czytelnej i zrozumiałej opowieści o Zamku (by mimo ważnej i potrzebnej różnorodności dostępny był również jakiś wyrazisty przekaz dla odbiorcy/odbiorczyni). Ta narracja jest ważna zwłaszcza w kontekście budowania relacji z osobami młodymi. Powinna być łatwo dostępna i znana również dla pracownic i pracowników Zamku.
- Do promowania, popularyzowania zamkowych wydarzeń można zaangażować „przyjaciół” (osoby pochodzące z grup, do których chce się trafić). *Brand-buddies* są ambasadorami i ambasadorkami marki. Są to zwykle influencerzy (w dobrym znaczeniu tego słowa).
- Istotna jest kwestia otwierania się na współtworzenie komunikatów, kanałów promocyjnych (i rozrywkowych) na poszczególne grupy. Zapraszanie młodzieży do czasowego tworzenia zamkowego kanału na TikToku lub Instagramie ma potencjał rozwoju publiczności. Podobne korzyści może mieć każdorazowe opatrzenie dużych wydarzeń i wystaw „medialną narracją”, która byłaby łatwo powielana w mediach społecznościowych (głównie na Instagramie). Dorośli mieli tu na myśli ciekawe hashtagi, filtry nakładane na zdjęcia czy specjalnie przygotowane (atrakcyjne wizualnie) motywy graficzne/kadry do posługiwania się nimi w mediach społecznościowych na zasadzie dokumentowania własnego uczestnictwa w wydarzeniu i „szeptanej promocji”.

- Zwrócono uwagę, że informacji o ofercie Zamku brakuje w innych miejscach w mieście. Dorośli sugerowali zwiększenie współpracy z innymi instytucjami kultury i pozostawianie tam ulotkowych programów Zamku – mówili o Estradzie, Muzeum Enigmy, kinie Muza, ale także kawiarniach i restauracjach oraz dworcu kolejowym.
- Nie wszystkie działania/pomysły Zamku są dobrze i konsekwentnie komunikowane, jak na przykład zgodna z ekologiczną filozofią – oszczędność papieru (dobry pomysł zwracania ulotek po posłużeniu się nimi jest nie najlepiej zrealizowany i wypromowany – jest niewidoczny).
- Zabieganie o włączanie różnych grup do uczestnictwa w zamkowych wydarzeniach i projektach powinno zakładać – oprócz dobrych (dostosowanych) komunikatów – przede wszystkim nawiązywanie osobistych relacji z osobami i organizacjami zrzeszającymi przedstawicieli i przedstawicieli danej grupy.
- Młodzi dorośli często wracali do tematu wysokiej jakości oferty promocyjnej Zamku (albumy, pocztówki, inne gadżety). Warto zastanowić się, co interesującego można zaproponować odwiedzającym, dbając jednocześnie o zasady ekologii i zrównoważonego rozwoju. Zgodnie z sugestiami tej grupy należy także przemyśleć sposób promowania i eksponowania tej oferty (można na przykład wziąć pod uwagę opcję umieszczania przynajmniej części z materiałów w innej przestrzeni niż tylko punkt informacyjny).
- Większość dorosłych rozmówców i rozmówczyń krytycznie oceniło promowanie oferty działań Zamku w sieci. Niektórzy badani narzekali, że mimo iż śledzą profil Zamku na Facebooku, nie widzą żadnych ofert czy informacji o jego aktualnościach kulturalnych (mnogość postów, ich nieskoordynowane publikowanie, częste powtórzenia, etc.).
- Poszukując Zamku w mapach google, dorośli rozmówcy znajdują go jako miejsce muzealne, zaś osoby umieszczające zdjęcia w komentarzach skupiają się tylko na historycznej przestrzeni. Wskazali, że kierując się tym wizerunkiem, można wyobrazić sobie Zamek jako miejsce jednorazowych odwiedzin (podczas zwiedzania), a nie przestrzeń kultury, do której można regularnie wracać.

Dostępność – otwartość – edukacja

- Konieczne jest dalsze profesjonalizowanie się Zamku w kontekście współpracy z publicznością, która doświadcza barier w uczestnictwie w kulturze. Wskazywano na przykład na takie rozwiązania, jak:
 - „obrazkowe menu” ułatwiające zamawianie produktów w kawiarni

