



## **RAPORT NA TEMAT AKTUALNEGO STANU WIEDZY**

**Przegląd działań twórczych i  
włączających w sektorze kultury, sztuki  
amatorskiej oraz dziedzictwa  
kulturowego**



**Erasmus+**



## **RAPORT NA TEMAT AKTUALNEGO STANU WIEDZY: Przegląd działań twórczych i włączających w sektorze kultury, sztuki amatorskiej oraz dziedzictwa kulturowego**

© 2018:

Kulturelle Samråd i Danmark (DK); [www.kulturellesamraad.dk](http://www.kulturellesamraad.dk)

Interfolk, Institut for Civilsamfund (DK); [www.interfolk.dk](http://www.interfolk.dk)

Latvijas Pilu un muižu asociācija (LV); [www.pilis.lv](http://www.pilis.lv)

Landelijk Kennisinstituut Cultuureducatie en Amateurkunst (NL); [www.lkca.nl](http://www.lkca.nl)

EDUCULT – Denken und Handeln im Kulturbereich (AT); [www.educult.at](http://www.educult.at)

Fundacja Alternatywnych Inicjatyw Edukacyjnych (PL); [www.fundacjaie.eu](http://www.fundacjaie.eu)

Javni Sklad RS za Kulturne Dejavnosti (SI); [www.jskd.si](http://www.jskd.si)

Voluntary Arts (UK); [www.voluntaryarts.org](http://www.voluntaryarts.org)

Opublikowany: Lipiec 2018

Raport ten powstał w ramach projektu “Bridging BRIDGING – co-creative culture as bridge to social bonding and mutual trust”. BRIDGING jest 2-letnim projektem angażującym osiem organizacji z siedmiu krajów, dofinansowanym w ramach programu Erasmus+.

<http://bridgingsocialcapital.eu>

Projekt dofinansowany przez Duńską Narodową Agencję Programu Unii Europejskiej Erasmus+.



Niniejsza publikacja odzwierciedla jedynie poglądy jej autorów, i ani Duńska Narodowa Agencja programu Erasmus+ ani Komisja Europejska nie ponoszą odpowiedzialność za jakiegokolwiek wykorzystanie informacji zawartych w tym dokumencie.

## Spis treści

<b>1</b>	<b>Przedmowa</b> .....	<b>5</b>
1.1	Definicje głównych pojęć .....	5
1.2	Badania ilościowe .....	6
1.3	Wywiady jakościowe .....	7
1.4	Kontekst dotyczący realizacji badań .....	8
<b>2</b>	<b>Opis rezultatów z podziałem na poszczególne kraje</b> .....	<b>11</b>
2.1	Dania .....	11
2.2	Holandia .....	18
2.3	Poland .....	26
2.4	Słowenia .....	34
2.5	Wielka Brytania .....	41
<b>3</b>	<b>Analiza porównawcza pomiędzy poszczególnymi krajami</b> .....	<b>49</b>
3.1	Odmienne perspektywy w rezultatach niniejszego badania .....	49
3.2	Postrzeganie działań twórczych: ogólna zgoda między respondentami .....	50
3.3	Porównanie rezultatów uzyskanych w wywiadach: identyfikacja dobrych praktyk .....	54
<b>4</b>	<b>Aneks</b> .....	<b>61</b>
4.1	Spis wykresów .....	61
4.2	Kwestionariusz użyty w badaniach .....	62

## 1 Przedmowa

Niniejsze badanie ma na celu zapewnienie przeglądu i znalezienie przykładów dobrych praktyk w zakresie działań kreatywnych i partycypacyjnych w sektorze sztuk amatorskich, wolontarystycznej kultury i dziedzictwa, w celu połączenie kapitału społecznego i promowanie integracji, spójności i zaufania w naszych społecznościach. Dane zebrano od października 2017 r. do stycznia 2018 r. przez pięciu partnerów: LKCA (NL), KSD (DK), VA (Zjednoczone Królestwo), FAIE (PL) i JSKD (SI) i zestawione przez EDUCULT (AT).

Zastosowana metodologia badań łączy dane ilościowe uzyskane za pomocą ankiet i dane jakościowe uzyskane za pomocą wywiadów. W pięciu krajowych badaniach wykorzystano te same kwestionariusze i schematy wywiadów, aby uzyskane dane mogły być porównane i zaprezentowane w kontekście wielostronnym.

### 1.1 Definicje głównych pojęć

Sektor sztuki amatorskiej, wolontarystycznej oraz dziedzictwa: Międzykulturowy sektor sztuki amatorskiej, wolontarystycznej oraz dziedzictwa jest definiowany jako składający się z trzech podgrup, z których wszystkie wiążą się z działalnością organizacji społeczeństwa obywatelskiego:

- SZTUKA AMATORSKA, W TYM SZTUKA LUDOWA - lokalne stowarzyszenia różnych rodzajów sztuki na poziomie amatorskim (gdzie uczestnicy są aktywni jako amatorzy w dziedzinach, takich jak: muzyka, chór, teatr, taniec, sztuki wizualne, taniec ludowy, itp.). Stowarzyszenia parasolowe odgrywają ważną rolę w promowaniu tych stowarzyszeń.
- WOLONTARIAT W KULTURZE – lokalne (i krajowe) stowarzyszenia, które organizują różnego rodzaju - głównie profesjonalne - imprezy artystyczne, takie jak: lokalne koncerty muzyki klasycznej, wizyty grup teatralnych, wystawy artystyczne itp. Tego rodzaju stowarzyszenia nie są tak dobrze znane, mimo że stanowią one znaczną część sektora i zapewniają dużo bardziej profesjonalną ofertę ze sfery sztuki i kultury dla lokalnych społeczności, zwłaszcza tych spoza większych miast. "Aktorzy" tych stowarzyszeń mogą działać zawodowo lub niezawodowo, w zależności od kontekstu i kraju.
- DZIEDZICTWO – stowarzyszenia, które utrzymują przy życiu stare tradycje (żeglarstwo, rzemiosło) lub zajmują się zabytkami; stowarzyszenia na rzecz lokalnej historii, lokalne archiwa; stowarzyszenia

genealogiczne lub stowarzyszenia związane z określonymi muzeami, z którymi współpracują oraz stowarzyszenia zapewniające wolontariuszy dla różnego rodzaju instytucji kultury.

Współtworzenie: termin "współtworzenie", na potrzeby niniejszego projektu, odnosi się do współtworzenia w kontekście obywatelskim, w którym różne grupy obywatelskie pracują i tworzą razem. Ma on na celu promowanie kapitału społecznego, wzajemnego zaufania i uznawania istniejących różnic jako części tej samej demokratycznej społeczności.

Budowanie kapitału społecznego/włączanie społeczne BRIDGING SOCIAL CAPITAL / SOCIAL INCLUSION:

Budowanie kapitału społecznego oraz wspieranie włączania społecznego poprzez tzw. sektory kreatywne jest rozumiane jako istotne rezultaty uczenia dzięki partycypacyjnym i współtwórczym działaniom kulturalnym, w których wcześniej rozdzielone grupy są zaangażowane we wspólne, wzajemnie powiązane działania kulturalne, takie jak:

- Między-społeczny proces nauczania (dotyczy grup zmarginalizowanych: osoby słabo wykształcone, z niskimi dochodami itp.)
- Między- pokoleniowy proces nauczania (udział osób zróżnicowanych wiekowo we wspólnych działaniach dotyczących uczenia się)
- Inter-regionalny proces nauczania (grupy uczących się z miasta, wsi; dużych ośrodków miejskich i regionów peryferyjnych)
- Między- kulturowy proces nauczania (włączanie mniejszości kulturowych)
- Inter- Europejski proces nauczania (obejmują działania transgraniczne, w których różne europejskie tradycje / kultury są zaangażowane z tzw. europejską wartością dodaną).

## 1.2 Badania ilościowe

Badania dają przegląd sektora. Identyfikują uczestników, praktyki i ich postrzeganie:

- Kim są główni aktorzy sektora?
- Jakie mają oni tradycje, jeśli chodzi o partycypacyjne oraz współtwórcze działania kulturalne budujące kapitał społeczny?

- Jak jest ich postrzeganie i postrzeganie ich interesariuszy w zakresie budowania kapitału społecznego?

Badania dostarczyły przykładów działań współtwórczych w sektorze:

- Jakie rodzaje imprez zostały zorganizowane: jakie działania, jaki był ich program? Jakie grupy były w nie zaangażowane, w przybliżeniu - ilu uczestników?
- Jakie były mocne i słabe strony tych wydarzeń?
- Jakie były ich rezultaty?
- W jaki sposób wydarzenia te odpowiadają celom związanym z budowaniem kapitału społecznego?

Badania określają POTRZEBY tego sektora w budowaniu kapitału społecznego poprzez działania współtwórcze:

- Jakie są główne wyzwania sektora jeśli idzie o wspieranie budowania kapitału społecznego?
- Czego potrzebuje sektor, aby sprostać tym wyzwaniom?

Badania dostarczyły materiał do PODSUMOWANIA ANALITYCZNEGO / OZNACZENIA GŁÓWNYCH TRENDÓW:

- Jakie rodzaje imprez były zorganizowane i jak udało im się zbudować kapitał społeczny?
- Jakie są kryteria/punkty odniesienia, jeśli idzie o dobre praktyki?

### 1.3 Wywiady jakościowe

Wywiady zostały podzielone na trzy grupy docelowe: organizatorzy kształcenia, uczący się i interesariusze. Dla każdego z nich zostały przygotowane odmienne tematy. Każdy partner przeprowadził trzy wywiady dla każdej grupy docelowej.

**Organizatorzy** kształcenia (menedżerowie i personel zarządzający wolontarystycznych stowarzyszeń artystycznych i kulturalnych w organizacjach partnerskich projektu i powiązanych z nimi sieci organizacji).

Pytania obejmowały:

- Charakter organizacji
- Charakter organizowanych działań

- Istotność działań z ich perspektywy
- Tradycyjne grupy docelowe
- Cele i doświadczenia w zakresie tworzenia działań między różnymi grupami społecznymi
- Jakie grupy społeczne zostały uwzględnione?
- Zastosowane metody
- Pozytywne i negatywne aspekty tego doświadczenia
- Wyniki / rezultaty tych działań.

**Uczący** się (członkowie lub uczestnicy organizacji partnerskich i powiązanych sieci organizacji).

Pytania obejmowały:

- Charakter działania, w którym uczestniczyli uczący się
- Oczekiwania dotyczące działań
- Doświadczenie, jeśli chodzi o działania
- Istotność działań z perspektywy uczących się
- Rezultaty działań z punktu widzenia uczących się
- Sugestie co do tych działań.

**Interesariusze** (przedstawiciele wydziałów kultury w powiązanych gminach, instytucje kultury i sztuki w zainteresowanych gminach, inne organizacje społeczeństwa obywatelskiego, działające w dziedzinie pomocy społecznej, humanitarnej i opieki społecznej, sportu itp.).

Pytania obejmowały:

- Kontekst lokalny
- Istotność działań z perspektywy interesariuszy
- Czy są oni świadomi podejmowania danych działań?
- Doświadczenie w realizacji tych działaniach
- Rezultaty i sugestie dotyczące tych działań.

## 1.4 Kontekst dotyczący realizacji badań

Do wyników niniejszych badań należy podejść z uwzględnieniem właściwego kontekstu. W oparciu o krótkie opracowania sektorów krajowych dostarczonych przez partnerów, zostały określone pewne różnice w interpretacji danych.



## Ujęcie ogólne

Trudno jest skwantyfikować polski sektor kultury w liczbach, ponieważ nie ma statystyk dotyczących konkretnej liczby organizacji pozarządowych aktywnych w sektorze kultury i sztuki. Główną różnicą między pozostałymi krajami a polskim sektorem jest brak krajowych organizacji parasolowych, chociaż istnieją lokalne struktury sieciowe. Sektor słoweński jest dość rozwinięty, a około 3300 organizacji pozarządowych działa w dziedzinie kultury i sztuki (z 25 000 organizacji pozarządowych). W Słowenii "towarzystwa" (termin prawny dla stowarzyszeń) stanowią historycznie główną platformę dostępu do kultury w lokalnym środowisku. W XIX wieku odegrali ważną rolę, gdy język słoweński został ustandaryzowany i sformalizowany; w związku z tym stowarzyszenia są kluczowymi uczestnikami życia kulturalnego w lokalnych społecznościach w Słowenii. Brytyjski, wolontarystyczny sektor artystyczny składa się z 63 000 ochotniczych grup artystycznych, z których większość to organizacje non-profit (zarejestrowane jako organizacje charytatywne). W Wielkiej Brytanii sieci organizacji społecznych rozwijały się od lat 80. XIX wieku; dziś istnieje prawie 200 wyspecjalizowanych krajowych organizacji parasolowych. W Holandii ponad 130 krajowych organizacji parasolowych skupia stowarzyszenia i fundacje. Czterdzieści procent holenderskiej populacji angażuje się w twórcze i artystyczne zajęcia rekreacyjne: ponad 6,4 miliona osób. W Danii organizacje społeczeństwa obywatelskiego dzielą się na dwa rodzaje: organizacje amatorskie (amatorzy podejmujący się działalności artystycznej) i wolontarystyczne organizacje kulturalne (pełnią rolę pośredników w sztuce i kulturze); są historycznymi kluczowymi graczami, ponieważ istnieją od 1849 roku (duńska konstytucja) i od tego czasu działają.

## Główne wyzwanie / finansowanie

W Słowenii stowarzyszenia kulturalne są finansowane lokalnie (przez gminy). Inne organizacje, takie jak JSKD, mogą również uczestniczyć poprzez dofinansowanie amatorskich programów kulturalnych i projektów na poziomie krajowym. Również polski sektor kultury jest finansowany na poziomie lokalnym. Państwo finansuje instytucje publiczne, sztuka amatorska jest delegowana do samorządów lokalnych. Organizacje pozarządowe muszą same finansować działalność kulturalną, zdobywając granty na działania dzięki "Programom współpracy dla organizacji pozarządowych" z samorządem lokalnym. Fundusze na działalność kulturalną mogą być również pozyskiwane przez organizacje pozarządowe w formie grantów krajowych i europejskich. Prywatny sponsoring jest również dostępny, ale nadal nie jest zbyt popularny w dziedzinie kultury. Duńskie organizacje wspierane są przez różne

fundusze: krajowe i lokalne (w zależności od regionu), które w większości są uwarunkowane kontekstem historycznym.

W Wielkiej Brytanii grupy są samowystarczalne; otrzymują one coraz mniej lub nie otrzymują żadnych środków od władz lokalnych w ciągu ostatnich 20 lat. Rząd wspiera niektóre organizacje parasolowe, co oznacza dla nich konieczność realizacji pewnych „celów priorytetowych”. Ograniczenia funduszy oznaczają ograniczenie działań lub utratę praktycznej przestrzeni dla niektórych grup amatorskich. Holandia jest gdzieś pomiędzy powyższymi rozwiązaniami: gminy wspierają sztukę amatorską, często też utrzymują obiekty organizacji. Należy zauważyć, że prywatne organizacje sektora kultury rozwijają się w Holandii m.in. z powodu niewystarczającej oferty od innych podmiotów sektora kultury.

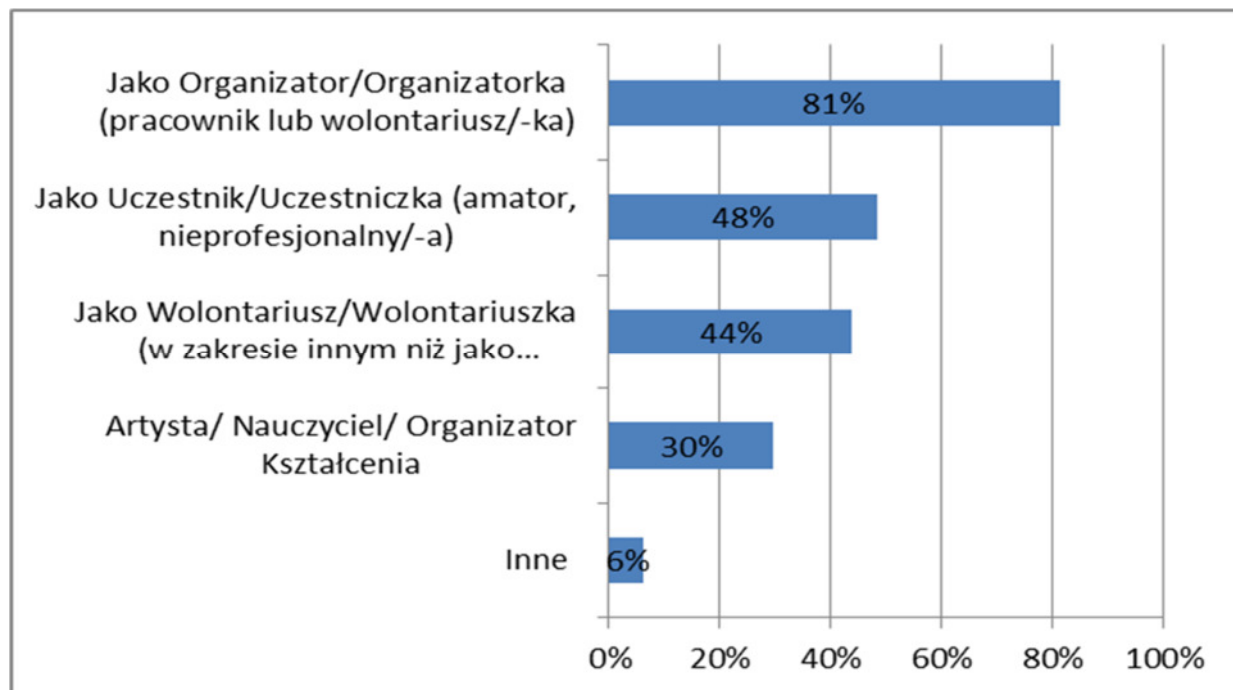
Kontekst środowiskowy może się różnić w zależności od sytuacji: dwa kraje z bardziej zliberalizowanym sektorem kultury (Wielka Brytania i do pewnego stopnia Holandia), kraj gdzie jest pewien niedobór rozwiązań wspierających działania kulturalne (np. ogólnokrajowych sieci) organizowanych przez organizacje pozarządowe (Polska) i kraje z finansowaniem kultury na poziomie lokalnym (Słowenia, Dania, w pewnym stopniu Holandia).

## 2 Opis rezultatów z podziałem na poszczególne kraje

### 2.1 Dania

W badaniu wzięły udział 64 osoby. Niewielką większość uczestników stanowią mężczyźni (52%). Wyniki pokazały, że duża liczba respondentów była starsza: 51% miało 65 lat i więcej, 30% było między 50 a 69 rokiem życia. Im wyższe wykształcenie, tym więcej osób było zaangażowanych w działania kreatywne: 48% miało "długie wykształcenie podyplomowe", 33% miało "wykształcenie wyższe". Tylko 2% uczestników miało tylko dyplom ukończenia szkoły średniej. Uczestnicy byli w większości zatrudnieni w pełnym wymiarze godzin (33%) lub na emeryturze (55%). Uczestniczyli w różnych działaniach. Największą ich grupę stanowiły: muzyka instrumentalna (39%), sztuki wizualne (37%), dramat (33%) i śpiew / chór (33%). Wszystkie pozostałe działania miały podobny procent (około 17%), z wyjątkiem kreatywności cyfrowej (9%).

Uczestnicy byli zaangażowani głównie jako organizatorzy (81%). Więcej było zaangażowanych jako uczestnicy (48%) i wolontariusze (44%) niż jako artyści / nauczyciele (30%).



Wykres 1: W jakim charakterze byłeś zaangażowany? (Dania)

W tych działaniach uczestnicy byli zaangażowani ponad dziesięć razy (31%) lub tylko jeden do trzech razy (25%). Występuje luka między powtarzającymi się i sporadycznymi uczestnikami. Uczestnicy mieszkają w obszarach lokalnych z silną ofertą

działań kreatywnych; 34% z nich mogło wziąć udział w ponad 30 zajęciach. Słyszeli o tych działaniach dzięki sieciom kulturalnym (78%) i instytucjom kultury (62%). Ponieważ uczestnicy byli głównie organizatorami, są oni częścią sektora kultury i sieci komunikacji. Czynniki rodziny wydają się mieć mniejsze znaczenie w promowaniu tych działań (37%). Podsumowując, uczestnicy w Danii są osobami starszymi, emerytami i mają wyższe wykształcenie. Sektor kreatywny ma większe znaczenie w dziedzinie muzyki (instrumentalnej, śpiewu), a także dramatu. Osoby biorące udział w tych działaniach również często je organizują. Sektor kreatywny jest zinstytucjonalizowany: istnieje silna oferta, która opiera się na określonych kanałach dotarcia do odbiorców (sieciach kulturalnych, instytucjach kultury). Uczestnicy regularnie uczęszczają na takie twórcze zajęcia.

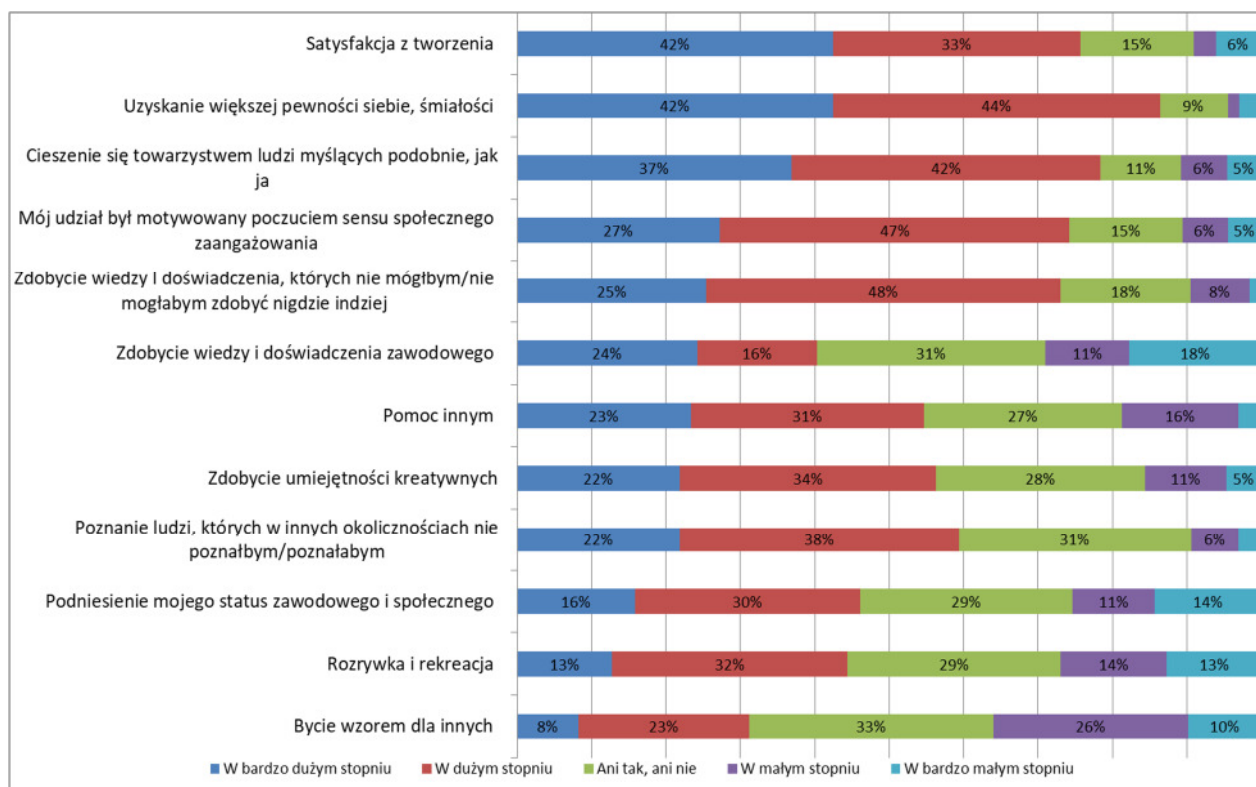
Paradoksalnie, uczestnicy postrzegali swoje grupy jako heterogeniczne. Powiedzieli, że reszta grupy miała inny wiek (63%), płeć (76%), wykształcenie (62%) i poziom dochodów (48%). Niemniej jednak postrzegali oni grupę jako jednorodną na tle kulturowym / narodowym (54%) oraz w jej lokalnym składzie (71%). W przeciwieństwie do ogólnej statystyki uczestnicy postrzegali siebie jako bardziej zróżnicowanych niż w rzeczywistości; mimo to odnotowali to samo pochodzenie kulturowe. Dane pokazują również, że te działania mają charakter lokalny, co wyjaśnia tę homogeniczność. Aby rozwijać kapitał społeczny, sektor musi otworzyć swoje działania na szerszą publiczność, wyjść poza lokalne zakorzenienie.

Niestety, wywiady nie mogą odpowiedzieć na pytanie o jednorodność grupy. Na pytanie, którzy inni uczestnicy należeli do grupy, wszyscy badani uczący się odpowiedzieli - "muzycy amatorzy".

Motywacje do uczestniczenia w tych zajęciach wydają się bardziej ukierunkowane na indywidualne podejście niż społeczne. Główną motywacją jest uzyskanie satysfakcji z działań twórczych (42% w bardzo dużym stopniu zgodziło się, w dużym stopniu 33%) oraz zdobycie większego poczucia pewności siebie (42% w bardzo dużym stopniu, 44% w dużym stopniu). Na poziomie społecznym, mniej osób było zmotywowanych do pomocy innym (27% w wielkim lub małym stopniu, 16% w niewielkim stopniu, a 3% w bardzo małym stopniu) i do poznania ludzi, z którymi normalnie by się nie spotkali (31% ani w małym, ani w dużym stopniu, 6% w niewielkim stopniu, a 3% w bardzo małym stopniu).

