

Raport

z badania kapitału kulturowego i społecznego
mieszkańców dzielnicy Górna w mieście Łodzi
przeprowadzonego w ramach realizacji
projektu animacji kultury
„Generator Twórczej Energii”

Przygotował Rafał Mielczarek

Łódź
Czerwiec 2018



SPIS TREŚCI

Rozdział I	3
Charakterystyka projektu <i>Generator twórczej energii</i>	
Rozdział II	7
Realizacja badania potrzeb kulturowych wskazanych grup zdezaktywizowanych	
Rozdział III	8
Operacjonalizacja celów poznawczych projektu	
Rozdział IV	10
Analiza danych	
Problem nr 1 - Źródła informacji o wydarzeniach kulturalnych	
Problem nr 2 - Ocena stanu wydarzeń kulturalnych	
Problem nr 3 – Czas wolny	
Problem nr 4 – Zwyczaje i zainteresowania kulturalne badanych	
Załącznik nr 1 - kwestionariusz do ankiety dla mieszkańców	

Rozdział I

Charakterystyka projektu *Generator twórczej energii*

Centrum Kultury Młodych (dalej: CKM) przygotowało projekt animacji kultury o nazwie *Generator twórczej energii*. Projekt przygotowano w ramach szóstej edycji programu *Dom Kultury+ Inicjatywy lokalne* realizowanego przez Narodowe Centrum Kultury (dalej NCK) corocznie od 2013 roku.

Celem strategicznym programu *Dom Kultury+ Inicjatywy lokalne* w 2018 roku było „inicjowanie działań służących wzmocnieniu zaangażowania domów kultury w życie społeczności lokalnej, odkrywaniu i rozwijaniu potencjału i kapitału kulturowego jej członków oraz kulturotwórczych zasobów społeczności”¹. Program o tak zdefiniowanym celu został skierowany, według zamierzeń NCK, do domów kultury „które gotowe są prowadzić nowatorskie działania animacyjne projektowane w oparciu o przeprowadzoną wcześniej diagnozę i poddane ewaluacji, a ukierunkowane na bezpośrednią i bliską współpracę z przedstawicielami społeczności lokalnej”. W związku z powyższym NCK położyło nacisk na „nawiązywanie przez dom kultury stałych relacji z mieszkańcami miejscowości, na terenie których działa”, by w efekcie doprowadzić do stworzenia wspólnych inicjatyw na rzecz społeczności lokalnej i przestrzeni publicznej. Jednocześnie kooperacja między domami kultury a lokalną społecznością i wytworzone w tym procesie relacje miały się przełożyć na inicjowanie nowych praktyk w zarządzaniu kulturą wspomagających rozwój kapitału społecznego i kulturowego i wzmocniających rolę domu kultury jako instytucji integrującej wspólnotę.

Program *Dom Kultury+ Inicjatywy lokalne* był wpisany, w swoich głównych punktach, w ramę teoretyczną badania kultury, zaproponowaną w książce pt. *Diagnoza kultury*, przygotowanej przez interdyscyplinarny zespół badaczy, składający się z socjologów, kulturoznawców i etnologów. Zawarta w niej koncepcja opierała się na kilku zasadniczych założeniach.

1. Za podstawę rozważań przyjęto antropologizujące (globalne) ujęcie kategorii kultury. Badacze przeorientowali swoją perspektywę badania kultury z analizy społecznych form kultury (takich jak sztuka, religia itp.) na poszukiwanie „kulturowości” we wszystkich formach społecznych.
2. Zrezygnowano z klasycznego ujęcia kategorii „zbiorowości” - jako grupy o ukształtowanej i podzielanej tożsamości, posiadającej poczucie odrębności, a także zamieszkującej wspólne

¹ Wszystkie informacje dotyczące celów, adresatów i sposobów realizacji omawianego programu przygotowanego przez Narodowe Centrum Kultury zostały zaczerpnięte ze strony internetowej dedykowanej programowi (<https://www.nck.pl/dotacje-i-stypendia/dotacje/programy-dotacyjne-nck/dom-kultury/edycje-programu-dom-kultury-i-dom-kultury-inicjatywy-lokalne>, dostęp 10.06.2018)

terytorium. Przyjęto założenie, że zbiorowość mogą również tworzyć aktorzy oddaleni w przestrzeni o odmiennych tożsamościach, jednak - co ważne z punktu widzenia dynamiki rozwoju relacji społecznych w Internecie - komunikujący się ze sobą i współdziałający.

3. Diagnoza kultury ma charakter transdyscyplinowego, otwartego procesu studiów, który łączy działania w terenie z nieustannym namysłem nad tymi działaniami. Ponadto diagnozowanie nie jest procesem zachodzącym „na zewnątrz” kultury, lecz jej integralnym elementem oraz, co za tym idzie, czynnikiem, który diagnozowaną kulturę współtworzy. Ostatnie założenie jest ważne z metodologicznego punktu widzenia, gdyż rezygnuje z pozytywistycznego rozdziału aksjologii od poznania.

Centrum Kultury Młodych to jedna z 13 instytucji kulturalnych w Łodzi o statusie domu kultury oraz jedna z dwóch tego typu instytucji działająca na terenie dzielnicy Łódź-Górna². CKM posiada dwie siedziby, siedzibę główną usytuowaną przy ul. Lokatorskiej 13 oraz filię w klubie „Dąbrowa”, przy ul. Dąbrowskiego 93. Oferta usług kulturalnych jest adresowana do mieszkańców całego miasta i województwa³.

Kierując się głównymi wskazaniem programu „Dom Kultury+ Inicjatywy lokalne”, Centrum Kultury Młodych przygotowało projekt zaadresowany do kilku grup mieszkańców dzielnicy Łódź-Górna, które w opinii animatorów z CKM są najmniej widoczne i najmniej aktywne w działaniach zbiorowych. Opinię oparto na wstępnym rozpoznaniu. W jego wyniku wytypowano 4 następujące grupy zdezaktywizowane społecznie.

- 1) Osoby młode w wieku od 14 do 26 lat.
- 2) Mężczyźni we wszystkich kategoriach wiekowych.
- 3) Osoby niedowidzące.
- 4) Mniejszość Romska zamieszkującą dzielnicę Łódź-Górna.

Zgodnie z ogólnymi zamierzeniami wyrażonymi we wprowadzeniu do *Generatora twórczej energii*, diagnoza stanu realizacji potrzeb kulturowych wybranych grup oraz działania animacyjne zorientowane na włączenie i aktywizację tych grup miały przyczynić się do poprawy relacji międzyludzkich wszystkich mieszkańców dzielnicy. Pomysłodawcy zaakcentowali w tym punkcie dwojakie znaczenie pojęcia „włączanie”, czy nawiązali twórczo do założeń programu NCK. Zwrócili oni mianowicie uwagę, że „włączanie” należy rozumieć nie tylko zgodnie z powszechnym, socjologicznym sposobem ujęcia terminu, czyli jako formę pomocy socjalnej, ale także jako włączanie-uruchamianie potencjału wrażliwości, empatii wobec innych i przełamywanie barier izolujących i dezaktywizujących ludzi, które to bariery tkwią w zbiorowej świadomości.

² Dane ze strony internetowej Urzędu Miasta Łodzi (<https://uml.lodz.pl/czas-wolny/kultura-i-rozrywka/instytucje-kultury/domy-kultury/>, (dostęp 10.06.2018)

³ Informacja ze strony internetowej CKM. http://ckm.lodz.pl/?page_id=62 (dostęp 10.06.2018)

Ogólne zamierzenia *Generatora twórczej energii* zostały przełożone na zestaw celów i rezultatów, które panowano osiągnąć w trakcie realizacji projektu. Pomysłodawcy wyszczególnili cel ogólny i rezultat finalny oraz pięć zestawów celów i rezultatów szczegółowych (informacje zaprezentowano w tabeli nr 1).

