

Młodzież województwa podlaskiego wobec oferty kulturalnej w społeczności lokalnej

Raport z badań w ramach Programu
Bardzo Młoda Kultura 2025

Autor raportu: dr Maciej Białous
Zespół badawczy Fundacji SocLab: dr Maciej
Białous, Agnieszka Morozowska, Justyna Józowicz
Białystok, 2025

Spis treści

Wstęp. Główne ramy badania	2
Część I. Badanie ilościowe	3
Charakterystyka badanej grupy	5
Podstawowe praktyki uczestnictwa w kulturze	7
Włączanie młodzieży i młodych dorosłych we współtworzenie oferty kulturalnej	18
Część II. Badanie jakościowe	27
Perspektywa młodych ludzi	29
Perspektywa animatorów i edukatorów	39
Wnioski.....	48

Wstęp. Główne ramy badania

Niniejszy dokument stanowi raport z badań przeprowadzonych przez zespół Fundacji SocLab na zlecenie Podlaskiego Instytutu Kultury w ramach Programu Bardzo Młoda Kultura (BMK). Jest to efekt kolejnej edycji badań diagnostycznych związanych z tematyką edukacji kulturalnej oraz animacji kultury w województwie podlaskim, prowadzonych równoległe do innych działań BMK. W poprzednich latach badania zakończyły się podobnymi raportami, zatytułowanymi „Młodzież województwa podlaskiego wobec instytucji kultury” (2024) oraz „Edukacja kulturowa młodzieży w województwie podlaskim” (2023). W tej edycji, w skład zespołu badawczego Fundacji SocLab weszli dr Maciej Białous, Agnieszka Morozowska oraz Justyna Józwowicz.

Projektując tegoroczne działania badawcze, założono dwa podstawowe cele, sprowadzające się do eksploracji następujących zagadnień:

1. Jakie są możliwości pełniejszego włączania młodzieży do lokalnych ekosystemów kultury (nie tylko jako odbiorców/uczestników wydarzeń, ale też np. ambasadorków instytucji, osób mających wpływ na ofertę, animujących kulturę wśród rówieśników)?

2. Jakie tematy i formy edukacji kulturalnej są dla współczesnej młodzieży w województwie podlaskim ważne i atrakcyjne? Dlaczego? W jaki sposób je rozwijać?

Poza tym, działania badawcze – podobnie jak w poprzednich latach – miały na celu:

3. monitorowanie praktyk kulturalnych młodzieży i młodych dorosłych w regionie, szczególnie tych mających miejsce w społecznościach lokalnych.

Cele te starano się zrealizować z wykorzystaniem zróżnicowanych metod i technik badawczych. Przeprowadzono wywiady kwestionariuszowe on-line (CAWI) z młodymi mieszkańcami województwa podlaskiego, warsztaty badawcze z młodzieżą zamieszkującą wybrane miejscowości regionu oraz zrealizowano

wywiady grupowe on-line (OFGI) z animatorami i edukatorami kulturalnymi, pracującymi z młodzieżą w województwie podlaskim. Zróżnicowanie zastosowanych metod i technik badawczych miało dwa podstawowe cele. Po pierwsze, pozwalało patrzeć na te same zagadnienia z różnych perspektyw (dorosłych, młodzieży zamieszkującej konkretne miejscowości, głosów młodych ludzi spływających z całego regionu). Po drugie, wybór ten częściowo nawiązywał do praktyk badawczych, które zostały podjęte w ramach Programu BMK w poprzednich latach. Dzięki temu łatwiej jest widzieć niniejszy tekst jako kolejną odstonę refleksji nad sektorem kultury w regionie, ze szczególnym uwzględnieniem sytuacji młodzieży, młodych dorosłych oraz znaczeniem edukacji kulturalnej dla społeczności lokalnych.

Struktura raportu oddaje zróżnicowanie metodologiczne badań. Tekst został podzielony na dwie główne części. W pierwszej z nich zostaną omówione wyniki badania ilościowego (wywiadów kwestionariuszowych on-line). Druga część odnosi się natomiast do wniosków płynących z jakościowej części badania (warsztaty badawcze, wywiady grupowe on-line).

