



„Wychowanie w Rodzinie” t. XXIX (4/2022)

nadesłany: 11.12.2022 r. – przyjęty: 30.12.2022 r.

Sylvia SŁOWIŃSKA*

Uczestnictwo w kulturze rodzin jako element współczesnych przeobrażeń instytucji kultury

Participation of families in culture as an element in the contemporary transformation of cultural institutions

Abstrakt

Wprowadzenie. Aktualnie instytucje podlegają zmianom, których podłożem są m.in. dokonujące się przeobrażenia społeczne, polityczne, technologiczne i kulturowe, wywołujące nowe zjawiska w obszarze uczestnictwa w kulturze. Jednym z istotnych przejawów zmian w instytucjach kultury jest otwieranie się na nowe kategorie uczestników, w tym na rodziny z dziećmi.

Cel. Celem artykułu jest ukazanie uczestnictwa kultury rodzin jako elementu dokonujących się aktualnie przeobrażeń instytucji kultury w Polsce.

Materiały i metody. W analizie przeprowadzonej na potrzeby artykułu dokonano przeglądu piśmiennictwa, w tym głównie źródeł prezentujących wyniki badań nad uczestnictwem w kulturze/praktykami kulturalnymi Polaków, działalnością instytucji kultury i uczestnictwem w kulturze rodzin.

Wyniki. Analizy pozwoliły stwierdzić, że rodziny są obecne w instytucjach kultury, a preferowane rodzinne formy uczestnictwa to te o charakterze zabawy, rozrywki, dostarczające doznań i atrakcyjne z punktu widzenia dzieci. Do uwarunkowań tworzenia oferty uczestnictwa w kulturze dla rodzin należą m.in.: zmiany modelu instytucji kultury, inspiracje ze strony muzeów, polityka rodzinna wdrażana w Polsce, polityka

* e-mail: s.slowinska@ips.uz.zgora.pl

Instytut Pedagogiki, Uniwersytet Zielonogórski, al. Wojska Polskiego 69, 65-762 Zielona Góra, Polska

Institute of Pedagogy, University of Zielona Gora, Wojska Polskiego 69, 65-762 Zielona Gora, Poland

ORCID: 0000-0002-0185-4062

dostępności. Z analiz wynika, że w instytucjach kultury tworzone są cztery rodzaje oferty kulturalnej dla rodzin: oferta uczestnictwa rodziny w kulturze; oferta uczestnictwa dzieci w kulturze jako oferta dla rodzin; oferta uczestnictwa dzieci w kulturze z udogodnieniami dla rodzin; oferta uczestnictwa w kulturze wszystkich z udogodnieniami dla rodzin.

Wnioski. Do głównych wyzwań przed jakimi stoją instytucje tworzące ofertę uczestnictwa rodziny w kulturze należy rozwijanie oferty międzypokoleniowej, angażującej wszystkich członków rodziny.

Słowa kluczowe: uczestnictwo rodzin w kulturze, instytucje kultury, oferta instytucji kultury, przeobrażenia instytucji kultury.

Abstract

Introduction. Cultural institutions are currently undergoing changes, the background to which is, amongst other things, the social, political, technological and cultural transformations taking place, causing new phenomena in the area of participation in culture. One important manifestation of change in cultural institutions is the opening up to new categories of participants, including families with children.

Aim. The aim of this article is to show the participation of family culture as an element of the ongoing transformation of cultural institutions in Poland.

Material and methods. The analysis carried out for this article included a review of the literature, mainly sources presenting the results of research on cultural participation/cultural practices of Poles, the activities of cultural institutions and the cultural participation of families.

Conclusion. Among the main challenges faced by institutions creating an offer for family participation in culture is the development of an intergenerational offer involving all family members.

Keywords: family participation in culture, cultural institutions, offer of cultural institutions, transformation of cultural institutions.

Wprowadzenie

Powstanie i rozwój instytucji kultury¹ wiąże się z procesami modernizacji. Zakorzeniony w tym kontekście oświeceniowy model instytucji został podważony na przełomie lat 60. i 70. XX wieku na fali ruchów kontrkulturowych i demokratyzacji (Krajewski, 2020). Od tego czasu wspomniane instytucje wciąż podlegają zmianom, których podłożem są m.in. dokonujące się przeobrażenia społeczne, polityczne, technologiczne i kulturowe, wywołujące nowe zjawiska w obszarze uczestnictwa w kul-

¹ Instytucje kultury rozumiane są tutaj szerzej niż w ujęciu ustawowym jako „sformalizowany system obiektów, urządzeń i organizacji, których funkcjonowanie służy tworzeniu, przechowywaniu, powielaniu i społecznemu upowszechnianiu dóbr kultury” (Burszta i in., 2009, s. 42), obok publicznych podmiotów, których celem statutowych jest prowadzenie działalności kulturalnej („tradycyjnych” instytucji kultury) zaliczane są tu także organizacje pozarządowe oraz prywatne firmy działające w polu kultury.

turze². Jednym z istotnych przejawów zmian w instytucjach kultury jest otwieranie się na nowe kategorie uczestników, w tym na rodziny z dziećmi.

Celem artykułu jest ukazanie instytucjonalnej oferty uczestnictwa rodzin w kulturze jako jednego z fenomenów charakteryzujących dokonujące się aktualnie przeobrażenia instytucji kultury w Polsce. Przegląd literatury przedmiotu – głównie pozycji prezentujących wyniki badań we wskazanym obszarze – posłużył do scharakteryzowania najważniejszych zjawisk obserwowanych w obrębie uczestnictwa w kulturze i w instytucjach zajmujących się działalnością kulturalną, zrekonstruowaniu zjawisk cechujących uczestnictwo rodzin w kulturze, uwarunkowań tworzenia tego rodzaju oferty przez instytucje oraz jej rodzajów.

Współczesne przeobrażenia uczestnictwa w kulturze i instytucji kultury

Prowadzone w ostatnich latach badania wskazują na wiele znaczących zmian w obszarze uczestnictwa w kulturze, m.in. na rozpad kanonów kulturowych, wyznaczających jakie elementy kulturowe jednostka jako uczestnik kultury powinna znać, dezaktualizację podziału kultury na wysoką i niską, dominację kultury popularnej (jako kultury głównego nurtu), komercjalizację, *eventyzację* i festiwalizację uczestnictwa w kulturze, nadprodukcję treści kulturowych, pojawienie się wszytkożerności kulturowej, pogłębianie się różnic i wykluczeń z uczestnictwa w kulturze określonych kategorii społecznych, dominację modelu aktywności zapośredniczonej przez media i wyłanianie się związanych z mediami nowych form tej aktywności (zob. Burszta i in., 2010; Danielewicz, Filiciak, Tarkowski, b.d.; Drozdowski, Fatyga, Filiciak, Krajewski, Szlendak, 2014; Czerwińska, 2016; Filiciak, 2011; Siuda, 2012; Szlendak, 2010; Bendyk, Filiciak, Hofmokl, Kulisiewicz, Tarkowski, 2007; Szlendak, Olechnicki, 2017; Krajewski, 2011). Przeobrażenia uczestnictwa w kulturze dotyczą bezpośrednio instytucji kultury, wpływają na sposób ich działania, a także są przez te instytucje (współ)kreowane. Zapoczątkowane w latach 60. i 70. minionego wieku odchodzenie od tradycyjnego modelu instytucji dokonuje się aktualnie na wielu płaszczyznach i odnosi się – w mniejszym lub większym stopniu – do wszystkich typów placówek, jednak najbardziej wyrazisty kształt przybiera w tzw. instytucjach jedno-