Tabela nr 1. Cele i rezultaty zaplanowane w ramach projektu *Generator twórczej energii* (źródło: informacje udzielone przez koordynatora projektu)

CEL OGÓLNY	REZULTAT FINALNY
<p>Celem projektu jest zachęcenie czterech grup odbiorców (młodzież w wieku 14-26 lat, mężczyźni, społeczność romska, osoby niewidome) do aktywności i współtworzenia oferty skierowanej do mieszkańców dzielnicy Łódź - Górna organizowanych przez nasz Dom Kultury. Po wstępnej analizie wyników pierwszej części zadania wspólnie zorganizujemy wydarzenia będące odpowiedzią na potrzeby lokalnej społeczności.</p>	<p>Rezultatem tych działań będzie precyzyjny obraz potrzeb oraz zainteresowań, na podstawie którego będzie można przygotować ofertę działań ściśle przygotowanych pod osoby docelowe.</p>
SZCZEGÓŁOWE CELE I REZULTATY	
<p style="text-align: center;">Cel nr 1</p> <p>Odnalezienie w bliskim sąsiedztwie osób posiadających ciekawe i niespotykane pasje i talenty.</p>	<p style="text-align: center;">Rezultat nr 1</p> <ul style="list-style-type: none"> - przygotowanie projektów, spotkań i prezentacji w trakcie których społeczność mogłaby poznać lokalnych artystów lub osoby o ciekawych zainteresowaniach inspirujących do podjęcia własnych działań. - integracja mieszkańców poszczególnych osiedli dzielnicy Łódź – Górna. - podwyższenie poczucia wartości osób utalentowanych lub posiadających niespotykane i ciekawe pasje
<p style="text-align: center;">Cel nr 2</p> <ul style="list-style-type: none"> - przeciwdziałanie izolacji społecznej młodych ludzi; poznanie ich potrzeb , potencjału, zachęcenie "do działania". - przeprowadzenie szeroko zakrojone działania analizy potrzeb młodzieży mieszkającej w naszej okolicy. 	<p style="text-align: center;">Rezultat nr 2</p> <ul style="list-style-type: none"> - zmniejszenie poczucia izolacji społecznej osób młodych. - ukierunkowanie młodzieży na działania grupowe, angażujące rówieśników w dążenie do realizacji interesujących ich wydarzeń.

<p style="text-align: center;">Cel nr 3</p> <ul style="list-style-type: none"> - zwrócenie uwagi na młodych ludzi - przedstawicieli kultury Romów, którzy są obecni w sąsiedztwie a nie integrują się z pozostałymi mieszkańcami. Problem dotyczy przede wszystkim młodych ludzi, o których nic nie wiemy. - przeciwdziałanie stereotypom wynikającym z postrzegania kultury romskiej wśród mieszkańców dzielnicy Łódź - Górna. - integracja przedstawicieli mniejszości etnicznej Romów z pozostałymi mieszkańcami. 	<p style="text-align: center;">Rezultat nr 3</p> <ul style="list-style-type: none"> - zaangażowanie Romów w działalność społeczną - poznanie kultury Romów, prezentacja jej wśród lokalnej społeczności. - integracja wielokulturowa poprzez wspólne działania.
<p style="text-align: center;">Cel nr 4</p> <ul style="list-style-type: none"> - aktywizacja mężczyzn; zwiększenie udziału mężczyzn w tworzeniu inicjatyw sprzyjających wzmocnieniu relacji międzyludzkich poza pracą zawodową. - poszerzanie więzów rodzinnych poprzez wspólne działania dla dzieci i ich ojców lub całych rodzin związane z ich zainteresowaniami i pasjami. 	<p style="text-align: center;">Rezultat nr 4</p> <ul style="list-style-type: none"> - spotkania i warsztaty organizowane dla samych mężczyzn (Wstępne rozeznanie wykonane wśród ojców dzieci biorących czynny udział w zajęciach Centrum Kultury Młodych sugeruje pojawienie się zajęć związanych z grami grupowymi np brydż, szachy itp.) Oczekiwanym rezultatem będzie potwierdzenie lub zaprzeczenie takiego zapotrzebowania i dotarcie z informacją do jak największej grupy osób.
<p style="text-align: center;">Cel nr 5</p> <ul style="list-style-type: none"> - przeciwdziałanie izolacji społecznej osób niewidomych i niedowidzących dla których w naszej okolicy nie odbywają się żadne warsztaty i zajęcia. - zmniejszenie barier psychologicznych ograniczających aktywność w/w osób. - edukacja osób zdrowych w zakresie współpracy i współżycia z osobami mającymi problem ze wzrokiem. 	<p style="text-align: center;">Rezultat nr 5</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rezultatem tych spotkań i rozmów mają być działania, które pozwolą przełamać bariery i stworzyć bezpieczną i przyjazną przestrzeń dla osób mających problem ze wzrokiem. - zwiększenie empatii i wiedzy na temat życia i problemów osób niewidomych i niedowidzących.

Rozdział II

Realizacja badania potrzeb kulturowych wskazanych grup zdezaktywizowanych

Badanie zostało podzielone na dwie części ze względu na specyfikę dwóch grup mieszkańców dzielnicy, do których skierowany był projekt, a mianowicie grupy osób niewidomych i słabowidzących oraz lokalnej mniejszości romskiej. Zespół CKM zorganizowało specjalne spotkania konsultacyjne dla tych grup, które miały pozwolić na zgromadzenie informacji o stanie ich uczestnictwa w kulturze oraz potrzebach kulturalnych. Ze spotkań sporządzono oddzielne raporty.

Osoby młode oraz mężczyźni badano przy użyciu ankiety internetowej, której kwestionariusz został przygotowany przez zespół animatorów z Centrum Kultury Młodych i stworzony przy użyciu formularza Google. Kwestionariusz zawierał 13 pytań problemowych i 2 pytania metryczkowe (pytanie o wiek i pytanie o płeć). Autorzy umieścili w kwestionariuszu dwa punkty z informacjami dla osób zainteresowanych współpracą z CKM przy pracach animacyjnych.

Informację o badaniu umieszczono na stronie internetowej CKM oraz na profilu facebookowym CKM. Dane gromadzono w maju br. Zankietowano 252 osoby, w tej liczbie 115 kobiet i 137 mężczyzn. Szczegółową charakterystykę próby z podziałem na płeć i kategorie wiekowe pokazuje tabela nr 2.

Tabela nr 2. Charakterystyka grupy badawczej pod względem płci i wieku (n=252)

wiek badanych	do 17 lat	od 18 do 24 lat	od 25 do 30 lat	od 31 do 55 lat	powyżej 55 lat	Suma
kobiety	37	56	19	3	0	115
mężczyźni	43	39	8	32	15	137
Suma	80	95	27	35	15	252

Rozdział III

Operacjonalizacja celów poznawczych projektu

Cele poznawcze projektu zoperacjonalizowano w 13 pytaniach zawartych w kwestionariuszu ankiety (**Załącznik nr 1**). Pytania można podzielić na pięć grup problemowych.

