

Martyna Faustyna Zaniewska

ORCID: 0000-0002-4106-4540

Teatr Dramatyczny im. Aleksandra Węgieerki w Białymstoku

TEATR DRAMATYCZNY W OPINIACH WIDZÓW

DRAMA THEATRE IN OPINIONS OF IT AUDIENCE

| Abstrakt

Teatr Dramatyczny im. Aleksandra Węgieerki w Białymstoku jest jedną z najważniejszych instytucji kultury w województwie podlaskim. Co roku placówkę odwiedza ponad 60 tys. osób. Na zakończenie sezonu artystycznego 2018/2019 pracownicy teatru zwrócili się do widzów z prośbą o podzielenie się opiniami na temat oferty instytucji. W lipcu 2019 roku zostało przeprowadzone badanie zatytułowane: *Teatr w opiniach widzów*. Dzięki uzyskanym odpowiedziom udało się dowiedzieć m.in.: jak widzowie oceniają propozycje repertuarowe, jakie spektakle chcieliby obejrzeć w przyszłości, z jakich kanałów komunikacyjnych czerpią wiedzę na temat teatru. W artykule zaprezentowane zostaną najważniejsze wyniki badania oraz opinie na temat działalności instytucji.

- Słowa kluczowe: teatr, widownia, kultura, promocja.

| Abstract

The Aleksander Węgieerko Drama Theatre in Białystok is one of the most important cultural institutions in the Podlaskie Voivodeship. Every year, the facility is visited by over 60,000 people. At the end of the last artistic season (2018/2019), theater employees asked viewers to share their opinions on the institution's offer.

In July 2019 a study entitled “Theater in the opinions of viewers” was carried out. Thanks to the obtained responses we were able to find out, among others, how viewers evaluate repertoire proposals, what performances they would like to see in the future, and from which communication channels they gain knowledge about theater. The article will present the most important research results and opinions on the institution’s activities.

• **Keywords:** theatre, audience, culture, promotion.

| Wstęp

Teatr Dramatyczny im. Aleksandra Węgierki w Białymstoku jest jedną z najstarszych i największych instytucji kultury na terenie województwa podlaskiego. Historia placówki sięga okresu przedwojennego. Tuż po odzyskaniu niepodległości przez Białystok, ówcześni mieszkańcy rozpoczęli starania o stworzenie w mieście profesjonalnej, teatralnej sceny. Po kilkunastu latach, w grudniu 1938 roku odbyła się pierwsza premiera w Teatrze Miejskim im. Marszałka Józefa Piłsudskiego (Lechowski 2018: 64). Przez ponad 80 lat na trzech teatralnych scenach powstało ponad 600 spektakli. W ciągu kolejnych dziesięcioleci w zespole artystycznym instytucji pracowały dziesiątki artystów, a spektakle tworzyli uznani reżyserzy, scenografowie, kostiumolodzy, kompozytorzy i autorzy.

Białostocki Teatr Dramatyczny oferuje widzom repertuar oscylujący głównie wokół klasyki oraz komedii. Aktywność placówki nie ogranicza się jednak wyłącznie do prezentacji spektakli. Realizowane są tu także różnorodne projekty ze sfery edukacji, w tym odbywające się cyklicznie warsztaty teatralne. Instytucję odwiedza co roku ponad kilkadziesiąt tysięcy osób.

| Badania odbiorców

W ostatnich latach zauważalny jest znaczny wzrost zainteresowania ofertą teatru. Analiza danych zebranych w tabeli nr 1 pokazuje, iż w ciągu pięciu lat

niemal podwoiła się liczba osób odwiedzających to miejsce. Aby móc poznać powody zaistniałej sytuacji frekwencyjnej, ale także finansowej, niezbędna byłaby pogłębiona analiza badawcza. Niestety, z racji ograniczonych środków budżetowych, instytucje kultury rzadko prowadzą działalność badawczą. Wyjątkiem są te, w których tego typu aktywność wynika z zapisów statutowych, przykładem takich placówek są: gdański Instytut Kultury Miejskiej czy Regionalny Instytut Kultury w Katowicach.

Tabela 1. Liczba spektakli i widzów w latach 2010–2019

Rok	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Liczba spektakli	344	288	257	272	264	272	241	351	293	302
Liczba widzów	53 978	53 730	41 022	32 821	33 250	30 438	39 538	65 760	61 046	65 669

Źródło: opracowanie własne.

W ostatnich latach coraz większą popularność zyskują działania z zakresu *audience development*. Zgodnie z definicją przyjętą przez *Arts Council of England* to aktywność organizacji oraz instytucji, która jest podejmowana, aby „zaspokoić potrzeby obecnych i potencjalnych odbiorców, także pomóc organizacjom działającym w sektorze sztuki i kultury, w rozwoju długotrwałych relacji z publicznością” (Janus 2016: 11). Aby więc, w nawet ograniczonym zakresie ustalić, jak widzowie oceniają aktualną działalność Teatru Dramatycznego, od 2018 roku instytucja we własnym zakresie realizuje badanie wśród odbiorców. Jego głównym celem jest chęć pozyskania opinii odwiedzających na temat oferty placówki.

Metodologia badania

Na zakończenie sezonu artystycznego 2018/2019 pracownicy teatru ponownie zwrócili się do widzów z prośbą o podzielenie się refleksjami na temat funkcjonowania teatru. Zgodnie z założeniami pracownikom instytucji zale-

zało m.in. na uzyskaniu wiedzy na temat częstotliwości korzystania z oferty repertuarowej, poznaniu aktualnych ocen spektakli, godzin ich prezentacji, czy sposobu dokonywania zakupu biletów. Jednym z głównych celów badania było ustalenie, z jakich kanałów komunikacyjnych widzowie czerpią wiedzę na temat Teatru Dramatycznego, a także jakie spektakle najchętniej oglądaliby na teatralnych scenach w przyszłości. Praktycznym celem zrealizowanego badania była więc chęć pozyskania od odbiorców informacji, dzięki którym w przyszłości możliwe będzie usprawnienie pracy instytucji.