Cele te zostały potwierdzone w wywiadach przeprowadzonych przez organizatorów kształcenia; dla których te zajęcia odbywają się w atmosferze uczenia się. Niekoniecznie są one kreatywne - większość procesu dydaktycznego jest zapewniona przez organizatorów kształcenia, stąd kilka interakcji pomiędzy uczestnikami, dla

jednego z respondentów. Organizatorzy kształcenia nie wspominają o rezultatach odnoszących się do nich. Wyniki odnoszące się do sieci uczestników są również ograniczone - respondenci uważają, że większość z nich już się zna. Głównym rezultatem wspomnianym przez organizatorów kształcenia jest zdobywanie wiedzy przez uczestników. Przeprowadzający wywiad uczestnicy brali udział w działaniach związanych z muzyką (amatorska orkiestra symfoniczna, zespół amatorski i amatorski chór). Najważniejsze wspomniane cele to uczenie się i stanie się lepszym muzykiem.



Wykres 2: Jaka jest twoja główna motywacja aby uczestniczyć w działaniach kreatywnych? (Dania)

Pomimo że, nie był to czynnik motywujący, uczestnicy byli zgodni jeśli idzie o "społeczną" atmosferę działań. Doświadczyli przyjaznej atmosfery (68% zdecydowanie się zgodziło, 22% nieco się zgodziło). Właściwa atmosfera została wypracowana w drodze wzajemnej pomocy pomiędzy uczestnikami (44% zgodziło się zdecydowanie, 42% wyraziło zgodę). W konsekwencji uczestnicy nie zgodzili się z doświadczeniem atmosfery rywalizacji (32% nie zgodziło się z czymś, 22% nie zgodziło się zdecydowanie).

Ta społeczna atmosfera jest opisywana przez interesariuszy; przedstawiają uczestników jako "bardzo szybko poznających się" i "bardzo otwartych". Ogólna otwartość jest opisana przez organizatorów nauki. Uczestnicy są otwarci na wiedzę

przekazywaną przez nauczycieli, lub "są zainteresowani zdobyciem wiedzy od profesjonalnych dyrygentów"; są także otwarci na innych uczestników ", istnieje duże zainteresowanie wymianą pomysłów z innymi ".

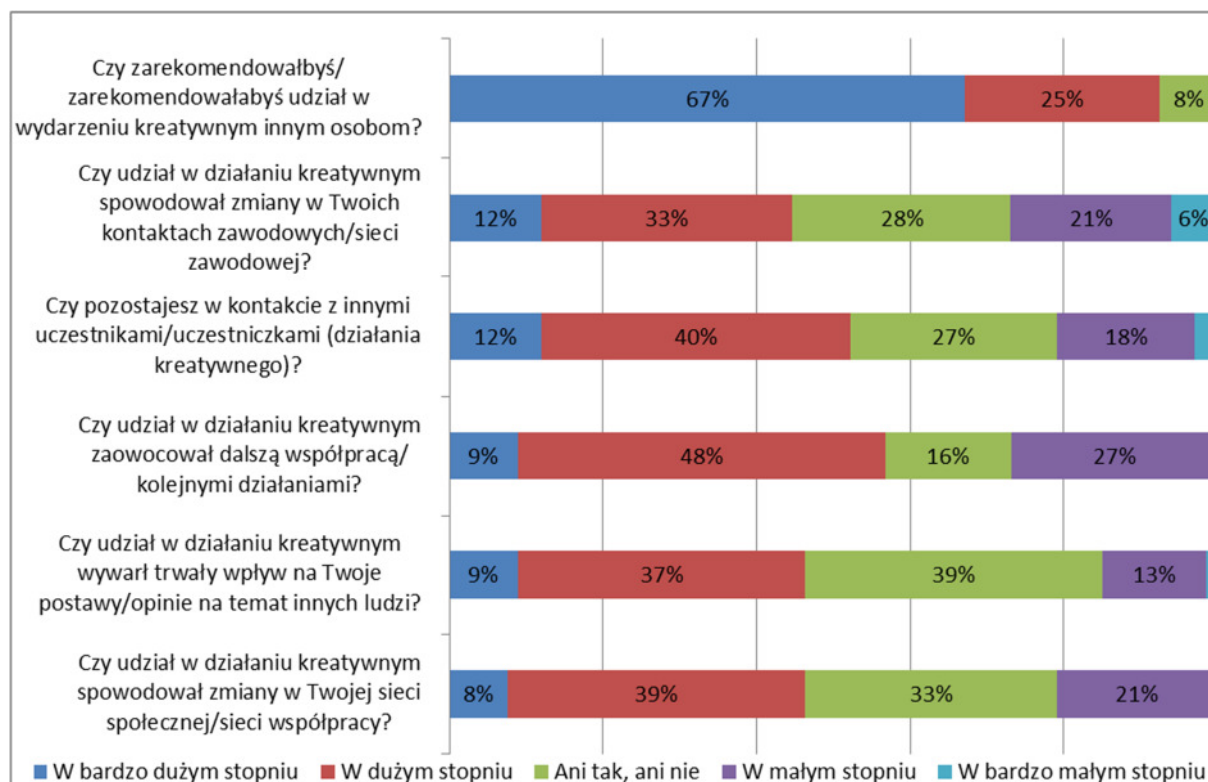
Ogólnie rzecz biorąc, uczestnicy uznali, że osiągnęli wszystkie proponowane kategorie w kwestionariuszu: wiedzę i umiejętności, rozrywkę, szczęście, wsparcie poczucia własnej wartości, nawiązywanie nowych kontaktów, poznawanie ludzi z różnych środowisk, zdobywanie doświadczenia zawodowego. W szczególności zgodzili się, że działania te pozwoliły im spotkać się z ludźmi, których inaczej by nie spotkali (24% w bardzo dużym stopniu, w 65% w dużym stopniu).

Dwóch organizatorów kształcenia, z którymi był przeprowadzony wywiad również zauważyło społeczne znaczenie tych działań, konieczność zbudowania zaufania i solidarności, tak aby można było odnieść sukces. Ta sama idea została opisana przez uczących się (aby polegać na kimś innym w zespole). Dla uczących się ten zysk społeczny jest nadal dodatkowym czynnikiem w działalności, np. podczas przerw, kiedy uczestnicy mogą rozmawiać.

Według przeprowadzonego badania działania te nie stworzyły trwałych relacji dla większości ludzi. Mniej niż połowa uczestników miała pozytywne efekty na swoich portalach społecznościowych (7% w bardzo dużym stopniu, w 39% w dużym stopniu) i profesjonalnych sieciach (12% w bardzo dużym stopniu, w 33% w dużym stopniu). Niektóre osoby utrzymywały kontakt po działaniach (9% w bardzo dużym stopniu, 48% w dużym stopniu), nieco ponad połowa z nich miała późniejszą współpracę (12% w bardzo dużym stopniu, 40% w dużym stopniu), działania nie miały trwałego wpływu na postrzeganie innych przez uczestników działań (9% w bardzo dużym stopniu, w 37% w dużym stopniu). Jak wynika z badań, działania nie miałyby wysokiego stopnia trwałości. Niemniej jednak działania można uznać za udane, ponieważ zalecają je prawie wszyscy uczestnicy (67% w bardzo dużym stopniu, 25% w dużym stopniu).

Ten brak długotrwałego wpływu na perspektywy społeczne i sieci widoczny jest również w wywiadach. Większość ankietowanych (interesariusze, organizatorzy kształcenia i uczący się) nie zidentyfikowało wpływu na sieci społeczne: na pytanie, czy działalność zmieniła sieć społeczną uczestników, większość respondentów odpowiedziała - nie, podczas gdy inni respondenci byli pełni wątpliwości.

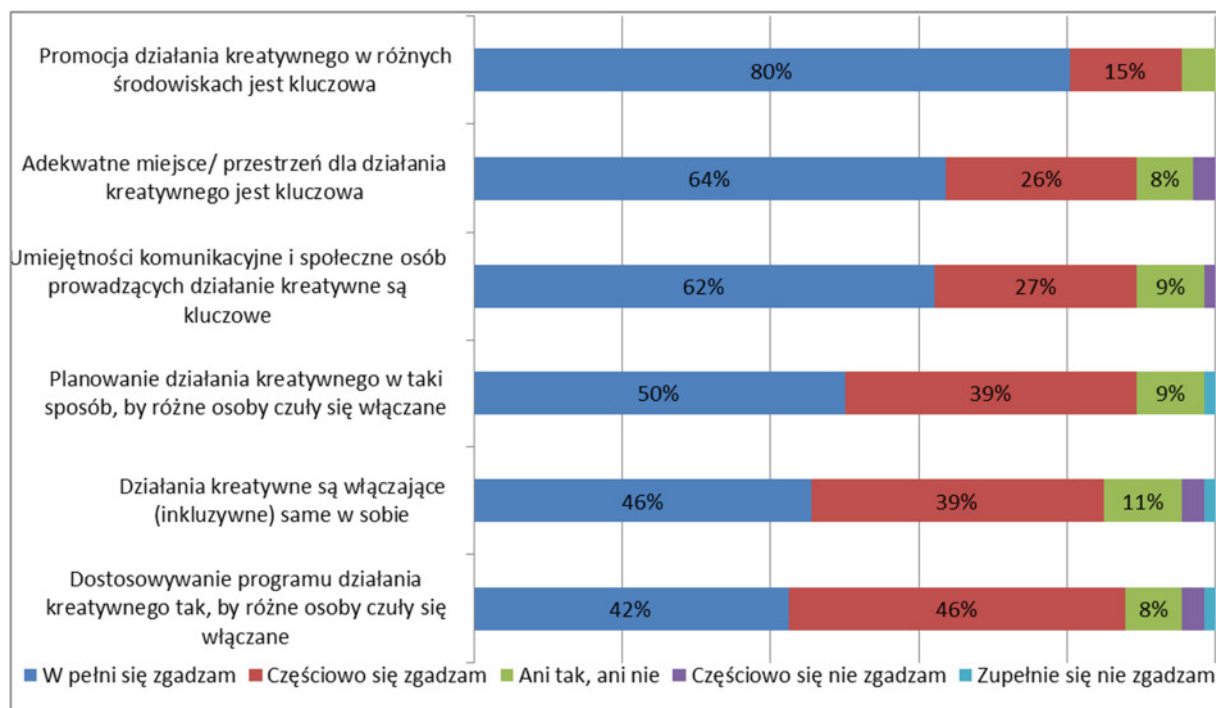




Wykres 3: Trwałość rezultatów (Dania)

Uczestnicy identyfikują słabości, jeśli idzie o społeczne wartości w kontekście tych działań; pokazuje to względny brak roli w walce z wykluczeniem społecznym (32% ani w wielkim ani małym stopniu, 8% w niewielkim stopniu, 1% w bardzo małym stopniu). Mimo to uczestnicy zgadzają się, że działania mają swój udział we wzmacnianiu społeczności (61% w bardzo dużym stopniu, w 33% w dużym stopniu), wzmacniając zaufanie i zrozumienie między ludźmi (53% w bardzo dużym stopniu, 38% do w dużym stopniu), sprzyjają dialogowi między ludźmi z różnych środowisk (45% w bardzo dużym stopniu, w 45% w dużym stopniu) i wspierają jedność społeczną, i solidarność (38% w bardzo dużym stopniu, 48% w dużym stopniu).

W wywiadach organizatorzy kształcenia wydają się być zgodni, iż solidarność i zaufanie między ludźmi są budowane przez wspólny cel, określony przez organizatorów kształcenia w celu wspierania grupy uczestników. Zaufanie jest bowiem konieczne do podejmowania wspólnej pracy. Niektóre obszary wymagają waloryzacji według opinii niektórych uczestników. Promocja działań w różnych społecznościach jest dla nich kluczowa (80% w bardzo dużym stopniu, w 15% w dużym stopniu), a także komunikacja i umiejętności społeczne osoby przeprowadzającej działania (62% do bardzo duży, 27% w dużym stopniu) i odpowiednie miejsce lub miejsce na działalność (64% w bardzo dużym stopniu, 26% w dużym stopniu).



Wykres 4: Wskaż aspekty, dzięki którym działania kreatywne zakończą się sukcesem w zbliżaniu ludzi z różnych środowisk. (Dania)

Nawet jeśli nie są wysoko w rankingu: planowanie działań (50% w bardzo dużym stopniu, 39% w dużym stopniu) i dostosowanie programu działań tak, aby ludzie z różnych środowisk czuli się włączeni (42% w bardzo dużym stopniu 46% w dużym stopniu), to nadal mogą być uważane za ważne czynniki, dzięki którym twórcze działania mogą się udać gromadząc ludzi z różnych środowisk.

Zdaniem uczestników największe wyzwanie w organizowaniu powyższych działań opiera się na umiejętnościach komunikacyjnych organizatorów kształcenia. Dostęp do informacji jest jednym z głównych problemów. Organizatorzy kształcenia zanim rozpoczną działania, muszą być gotowi uznawać inność kulturową oraz być w stanie mówić różnymi językami. Jeden z organizatorów kształcenia wspominał, że potrzeba dobrej komunikacji jest hamowana przez brak funduszy; potrzeba więcej pracowników, aby zająć się tym aspektem.

Duński trend potwierdza, że atmosfera społeczna (pomoc, dyskusje, brak konkurencji) ostatecznie przekłada się na sieci społeczne i zawodowe. Badanie pokazuje różnorodność wśród osób uczestniczących w tych działaniach; reprezentują różne poziomy edukacji i grupy społeczne. W niewielkim stopniu uczestniczą w budowaniu kapitału społecznego; w ograniczonym zakresie, jeśli chodzi o łączenie ludzi z różnych lokalizacji (aspekt ponad regionalny) i kultur (aspekt międzykulturowy). Wywiady z uczącymi się wykazały, że działania często koncentrują się na jednym lub dwóch aspektach. Dwóch z trzech ankietowanych uczestniczyło w projekcie



łączącym różne grupy: jedna w orkiestrze składającej się z dorosłych i dzieci, druga z dziećmi z niższych klas (grając dla nich i ucząc gry na instrumentach). Działania te miały ogromny wpływ na uczenie się i motywowanie dzieci w obu projektach. Współtworzenie może sprzyjać kreatywności i nauce. Może być alternatywą dla klasycznych i mniej dostępnych sposobów nauczania.

Ograniczenia te niekoniecznie są reprezentowane w badaniach jakościowych. Jeden z organizatorów kształcenia wspomniał o budowaniu międzykulturowych mostów podczas działań gromadzących uchodźców, grających z duńskimi muzykami. Rezultatem była lepsza integracja. Podczas zajęć mieli czas na dyskusję i spożywanie posiłków z innymi muzykami. To był najwyraźniej sukces, grupa docelowa poprosiła o powtórzenie.

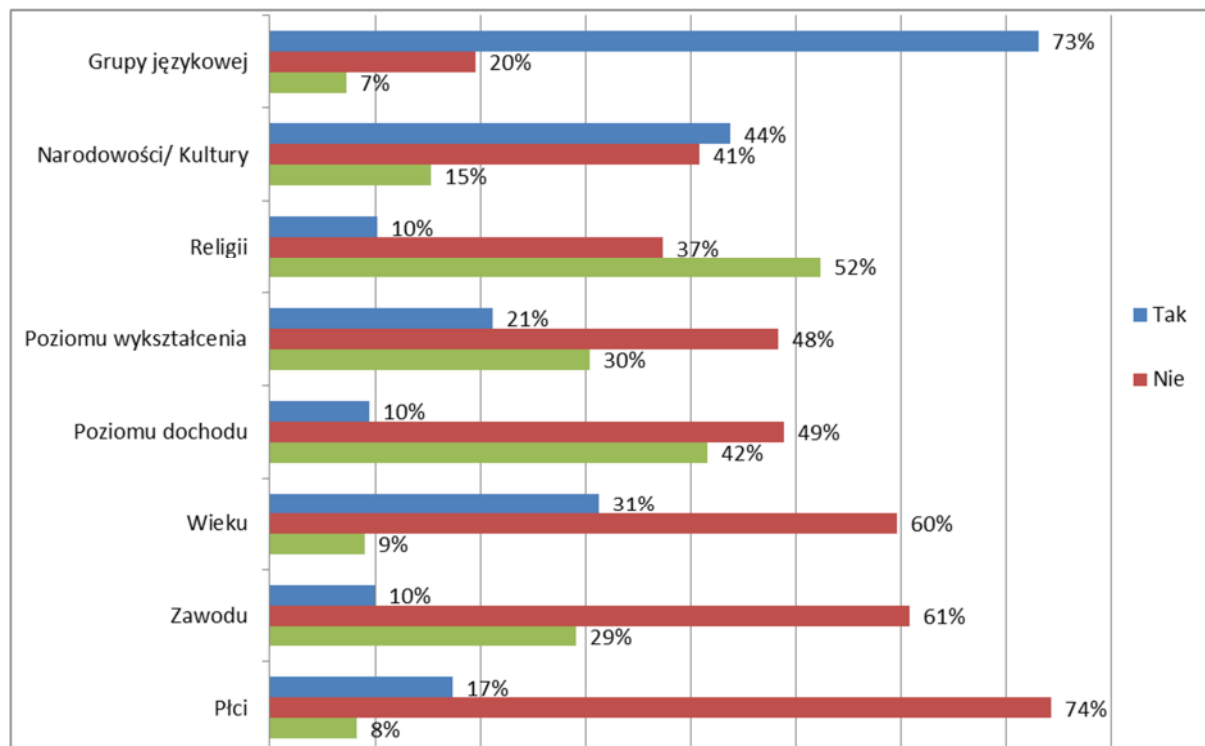
Planowane rezultaty tych działań są osobiste - zarówno nabyta wiedza lub umiejętności praktyczne. Jednak niezaplanowane rezultaty dla uczestników są społecznie powiązane: rozwijają oni swoje sieci, spotykają ludzi, których inaczej by nie spotkali. Z perspektywy interesariuszy cel jest bardziej konkretny - w wywiadach wspomnieli tylko o rezultacie w postaci zwiększenia uczestnictwa. Zakładają oni, że te działania mają również efekt społeczny, mimo że nie są to najważniejsze cele ("traktuję efekt społeczny jako zysk dodatkowy"), ponieważ uczestnicy spotykają nowych ludzi i ewentualnie rozbudowują swoje sieci. Duńscy interesariusze, z którymi przeprowadzono wywiady, zdawali się zachowywać pewien dystans w stosunku do działań kreatywnych; powiedzieli, że nigdy nie brali udziału w podobnym projekcie.

## 2.2 Holandia

W badaniu wzięło udział 262 osoby. Wśród nich 65% stanowiły kobiety. Większość respondentów to osoby w średnim wieku: od 50 do 64 lat (51%) lub od 35 do 49 lat (26%). Niemal żaden młody człowiek nie odpowiedział na ankietę: tylko jedna osoba między 6 a 15 rokiem życia. W związku z tym prawie wszyscy z nich albo byli zatrudnieni w niepełnym wymiarze godzin (43%), lub w pełnym wymiarze godzin (24%) lub – pracują na własny rachunek (36%). Dane nie pokazują ani perspektywy osób w sektorze edukacji (2%), ani osób bezrobotnych (2%). Uczestnicy byli dobrze wykształceni: 73% miało wykształcenie wyższe (trzeciego stopnia), a 20% doktorat. Jeśli chodzi o działania twórcze to najbardziej popularne to dramat (48% respondentów było w to zaangażowanych), muzyka instrumentalna (47%) i sztuki wizualne (47%).

Większość osób, które brały udział, była organizatorami kształcenia (73% uczestników). Ta ankieta odzwierciedla bardziej perspektywę widzenia organizatorów kształcenia niż uczestników (40%). Tylko 23% kiedykolwiek pracowało jako wolontariusz. W związku z tym większość z nich uczestniczyła w kreatywnych wydarzeniach - 38% wzięło w zeszłym roku udział w więcej niż 10 wydarzeniach. Mają doskonałą wiedzę o działaniach kulturalnych na swoim terenie - większość (33%) mogła uczestniczyć w ponad 30 kreatywnych wydarzeniach w swojej okolicy. Ponieważ są oni głównie profesjonalistami, uczestnicy są zintegrowani z sieciami kulturalnymi: 70% ma informacje o działaniach od organizatorów, 82% z instytucji kulturalnych, 68% z sieci zawodowych i 72% z Internetu. Respondentami tego badania byli głównie ludzie w średnim wieku, dobrze wykształceni, działacze sektora kultury. Ci ludzie wykazują wysoką aktywność w sektorze kultury; są częścią sektora kultury, w związku z czym są świadome organizacjami różnych wydarzeń kulturalnych.

Wyniki badania pokazują, że uczestnicy działań kreatywnych są postrzegani jako heterogeniczni. Uczestnicy różnią się pod względem wieku (odmienność dla 60%), płci (dla 74%), religii (różnica dla 37%, 52% jest niepewna), zawodu (dla 61%), wykształcenia (dla 48%, 30% jest niepewnych) i poziomu dochodów (dla 48%, 42% jest niepewna). Jest to sprzeczne z naszymi poprzednimi danymi. Organizatorzy należą zwykle do jednorodnej grupy (kobiety wykształcone, w średnim wieku), natomiast uczestnicy działań są bardziej zróżnicowani. Jednak należą oni do tej samej grupy językowej (73%) i cechuje ich mniej różnic na tle kulturowym / narodowym (44% respondentów posiada takie samo pochodzenie kulturowe/narodowościowe).



Wykres 5: Postrzeganie uczestników działań kreatywnych (Holandia)

Wywiady ujawniają różne aspekty. Heterogeniczność składu grup różni się w zależności od proponowanych działań. Niektórzy uczestnicy wspomnieli o identycznej kompozycji grupy; tancerz flamenco przedstawił swoją grupę taneczną jako "wykształconą, w wieku 30 do 60 lat"; śpiewak chóru powiedział, że jego grupa to "osoby wysoko wykształcone, o ponadprzeciętnych dochodach, o podobnych zainteresowaniach klasycznych - ogólnie muzyką i sztuką ". Jednak inny nauczyciel tańca wspomina, że heterogeniczność na tle edukacji tanecznej sprzyjałaby uczeniu się:

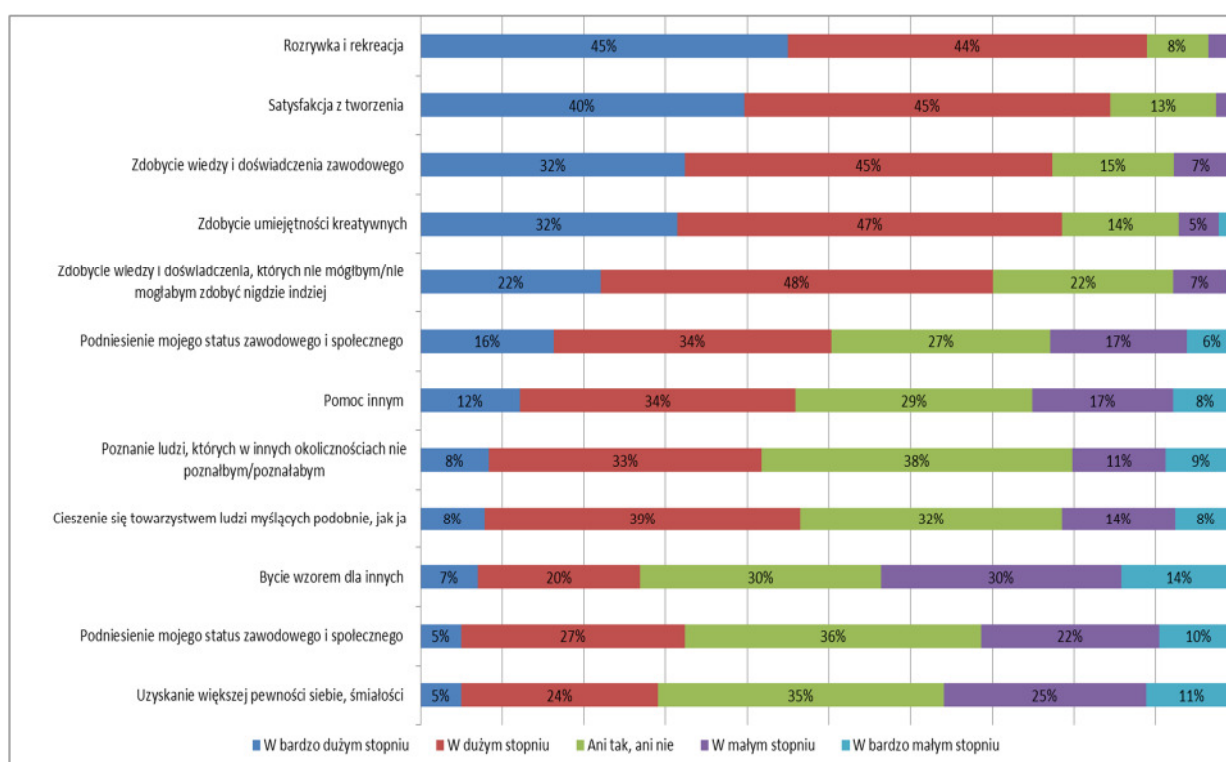
"Holenderscy studenci otrzymują tradycyjnie wykształcenie w akademiach tańca, podczas gdy zagraniczni studenci są bardziej zaznajomieni z nowoczesnymi i koncepcyjnymi tanecznymi ekspresjami. Te różnice działają stymulująco".