- przez osoby g/Głuche;
- asysta dla osób niewidomych/słabowidzących w dotarciu z okolicy Zamku do jego wnętrza;
- poszerzenie listy audiodeskrybowanych wydarzeń na przykład o spektakle teatralne;
- lepsze komunikowanie o dostępnych udogodnieniach (jak audiodeskrypcje wybranych prac pokazywanych podczas wystaw w głównej sali galeryjnej);
- możliwość dotykowego poznawania rzeczy (zwiedzanie Zamku, wystawy, etc.), uzupełnione o dobrą – fabularną (czyli interpretacyjną) – audiodeskrypcję;
- tworzenie niektórych wydarzeń w języku białoruskim (posługiwanie się nim częściej przy okazji tworzonych ulotek i wydawnictw).
- W nawiązaniu do wystaw realizowanych w Holu Wielkim: warto zwracać większą uwagę na dostępność (ekspozycja niestety rzadko jest dostosowana dla osób z niepełnosprawnościami wzroku i prawdopodobnie nigdy nie jest tłumaczona na język angielski/ukraiński).
- Brak wydarzeń włączających białoruskich i ukraińskich seniorów – ci szczególnie trudno odnajdują się w polskiej kulturze (bariera językowa; tęsknota za krajem macierzystym; nieznajomość polskiej kultury; poczucie wykluczenia i niewłączania do kultury polskiej).
- Dostępność ma również wymiar ekonomiczny. Młodzież zgłaszała trudności w zakupie zbyt drogiego biletu (nawet jeśli są ulgowe).
- Myśląc o dostępności jako otwartości (zgodnej zresztą z zamkową filozofią i praktyką), warto jeszcze bardziej włączać do publicznej debaty takie tematy, jak bezdomność, seksualność, nienormatywność. Przy tej okazji zachęca się do umiejętnego poruszania tych wątków już z osobami małoletnimi, dziećmi – by działać edukacyjnie od najmłodszych lat.

Inne

W ramach badań dotarliśmy również do głosów i propozycji działań, które trudno jednoznacznie zakwalifikować do któregoś z powyższych wątków. Znajdują się tutaj także ambitne wyzwania. Wymieniamy je poniżej.

- Część publiczności widzi Zamek jako ważny podmiot publicznej debaty, który wprowadza do dyskusji istotne wątki lub animuje działania wokół nich. Tak też zasugerowano, by Centrum Kultury:
 - zaaranżowało i moderowało spotkanie poznańskich organizacji zajmujących się wsparciem osób g/Głuchych; miałyby to również funkcję osławiania osób g/Głuchych z tym miejscem;

- pomogło zorganizować lokalne/ogólnopolskie forum środowisk audiodeskrypcyjnych.
- Do dużego wyzwania należy temat współpracy z dziećmi niewidomymi i niewidomą młodzieżą. Ważne byłoby podjęcie regularnej współpracy z tym ośrodkiem. Dzieci niewidome nie mają zbyt wielu okazji do kontaktu z nowymi osobami poza ośrodkiem. Ekskluzywność ośrodka, oprócz korzyści związanych z tym faktem, może oznaczać również brak możliwości nawiązywania urozmaiconych relacji z pozaszkolnym otoczeniem. Z tą kwestią wiąże się brak cykliczności – sporadyczność, odświętność, punktowość kontaktów z instytucjami kultury.
- Temat młodzieżowego (i nie tylko) wolontariatu – również w kontekście realizowania idei instytucji kultury społecznie wrażliwej/użytecznej oraz w odniesieniu części potrzeb zdiagnozowanych w efekcie badań osób z niepełnosprawnościami – warto byłoby pogłębić i wykorzystać w przyszłych działaniach CK Zamek.
- Na uwagę zwraca nieobecność starszych chłopców w instytucjonalnej kulturze (pomijając sytuacje zewnętrzne – czyli związane ze zorganizowanymi szkolnymi wizytami). Dysproporcję pomiędzy kobietami i mężczyznami pokazały zresztą również badania w części ilościowej.
- Mężczyźni w kryzysie bezdomności – próba wykorzystania narzędzi kulturowych do włączania ich do głównego nurtu życia społecznego za sprawą jakiejś formy współpracy wpisywałaby się w ideę instytucji społecznie zaangażowanej.

Zamek – przestrzeń – idea

Kilka wątków usłyszanych/zauważonych w trakcie badań, a odnoszących się do szerszego zagadnienia Zamku jako z jednej strony konkretnego obiektu (budowli), a z drugiej jako pewnej idei – także można potraktować jako wyzwanie, z którymi należy się zmierzyć.

- Zamek – zwłaszcza dla osób nieobytych z jego eksplorowaniem – dla części jawi się jako obiekt trudno dostępny lub niedostępny (z semantycznego i symbolicznego punktu widzenia). Jego luksusowość, reprezentacyjność, muzealność tworzy dla niektórych barierę. Powoływali się na to zarówno przedstawiciele młodzieży, dorosłych, jak i przedstawicielki mniejszości białoruskiej – osoby często nie są pewne, czy do Zamku w ogóle można wejść, czy można go zwiedzić indywidualnie. Dodatkowo (co można było zauważyć w rozmowach z dorosłymi) na takie postrzeganie bryły Zamku nakłada się jeszcze wyobrażenie o muzeum / budynku