GRUPA 1: Źródła informacji o wydarzeniach kulturalnych

1. *Skąd czerpie Pan/Pani informacje o ofercie kulturalnej w mieście i czy te informacje są wystarczające?* (**pytanie nr 1** w kwestionariuszu)
2. *Czy słyszał/a Pan/Pani o Centrum Kultury Młodych?* (**pytanie nr 12** w kwestionariuszu)

GRUPA 2: Ocena stanu wydarzeń kulturalnych

3. *Jak ocenia Pan/Pani w skali 1-10 ofertę kulturalną w mieście?* (**pytanie nr 2** w kwestionariuszu)
4. *Proszę wymienić trzy najważniejsze wydarzenia kulturalne, które miały miejsce w Łodzi w 2017/2018 roku.* (**pytanie nr 9** w kwestionariuszu)

GRUPA 3: Czas wolny

5. *Kiedy ma Pani/Pan najwięcej czasu wolnego?* (**pytanie nr 5** w kwestionariuszu)
6. *W jaki sposób najchętniej spędza Pani/Pan czas wolny?* (**pytanie nr 6** w kwestionariuszu)

GRUPA 4: Zwyczaje i zainteresowania kulturalne

7. *W jakich wydarzeniach kulturalnych Pan/Pani uczestniczy? [Można zaznaczyć kilka odpowiedzi – przy wybranych proszę wybrać ile razy w ciągu ostatniego roku brał/a Pan/Pani udział w wymienionych wydarzeniach.]* (**pytanie nr 8** w kwestionariuszu)
8. *Jaka jest najczęstsza przyczyna rezygnacji z udziału w wydarzeniach kulturalnych na terenie naszego miasta?* (**pytanie nr 4** w kwestionariuszu)
9. *Które z poniższych zainteresowań odnosi się do Pani/Pana najbardziej?* (**pytanie nr 7** w kwestionariuszu)
10. *Z jakich form rozwijania własnych zainteresowań korzysta Pani/Pan lub/ i członkowie Pani/Pana rodziny?* (**pytanie nr 13** w kwestionariuszu)

GRUPA 5: Preferowane obszary aktywizacji

11. *W którym wydarzeniu najchętniej wzięłaby Pani/wziąłby Pan udział?* (**pytanie nr 3** w kwestionariuszu)

12. *Jakie wydarzenie kulturalne (jednorazowo lub cyklicznie) przy wsparciu Centrum Kultury Młodych mógłby Pan/Pani zorganizować osobiście na terenie Miasta Łódź? [Można wybrać/podkreślić więcej niż jedną odpowiedź.]* (**pytanie nr 10** w kwestionariuszu)
13. *Posiada Pan/Pani czas wolny, odrobinę pieniędzy i grupę przyjaciół, jakie JEDNO wydarzenie kulturalne organizowałibyście Państwo na terenie Miasta Łodzi? Na czym by polegało to wydarzenie? Jak by było zorganizowane? [Proszę je krótko opisać.]* (**pytanie nr 11** w kwestionariuszu)

Pierwszą grupę tworzyły dwa pytania: nr 1 i nr 12, które odnosiły się do kwestii źródeł informacji o wydarzeniach kulturalnych, jakości tych informacji oraz wiedzy o działaniach Centrum Kultury Młodych. Drugą grupę kolejne dwa pytania: nr 2 i nr 9, które odnosiły się do kwestii oceny oferty kulturalnej miasta. Trzecią grupę tworzyły cztery pytania: nr 5, nr 6, analizujące ilość wolnego czasu badanych oraz sposoby jego spędzania. Grupę czwartą stanowiły pytania nr 4, nr 7, nr 8 i nr 13, zorientowane na naszkicowanie obrazu zwyczajów i zainteresowań badanych w sferze aktywności kulturalnej. Wreszcie piątą grupę problemową tworzyły trzy pytania: nr 3, nr 10 i nr 11, analizujące wskazywane obszary preferowanej aktywizacji kulturalnej badanych.

Rozdział IV

Analiza danych

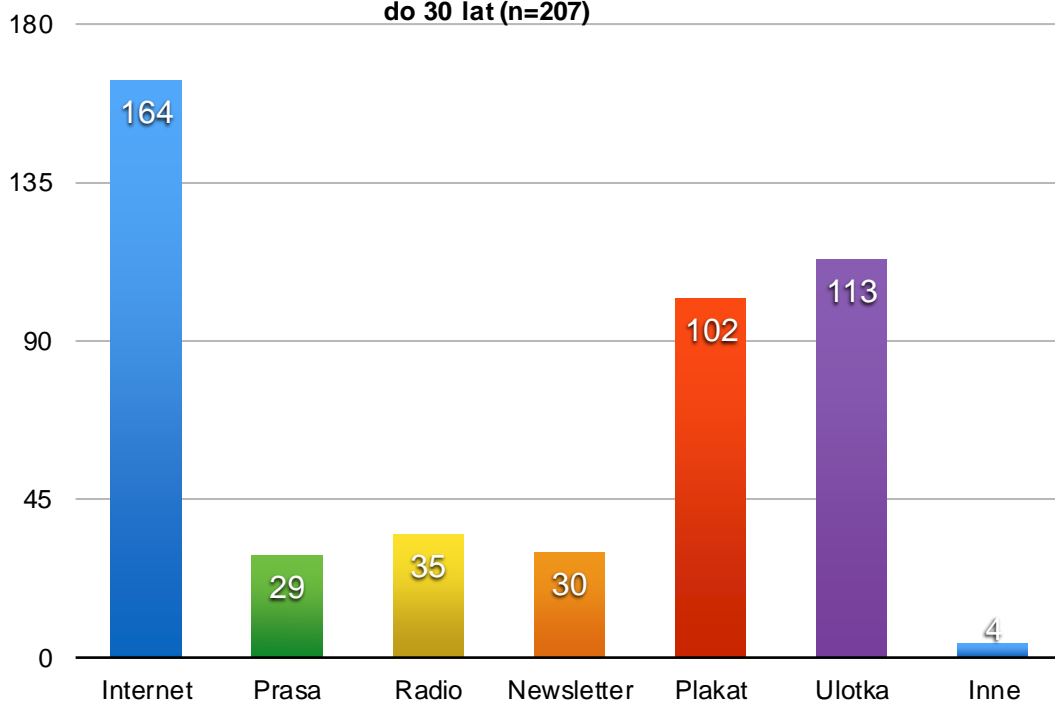
Problem nr 1 - Źródła informacji o wydarzeniach kulturalnych

Głównym źródłem wiedzy o lokalnej ofercie kulturalnej jest w zankietowanej grupie Internet. Internet był wskazywany na pierwszym miejscu w odpowiedziach badanych we wszystkich grupach wiekowych, bez względu na płeć. Drugi i trzeci wybór pokazywał niewielkie różnicowanie w grupie zankietowanych. W czterokrotnie liczniejszych, połączonych kategoriach osób do 30 roku życia wśród wskazań drugiego wyboru dominowała ulotka. W mniej licznych dwóch kategoriach mężczyzn powyżej 30 roku życia wśród wskazań drugiego wyboru dominował plakat. Dlatego w całej grupie zankietowanych drugą, najczęściej wskazywaną alternatywą w zakresie deklarowanych źródeł informacji była ulotka, a plakat miał trzecie miejsce wśród wybieranych alternatyw.

