

**JOANNA KURCZEWSKA**

Instytut Filozofii i Socjologii PAN, Warszawa

**DARIUSZ WOJAKOWSKI**

Uniwersytet Rzeszowski

## WPROWADZENIE

Niniejszy tom prezentuje teksty przygotowane w związku z projektem Narodowego Centrum Kultury realizowanym pod ogólnym kierownictwem Joanny Kurczewskiej w latach 2013–2015. W jego ramach zrealizowano badania terenowe zorientowane na rozpoznanie znaczenia marki narodowej, lokalnej i wielokulturowej w konkretnych sytuacjach społecznych<sup>1</sup>. Ideą projektu było jednak ujawnienie samej obecności marki terytorialnej w lokalnej sferze kultury oraz mechanizmów jej oddolnego wytwarzania.

Przy projektowaniu badania wydarzenia społecznego istotną rolę odgrywają założenia, według których konkretne wydarzenie jest wybierane jako przedmiot badania i analizy. W wymiarze makrospołecznym dla badania szczególne znaczenie miał kontekst narodowy. Dlatego były one przeprowadzane w dwóch regionach: centralnej Polsce (z założeniami w społecznościach monoetnicznych) i południowo-wschodniej Polsce (w społecznościach wieloetnicznych). W wymiarze mezospołecznym interesowały nas powiązania treści narodowych z lokalnymi, ale też siła marki lokalnej. Z tego powodu badaniem objęto wydarzenia, które były szczególnie skupione na tożsamości lokalnej, pomimo tego, że w niektórych z badanych miejscowości mają miejsce większe cykliczne wydarzenia kulturalne.

---

<sup>1</sup> Są to badania w ramach dwóch edycji projektu *Odświeżone tworzenie i propagowanie marek (narodowej, lokalnej, regionalnej) w społecznościach lokalnych. Rola ludzi i instytucji kultury*, realizowanych w roku 2013 i 2014 przez Polską Akademię Nauk na zlecenie NCK w ramach programu pt. *Kulturowe podstawy marki narodowej i regionalnej we współczesnej Polsce* zaprojektowanego przez Joannę Kurczewską i realizowanego w NCK latach 2013–2015. Kierownikiem projektów badawczych była dr hab. Hanna Bojar. Badania w tych dwóch miastach realizował zespół badawczy D. Wojakowski, A. Karnaukh, A. Fiń, Ł. Kapralska, A. Nijander-Dudzińska [<http://www.nck.pl/marka-narodowa>].

W przypadku dwóch miejscowości na pograniczu polsko-ukraińskim były to Dni Miasta (święta miasta), organizowane przez miejski samorząd.

Na pograniczu polsko-ukraińskim wyjątkowo lokalny charakter miała Wincentiada – Dni Patrona Miasta Przemyśla (24-25 sierpnia 2013 roku), którego nazwa w sposób wzmocniony (miasto, Przemyśl) do lokalności się odwołuje. Jarmark Sanocki (17 sierpnia 2014 roku), miał bardziej lokalno-regionalny charakter niż wydarzenie przemyskie. W 2014 roku, w trakcie badania był przedstawiany jako część większego regionalnego (podkarpackiego) cyklu imprez pt. Zachowaj Klimat Lata. Niezależnie od tego, nasze wcześniejsze badania wskazywały, że impreza ta, organizowana jako Jarmark Ikon wyraźnie odwoływała się do treści właściwych dla regionu pogranicza [Wojakowski 2009: 354]. W Polsce centralnej badania dotyczyły Księżaczkiego Jadła (7 września 2014 roku) w Łowiczu, które już jednoznacznie odwołuje się do kategorii regionalnej (choć ma oczywiście lokalny aspekt), oraz Dożynek Prezydenckich (14–15 września 2013 roku) w Spale, które są wydarzeniem o randze ogólnopolskiej.

Istotnym kryterium miejsca, w których badaliśmy owe wydarzenia było też położenie i charakter społeczności lokalnych. Zależało nam na zestawieniu miejscowości różniących się tradycjami długiego trwania, charakterystyką kulturową mieszkańców oraz położeniem geograficznym. Uznaliśmy, że zestawienie wyników badań realizowanych w społecznościach wyraźnie monokulturowych oraz wielokulturowych pozwoli na uchwycenie zróżnicowania strategii budowania marek, w wymiarze lokalnym, regionalnym i narodowym w zależności od wprowadzanego przez nas czynnika.

Wszystkie cztery celowo dobrane wydarzenia były badane w sposób ujednoczony, według ustalonej procedury badawczej. Badania w każdym przypadku trwały 8 tygodni i składały się z trzech stałych etapów. Były one realizowane przez zespół 3-5 osób zajmujących się danym wydarzeniem.