W 2019 roku zaprojektowano i przeprowadzono badanie sondażowe zatytułowane: *Teatr w opiniach widzów*. Celem tego rodzaju badań jest „zbieranie danych, które są następnie poddawane analizom statystycznym, pozwalającym wykryć stałe tendencje i regularności” (Giddens 2006: 668). Zastosowaną techniką badawczą była ankieta internetowa CAWI (*Computer Assisted (Aided) Web Interviews*), obecnie jedna z najczęściej stosowanych i najlepiej ugruntowanych technik (Mider 2013: 210). Przygotowana ankieta zawierała jedenaście pytań merytorycznych i siedem pytań metryczkowych. Pytania były w większości zamknięte. Zdaniem Anthony’ego Giddensa zaletą takich narzędzi jest „łatwość porównywania i zliczania odpowiedzi, bo obejmują tylko kilka kategorii. Nie dopuszczają one swobodnych wypowiedzi ani słownych komentarzy, przez co dostarczają informacji tylko w ograniczonym zakresie, a niekiedy mogą być mylące” (Giddens 2018: 668). W związku z powyższym, w kwestionariuszu zawarto także jedno pytanie otwarte, które pozwoliło badanym na nieco swobodniejsze wyrażenie opinii.

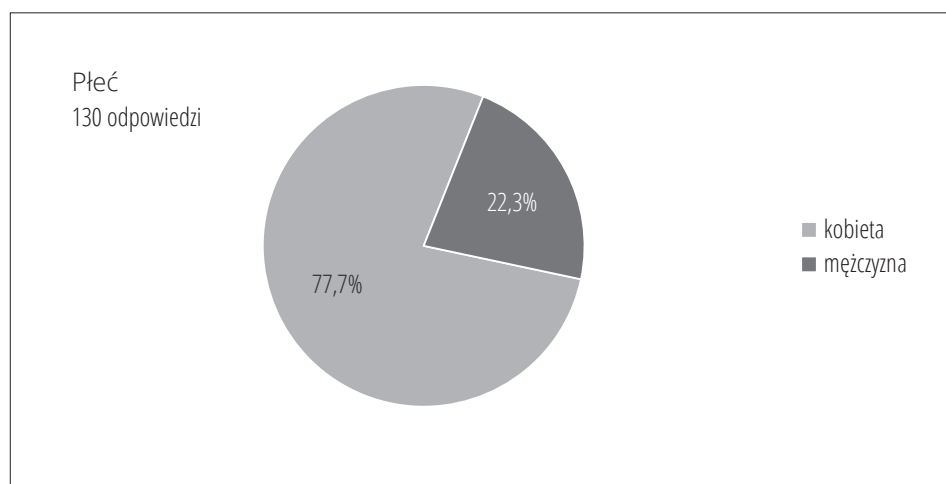
Kwestionariusz został umieszczony w Internecie – w formularzu Google. Jak zauważył lata temu Earl Babbie, względem sondaży „on-line” zgłaszane były i są zastrzeżenia dotyczące ich reprezentatywności. Jak jednak podkreślał ten badacz, „jest to ten sam rodzaj krytyki, jaki zgłaszano pod adresem sondaży z wykorzystaniem faksu, a wcześniej – sondaży telefonicznych (Babbie 2004: 299). Odbiorcy, korzystający z oferty teatru byli zachęceni do podzielenia się swoimi opiniami poprzez oficjalną stronę instytucji: dramatyczny.pl, na fanpage’u portalu Facebook oraz poprzez teatralny newsletter. Wyników badania nie można więc uogólniać na całą populację widzów instytucji, ale wyłącznie na populację uczestników badań. Warto jednak podkreślić, iż użycie

teatralnych kanałów komunikacyjnych pozwoliło na dotarcie z informacją o badaniu i zachęcenie do udziału w nim, głównie te osoby, które odwiedzają placówkę i są zaznajomione z jej ofertą.

| Teatr w opiniach widzów

Badanie zostało przeprowadzone w lipcu 2019 roku. Łącznie wzięło w nim udział 130 osób. Zdecydowaną większość respondentów stanowiły kobiety. Odpowiedzi zdecydowało się udzielić 101 kobiet i 29 mężczyzn. Procentowy rozkład badanych ze względu na płeć przedstawia wykres 1.

Wykres 1. Podział respondentów ze względu na płeć

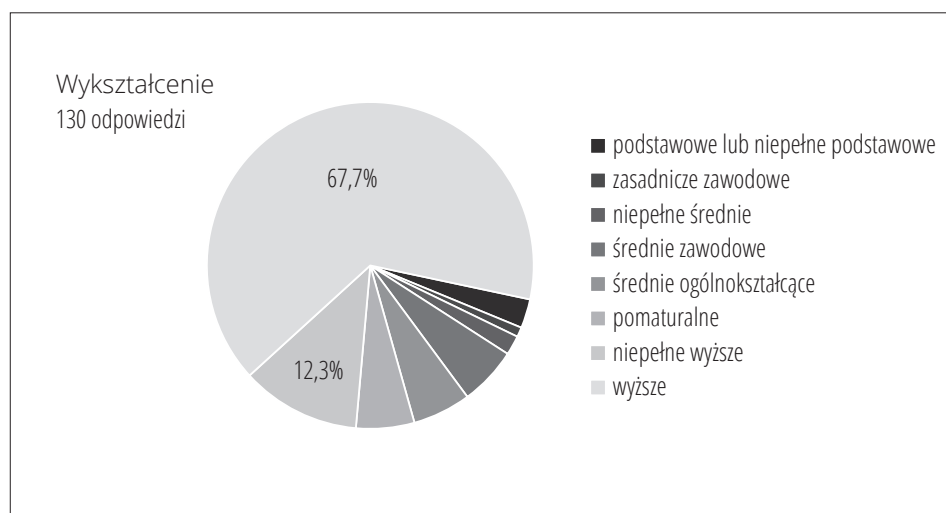


Źródło: opracowanie własne.

Niezwykłe zróżnicowany był wiek uczestników badania. Wśród respondentów najliczniejszą grupę stanowiły osoby w przedziale wiekowym 25-34 (39 osób). Tylko nieco mniej liczebna była grupa badanych między 35. a 44. rokiem życia – 34 osoby. Następni w kolejności byli widzowie w wieku 45-55 lat (22 osoby) oraz między 19. a 24. rokiem życia (20 osób). Najmniej licznie reprezentowanymi grupami wiekowymi były te w przedziale: 56-64 (7 osób), 18 lat i mniej (6 osób) oraz powyżej 65. roku życia (2 osoby).