Interesariusze uznali, że jednym z ich celów będzie połączenie różnych grup ludzi. Dyrektor artystyczny Music Generations (międzypokoleniowy program rozwoju talentów) wspominał, że festiwal łączy studentów i osoby starsze:

"Moje projekty zawsze koncentrują się na zbliżaniu ludzi z różnych pokoleń i w miarę możliwości, z różnych środowisk kulturowych. To jest podstawa wszystkich projektów, które wykonuję".

Skład grup zmienia się, w zależności czy celem działania jest po prostu uczenie się, czy też celem organizatorów jest integracja.

Z badań wynika, że motywacja do udziału w zajęciach jest bardziej osobista. W odpowiedziach na to pytanie, kategorią o największej liczbie odpowiedzi były umiejętności twórcze (31% w bardzo dużym stopniu zgodziło się, w 47% w dużym stopniu), dla rozrywki i rekreacji (45% w bardzo dużym stopniu, 44% na w dużym stopniu), aby uzyskać satysfakcję z tworzenia (40% w bardzo dużym stopniu, w 45% w dużym stopniu). W związku z tym motywacje społeczne są mniej ważne dla uczestników badania: jako wzór do naśladowania dla innych (29% w niewielkim stopniu zgodziło się, 14% w bardzo małym stopniu), zaangażowanie społeczne / wspólnotowe (22% do w niewielkim stopniu, 10% w bardzo małym stopniu).



Wykres 6: Jaka była Twoja główna motywacja do uczestnictwa w działaniach kreatywnych? (Holandia)

Te same motywacje pojawiają się w wywiadach dotyczących uczących się. Ich głównym zajęciem jest bycie lepszym w wybranej dziedzinie. Rozmówca chórzystki zadeklarował: "Zapisałem się na chór, aby podnosić muzyczne i wokalne umiejętności", a tancerz powiedział, że "[...] chodzi przede wszystkim o mój własny rozwój: chcę sam stać się lepszy".

Niektórzy organizatorzy kształcenia wspominają o tym, że nauczyciele skupiają się głównie na edukacji. Nauczyciel tańca oświadczył: "Podczas gdy grupa studentów jest zróżnicowana pod względem pochodzenia i narodowości, dążą do tego samego celu: zostać tancerzem w profesjonalnej firmie tańca nowoczesnego".

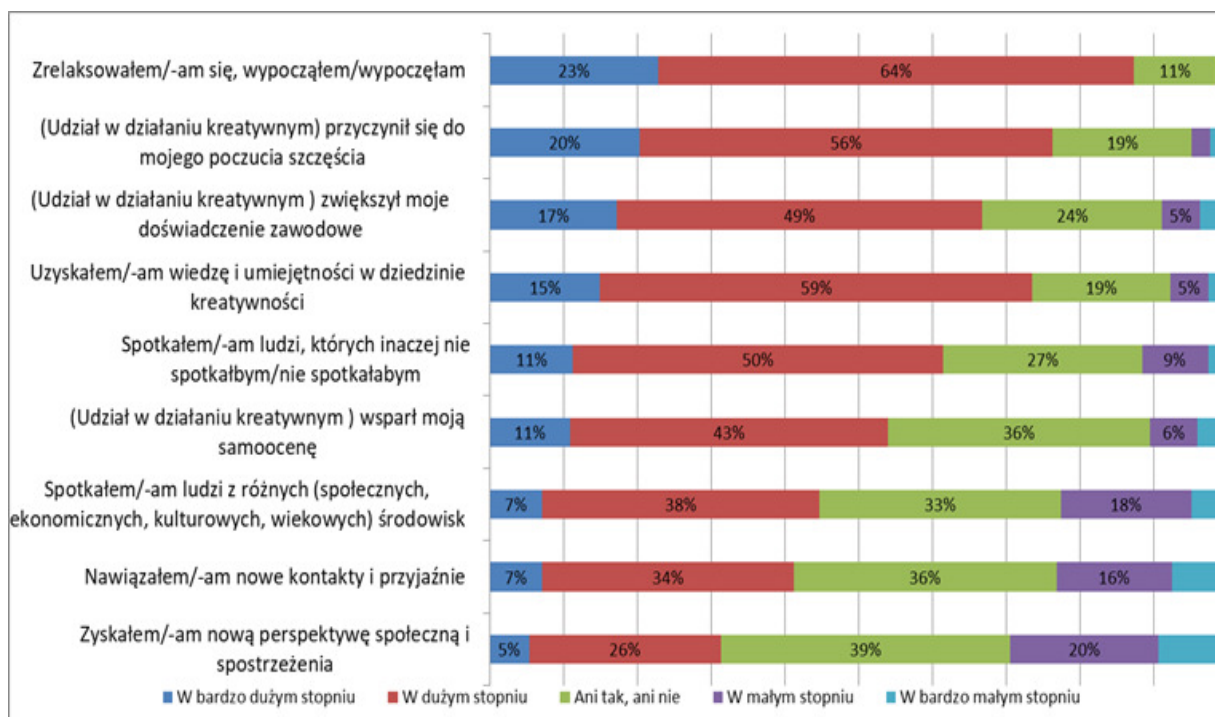
Społeczny cel działalności twórczej wydaje się drugorzędny w środowisku edukacyjnym. Jednakże, gdy działania są mniej podzielone na nauczycieli / uczniów, motywacje społeczne są ważniejsze. Organizator kształcenia, pianista w domu opieki dla osób starszych z demencją, opisał bardziej społeczną działalność twórczą, ponieważ dotyczy opieki nad osobami starszymi – „nie są zainteresowani nauką; aktywność pomaga im się zrelaksować”.

Społeczna atmosfera działań jest ogólnie dobra. Uczestnicy opisali swoje aktywności jako dobrze przygotowane i zorganizowane (16% zgodziło się zdecydowanie, 69% zgodziło się nieco), w przyjaznej atmosferze (24% zdecydowanie się zgodziło, 63% zgodziło się nieco), w atmosferze wsparcia i solidarności (23% mocno zgodziło się, 58% zgodziło się nieco). Było dużo wymiany między uczestnikami (11% zgodziło się zdecydowanie, 62% zgadzało się w pewnym stopniu). W związku z tym nie zgadzali się z opisem działania jako współbieżnym, atmosfera nie była konkurencyjna (42% nie zgadzało się z tym, że jest; 15% nie zgodziło się zdecydowanie) lub surowo (44% nie zgadzało się z tym, 37% nie zgodziło się zdecydowanie).

Ta społeczna atmosfera jest również opisana w wywiadach. Na przykład pianista w domu opieki podkreślił wpływ działań twórczych na ludzi i atmosferę:

“Zajęcia odbywają się w ciepłej i swobodnej atmosferze [...] w dniach, w których odbywają się zajęcia, mieszkańcy są spokojniejsi i szczęśliwsi”.

Inny rozmówca (chórzysta) wspominał o trasie z chórem w Brazylii. To wspólne doświadczenie wydarzyło się w przyjaznej atmosferze, aby zjednoczyć grupę śpiewaków. Społeczna atmosfera musi być zapewniona przez organizatorów. Dyrektor artystyczny wytwórni Music Generations wyjaśnił, w jaki sposób pomaga rozwijać kreatywność: "Atmosfera między uczestnikami jest dobra; czasami potrzebuję trochę czasu na rozruch. [...] Stwarza to podstawę do wspólnego działania ". Poza ułatwieniem procesu uczenia się społeczna atmosfera nie wydaje się być ceniona w wywiadach.

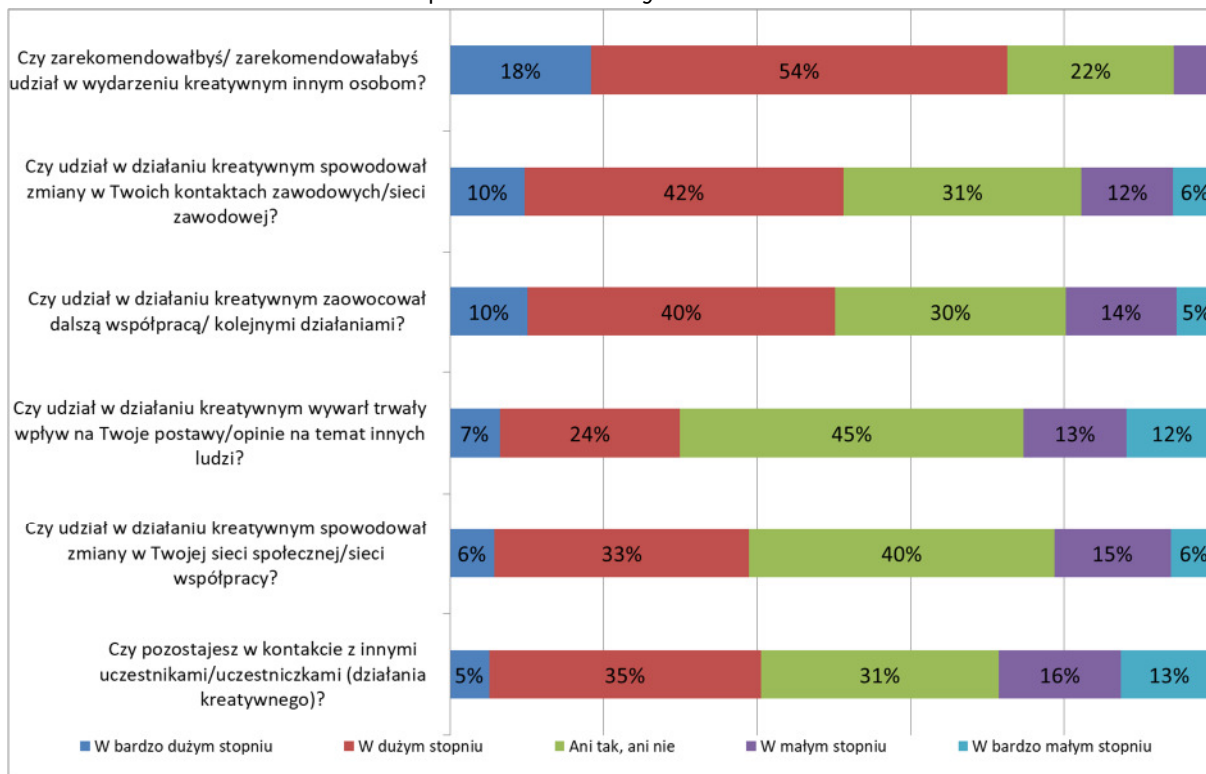


Wykres 7: Co zyskałeś dzięki udziałowi w działaniach kreatywnych? (Holandia)

Korzyści z udziału w tych działaniach są związane z motywacją. Większość uczestników dostrzegała bardziej korzyści osobiste niż społeczne, podobnie jak w przypadku motywacji. Głównymi korzyściami są: wiedza i umiejętności (15% zgodziło się w dużym stopniu, 59% w dużym stopniu), poczucie przyjemności i relaksu (23% w bardzo dużym stopniu, w 64% w dużym stopniu), i dodatek do szczęścia (20% w bardzo dużym stopniu, 56% w dużym stopniu). Tylko ok. 40% do 50% badanych zgodziło się w bardzo dużym stopniu lub w dużym stopniu, jeśli chodzi o zysk społeczny, który mogłaby przynieść dana aktywność. Na przykład tylko kilka osób uzyskało nową perspektywę społeczną (5% zgodziło się w dużym stopniu i 26% w dużym stopniu). Mimo to działania pozwoliły uczestnikom na rozwój ich doświadczenia zawodowego (17% zgodziło się w bardzo dużym stopniu, w 49% w dużym stopniu).

Wywiady pokazały, że zajęcia grupowe wspierają proces nabywania wiedzy, ułatwiają uczestnikom uczenie się. Umożliwia to wdrażanie alternatywnych metod nauczania, jak opisuje to nauczyciel muzyki: "Możesz świadomie bawić się tym, żądając tego samego rytmu od wszystkich lub oferując możliwość grania solówek". Jednak kilka wywiadów pokazało rozwój sieci jako potencjalną korzyść wynikającą z realizowanych działań. Większość z nich skupiała się na edukacji i nauce. Dyrektor artystyczny Music Generations zauważył zmianę w sieciach społecznych uczestników po ich współpracy z osobami reprezentującymi różne pokolenia: "Wielu

studentów ma ambicję zdobycia wyższego wykształcenia. 70% uczestników podejmuje dalsze kroki w sieciach społecznościowych".



Wykres 8: Trwałość (Holandia)

Zatem trwałość relacji wynikających z realizowanych działań jest dość krótka. Większość osób zadeklarowała, że działania nie stworzyły trwałych kontaktów między uczestnikami, tylko kilka pozostało w kontakcie (5% zgodziło się w bardzo dużym stopniu, w 35% w dużym stopniu). Wpływ na zmianę sieci społecznych uczestników był niewielki (40% nie zgodziło się w dużym lub małym stopniu, 15% w niewielkim stopniu, 6% w bardzo małym stopniu) oraz na sieci zawodowe (31% w żadnym dużym i małym stopniu, 12% w niewielkim stopniu, 6% w bardzo małym stopniu). Rozmówcy nie wspomnieli o trwałych związkach, wynikających z ich zaangażowania w działania.

Paradoksalnie, w wynikach badania silnie podkreślono wartości społeczne. Uczestnicy stwierdzili, że działania przyczyniają się do wzmocnienia wspólnoty (39% w bardzo dużym stopniu zgodziło się, w dużym stopniu 49%), że wzmacniają one wzajemne zrozumienie i zaufanie między ludźmi (31% w bardzo dużym stopniu, 50% w dużym stopniu). Rezultaty, jeśli chodzi o solidarność społeczną, są najniższe, choć wciąż relatywnie wysokie, (21% w bardzo dużym stopniu, 44% w dużym stopniu) i na walkę z wykluczeniem społecznym (23% w bardzo dużym stopniu, w 35% w dużym stopniu).



Dane powyższe nie odpowiadają danym zebranym w wywiadach jakościowych. Niemniej jednak społeczna rola działań twórczych pojawia się również w niektórych wywiadach. Rola społeczna wydaje się być coraz większym problemem, związanym z sytuacją migrantów. Dyrektor biznesowy International Koorbiennale Harlem powiedział, że włączyliby imigrantów w działania festiwalowe. Zainteresowane strony są świadome roli, jaką ich działania mają w społeczeństwie: "Musimy być na czasie, w naszym wielokulturowym społeczeństwie, ale musimy także trzymać się własnej tożsamości festiwalu".

Badanie pokazuje, że głównymi aspektami, które sprawiają, że działalność jest skuteczna w łączeniu ludzi z różnych środowisk, jest planowanie (26% uzgodniło zdecydowanie, 59% się zgodziło), dostosowanie programu do różnych osób (22% zdecydowanie się zgodziło, nieco 59%), umiejętności komunikacyjne i społeczne lidera działań (45% zdecydowanie się zgodziło, 44% zgadza się w pewnym stopniu), a także promocja działania (36% zdecydowanie się zgodziło, 52% zgodziło się nieco) i znalezienie odpowiedniego miejsca (33% zgodziło się stanowczo, 56% zgadzało się w pewnym stopniu). W związku z tym działania twórcze są w mniejszym stopniu uznawane za inkluzywne (tylko 16% zdecydowanie zgodziło się na włączenie, 37% wyraziło zgodę).

Natomiast osoby, z którymi przeprowadzono wywiady zdecydowanie uważają, że działania twórcze są inkluzywne. Na przykład jeden z rozmówców oświadczył o śpiewie: "[Śpiewanie] łączy ludzi; ludzie mogą doświadczyć uskrzydlenia, gdy śpiewają razem, coś się dzieje". Włączenie wydaje się tutaj drugorzędym celem w porównaniu do celu artystycznego. Uznaje się, że sztuka jest inkluzywna sama w sobie, a rola organizatora często nie wydaje się być społeczna. Jednak na przykład organizator kształcenia, który jest pianistą, nadaje tę społeczną rolę publiczności. Natomiast dla nauczyciela tańca w ARTEz Arnhem, więzi międzyludzkie zależą głównie od środowiska uczenia się. Niektórzy z rozmówców wspominają, że udane wydarzenie zależy również od roli planowania i adaptacji programu, nie precyzując jednak odpowiedzi, ani nie dając przykładu. Nadal proponowali jednak możliwość wprowadzenia ulepszeń, z koniecznością zaangażowania większej liczby wolontariuszy, pozyskania funduszy lub większej rozpoznawalności.

Holenderski model pokazuje, że motywacja i rola realizowanych działań silnie wpływa na jej efekty. Wszelkie działania twórcze niekoniecznie powodują zmianę społeczną, jeśli głównym celem jest uczenie się od instytucji. Trendy zaobserwowane w badaniu (wiara w zmianę społeczną, trwałość relacji) niekoniecznie znajdują odzwierciedlenie w wywiadach: bez odpowiedniej inwestycji w te akcje



społeczne przez organizatorów, uczenie się pozostaje odgórne, od nauczyciela do ucznia. Włączanie różnych grup nie można definiować tylko jako zapewnienie dostępu do działalności kulturalnych. Aby połączyć różne grupy, organizatorzy muszą umożliwić wspólne uczestnictwo i określić wspólne cele.

## 2.3 Poland

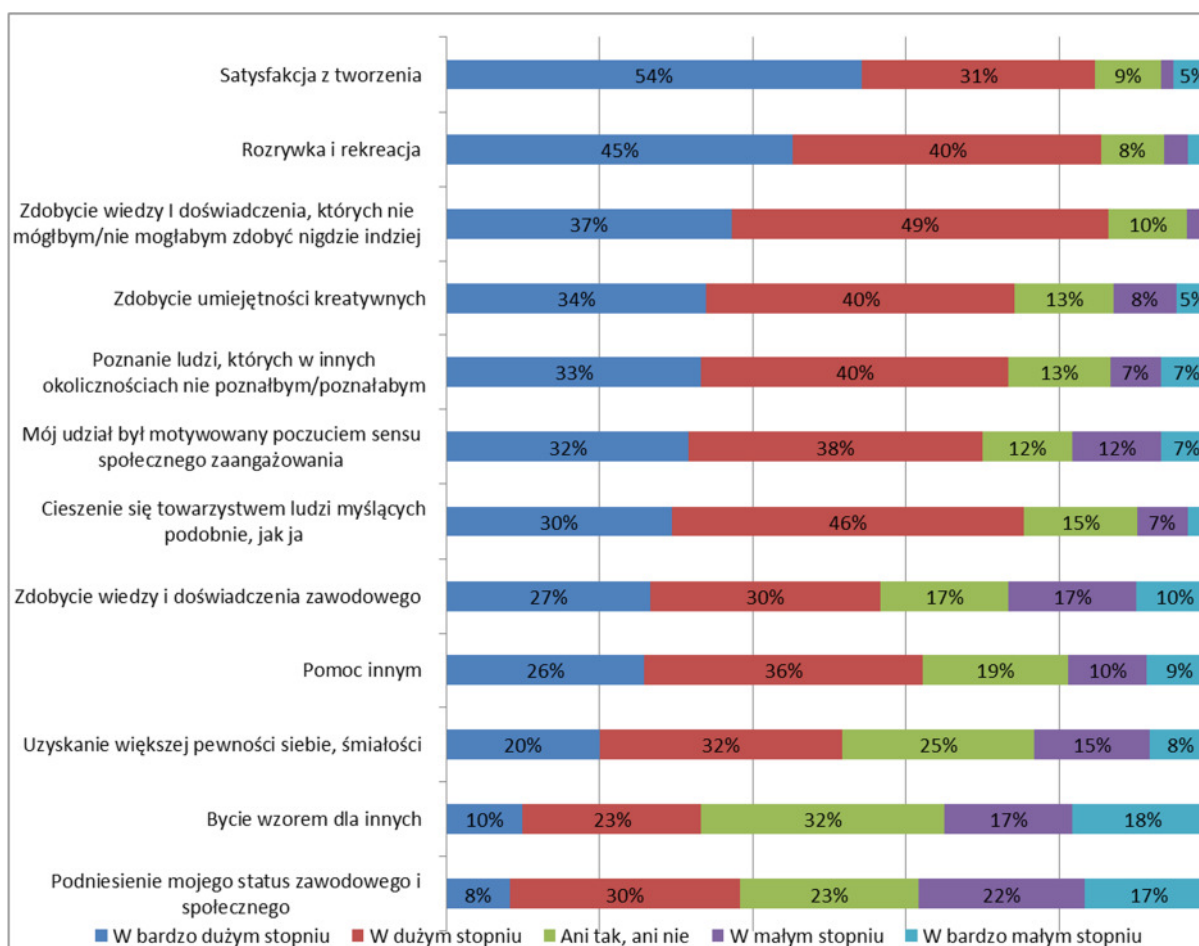
W badaniu wzięło udział 60 osób. Wśród tych osób większość stanowią kobiety (70%). Zgodnie z odpowiedziami większość młodych osób dorosłych i osób w średnim wieku uczestniczy w zajęciach twórczych: większość z nich ma od 25 do 34 lat (37%) lub od 35 do 49 lat (30%). Są wykształceni: 57% z nich ukończyło studia wyższe, a 22% ma doktorat. Większość z nich pracuje w pełnym wymiarze godzin (59%). Najpowszechniejsze działania kreatywne w Polsce łączą różne formy ekspresji artystycznej – multi-art. (33% uczestników było w niej zaangażowanych) i rzemiosło (32%). We wszystkich pozostałych działaniach bierze udział średnio około 16%.

Uczestnicy badania byli zaangażowani jako uczestnicy (57%) lub organizatorzy działań (53%). W ostatnim roku nie byli oni zaangażowani w zbyt dużo tego typu działań: większość uczestniczyła w 1 do 3 działań (55%) lub w 4 do 6 (28%). Niewiele było działań, o których wiedzieli potencjalni uczestnicy i w nich nie uczestniczyli, 53% wiedziało o 1 do 5 wydarzeniach (stopniowy spadek ich liczby). Uczestnicy dowiedzieli się o wydarzeniach najczęściej z Internetu (75%), od członka rodziny (60%), organizatorów (55%) w instytucji kultury (50%) oraz organizacji pozarządowej (50%). Natomiast sieci społeczne są najmniej popularnym źródłem informacji o wydarzeniu.

Wiedzieli jednak, że uczestnicy działań, w które byli zaangażowani, składali się z różnych zawodów (57%, 41% nie byli pewni), wykształcenia (49%, 43% było niepewne), płci (dla 71%, 19% było niepewnych), oraz poziomu dochodów (dla 47%, 50% było niepewnych). Natomiast postrzegali jednorodną grupę na gruncie kulturowym / narodowościowym (63%) i językowym (67%).

Ta jednorodność pod względem kulturowym / narodowościowym i językowym nie znajduje potwierdzenia w wywiadach. Wręcz przeciwnie, uczący się wspominali przy kilku okazjach, że ich grupa docelowa jest szeroka, w tym nie tylko miejscowi, ale także turyści. Interesariusze mieli takie samo zdanie; stworzyliby wydarzenia "otwarte dla wszystkich", jeden z rozmówców nawet użył określenia "Agora". Ten paradoks między grupą docelową, a postrzeganą grupą można wytłumaczyć walką o połączenie różnych grup narodowych. Organizatorzy kształcenia opisali tę możliwą trudność: "Niektórzy uczestnicy woleli spędzać czas w swojej grupie narodowej, niż integrować się z innymi". Aspekt ten został również wyrażony przez uczących się z barierami językowymi; w konsekwencji to zamknięcie może utrudnić współtworzenie. Jeden z ankietowanych podał przykład organizatorów pokonujących te podziały, nie rozdzielając grup i zapewniając tłumaczy.

Główne motywacje, które skłoniły uczestników do udziału w działaniach twórczych to: dla przyjemności i rekreacji (45% w bardzo dużym stopniu, w 40% w dużym stopniu), aby uzyskać satysfakcję z tworzenia (54% w bardzo dużym stopniu, 30% w dużym stopniu), poczucie zaangażowania społecznego / wspólnotowego (32% w bardzo dużym stopniu, 38% w dużym stopniu), a także spotkania z ludźmi, z którymi normalnie by się nie spotkali (33% w bardzo dużym stopniu, 40% do w dużym stopniu). Uczestnicy wspomnieli także o przyczynach osobistych: zdobyciu umiejętności, dla przyjemności i rekreacji, zdobyciu satysfakcji z uczenia się. Główne motywacje są społeczne lub osobiste. Motywacje dotyczące aspektów zawodowych są dość niskie w porównaniu do innych: tylko kilka osób było zmotywowanych przez zdobywanie profesjonalnej wiedzy i doświadczenia (27% w bardzo dużym stopniu, w 30% w dużym stopniu) oraz poprzez wspieranie ich statusu zawodowego i społecznego (8% w bardzo dużym stopniu, 30% w dużym stopniu).