Część I. Badanie ilościowe

Omówiona poniżej, ilościowa część badania została zaprojektowana w oparciu o technikę wywiadów kwestionariuszowych on-line do samodzielnego wypełnienia (CAWI). Jego celem było monitorowanie podstawowych praktyk uczestnictwa w kulturze instytucjonalnej wśród młodzieży i młodych dorosłych zamieszkujących województwo podlaskie. W tym aspekcie badanie można uznać za kontynuację działań podjętych w poprzednim roku, których wyniki zostały opublikowane w raporcie „Młodzież województwa podlaskiego wobec instytucji kultury. Badanie w ramach Programu Bardzo Młoda Kultura 2024”. Z tego powodu, w dalszej części tekstu znajdują się odwołania do ubiegłorocznych ustaleń i porównania wyników. Drugim celem, swoistym dla tegorocznej edycji badań, jest

ustalenie na ile młodzi ludzie są gotowi do współtworzenia oferty kulturalnej w swoim otoczeniu, a jeśli tak, to w jakim charakterze oraz jak wyobrażają sobie taką ofertę, jakie formy i treści aktywności uważają za ważne i atrakcyjne. Cele te wydają się bardzo istotne, jako że wcześniejsze edycje badań realizowanych w ramach Programu Bardzo Młoda Kultura (szczególnie w latach 2023-2024) wyraźnie sugerowały, że młodzi ludzie oczekują instytucji kultury, które będą bardziej otwarte, nie tylko jeśli chodzi o przestrzeń, czy godziny funkcjonowania. W przekonaniu części młodych ludzi warto jest przełamywać lub przynajmniej osłabiać wyraźne podziały pomiędzy organizatorami i odbiorcami oferty kulturalnej oraz wychodzić poza konwencjonalne ramy wydarzeń, czy dostępnych form (kursów, kół zainteresowań itp.). Mogłoby to oznaczać włączanie młodych ludzi w procesy decyzyjne dotyczące oferowanych w instytucjach aktywności (np. programowanie wydarzeń), w działania promocyjne oraz (współ)prowadzenie działań, np. w formie tzw. *peer tutoring* (uczenia się od rówieśników). Postawy młodych mieszkańców województwa podlaskiego wobec możliwości większego udziału w działaniach instytucji kultury były elementem zarówno omawianego badania ilościowego, jak również badania jakościowego, które zostanie opisane szerzej w kolejnej części raportu.

Z pomocą Podlaskiego Instytutu Kultury (PIK) oraz innych instytucji kultury działających w regionie, link do kwestionariusza został rozkolportowany wśród młodzieży i młodych dorosłych, zainteresowanych kwestiami kultury. W ten sposób zebrano 124 wypełnione kwestionariusze, które stanowią podstawę zaprezentowanych poniżej analiz i interpretacji. Ze względu na sposób doboru próby oparty o dostępność, wyniki tego badania nie są reprezentatywne dla mieszkańców województwa podlaskiego. Należy jednak zaznaczyć, że sposób dystrybucji pozwolił uchwycić opinie i deklarowane postawy tej części młodych osób zamieszkujących region, dla których kwestie związane z kulturą instytucjonalną nie są obce, i które – jak można przypuszczać na podstawie uzyskanych wyników – są otwarte na szersze włączanie się w życie kulturalne swoich lokalnych społeczności. Stąd też, wyniki badania można potraktować nie tylko jako diagnozę przekonań konkretnej grupy osób na temat otaczającej ich oferty kulturalnej, ale również jako

punkt wyjścia do dalszej pracy dla wszystkich instytucji, organizacji, czy niezrzeszonych animatorów i edukatorów kultury, którzy widzą potrzebę silniejszego włączania młodzieży w działania kulturalne.