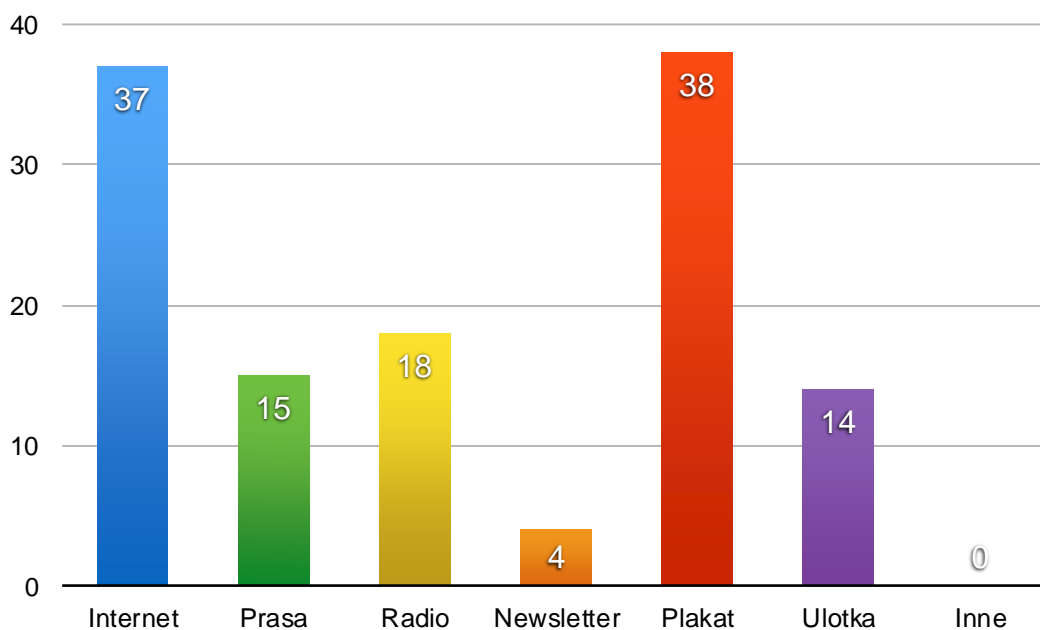
Jednocześnie zsumowane ilości wskazań określonych alternatyw, bez względu na miejsce wskazania w porządku wyboru, ponownie pokazały niewielkie różnicowanie w zakresie wykorzystania źródeł informacji o kulturze między kategoriami osób do 30 roku życia a kategoriami mężczyzn powyżej 30 roku życia. W grupie 202 osób młodych Internet zdecydowanie dominował i był wskazywany 163 razy, podczas kiedy ulotka znajdująca się na drugi miejscu 113 razy. W grupie 50 osób starszych zsumowanie wszystkich wyborów dało pierwsze miejsce plakatowi (wskazywany 38 razy) przed Internetem (wskazywanym 37 razy). W grupie mężczyzn powyżej 30 roku życia wciąż pewną rolę w dostarczaniu informacji, lecz już niewielką, odgrywają prasa i radio. Wykresy nr 1 i nr 2 ilustrują rozkłady ilości wyborów każdego ze źródeł informacji, bez względu na miejsce wyboru, w dwóch grupach wiekowych: osób do 30 roku życia i mężczyzn powyżej 30 roku życia.

Powyższe informacje mają duże znaczenie z punktu widzenia zmian cywilizacyjnych, których najważniejszym czynnikiem są technologie mobilne z Internetem w centrum. Rosnąca rola Internetu (nie tylko rola technologiczna, czy ekonomiczna, ale społeczna i kulturowa) przełożyła się na powstanie nowej formy wykluczenia społecznego - wykluczenia cyfrowego. Ten rodzaj wykluczenia dotyka, między innymi, osoby starsze, o mniejszym potencjale uczenia się nowych rzeczy. Zagregowanie odpowiedzi na pytanie nr 1 pokazały, że w badanej grupie nie istnieje problem wykluczenia cyfrowego.

Wykres nr 1. Źródła informacji o ofercie kulturalnej osób w wieku do 30 lat (n=207)



Wykres nr 2. Źródła informacji o ofercie kulturalnej mężczyzn w wieku powyżej 30 lat (n=45)



W kafeterii pytania nr 1 znalazły się też dwie spolaryzowane alternatywy dotyczące oceny zakresu wyczerpawalności uzyskiwanych informacji. Badani mogli ocenić, czy informacje o ofercie kulturalnej są wystarczające, czy też nie są wystarczające. W sumie odpowiedzi na tę kwestię udzieliło nieco mniej niż połowa wszystkich zankietowanych (123 osoby). W grupie osób do 30 lat odpowiedzi udzieliło 115 badanych, w grupie osób powyżej 30 lat odpowiedzi udzieliło 8 badanych. Większości wszystkich zankietowanych (95 odpowiedzi) stwierdziła, że uzyskiwane informacje są w ich ocenie wystarczające. Tylko 28 odpowiedziało, że otrzymywane informacje nie są w ich ocenie wystarczające. Proporcje obu wybieranych odpowiedzi różniły się o obu grupach wiekowych. W grupie osób młodych przeważały znacznie (93 do 22) odpowiedzi, że informacje uzyskiwane o ofercie są wystarczające. W grupie osób starszych przeważały odpowiedzi (6 do 2), że uzyskiwane informacje nie są wystarczające. Rozkłady wybieranych odpowiedzi prezentuje tabela nr 3.

Odpowiedzi uzyskane z tego pytania są zastanawiające w połączeniu z odpowiedziami na pytanie o źródła pozyskiwanych informacji. Pierwszoplanowa rola Internetu, wskazywana zgodnie przez przytłaczającą większość respondentów, bez względu na wiek i płeć, wraz z rozbieżnością w ocenie jakości uzyskiwanych informacji, każą rozważyć kwestię cyfrowych kompetencji osób starszych. W związku z czym należałoby sprawdzić, czy - i jeśli tak, to w jakim stopniu - kompetencje cyfrowe osób starszych odbiegają od dominanty w populacji, które jest punktem odniesienia dla zmian nieustannie wprowadzanych w technologiach komunikacyjnych.

Tabela nr 3. Oceny zakresu wyczerpawalności uzyskiwanych informacji w dwóch kategoriach – osób do 30 roku życia i osób powyżej 30 roku życia (n=252)

wiek badanych	do 30 lat	Powyżej 30 lat	Suma
Uzyskane informacje nie są wystarczające	22	6	28
Uzyskane informacje są wystarczające	93	2	95
Suma	115	8	123

Na pytanie nr 12 o wiedzę o istnieniu i funkcjonowaniu Centrum Kultury Młodych udzieliło odpowiedzi 250 badanych. Nieco ponad połowa respondentów (131 odpowiedzi) słyszała o Centrum Kultury Młodych, 119 osób nie słyszało o CKM. W przypadku tej kwestii proporcje odpowiedzi twierdzących i przeczących są odmienne w obu grupach wiekowych. W grupie osób młodych przeważały nieznacznie (109 do 96) odpowiedzi twierdzące. W grupie osób starszych przeważały odpowiedzi przeczące (23 do 22). Rozkłady wybieranych odpowiedzi prezentuje tabela nr 4.