² Uczestnictwo w kulturze pojmowane jest tu jako „wszelki kontakt z wytworami kultury oraz zachowaniami kulturowymi, a tym samym bezpośredni lub pośredni kontakt z innymi ludźmi. Kontakt ten polega na używaniu wytworów kultury, na przyswajaniu, przetwarzaniu i odtwarzaniu tkwiących w nich wartości, na podleganiu obowiązującym w kulturze wzorom, ale także na tworzeniu (i współtworzeniu – przyp. autorki) nowych (oraz przetwarzaniu istniejących – przyp. autorki) jej wytworów i wartości oraz zachowań” (Golka, 2008, s. 122).

dziedzinowych, czyli takich, których działania zorganizowane są wokół jednej wiodącej dziedziny kultury lub dyscypliny sztuki, należą tu m. in. muzea, galerie, teatry, filharmonie. Tego typu podmioty przekształcają się dziś w instytucje wielodziedzinowe i wielofunkcyjne, działające na wzór domów i centrów kultury, poszerzają ofertę o działania z zakresu innych dyscyplin/dziedzin niż ta wiodąca dla nich, na przykład o przedsięwzięcia edukacyjne, animacyjne (grupy i zespoły twórcze, warsztaty, projekty, gry, wydarzenia, akcje) kierowane do rozmaitych kategorii społecznych. W ten sposób poszerza się nie tylko zakres merytoryczny oferty, ale także instytucja otwiera się na nowych uczestników, których wcześniej tradycyjne placówki – zwłaszcza artystyczne – nie brały pod uwagę, czyli na małe dzieci, osoby z niepełnosprawnościami, uchodźców, seniorów, rodziny i rodziny wielodzietne. Rewizji ulega też dzisiaj definiowanie roli uczestnika działań w instytucji kultury, co implikuje zmianę relacji pomiędzy uczestnikami a instytucją. Obserwujemy znoszenie klasycznego podziału na twórców i odbiorców kultury, wprowadzanie w coraz większym zakresie partycypacyjnego modelu współpracy z uczestnikami, czyli lokowanie ich w centrum wydarzeń, oddawanie im głosu poprzez aktywne włączanie w działania i decyzje instytucji. Otwieranie instytucji na nowe kategorie uczestników i redefiniowanie ich ról dokonuje się również w klasycznych wielodziedzinowych i wielofunkcyjnych instytucjach kultury. Wskazuje się, że współczesne instytucje kultury przekształcają się w instytucje uczestnictwa. Duże znaczenie dla tych zmian ma upowszechnienie się myślenia o działalności kulturalnej w kategoriach animacji kultury (zob. Kopczyńska, 1993; Kubinowski, Lewartowicz, 2018), która swoje korzenie ma w także ruchach kontrkulturowych i buncie wobec tradycyjnych, elitarnych instytucji kultury zarezerwowanych dla warstw społecznych o wysokim kapitale kulturowym. Na przekształcanie sposobu działania instytucji kultury i kreowanie dialogowych relacji z uczestnikiem ma również koncepcja zarządzania instytucją *audiance development* (koncepcja rozwoju publiczności) (Lis, 2019, s. 78).

Niezwykle istotnym czynnikiem zmian w obszarze instytucji kultury jest rozwój nowych technologii. Z jednej strony procesy te prowadzą do odinstytucjonalizowania uczestnictwa w kulturze, co oznacza, że w wyniku nieograniczonego wręcz dostępu do treści w internecie ludzie oddalają się od instytucji kultury, ich rola i znaczenie jako podmiotu organizującego aktywność kulturalną i wspierającego jednostkę w tym zakresie słabnie, ludzie się od nich uniezależniają i w efekcie stopniowo – z punktu widzenia jednostek – stają się one zbędne. Z drugiej jednak strony badacze zauważają także odwrotny trend: w polskich miastach postępuje wzrost liczby instytucji kultury (Nowiński, 2010). Niewątpliwie proces ten istotnie zaburzyła pandemia, zwłaszcza w obszarze prywatnych podmiotów działających w przedmiotowej sferze. Jednak pandemia miała również pozytywny wpływ na funkcjonowanie instytucji kultury. Przyspieszyła procesy cyfryzacji instytucji i uświadomiła nieodzowność coraz szer-

szego, twórczego i różnego wykorzystania nowych mediów (zob. Rojek, 2016).

Urozmaicenie, unowocześnianie, uatrakcyjnianie oferty pod względem formy i treści, kierowanie jej do różnych kategorii uczestników – to także sposób instytucji kultury na radzenie sobie w trudnych i niestabilnych czasach oraz odpowiedź na rozmaite oczekiwania społeczne. Instytucjonalne pole kultury mocno się różnicuje, pojawiają się tu także „nowi gracze”, czyli organizacje pozarządowe oraz prywatne firmy, konkurujące z placówkami z sektora finansów publicznych o uczestnika, fachowego pracownika-specjalistę oraz środki z programów dotacyjnych. Dostrzeganie przez instytucje specyfiki rodzin oraz ich uczestnictwa w kulturze staje się w tym kontekście ważnym aspektem nowoczesnego, konkurencyjnego i wrażliwego na potrzeby społeczne i działania indywidualne.

Uczestnictwo w kulturze rodzin w przestrzeni instytucjonalnej

Instytucjonalna działalność kulturalna często stanowi obiekt zainteresowania badaczy społecznych, a publikowane w ostatnich latach raporty dostarczają sporo wiedzy na temat funkcjonowania instytucji kultury, ich przeobrażeń i radzenia sobie we wciąż zmieniającej się rzeczywistości, jednak kwestia oferty dla specyficznych kategorii uczestników – w tym dla rodzin z dziećmi – jest raczej słabo rozpoznana. Brakuje badań, których przedmiotem byłoby właśnie uczestnictwo w kulturze rodzin, nie ma szerzej zakrojonych, ogólnopolskich badań ilościowych, tworzących całościowy obraz zjawisk i tendencji w omawianym obszarze, ani też pogłębionych studiów jakościowych, dających wgląd w przedstawiane zjawisko. Pewnych informacji na ten temat dostarczają tzw. segmentacyjne badania publiczności, czyli badania realizowane na potrzeby marketingowe. Celem tych obserwacji jest zidentyfikowanie określonych kategorii klientów instytucji kultury (Kantar Millward Brown, 2016; Smartscope, 2016) oraz badania dotyczące zarządzania publicznością w instytucjach kultury i charakteru realizowanej w nich polityki prorodzinnej (Kopeć, 2020). Socjologiczne i interdyscyplinarne badania praktyk kulturalnych/aktywności kulturalnej³ Polaków stanowią źródło jedynie szczątkowej wiedzy na ten temat (Burszta i in., 2010; Drozdowski, Fatyga, Filiciak, Krajewski, Szlendak, 2014).