Respondenci zostali poproszeni o podanie informacji o swoim wykształceniu. Większość osób badanych stanowili widzowie z wykształceniem wyższym (88 osób), drugą co do wielkości grupą były osoby z wykształceniem niepełnym wyższym (16 osób). Znacznie mniej licznie reprezentowani byli odbiorcy z wykształceniem średnim ogólnokształcącym oraz pomaturalnym (po 7 osób), średnim zawodowym (6 osób), podstawowym lub niepełnym podstawowym (3 osoby), niepełnym średnim (2 osoby) oraz zasadniczym zawodowym (1 osoba). Procentowy podział respondentów ze względu na wykształcenie przedstawia wykres 2.

Wykres 2. Podział respondentów ze względu na wykształcenie

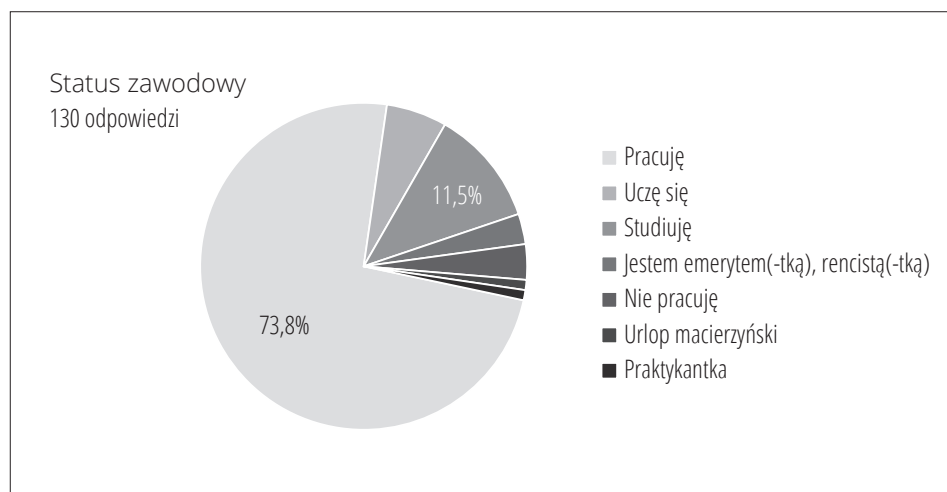


Źródło: opracowanie własne.

Respondentów zapytano także o ich miejsce zamieszkania. Spośród 130 osób aż 108 mieszka w Białymstoku. Wśród białostoczan znaleźli się reprezentanci różnych osiedli. Najliczniej reprezentowani byli mieszkańcy Nowego Miasta, Bojar i Wygody. Spośród pozostałych badanych, tylko jedna osoba nie udzieliła odpowiedzi dotyczącej miejsca zamieszkania. Pozostali respondenci to mieszkańcy okolicznych miejscowości, w tym m.in.: Wasilkowa, Supraśla, Gródka, Łap czy Hajnówki. W badaniu wzięły także udział pojedyncze osoby żyjące na co dzień w Warszawie, Wrocławiu czy Fromborku.

Respondenci zostali poproszeni także o wskazanie swojego statusu zawodowego. Spośród 130 uczestników badania najliczniejszą grupę stanowiły osoby pracujące (96 osób). Następni w kolejności byli studenci (15 osób), a nieco mniej licznym zbiorem były osoby uczące się (8 osób). W badaniu wzięły udział także, co prawda nieliczne, osoby niepracujące (5 osób), będące emerytem/emerytką lub rencistą/rencistką (4 osoby), kobieta przebywająca na urlopie macierzyńskim oraz praktykantka. Procentowy podział respondentów ze względu na status zawodowy przedstawia wykres 3.

Wykres 3. Podział respondentów ze względu na status zawodowy

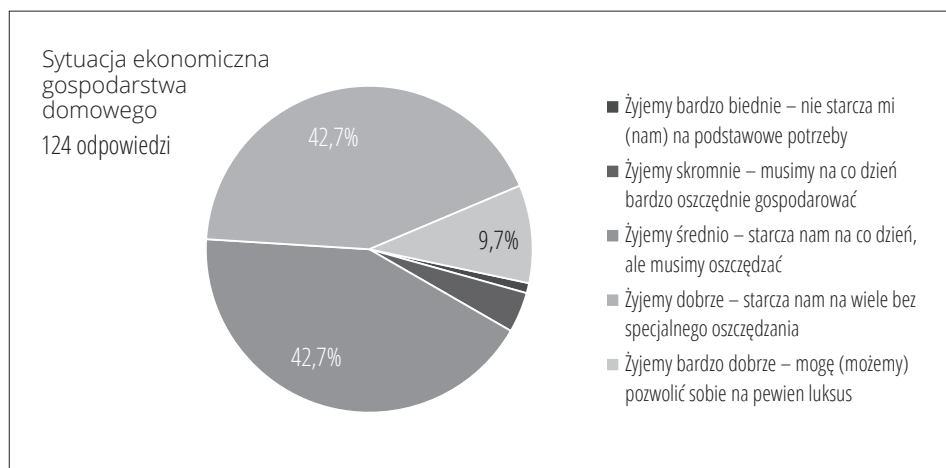


Źródło: opracowanie własne.

Osoby pracujące zostały dodatkowo poproszone o podzielenie się informacją na temat wykonywanego zawodu. Spośród 96 osób pracujących 83 odpowiedziały na pytanie dotyczące wykonywanego zawodu. Respondenci wskazali wielość różnorodnych profesji zawodowych. Te, które pojawiały się w odpowiedziach najczęściej, to m.in.: nauczyciel, urzędnik, pracownik biurowy, budowlaniec, sprzedawca, lekarz. Wśród odpowiadających znalazł się także: fizyk, krytyk teatralny, grafik komputerowy, wykładowca czy lektor. Uczestnicy badania stanowili więc niezwykle zróżnicowaną grupę pod względem wykonywanego zawodu.