Tabela nr 4. Wiedza o funkcjonowaniu Centrum Kultury Młodych (n=252)

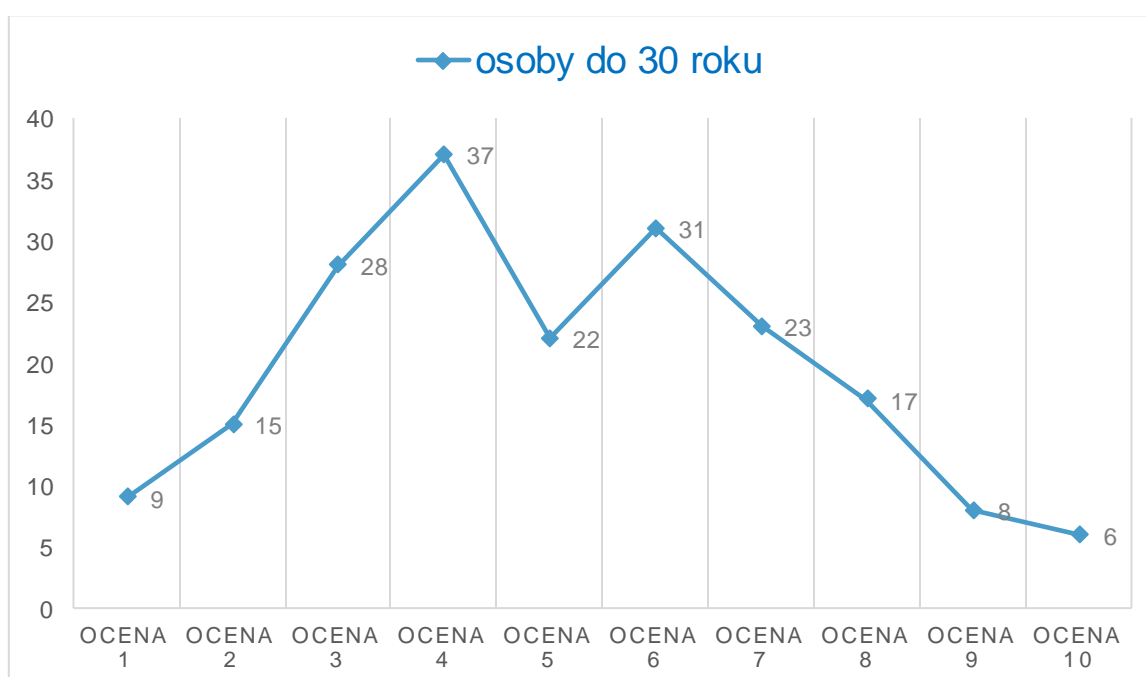
wiek badanych	do 30 lat	Powyżej 30 lat	Suma
Badani, którzy nie słyszeli o CKM	96	23	119
Badani, którzy słyszeli o CKM	109	22	131
Suma	205	45	250

Problem nr 2 - Ocena stanu wydarzeń kulturalnych

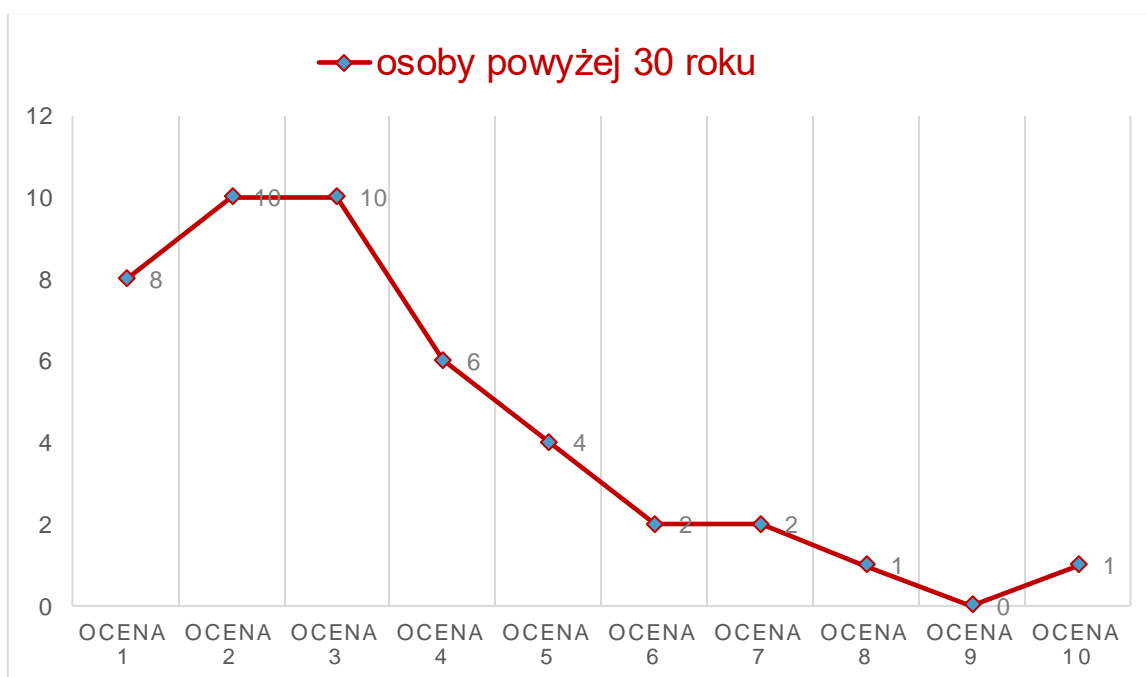
Ocena oferty kulturalnej miasta

Badani ocenili ofertę kulturalną miasta niewysoko. W grupie osób młodych dominowały oceny od 4 do 6. Dominantę stanowiła zaś ocena 4. W grupie osób starszych oceny były zdecydowanie niskie, dominantę stanowiły wartości 2 i 3 (po 10 wskazań, w sumie 44% ogółu badanych w kategorii wieku ponad 30 lat). Płeć nie była czynnikiem różnicującym oceny. Rozbieżności między średnią ocen kobiet do 30 roku życia a średnią ocen mężczyzn do 30 roku życia wynosiła pół punktu w dziesięciopunktowej skali. Młode kobiety oceniały ofertę kulturalną miasta nieznacznie wyżej (średnia 5,2) od młodych mężczyzn (średnia 4,7). Rozkład ocen w grupach pokazują wykresy nr 3 i nr 4.

Wykres nr 3. Ocena oferty kulturalnej miasta osób do 30 roku życia (n=207)



Wykres nr 4. Ocena oferty kulturalnej miasta osób powyżej 30 roku życia (n=45)