Charakterystyka badanej grupy

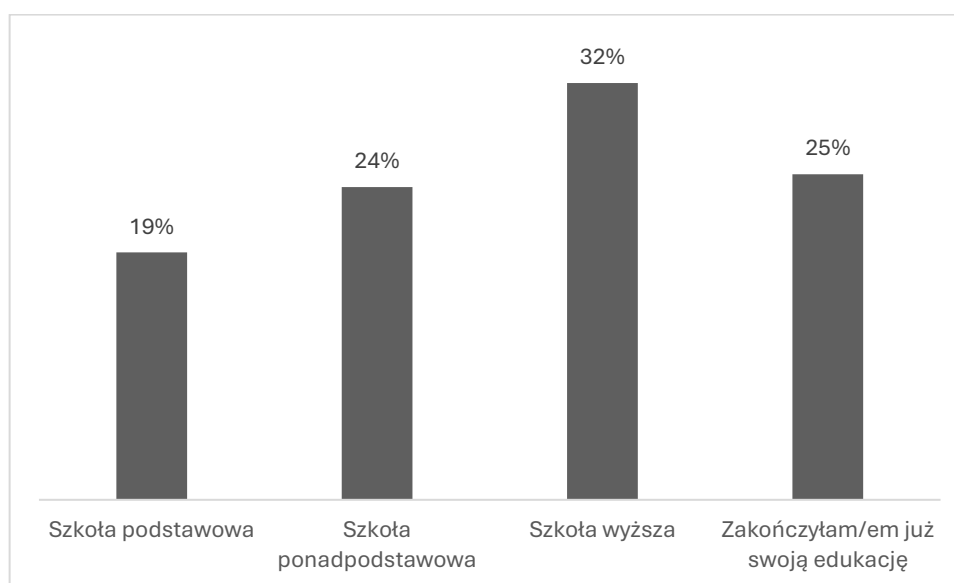
Jak wspomniano powyżej, grupa osób badanych objęta ostatecznie 124 osoby, które spełniały kryteria miejsca zamieszkania (województwo podlaskie) oraz wieku (przyjęto, że respondentki i respondenci nie powinni mieć więcej niż 26 lat), co oznaczało konieczność usunięcia z bazy pojedynczych kwestionariuszy wypełnionych przez osoby starsze lub deklarujące miejsce zamieszkania poza regionem.

W końcowej części kwestionariusza pojawiły się tak zwane pytania metryczkowe, dotyczące demograficznych cech respondentek i respondentów. Pytania te są istotne nie tylko ze względu na lepsze wyobrażenie, kto został objęty badaniem lub – jak wspomniano wyżej – upewnienie się, czy osoby badane spełniają założone uprzednio kryteria. Ich celem jest również sprawdzenie, na ile pewne cechy demograficzne (zmienne niezależne) mogą pozostawać w związku z odpowiedziami na konkretne pytania. W omawianym badaniu pod uwagę zostały wzięte trzy zmienne niezależne.

Pierwszą z nich była płeć osób badanych. W badanej grupie 69% osób zadeklarowało się jako kobiety, a 31% jako mężczyźni. Mamy więc do czynienia z dość wyraźną przewagą kobiet, co jest jednak sytuacją dość powszechną w przypadku badań dotyczących uczestnictwa w kulturze, szczególnie jeśli mamy do czynienia z próbami badawczymi opartymi na dostępności (dla porównania, w badaniu ilościowym realizowanym w ramach BMK w 2024 r. analogiczna próba oparta na dostępności składała się w 68% z kobiet i 32% mężczyzn, a więc była bardzo podobna pod tym względem).

Drugą ze zmiennych niezależnych był etap edukacji, na którym znajdują się osoby badane. Na podstawie odpowiedzi podzielono je na cztery kategorie – uczniów szkół podstawowych, szkół ponadpodstawowych, szkół wyższych oraz osoby, które zakończyły swoją edukację. Wyróżnienie tej zmiennej wydaje się istotne ze względu na fakt, że placówki edukacyjne są lub mogą być istotnymi podmiotami zajmującymi się edukacją kulturalną na poziomie lokalnym, mogą aranżować uczestnictwo w kulturze np. poprzez wycieczki szkolne, czy koła zainteresowań, wreszcie mogą być ogniwem przekazu informacji na temat wydarzeń kulturalnych oraz promowania ich. Rozkład tej zmiennej w badanej grupie został przedstawiony na wykresie poniżej.