Na koniec respondenci zostali poproszeni o podzielenie się opinią na temat sytuacji ekonomicznej gospodarstw domowych, w których żyją. Odpowiedzi udzieliło 124 uczestników badania. Taka sama liczba osób (po 53) odpowiedziała, że „żyjemy średnio – starcza nam na co dzień, ale musimy oszczędzać na poważniejsze zakupy” lub, że „żyjemy dobrze – starcza nam na wiele bez specjalnego oszczędzania”. Znacznie mniej osób (12) uznało, że żyje „bardzo dobrze – mogę (możemy) pozwolić sobie na pewien luksus”. Procentowy podział wszystkich ocen sytuacji ekonomicznej przedstawia wykres 4.

Wykres 4. Ocena sytuacji ekonomicznej respondentów



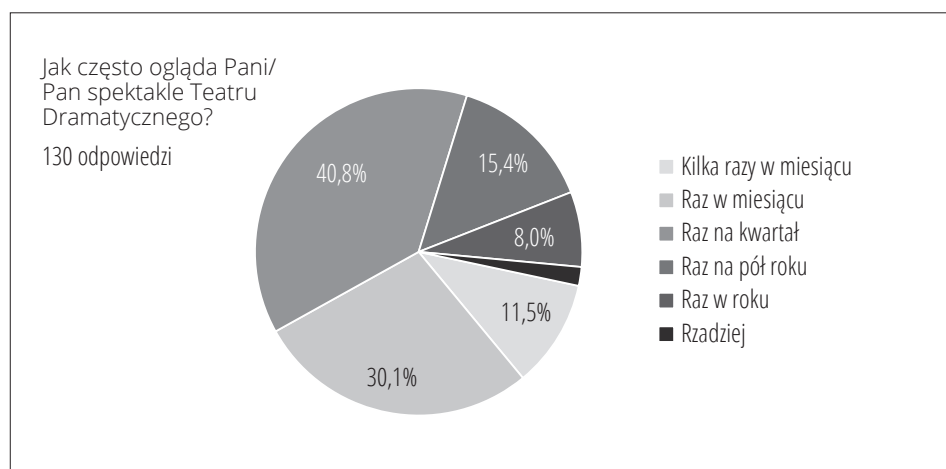
Źródło: opracowanie własne.

W niniejszej części artykułu zostaną zaprezentowane najważniejsze wyniki badania oraz opinie na temat działalności białostockiej placówki. Odpowiedzi na zadane pytania merytoryczne, pozwoliły ustalić, jak widzowie oceniają spektakle, które obejrżeli w Teatrze Dramatycznym w sezonie artystycznym 2018/2019. Ponadto, pracownikom instytucji, udało się dowiedzieć, jakie przedstawienia respondenci chcieliby obejrzyć w przyszłości. Ważnymi informacjami okazały się także te, dotyczące kanałów komunikacyjnych, z jakich badani czerpią wiedzę na temat teatru.

Respondenci zostali poproszeni o wskazanie: jak często korzystają z oferty repertuarowej instytucji. Najliczebniejszą grupę uczestników ba-

dania stanowiły osoby (53), które odwiedzają teatr raz na kwartał. Druga w kolejności grupa (30 osób) korzysta z oferty instytucji raz w miesiącu. Nieco rzadziej udzielana odpowiedź brzmiała: „raz na pół roku” (20 osób). Jeszcze mniej, bo 15 respondentów, zadeklarowało odwiedziny w teatrze kilka razy w miesiącu. Najrzadziej reprezentowanymi grupami były te, które odwiedzają instytucję raz w roku (10 osób) lub jeszcze rzadziej (2 osoby). Z zebranych danych wynika, że w badaniu wzięły udział głównie osoby, które oglądają spektakle Teatru Dramatycznego kilka razy w roku lub nawet częściej.

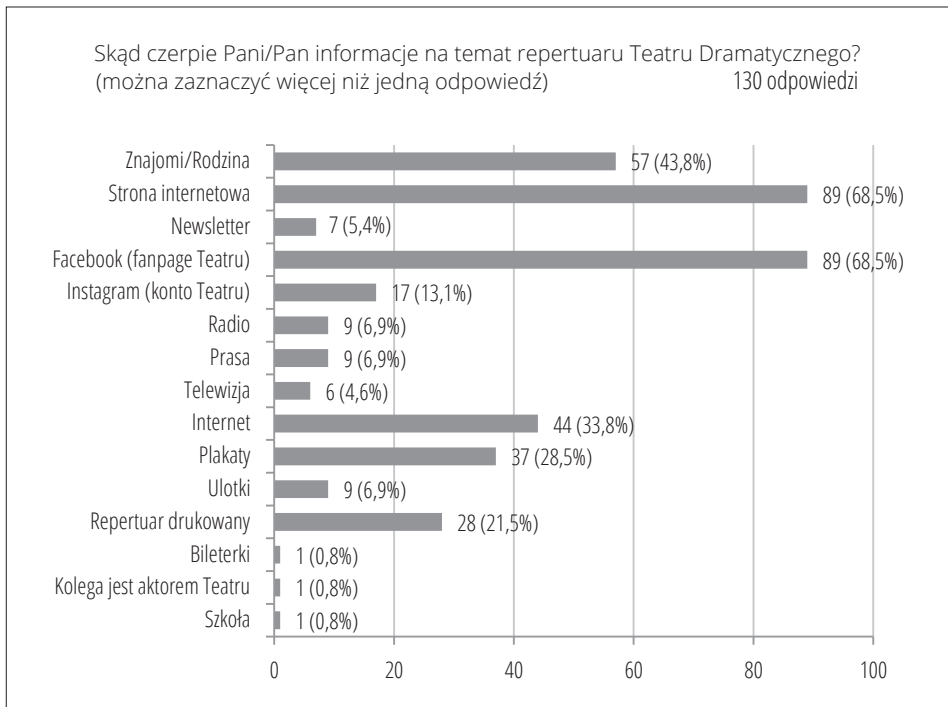
Wykres 5. Częstotliwość oglądania spektakli Teatru Dramatycznego



Źródło: opracowanie własne.

