

# **Diagnoza społeczności na podstawie z wyników badań ilościowych oraz jakościowych zrealizowanych w ramach projektu „Wykaż inicjatywę. Zoom na Górną”**

Dofinansowano ze środków Narodowego Centrum Kultury w ramach programu Dom Kultury+ Inicjatywy lokalne 2018.

Łódź 2018



"Wykaż inicjatywę. Zoom na Górną" zadanie dofinansowane w ramach Programu Narodowego Centrum Kultury - Domu Kultury+ Inicjatywy lokalne 2018  
Zadanie współfinansowane przez Miasto Łódź w ramach dotacji celowej

## 1. Problem z tożsamością dzielnicy

Łódź Górna jest obszarem o bardzo zróżnicowanej populacji, gdzie żyją mieszkańcy z osiedli o odmiennych tradycjach. Wielu z nich bowiem nie urodziło się w tej dzielnicy. Jak pokazuje analiza danych zastanych Łódź Górna jest też dzielnicą o bardzo dużych podziałach społecznych i ekonomicznych. Te i inne czynniki utrudniają mieszkającym tutaj ludziom znalezienie identyfikacji z okolicą, zbudowaniu „dzielnicowej tożsamości” czy też kształtowaniu patriotyzmu lokalnego. Potwierdzają to również wyniki jakościowego badania z lokalnymi liderami (przeprowadzonego metodą kawiarenki obywatelskiej przez Ośrodek Kultury Górna w dniu 24.04.2018). Wśród wyników ilościowego badania (metodą ankiety audytoryjnej i internetowej) „Ty i Ośrodek Kultury Górna”, przeprowadzonego przez Ośrodek między 28.03 a 30.04.2018, odpowiedź na pytanie dotyczące sposobów spędzania wolnego czasu pokazała, że bardzo wielu młodych ludzi spędza czas poza swoim osiedlem (56% z odpowiadających przy tylko 18,95% deklarujących wprost spędzanie czas na osiedlu) co może oznaczać brak identyfikowania się z nim.

## 2. Brak znajomości oferty Ośrodka Kultury Górna

Według wspomnianego powyżej badania ankietowego ilość respondentów (młodzieży i dorosłych) znających swoją lokalną instytucję kulturalną jest mała natomiast tych liczebność interesujących się jej ofertą jest jeszcze mniejsza. 78,19 % uczniów i 53,2% dorosłych nigdy nie było lub nie pamięta czy było w Ośrodku Kultury Górna. W wypadku oferty placówki 60,19% badanej młodzieży nie interesuje się nią i nie chce jej poznać. Bardziej optymistyczne były wyniki odpowiedzi dorosłych respondentów – 23,4% z nich znała ofertę działań ośrodka, 65,96% nie znała jej, ale była zainteresowana jej poznaniem. W powiązaniu z tym pojawia się pytanie w jaki sposób zwiększyć zasięg i skuteczność działań z zakresu reklamy Ośrodka. Wyniki badania ankietowego pokazują, że kluczowym może być skupienie się na cyfrowych kanałach komunikacji z potencjalnymi odwiedzającymi ponieważ najczęściej wybieranym przez uczniów źródłem informacji o wydarzeniach kulturalnych były portale społecznościowe (korzysta z nich w ten sposób ponad trzy czwarte badanych, dokładnie 79,14%). W wypadku dorosłych respondentów były to ponad dwie trzecie (68%) pytanych. Również w uzyskanych danych jakościowych media społecznościowe pojawiają się jako bardzo ważny dla mieszkańców sposób uzyskiwania ww. informacji co podkreślali oni podczas



przeprowadzonego dnia 12.05.2018 metodą "World Cafe" działania animacyjnego (połączonego ze spotkaniem konsultacyjnym z mieszkańcami).

Istotny może być jednocześnie bezpośredni kontakt z mieszkańcami i zaangażowanie ich by stawali się rozprowadzającymi informacje o wydarzeniach kulturalnych w swoim środowisku. W ww. badaniu zarówno młodzież jak i dorośli respondenci wskazywali, że drugim najważniejszym źródłem informacji o inicjatywach z zakresu kultury są dla nich rozmowy z rodziną, przyjaciółmi etc. (odpowiednio 54,5% i 46,8% dla każdej z wymienionych grup).