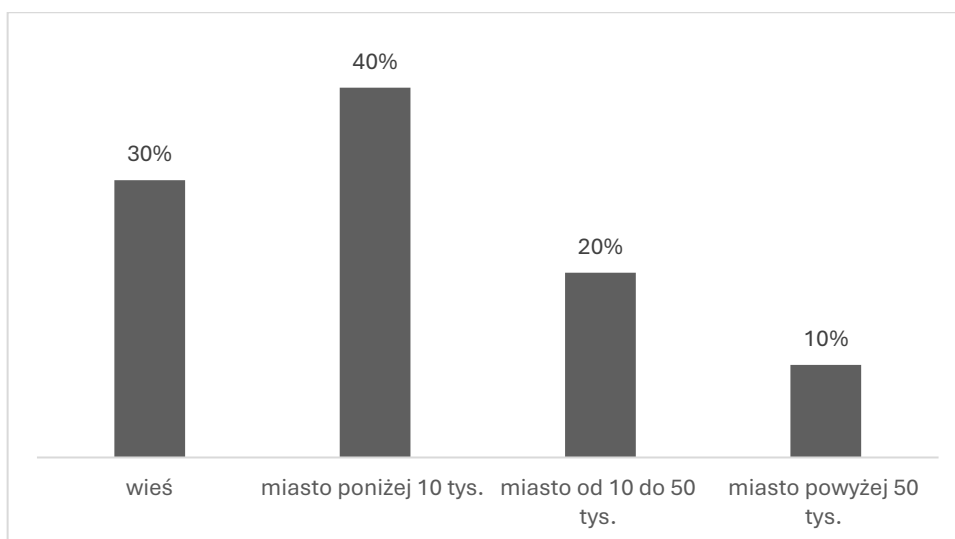
Wykres 1. Badani według etapu edukacji



Wreszcie, trzecią zmienną była wielkość miejscowości zamieszkania. Badani zostali poproszeni o podanie nazw miejscowości, w których mieszkają, a ich odpowiedzi zostały następnie zrekodowane do czterech kategorii – wsie, miasta poniżej 10 tysięcy mieszkańców, miasta od 10 do 50 tysięcy mieszkańców oraz miasta powyżej 50 tysięcy mieszkańców. Wielkość miejscowości zamieszkania jest potencjalnie ważną zmienną, ponieważ w dużej mierze wpływa na dostępność infrastruktury kulturalnej i rekreacyjnej, pozostaje w związku z liczbą działających

lokalnie instytucji kultury, organizacji pozarządowych, niezależnych animatorów, edukatorów itd. Rozkład tej zmiennej w badanej grupie został przedstawiony na wykresie poniżej.

Wykres 2. Badani według wielkości miejscowości zamieszkania

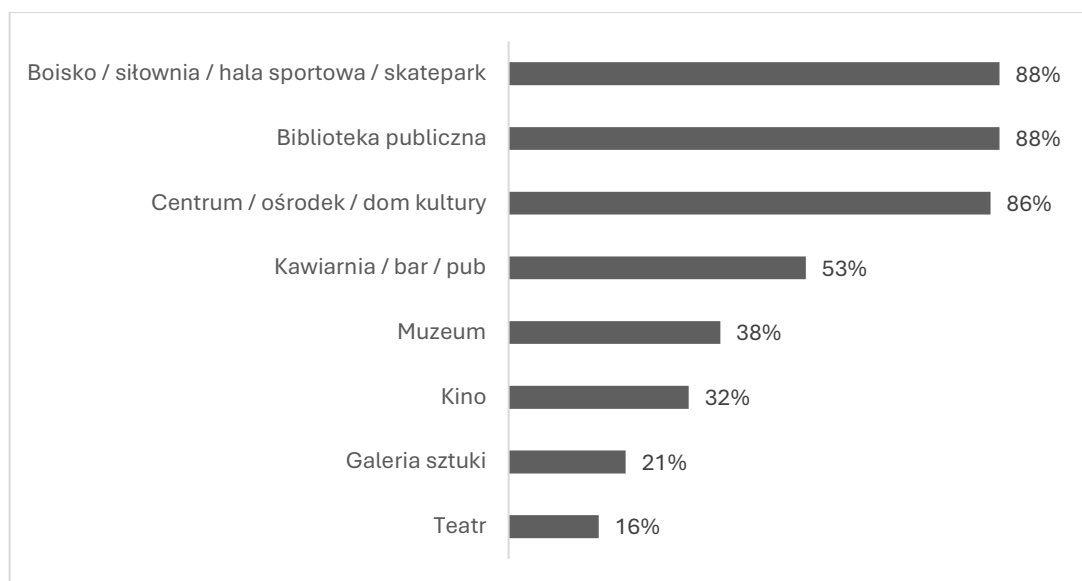


W dalszej części tekstu powyższe zmienne będą przywoływane w miejscach, w których różnicują one odpowiedzi na kolejne pytania, pojawiające się w internetowym kwestionariuszu.

Podstawowe praktyki uczestnictwa w kulturze

W wywiadzie kwestionariuszowym, w pierwszej kolejności respondentki i respondenci zostali zapytani o to, czy według ich wiedzy, w ich miejscowościach zamieszkania funkcjonują określone miejsca oferujące możliwości udziału w wydarzeniach kulturalnych lub innych formach spędzania wolnego czasu (sport, rekreacja itp.). Ogólny rozkład odpowiedzi na to pytanie został przedstawiony na wykresie poniżej.