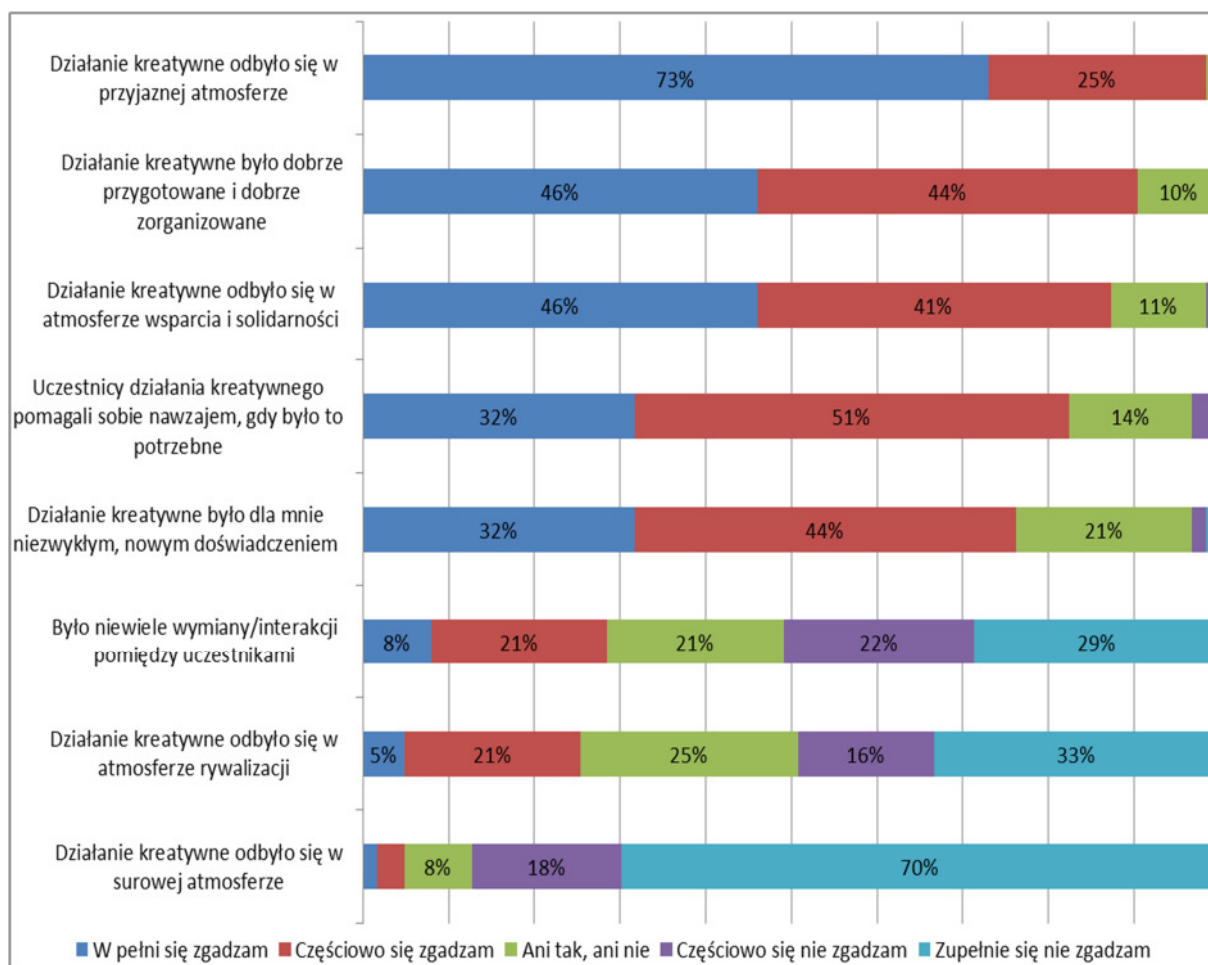


Wykres 9: Jaka była twoja główna motywacja do uczestniczenia w działaniach kreatywnych? (Polska)

Wywiady odzwierciedlają również tę otwartość. Dla osób uczących się działania kreatywne są sposobem dzielenia się tradycjami i kulturą, aby "zwiększyć świadomość

kulturową". Otwartość można wytłumaczyć faktem, że działania te są czasami przeprowadzane za granicą; jeden z respondentów uczestniczył w letnim obozie teatralnym w Kirgistanie, drugi w warsztatach z uchodźcami w Hiszpanii. O rozwoju sieci wspominają również wszyscy polscy interesariusze, z którymi przeprowadzono wywiady jako jeden z celów. W tym sensie działania twórcze wspomniane przez respondentów tworzą i wspierają kapitał społeczny. Co więcej, promowanie odmiennego rozumienia Polski jest również obecne w dyskursie organizatorów kształcenia; kilkakrotnie wspominali, jak chcą "łamać stereotypy o Polsce". Uczestnictwo w działaniach współtwórczych jest motywowane poznawaniem nowych kultur (często w tych obecnych działaniach jest aspekt kultur i zwyczajów narodowych), a jednocześnie promując własne. Zawodowe motywacje nie są tak nieobecne jak w ankietach; są ważne dla osób pracujących w tym sektorze. Na przykład jeden z rozmówców mówił o międzynarodowych rezydencjach artystycznych, które organizuje w Białymstoku: dla artystów jest to okazja do poszerzenia sieci kontaktów i znalezienia nowej inspiracji "poprzez pracę gdzie indziej". Jednak motywacje zawodowe są nieobecne w większości z przesłuchiwanymi uczniami, są one głównie motywowane względami społecznymi i kulturowymi. Tylko jeden z uczniów, który przedstawia się jako twórca, który ukończył Akademię Sztuk Pięknych, powiedział, że motywuje go nauka nowych technik i wykorzystywanie materiałów.

Badanie pokazuje, że działalność twórcza przebiegała w przyjaznej atmosferze (73% w bardzo dużym stopniu zgodziło się, w dużym stopniu 25%), w której uczestnicy pomagali sobie nawzajem (32% w bardzo dużym stopniu, 51% w dużym stopniu). W związku z tym uczestnicy zaprzeczyli, że działania odbywały się w nieprzyjaznej atmosferze (17% nie zgodziło się z czymś, 69% nie zgodziło się zdecydowanie). Dla niewielkiej części respondentów niewiele było interakcji (8% zgodziło się w bardzo dużym stopniu, 21% w dużym stopniu) i konkurencyjnej atmosfery (dla 5% w bardzo dużym stopniu, dla 21% w dużym stopniu).



Wykres 10: Jak opisałbyś swoje doświadczenia z udziału w działaniach kreatywnych? (Polska)

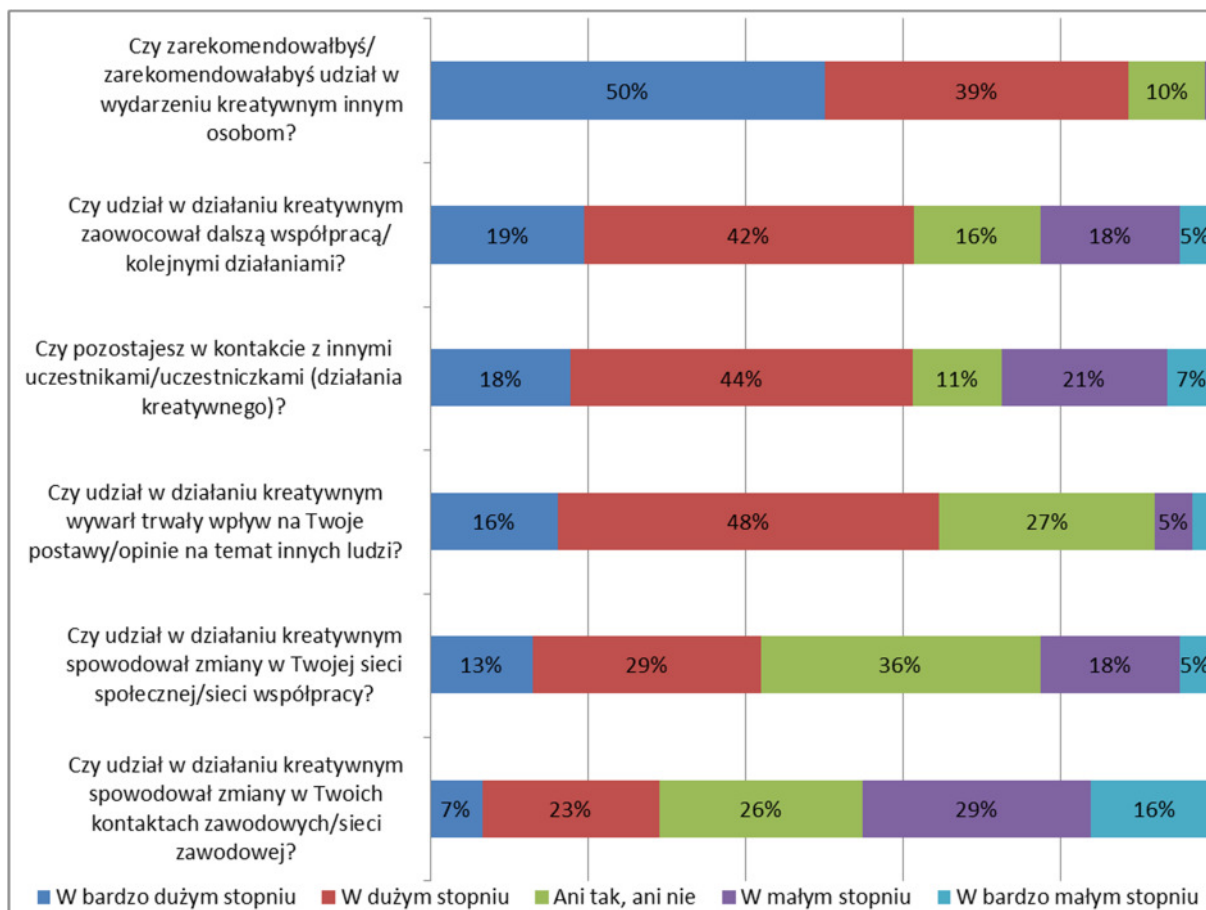
Ta społeczna atmosfera została również opisana podczas wywiadów. Na przykład Slot Art (festiwal kultury alternatywnej w Polsce), w którym uczestniczył jeden z uczniów, tworzy "wioskę" dla uczestników, w której wspólnie żyją w trakcie trwania imprezy. Inny rozmówca mówił o planowanych przez organizatorów działaniach na rzecz przełamania lodów, aby stworzyć fajną atmosferę. Organizatorzy kształcenia opisywali tę ogólną atmosferę jako jedną z ich misji: "Atmosfera jest czymś, nad czym trzeba pracować. Ważne jest przygotowanie uczestników, aby współpracowali. W tym celu pierwsze dni poświęcono na integrację". Ta atmosfera jest rozumiana przez uczących poprzez fakt, że ludzie chcą tam być, jeden z nich opisuje festiwal jako "pozytywny chaos - w dobrym tego słowa znaczeniu". Festiwal odbywa się w czasie wakacji, kiedy odczuwa się większą wolność; ludzie robią, co chcą, ponieważ chcą".

Uczestnicy badania zgodzili się, że odnoszą wiele korzyści z tego doświadczenia, zarówno osobistych: wiedza i umiejętności (32% w bardzo dużym stopniu, 53% w dużym stopniu), szczęścia (34% w bardzo dużym stopniu, 43% w dużym stopniu),

wzrost samooceny (23% w bardzo dużym stopniu, 34% w dużym stopniu), przyjemność i rekreacja (28% w bardzo dużym stopniu 41% w dużym stopniu), a także społecznych: poznawanie nowych ludzi (38% w bardzo dużym stopniu, 39% w dużym stopniu), z różnych środowisk (28% w bardzo dużym stopniu, 46% w dużym stopniu), nawiązywanie nowych kontaktów (28% do bardzo wielkich 47% w dużym stopniu), zyskuje społeczną perspektywę (23% w bardzo dużym stopniu, 46% w dużym stopniu). Jedynym mniejszym zyskiem jest wzrost doświadczenia zawodowego: tylko 16% odpowiedziało, że w bardzo dużym stopniu, natomiast 33% w dużym stopniu.

Aspekt zawodowy jest obecny w rozmowach kwalifikacyjnych, uczestnik Festiwalu Slot mówił o stworzonych relacjach zawodowych: powstają zespoły festiwalowe tzw. „Slot-teams”, które kontynuują współpracę po zakończeniu festiwalu; jako jeden z efektów festiwalu odbywają się mniejsze weekendowe imprezy organizowane przez regularnych uczestników Slotów w wielu miastach - tzw. "Slot Fests" - pomiędzy festiwalami ". Inne osiągnięcia są również obecne w wywiadach: uczący się mówili o rozszerzaniu swoich sieci społecznościowych, a nawet o nowych przyjaźniach. Organizatorzy kształcenia podali abstrakcyjne rezultaty związane z nabyciem wiedzy zarówno, dla widzów i organizatorów, "doświadczają czegoś egzotycznego", zyskują "ubogacenie, lepsze rozumienie, uczenie się o inności". Jeden z uczniów, z którym był przeprowadzony wywiad podsumował: "bycie wolontariuszem rozwija kompetencje społeczne i obywatelskie"; wolontariat rozwija kapitał społeczny, stawiając wyzwania w kwestii postrzegania społeczeństwa i ułatwiając działanie w innych środowiskach kulturowych. Takie imprezy często mają pozytywny wpływ na organizatorów, którzy mogą promować swoje organizacje i wypracować sobie nowe kontakty - Ewa Kozak, interesariusz pracujący w Wydziale Promocji Miasta w Bielsku-Białej, wyjaśnia, jak wydarzenia międzynarodowe, takie jak FotoArtFestival i Festiwal Miast Partnerskich umożliwiły nawiązanie kontaktów z innymi miastami partnerskimi miasta Bielsko-Biała, a dla artystów okazały się dogodną szansą na spotkania z artystami z zagranicy.

Wyniki dotyczące trwałości nawiązanych relacji są podobne do wyników z poprzedniego pytania. Zasadniczo działania te miały wpływ na około połowę osób biorących udział w badaniu: zmieniło to perspektywę postrzegania innych ludzi (16% zgodziło się w bardzo dużym stopniu, 48% w dużym stopniu).



Wykres 11: Trwałość (Polska)

Zaowocowało to późniejszą współpracą (19% uważa, że w bardzo dużym stopniu, 42% w dużym stopniu), a ludzie pozostawali w kontakcie po zakończeniu działań (16% uważa w bardzo dużym stopniu, 48% w dużym stopniu). Niemniej jednak wyniki pokazują mniej zmian w sieciach społecznych uczestników: działania miały wpływ na zmianę sieci zawodowej (29% uważa, że w niewielkim stopniu, z 16% w bardzo niewielkim stopniu); 35% uważa, że ich sieć społeczna nie zmieniła się, nawet w niewielkim stopniu, dla 18% w niewielkim stopniu, a dla 5% w bardzo małym.

Zgodnie z tymi wynikami działania miały wpływ na ludzi, ale niekoniecznie zmieniłyby ich sieci społeczne (zawodowe). Planowanie Slot Fests, lub kolejnej edycji Slot Festival, nie dotyczy wszystkich uczestników. Interesariusze wymieniają również trwałość relacji jako jedno z wyzwań, któremu muszą stawić czoła po zakończeniu projektu. Jednak brak trwałych relacji nie został wspomniany w wywiadach;



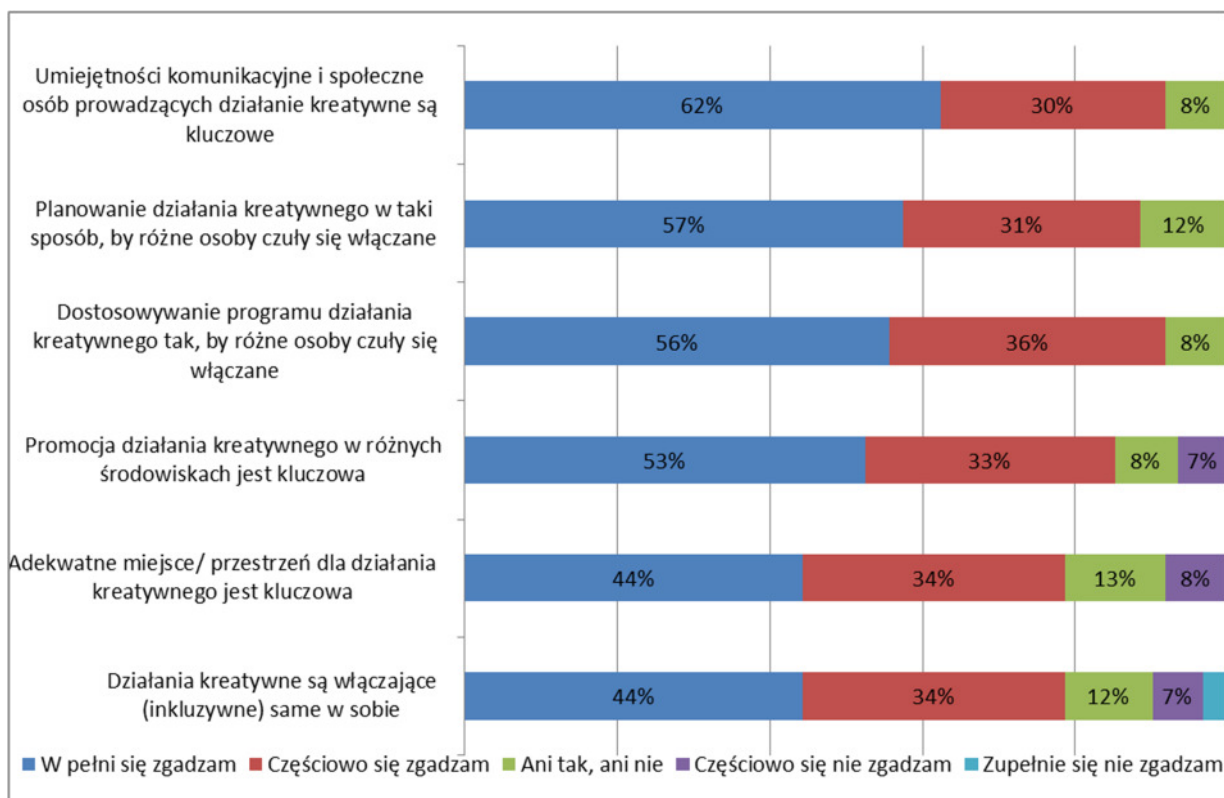
wszyscy, z którymi przeprowadzano wywiady opisali wpływ sieci społecznych z perspektywy ich doświadczeń. Rozwój profesjonalnych sieci byłby ograniczony do osób pracujących w dziedzinach, w których pracują.

Uczestnicy badania zgodzili się jeśli idzie o możliwą wartość społeczną działań twórczych, w których uczestniczyli (wzmocnienie wspólnoty, wsparcie jedności społecznej i solidarności, walka z wykluczeniem społecznym). W szczególności uważają, że działania te wzmocniłyby zrozumienie i zaufanie między ludźmi (38% zgodziło się w dużym stopniu, w dużym stopniu 49%) i pomogły w dialogu między ludźmi z różnych środowisk (36% w bardzo dużym stopniu, 49 % w dużym stopniu).

Powyższe aspekty pojawiają się również w wywiadach. Organizatorzy kształcenia opisują tę społeczną wartość jako nieodłącznie związaną ze współpracą. Współtworzenie może również pomóc w rozwiązywaniu problemów społecznych, na przykład, uczestnicy musieli radzić sobie z trudną historią kraju, poprzez aktywność, oraz spotkania twarzą w twarz: "Ludzie nauczyli się pewnych postaw w domu, a czasem staje się trudne żeby to przezwyciężyć. Organizatorzy są jednak świadomi tego wyzwania i gotowi się z nim zmierzyć ". Uczniowie cenią także otwartość: uczenie się od siebie nawzajem nie byłoby możliwe w konkurencyjnym środowisku. Jeden z uczących się miał doświadczenia z wyjazdu za granicę jako wolontariusz, podając jako przykład niedostatecznego wymieszania ludzi w hiszpańskim obozie dla uchodźców, gdzie uczestniczył w warsztatach: „było to dogodne miejsce do łączenia ludzi z różnych kultur”.

Badanie pokazuje niemal jednogłośnie, że planowanie działalności twórczej, a także dostosowanie działania do potrzeb różnych osób, komunikacja i umiejętności społeczne osoby prowadzącej działania oraz promocja mają kluczowe znaczenie dla powodzenia przedsięwzięcia i włączenia w te działania ludzi z różnych środowisk. Najmniej głosów oddano na kategorię - znaczenie odpowiedniego miejsca (44% zdecydowanie się zgodziło, 34% nieco się zgodziło). Paradoksalnie, wszyscy głosujący uznali działalność twórczą jako włączającą samą w siebie (44% zdecydowanie się zgodziło, 34% nieco się zgodziło). W pytaniu otwartym większość osób udzieliła pomocnych informacji, jak zebrać razem ludzi, o czym wspomniano wcześniej. W pytaniach zamkniętych i w wywiadach (otwartość, solidarność, zainteresowania, atmosfera, dostęp, komunikacja i promocja ...).





Wykres 12: Wskaż aspekty, które Twoim zdaniem są ważne, aby twórcze działania odniosły sukces w zbliżaniu osób z różnych środowisk? (Polska)

Organizatorzy kształcenia zaproponowali równoważne kryteria udanego przedsięwzięcia. Podane są dwa rodzaje kryteriów: związane z uczącymi się (otwartość uczniów, ich wola uczestnictwa i wymiany doświadczeń) oraz te związane z organizatorami (promocja, sieć wolontariuszy pomagająca w komunikacji ("tłumaczenie, przewodniki"). W otwartym pytaniu badania ktoś zaproponował pomysł zaangażowania kogoś w rodzaju mediatora:

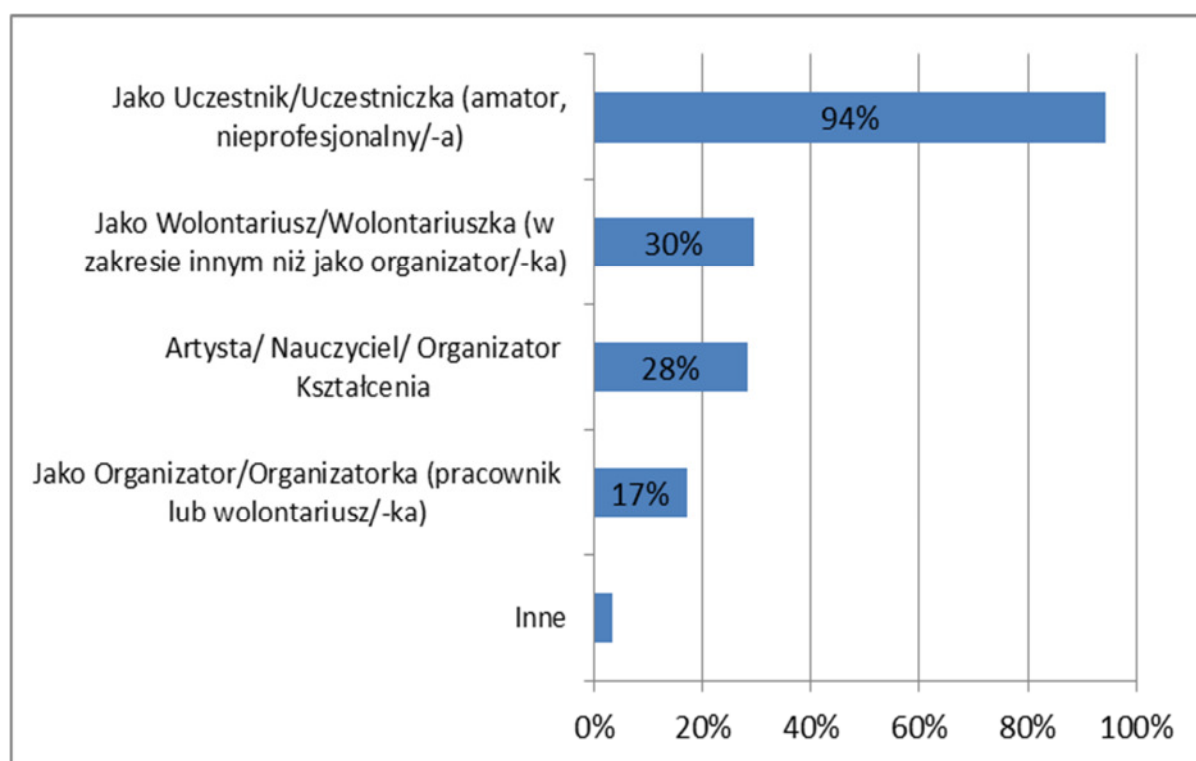
"Osoba, która zna oba środowiska i jest w stanie je połączyć. Sam element zainteresowania nie jest wystarczający. Musi istnieć łącznik w postaci człowieka, który przygotuje grunt lub poprowadzi grupy tak, aby łączyć różne środowiska i ludzi, którzy są odpowiednio przygotowani na to. Jeśli różnice są zbyt ekstremalne, bez podjęcia odpowiednich działań, nie będzie żadnych korzyści z przeprowadzenia takich akcji".

## 2.4 Słowenia

W badaniu wzięło udział 88 osób. Wśród nich większość to kobiety (70%). Przeważnie są to ludzie młodzi, ponieważ większość z nich ma od 16 do 24 lat (52%) lub młodzi dorośli w wieku 25-34 lat (17%). Ze względu na to, że młodzi ludzie są główną grupą badawczą większość z nich ma jedynie wykształcenie średnie (41%) lub wykształcenie podstawowe (14%). Mimo to starsi ludzie są dobrze wykształceni: 22% z nich ma wykształcenie wyższe, 15% ma wykształcenie podyplomowe. Większość uczestników badania nadal kształci się (61%); po tej kategorii wiele osób jest zatrudnionych w pełnym wymiarze godzin (17%). W badaniu wzięło udział tylko kilka osób na emeryturze (2%).

Rodzaje działań twórczych, w które są reprezentowane to głównie dramat (48%), taniec (41%), muzyka instrumentalna (42%) i śpiew (36%). Najmniej popularne działania kreatywne według badania to multimedia (3%) i kreatywność cyfrowa (2%).

Respondenci badania byli przeważnie uczestnikami działań (94%). Prawdopodobnie ze względu na młody wiek tylko kilku było zaangażowanych jako organizatorzy (17%), wolontariusze (30%), artyści / nauczyciele / uczący się (28%).