Ważnych informacji o rodzinnej aktywności kulturalnej dostarczają studia realizowane wśród rodziców/opiekunów, koncentrujące się na kwestii ich wyborów kulturalnych (Żakowska, Kępińska, Kuśmierska, Nowak, 2017) oraz kompetencji kulturowych (Kocikowski, Ochał, 2017). Zrekonstruowany na podstawie tych wyników obraz uczestnictwa w kulturze rodzin jest niepełny, lecz dostarcza ogólnego

³ Aktywność kulturalna rozumiana jest tu jako uświadomiona część uczestnictwa w kulturze.

wyobrażenia na temat występujących w tym obszarze zjawisk, a także impulsu do formułowania nowych, bardziej szczegółowych pytań.

Kluczowy wniosek, do jakiego prowadzi przegląd piśmiennictwa, jest taki, że rodziny są obecne w instytucjach kultury i prawdopodobnie ta obecność będzie się w kolejnych latach wzmacniać. Badania realizowane na zlecenie fundacji „Rodzic w mieście”, którymi objęto 1000 rodziców dzieci w wieku 0-6 lat pokazują, że większość badanych zabiera dzieci do instytucji kultury (86%), a niemal 1/3 (29%) czyni to raz w miesiącu i częściej (Hilger, 2020, s. 3). Ten wynik wydaje się optymistyczny, trudno jednak przyjąć go bez pewnej dozy ostrożności, z uwagi na to, iż w raporcie nie scharakteryzowano wystarczająco próby badawczej, ani nie podano sposobu jej doboru, z pewnością jednak nie była to próba reprezentacyjna.

Nieco mniej optymistycznie przedstawiają się wyniki badań publiczności. Według badań prowadzonych wśród odbiorców oferty warszawskich instytucji kultury, z dziećmi (lub wnukami) do 15 roku życia przychodzi tam 15% badanych, zaś ze starszymi – 3% (Millward Brown, 2016, s. 212). Z kolei wyniki ogólnopolskie badania segmentacyjnego pokazują, że 13% osób korzystających z instytucjonalnej oferty kulturalnej bierze w niej udział wspólnie z osobą towarzyszącą, dla większości (80%) są to dzieci (Smartscope, 2016, s. 85). Natomiast 89% badanych rodziców dzieci w wieku poniżej 18 roku życia przynajmniej raz w roku korzystało z dzieckiem z instytucjonalnej oferty uczestnictwa w kulturze (Smartscope, 2016, s. 92).

Rodziny z dziećmi w instytucjach kultury są obecne, choć na tym etapie stanowią one mniejszość wśród wszystkich uczestników działań instytucji. Kształtuje się to oczywiście rozmaicie w zależności od typu instytucjach kultury oraz rodzaju oferty. Badania ilościowe pokazują, że najczęściej wybierane instytucje i oferty to te, które dostarczają doznań, rozrywki i zabawy. W Warszawie rodziny najchętniej odwiedzają Centrum Nauki Kopernik oraz Zoo (Millward Brown, 2016.). Orientację na ofertę służącą rozrywce i zabawie potwierdzają badania ogólnopolskie: formy najczęściej wybierane przez osoby posiadające dzieci w wieku poniżej 18 roku życia to festyny i imprezy folklorystyczne (54%), pikniki i imprezy plenerowe (47%). Rodziny chętnie decydują się także na wizyty w kinie, udział w festiwalach filmowych (41%) oraz wyjścia do ogrodu botanicznego/zoologicznego – 41%. Sporą popularnością cieszą się parki rozrywki i parki tematyczne (31%). Z oferty domów kultury rodzinie korzysta 21% badanych, nieco mniejszy odsetek zabiera dzieci do muzeum – 18%. Wydarzenia z zakresu kultury artystycznej są wybierane przez rodziny zdecydowanie rzadziej: na rodzinne wizyty w teatrze/oglądanie spektaklu wskazuje 7% badanych, na odwiedzin w galerii sztuki/zwiedzanie wystaw – 6%; na przedstawienia operowe z dziećmi chodzi 2% uczestniczących w badaniu rodziców, zaś na balet czy teatr tańca tylko 1%. W obszarze kultury artystycznej najpopularniejsze są koncerty i festiwale muzyczne 33% (Smartscope, 2016, s. 92). W muzeum razem z dziećmi było w ciągu

ostatniego roku niespełna 20 % osób. To średni wynik w porównaniu do dużej popularności muzeów jako przestrzeni uczestnictwa w kulturze rodzin na świecie. Jak podaje Renata Pernak (2018, s. 36) – według badań anglosaskich – zwiedzający rodzinie stanowią około połowy całkowitej frekwencji wszystkich muzeów, a aktywność ta jeszcze znacząco wzrasta w weekendy, wakacje i ferie (nawet 75% wszystkich zwiedzających). „Odbiorcy rodzinni obok klas szkolnych wymieniani są jako grupa wykazująca największą aktywność w korzystaniu z oferty instytucji kultury” (Pernak, 2018, s. 37). Muzea to instytucje, które przeobrażają się najmocniej w Polsce, stając się nowoczesnymi miejscami doświadczania, eksperymentowania i uczenia się, zatem ich potencjał włączania rodzin do aktywności staje się coraz większy i można oczekiwać, że zainteresowanie ofertą tego rodzaju będzie rosło.

Ustalenia odnośnie do preferencji rodzin, które zorientowane są raczej na rozrywkę i doznania, potwierdzają badania praktyk kulturalnych Polaków. Zgodnie z nimi do najczęstszych form uczestnictwa w kulturze należą festyny (Drozdowski, Fatyga, Filiciak, Krajewski, Szlendak, 2014). Tomasz Szlendak – opisując wyniki interdyscyplinarnych jakościowych badań aktywności kulturalnej w polskich miastach – zauważa, że do najpopularniejszych rodzinnych praktyk kulturalnych należy przebywanie w galeriach handlowych, które „dostarczają wszystkiego czego potrzeba dzieciom i rodzicom” (2010, s. 127), a także w przestrzeniach wielozmysłowych, gdzie w jednym miejscu i jednym czasie są skumulowane różne rozrywki. Co więcej, instytucje kultury i imprezy kulturalne w zakresie funkcji i sposobów działania upodobniają się do galerii handlowych, stając się przestrzeniami wielozmysłowymi (Szlendak, 2010, s. 127).

Źródło interesujących i ważnych rozpoznań w opisywanym obszarze stanowią badania zorientowane na poznanie preferencji kulturalnych rodziców/opiekunów odnośnie do oferty kulturalnej dla dzieci oraz kompetencji kulturowych. Studia te realizowane z perspektywy teorii reprodukcji społecznej Pierre’a Bourdieu akcentują, że sposoby uczestnictwa w kulturze zależą od posiadanych kapitałów kulturowych oraz pozycji w strukturze społecznej. To właśnie przede wszystkim rodzina przekazuje dzieciom kapitał kulturowy (w tym kompetencje kulturowe), jest ona zatem pochodną wyborów dokonywanych przez rodziców. Wyniki tych badań pokazują, że rodzice nie radzą sobie z wyborem oferty wartościowej artystycznie. Są w tym zakresie niedoinformowani i brak im świadomości, jakie korzyści wiążą się z uczestnictwem w kulturze (poza nauczeniem dziecka odpowiedniego – zgodnego z normami grzeczności – zachowania w instytucjach). Wybierając ofertę rodzice chcą, aby wspierała rozwój dziecka oraz miała wartość wychowawczą i edukacyjną, powinna być także użyteczna w tym sensie, że przyczynia się do dobrego wykształcenia dzieci. Jednocześnie opiekunowie wymagają, aby oferta zapewniała tylko pozytywne emocje i była atrakcyjna, angażująca i „nienudna” (Żakowska, Kępińska, Kuśmierska, Nowak, 2017,

s. 7). Badani deklarują, że chodzenie do instytucji kultury z dziećmi jest ważne, jednak nie potrafią tego uzasadnić (Żakowska, Kępińska, Kuśmierska, Nowak, 2017, s. 8).