Wykres 3. Miejsca dostępne w miejscowościach zamieszkania badanych

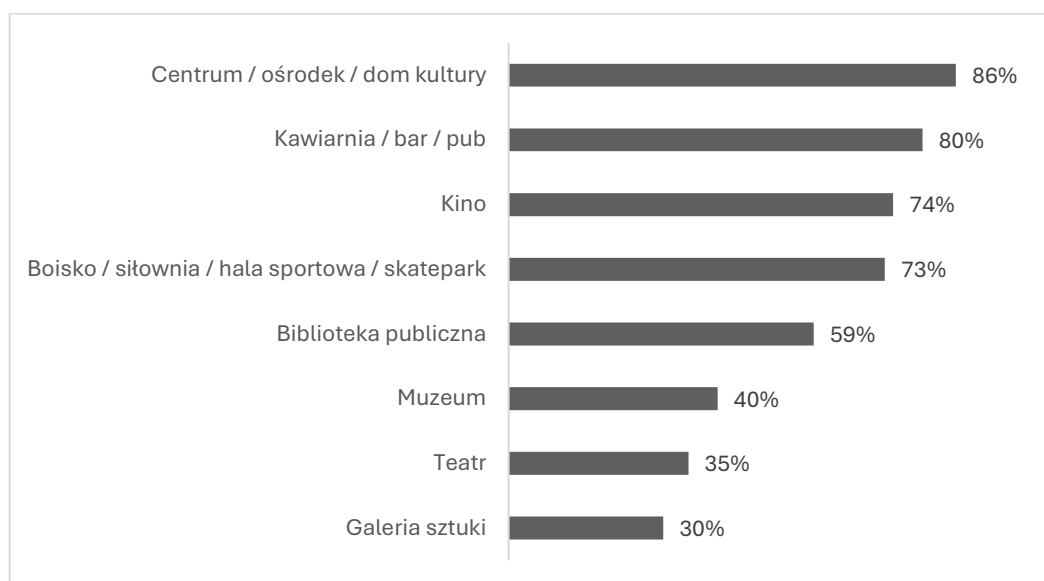


Zdecydowana większość badanych (86-88%) wskazała, że w ich miejscowościach zamieszkania skorzystać można z instytucji kultury takich jak centrum, ośrodek lub dom kultury oraz biblioteka publiczna, jak również z podstawowej infrastruktury sportowej (boisko, siłownia, hala sportowa lub skatepark). Mniej więcej połowa osób badanych wskazała na kawiarnię, bar lub pub natomiast mniejsze odsetki: muzeum, kino, galerię sztuki i teatr. Dostępność tych miejsc jest oczywiście powiązana z miejscem zamieszkania badanych. Wśród osób zgłaszających brak ośrodków kultury lub bibliotek publicznych byli mieszkańcy wsi niebędących centrami gmin. Istnienie infrastruktury sportowej zadeklarowało 70% badanych ze wsi, 94% mieszkańców miast do 10 tys. mieszkańców oraz wszyscy badani z większych ośrodków. Istnienie kawiarni, barów, pubów zaznaczyło 19% mieszkańców wsi, średnio 67% mieszkańców miast poniżej 50 tys. mieszkańców oraz wszyscy badani mieszkający w większych miastach. Dostępność innych, wspomnianych w pytaniu miejsc również znacznie wzrasta w kategorii miast powyżej 50 tysięcy mieszkańców. Ciekawym przypadkiem są galerie sztuki, które wśród badanych osób pozostały najmniej rozpoznaną kategorią miejsc (podobnie było w ubiegłorocznym badaniu). Około jednej trzeciej badanych stwierdziło, iż nie wie, czy w ich miejscowościach zamieszkania znajduje się taka placówka, podczas

gdy w przypadkach innych kategorii odsetek odpowiedzi „nie wiem” nie przekroczył 11%. Takie wyniki można interpretować dwojako. Po pierwsze, może wynikać to z faktu, że wystawy sztuki bywają organizowane również w innych miejscach (np. w ośrodkach kultury, bibliotekach), wobec czego osoby badane mogły mieć trudność ze zdefiniowaniem, czy działają jako galerie. Po drugie, może się to wiązać z niskim zainteresowaniem wystawami sztuki, co – jak zostanie opisane w dalszej części tekstu – pokrywa się z odpowiedziami respondentek i respondentów dotyczącymi oczekiwań wobec oferty kulturalnej.