Wykres 13: W jakim charakterze byłeś zaangażowany? (Słowenia)

Respondenci z próby badawczej przejawiali niski udział w kreatywnych działaniach w ciągu ostatniego roku: większość z nich uczestniczyła tylko od jednego do trzech

razy (56%), 24% - od 4 do 6 razy, 11% - 7 do 10 razy, a 9% - ponad 10 razy. Zgodnie z ostatnimi wynikami uczestnicy nie byli w pełni świadomi działań twórczych w swojej okolicy: większość z nich znała około 1 do 5 działań (49%), a następnie następuje spadek odsetka w odpowiedziach, odpowiednio: 30% wiedziało o 6 do 10 działaniach, 12% wiedziało o 11-20 aktywnościach, 2% wiedziało o 21-30 aktywnościach, a 7% znało ponad 30 działań. Sposoby dowiedzenia się o tych działaniach miały charakter głównie nieformalny; większość z nich dowiedziała się od swoich rodzin i przyjaciół (81% z nich) lub organizatorów (66% z nich). Konsekwentnie najbardziej wyspecjalizowane źródła informacji są mniej popularne: tylko 3% zostało poinformowanych z sieci wolontariuszy, a 5% z profesjonalnych sieci.

Podsumowując, ta grupa badawcza reprezentuje określoną grupę odbiorców. Większość z nich jest młoda, nadal kształci się, ma niską aktywność kulturalną i są głównie zaangażowani jako uczestnicy. Respondenci są mniej zaangażowani w sieci, czy działają w organizacjach pozarządowych, sieciach wolontariackich (ponieważ są uczestnikami), lub w sieciach zawodowych (większość z nich nadal studiuje).

Badanie pokazuje, że respondenci postrzegają uczestników działań kreatywnych jako zróżnicowaną grupę. Grupa ta jest postrzegana jako podobna pod względem kulturowym / narodowościowym (56% stwierdziło, że ma tę samą) i pod względem języka (72%). Różnią się pod względem płci (61%), zawodu (62%), wykształcenia (59%) i poziomu dochodów (51%).

Ta różnorodność często nie jest bezpośrednio wspomniana w wywiadach, jeden uczeń mówił o tym, jak jego grupa (G2G) składa się z osób o różnym narodowym pochodzeniu (głównie z krajów byłej Jugosławii), inny uczeń z G2G określił tę grupę jako "niejednorodną", oraz "ludzie z różnych środowisk, różnych narodowości, różnych religii, różnych grup wiekowych i różnych studiów, a nawet środowiska pracy". Niektóre zainteresowane strony i instytucje edukacyjne wyjaśniły, w jaki sposób starają się dotrzeć do jak największej liczby osób. Menedżer kultury zaprezentował jeden ze swoich projektów (grupa folklorystyczna "Tine Rožanc"), w której organizatorzy angażują różne pokolenia. Interesariusz z działu literatury JKSD wspomniał o projekcie "Neighbour from your hill" (festiwal recenzji dla nieprofesjonalnych autorów z publicznymi czytaniem w językach ojczystych), w którym główną grupą docelową byli autorzy z krajów byłej Jugosławii, publikujący przed jej rozpadem. Na podstawie wywiadów i ankiet poszukiwanie dużej grupy docelowej wydaje się mieć znaczenie w przypadku słoweńskiej działalności kulturalnej; jednak nadal zależy to od programu działań/projektu.

Uczestnicy badania wymieniali kilka osobistych powodów, jako głównych motywacji do uczestnictwa w działaniach twórczych. Najczęściej wymieniane to: zdobycie umiejętności twórczych (65% zgodziło się w bardzo dużym stopniu, 28% w dużym stopniu), uzyskanie satysfakcji z tworzenia (71% w bardzo dużym stopniu, 28% w dużym stopniu), dla przyjemności i rekreacji (43% w bardzo dużym stopniu, 41% w dużym stopniu), a także zdobycia wiedzy i doświadczenia, których nie można uzyskać gdzie indziej (60% w bardzo dużym stopniu, 30% w dużym stopniu). Motywacje społeczne wydają się relatywnie niższe, takie jak: pomaganie innym (34% w bardzo dużym stopniu, w 37% w dużym stopniu), przyjemność bycia w towarzystwie osób o podobnych zainteresowaniach (35% w bardzo dużym stopniu, w 45% w dużym stopniu) lub spotkanie z ludźmi, z którymi normalnie by się nie spotkali (43% w bardzo dużym stopniu, 42% w dużym stopniu). Jednakże udział w sieciach społecznych i zawodowych wydaje się nie dotyczyć większości respondentów; tylko kilka z nich miało motywację do zaangażowania społecznego / wspólnotowego (21% w bardzo dużym stopniu, w 35% w dużym stopniu), oraz wspierania ich statusu zawodowego i społecznego (14% w bardzo dużym stopniu, 25% w dużym stopniu).

W wywiadach można zauważyć, że osobiste powody udziału w wydarzeniach niekoniecznie są ważniejsze od społecznej motywacji. Uczący się często opisywali działalność jako hobby lub "aktywne korzystanie z wolnego czasu". Dla jednego z uczniów ten pomysł jest bardziej istotny niż motywacja społeczna: "Poznanie ludzi nie jest dla mnie głównym czynnikiem, ale szukam wiedzy i umiejętności". Idea aktywności społecznej jest również opisywana przez uczących się; wywiad z uczestnikiem grupy teatralnej podkreślił tę motywację: "Dla mnie bycie częścią grupy jest ważnym czynnikiem [...]". Motywacje społeczne niekoniecznie są niezgodne z przyjemnym spędzaniem czasu:

"Moją główną motywacją była praca w grupie, w której mój starszy brat był już zaangażowany, a moja matka była moim pierwszym mentorem. Ale także uczucie bycia na scenie jest czymś, co sprawia mi radość".

Podobnie jak w badaniach ankietowych, respondenci nie wspominają o profesjonalnych motywacjach (wszyscy z przesłuchiwanymi uczniami wciąż się uczą).

W ankiecie uczestnicy opisali, że działania odbywały się w przyjaznej atmosferze (47% zdecydowanie się zgodziło, 45% zgodziło się nieco), przy wsparciu i solidarności (39% zdecydowanie się zgodziło, 55% zgodziło się nieco), w których uczestnicy pomagali sobie nawzajem jeśli to konieczne (26% zdecydowanie się zgodziło, 59% zgodziło się nieco). Ich zdaniem działania były dobrze zorganizowane (20% zdecydowanie się zgodziło, 68% nieco się zgodziło). W związku z tym nie zgadzali się z

pomysłem niewystarczającej wymiany wiedzy między uczestnikami (46% nie zgodziło się z czymś, 20% nie zgodziło się zdecydowanie) i że panowała surowa atmosfera (42% nie zgodziło się, 28% nie zgodziło się zdecydowanie).

Powyższa perspektywa znajduje odzwierciedlenie w wywiadach. Rozmówcy uczestniczący w projekcie Glej thea-tre G2G opisali budowę grupy poprzez działania:

“Projekt G2G miał pozytywny wpływ na uczestników (młodzież z grup zmarginalizowanych). Osoby, które zwykle są odsunięte na bok, musiały pracować w grupie. Współpraca miała miejsce między rówieśnikami, którzy nie należą do tego samego kręgu społecznego.”

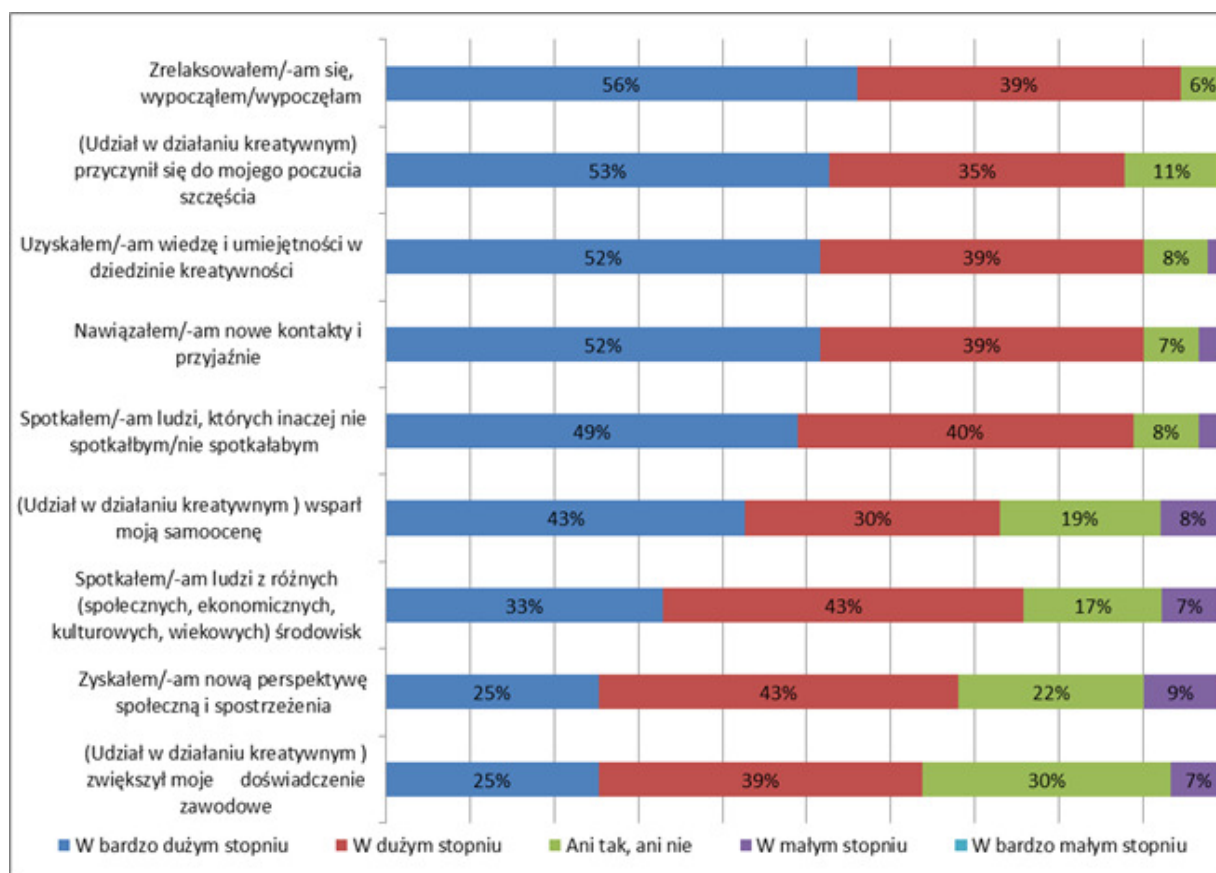
Organizator kształcenia z projektu G2G wyjaśnia proces budowania tej współpracy. Po pierwsze, ludzie przełamali pierwsze lody poprzez specyficzne działania: "Zaczęliśmy od gier towarzyskich (Teatr Improwizacji). Możesz więc poczuć się wolnym. Nie ma problemu, aby znaleźć się w kłopotliwej sytuacji ". Następnie stworzyła wspólny cel, poprzez wspólne podejmowanie decyzji:

“Ważne jest, aby byli zobowiązani nie w stosunku do projektu lub dyrektora, ale w stosunku do grupy. Grupa działa jako środowisko korekcyjne (samoregulacja w grupie). Na końcowym etapie mentor (wraz z grupą) układa poszczególne części do końcowej produkcji”.

Proces ten jest również opisany z punktu widzenia uczących się, powoli otwierając się na drugich poprzez udział w projekcie: "Także mowa ciała pokazuje, jak zmieniła się dynamika grupy - jesteśmy znacznie bardziej zrelaksowani w kontaktach międzyludzkich”.

Uczestnicy badania dostrzegają wiele korzyści w działaniach kulturalnych. Większość z nich uzyskała wiedzę i umiejętności w zakresie działań twórczych (52% w bardzo dużym stopniu, w 38% w dużym stopniu), poczucie przyjemności i miło spędzonego czasu (56% w bardzo dużym stopniu, 38% w dużym stopniu), więcej szczęścia (53% w bardzo dużym stopniu, 35% w dużym stopniu), nowe kontakty i nowych przyjaciół (52% w bardzo dużym stopniu, 38% w dużym stopniu) i spotykała się z ludźmi, których normalnie by nie spotkali (49% w bardzo dużym stopniu, w 40% w dużym stopniu). Niektóre inne korzyści nie były tak mocno uznane przez uczestników: wyższa samoocena (43% w bardzo dużym stopniu, 30% w dużym stopniu), spotkania z ludźmi z różnych środowisk (33% w bardzo dużym stopniu, 43% w dużym stopniu), zyskanie nowych perspektyw społecznych (25% w bardzo dużym stopniu, 43% w dużym stopniu), doświadczenie zawodowe (25% w bardzo dużym stopniu,

38% w dużym stopniu). Korzyści osobiste były bardziej widoczne dla większości ludzi niż niektóre korzyści społeczne z realizacji tych działań.



Wykres 14: Co zyskałeś poprzez udział w działaniach kreatywnych? (Słowenia)

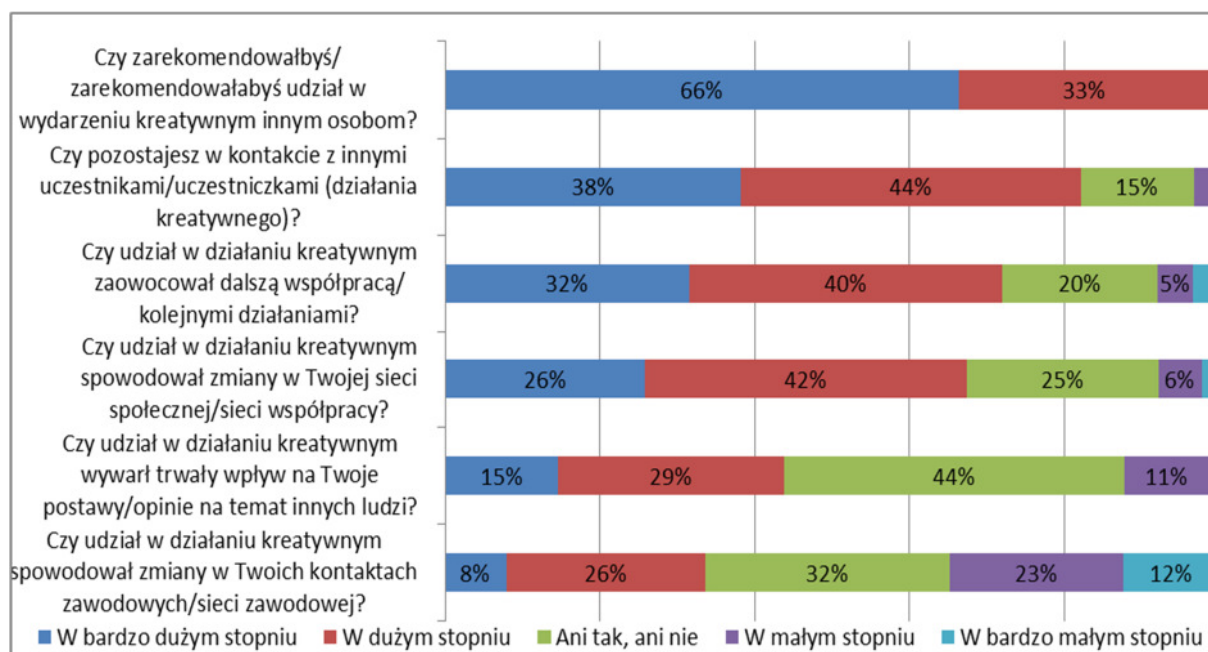
Wspomniane względy społeczne są również obecne w dyskursie interesariuszy. Próbują oni je docenić, starając się dostarczyć ludziom przestrzeń do ekspresji, tak aby mogli oni potwierdzić swoją rolę w społeczeństwie: "Na poziomie osobistym uczniowie zyskują w aspekcie samorealizacji". Idea ta jest również prezentowana przez organizatorów kształcenia: "Zdobyli umiejętności komunikacyjne, gdy otrzymali przestrzeń do wyrażenia siebie, wyrażania swoich uczuć. To wyzwalające doświadczenie, aby czuć się wolnym i wyrażać swoje uczucia w produktywny sposób", a także przez uczących się: "Bycie częścią projektu było ważne dla poprawy poczucia własnej godności. Teraz wierzę w siebie. Widzę też grupę jako rodzinę". Bycie częścią wspólnej grupy jest ważne. Daje też inne korzyści, takie jak umiejętności komunikacyjne, wzrost poczucia własnej wartości, poznawanie innych ludzi, a także wzrost empatii, zaufania oraz zrozumienia. Jeden z uczniów opisał to jako:

"Dostajesz nowy wgląd w siebie, poprawiasz swoją empatię i przewyżniasz uprzedzenia (spotykasz ludzi z różnych grup społecznych, którzy mogą mieć zły obraz w oczach opinii publicznej i dostajesz nową perspektywę)".



Korzyści zawodowe są trudniejsze do rozpoznania w wywiadach, ale wszystkie z nich pokazują poszerzenie sieci kontaktów, które mogą być wykorzystywane jako profesjonalne narzędzie, przedstawione przez jednego z interesariuszy: "Publiczne czytanie jest wtedy, gdy masz szansę być w kontakcie z innymi autorami; w tym przypadku z autorami różnych narodowości, odmiennej grupy językowej."

Paradoksalnie ten efekt sieciowania nie jest widoczny w ankietach. Stosunkowo niewiele osób określiło trwały wpływ na ich postrzeganie wobec innych osób (15% w bardzo dużym stopniu, 29% w dużym stopniu) lub na ich zawodową sieć (7% w bardzo dużym stopniu, 26% w dużym stopniu). Gdy idzie o sieci społeczne wystąpiło więcej korzyści (26% w bardzo dużym stopniu, 42% w dużym stopniu), ludzie pozostawali w kontakcie (38% w bardzo dużym stopniu, 44% w dużym stopniu) i we współpracy, czy wspólnych działaniach (31% w bardzo dużym stopniu, w 40% w dużym stopniu).



Wykres 15: Trwałość (Słowenia)

To, że trwały charakter relacji nie wydaje się być kluczowym czynnikiem, można wyjaśnić kontekstem sektora słoweńskiego. Jest bardziej lokalny, w związku z tym jest tam mniej spotkań. Nie koresponduje to jednak z treściami wywiadów, prawdopodobnie z powodu wyróżniających się projektów, które nie odzwierciedlają większości działań kreatywnych w Słowenii.

Wiara uczestników w wartości społeczne działań kulturalnych jest silna. Prawie wszyscy z nich uważają, że działania twórcze mogą wzmocnić społeczność (43% w bardzo dużym stopniu, w 44% w dużym stopniu), wzmocnić zrozumienie i zaufanie

między ludźmi (61% w bardzo dużym stopniu, 33% do wielkiego zakres), wspierać dialog między ludźmi z różnych środowisk (52% w bardzo dużym stopniu, 36% w dużym stopniu) i wspierać jedność społeczną i solidarność (46% w bardzo dużym stopniu, 42% w dużym stopniu).

Idea, że działania twórcze wzmacniają społeczność, pojawia się we wszystkich wywiadach - jak uczestnicy wspominali wcześniej - to uczestnicy tworzą grupę, a nawet trochę "rodzinę". Działania te mogą także pomóc uczestnikom w konfrontacji z osobami z różnych środowisk, z różnymi pomysłami. Jeden z uczniów, z którym był robiony wywiad (zajmujący się teatrem amatorskim), mówił o zderzeniu się opinii, które można sprowokować poprzez działania twórcze:

“Dla mnie projekt przełamał bańkę - akceptując różne poglądy. Jak pracować z osobą, która jest zdecydowanie przeciwna społeczności gejowskiej? Po raz pierwszy wysłuchałam monologu od homofobicznej aktorki, którą bardzo lubię jako osobę”.

Uczestnicy badania zgodzili się ze wszystkimi aspektami, które zostały zaproponowane jako pomocne w promowaniu zrozumienia i zaufania. Aby zjednoczyć ludzi z różnych środowisk, należy tak zaplanować działania, aby ludzie poczuli się, że są częścią tego działania (36% zdecydowanie się zgodziło, 45% w pewnym stopniu się zgodziło), mieć dostosowany i adekwatny program (39% zdecydowanie się zgodziło, 47% wyraziło zgodę), działania powinny być promowane w różnych społecznościach (36% zdecydowanie się zgodziło, 43% zgodziło się nieco), odbywać się w odpowiednim miejscu / pomieszczeniu (36% zdecydowanie się zgodziło, 44% zgodziło się nieco) oraz powinien być lider z dobrymi umiejętnościami komunikacyjnymi i społecznymi (46% zdecydowanie się zgodziło, 40 % nieco się zgadza).

Wywiady skupiały się na grupie i obecności tak zwanego "mentora" (organizatora kształcenia), celem wyjaśnienia czynników wpływających na powodzenie działań. Jest pewien zakres pracy (nastawienia), który leży po stronie uczestników (otwartość, wola uczestnictwa w działaniu, samoregulacja), ale znaczna część pracy jest wykonywana przez mentora. Musi zarządzać i włączać różnych ludzi:

“Lider grupy, organizator kształcenia, musi być autorytetem, ale to członkowie grupy muszą podejmować własne artystyczne decyzje [...] Mentor musi być obecny w grupie, aby równoważyć relacje, aby nikt nie został pominięty”.

Zgodnie z tym punktem widzenia program działań opiera się na pracy uczestników, którzy aktywnie uczestniczą w programie i podejmują indywidualne decyzje dotyczące działań artystycznych.



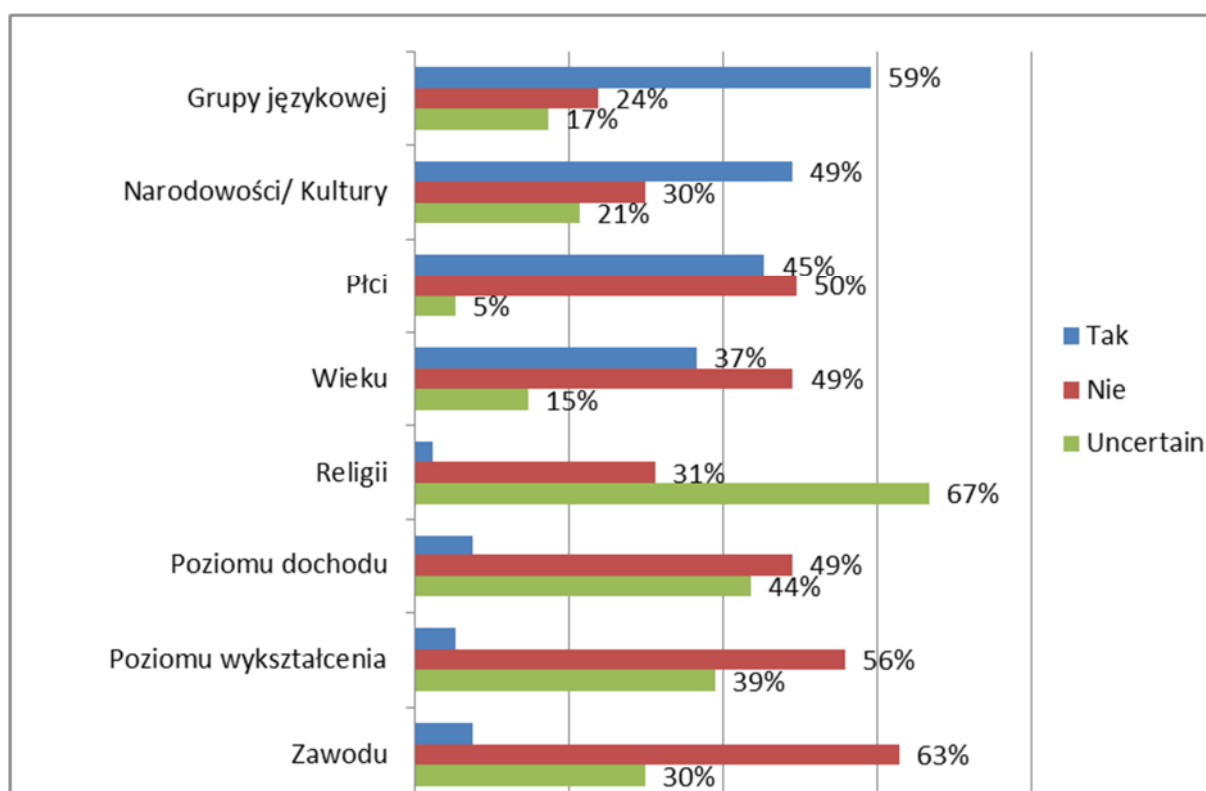
## 2.5 Wielka Brytania

W badaniu wzięły udział 84 osoby. Większość z nich to kobiety (81%). Respondenci byli w większości starsi: większość z nich była między 50 a 64 rokiem życia (50%) oraz miała 65 lat i więcej (29%). W związku z tym badanie to w ograniczony sposób przedstawia perspektywę młodych ludzi (0% między 6 a 15, 2% między 16 a 24, a 6% między 25 a 34). Badani byli dobrze wykształceni - im bardziej uczestnicy badania byli wyedukowani, tym bardziej byli zaangażowani w to badanie (z wyjątkiem doktorantów: tylko 12% miało taką możliwość). Większość osób miała wykształcenie na poziomie wyższym (60%), a następnie wykształcenie zawodowe (18%) i wykształcenie średnie (11%). Ze względu na wiek większość uczestników była głównie na emeryturze (35%). Duża część respondentów pracuje w pełnym wymiarze czasu pracy (23%) lub na własny rachunek (29%).

Największą popularnością cieszy się rękodzieło (64% uczestników było w nie zaangażowanych) oraz sztuki wizualne (38%). Większość innych działań twórczych – (20% uczestników było w nie zaangażowanych) to: taniec, twórczość cyfrowa, dramat, film, literatura, multi-art, muzyka instrumentalna, fotografia i śpiew, z wyjątkiem twórczości medialnej (tylko 5% uczestników było w nią zaangażowanych).