Wydaje się, że stosunek opiekunów do uczestnictwa w kulturze dzieci/rodziny jest niejasny, a nawet naznaczony sprzecznościami. Uczestnictwo w kulturze stanowi jedną z form spędzania czasu w rodzinie. Nie jest postrzegane jednak jako szczególnie istotny element praktyk rodzinnych w czasie wolnym. Rodzice wśród form spędzania czasu z dziećmi poza codziennym rozkładem dnia wymieniają:

- aktywności na świeżym powietrzu,
- wyjazdy do lasu,
- wyjazdy poza miasto, do zoo, na basen, na mecz piłki nożnej,
- wyjścia do kina, najczęściej multipleksu (Żakowska, Kępińska, Kuśmierska, Nowak, 2017, s. 26).

Podobne rozpoznania przynoszą realizowane w Przasnyszu badania kompetencji kulturowych rodziców. Korzystanie z oferty instytucji kultury jako forma spędzania wolnego czasu wybierane jest rzadziej niż aktywności na świeżym powietrzu czy udział w imprezach plenerowych. Ujawniane w wywiadach preferencje dotyczą wydarzeń „atrakcyjnych”, integrujących całą rodzinę, w których mogą uczestniczyć równocześnie dzieci i rodzice (Kocikowski, Ochał, 2016, s. 31). W opinii badanych najbardziej atrakcyjnymi formami rodzinnych praktyk kulturalnych są wyjazdy na basen i do kina (Kocikowski, Ochał, 2016, s. 44). Badania pokazują, że na poziomie deklaracji rodzice cenią uczestnictwo w kulturze/edukację kulturalną dzieci ze względu na walory socjalizacyjne i jako wartościową formę spędzania czasu wolnego, ale jednocześnie brak im świadomości znaczenia edukacji kulturalnej, nie widzą związku między nią a przyszłym sukcesem zawodowym dzieci, na którym najbardziej im zależy. W ich mniemaniu środkiem do tego celu jest edukacja szkolna i możliwie wysokie wykształcenie (Kocikowski, Ochał, 2016, ss. 47–52). Dość jednostronne preferencje rodziców co do oferty rodzinnego uczestnictwa w kulturze pokazują też odpowiedzi na pytanie o to, czego w ich otoczeniu brakuje w ofercie kulturalnej dla rodzin. Okazuje się, że życzyliby sobie więcej „atrakcji”, rozrywki, zabawy, rekreacji: wskazują na brak festynów, nowoczesnego kina, miejsc rozrywki, placów zabaw, basenu i lodowiska (Kocikowski, Ochał, 2016, s. 31).

Raczej wąskie i jednorodne preferencje oraz wybory uwidaczniają brak głębszej świadomości rodziców w kwestii znaczenia uczestnictwa w kulturze dla rozwoju dzieci (i własnego), różnorodności funkcji społecznych i indywidualnych, które może ono realizować, a także ukazują swego rodzaju abdykację w odniesieniu do kształtowania uczestnictwa w kulturze rodziny. Rodzice – decydując się na określoną ofertę instytucji kultury – kierują się jej atrakcyjnością z punktu widzenia dziecka. Przede wszystkim powinna być ona zgodna z jego zainteresowaniami i upodobaniami. „Dziecko

musi być z wyboru rodziców zadowolone” (Żakowska, Kępińska, Kuśmierska, Nowak, 2017, s. 7). Uczestnictwo w kulturze rodziny podporządkowane jest więc przez rodziców dziecku, jego potrzebom i upodobaniom. Formułowane przez nich oczekiwania dotyczą głównie form adresowanych do dzieci, w mniejszym stopniu ujawniają się oczekiwania dotyczące tego, że instytucje kultury przygotowują ofertę atrakcyjną dla całej rodziny, włączającą wszystkich jej członków w różnym wieku. Uczestniczenie rodziców polega na towarzyszeniu dzieciom. To zapewne stanowi istotne wyzwanie dla instytucji kultury, które w swojej ofercie dla rodzin także rodziców redukują do towarzyszy dzieci.

Konteksty zwrotu instytucji kultury ku rodzinom

Przegląd badań pod kątem różnorodnych aspektów instytucjonalnego uczestnictwa rodziny w kulturze pozwala również zrekonstruować uwarunkowania tworzenia przez instytucje tego rodzaju oferty. Otwieranie się instytucji kultury na rodziny z dziećmi w różnym wieku jest różnako uwarunkowane. Do najważniejszych czynników należą przede wszystkim zmiany modelu instytucji kultury, o których była mowa powyżej. Warto dodatkowo zauważyć, że instytucjami, które wytyczały sposoby działania w tym obszarze i wypracowywały nowoczesne rozwiązania są muzea. W latach 80. XX wieku rozpoczął się tzw. boom muzealny, intensywny rozwój muzealnictwa, któremu towarzyszyła intensyfikacja działań edukacyjnych i partycypacyjnych w tych instytucjach oraz otwieranie się na nowe grupy docelowe i zróżnicowaną publiczność. Do Polski boom ten dotarł z dwudziestoletnim opóźnieniem (Pater, 2014). Kierowanie przez muzea oferty do rodzin z dziećmi to poniekąd kolejny krok, który te instytucje uczyniły po szerokim włączeniu w obszar swoich działań dzieci. Według Renaty Pater:

Współczesna edukacja muzealna dzieci polega na przyjaznym, relacyjnym uczeniu się w zorganizowanej i zaaranżowanej przestrzeni. Centrum stanowi człowiek i jego aktywność własna, metody poglądowe przeplatają się z możliwością dotykania obiektów, sprawdzania ich funkcji. Stosowane są edukacyjne metody prowadzące do odkrywania, odczytywania znaczeń i sensów. Współczesne muzea są również przestrzeniami otwartymi dla wielopokoleniowych i zróżnicowanych grup uczących się. Rozwijają rodzaj krytycznej świadomości, umożliwiają udział w zbiorowych działaniach. Wpływając pośrednio na zmiany osobiste, stają się przestrzeniami socjalizacji dla najmłodszych (2014, s. 75).

Nowoczesną działalność muzeów w kontekście uczestnictwa w kulturze rodzin przedstawia również Jolanta Skutnik:

Odwiedzanie muzeum przez rodziny sytuuje się stosunkowo wysoko w hierarchii dobrowolnych wyborów form uczestnictwa kulturalnego, sprzyjających rozwojowi wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych łączonych z zabawą, cieszących się dużym zaufaniem do upowszechnianych treści i wysokim współczynnikiem zaufania do instytucji. Nie jest to przypadek. Muzea pracowały na swoją markę przez wiele lat, organizując działania edukacyjne, których celem było wychowanie do muzeum, w muzeum i przez muzeum. Rodzinne wizyty w muzeum są efektem tych działań. Dziś muzeum pojawiają się rodziny, w których rodzice/opiekunowie są wychowankami ery boomu muzealnego odnotowanego w Europie i na świecie w latach 80. XX wieku (2018, s. 43).