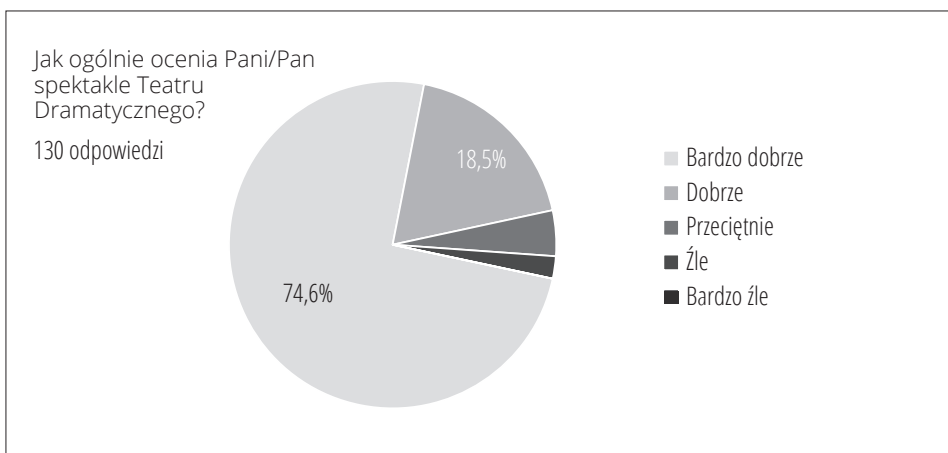
Z zaproponowanej kafeterii uczestnicy badania mogli wybrać różnorodne odpowiedzi na kolejne z pytań. Respondenci zostali zapytani o kanały informacyjne, z jakich czerpią wiedzę na temat oferty instytucji. Zebrane odpowiedzi nie sumują się do 130, ponieważ każda osoba mogła zaznaczyć więcej niż jedną odpowiedź. Najczęściej wskazywanymi kanałami okazała się strona internetowa: dramatyczny.pl oraz oficjalny fanpage instytucji na portalu Facebook. Badani, jako źródła informacji o ofercie teatru, wskazywali także: znajomych/rodzinę, ogólnie „Internet”, plakaty czy drukowany repertuar. Szczegółowe dane prezentuje wykres 6.

Wykres 6. Źródła informacji na temat repertuaru Teatru Dramatycznego



Źródło: opracowanie własne.

Wykres 7. Ogólna ocena spektakli Teatru Dramatycznego



Źródło: opracowanie własne.

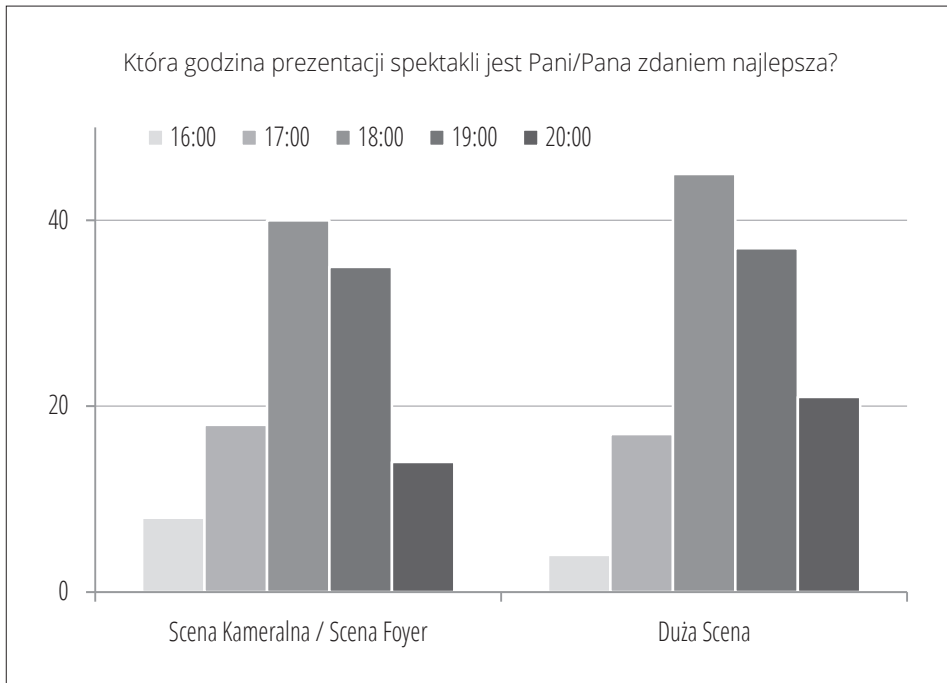
Analiza odpowiedzi na kolejne z pytań pozwala stwierdzić, że zdecydowana większość uczestników badania wystawiła spektaklom Teatru Dramatycznego najwyższą – bardzo dobrą – ocenę (97 osób). Ponadto, 24 osoby oceniły przedstawienia jako dobre. Nieco mniej osób uznało, że spektakle są przeciętne (6 osób), tylko trzy osoby uznały, że złe, nikt z badanych nie wybrał odpowiedzi „bardzo złe”. Procentowy rozkład odpowiedzi prezentuje wykres 7.

Badani zostali poproszeni także o ocenę poszczególnych 22 spektakli, które znajdowały się w ówczesnym repertuarze instytucji. Respondenci mieli za zadanie ocenić tylko te przedstawienia, które obejrżeli. Szczegółowa analiza odpowiedzi dotyczących wszystkich spektakli, wymagałaby dłuższej wypowiedzi, niż pozwala na to rozmiar artykułu. Warto więc przytoczyć dane dotyczące spektakli, które zostały przez widzów ocenione najwyżej. Tytuł uznany za „bardzo dobry” przez największą liczbę badanych (75 osób) to: *Kogut w rosole* Samuela Jokica, w reżyserii Marka Gierszała. Drugim, najwyżej ocenionym przedstawieniem – przez 57 osób – okazał się: *Mayday* Raya Coneya, w reżyserii Witolda Mazurkiewicza. Trzecią, najbardziej cenioną sztuką były: *Szalone nożyczki* Paula Pörtnera, w reżyserii Piotra Dąbrowskiego. Czwartym, wysoko ocenianym spektaklem okazał się: *Hobbit* na podstawie książki R.R. Tolkiena, w reżyserii Grzegorza Suskiego. To przedstawienie jako „bardzo dobre” wskazało 54 uczestników badania. Piątym, najwyżej ocenianym przedstawieniem (przez 52 osoby), były kultowe, grane od 1992 roku – *Zapiski oficera Armii Czerwonej* na podstawie książki Sergiusza Piaseckiego, w reżyserii Andrzeja Jakimca.