Również w zawartym w ankiecie pytaniu dotyczącym powodów zainteresowania, lub jego braku (w środowisku badanych), aktywnością Ośrodka Kultury Górna respondenci wypowiadający się na temat braku zainteresowania palcówką (czyli większość badanych) jako jeden z głównych powodów takiej sytuacji podają niewystarczającą promocję jego działalności (24,16% wszystkich odpowiadających na to pytanie w wypadku młodzieży i 30,77% wśród dorosłych)

Wyniki badania jednoznacznie ukazują konieczność poprawienia promocji działań organizowanych przez Ośrodek Kultury Górna, zwłaszcza w zakresie internetowym. Wskazane byłoby również uzyskanie efektu identyfikowania go przez mieszkańców jako ważnego dla nich miejsca, ciekawych inicjatyw, sąsiedzkich spotkań etc.

### **3. Potrzeba dostosowania oferty Ośrodka do zmian w oczekiwaniach mieszkańców**

Cytowane wcześniej ankietowe badanie uwidacznia iż respondenci w wieku szkolnym jako najważniejszy powód (32,49%, w tym wliczone odp. o braku dobrej oferty Ośrodka) nie uczęszczania do Ośrodka Kultury Górna podają swój brak zainteresowania aktywnością kulturalną. Może to pokazywać ich kojarzenie Ośrodka wyłącznie z działaniami z zakresu sztuki wysokiej (cytat jednego z badanych: „nie mam czasu na oglądanie obrazów”), a nie z bliskimi ich zainteresowaniami. W wypadków dorosłych wskazywali oni dużo rzadziej na brak dobrej oferty (10,26%) czy brak zainteresowania aktywnością kulturalną (~5,13%).

To samo badanie Ośrodka Kultury Górna pokazało, że tylko mniejsza część ankietowanej młodzieży była w jakimkolwiek domu lub ośrodku kultury. Większość badanych (57,82%) nigdy nie brała udziału w żadnym wydarzeniu organizowanym przez dowolny dom lub ośrodek kultury w Łodzi. W wypadku badania dorosłych, w którym występowała



nadrepzentacja osób z wyższym wykształceniem, występowała tendencja była odwrotna – 55,32% badanych dorosłych była na jakimkolwiek wydarzeniu. W tym kontekście należy również wziąć pod uwagę wymienione wcześniej dane dotyczące ilości młodzieży i dorosłych, którzy nigdy nie byli lub nie pamiętają odwiedzenia Ośrodka Kultury Górna (odpowiednio 78,19 % i 53,2%).

Prezentowane powyżej wyniki można interpretować jako wskazujące na dobre dopasowanie oferty Ośrodka do ukształtowanych, wykształconych odbiorców co sugerowałoby, że działania Ośrodka Kultury Górna powinny się skupić na stworzenia oferty pozwalającej na dotarcie do młodszych i/lub mniej wykształconych osób.

#### **4. Konieczność cykliczności inicjatyw**

Wspomniane jakościowe badanie przeprowadzone 24.04 z lokalnymi liderami społecznymi i kulturalnymi w swoich wynikach ukazało problem braku cykliczności ciekawych wydarzeń organizowanych przez Ośrodek Kultury Górna i mieszkańców (często korzystających z jego wsparcia np.: w formie mikro grantów). W ich opinii kolejni dzięki powtarzalności i regularności większa ilość osób ma okazję natrafić na daną inicjatywę, poznać innych pasjonatów danej tematyki. A to może być podstawą tworzenia nowych inicjatyw przez mieszkańców Górnej. W trakcie badania uczestnicy zwracali uwagę również na istotny wpływ cykliczności wydarzeń na wzmacnianie więzi mieszkańców z dzielnicą oraz wzajemnych więzi między nimi. Badani liderzy zwracali oni również uwagę jak bardzo ważne jest budowanie wspólnoty mieszkańców Górnej oraz wieloaspektowy rozwój ich samych oraz dzielnicy.

#### **5. Obszary zainteresowań mieszkańców i ich powiązanie z kształtowaniem oferty Ośrodka**

Na podstawie analizy wyników badania ankietowego sugerowanym kierunkiem tworzenia oferty kulturalnej ośrodka dla młodzieży byłoby skupienie się na działaniach związanych z kinem oraz muzyką na żywo w postaci koncertów ponieważ te dwa obszary pojawiały się najczęściej w odpowiedziach uczniów (odpowiednio 64,67% oraz 57,21%). Umieszczenie w ofercie wydarzeń/zajęć związanych z teatrem oraz wystawami wydaje się być również logicznym posunięciem biorąc pod uwagę preferencje badanych (21,89% z nich deklarowało zainteresowanie teatrem, a 20,89% odwiedzaniem wystaw).