W następnej kolejności osoby badane zostały poproszone o odpowiedź na pytanie, czy zdarzało im się korzystać z tych miejsc przynajmniej raz w ciągu ostatniego roku. Rozkład odpowiedzi pokazano na Wykresie 4.

Wykres 4. Miejsca odwiedzone przez badanych w ciągu ostatnich 12 miesięcy



Największa część badanych (73-86%) deklarowała uczestnictwo w wydarzeniach oferowanych przez cztery kategorie miejsc – ośrodki kultury, kawiarnie, bary lub puby, kina oraz infrastrukturę sportową. Podobnie jak w poprzednim pytaniu, wśród mniej powszechnie wybieranych kategorii znalazły się muzea, teatry i galerie sztuki. Z grubsza pokrywa się to z odpowiedziami uzyskanymi w poprzedniej edycji

badania, przy czym wówczas wśród najpowszechniej użytkowanych instytucji znalazły się również biblioteki publiczne.

Warto zwrócić również uwagę, w jaki sposób przedstawiają się różnice w odpowiedziach na dwa powyższe pytania. Zostały one zestawione w tabeli poniżej.

Tabela 1. Różnice pomiędzy obecnością miejsc oraz korzystaniem z ich oferty w ciągu ostatnich 12 miesięcy

	Istniejące miejsca	Miejsca odwiedzone w ciągu ostatniego roku	Różnica (punkty procentowe)
Biblioteka publiczna	88%	59%	29
Boisko / siłownia / hala sportowa / skatepark	88%	73%	15
Centrum / ośrodek / dom kultury	86%	86%	0
Kawiarnia / bar / pub	53%	80%	-27
Muzeum	38%	40%	-2
Kino	32%	74%	-42
Galeria sztuki	21%	30%	-9
Teatr	16%	35%	-19

Należy zauważyć, że w przypadku czterech kategorii, więcej osób zadeklarowało korzystanie z ich usług, aniżeli funkcjonowanie takich miejsc w miejscowościach zamieszkania osób badanych. Oznacza to, że korzystają z nich w innych, najczęściej większych miejscowościach. Największe różnice wiążą się z kategoriami kojarzonymi z rozrywką – kinami (42 punkty procentowe różnicy) oraz kawiarniami, barami, pubami (27 punktów procentowych), co sugeruje, że rozrywka oraz możliwość spędzania wolnego czasu z innymi (są to bowiem najczęściej miejsca społecznego spędzania czasu), są najczęstszymi motywatorami do uczestnictwa w kulturze lub rekreacji w innych miejscowościach. Nieco mniejsze różnice odnotowano w przypadku teatrów (19 punktów procentowych) i galerii sztuki

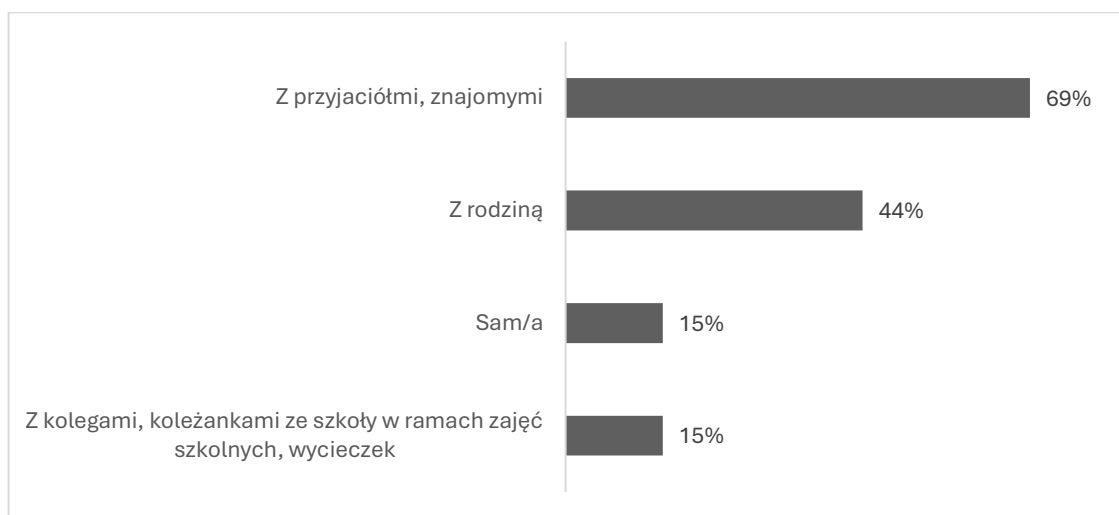
(9 punktów procentowych), co z kolei może być w jakimś stopniu przejawem nie tylko indywidualnych gustów, ale również zorganizowanego uczestnictwa, na przykład szkolnych wycieczek, chociaż z drugiej strony należy zauważyć, że najwięcej osób deklarujących uczestnictwo w ofercie teatrów i galerii to studenci. Można więc też uznać, że te instytucje swoją ofertą przemawiają przede wszystkim do osób dorosłych. W przypadku bibliotek publicznych oraz infrastruktury sportowej, pomimo ich powszechnego występowania, stosunkowo mniej osób deklarowało korzystanie z nich w ciągu ostatniego roku (odpowiednio 29 i 15 punktów procentowych). Należy również zaznaczyć, że ośrodki kultury okazały się miejscami, które nie tylko należą do najbardziej powszechnych, ale były również użytkowane przez znaczną większość osób badanych (w obu przypadkach 86% odpowiedzi).