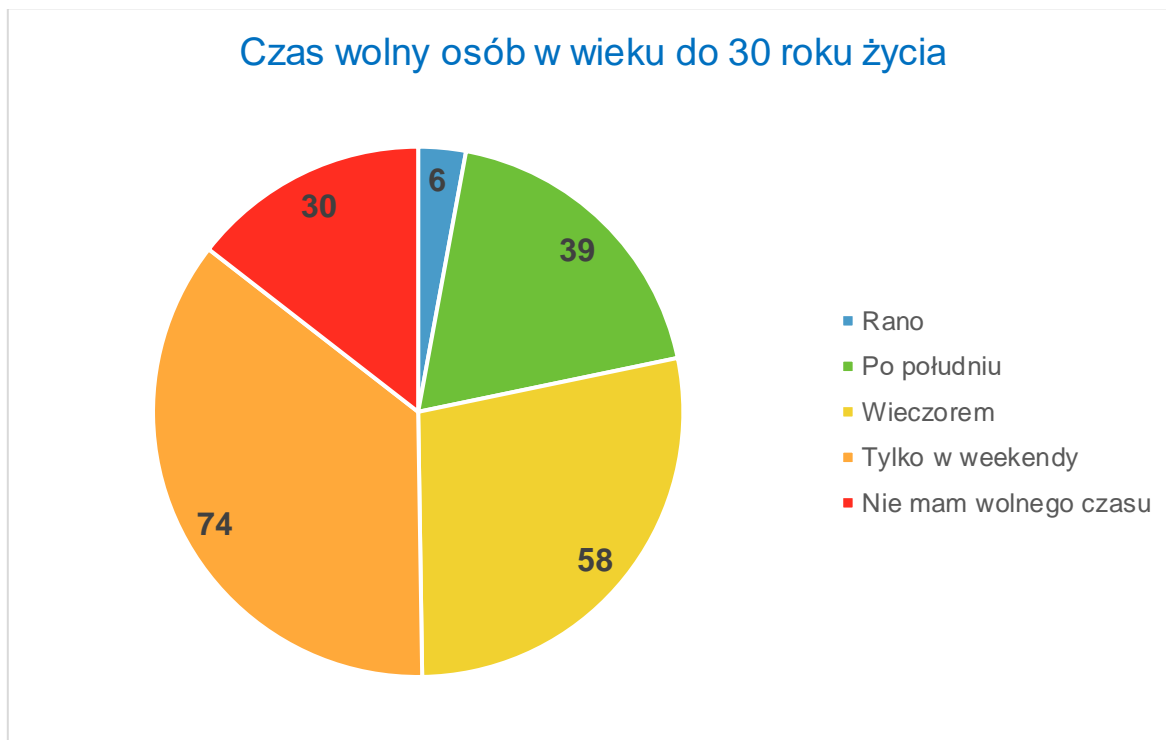


Wiedza o ofercie kulturalnej miasta

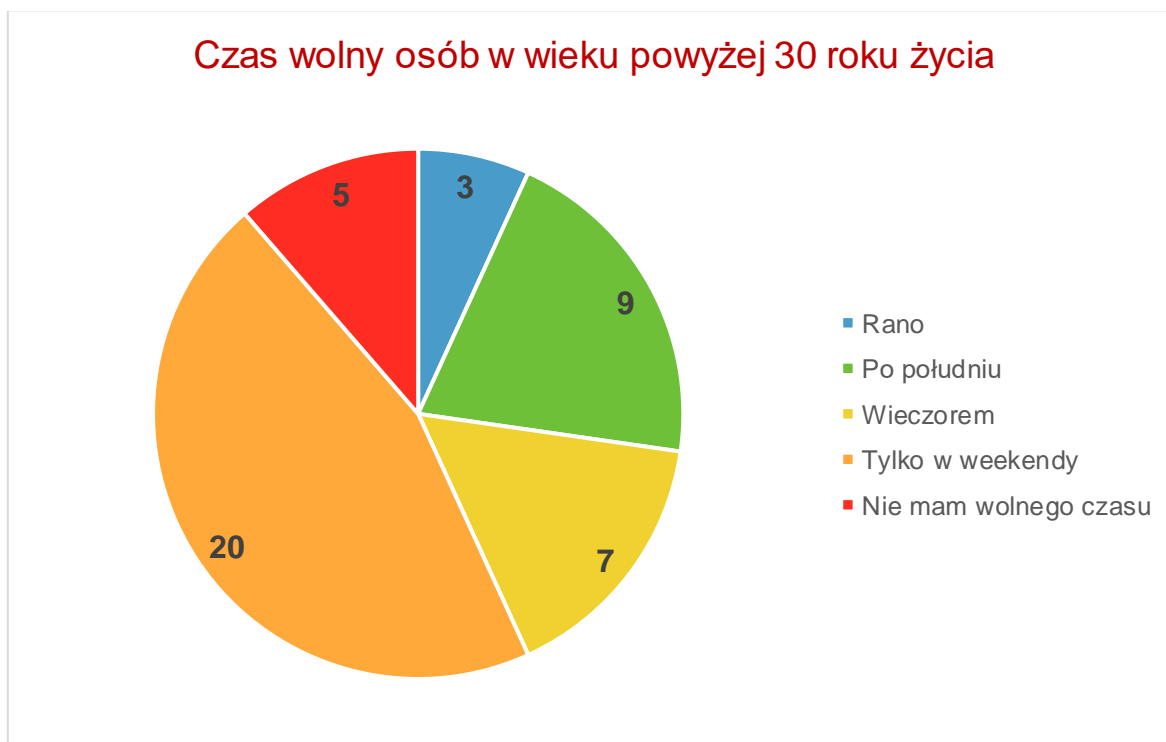
Pytanie nr 9, które badało wiedzę respondentów o życiu kulturalnym miasta przyniosło odpowiedzi wskazujące dużą rozbieżność w rozeznaniu w ofercie kulturalnej występującą między grupami respondentów przed i po 30 rokiem życia. Odpowiedzi potwierdziły również przypuszczenie animatorów z CKM, że wybrane do badania grupy mieszkańców dzielnicy funkcjonują poza głównym nurtem życia kulturalnego miasta. W 45 osobowej grupie osób powyżej 30 roku życia tylko 3 badanych udzieliło odpowiedzi na to pytanie, z czego jeden napisał, że „nie wie”, jakie są te trzy najważniejsze wydarzenia minionego roku. Dwóch pozostałych dało z kolei odpowiedzi, po których trudno zidentyfikować wydarzenie kulturalne, które mieli na myśli (były to odpowiedzi: „Festiwal filmowy”, „jarmark świąteczny”). W grupie osób do 30 roku życia odpowiedzi na to pytanie udzieliła ponad połowa ankietowanych (120 osób na 207). W tej liczbie 35 osób wymieniło tylko jedno wydarzenie ważne kulturalnie. Dwie osoby napisały, że nie są niczym zainteresowane. Jeden respondent wymienił targi pracy jako ważne wydarzenie kulturalne, które odbyło się w minionym roku. W grupie 83 badanych, którzy wymienili co najmniej 2 wydarzenia, największą ilość głosów zdobyły trzy imprezy (podane dalej w kolejności uzyskanych głosów): Finał Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy (80 wskazań), Festiwal świateł (47 wskazań) i Noc muzeów (25 wskazań).

Problem nr 3 – Czas wolny

Wykres nr 5. Czas wolny osób w wieku do 30 roku życia (n=207)