Można zatem pokusić się o przypuszczenie, że muzea wyznaczają sposoby działania w omawianym obszarze i mogą odgrywać ważną rolę w motywowaniu konkurujących z nimi instytucji kultury do rozwijania atrakcyjnej i nowoczesnej oferty aktywności dla rodzin.

Tworzenie oferty dla rodzin – głównie dla dzieci – w instytucjach kultury tradycyjnie jest traktowane jako strategia wychowywania sobie publiczności. To podejście stanowi także ważny kontekst zwrotu ku rodzinie z małymi dziećmi. Pokazują to m.in. badania jakościowe nad edukacją kulturalną w instytucjach kultury (Słowińska, 2008). Przez pracowników instytucji kultury taki sposób działania pojmowany jest jako edukacja kulturalna polegająca na wprowadzaniu dziecka w kulturę od najwcześniejszych lat, przy współpracy z rodzicami, z założeniem przyzwyczajania go do odwiedzania właśnie tej konkretnej placówki (Słowińska, 2008, s. 141). Na obecność tego typu myślenia o ofercie uczestnictwa w kulturze/edukacji kulturalnej dla rodzin wskazują też badania nad realizacją polityki prorodzinnej w małopolskich instytucjach kultury. Jak pisze ich autorka – Katarzyna Kopeć – w odniesieniu do udziału w programie „Karta Dużej Rodziny”, przystąpienie do niego „wynikało często z przesłanek strategicznych – udział był rozumiany jako konieczna inwestycja w przyszłe pokolenia młodych odbiorców poprzez kształtowanie pozytywnych nawyków uczestnictwa w kulturze” (2020, s. 36). Badania K. Kopeć ujawniają również kolejny kontekst tworzenia oferty dla rodzin, mianowicie wdrażaną w Polsce od 2015 roku politykę społeczną, w której priorytetową rolę przypisano polityce rodzinnej. Wśród świadczeń na rzecz rodzin, mających wspierać jej funkcje prokreacyjne i opiekuńcze, znalazły się m.in. preferencje dla rodzin wielodzietnych, w tym system zniżek „Karta Dużej Rodziny”. Oprócz tego programy zniżek dla rodzin/rodzin wielodzietnych w postaci kart wprowadzone zostały także z inicjatywy licznych samorządów⁴. K. Kopeć podaje, że pierwsza karta samorządowa została uchwalona w 2005 roku we

⁴ np. w Zielonej Górze wprowadzono w 2016 roku program i kartę „Zgrana Rodzina” skierowany do wszystkich zielonogórskich rodzin.

Wrocławiu („Dwa plus trzy i jeszcze więcej”) (2020, s. 17). Przystąpienie instytucji do wymienionych programów oznacza, iż dana instytucja zobowiązuje się do udzielenia zniżki na zakup biletu dla rodzin. Uczestnictwo w programie wiąże się też z przystosowaniem infrastruktury do potrzeb rodzin z małymi dziećmi, a pośrednio również z tworzeniem oferty dla dzieci/rodzin (Kopeć, 2020, s. 31).

Impulsu skłaniającego instytucje kultury do otwierania się na rodziny z dziećmi dostarcza również polityka dostępności.

Dostępność to właściwość lub cecha rzeczywistości, w której żyjemy – przestrzeni, usług, produktów – która sprawia, że mogą z niej korzystać wszyscy na równi. Na tak rozumianą dostępność składają się kompleksowe działania, wynikające z namysłu nad potrzebami i oczekiwaniami oraz uwarunkowaniami funkcjonowania różnych grup odbiorców. [...] Dostępność to wieloetapowe działania danego podmiotu, poprzedzone diagnozą potrzeb i uwarunkowań odbiorców, przygotowujące do tworzenia oferty przyjaznej osobom z każdej grupy społecznej, niezależnie od wieku, wykształcenia, płci, stanu zdrowia, tradycji kulturowej, sytuacji ekonomicznej etc. Działania te zawsze prowadzić powinny do poszerzania grup odbiorców i zapewnienia wszystkim maksymalnego bezpieczeństwa i wygody podczas korzystania z oferty. (Ochał, Woźniak, 2021, s. 10).

Dostępność dotyczy wszystkich, ale pewne kategorie społeczne są tu szczególnie brane pod uwagę, między innymi rodziny z dziećmi/rodziny wielodzietne. Uwzględnianie w ofercie programowej potrzeb rodzin z dziećmi nie zawsze jest konsekwencją wewnętrznych procesów unowocześniania instytucji i kompleksowej zmiany sposobu jej działania, w przypadku części podmiotów dostępność oferty kulturalnej wymuszona została *Ustawą z dnia 19 lipca 2019 r. o zapewnianiu dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami*. Wymagana od instytucji publicznych dostępność odnoszona jest do dostępności architektonicznej, cyfrowej oraz informacyjno-komunikacyjnej. Badania wskazują na zawężanie tematu w praktyce, dostępność sprowadzana jest do kwestii infrastrukturalnych, ewentualnie cyfrowych. „O ile wszyscy prawie myślą o infrastrukturze, o tyle już nieliczni zastanawiają się nad tym, jak projektować ofertę, aby była dostępna, i jak informować o niej mieszkańców” (Ochał, Woźniak, 2021, s. 30). Autorzy stwierdzają, że w instytucjach kultury istnieje gotowość do szerokiego wdrożenia dostępności, jednak często brakuje tam instrumentów i wiedzy, umożliwiających tworzenie bardziej inkluzywnych ofert.

Zdaniem badaczy ustawodawca wymusił dostosowywanie instytucji publicznych do regulacji dotyczących dostępności, wciąż jednak główne wyzwanie stanowi poznanie potrzeb odbiorców i dopasowanie do nich działań (Pluszyńska, Kopeć, Laberschek, 2020). Niewątpliwie bardzo mocno dotyczy to oferty instytucji kultury dla rodzin/rodzin z dziećmi. Jej stworzenie stanowi bowiem duże wyzwanie koncepcyjne

i organizacyjne (ze względu na to, iż chodzi o ofertę dla osób w różnym wieku). Fakt ten nie zawsze jest w pełni uświadomiony w instytucjach kultury, a kreowanie oferty rodzinnej sprowadza się do tworzenia zajęć i wydarzeń dla dzieci, którym towarzyszą rodzice. Wydaje się również, że instrumenty wsparcia rodziny w postaci udogodnień finansowych i organizacyjnych, ułatwiających korzystanie z oferty instytucji kultury, a także regulacje dotyczące polityki dostępności, która sprowadzana bywa do udogodnień infrastrukturalnych dla małych dzieci/rodziców z małymi dziećmi (toalety i umywalki dla dzieci, przewijaki, kąpiki relaksu dla rodzin, kąpiki do zabaw małych dzieci itd.) sprawia, że tego typu ważne i potrzebne zabiegi podejmowane w instytucji w mniemaniu realizatorów czynią z oferty dla wszystkich lub oferty dla dzieci ofertę dla rodzin. Do tej kategorii zaliczane wszak są bardzo różne przedsięwzięcia. Z drugiej strony przytaczane powyżej wyniki badań wśród rodziców dzieci pokazują, że oni sami często podobnie traktują oferty uczestnictwa rodziny w kulturze: jako oferty dla dzieci, którym towarzyszą rodzice/opiekunowie.