W odniesieniu do większości kategorii miejsc można odnotować, że respondentki częściej deklarowały uczestnictwo niż respondenci, co pozostaje w zgodzie z odnotowywanym zazwyczaj w badaniach spostrzeżeniem mówiącym o częstszym uczestnictwie kobiet w kulturze instytucjonalnej. Największe różnice zaobserwowano w przypadku bibliotek (67% kobiet, 39% mężczyzn deklarujących uczestnictwo) i galerii sztuki (33% kobiet, 13% mężczyzn). Mężczyźni nieco częściej deklarowali natomiast korzystanie z miejsc kojarzonych bardziej jednoznacznie z rozrywką i rekreacją – infrastruktury sportowej (81% mężczyzn, 67% kobiet) oraz kawiarniami, barami, pubami (90% mężczyzn, 77% kobiet).

Zestawiając poziom edukacji osób badanych oraz deklarowanego uczestnictwa, prócz wspomnianych wcześniej różnic w uczęszczaniu do teatrów i galerii sztuki, można zauważyć również inne zależności. Korzystanie z niektórych kategorii miejsc wydaje się dość podobne bez względu na stopień edukacji badanych, dotyczy to m. in. kin, muzeów i infrastruktury sportowej. W przypadku kawiarni, barów i pubów, uczestnictwo znacznie zwiększa się wśród badanych uczących się w szkołach ponadpodstawowych lub starszych osób. Tymczasem korzystanie z bibliotek publicznych jest wyraźnie częstsze wśród uczennic i uczniów szkół podstawowych lub ponadpodstawowych (średnio 70%), w porównaniu ze studentami i osobami, które zakończyły już swoją edukację (średnio 45%).

W dalszej kolejności osoby badane zapytano o to, z kim najczęściej spędzają czas w wyżej wymienionych miejscach. Ogólny rozkład odpowiedzi na to pytanie został zaprezentowany na wykresie poniżej.