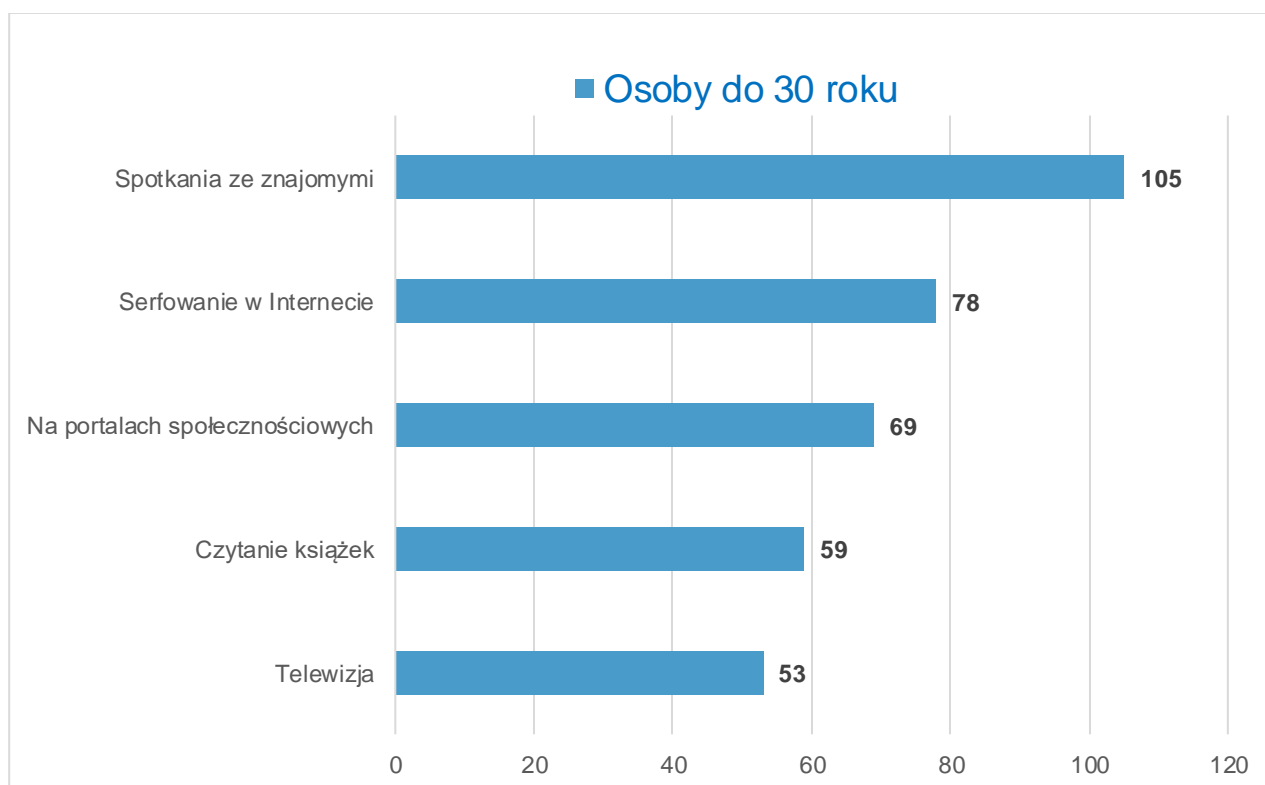
Wykres nr 6. Czas wolny osób w wieku powyżej 30 roku życia (n=45)



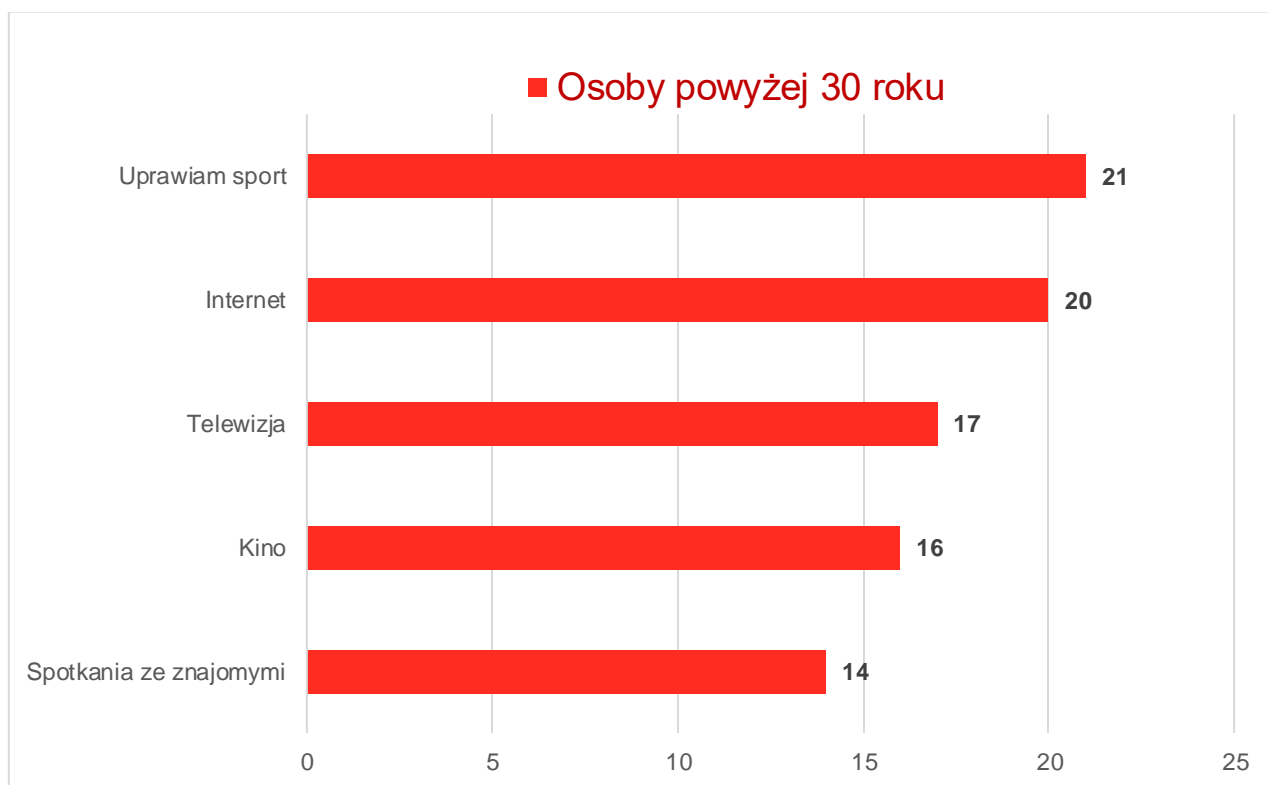
Wykresy nr 5 i nr 6 ilustrują odpowiedzi respondentów, udzielane na pytanie nr 5 o deklarowaną strukturę wolnego czasu. Wyniki potwierdzają społecznie dominujący sposób funkcjonowania w czasie. Wyniki pokazują też interesującą niewielką rozbieżność między ilością wolnego czasu, jaką posiadają przedstawiciele każdej z grup wiekowych. Badanie należący do grupy osób młodych mają więcej wolnego czasu od badanych z grupy osób starszych jedynie wieczorami. Młodzi deklarowali, że mają mniej czas wolnego w pozostałych porach dniach, ale także w weekendy. W grupie młodych większa ilość osób (ujętych procentowo) deklarowała, że nie dysponuje czasem wolnym (14% młodych do 11% osób powyżej 30 roku).

Obie grupy różniły się także strukturą preferowanych form spędzania wolnego czasu. W grupie osób powyżej 30 roku dominowały tradycyjne dla kultury popularnej formy spędzania wolnego czasu. W grupie osób do 30 roku zdecydowanie dominował rozrywki związane z wykorzystaniem Internetu (portali społecznościowych). Jednocześnie połączone odpowiedzi „Przeoglądam strony internetowe” i „Korzystam z portali społecznościowych” dały Internetowi drugą pozycję wśród sposobów spędzania wolnego czasu, wybieranych w grupie osób powyżej 30 roku życia. Wykresy nr 7 i nr 8 ilustrują rozkład wyborów. Wyszczególniono pięć najczęściej wskazywanych alternatyw, resztę połączono w kategorii „inne”.

Wykres nr 7. Preferowane sposoby spędzania czasu wolnego osób w wieku do 30 roku życia (n=207)



Wykres nr 8. Preferowane sposoby spędzania czasu wolnego osób w wieku powyżej 30 roku życia (n=45)



Problem nr 4 – Zwyczaje i zainteresowania kulturalne badanych

Czynniki sprzyjające dezaktywacji kulturalnej

Głównym ograniczeniem aktywności kulturalnej (pytanie nr 4) jest według deklaracji badanych brak pieniędzy. Ten powód dominował zarówno wśród wskazań w grupie osób młodszych (w tej grupie ponad połowa dała taką odpowiedź) jak i w grupie osób starszych (tutaj odsetek spadł do 33%). Kolejnym czynnikiem ograniczającym aktywność kulturalną był brak czasu. Jednocześnie, respondenci, zapytani o sposoby spędzania wolnego czasu, wskazywali najczęściej na „tanie” i „nie czasochłonne” alternatywy, takiej jak muzyka, Internet, telewizja, spotkania ze znajomymi.