Rodzaje oferty uczestnictwa w kulturze dla rodzin

W obrębie oferty uczestnictwa w kulturze adresowanej do rodzin można wyróżnić co najmniej cztery podejścia – sposoby jej pojmowania:

- oferta uczestnictwa rodziny w kulturze,
- oferta uczestnictwa dzieci w kulturze jako oferta dla rodzin,
- oferta uczestnictwa dzieci w kulturze z udogodnieniami dla rodzin,
- oferta uczestnictwa w kulturze wszystkich z udogodnieniami dla rodzin.

W pierwszym przypadku cała rodzina, każdy jej członek to pełnoprawny uczestnik danego wydarzenia czy zajęć. Oferta pod względem merytorycznym i formalnym jest interesująca i atrakcyjna dla osób w różnym wieku. Inaczej mówiąc, włącza wszystkich jako uczestników kultury i zaspokaja różne oczekiwania i potrzeby, członkowie rodziny uczestniczą wspólnie. Badacze zwracają uwagę, że chodzi tu o ofertę międzypokoleniową. Jak zauważa R. Pernak:

To jedna z podstawowych pułapek dla osób tworzących ofertę edukacyjną dla rodzin. Otóż zwykle w tego typu działaniach dominuje przeświadczenie, że rodzic przychodzi do instytucji kultury i podporządkowuje swoje potrzeby oczekiwaniom dziecka. W ten sposób powstają programy, które w praktyce adresowane są wyłącznie do dzieci. Zapomina się, że w działaniach kierowanych do rodzin uczestniczy zarówno dziecko jak i osoba dorosła (2018, s. 33).

Drugie rozwiązanie stosowane w instytucjach kultury dotyczące oferty dla rodzin, to właśnie przypadek, który opisują przytoczone słowa R. Pernak. Często bowiem

jako oferty uczestnictwa w kulturze dla rodzin traktowane są formy przygotowane dla dzieci. Metodyka tych zajęć, ich cele i treści są dostosowane do potrzeb, możliwości i upodobań młodszych uczestników. W tym przypadku to dziecko jest uczestnikiem kultury, zaś rodzice/opiekunowie mu towarzyszą. Dorośli nie są pełnoprawnym uczestnikiem tej sytuacji kulturowej, pełnią rolę asystenta, opiekuna, ewentualnie obserwatora. R. Pernak uważa, że jest to myślenie obecne w wielu instytucjach kultury, ale badania wśród rodziców pokazują, że i oni w podobny sposób postrzegają swoją obecność z dzieckiem w instytucji. Dokonując wyboru oferty, formułując oczekiwania wobec niej wielu rodziców kieruje się kryteriami atrakcyjności dla dziecka, jego potrzeb, upodobań i korzyści dla jego rozwoju (zob. Żakowska, Kępińska, Kuśmierska, Nowak, 2017; Kocikowski, Ochał, 2017).

Oferta uczestnictwa dzieci w kulturze z udogodnieniami dla rodzin jest bardzo podobna do poprzedniej. Różni ją jedynie aspekt dostępności dla rodzin, głównie infrastrukturalnej, organizacyjnej i finansowej. Zapewnienie dogodnych warunków dla obecności w instytucji rodziców/opiekunów z dziećmi (łatwość poruszania się z wózkiem dziecięcym, montaż przewijaków, dziecięcych toalet i umywalek, dostosowane dla małych uczestników meble i wyposażenie sal zajęciowych/widowiskowych, stworzenie stref swobodnej zabawy dla dzieci, miejsc do karmienia itd.) oraz zniżki finansowe dla rodzin, np. w ramach „Karty Dużej Rodziny”, czyni z oferty dla dzieci ofertę przyjazną rodzinie.

Ostatni rodzaj oferty uczestnictwa w kulturze dla rodzin jest w tym sensie podobny do poprzedniego, że to nie tematyka i forma proponowanych zajęć czy wydarzeń decydują o traktowaniu jej jako ofertę dla rodzin, a wprowadzone udogodnienia finansowe i organizacyjne. Różnica polega zaś na tym, iż jest to po prostu oferta uczestnictwa adresowana do wszystkich, umożliwienie rodzinom skorzystania z niej po zniżkowych cenach lub wprowadzenie przestrzeni zabawy dla dzieci, co sprawia, że definiowana jest jako propozycja dla rodzin.

O wyzwaniach oferty uczestnictwa w kulturze dla rodzin

Można zakładać, że trend obserwowany w polskich instytucjach kultury, a związany z przeobrażeniem modelu działania i profilu uczestnika/adresata oferowanych aktywności będzie się nadal rozwijał. Instytucje kultury muszą podążać za zmianami, które dokonują się w polu, w którym funkcjonują, a kultura to obszar niezwykle dynamiczny. Wśród wyzwań, z jakimi się mierzą, wymienić należy konieczność sprostanienia konkurencji (innym instytucjom), ale także wszystkim nowym mediom, głównie internetowi, który uznaje się dziś za dominujący obszar aktywności kulturalnej ludzi, zwłaszcza młodego pokolenia, ale także dzieci, coraz częściej małych.

Kolejne istotne wyzwanie to inkluzyjność oferty. W demokratyzującej się rzeczywistości instytucje kultury nie mogą orientować się jedynie na tzw. klasycznych uczestników, osoby o względnie wysokim kapitale kulturowym, zainteresowane zjawiskami kultury artystycznej, samorealizujące się poprzez uczestnictwo w kulturze lub na tzw. uczestnika etatowego (dzieci w wieku szkolnym i seniorów). Otwieranie instytucji kultury na nowe kategorie uczestników – wcześniej wykluczane – to znaczący i potrzebny trend. Rodzina z dziećmi należy do tych kategorii, które coraz częściej są dostrzegane przez instytucje kultury jako ważny adresat ich działań.

Tworzenie oferty uczestnictwa rodzin w kulturze jest zadaniem niełatwym i wymaga wielu nowych rozwiązań na poziomie nie tylko organizacyjno-infrastrukturalnym, ale przede wszystkim koncepcyjno-metodycznym. Wyzwania, na jakie zwraca się uwagę w tym kontekście, to przede wszystkim tworzenie oferty międzypokoleniowej – oferty uczestnictwa całej rodziny (Pernak, 2018; Skutnik, 2018; Witte, 2015). Rolf Witte zauważa również, że oferty uczestnictwa w kulturze/edukacji kulturalnej rodzin powinny być oparte na podejściu partycypacyjnym (2015). Chodzi zatem o to, by włączać członków rodziny w sposób podmiotowy i aktywny w działania oraz decyzje (zob. Hart, 1992; Lundy, 2007; Shier, 2014). W przypadku rodzinnych ofert uczestnictwa w kulturze chodziłoby o kreowanie sytuacji współdziałania/ działania z rodziną, a nie tworzenia sytuacji uczestnictwa (przeważnie odbioru, konsumpcji) dla rodziny. Ważne jest traktowanie wszystkich członków rodziny jako twórców i współtwórców kultury, a nie odbiorców/konsumentów oferty lub wykonawców zaplanowanych przez specjalistów zadań. Ponadto, tworzenie międzypokoleniowej oferty uczestnictwa w kulturze wymaga zastosowania odpowiedniej metodyki, do czego niezbędne są kompetencje kadr instytucji do prowadzenia zajęć międzypokoleniowych. Wydaje się, że to kluczowe wyzwanie, ponieważ w ile pracownicy kultury, edukatorzy i animatorzy są dobrze przygotowani do realizacji zajęć z konkretnymi grupami wiekowymi, to inicjatywy autentycznie międzypokoleniowe stanowią dość rzadkie zjawisko w instytucjach, zatem można domniemywać, że doświadczenie w tym zakresie jest nieduże, a jego zdobywanie oraz rozwijanie kompetencji w danym obszarze będzie wymagało sporo czasu.