Pierwszy, 6-tygodniowy etap, bezpośrednio poprzedzał badane wydarzenie i polegał na przygotowaniu profili społeczno-kulturowych miejscowości, w których realizowano badania (są one w formie skróconej prezentowane w innym rozdziale). Celem tych profili było zebranie materiału, który ukaże lokalne konteksty badanego wydarzenia, co pozwoli zrozumieć jego znaczenie dla lokalnej społeczności, rangę w kalendarzu imprez kulturalnych w tej społeczności oraz instytucjonalny kontekst badanej aktywności.

Na tym etapie zbierano także informacje o wcześniejszych edycjach wydarzenia i jego promocji. Zebrano dokumentację lokalnych instytucji kultury biorących udział w przygotowaniu i realizacji wydarzenia oraz dokumentację samego wydarzenia (także informacje obecne w sieci www).

Uzyskano informację o osobach odpowiedzialnych za jego organizację. Na tej podstawie przygotowywano listę rozmówców badanych w trzecim etapie procedury.

Drugim etapem były badania terenowe realizowane w trakcie trwania wydarzenia (1 lub 2 dni). Podstawowym ich elementem była obserwacja uczestnicząca prowadzona według instrukcji równoległe przez dwie-cztery osoby wraz ze zbieraniem materiału wizualnego. Wynikiem zastosowania tych technik są materiały w postaci raportów z obserwacji oraz zbiory dokumentacji fotograficznej. W tym samym czasie (ale podczas dwudniowych wydarzeń tylko podczas głównego dnia imprezy) została przeprowadzona ankieta wśród uczestników wydarzenia. Liczba ankiet była różna w każdym z czterech badań i wynosiła: 86 w Przemyślu, 80 w Sanoku, 40 w Łowiczu oraz 50 w Spale. Ankiety były przeprowadzane przez 3-4 osoby zarówno wśród publiczności, jak i osób, które w trakcie wydarzenia prowadziły stoiska wystawiennicze (wystawcy, czyli rzemieślnicy i indywidualni przedsiębiorcy, przedstawiciele firm produkcyjnych, organizacji pozarządowych, instytucji samorządowych i państwowych). Wśród publiczności ankiety rozprowadzano w dwóch terminach, z reguły w momencie uroczystego otwarcia wydarzenia oraz późnym popołudniem (np. w Przemyślu przed koncertem gwiazdy wieczoru), tak, aby dotrzeć do przedstawicieli różnych grup publiczności. Te kryteria doboru były kontrolowane w momencie opracowania danych z ankiety. Ankiety były wypełniane samodzielnie lub w obecności i przy pomocy ankietera. Ta zmienna nie była kontrolowana, niemniej celem ankiety nie było zdobycie reprezentatywnych danych, ale możliwość skonfrontowania wizji organizatorów z pewnymi ogólnymi cechami recepcji wydarzenia kulturalnego przez publiczność.

Trzeci etap trwał 14 dni od momentu zakończenia wydarzenia, polegał na pracy w terenie i obejmował przeprowadzenie wywiadów pogłębionych z: (1) bezpośrednimi organizatorami wydarzenia (animatorami kultury i samorządowcami, ale np. w Spale także z urzędnikami Kancelarii Prezydenta RP); (2) osobami zaangażowanymi w wydarzenie, ale nie jako główni organizatorzy (także animatorzy kultury i samorządowcy); (3) lokalnymi animatorami kultury nieangażującymi się w to wydarzenie. Łącznie przeprowadzono 36 takich wywiadów: 6 w Przemyślu, 12 w Sanoku, 8 w Łowiczu i 6 w Spale. Wywiady były przeprowadzone na podstawie scenariusza wywiadu. W tym okresie zbierano także informacje o medialnych i internetowych reakcjach na wydarzenie.

Istotnym elementem realizacji badań była też współpraca z uniwersyteckimi i lokalnymi podmiotami zajmującymi się zagadnieniem marki

terytorialnej. Po pierwszym etapie badań w 2013 roku (w Przemyślu i Spale) i wstępnej analizie materiałów w kwietniu i maju 2014 roku odbyły się dwa seminaria: dla animatorów kultury i samorządowców z wszystkich badanych społeczności oraz dla teoretyków kultury i badaczy terenowych. Zaprezentowano na nich wstępne wyniki pierwszych badań oraz założenia kontynuacji projektu. Zebrane uwagi i komentarze zostały uwzględnione zarówno w badaniach z 2014 roku, jak i przy opracowaniu niniejszej publikacji.

Podstawowy materiał badawczy wykorzystywany w niniejszym tomie to dane zebrane w ramach dwóch projektów w dwóch „wieloetnicznych” miastach południowo-wschodniej Polski. Jednak niektórzy autorzy rozdziałów korzystają także w innych danych zebranych w ramach tych projektów (w Łowiczu i Spale), jeżeli zaś odwołują się też do innych badań, to zaznaczone jest w poszczególnych rozdziałach.