Respondenci biorący udział w badaniu byli głównie zaangażowani w działalność twórczą jako uczestnicy (82%) oraz jako organizatorzy (80%), a także w charakterze artysty / nauczyciela (60%) i wolontariusza (43%). Próba badawcza jest zróżnicowana, pomimo faktu zaangażowania uczestników w różnorodne i zróżnicowane działania kreatywne, możemy założyć, że respondenci mają duże doświadczenie w angażowaniu się w takie działania. Jednak większość z nich uczestniczy w zajęciach twórczych kilka razy w roku (36% od 1 do 3 razy, 31% od 4 do 6 razy) lub wiele razy (26% więcej niż 10 razy w roku). Respondenci nie są w pełni świadomi oferty kulturalnej, w której mogą uczestniczyć; większość z nich wiedziała, że mieli możliwość uczestniczenia w zajęciach od 1 do 5 (29%), od 6 do 10 zajęć (30%) lub od 11 do 20 zajęć (23%). Sposób, w jaki uczestnicy badania usłyszeli o tych działaniach, to głównie organizatorzy (71%) lub media czy Internet (69%). Władze lokalne i organizacje pozarządowe wydają się mniej zaangażowane w promowanie tych działań (odpowiednio 27% i 25%). Podsumowując, uczestnikami badania są głównie dobrze wykształcone emerytowane starsze kobiety uczestniczące w życiu kulturalnym na różnych stanowiskach. Wyniki są zróżnicowane pod względem funkcji i roli, w jakiej respondenci uczestniczyli w twórczych wydarzeniach, ale nie pod względem demograficznym (starsze emerytowane kobiety z wyższym wykształceniem).

Według badania, większość uczestników postrzegała swoją grupę jako zróżnicowaną: 49% uważa, że grupa jest zróżnicowana ze względu na wiek i płeć. Najbardziej zróżnicowaną kategorią jest zawód (63% uważa, że pozostali mają inny zawód, 30% nie jest pewna), wykształcenie (56% uważa, że pozostali mają odmienne, 39% nie jest pewna) oraz poziom dochodów (49% uważa, że jest zróżnicowany, 44% nie jest pewna). Kategorie, które są postrzegane przez respondentów jako wspólne dla większości osób to pochodzenie kulturowe / narodowe (49% uważa, że mają takie same) i wspólna grupa językowa (59% uważa, że mają takie same).



Wykres 16: Postrzeganie uczestników działań kreatywnych (Wielka Brytania)

Takie postrzeganie zróżnicowania grupy pojawia się również w wywiadach. W wielu z nich różnorodność grupy jest celem interesariuszy, czyli osiągnięcie jak najszerszej grupy docelowej. Kierownik lokalnego samorządowej instytucji kultury w Irlandii Północnej wspominał o przykładzie lokalnego "wieloetnicznego" forum. Ta różnorodność jest często ograniczona w zależności od działań. Jeden z rozmówców wyjaśnił, że grupy rękodzielniczków często składają się w całości z kobiet ze względu na piętno społeczne. Innym przykładem jest fotografia, ponieważ tutor kursu fotograficznego wyjaśnił, że sprzęt może być barierą ze względu na jego cenę.

Główne powody uczestniczenia w tych zajęciach to: przyjemność i rekreacja (63% w bardzo dużym stopniu zgodziło się, w 34% w dużym stopniu), a także satysfakcja z tworzenia (68% w bardzo dużym stopniu, 30% w dużym stopniu). Społeczne

korzyści są mniej ważne, ale wciąż dotyczą większości ludzi, np. cieszą się towarzystwem osób o podobnych zainteresowaniach (42% w bardzo dużym stopniu, 41% w dużym stopniu) lub pomagają innym (30% do w bardzo dużym stopniu, w 32% w dużym stopniu). Motywacje zawodowe wydają się mniej ważne, prawdopodobnie ze względu na status emerytalny większej części uczestników: 24% stwierdziło, że uczestniczy w tych zajęciach, aby zdobyć profesjonalną wiedzę i doświadczenie, a 31% w celu wsparcia ich statusu zawodowego i społecznego.

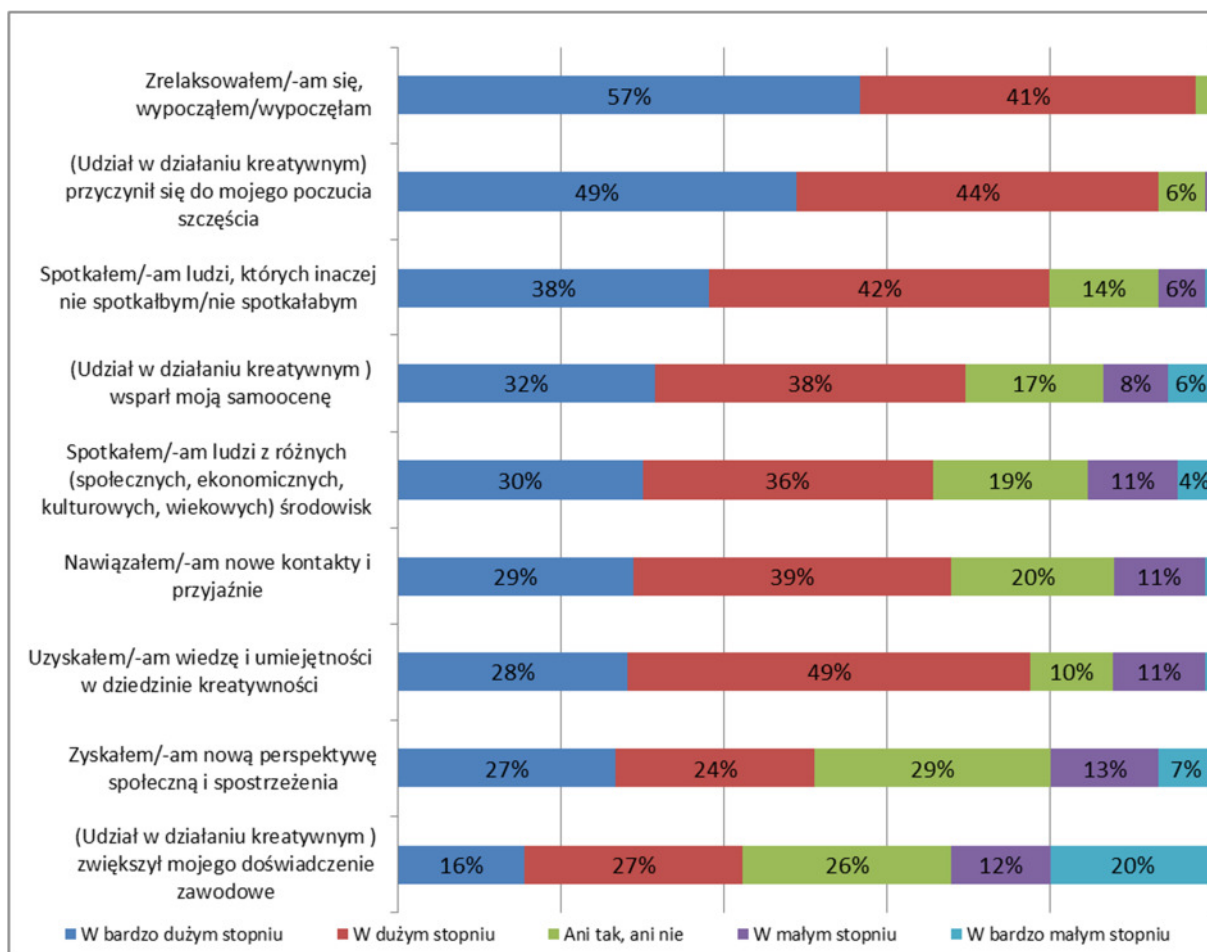
Respondenci wspomnieli głównie o społecznych powodach zaangażowania w działania twórcze. Jeden z uczniów mówił o swoim udziale w lokalnej grupie teatralnej w Szkocji, gdzie jednym z głównych celów jest angażowanie jak największej liczby osób w obrębie ich miejsca zamieszkania. Dla uczestników ten cel daje determinację, aby "zrobić coś innego i sprawić, by społeczność się wyróżniała, zdobyć uznanie za zrobienie czegoś - prawie z niczego". Organizatorzy kształcenia mieli inną perspektywę, ponieważ ich główną motywacją, była "prosta radość z tworzenia".

W ankietach uczestnicy opisali, swoje doświadczenia jako: przeżyte w przyjaznej atmosferze (78% zdecydowanie zgodziło się, 22% zgadza się w pewnym stopniu), w atmosferze wsparcia i solidarności (70% zdecydowanie się zgodziło, 22% zgodziło się nieco), w których uczestnicy pomagali sobie nawzajem, gdy jest to konieczne (67% zdecydowanie się zgodziło, 24% nieco się zgodziło). W związku z tym aktywność nie odbywała się w atmosferze współzawodnictwa (23% nie zgodziło się, że tak, 46% nie zgodziło się zdecydowanie), była wymiana / interakcja między uczestnikami (31% nie zgadzało się z brakiem interakcji, 61% nie zgadzało się zdecydowanie) i wydarzenia nie odbyły się w surowej/nieprzyjaznej atmosferze (16% zaprzeczyło istnienia surowej atmosfery, 74% zaprzeczyło zdecydowanie).

Ta przyjazna atmosfera pojawia się również w wywiadach. Jeden z organizatorów kształcenia opisał miłą atmosferę (opisaną jako "bardzo otwartą i przychylną"), jeśli jest to konieczne dla uczestników: w trakcie zajęć uczestnicy mogli przerwać swój udział w zajęciach, gdy brakuje im czasu i wrócić później, w taki sam sposób mogli dołączyć nowi uczestnicy. Inny rodzaj atmosfery jest również opisany w wywiadach; organizatorzy kształcenia i uczący się prezentują swoje twórcze działania jako mające miejsce w atmosferze pełnej zapału do nauki. Organizatorzy opisali to jako:

"Uczestnicy są bardzo skoncentrowani na swojej pracy i precyzji niezbędnej do uzyskania pożądaných efektów. Istnieje wyraźna różnica między czasem, w którym uczestnicy poświęcają się swojej twórczości a czasem społecznym, kiedy grupa omawia i udostępnia swoje prace".

W rezultacie przyjazna i pełna zapału do nauki atmosfera niekoniecznie musi być sprzeczna. Jak jeden z uczących się stwierdził: "Ludzie wymieniają się doświadczeniami i rozmawiają, ale spotkanie grupy nie jest postrzegane jako wydarzenie czysto towarzyskie". Mimo to bycie w grupie jest konieczne do działania, pozostali uczestnicy są potrzebni do wyrażenia aprobaty, do wykreowania "satisfakcjonującego uczucia zrobienia czegoś razem". Badanie pokazuje, że główne rezultaty tych działań odpowiadały motywacjom. Były one osobiste: poczucie przyjemności i rekreacji (57% zgodziło się w bardzo dużym stopniu, 41% w dużym stopniu się zgodziło), szczęścia (49% w bardzo dużym stopniu, 44% w dużym stopniu), nabycia wiedzy i umiejętności w twórczym temacie (28% w bardzo dużym stopniu, 49% w dużym stopniu); albo korzystne społecznie - spotkania z ludźmi, z którymi nie spotkaliby się inaczej (38% zgodziło się w bardzo dużym stopniu, 42% w dużym stopniu) lub spotkania ludzi z odmiennych środowisk (30% w bardzo dużym stopniu, 36% na w dużym stopniu).



Wykres 17: Jakie korzyści odniosłeś z udziału w działaniach kreatywnych/twórczych? (W. Brytania)

Niemniej jednak niektóre korzyści są mniejsze: tak jest w przypadku nabycia doświadczenia zawodowego (tylko 16% w bardzo dużym stopniu, w 27% w dużym stopniu) oraz uzyskania perspektywy społecznej (27% w bardzo dużym stopniu, 24% w bardzo dobrym stopień).

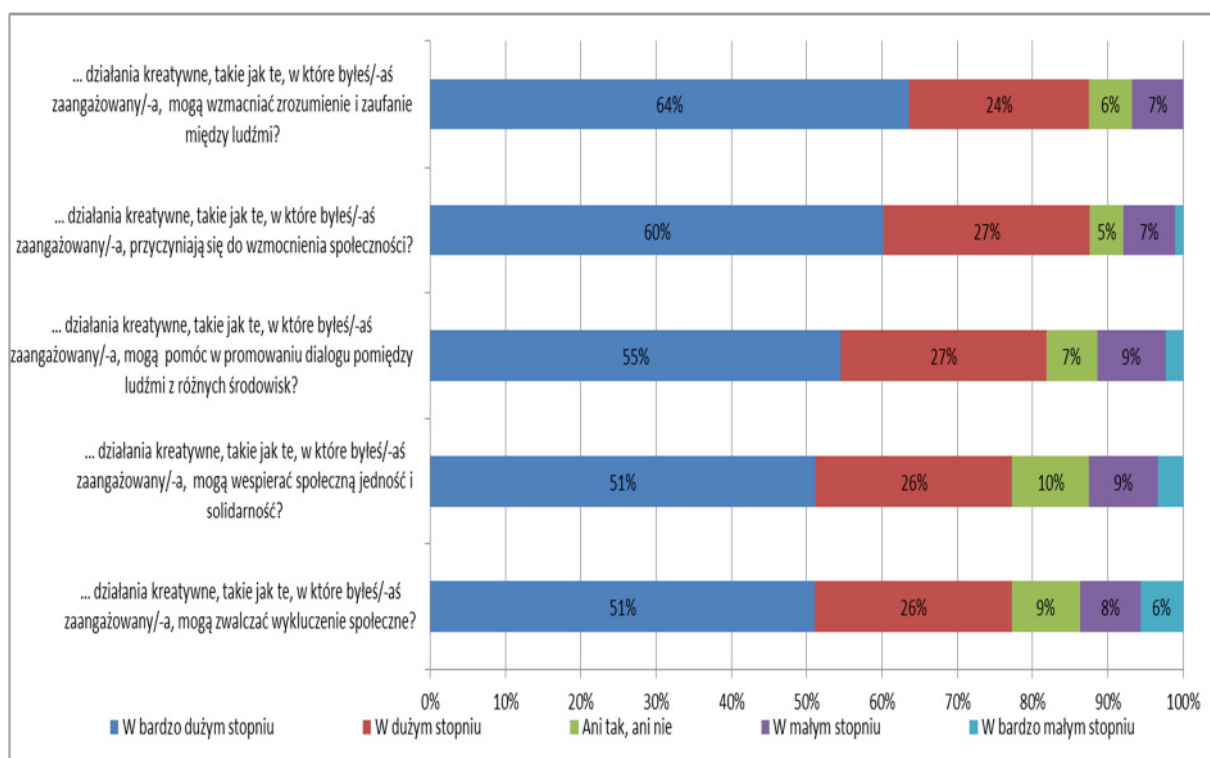
Korzyści społeczne zostały odzwierciedlone w wywiadach, a organizator kształcenia opisał, w jaki sposób projekt pomógł uczestnikom poczuć się bliżej swojej społeczności. Organizator kształcenia rozpoczął projekt rysunkowy skupiony na krajobrazie lokalnego obszaru, w którym uczestniczyła cała lokalna społeczność. Projekt ten był szczególnie wiążący, ponieważ funkcjonował we współpracy tych ludzi: wszyscy byli traktowani na równi, nie było żadnej hierarchii w zależności od tego – kto co wniósł. Te korzyści społeczne zostały również zidentyfikowane przez zainteresowane strony. Pracownik działu kultury lokalnej jednostki samorządu terytorialnego w Anglii opisuje, w jaki sposób działania twórcze mogą pomóc w zwalczaniu samotności i izolacji społecznej osób starszych. Aby włączyć wszystkich, ograniczenie hierarchii jest koniecznym procesem, który często był prezentowany w wywiadach. Celem tego ograniczenia jest to, aby każdy uczestnik poczuł, że wniósł coś do projektu. Jednak jeden z respondentów odniósł się do tego negatywnie: podejmuje się decyzję wolniej lub trudniej. Interesariusze są świadomi tej konstrukcji, jeden z nich mówił o zmianie podejścia z "odgórnego" na "wezwanie lokalnej społeczności do dzielenia się kreatywnością", od "konsumentów" do "aktywnych, kreatywnych osób". W wywiadach również nie wspomniano o doświadczeniach zawodowych: budowanie społeczności poprzez działania twórcze wspiera lokalną społeczność, ale niekoniecznie ma wpływ na życie zawodowe.

Według ankiet, trwałość tych działań jest dość niska. Dla wielu osób twórcze działania nie zmieniły ich sieci społecznej (31% ani w wielkim ani w małym stopniu, 16% w niewielkim stopniu, 12% w bardzo małym stopniu) lub ich zawodowej sieci (26% zarówno ani w dużym stopniu ani w małym, 15% w niewielkim stopniu, 28% w bardzo małym stopniu). Dla niektórych uczestników działania nadal miały pewne konsekwencje: w późniejszej współpracy (19% w bardzo dużym stopniu zgodziło się, w dużym stopniu 37%) lub pozostawaniu w kontakcie (25% w bardzo dużym stopniu, 40% w dużym stopniu). Działania te są nadal dobrym doświadczeniem - prawie wszystkie osoby polecałyby je (62% w bardzo dużym stopniu, w 29% w dużym stopniu).

Różne pomysły były przedstawione w wywiadach. Wielu respondentów wyjaśniło, w jaki sposób działania twórcze, w których uczestniczyło, stworzyły trwałe relacje. Wielu z nich wyeksponowało media społecznościowe jako narzędzie do kontaktów

w trakcie trwania działania i późniejszym okresie. Innym sposobem na rozwijanie tych przyjaźni jest czas poświęcony przez organizatorów kształcenia na utrwalanie więzi społecznych w nieformalnej atmosferze. Interesariusze wspomnieli także, że starają się włączyć ludzi poprzez nieformalne działania, takie jak gry i stworzenie "nieformalnych przestrzeni konwersacyjnych".

Respondenci badania silnie wierzą w społeczną wartość działań twórczych/kreatywnych. Ponad 75% z nich zgodziło się w bardzo dużym stopniu lub w dużym stopniu, że działania twórcze są istotne ze względu na rolę jaką odgrywają w walce z wykluczeniem społecznym, wspierając jedność społeczną i solidarność, wzmacniając dialog między ludźmi z różnych środowisk oraz wzajemne zrozumienie i zaufanie między ludźmi i umacnianie roli wspólnoty lokalnej. Działania kreatywne odgrywają ważną rolę w społecznościach lokalnych w Wielkiej Brytanii.



Wykres 18: Wartość społeczna (Wielka Brytania)

Idea ta jest również obecna w wywiadach. Opiekun kursu fotograficznego (organizator kształcenia) wyjaśnił, w jaki sposób wspólna praca pozwoliła na łączenie ludzi z różnych środowisk. Podczas zajęć ludzie zaczynają mówić o sobie i stają się sobie bliżsi.

“Więzi często powstają w wyniku dyskusji nad fotografią, sprzętem i kompozycją, dzięki czemu ludzie zaczynają mówić o swoim doświadczeniu życiowym, pochodzeniu i emocjom. Istnieje silny poziom zaufania ustalony poprzez działania grupy, co



staje się oczywiste w sposobie, w jaki współpracują, pomagają sobie nawzajem i dzielą się sprzętem."

Zaufanie i zrozumienie są określane przez interesariuszy jako niezbędne cechy sprzyjające procesowi tworzenia: "[Poczucie zaufania] pomaga przełamać hierarchie, a zatem prowadzi do bardziej interesującej współpracy i interakcji między ludźmi z różnych obszarów". Wartość społeczna jest szczególnie widoczna w projektach lokalnych. Uczący się, członek grupy dramatycznej w społeczności wiejskiej w Szkocji opisał, w jaki sposób społeczność lokalna kształtuje się poprzez współpracę: "Ponieważ sami (uczestnicy) kierują działaniami i widzą każdy etap jako coś, w co mogą być zaangażowani na poziomie podejmowania decyzji".

Łączenie różnych grup promuje zrozumienie i dialog, jak pokazuje uczeń w chórze wspólnotowym: "Otwarto drzwi dla wielu uczestników, aby czuli się komfortowo z ludźmi, których być może wcześniej nie rozumieli".

Jeśli chodzi o ostateczne rezultaty, prawie wszyscy uczestnicy zgodzili się co do różnych aspektów kreatywnych działań, koniecznych aby odnieść sukces w zbliżaniu osób z różnych środowisk. Szczególnie podkreślali jako kluczowe umiejętności komunikacyjne i społeczne lidera (76% zgodziło się stanowczo, 20% zgadza się w pewnym stopniu), a także odpowiednie miejsce dla działania (73% zdecydowanie się zgodziło, 20% w pewnym stopniu zgodziło się). Przypisali relatywnie mniejszą wagę promowaniu działań w różnych społecznościach (63% zdecydowanie się zgodziło, 26% zgodziło się nieco), planowaniu działań tak, aby dobrze czuli się ludzie z odmiennych środowisk (69% zdecydowanie się zgodziło, 19% nieco się zgodziło) oraz dostosowanie programu do potrzeb różnych osób (62% zdecydowanie się zgodziło, 27% zgodziło się w pewnym stopniu).

Organizatorzy kształcenia dociekali również powodów, dzięki którym działanie mogłoby zakończyć się sukcesem. Sugerowali, że sukces zależy od uczących się, ponieważ wymaga zaangażowania czasu, aby rozwinąć projekt i właściwe relacje między uczniami. Inny organizator kształcenia zaproponował, że sukces zależy także od osobowości uczących się i od zarządzania przez organizatorów, aby dostosować się do potrzeb ludzi. Innymi warunkami sukcesu działań wymienionych przez respondentów są proces decyzyjny i wspólne cele wymienione powyżej: zniesienie hierarchii i posiadanie prawdziwego "demokratycznego" sposobu funkcjonowania zdaje się być warunkiem, aby być w stanie zaangażować jak najwięcej osób oraz promowanie szacunku, i zrozumienia w odniesieniu do efektów działania każdej osoby. W otwartym pytaniu respondenci podkreślali niezbędne cechy (zarówno dla uczniów, jak i organizatorów), które można podsumować jako otwartość i tolerancję:



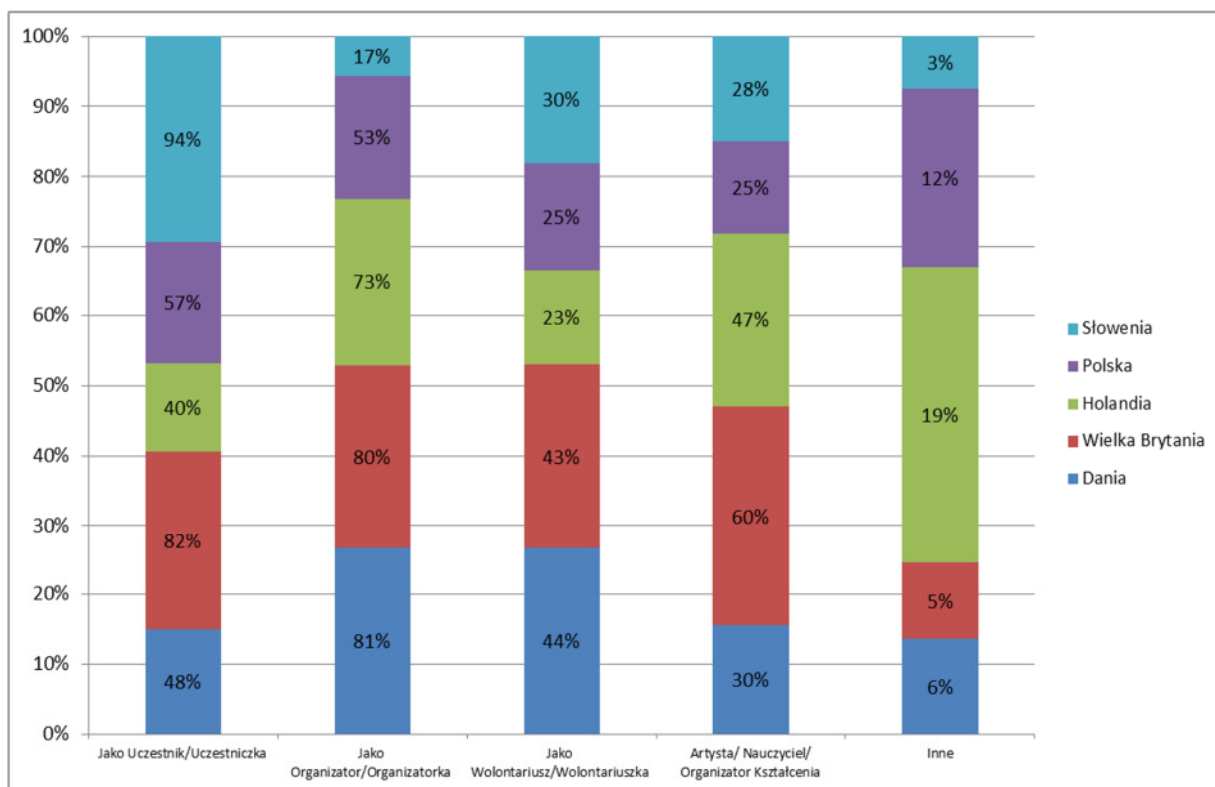
"Relaksujące, przyjazne środowisko, postawy bez oceniania, elastyczność i wsparcie ze strony innych, celem zapewnienia pełnego uczestnictwa dla każdego uczestnika".