Respondenci zostali poproszeni także o wskazanie godzin prezentacji spektakli, które ich zdaniem są najdogodniejsze. Badanie ukazuje, konieczność lepszego, niż do tej pory, dostosowania godzin prezentacji spektakli do oczekiwań widzów. Aktualnie te na Scenie Dużej prezentowane są głównie o godz. 16.00 lub 17.00, a przedstawienia na Scenie Kameralnej – o godz. 20.00. Najczęściej wskazywaną dogodną godziną okazała się 18.00. Nieco rzadziej wskazywano na godzinę 19.00. Najmniej odpowiedzi otrzymały wcześniejsze godziny, tj. 16.00 i 17.00, a także godziny wieczorne – 20.00. Wybór ten dotyczy zarówno Sceny Dużej (46 osób), jak i mniejszych

przestrzeni: Scen Kameralnej i Foyer (40 osób). Aktualnie nie jest możliwe granie spektakli w tym samym czasie, na dwóch scenach jednocześnie. Być może warto o tym pomyśleć w przyszłości, po przeprowadzeniu remontu budynku instytucji i zapewnieniu odpowiednich warunków technicznych oraz organizacyjnych. Preferowane godziny prezentacji spektakli przedstawia wykres 8.

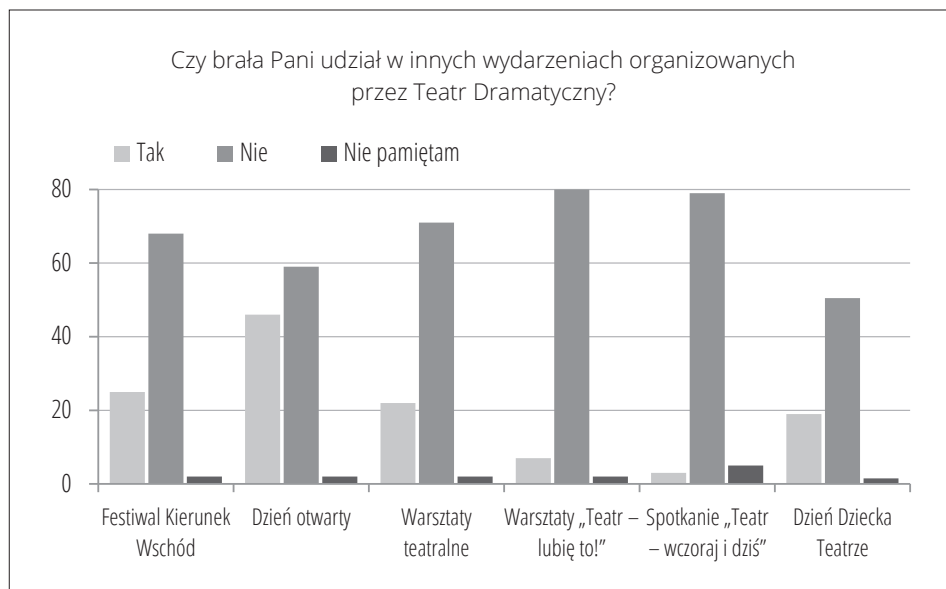
Wykres 8. Preferowane godziny prezentacji spektakli



Źródło: opracowanie własne.

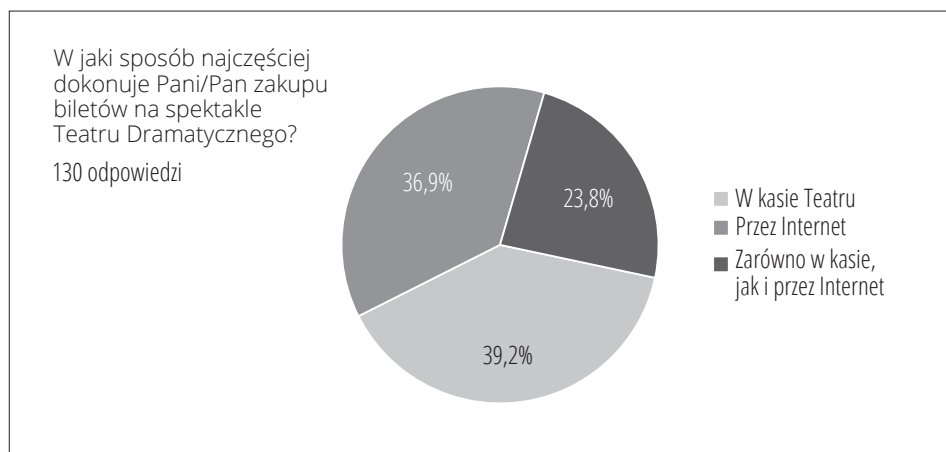
Respondenci zostali zapytani również o udział w innych wydarzeniach, organizowanych przez Teatr Dramatyczny w sezonie artystycznym 2018/2019. Odpowiedzi, które prezentuje wykres nr 9, pokazują, że uczestnicy badania w przeważającej większości korzystają głównie z propozycji repertuarowych instytucji. Trzy imprezy, które zostały wskazane, jako inne wydarzenia, to: Dzień otwarty (46 osób), Festiwal „Kierunek Wschód” (25 osób) oraz cykliczne warsztaty teatralne (23 osoby).

Wykres 9. Udział w innych wydarzeniach Teatru Dramatycznego



Źródło: opracowanie własne.