Formy samorozwoju kulturalnego

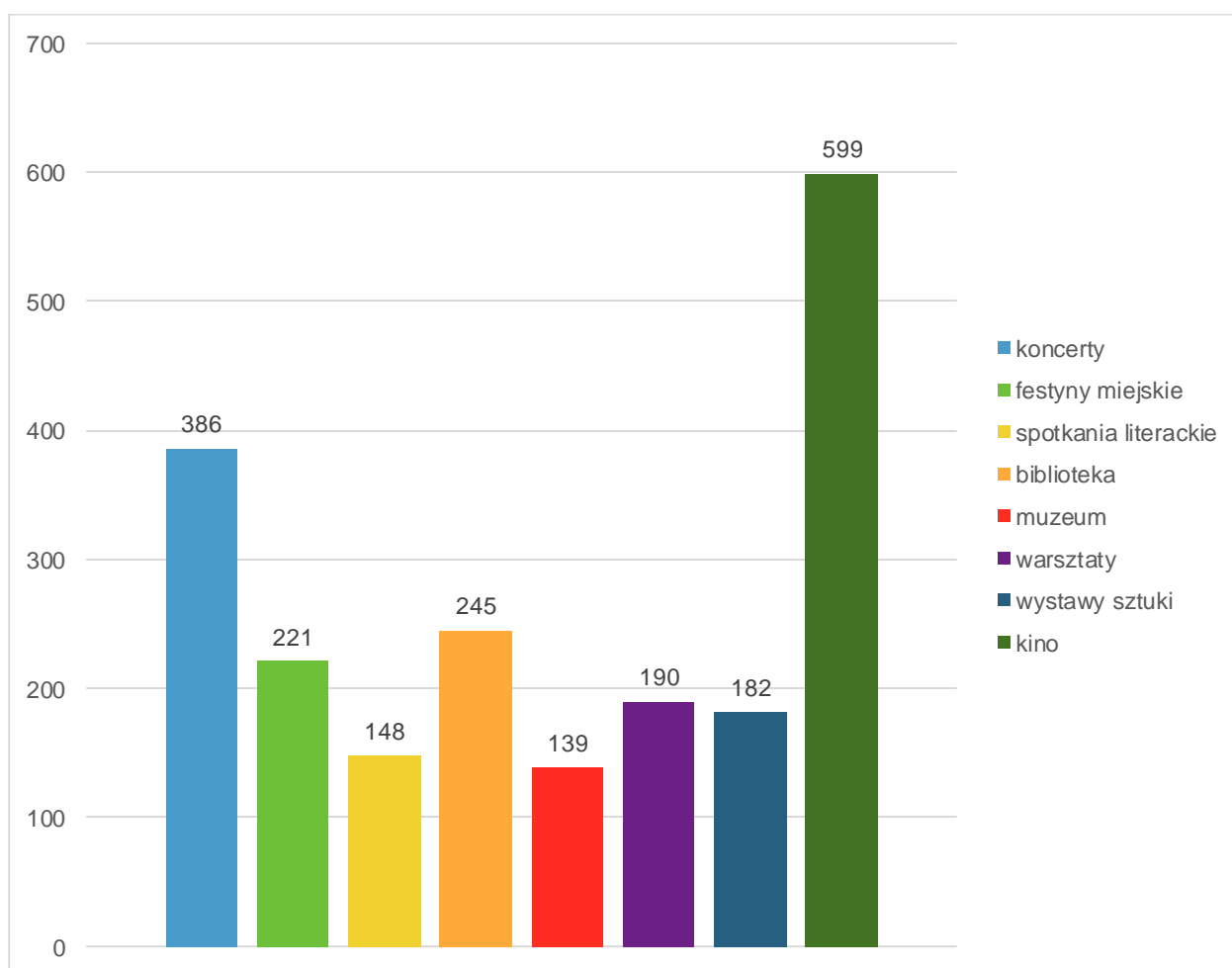
Istotne poznawczo odpowiedzi otrzymano w wyniku postawienia pytania nr 13, o wykorzystywane formy rozwijania własnych zainteresowań. W obu grupach wiekowych dwoma najczęściej wybieranymi wskazaniami były: „samodzielna twórczość” i „nie rozwijam pasji i zainteresowań”. To, co różniło grupy, to kolejność ilości wskazań każdej z opcji. W grupie osób do 30 roku życia brak aktywności samorozwojowej wskazało aż bliski 42% (80 osób na 207) badanych,

33% wskazało na samodzielną twórczość (63 z 207 osób). W grupie osób powyżej 30 roku życia dwie trzecie badanych wskazało na samodzielną twórczość jako formę samorozwoju (30 osób, 67%), zaś prawie jedna trzecia stwierdziła, że nie rozwija swoich zainteresowań.

Preferowane formy aktywności kulturalnej

Najpopularniejszą formą aktywności kulturalnej pozostaje kino (w obu grupach wiekowych). W ciągu minionego roku badani skorzystali z tej formy aż 599 razy na 2152 zsumowane wskazania zaproponowanych w kwestionariuszu alternatyw. Kolejną formą aktywności kulturalnej w porządku częstości wyboru były koncerty (386 wskazań). Na trzecim miejscu znalazła się biblioteka. Najrzadziej korzystano z oferty muzeów, ze spotkań literackich oraz wystaw sztuki. Indagowani o obszary, w których mogliby podjąć się działań animujących kulturę, badani wskazali ponownie koncerty, maratony filmowe i warsztaty. Odpowiedź na pytanie nr 7 ilustruje wykres nr 9.

Wykres nr 9. Preferowane formy aktywności kulturalnej (n=252)



Problem nr 5 – Preferowane obszary aktywizacji

Odpowiedzi na trzy pytania z piątej grupy problemowej, analizującej potencjalne obszary aktywizacji badanych, pokazały brak sprecyzowanych zainteresowań badanych oraz brak zainteresowania aktywizacją kulturalną. Na pytanie nr 3 o wydarzenie, w którym badani chcieliby wziąć udział, w obu grupach dominowały wskazania na imprezy masowe, takiej jak koncerty, zawody, pokazy filmów, w grupie do lat 30 pojawiły się też wskazania na pokazy teatralne.

Zbieżne z powyższymi odpowiedziami były odpowiedzi na pytanie nr 10 o rodzaj wydarzenia, które badani mogłyby zorganizować przy wsparciu Centrum Kultury Młodych. Ponownie w obu grupach wskazywano na możliwość organizacji imprez masowych, takich jak koncerty muzyczne, maratony filmowe i teatralne. W grupie osób do 30 roku życia wskazywano często na możliwość zorganizowania rozmaitych warsztatów.

Odpowiedzi na pytanie nr 11 pokazały, że tylko niewielka część badanych ma konkretny pomysł na organizację wydarzenia kulturalnego i chciałaby go zrealizować. W grupie osób do 30 roku życia jedynie 36 osób z 207 odpowiedziało na to pytanie. W grupie osób powyżej 30 roku życia padły tylko 4 odpowiedzi, z czego jednak zawierała stwierdzenie, że respondent nie wie, jak takie wydarzenie miałyby wyglądać. Osoby młode wskazywały w tym przypadku przede wszystkim chęć zorganizowania rozmaitych warsztatów i szkoleń (12 wskazań na 36 odpowiedzi). Ponownie pojawiły się też pomysły organizacji imprez masowych (koncertów, pikników, meczów – 8 wskazań).