- historycznym, w którym jest się obserwowanym przez ochronę czy opiekunów wystaw.
- Poczucie zagubienia, które często deklarowali różni nasi rozmówcy, można zniwelować dzięki jakiejś formie informacji dostępnej od razu po wejściu do Holu Wielkiego (lepiej widocznej niż rozpiska na kolumnie). To trudne wyzwanie, ale warto je podjąć, ponieważ dezorientacja i zagubienie to wciąż duży kłopot dla wielu osób odwiedzających Zamek.
- Hol Wielki przedstawia się jako dość problematyczny w kontekście przebywania w nim (oprócz funkcji „dworca” – oczekiwania na przyjazd „pociągu do kultury”). Jego organizacja, kolory, akustyka zgłaszane były jako odpychające. Można jednak się zastanowić, czy inne aspekty tego doświadczenia – jego czasami męcząca sensualność – nie mają potencjału do dalszej eksploracji i rozwijania na przykład w kontekście pracy z osobami z niepełnosprawnościami wzroku.
- Stara część Zamku bywa pusta po godzinie 18:00 (o ile nie są w niej tymczasowo organizowane wystawy). Ożywienie tej przestrzeni w godzinach wieczornych może być wyzwaniem wartym podjęcia.
- Przestrzeń wokół Zamku (zwłaszcza gdy teren wokół jest rozkopany) nie zachęca do przebywania w niej. Wpływa na to także skwar doświadczany latem, brak cienia i osłoniętych miejsc. W niewystarczającym stopniu informuje się o możliwości schłodzenia się wewnątrz Zamku („wejść do środka – u nas jest chłodniej!”). W perspektywie rekultywacji terenu przed Zamkiem już teraz warto szeroko pomyśleć o programie i aktywnościach, które mogłyby być na nim realizowane.
- Zamek walczący ze swoją niedostępnością mógłby komunikować o rzeczach, które można w nim zrobić (wbrew stereotypowi): „Wolno z psami!”, „U nas jest chłodniej!”. Komunikaty witające od wejścia, które byłyby swobodne i nieformalne („Cześć”, „Miło Cię widzieć”), wprowadzałyby pozytywną atmosferę, której zdaniem dorosłych tutaj brakuje.
- „Zazielenienie” Zamku mogłoby być sposobem na ocieplenie jego atmosfery. Dorośli podkreślali, że rośliny pomagają im się zrelaksować i kojarzą się ze swobodnym wypoczynkiem.
- Zamek można próbować na nowo odczytywać, wymyślać użycia dla jego zakamarków, korytarzy, holów. Pojawił się pomysł, że dawna Mediateka jest inspirującą przestrzenią coworkingową, w której mogliby pracować studenci poszukujący spokojnej przestrzeni. Byłby to swoisty powrót do dawnej funkcji biblioteki/czytelni. Seniorka, z którą rozmawialiśmy, widziała w niej spotkania swojego klubu brydżowego.

- Rodzice podkreślali, że w przestrzeni Zamku warto zadbać o miejsca i atrakcje, które zwracałyby uwagę dzieci i sprawiały, że budynek byłby dla nich bardziej przyjazny. Mogłyby to być na przykład „dziecięce stacje” w przestrzeniach czasowych wystaw (tak, jak to było zorganizowane przy okazji wystawy Antoniego Gaudiego), itp.
- Jako olbrzymi atut, na który zwracały uwagę różne osoby, była podawana sensualność zamkowych przestrzeni (głównie w skrzydle historycznym) – wątek ten został zasygnalizowany już w części poświęconej programowi.
- Ciekawym pytaniem (i wyzwaniem, jeśli w debacie pojawi się zgoda, że ów wątek jest dla zamkowego zespołu ważny) jest kwestia tego, czy Zamek sprzyja „szwendaniu się” – czyli czy można použíwać Zamku na własne potrzeby, na własny sposób. Czy w Zamku można „nic nie robić?”
- Powyższa kwestia wiąże się z istotnym zagadnieniem, czyli koncepcją „trzeciego miejsca”. Przestrzeni do czucia się dobrze, swojsko również poza sytuacją zorganizowanego wydarzenia lub spotkania ze znajomym w „Szkłarni”. By wesprzeć tworzenie „trzeciego miejsca”, konieczna są (re)aranżacja wybranych miejsc, stworzenie bardziej do-społecznego otoczenia (na przykład zagęszczając meble, siedziska, zorganizować inny ich układ) oraz, co najistotniejsze, wypracowanie w zamkowym zespole pewnego konsensusu estetyczno-funkcjonalnego.