W wypadku dorosłych obecne jest większe zainteresowanie kulturą wysoką (41,3% ankietowanych wybrałoby teatr, a 34,78% wszelkiego rodzaju wystawy jako preferowaną aktywność kulturalną) dlatego też oferta Ośrodka dla dorosłych powinna uwzględniać działania z tego zakresu w większym stopniu niż w wypadku młodzieży. Jednak tak jak w wypadku młodych mieszkańców zainteresowanie bardziej popularnymi formami kultury jest znaczne (odsetek zainteresowanych koncertami wynosił 58,69%, a kinem 41,3%) stąd należy wziąć to pod uwagę przy planowaniu działań Ośrodka. Istotną informacją jest również, że 46,44% badanych uczniów oraz 29,78% dorosłych jako jeden ze sposobów spędzania czasu wolnego wybiera słuchanie muzyki (z różnych nośników).

Biorąc więc pod uwagę ww. preferencje badanych z zakresu kultury możliwym sposobem pozyskania przez Ośrodek Kultury Górna mieszkańców dzielnicy w różnym wieku byłoby zakupienie materiałów audio oraz audiowizualnych celem stworzenia biblioteki gdzie odwiedzający mogliby słuchać/oglądać materiały na miejscu i/lub wypożyczać je do domu.

Wziąwszy pod uwagę nie związane z szeroko pojmowaną kulturą sposoby spędzania czasu preferowane przez badanych, wyraźnie zauważalna jest istotność mediów cyfrowych. Używanie Internetu do celów rozrywkowych deklaruje 46,44% badanej młodzieży i 34,04% dorosłych. Oprócz tego 31,75% respondentów w wieku szkolnym oraz 14,89% dorosłych respondentów odpowiedziało iż spędzają czas wolny na rozmowach ze znajomymi i bliskimi przy użyciu różnego rodzaju komunikatorów internetowych. W związku z tym wprowadzenie do oferty zajęć i wydarzeń związanych z używaniem mediów cyfrowych oraz szeroko pojętą kulturą cyfrową byłoby właściwym kierunkiem działania dla Ośrodka. Jako, że Ośrodek Kultury nie posiada dostępnego dla mieszkańców bezprzewodowego punktu dostępu do Internetu o wysokich parametrach przesyłu/poboru danych zalecane byłoby również stworzenie go.

Wyniki badania ilościowego pokazują również, że istotnym elementem oferty Ośrodka powinny być kontynuowane działania związane z aktywnym wypoczynkiem. Ta forma spędzania wolnego czasu preferowana była głównie przez dorosłych choć również w istotnie dużym stopniu przez młodzież. Z badanych dorosłych respondentów 40,42% w czasie wolnym wybiera spacer, 25,53% wycieczkę pieszą/rowerową, a 21,27% uprawianie sportu lub innych ćwiczeń fizycznych. W wypadku uczniów rozkład odpowiedzi był następujący – 26,06% wybrało różne formy ćwiczeń fizycznych, 22,74% spacer. Jako, że duża ilość dorosłych i znaczna część niepełnoletnich respondentów preferuje jako formę wypoczynku spacer i wycieczki piesze/rowerowe wprowadzenie regularnie powtarzanych wydarzeń



w tym zakresie np.: wycieczki po interesujących miejscach dzielnicy/ miasta/ regionu pozwoliłyby na jednoczesną realizację wszystkich diagnozowanych potrzeb tzn. dostosowania oferty do wymagań mieszkańców, organizowania cyklicznych inicjatyw, budowanie tożsamości dzielnicy oraz więzi między mieszkańcami. Takie formy aktywizacji mieszkańców miałyby dodatkowy pozytywny wpływ w postaci zwiększania szansy na zacieśnienie kontaktów między niepełnoletnimi i dorosłymi mieszkańcami, a przez to możliwość zintegrowania ich w większym stopniu. Jest to istotny z punktu widzenia Ośrodka Kultury Górna oraz dobra dzielnicy cel ponieważ analiza uzyskanego w badaniu ilościowym, jakościowym oraz danych zastanych materiału wskazuje na zauważalne deficyty w kontaktach i więziach międzypokoleniowych wśród mieszkańców dzielnicy.