Inne wyzwanie, na które należy zwrócić uwagę, gdy mówimy o tworzeniu oferty uczestnictwa rodzin w kulturze, to potrzeba wyjścia poza aktualnie dominującą orientację rozrywkowo-rekreacyjną tego typu przedsięwzięć i wzmocnienia działań o charakterze edukacji kulturalnej. Rolf Witte podkreśla, że z oferty edukacji kulturalnej rodzin korzystają głównie przedstawiciele klasy średniej. Uzmysławia to zatem potrzebę pozyskiwania jako uczestników rodzin o mniejszym kapitale kulturowym i finansowym, marginalizowanych, zagrożonych wykluczeniem (2015).

Istotne jest jeszcze jedno zjawisko, które niewątpliwie może stanowić wyzwanie dla instytucji kultury, mianowicie naturalne wycofywanie się dorastających dzieci

z form uczestnictwa w kulturze z rodzicami (Witte, 2015). Statystyki pokazują, że procent rodziców uczestniczących wspólnie z dziećmi w instytucjonalnie zorganizowanych formach aktywności kulturalnej znacznie spada, gdy wchodzi one w wiek nastoletni (Millward Brown, 2016). Wypracowanie oferty wspólnego uczestnictwa rodzin ze starszymi dziećmi to zatem kolejne niełatwe zadanie stojące przed instytucjami kultury. Przydatne i inspirujące mogą tu okazać się koncepcje uczenia się międzypokoleniowego, pokazujące, że przedstawiciele różnych pokoleń mogą odgrywać w takich zajęciach różne role. Uczenie się (pokoleń) od siebie to takie sytuacje, w których jedno z pokoleń (niekoniecznie starsze) występuje w roli edukatora, pomagającego w uczeniu się drugiemu. W uczeniu się (pokoleń) ze sobą rolę eksperta dysponującego wiedzą pełni nauczyciel (edukator, animator) z zewnątrz lub też wiedza ta jest wspólnie zdobywana przez przedstawicieli różnych pokoleń. Ten rodzaj międzygeneracyjnego uczenia się nazywany też jest wspólnym uczeniem się. Kolejna koncepcja ujmuje uczenie się międzypokoleniowe jako uczenie się (pokoleń) o sobie. Celem jest tu poznawanie drugiego pokolenia, wymiana doświadczeń, wzajemne zbliżenie i w konsekwencji lepsze zrozumienie (zob. Meese, 2005; Słowińska, 2010).

Ostatnie wyzwanie, z którym musi się zmierzyć instytucja kultury planująca ofertę dla rodzin, to zróżnicowanie i „wielowariantowość” współczesnej rodziny. W przypadku tej sfery praktyki społecznej nie jest jednak możliwe zastosowanie klasycznej definicji rodziny, ponieważ wykluczałaby ona wiele jej form.

Bibliografia

- Bendyk, E., Filiciak, M., Hofmokl, J., Kulisiewicz, T., Tarkowski, A. (2007). *Kultura 2.0. Wyzwania cyfrowej przyszłości*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Audiowizualne. Pobrane 20.04.2021 z: https://kpbc.umk.pl/Content/45368/Raport_Kultura_2.0.pdf.
- Burszta, W. J., Duchowski, M., Fatyga, B., Hupa, A., Majewski, P., Nowiński, J., Pęczak, M., Sekuła, E. A., Szlendak, T. (2010). *Kultura miejska w Polsce z perspektywy interdyscyplinarnych badań jakościowych*. Warszawa: NCK.
- Burszta, W. J., Duchowski, M., Fatyga, B., Nowiński, J., Pęczak, M., Sekuła, E. A., Szlendak, T., Hupa, A., Majewski, P. (2009). *Raport o stanie zróżnicowania kultury miejskiej*. Warszawa: MKiDN.
- Czerwińska, K. (red.) (2016). *Użytkownik, zasoby, strategie. Instytucje kultury w środowisku cyfrowym*. Warszawa: Narodowy Instytut Audiowizualny.
- Danielewicz M., Filiciak M., Tarkowski, A. (b.d.). *Uczestnictwo w kulturze: nowe zjawiska, „przeterminowane” kategorie*. Pobrane 20.04.2021 z: http://www.nck.pl/files/uczestnictwo_w_kulturze_nowe_zjawiska_przeterminowane_kategorie.pdf.
- Drozdowski, R., Fatyga, B., Filiciak, M., Krajewski, M., Szlendak, T. (2014). *Praktyki kulturalne Polaków*. Toruń. Pobrane 20.04.2021 z: <http://www.publicprofits.pl/upl/browser/files/praktyki-kulturalne-polakow-publicacja.pdf>.
- Filiciak, M. (2011). Inny wymiar otwartości. Internetowa reprodukcja i redystrybucja treści kulturowych. *Przegląd Kulturoznawczy*, 1(9), 65–76.