### **3 Analiza porównawcza pomiędzy poszczególnymi krajami**

#### **3.1 Odmienne perspektywy w rezultatach niniejszego badania**

Po pierwsze, należy powtórzyć, że różnice w badaniach można wytłumaczyć różnicami kontekstowymi (patrz 1.4), a także różnymi grupami badawczymi. Duńska perspektywa to perspektywa organizatorów (81%), głównie starszych osób (powyżej 50 lat) i emerytów. Holenderscy respondenci są mniej więcej równoważną grupą: większość z nich to także organizatorzy, ale młodszy (w średnim wieku: 51% między 50 a 64 i 26% między 35 a 49) oraz pracujący. Wielka Brytania ma podobne wyniki: większość to wykształcone kobiety na emeryturze, w dużym stopniu uczestniczących w życiu kulturalnym, jako uczestnicy (82%) i jako organizatorzy (80%). W tych trzech krajach respondenci są zaangażowani w sferę kulturalną i biorą aktywny udział w wydarzeniach.

Polscy respondenci wykazują odmienne poglądy, ponieważ większość z nich od czasu do czasu bierze udział w działaniach ze sfery kultury (w ubiegłym roku 55% uczestniczyło w 1-3 zajęciach, 28% 4-6) i nie są dobrze poinformowani w ofercie kulturalnej, dlatego nie należą do sfery kultury w takim stopniu jak respondenci z powyższych krajów. Sytuacja życiowa mogłaby wyjaśnić pewną dawną praktykę kulturową: starsze grupy w Danii, Holandii i Wielkiej Brytanii miałyby więcej czasu na działalność kulturalną, w przeciwieństwie do młodych dorosłych / osób w średnim wieku w Słowenii i Polsce, bardziej zajętych pracą lub życiem rodzinnym. Słoweńscy uczestnicy mają podobny profil. Są to głównie uczestnicy, nadal uczący się (52% w wieku 16-24 lat, 17% w wieku od 25 do 34 lat), o niskiej aktywności kulturalnej i nieuczestniczący w sieciach (kulturalnych, pozarządowych, zawodowych).



Wykres 19: W jakim charakterze byłeś/łaś zaangażowany/na? (wszystkie kraje)

### 3.2 Postrzeganie działań twórczych: ogólna zgoda między respondentami

Te dwa modele mogą być czasem widoczne w pytaniach ankietowych, chociaż istnieje ogólna zgoda co do niektórych punktów / kwestii.

W każdym kraju respondenci ankiety postrzegali grupę uczestników działań twórczych jako heterogeniczne. Wszyscy jednak dostrzegli podobieństwa pod względem grupy językowej ( 73% w Holandii, 71% w Danii, 59% w Wielkiej Brytanii, 67% w Polsce, 72% w Słowenii) i pod względem kulturowym / narodowościowym (44% w Holandii, 54% w Danii, 49% w Wielkiej Brytanii, 63% w Polsce, 56% w Słowenii). Działania twórcze byłyby wówczas mniej efektywne w łączeniu różnych grup językowych i różnych grup narodowościowych. Na podstawie tych wyników możemy przypuszczać, że bariera językowa blokuje ludzi posługujących się odmiennym językiem w uczestniczeniu, w twórczych działaniach; trochę mniej dotyczy to Wielkiej Brytanii (prawdopodobnie dlatego, że angielski jest częściej używany na świecie). Z drugiej strony, według uczestników, twórcze działania sprzyjają łączeniu ludzi w różnym wieku, odmiennej płci, z różnych wiosek, różnych religii, zawodów, wykształcenia i poziomu dochodów.

Główne powody uczestniczenia w wydarzeniach twórczych są osobiste, dotyczy to wszystkich krajów. Prawie każdy respondent traktuje działania kreatywne jako momenty radości, satysfakcji i kreatywności. Zasadniczo społeczna rola działań twórczych jest opisywana jako mniej ważna, szczególnie w Słowenii (zaangażowanie społeczne w 21% w bardzo dużym stopniu, w 35% w dużym stopniu) oraz w Holandii (zaangażowanie społeczności: 5% w bardzo dużym stopniu, w dużym stopniu 27%). Profesjonalne motywacje są mało istotne w każdym kraju - średnio 40% osób tak uważa (w bardzo dużym stopniu lub w dużym stopniu). Wyniki pokazują, że istnieje ogólne postrzeganie działań twórczych - są to działania umotywowane potrzebami osobistymi, w których motywacje społeczne nie są tak ważne jak osobiste, a motywacje zawodowe są często nieobecne.

W kwestii ogólnej atmosfery działań twórczych wszystkie kraje zgodziły się raz jeszcze. Niemal wszyscy uczestnicy z każdego kraju opisali działania jako odbywające się w przyjaznej atmosferze. W związku z tym w żadnym z krajów ludzie nie postrzegali działań jako odbywających się w surowej lub konkurencyjnej atmosferze. Dane pokazują, że działania prowadzone są w nieformalnej atmosferze, która sprzyja wspieraniu i solidarności między uczestnikami lub w razie potrzeby pomocy. Dlatego też możemy stwierdzić, że surowa lub konkurencyjna atmosfera miałaby odwrotny skutek - blokowanie nawiązywania relacji między uczestnikami i tworzenia kapitału społecznego.

Różnice są w kwestii postrzegania rezultatów, wynikających z przeprowadzenia działań twórczych. Respondenci z Danii zgadzają się (prawie wszyscy) na każdy możliwy rezultat (wiedza i umiejętności dotyczące tematu działań twórczych, poczucie radości i odprężenia, szczęścia, lepszej samooceny, poznawania ludzi, w tym poznawania ludzi z różnych środowisk, zyskanie nowych przyjaciół, czy też nowych perspektyw społecznych; doświadczenie zawodowe). Większość respondentów we wszystkich krajach potwierdza to, z wyjątkiem społecznych korzyści (spotkanie ludzi z różnych środowisk, zyskiwanie nowych przyjaciół, nowych perspektyw społecznych) oraz wzrostu doświadczenia zawodowego. Korzyści społeczne są niższe w Holandii i Wielkiej Brytanii. Te wyniki można wyjaśnić kilkoma czynnikami. W kwestii motywacji respondentów Holandia miała jeden z najniższych wyników, jeśli chodzi o motywacje społeczne; Wielka Brytania uzyskała wyższe wyniki, ale nadal są na dość niskim poziomie.

Logicznie rzecz biorąc, istnieje korelacja pomiędzy motywacjami i korzyściami dla uczestników. Nadal pozostaje kwestia Słowenii: motywacje społeczne były tam najniższe wraz z wynikami badań dla Holandii i Wielkiej Brytanii, ale rezultaty w

zakresie korzyści społecznych były wyższe niż w tych dwóch krajach. Ten rozdźwięk między motywacją a korzyściami w Słowenii, można wytłumaczyć względnie niskim wiekiem uczestników, których moglibyśmy uznać za bardziej otwartych w trakcie i po zajęciach, nawet jeśli nie była to ich pierwsza motywacja do wzięcia w nich udziału.

Korzyści zawodowe w sieci są niskie we wszystkich badaniach. Średnio między 50% a 60% dla wszystkich krajów; jest to jedna z najmniejszych korzyści. Działania twórcze mają mniejszy wpływ na sieci zawodowe, ponieważ uczestnicy są zróżnicowani pod względem zawodów. Z wyjątkiem osób pracujących w terenie, gdzie uczestniczą w działaniach, co niekoniecznie przynosi to efekt dla sieci.

Rozróżnienie pomiędzy uczestnikami i organizatorami pojawia się w kwestii trwałości relacji utworzonych poprzez działalność twórczą/kreatywną. W krajach, w których respondenci byli głównie organizatorami (Holandia, Wielka Brytania i Dania), podano podobne wyniki. Średnio 40% do 50% (poprzez zsumowanie odpowiedzi w bardzo dużym stopniu i w dużym stopniu) stwierdziło, że działanie zaowocowało późniejszą współpracą / działaniami, pozwoliło im pozostać w kontakcie z innymi uczestnikami, miało trwały wpływ na ich nastawienie / perspektywy wobec innych ludzi i zmieniło ich kontakty / sieci społeczne lub zawodowe. Kraje, w których respondenci byli głównie uczestnikami (Polska i Słowenia), uzyskały wyższe wyniki w dwóch kategoriach: działalność zaowocowała późniejszą współpracą/działaniami (w Słowenii 31% w bardzo dużym stopniu, w 40% w dużym stopniu, w Polsce 19% w bardzo dużym stopniu, 42% w dużym stopniu), a respondenci pozostawali w kontakcie z innymi uczestnikami (w Słowenii: 38% w bardzo dużym stopniu, 44% w dużym stopniu, w Polsce 18% w bardzo w dużym stopniu, 43% w dużym stopniu). Dlatego uczestnicy zwiększyli swój kapitał społeczny bardziej niż organizatorzy. Uczestnikom łatwiej jest łączyć się w trakcie aktywności, ale nadal utworzone relacje nie zawsze trwają poza tym konkretnym momentem. Wpływ ten nie jest widoczny w pozostałych kategoriach - podobnie jak w trzech innych krajach, dla Słowenii i Polski było to średnio od 40% do 50%. Paradoksalnie w każdym kraju prawie wszyscy respondenci twierdzą, że zalecają udział w działaniach twórczych innym osobom. Tutaj także jest to dowodem, że korzyści społeczne lub nawiązywanie nowych relacji nie są czynnikami zachęcającymi dla wszystkich ludzi. Możemy przypuszczać, że dla niektórych udział w działaniach twórczych jest umotywowany powodami osobistymi (zdobywanie umiejętności, kreatywność, poczucie przyjemności itp.).

Społeczna wartość działań twórczych jest również akceptowana przez respondentów ze wszystkich krajów. Wszyscy definiują rolę działań twórczych jako wzmacnianie społeczności, zrozumienia i zaufania między ludźmi, wspieranie dialogu między ludźmi z różnych środowisk, wspieranie jedności społecznej i solidarności oraz walka z wykluczeniem społecznym, dla średnio od 80 do 90% respondentów. Tutaj tylko Holandia i Dania mają odmienne wyniki. Mają takie same rezultaty z pozostałymi krajami w większości punktów, z wyjątkiem roli twórczych działań w walce z wykluczeniem społecznym (w Holandii: 23% w bardzo dużym stopniu, w 35% w dużym stopniu, w Danii: 24 % w bardzo dużym stopniu, w 35% w dużym stopniu). W przeciwieństwie do Danii, Holandia ma relatywnie niższe rezultaty w zakresie roli działań kreatywnych w promowaniu dialogu między ludźmi z różnych środowisk (28% w bardzo dużym stopniu, w 44% w dużym stopniu) oraz w celu wspierania jedności i solidarności społecznej (21% w bardzo dużym stopniu, w 44% w dużym stopniu). Tę niższą wartość społeczną nadaną twórczości/kreatywności można wytłumaczyć holenderskim kontekstem. W przeciwieństwie do innych krajów, coraz większą częścią sektora kultury z udziałem wolontariuszy zajmują się prywatni organizatorzy, można przypuszczać, że jest to podejście bardziej komercyjne, niż działania organizowane przez subsydiowane organizacje i stowarzyszenia. W związku z tym wyniki te pokazują, że forma organizacji ma wpływ, w pewnym stopniu, na działania i sposób, w jaki są postrzegane przez uczestników. Sektor prywatny wolontarystycznych grup działających w sektorze kultury może być pewną przeszkodą w wypełnianiu jego społecznej roli.

Również respondenci ze wszystkich krajów zgodzili się w kwestii odmiennych aspektów, co zrobić aby działania kreatywne skończyły się sukcesem w pozyskiwaniu osób z różnych środowisk. Od 80 do 90% respondentów zgadza się albo mocno, albo w pewnym stopniu w następujących kwestiach: planowanie działalności, w taki sposób aby osoby z różnych środowisk poczuły się włączone; dostosowanie programu; lider z umiejętnościami komunikacyjnymi i społecznymi; promowanie aktywności w różnych społecznościach; odpowiednie miejsce / pomieszczenie. Jedynie Holandia różni się w kwestii, czy działania twórcze mają charakter włączający: tylko 16% zgodziło się w bardzo dużym stopniu, 37% w dużym stopniu się zgodziło. Możemy również wyjaśnić tę różnicę prywatyzacją sektora w Holandii, gdzie w przeciwieństwie do innych krajów, społeczna rola działań twórczych/kreatywnych nie jest tak bardzo rozwinięta.

Badania ilościowe dają przegląd sektora. Wydaje się, że istnieje ogólna zgoda (z niewielkimi różnicami) na postrzeganie działań twórczych. Główne powody zaangażowania się w te działania są osobiste, przed społecznymi. Grupy biorące w tych

działaniach są zróżnicowane, ale członkowie niekoniecznie łączą się poprzez działania. W przypadku niektórych respondentów działania połączy kapitał społeczny, ale nie dla wszystkich. Mimo to respondenci mają pogląd, że działania mogą łączyć i mają wartość społeczną. Jeśli chodzi o efekty - dla zawodowych sieci i nabycie doświadczeń - to są one niewielkie we wszystkich krajach; należy przeprowadzić więcej badań dotyczących grupy wolontariuszy, ponieważ byli oni niedostatecznie reprezentowani w tych badaniach. Ankiety gromadzą różne rodzaje działań partycypacyjnych w różnych kontekstach. Analizując wywiady, możemy wyróżnić kilka różnych praktyk, mniej lub bardziej udanych.

### 3.3 Porównanie rezultatów uzyskanych w wywiadach: identyfikacja dobrych praktyk

#### Identyfikacja praktyk współtworzenia (co-creative)

Aby porównać wyniki wywiadów, trzeba wrócić do pojęcia współtworzenia (co-creation). Jak zdefiniowano w przedmowie, termin ten odnosi się do współtworzenia w wolnym, obywatelskim kontekście, w którym różne grupy obywatelskie pracują i tworzą coś razem. Zgodnie z tą definicją nie wszystkie grupy sztuk amatorskich, wolontarystyczne stowarzyszenia kulturalne, czy lokalne stowarzyszenia dziedzictwa, prowadzą działalność współtwórczą. Wśród rezultatów i przykładów zawartych w wywiadach możemy wyróżnić kilka rodzajów działań, nie wszystkie z nich można zaliczyć do kategorii współtwórczych. Te różne rodzaje działań skutkują różnymi rezultatami. Poprzez wywiady możemy rozpoznać działania niezwiązane z kreatywnością i "prawdziwie" współtwórcze. Rozróżnienie to można również zrozumieć za pomocą koncepcji zdolności kulturowej (*cultural capability*) zaprojektowanej przez Nicka Wilsona i Annę Bull (2017: 5)<sup>1</sup>: współtworzenie uczestniczy w wizji demokracji kulturowej, promując wolność twórczą i codzienne uczestnictwo w kulturze przez obywateli. W tym sensie współtworzenie może budować kapitał społeczny. Jako że związek między indywidualizacją praktyk kulturowych, a spadkiem kapitału społecznego został zbadany przez Roberta Putnama (1995), stowarzyszenia mogą budować mosty między wyodrębnionymi grupami społecznymi poprzez nawiązanie procesów współtworzenia<sup>2</sup>.

Jak wspomniano wcześniej, kontekst holenderskiego sektora kultury sprawia, że jest on najbardziej szczególny z pośród pozostałych pięciu. Wywiady pokazują

---

1 Wilson, Nick, Bull, Anna (2017). Towards cultural democracy. Promoting cultural capabilities for everyone. King's College London.

2 Putnam, Robert D. (1995). "Bowling alone: America's declining social capital." *Journal of Democracy* 6: 65-78



przykłady prywatnych nauczycieli: Lenneke Gentle jest przedsiębiorcą wyspecjalizowanym w nauce tańca. Uczy on dzieci, czasem w towarzystwie rodziców. Zajęcia mają indywidualne rezultaty - metody taneczne mogą przyczynić się do zdolności uczenia się dziecka, czego dowodem są wyższe oceny CITO (ocena dzieci w Holandii) po zajęciach. Ta koncepcja jest również widoczna w domenie publicznej: Hanneke Koolen jest nauczycielem tańca w ARTEz Arnhem. Jego lekcje odbywają się w grupie; w związku z tym mogą się tworzyć społeczne korelacje między uczestnikami. Taki rezultat jest drugorzędny (lub nawet niepotrzebny) dla nauczyciela tańca. Jego głównym zmartwieniem, podobnie jak jednego z jego uczniów, jest "skoncentrowanie się na własnym indywidualnym rozwoju i przyszłości". Grupa jest nadal przydatna, ponieważ tworzy środowisko, które "rzuca wyzwanie i zachęca do pracy w programie". Środowisko nie jest tak społeczne, jak to opisano w ankiecie, w którym członkowie grupy będzie pomagają sobie nawzajem. Podobne rezultaty można również zobaczyć w wywiadach przeprowadzonym w Danii, od zainteresowanych stron, organizatorów kształcenia i osób uczących się. Większość z nich nie brała udziału w działaniach polegających na współtworzeniu; ich motywacje i korzyści były związane z działaniami, ale nie ze wzrostem kapitału społecznego; w związku z tym działania te nie prowadzą do trwałych relacji. Różnorodność grupy również nie jest celem. We wszystkich tych przykładach istnieje praca grupowa, ale brak jest wspólnego celu, czy rezultatu. Bycie w grupie jest pomocne, ale niekonieczne (z wyjątkiem działań w grupach takich jak chór, orkiestra itp.).

Z drugiej strony, odmienne rezultaty wynikały z wywiadów przeprowadzonych z ludźmi, którzy brali udział w działaniach polegających na współtworzeniu. Słoweński przykład projektu G2L GineG (Generation to Generation) pokazuje perspektywę uczących się, organizatorów kształcenia i interesariuszy. To jest przykład współtworzenia - uczestnicy współpracują ze sobą, aby stworzyć wspólny spektakl. Młodzi ludzie przygotowują przedstawienie skierowane do młodych ludzi. Produkują spektakl, a jednocześnie uczą się teatru, tworząc grupę. Dla interesariuszy jest to nowa perspektywa przygotowania spektaklu, alternatywnego wobec klasycznych sposobów produkcji, który pozwoli im dotrzeć do trudno dostępnej publiczności (młodych ludzi) z przedstawieniami dostosowanymi do ich wymagań. Uczniowie opisali, w jaki sposób projekt zmienił ich punkt widzenia w stosunku do teatru, pozwolił poczuć im się częścią grupy i pozwolił im wyrażać swoje opinie i upubliczniać je na scenie.

## Praktyki „odgórne” i „oddolne”: jaką rolę mają do odegrania uczestnicy?

To rozróżnienie między działaniami niezwiązanymi z procesem współtworzenia i praktykami polegającymi na współtworzeniu wiąże się z odmiennym zarządzaniem ze strony organizatorów kształcenia. Zasadniczo można to podsumować jako praktyki "odgórne" i "oddolne". Pierwszy zdefiniowałby uczestnika jako konsumenta (hierarchiczna relacja od instytucji do uczestników), gdy w drugiej uczestnicy są kreatywnymi, aktywnymi osobami wykorzystującymi środki ekspresji w obszarze kultury i sztuki (instytucja i uczestnicy są na tym samym poziomie).

W perspektywie "oddolnej" rola organizatorów kształcenia nie jest tak jasna, jak w perspektywie odgórnej. Wywiady dotyczące projektu G2G (jak wspomniano wcześniej) i wywiady z Wielkiej Brytanii dostarczają nam wglądu w ten typ funkcjonowania. Można to wytłumaczyć faktem, że ten rodzaj aktywnego uczestnictwa jest jednym z celów brytyjskiej polityki kulturalnej. Na przykład jeden z respondentów był zaangażowany w społeczną grupę teatralną na wsi w Szkocji. Każdego roku grupa teatralna próbowała zaangażować jak najwięcej osób w produkcję lokalnej sztuki. Aby funkcjonować, zniesiono hierarchię, co utrudniło proces decyzyjny (decyzje są podejmowane przez uczestników niezależnie od ich statusu, a nie przez interesariuszy, czy organizatorów). W ten sposób każdy może wnieść swój osobisty wkład i wszyscy są zaangażowani w proces decyzyjny. We wszystkich przykładach zauważono, że dzięki temu aspektowi partycypacyjnemu można również przełamać przypisane role społeczne.

Zadaniem organizatorów kształcenia jest zdefiniowanie wspólnego celu. W wiejskiej grupie teatralnej jest to wystawienie ostatecznej wersji sztuki, tak jak w przypadku G2G. Organizatorzy muszą dostosować projekt tak, aby uwzględniał punkt widzenia wszystkich: "Organizator potrzebuje umiejętności, aby umiejętnie zarządzać sytuacjami społecznymi, aby wszyscy czuli się mile widziani i uczestniczyli w równym stopniu, a nie jest to łatwe zadanie".

Jeden z respondentów z Polski przedstawił punkt widzenia z perspektywy interesariuszy. Dla zainteresowanych stron współtworzenie zakłada pełne zaangażowanie instytucji i zaufanie do uczestników. Taki interesariusz wspiera pomysły uczestników:

„Jeśli ktoś przychodzi z pomysłem na działalność twórczą - a pomysł pasuje do misji instytucji - przestrzeń, a także wsparcie organizacyjne / merytoryczne / doradcze jest oferowane przez instytucję. [...] Uczestnikami wydarzeń są również klienci. Wielu z nich wraca, jako osoby prywatne, na przykład, aby zobaczyć nową wystawę lub wziąć udział w wydarzeniu”.

Uczestnicy zyskują nową pozycję: są twórcami, a jednocześnie klientami instytucji kultury. Gdy wrócą, aby wziąć udział w innych wydarzeniach, korzystają z zasobów instytucji kultury, które zmieniają swoją rolę we wspierającą ich. Należy jednak zauważyć, że znalezienie właściwej równowagi między aktywnym uczestnictwem i pracą jest ważne, ponieważ jeden z respondentów wspomniał, w jaki sposób ich stanowiska mogą powodować konflikt dotyczący kwestii wynagrodzenia: "Dla niektórych uczestników istnieje niesprawiedliwe oczekiwanie profesjonalizmu, a jednocześnie elastyczności i wszystkiego za darmo".

Z drugiej strony podejście "odgórne" może być bardziej klasycznym sposobem projektowania działań - organizatorzy kształcenia uczą bezpośrednio uczestników. W tym sensie pozycja organizatora jest bliska nauczycielowi szkolnemu, który pełni funkcję edukacyjną.

### **Różne praktyki powodują różne skutki dla kapitału społecznego**

Działania włączające różnią się w zależności od stopnia „współtworzenia” w działaniach. W projektach, w których współtworzenie jest na niskim poziomie - poczucie przynależności jest synonimem dostępu do działań. W większości z nich instytucje umożliwiają uczestnikom wypowiedzenie się, przedstawiając ich punkt widzenia i możliwość tworzenia, korzystając z zasobów instytucji kultury.

W tym sensie, w przypadku działań niezwiązanych z kreatywnością, inkluzywność może być opcjonalna lub nawet nie mieć w ogóle miejsca. Duński interesariusz zadeklarował "Uważam, że zyski społeczne są korzyścią poboczną" oraz uznał, że społeczne znaczenie tych działań jest "być może nie tak ważne".

W przypadku działań polegających na wspólnym tworzeniu, w zależności od rodzaju tych działań, mogą pojawić się różne aspekty budowania mostów (międzypokoleniowe, inter-regionalne, międzykulturowe i inter-europejskie). Chociaż inter-regionalny charakter łączenia może być trudniejszy do osiągnięcia. Większość tych działań ma charakter lokalny z powodu braku środków lub z powodu trudności w planowaniu. Należy zauważyć, że wielu interesariuszy i organizatorów działań polegających na współtworzeniu przedstawiło swoje programy jako "otwarte dla wszystkich", nie wspominając o konkretnej grupie docelowej. Często działania te są nastawione na lokalną społeczność bez względu na ich pochodzenie: społeczne, pokoleniowe, kulturowe lub europejskie. Konkretnie działania mogą wspierać konkretne grupy docelowe, tak jak ma to miejsce w przypadku projektu G2G skierowanego do młodych ludzi (ponieważ będą oni tworzyć coś dla młodych ludzi).

Uwzględnienie punktów widzenia uczestników wymaga szczególnych wysiłków ze strony instytucji. Podczas projektu G2G (Słowenia) organizatorzy zatrudnili specjalistę z zakresu nauk teatralnych i psychologii, aby pomóc uczniom uzyskać "intymne historie od uczestników; muszą czuć się bezpiecznie". Otwarcie to sposób na łączenie ludzi, stworzenie empatii między uczestnikami i stworzenie grupy. Jeden z organizatorów kształcenia przedstawił to jako:

"Jest to wyzwalające doświadczenie, aby czuć się wolnym i wyrażać swoje uczucia w produktywny sposób. Projekt doprowadził także do tego, że uczestnicy zdali sobie sprawę, że inni ludzie również mają problemy".

Powyższy punkt widzenia pojawia się również u osób uczących się:

"Uzyskujesz nowe spojrzenie, poprawiasz swoją empatię i pokonujesz uprzedzenia. Spotykasz ludzi z grup społecznych, którzy mają zły obraz w oczach opinii publicznej, nabywasz nowego spojrzenia".

W końcu działania polegające na współtworzeniu mają największy wpływ na sieci uczestników. Wspierają tworzenie grupy (jeden z respondentów podał przykład "wioski", inny "rodziny"). Uczestnicy chętniej współpracują po stworzeniu czegoś razem, czy też osiągnięciu wspólnego celu, niż po prostu przebywaniu w tej samej klasie, na tej samej sesji edukacyjnej. Uczestnicy nawiązują również specyficzną relację z organizacją, co pokazuje przykład wolontariuszy w Polsce, którzy utworzyli nieoficjalny Slot Festival ("Slot Fests"), odbywający się pomiędzy edycjami festiwalu głównego.