Wykres 10. Sposób dokonywania zakupu biletów



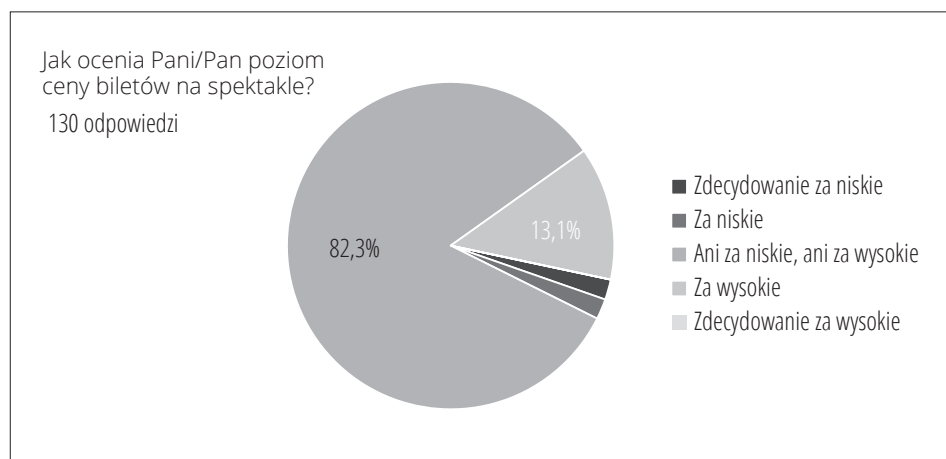
Źródło: opracowanie własne.

Pomimo skierowania badania głównie do użytkowników Internetu, odpowiedzi na kolejne z pytań pokazują, że nawet ci widzowie korzystają z różnych

form zakupu biletów. Najwięcej respondentów kupuje bilety na spektakle zarówno poprzez system sprzedaży on-line, jak i w kasie (51 osób). Zakupy tylko przez Internet wybiera zbliżona liczba badanych – 48 osób. Nieco mniej osób (31) korzysta wyłącznie z tradycyjnej formy – zakupów w kasie. Rozkład procentowy odpowiedzi prezentuje wykres 10.

Respondenci zostali poproszeni także o podzielenie się opiniami na temat cen biletów. Zdecydowana większość z nich – 107 osób – uznała, że nie są one „ani za niskie, ani za wysokie”. Kolejna grupa osób uznała, że ceny są „za wysokie”. Jednak tych respondentów było tylko siedemnastu. Dwie inne kategorie udzielanych odpowiedzi to: „zdecydowanie za wysokie” (3 osoby) i „za niskie” (3 osoby). Żaden z badanych nie wybrał odpowiedzi mówiących o tym, że ceny biletów są „zdecydowanie za niskie”. Rozkład procentowy odpowiedzi prezentuje wykres 11.

Wykres 11. Opinie na temat cen biletów

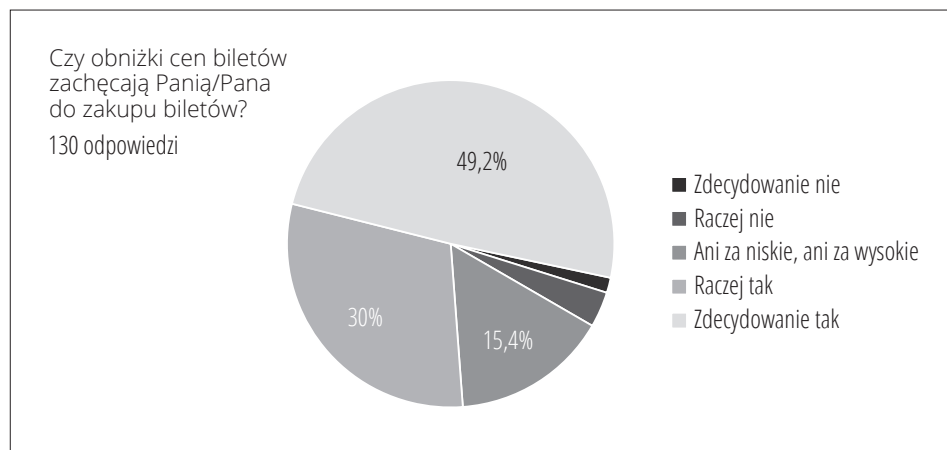


Źródło: opracowanie własne.

Badanym zadano pytanie dotyczące obniżek cen biletów oraz promocji. O ile, ich zdaniem, tego typu akcje marketingowe zachęcają widzów do zakupu biletów. Zdaniem większości (64 osób) tego typu działania zdecydowanie zachęcają do zakupów. „Raczej tak” odpowiedziało na to pytanie 39 osób. Nieco mniej – 20 osób – uznało, że obniżki ani zachęcają, ani nie. Tylko zda-

niem pięciu osób promocje „raczej nie” zachęcają, a zdaniem jedynie dwóch „zdecydowanie nie” zachęcają do dokonania zakupów. Procentowy rozkład odpowiedzi przedstawia wykres 12.

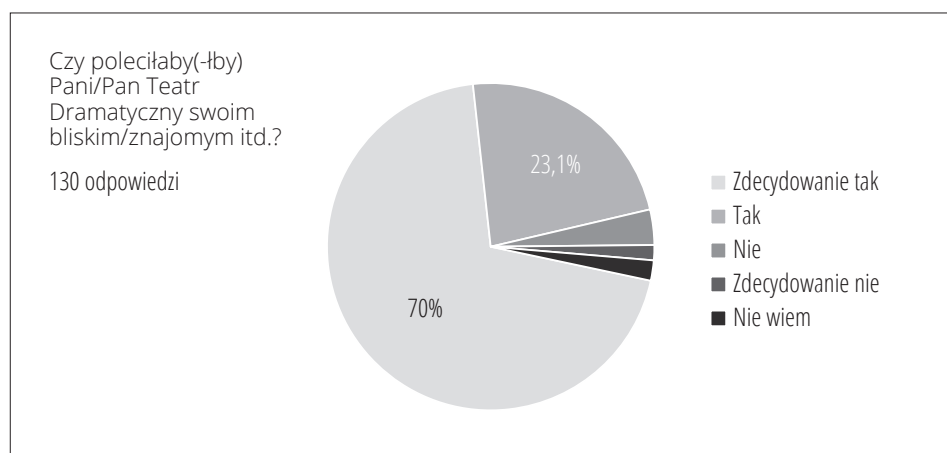
Wykres 12. Opinie na temat obniżek cen biletów i promocji



Źródło: opracowanie własne.

Respondenci zostali zapytani także o gotowość polecenia oferty Teatru Dramatycznego bliskim oraz znajomym.

Wykres 13. Gotowość do polecenia Teatru Dramatycznego bliskim oraz znajomym



Źródło: opracowanie własne.