- Golka, M. (2008). *Socjologia kultury*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Hart, R. A. (1992). *Children's participation. From tokenism to citizenship* [Partycypacja dzieci. Od tokenizmu do obywatelstwa]. Florence: UNICEF International Child Development Centre. Pobrane 10.12.2022 z: <https://www.unicef-irc.org/publications/100-childrens-participation-from-tokenism-to-citizenship.html>.
- Hilger, O. A. (b.d.). *Kultura od kołyski. Jak rodzice z małymi dziećmi korzystają z kultury. Raport z badania*. Fundacja Rodzic w mieście. Pobrane 10.12.2022 z: <https://kulturaodkolyski.pl>.
- Kantar Millward Brown (2016). *Badanie publiczności warszawskich instytucji kultury. Raport z badania ilościowego*. Pobrane 10.12.2022 z: https://www.nck.pl/upload/attachments/318560/raport_badanie_publicznosci_ogolem.pdf.
- Kocikowski, M., Ochał, M. (2017). *Kompetencje kulturowe rodziców a uczestnictwo w kulturze dzieci. Studium przypadku na przykładzie Przasnysza*. Warszawa: Mazowiecki Instytut Kultury. Pobrane 10.12.2022 z: <https://nck.pl/badania/raporty/kompetencje-kulturowe-rodzicow-a-uczestnictwo-w-kulturze-dzieci>.
- Kopczyńska, M. (1993). *Animacja społeczno-kulturalna. Podstawowe pojęcia i zagadnienia*. Warszawa: Centrum Animacji Kulturalnej.
- Kopeć, K. (2020). *Rodziny 3+ jako odbiorcy kultury. Doskonalenie zarządzania publicznością w instytucjach kultury*. Kraków. Pobrane 10.12.2022 z: https://kultura.uj.edu.pl/documents/18091666/19055248/Raport_Rodziny+3plus+jako+odbiorcy+kultury_KKopec/7db234cc-5bbb-45c9-a273-3a00cd1cc57a.
- Krajewski, M. (2011). Instytucje kultury a uczestnicy kultury. Nowe relacje. W: M. Śliwa (red.), *Strategie dla kultury. Kultura dla rozwoju. Zarządzanie strategiczne instytucją kultury* (ss. 26–37). Kraków: Wydawnictwo MIK. Pobrane 10.12.2022 z: <http://badania-w-kulturze.mik.krakow.pl/files/Strategie-dla-kultury.pdf>.
- Krajewski, M. (2020). *Po co nam instytucje kultury? Broszura do myślenia*. Kraków: Wydawnictwo MIK. Pobrane 10.12.2022 z: <https://mik.krakow.pl/publikacje/marek-krajewski-po-co-nam-instytucje-kultury/>
- Kubinowski, D., Lewartowicz, U. (2018). *Animacja kultury w perspektywie pedagogicznej. Studia i szkice*. Kraków: Oficyna Wydawnicza „Impuls”.
- Lis, B. (2019). Zwrot ku publiczności? Audience development jako próba uspołecznienia instytucji kultury. *Kultura Współczesna*, 2(105), 76–90. DOI: 10.26112/kw.2019.105.07.
- Lundy, L. (2007). Voice is not enough: Conceptualising article 12 of the United Nations Convention on the rights of the child [Konceptualizacja art. 12 Konwencji Narodów Zjednoczonych o prawach dziecka]. *British Educational Research Journal*, 33(6), 927–942. DOI: 10.1080/01411920701657033.
- Meese, A. (2005). Lernen im Austausch der Generationen: Praxissondierung und theoretische Reflexion zu Versuchen intergenerationeller Didaktik [Uczenie się w wymianie międzypokoleniowej: Praktyczne poszukiwania i teoretyczne refleksje nad próbami dydaktyki międzypokoleniowej]. *DIE Zeitschrift für Erwachsenenbildung* (2), 39–41.
- Nowiński, J. (2010). Działalność i wizerunek instytucji kultury w miastach. W: Burszta, W.J., Duchowski, M., Fatyga, B., Hupa, A., Majewski, P., Nowiński, J., Pęczak, M., Sekuła, E. A., Szlen-dak, T. (red.), *Kultura miejska w Polsce z perspektywy interdyscyplinarnych badań jakościowych* (ss. 144–182). Warszawa: NCK.
- Ochał, M., Woźniak, A. (2021). *Tu zaczynają się schody. Dostępność instytucji kultury dla wszystkich osób w tym osób z niepełno sprawnościami*. Kraków: Mazowiecki Instytut Kultury. Pobrane 10.12.2022 z: <http://www.mazowieckieobserwatorium.pl/badania/7460-tu-zaczynaja-sie-schody.html>.
- Pater, R. (2013). Edukacja muzealna dla dzieci. Alternatywne przestrzenie. *Edukacja Elementarna*, 4, 55–76.

- Pernak, R. (2018). Rodzina w instytucji kultury. Podstawowe wyróżniki odbiorcy W: M. Hert, A. Mieszala (red.), *Rodziny/2015. Seniorki i seniorzy/2016 w instytucji kultury* (ss. 29–37). Poznań: Centrum Turystyki Kulturowej TRAKT.
- Pluszyńska, A., Kopeć, K., Laberschek, M. (red.) (2022). *Badania w sektorze kultury. Dostępność*. Kraków: Wydawnictwo Attyka.
- Rojek, K. (red.) (2016). *Nowe media, technologie otwartość w instytucjach kultury*. Gdańsk: Instytut Kultury Miejskiej. Pobrane 10.12.2022 z: <https://www.nck.pl/badania/raporty/raport-nowe-media-technologie-i-otwartosc-w-instytucjach-kultury>.
- Shier, H. (2014). Pathways to participation revisited: Nicaragua Perspective [Ścieżki do uczestnictwa na nowo: Perspektywa Nikaragui]. *Dialogue and Debate*, 2, 14–19. Pobrane 10.12.2022 z: <https://www.researchgate.net/publication/269107939>.
- Siuda, P. (2012). *Kultury prosumpcji. O niemożności powstania globalnych i ponadpaństwowych społeczności fanów*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza Aspra-Jr.
- Skutnik, J. (2018). Edukacja dla rodzin w instytucji kultury – przypadek muzeum. W: M. Hert, A. Mieszala (red.), *Rodziny/2015. Seniorki i seniorzy/2016 w instytucji kultury* (ss. 39–51). Poznań: Centrum Turystyki Kulturowej TRAKT.
- Słowińska, S. (2008). Konceptcje edukacji kulturalnej w narracjach kierowników lubuskich domów kultury. W: K. Olbrycht, E. Konieczna, J. Skutnik (red.), *Upowszechnianie kultury – wyzwaniem dla edukacji kulturalnej* (ss. 132–144). Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.
- Słowińska, S. (2010). W duchu solidarności pokoleń – edukacja międzygeneracyjna z perspektywy niemieckiej, *Rocznik Andragogiczny*, 8, 221–236.
- Smartscope. (2016). *Badanie segmentacyjne uczestników kultury prezentacja wyników badania ilościowego*. Badanie Smartscope na zlecenie Polin, Muzeum Historii Polski i Narodowego Instytutu Fryderyka Chopina. Warszawa. Pobrane 10.12.2022 z: <https://nck.pl/upload/attachments/319000/Segmentacja-uczestnikow-kultury-raport.pdf>.
- Szlendak, T. (2010). Aktywność kulturalna. W: Burszta, W.J., Duchowski, M., Fatyga, B., Hupa, A., Majewski, P., Nowiński, J., Pęczak, M., Sekuła, E. A., Szlendak, T. (red.), *Kultura miejska w Polsce z perspektywy interdyscyplinarnych badań jakościowych* (ss. 112–142). Warszawa: NCK.
- Szlendak, T., Olechnicki, K. (2017). *Nowe praktyki kulturowe Polaków. Megaceremoniały i subświaty*. Warszawa: PWN.
- Ustawa z dnia 19 lipca 2019 r. o zapewnianiu dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami, <https://isap.sejm.gov.pl/isap.nsf/DocDetails.xsp?id=WDU20190001696>.
- Witte, R. (2015). *Kulturelle Bildungsangebote für Familien: Potentiale nutzen und Qualität entwickeln* [Edukacja kulturalna dla rodzin: wykorzystanie potencjału i rozwój jakości]. Pobrane 10.12.2022 z: <https://www.kubi-online.de/artikel/kulturelle-bildungsangebote-familien-potentiale-nutzen-qualitaet-entwickeln>.
- Żakowska, K., Kępińska, A., Kuśmierska, K., Nowak, S. (2017). *Między zabawą a sztuką. Wybory kulturalne opiekunów dzieci. Raport z badania jakościowo-ilościowego*. Warszawa: GFK, NCK. Pobrane 10.12.2022 z: <file:///C:/Users/komputer/Downloads/miedzy-zabawa-a-sztuka-wybory-kulturalne-opiekunow-dzieci-raport.pdf>.