Rekomendacje z badania ilościowego

W celu poszerzenia publiczności CK Zamek rekomenduje się wprowadzenie ofert przeznaczonych dla grup odbiorców, zarówno par, jak i rodzin z dziećmi. Dodatkowo zaleca się wdrożenie oferty wspierającej udział rodzin z dziećmi w wydarzeniach kulturalnych, zarówno w formie specjalnych ofert biletów na wydarzenia, jak również w postaci oferty merytorycznej wydarzeń, uwzględniającej udział dzieci w wydarzeniu.

- Z uwagi na częsty spontaniczny udział badanych w wydarzeniach kulturalnych, aby poprawić sprzedaż biletów z większym wyprzedzeniem czasowym przez klientów CK Zamek, rekomenduje się wdrożenie systemu warunkującego wysokość ceny biletów zależnie od daty jego zakupu względem planowanego wydarzenia. Działanie to pozwoli na zwiększenie efektywności planowania wydarzeń przez Centrum Kultury Zamek. Zaleca się również różnicowanie ceny biletów w zależności od dnia tygodnia (dni powszednie/weekend) w celu zwiększenia popytu na usługi Centrum w dni robocze.
- Z uwagi na rzadkie korzystanie przez odbiorców Centrum z gazetki w postaci harmonogramu z programem zaleca się jej urozmaicenie pod

względem tematycznym, opierające się na przejrzystości oraz dostępności graficznej dla wszystkich grup wiekowych oraz osób z niepełno-sprawnościami, jak również dostosowanie miejsca ulokowania gazetek do trasy poruszania się po budynku.

- Z uwagi na częste wielokrotne korzystanie z usług CK Zamek rekomenduje się wdrożenie systemu lojalnościowego, gratyfikującego taki udział w wydarzeniach organizowanych przez instytucję. System ten będzie miał na celu zwiększenie częstotliwości korzystania z oferty Centrum i zachętę dla nowych odbiorców.

Rekomendacje z badania etnograficznego pracowni

Obszar współpracy z uczestnikami

- Włączenie uczestników w rozwój artystyczny CK Zamek – ważną funkcją edukacyjną oraz budującą relacje z uczestnikami będzie włączenie ich w działalność wystawienniczą Zamku. Wprawdzie badani mieli możliwość wystawiania swoich prac w głównym holu, jednak mają oni potrzebę większego zaangażowania. Potrzeba ta jest zróżnicowana: seniorzy są zadowoleni z uczestniczenia w osobnych wystawach kursantów oraz udziału w charytatywnych kiermaszach, jednak wśród uczestników pozostałych pracowni są również osoby profesjonalnie przygotowane do tworzenia sztuki. To daje możliwość znalezienia innych jeszcze form włączenia ich aktywności artystycznej do działalności Zamku. Ze względu na zróżnicowany poziom kompetencji i umiejętności uczestników powinien być to proces realizowany pod kierunkiem kuratora.
- Przykładowe działania: włączenie wybranych prac do działalności wystawienniczej podczas festiwalu, organizowanie pokazów prac pracowni podczas wydarzeń CK Zamek w miejsce organizowania osobnych pokazów pracowni.
- Usprawnienie procesu komunikacji – stworzenie krótkiej ścieżki komunikacyjnej pomiędzy administracją CK Zamek a uczestnikami. Konieczne jest stworzenie jednego kanału komunikacji, który umożliwi jasne tłumaczenie decyzji administracyjnych.

Obszar rozwoju pracowni

- Uporządkowanie systemu zapisów na zajęcia – niezbędny jest transparentny i równy system zapisów, który nie będzie wykluczał możliwości kontynuacji nauki. Najprostszym rozwiązaniem jest stworzenie grup o różnym stopniu zaawansowania. Obecny system nie daje możliwości

dołączenia nowym osobom, a równocześnie nie gwarantuje kontynuacji osobom już uczącym się w pracowniach, co jest słabą stroną procesu edukacyjnego.

- Indywidualny proces zarządzania pracowniami – badanie jasno pokazuje, że pracownie bardzo różnią się między sobą celami edukacyjnymi, formami pracy, grupami oraz obszarem kompetencji. Potrzebują zróżnicowanego planowania, celów, narzędzi rozwoju, efekty ich prac również będą różne. Korzystne będzie dla nich indywidualne stawianie celów krótko- i długoterminowych oraz planowanie działań.
- Poprawa dostępności oraz jakości materiałów – pracownie borykają się z brakami i niedoinwestowaniem. Zdarza się, że uczestnicy sami naprawiają sprzęt. Ten stan uniemożliwia im bardziej zaawansowaną formę pracy, a więc rozwoju. Niezbędne jest usprawnienie w tym obszarze.
- Wykorzystanie potencjału społecznościowego pracowni – pracownie mają duży potencjał budowania silnych społeczności, które mają stałe więzi ze sobą oraz z instytucją. Potencjał ten powinien być wykorzystany również przy tworzeniu innych działań Zamku. To mocny i dobrze już działający segment publiczności CK Zamek.