Najliczniejsza grupa – osób – uznała, że zdecydowanie poleciłaby ofertę teatru swoim bliskim i znajomym. Na tak postawione pytanie aż 91 osób udzieliło odpowiedzi pozytywnej – „zdecydowanie tak”. Nieco mniej respondentów – 30 osób – odpowiedziało „tak”. Kolejna grupa badanych nie poleciłaby Teatru Dramatycznego. Takich osób było jednak jedynie cztery. Nieco mniej nie umiało udzielić odpowiedzi (3 osoby). Najmniej liczebną grupę stanowili badani, którzy zdecydowanie nie poleciliby innym oferty instytucji – były to dwie osoby. Procentowy rozkład uzyskanych odpowiedzi prezentuje wykres 13.

Respondenci zostali poproszeni także o wskazanie spektakli, które chcieliby obejrzeć w Teatrze Dramatycznym w przyszłości. Na to otwarte pytanie odpowiedziało 67 osób. Spośród wielu przedłożonych refleksji oraz ocen wyłaniają się różnorodne potrzeby widzów. Badani wskazywali na wiele różnych gatunków, które chcieliby oglądać na scenach Teatru Dramatycznego. Szczegółowa analiza opinii oraz zaproponowanych tytułów wymagałaby osobnego miejsca. Warto zaznaczyć, że wśród pożądanych przedstawień wskazywano zarówno komedie, farsy, jak i klasykę oraz dramaturgię współczesną. Badani łaknący komedii podkreślali, że teatr ma ich „bawić, cieszyć, odstresować, gdyż ambitną psychologię mają na co dzień”. Z kolei spragnieni bardziej ambitnego repertuaru argumentowali, że chcieliby oglądać spektakle „na wysokim poziomie artystycznym, wyreżyserowane przez kompetentnych reżyserów i zagrane przez aktorów artystów”.

| Podsumowanie

Pozyskane informacje stanowią niezwykle cenne źródło wiedzy na temat ocen funkcjonowania Teatru Dramatycznego im. Aleksandra Węgierki w Białymstoku. Część opinii z pewnością wymusi na instytucji konieczność dokonania refleksji i ewentualnego dokonania zmian organizacyjnych, jak np. tych dotyczących godzin prezentacji spektakli. Ważnym efektem zrealizowanego badania będzie z pewnością chęć zmodyfikowania i rozwijania kanałów komunikacji z widzami. Jak pokazują wyniki, pracownicy instytucji powinni

skupić się na narzędziach internetowych, ale jednocześnie nie zapominać o tym, że część badanych wciąż czerpie wiedzę z tradycyjnych materiałów reklamowych, takich jak: drukowane ulotki, repertuary, czy plakaty ekspozowane w przestrzeni miejskiej.

Zadaniem pracowników instytucji jest ciągle pozyskiwanie nowych odbiorców. Korzystanie z oferty teatralnej nie jest zaś najczęściej wybieraną formą spędzania wolnego czasu. Jak pokazują statystyki CBOS z lat 2005, 2010 i 2013, „kontakt z kulturą” uznawany jest za kluczową wartość wyłącznie przez 1% Polaków (Bachórz i in. 2017: 20). Natomiast badania europejskie potwierdzają, że jako społeczeństwo wciąż jesteśmy rzadziej zaangażowani w praktyki kulturalne niż obywatele innych krajów naszego kontynentu. „Średnio w krajach Unii Europejskiej 18% mieszkańców zalicza się do osób o wysokim lub bardzo wysokim poziomie zaangażowania w praktyki kulturalne – o 7 punktów procentowych więcej niż w Polsce” (tamże).

Przedstawione w artykule wyniki opisują tylko fragment działalności Teatru Dramatycznego im. Aleksandra Węgierki w Białymstoku. Aby w pełni poznać wszystkie sfery aktywności instytucji, a także dokonać pogłębionej analizy oceny jej funkcjonowania, niezbędne byłoby zrealizowanie kompleksownego, bazującego na różnorodnych narzędziach, badania. Ważne, aby instytucje kultury umiały czerpać wiedzę także z tych nieco mniejszych projektów badawczych, realizowanych bez nakładów finansowych i wyłącznie we własnym zakresie. Jak słusznie uważa Łukasz Gawel: „badania tego typu nie są kosztowną organizacyjnie ekstrawagancją, ale wymogiem, któremu musi sprostać każda współczesna instytucja kultury” (Gawel 2019: 121). A na pewno te, które są świadome konieczności rozwoju i modyfikowania swoich działań tak, aby stanowiły atrakcyjną ofertę dla obecnych i potencjalnych odbiorców.

| BIBLIOGRAFIA

1. Babbie E., (2004), *Badania społeczne w praktyce*, Warszawa, Wydawnictwo Naukowe PWN.

2. Bachórz A., Obracht-Prondzyński C., Stachura K., Zbieranek P., (2019), *Gra w Kulturę. Przemiany w polu kultury w dobie poszerzenia*, Gdańsk, Instytut Kultury Miejskiej.
3. Czarnecki S., (2015), *Nowa widowia. O promocji w kulturze*, Warszawa, Narodowe Centrum Kultury.
4. Gawel Ł., Skowron F., Szostak A., (2019), *Raport z projektu badawczego Krakowski odbiorca kultury*, Kraków, Wydawnictwo Attyka s.c.
5. Giddens A., (2006), *Socjologia*, Warszawa, Wydawnictwo Naukowe PWN.
6. Janus A., (2016), *Od widza, przez odbiorcę do użytkownika. Badania publiczności w instytucjach kultury*, [w:] *Użytkownik, zasoby, strategie. Instytucje kultury w środowisku cyfrowym*, Warszawa, Narodowy Instytut Audiowizualny.
7. Lechowski A., (2018), *Różne oblicza teatru 1905-1941*, [w:] A. Lechowski, K. Szczebiot, M. F. Zaniewska. *Kilka odsłon teatru białostockiego*, Białystok, Teatr Dramatyczny im. Aleksandra Węgierki w Białymstoku.
8. Mider D., (2013), *Jak badać opinię publiczną w Internecie? Ewaluacja wybranych technik badawczych*, „Studia Socjologiczne”, nr 1(62).