### **Jak poprawić działania mające charakter kreatywny?**

Aby ulepszyć działania twórcze/kreatywne, możemy spojrzeć na potrzeby wspomniane przez respondentów. Istnieje ogólna zgoda, niezależnie od tego, czy działanie ma charakter współtwórczy, czy też nie, co do tego czego potrzebują uczestnicy. Pierwszym punktem wymienionym przez respondentów w każdym kraju jest aspekt finansowy. Wszyscy potrzebują więcej funduszy, aby zapłacić za materiały, wspierać wolontariuszy lub planować działania na większą skalę. Wyniki te dowodzą, że w każdym kraju biorącym udział w badaniu istnieje niedostatek środków na amatorską działalność artystyczną.

Drugim aspektem, który został wspomniany jest idea "rozpoznawania" działań. W każdym kraju ktoś wskazuje, że sztuka amatorska powinna być uznawana za działalność społeczną. Argument ten wyjaśnia również, dlaczego działania wymagałyby większych nakładów finansowych. Pozostają niejasne, w jaki sposób respondenci chcieliby uzyskać swego rodzaju uznanie lub co przez to rozumieją, chociaż

możemy założyć, że byłoby to w formie akcji politycznej, ze wsparciem finansowym lub politycznym (ideologicznym). Interesariusz z Wielkiej Brytanii określa to jako:

"[Chcę], aby uznanie i wsparcie dla twórczych działań nadal rosło. Najlepszymi wytycznymi, by wspierać więcej takich działań, jest uznanie korzyści społecznych, ekonomicznych i zdrowotnych oraz ogólnego dobrobytu, że bycie kreatywnym jest częścią człowieczeństwa".

Organizatorzy kształcenia i interesariusze działań współtwórczych (co-creative) opisali inne potrzeby, które nie pojawiły się w innych wywiadach. Wspomnieli o konieczności przeszkolenia wolontariuszy i organizatorów kształcenia, tak aby byli bardziej elastyczni w organizacji takich działań. Ta potrzeba potwierdza wcześniejszą tezę o zmieniającej się roli organizatorów kształcenia. Jeden z respondentów ze Słowenii pracujący w projekcie G2G podkreślił potrzebę nauczania specyficznej "metody pracy dla mentorów".



## 4 Aneks

### 4.1 Spis wykresów

Wykres 1: W jakim charakterze byłeś zaangażowany? (Dania) .....	11
Wykres 2: Jaka jest twoja główna motywacja aby uczestniczyć w działaniach kreatywnych? (Dania) .....	13
Wykres 3: Trwałość rezultatów (Dania).....	15
Wykres 4: Wskaż aspekty, dzięki którym działania kreatywne zakończą się sukcesem w zbliżaniu ludzi z różnych środowisk. (Dania).....	16
Wykres 5: Postrzeganie uczestników działań kreatywnych (Holandia).....	19
Wykres 6: Jaka była Twoja główna motywacja do uczestnictwa w działaniach kreatywnych? (Holandia) .....	20
Wykres 7: Co zyskałeś dzięki udziałowi w działaniach kreatywnych? (Holandia).....	22
Wykres 8: Trwałość (Holandia) .....	23
Wykres 9: Jaka była twoja główna motywacja do uczestniczenia w działaniach kreatywnych? (Polska).....	27
Wykres 10: Jak opisałbyś swoje doświadczenia z udziału w działaniach kreatywnych? (Polska).....	29
Wykres 11: Trwałość (Polska).....	31
Wykres 12: Wskaż aspekty, które Twoim zdaniem są ważne, aby twórcze działania odniosły sukces w zbliżaniu osób z różnych środowisk? (Polska).....	33
Wykres 13: W jakim charakterze byłeś zaangażowany? (Słowenia).....	34
Wykres 14: Co zyskałeś poprzez udział w działaniach kreatywnych? (Słowenia).....	38
Wykres 15: Trwałość (Słowenia) .....	39
Wykres 16: Postrzeganie uczestników działań kreatywnych (Wielka Brytania).....	42
Wykres 17: Jakie korzyści odniosłeś z udziału w działaniach kreatywnych/twórczych? (W. Brytania) .....	44
Wykres 18: Wartość społeczna (Wielka Brytania) .....	46
Wykres 19: W jakim charakterze byłeś/łaś zaangażowany/na? (wszystkie kraje)...	50



## 4.2 Kwestionariusz użyty w badaniach

### Kwestionariusz „Zaangażowanie w Działania Kreatywne”

**1. Płeć:** *kobieta*  *mężczyzna*

**2. Wiek**

6-15

16-24

25-34

35-49

50-64

65 i powyżej

**3. Poziom wykształcenia**

Wykształcenie podstawowe (ukończona szkoła podstawowa)

Wykształcenie średnie (ukończona szkoła średnia)

Wykształcenie zawodowe (ukończone technikum/szkoła zawodowa)

Wykształcenie wyższe (ukończona uczelnia wyższa)

Wykształcenie podyplomowe (tytuł doktora, ukończone studia podyplomowe)

**4. Status na rynku pracy**

Jeszcze się uczę

Jestem zatrudniony/-a w niepełnym wymiarze czasu pracy

Jestem zatrudniony/-a w pełnym wymiarze czasu pracy

Jestem samozatrudniony/-a

Jestem bezrobotny/-a

Jestem emerytem/emerytką

Inne

**5. W jakie rodzaje działalności kreatywnej jesteś obecnie, lub byłeś/byłaś ostatnio zaangażowana? (możesz wybrać dowolnie wiele odpowiedzi)**

Rzemiosło/rękodzielnictwo

Taniec

Sztuka/kreatywność cyfrowa

Drama (teatr, musical etc.)

Film

Literatura

Wydarzenie łączące wiele form artystycznych

Sztuka/ kreatywność medialna

Muzyka (instrumentalna)

Fotografia

Śpiewanie/ Chór

Sztuki wizualne

Inne

**6. W jakiej roli byłeś/byłaś w te wydarzenia zaangażowany/zaangażowana? (możesz wybrać dowolnie wiele odpowiedzi)**

- Jako Uczestnik/Uczestniczka (amator, nieprofesjonalny/-a)
- Jako Organizator/Organizatorka (pracownik lub wolontariusz/-ka)
- Jako Wolontariusz/Wolontariuszka (w zakresie innym niż jako organizator/-ka)
- Artysta/ Nauczyciel/ Organizator Kształcenia
- Inne

**7. W ile wyżej wymienionych działań kreatywnych byłeś/byłaś zaangażowany/zaangażowana w przeciągu zeszłego roku? (jeden kurs czy cykl zajęć liczony jest jako jedno działanie kreatywne)**

- 1-3
- 4-6
- 7 -10
- Więcej niż 10

**8. W ilu różnych działaniach kreatywnych, o których wiesz że się dzieją, możesz czy mógłbyś/mogłabyś wziąć udział w swojej okolicy? (jeden kurs czy cykl zajęć liczony jest jako jedno działanie kreatywne)**

- 1-5
- 6-10
- 11-20
- 21-30
- Więcej niż 30

**9. W jaki sposób dowiadywałeś/-aś się/ dowiadujesz się o działaniach kreatywnych? (możesz wybrać dowolnie wiele odpowiedzi)**

- Informacja od rodziny/przyjaciół
- Informacja od organizatorów
- Informacja od instytucji kulturalnej
- Informacja od organizacji pozarządowej
- Informacja od władz lokalnych
- Informacja poprzez sieć wolontariacką
- Informacja poprzez sieć artystyczną
- Informacja poprzez sieć zawodową
- Informacja poprzez media/Internet
- Inne

**10. Myśląc o uczestnikach i uczestniczkach działań kreatywnych, czy większość z nich jest (z) tego samego/tej samej...**

	Tak	Nie
Wiek	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Płci	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Miejsca zamieszkania	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Narodowości/ Kultury	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Grupy językowej	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Religii	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zawodu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Poziomu wykształcenia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Poziomu dochodu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<b>11. Jaka była Twoja główna motywacja do brania udziału w działaniach kreatywnych?</b>	W bardzo dużym stopniu	W dużym stopniu	Ani tak, ani nie	W małym stopniu	W bardzo małym stopniu
Zdobycie umiejętności kreatywnych	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zdobycie wiedzy i doświadczenia, których nie mógłbym/nie mogłabym zdobyć nigdzie indziej	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zdobycie wiedzy i doświadczenia zawodowego	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rozrywka i rekreacja	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Satysfakcja z tworzenia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Uzyskanie większej pewności siebie, śmiałości	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Podniesienie mojego statusu zawodowego i społecznego	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mój udział był motywowany poczuciem sensu społecznego zaangażowania	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cieszenie się towarzystwem ludzi myślących podobnie, jak ja	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bycie wzorem dla innych	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pomoc innym	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Poznanie ludzi, których w innych okolicznościach nie poznałbym/poznałabym	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Inne (określ proszę, jakie)					

<b>12. Jak opisać/ opisałabyś swoje wrażenia z udziału w działaniach kreatywnych?</b>	W pełni się zgadzam	Częściowo się zgadzam	Ani tak, ani nie	Częściowo się nie zgadzam	Zupełnie się nie zgadzam
Działanie kreatywne było dobrze przygotowane i dobrze zorganizowane	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Działanie kreatywne odbyło się w przyjaznej atmosferze	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Działanie kreatywne odbyło się w atmosferze wsparcia i solidarności	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Działanie kreatywne odbyło się w atmosferze rywalizacji	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Uczestnicy działania kreatywnego pomagali sobie nawzajem, gdy było to potrzebne	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Było niewiele wymiany/interakcji pomiędzy uczestnikami	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Działanie kreatywne odbyło się w surowej atmosferze	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Działanie kreatywne było dla mnie niezwykłym, nowym doświadczeniem	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<b>13. Co zyskałeś/zyskałaś dzięki udziałowi w działaniach kreatywnych?</b>	W bardzo dużym stopniu	W dużym stopniu	Ani tak, ani nie	W małym stopniu	W bardzo małym stopniu
Uzyskałem/-am wiedzę i umiejętności w dziedzinie kreatywności	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Zrelaksowałem/-am się, wypocząłem/wypoczęłam	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(Udział w działaniu kreatywnym) przyczynił się do mojego poczucia szczęścia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(Udział w działaniu kreatywnym ) wsparł moją samoocenę	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Spotkałem/-am ludzi, których inaczej nie spotkałbym/nie spotkałabym	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Spotkałem/-am ludzi z różnych (społecznych, ekonomicznych, kulturowych, wiekowych) środowisk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nawiązałem/-am nowe kontakty i przyjaźnie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zyskałem/-am nową perspektywę społeczną i spostrzeżenia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(Udział w działaniu kreatywnym ) zwiększył mojego doświadczenie zawodowe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

#### 14. Trwałość

	W bardzo dużym stopniu	W dużym stopniu	Ani tak, ani nie	W małym stopniu	W bardzo małym stopniu
Czy udział w działaniu kreatywnym zaowocował dalszą współpracą/ kolejnymi działaniami?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Czy pozostajesz w kontakcie z innymi uczestnikami/uczestniczkami (działania kreatywnego)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Czy udział w działaniu kreatywnym wywarł trwałe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

wpływ na Twoje postawy/opinie na temat innych ludzi?					
Czy udział w działaniu kreatywnym spowodował zmiany w Twojej sieci społecznej/sieci współpracy?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Czy udział w działaniu kreatywnym spowodował zmiany w Twoich kontaktach zawodowych/sieci zawodowej?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Czy zarekomendowałbyś/zarekomendowałabyś udział w wydarzeniu kreatywnym innym osobom?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### 15. Wartość społeczna

<b>Czy uważasz, że...</b>	W bardzo dużym stopniu	W dużym stopniu	Ani tak, ani nie	W małym stopniu	W bardzo małym stopniu
... działania kreatywne, takie jak te, w które byłeś/-aś zaangażowany/-a, przyczyniają się do wzmocnienia społeczności?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... działania kreatywne, takie jak te, w które byłeś/-aś zaangażowany/-a, mogą wzmocnić zrozumienie i zaufanie między ludźmi?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... działania kreatywne, takie jak te, w które byłeś/-aś zaangażowany/-a, mogą pomóc w promowaniu dialogu pomiędzy ludźmi z różnych środowisk?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... działania kreatywne, takie jak te, w które byłeś/-aś	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

zaangażowany/-a, mogą wspierać społeczną jedność i solidarność?					
... działania kreatywne, takie jak te, w które byłeś/-aś zaangażowany/-a, mogą zwalczać wykluczenie społeczne?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### 16. Promowanie Zrozumienia i Zaufania

<b>Jakie aspekty decydują o tym, że dane działanie kreatywne jest pomocne w integrowaniu ludzi z różnych środowisk?</b>	W pełni się zgadzam	Częściowo się zgadzam	Ani tak, ani nie	Częściowo się nie zgadzam	Zupełnie się nie zgadzam
Działania kreatywne są włączające (inkluzywne) same w sobie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Planowanie działania kreatywnego w taki sposób, by różne osoby czuły się włączane	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dostosowywanie programu działania kreatywnego tak, by różne osoby czuły się włączane	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Umiejętności komunikacyjne i społeczne osób prowadzących działanie kreatywne są kluczowe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Promocja działania kreatywnego w różnych środowiskach jest kluczowa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



Adekwatne miejsce/ przestrzeń dla działania kreatywnego jest kluczowa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

<b><i>Jakie czynniki uważasz za pomocne w łączeniu ludzi z różnych środowisk?</i></b> (pytanie otwarte)	Odpowiedź
--	-----------

### 4.3 Pytania do wywiadów

**ORGANIZATORZY [KSZTAŁCENIA]:** menadżerowie i kluczowy personel organizacji pozarządowych sektora kultury/ sztuki/ dziedzictwa kulturowego, z własnych organizacji partnerów i powiązanych z nimi sieci; profesjonaliści (artyści) prowadzący działania ko-kreatywne.

---

#### A Wprowadzenie

---

A1 Opisz proszę, w jakie działania kreatywne byłeś/byłaś zaangażowany/-a oraz w jakiej roli w nich uczestniczyłeś/-aś? [Jaki sektor kreatywny\*\*\*? Jakie były Twoje obowiązki/zadania? Gdzie i jak często odbywały się te wydarzenia? Kim byli inni uczestnicy?]

A2 Jak opisałaabyś/ opisałabyś ideę/pomysł na te działania kreatywne oraz cele tych działań kreatywnych, w które byłeś/-aś zaangażowany/-a? [Jaki był cel tych działań kreatywnych? Jakie były grupy docelowe tych działań, ich uczestnicy? Co zyskali uczestnicy tych działań dzięki udziałowi w nich? Jakie były rezultaty tych działań?]

---

#### B Znaczenie Społeczne Działań Kreatywnych

---

B1 Myśląc o wymienionych wyżej działaniach kreatywnych, jak opisałaabyś/ opisałabyś atmosferę, w jakiej się one odbywały? Na przykład interakcje pomiędzy uczestnikami? [Czy uczestnicy tych działań byli, generalnie, otwarci na innych ludzi, czy poszukiwali nowych kontaktów?]

B2 Co możesz powiedzieć na temat długoterminowego (wykraczającego poza okres trwania projektu) wpływu udziału w działaniach kreatywnych na ich uczestników? Czy, Twoim zdaniem, w trakcie tych działań kreatywnych uczestnicy mieli okazję spotkać osoby, których nie spotkaliby w innych okolicznościach (tj. gdyby nie udział w tych działaniach)? Czy udział w opisywanych działaniach kreatywnych zmienił (jakoś) ich sieć społeczną? [Czy mógłbyś/mogłabyś podać jakiś przykład?]

B3 Jak opisałaabyś/ opisałabyś znaczenie społeczne tych działań (ko-kreatywnych)? Czy uważasz, że są one ważne dla budowania zaufania, solidarności i zrozumienia pomiędzy ludźmi? Jeżeli tak – to dlaczego są ważne? I w jaki sposób są ważne? [Czy mógłbyś/mogłabyś podać jakiś przykład?]

---

## C Działania Ko-Kreatywne

---

C1 Czy byłeś zaangażowany/-a w jakieś (*inne jeszcze*) działania, które były celowo kierowane do różnorodnych grup uczestników i które miały na celu objęcie (bridging)/ spotkanie razem osób pochodzących z różnych środowisk, np. różnych grup wiekowych, o różnym zapleczu kulturowym czy narodowym, działania włączające ludzi zagrożonych wykluczeniem społecznym czy osoby z różnych regionów (kraju; miast/wsi)? Czy mógłbyś/mogłabyś opisać te doświadczenia?

C2 Jakie są pozytywne, a jakie są negatywne aspekty w organizowaniu i realizowaniu działań, które łączą ze sobą uczestników z różnorodnych grup społecznych (niezależnie od tego, czy te działania, o których mowa, były celowo kierowane do różnorodnych grup społecznych/ czy „tak wyszło”)? [Czy dotarcie do/pozyskanie do udziału różnorodnych społecznie grup uczestników jest trudne? Czy potrzeba w jakiś szczególny sposób/szczególnym wysiłkiem o to zabiegać? Jakie sprawy/kwestie, w sposób szczególny, należy przemyśleć organizując takie działania?]

C3 Co sprawia, że takie działania kreatywne – angażujące uczestników pochodzących z różnorodnych grup społecznych – odnoszą sukces – w znaczeniu “budowania mostów” (bridging) pomiędzy ludźmi, budowania zaufania między ludźmi?

C4 Jak opisałbyś/ opisałabyś efekty i rezultaty działań kreatywnych, które łączą ze sobą różnorodnych uczestników?

---

## D Potrzeby/ Przyszłość

---

D1 Co pomogło by Ci we wspieraniu i w realizacji działań ko-kreatywnych, takich podczas których spotykają się różnorodne grupy uczestników?

D2 Czego życzyłbyś/ życzyłabyś sobie w stosunku do działań kreatywnych w jakie jesteś zaangażowany/a? Co było by pomocne w przyszłości?

D3 Dotarliśmy/dotarłyśmy do końca wywiadu. Czy chciałbyś/chciałabyś dodać coś jeszcze? Może pominęliśmy/pominęłyśmy coś ważnego, o czym jeszcze warto wspomnieć?

***Dziękuję za Twój czas!***

**INTERESARIUSZE (WSPIERAJĄCY):** (przedstawiciele miejskich wydziałów kultury, miejskich instytucji artystycznych i kulturalnych, innych organizacji społeczeństwa obywatelskiego działających w obszarze społecznym, humanitarnym, pomocy społecznej, sportu, etc.)

---

## A Wprowadzenie

---

A1 Opisz proszę krótko swoje powiązania oraz perspektywę/punkt widzenia (perspective) Twojej instytucji na działania kreatywne odbywające się w Twoim/waszym otoczeniu? [Jakie działania się dzieją? Czy współpracujecie przy tych działaniach? Kim są uczestnicy tych działań? Czy ci uczestnicy są również Waszymi klientami?]

A2 Jak opisałbyś/opisałabyś znaczenie/istotność działań kreatywnych dziejących się w Twoim otoczeniu/okolicy? [Jakie są cele tych działań? Jakie są grupy docelowe, kim są uczestnicy tych działań? Co uczestnicy zyskują, dzięki udziałowi w nich? Jakie są rezultaty takich działań?]

---

## B Znaczenie Społeczne Działań Kreatywnych

---

B1 Jak opisałbyś/opisałabyś osobiste znaczenie (*osobiste korzyści*) takich działań kreatywnych dla ich uczestników? [Czy uważasz, że podczas takich działań uczestnicy mogą spotkać osoby, z którymi nie spotkaliby się w innych okolicznościach? Czy udział w nich zmienia jakoś ich sieci społeczne? Czy możesz podać jakieś przykłady?]

B3 Jak mógłbyś/mogłabyś opisać znaczenie społeczne takich działań kreatywnych? Czy uważasz, że są one ważne dla budowania zaufania, solidarności i zrozumienia pomiędzy ludźmi? Jeżeli tak – dlaczego i w jaki sposób? [Czy możesz podać jakiś przykład?]

---

## C Działania Ko-Kreatywne

---

C1 Czy znasz/wiesz o jakichś działaniach, które były celowo kierowane do różnorodnych grup uczestników i które miały na celu objęcie (bridging)/ spotkanie razem osób pochodzących z różnych środowisk, np. różnych grup wiekowych, o różnym zapleczu kulturowym czy narodowym, działania włączające ludzi zagrożonych wykluczeniem społecznym czy osoby z różnych regionów (kraju; miast/wsi)? Jakie są Twoje doświadczenia związane z takimi działaniami?

C2 Twoim zdaniem, jakie są pozytywne aspekty – I jakie wyzwania wiążą się z działaniami, które łączą ze sobą uczestników z różnorodnych grup społecznych (niezależnie od tego, czy te działania, o których mowa, były celowo kierowane do różnorodnych grup społecznych/ czy „tak wyszło”)?

C3 Jak opisałbyś/ opisałabyś efekty i rezultaty działań kreatywnych, które łączą ze sobą różnorodnych uczestników?

---

## D Potrzeby/Przyszłość

---

D2 Czego życzyłbyś/ życzyłabyś sobie w stosunku do działań kreatywnych dziejących się w Twoim otoczeniu/okolicy? Co byłoby pomocne w przyszłości?

D3 Dotarliśmy/dotarłyśmy do końca wywiadu. Czy chciałbyś/chciałabyś dodać coś jeszcze? Może pominęliśmy/pominęłyśmy coś ważnego, o czym jeszcze warto wspomnieć?

***Dziękuję za Twój czas!***

**UCZĄCY SIĘ (UCZESTNICY)** (członkowie lub uczestnicy z własnych organizacji partnerów i powiązanych sieci, osoby, które uczestniczyły w działaniach organizowanych przez 'organizatorów kształcenia')

---

## A Wprowadzenie

---

A1 Opisz proszę, w jakie działania kreatywne byłeś/-aś zaangażowany/-a oraz w jakiej roli w nich uczestniczyłeś/-aś? [Jaki sektor kreatywny\*\*\*? Gdzie i jak często odbywały się te wydarzenia? Kim byli inni uczestnicy?]

A2 Jakie były Twoje oczekiwania dotyczące udziału w tych działaniach kreatywnych? [Nauczenie się nowych umiejętności; poznanie innych ludzi...etc.?

A3 Jak opisałbyś/opisałabyś idee/pomysł na i cele działań kreatywnych, w jakie byłeś/-aś zaangażowany/-a? [Jaki był Twój osobisty cel, związany z udziałem w działaniach kreatywnych? Kim były grupy docelowe tych działań, ich uczestnicy? Co zyskali uczestnicy tych działań dzięki udziałowi w nich? Jakie były rezultaty tych działań?]

---

## B Znaczenie Społeczne Działań Kreatywnych

---

B1 Myśląc o wymienionych wyżej działaniach kreatywnych, jak opisałbyś/opisałabyś atmosferę, w jakiej się one odbywały? Na przykład interakcje pomiędzy uczestnikami? [Czy uczestnicy tych działań byli, generalnie, otwarci na innych ludzi, czy poszukiwali nowych kontaktów?]

B2 Co możesz powiedzieć na temat długoterminowego (wykraczającego poza sam projekt) wpływu udziału w działaniach kreatywnych na Ciebie i innych uczestników? Czy, Twoim zdaniem, w trakcie tych działań kreatywnych uczestnicy mieli okazję spotkać osoby, których nie spotkaliby w innych okolicznościach (tj. gdyby nie udział w tych działaniach)? Czy udział w opisywanych działaniach kreatywnych zmienił (jakoś) ich sieć społeczną? [Czy mógłbyś/mogłabyś podać jakies przykłady?]

B3 Jak opisałbyś/opisałabyś znaczenie społeczne tych działań (ko-kreatywnych)? Czy uważasz, że są ważne dla budowania zaufania, solidarności i zrozumienia pomiędzy ludźmi? Jeżeli tak – to dlaczego i w jaki sposób? [Czy mógłbyś/mogłabyś podać jakies przykłady?]

---

## C Działania Ko-kreatywne

---

C1 Czy byłeś/-aś zaangażowany/-a w jakieś działania, które były celowo kierowane do różnorodnych grup uczestników i które miały na celu objęcie (bridging)/spotkanie razem osób pochodzących z różnych środowisk, np. różnych grup wiekowych, o różnym zapleczu kulturowym czy narodowym, działania włączające ludzi zagrożonych wykluczeniem społecznym czy osoby z różnych regionów (kraju; miast/wsi)? Czy mógłbyś/mogłabyś opisać te doświadczenia?

C2 Jakie są pozytywne, a jakie są negatywne aspekty uczestniczenia w takich działaniach, które łączą ze sobą uczestników z różnorodnych grup społecznych (niezależnie od tego, czy te działania, o których mowa, były celowo kierowane do różnorodnych grup społecznych/ czy „tak wyszło”)? Czy, na przykład, porozumiewanie się/komunikacja jest podczas takich działań trudniejsza?

C3 Co zyskałeś/zyskałaś dzięki udziałowi w działaniach kreatywnych, łączących ze sobą różnorodnych ludzi (z różnorodnych grup społecznych)?

---

## D Potrzeby/Przyszłość

---

D2 Czego życzyłbyś/ życzyłabyś sobie w stosunku do działań kreatywnych w których bierzesz udział? Co byłoby pomocne w przyszłości?

D3 Dotarliśmy/dotarłyśmy do końca wywiadu. Czy chciałbyś/chciałabyś dodać coś jeszcze? Może pominęliśmy/pominęłyśmy coś ważnego, o czym jeszcze warto wspomnieć?

***Dziękuję za Twój czas!***