Wykres 5. Najczęstsze sposoby korzystania z miejsc kultury i rekreacji

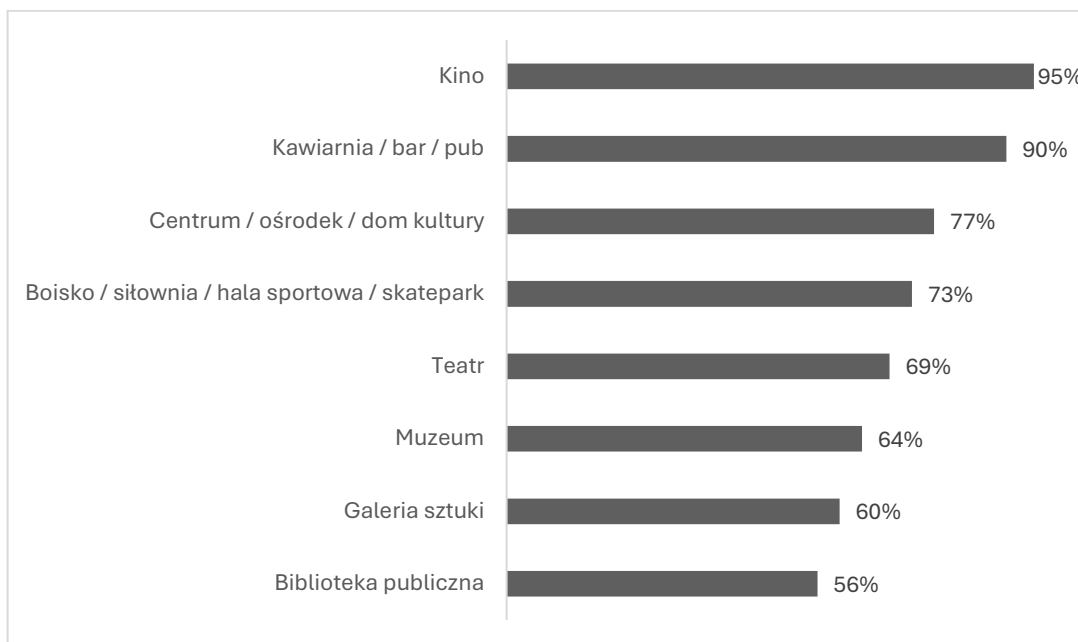


Przy tej okazji warto zwrócić uwagę na dwie kwestie. Po pierwsze, uczestnictwo w miejscach kultury i rekreacji ma przede wszystkim charakter społeczny, oparty na dobrowolności. Tylko 15% badanych stwierdziło, że często robi to samodzielnie, o wiele częściej jest to uczestnictwo z przyjaciółmi, znajomymi (69%) lub rodziną (44%). Niewielki odsetek badanych (15%) wskazał na częste uczestnictwo w grupie zorganizowanej, przede wszystkim zajęć szkolnych, czy wycieczek, które można uznać za instytucjonalne formy edukacji kulturalnej. Co ważne, odpowiedź taką zaznaczały przede wszystkim osoby badane uczące się na poziomie szkoły podstawowej, co sugeruje słabnącą rolę placówek szkolnych na wyższych etapach edukacji. Poza tym, najczęściej odpowiedzi takiej udzielali mieszkańcy wsi, co pokazuje, że wobec ograniczonego dostępu do określonych instytucji kultury i ich oferty, wycieczki szkolne są dla tej młodzieży jedną z podstawowych form uczestniczenia w ofercie instytucjonalnej.

Warto zwrócić również uwagę, że uczestnictwo w wydarzeniach kulturalnych wraz z rodziną jest o wiele częstsze wśród uczniów szkół podstawowych i średnich (średnio 53%) niż wśród starszych badanych (średnio 36%) i zdarza się najczęściej wśród mieszkańców największych ośrodków, czyli miast powyżej 50 tysięcy mieszkańców. Odpowiedzi różnią się również w zestawieniu z płcią osób badanych. Kobiety częściej wskazywały uczestnictwo w grupie znajomych (74%, wobec 58% mężczyzn) lub z rodziną (51%, wobec 29% mężczyzn), z kolei mężczyźni wyraźnie częściej deklarowali uczestnictwo samodzielne (32%, wobec 9% kobiet), aczkolwiek tę ostatnią dysproporcję pogłębia częstsze – i często właśnie samodzielne – korzystanie mężczyzn z infrastruktury sportowej.

Kolejne z pytań w kwestionariuszu dotyczyło tego, czy gdyby pojawiła się taka możliwość, osoby badane chciałyby odwiedzać wspomniane miejsca częściej. Rozkład odpowiedzi na to pytanie został przedstawiony na wykresie poniżej.

Wykres 6. Deklaracja chęci częstszego uczestnictwa w miejscach kultury i rekreacji



Można zauważyć, że deklarowany poziom chęci częstszego uczestnictwa jest bardzo wysoki. Dla każdej z badanych kategorii przekracza on połowę osób

badanych, a w przypadku kin oraz kawiarni, barów lub pubów, twierdząco odpowiedziało przynajmniej dziewięć na dziesięć osób wypełniających kwestionariusze. Bardzo podobne wyniki uzyskano też w poprzedniej edycji badania.

Zestawiając te wyniki z wcześniejszymi odpowiedziami na pytanie o to, czy badani odwiedzili określone miejsca przynajmniej raz w ciągu ostatnich 12 miesięcy, należy zwrócić uwagę na kilka kwestii. Po pierwsze, ośrodki kultury są kategorią, w której bieżące uczestnictwo było deklarowane wyraźnie częściej (86%) aniżeli chęć zwiększenia jego częstotliwości (77%). O ile więc ponad trzy czwarte respondentek i respondentów chciałoby odwiedzać ośrodki kultury częściej, o tyle jest również pewna grupa osób, która wydaje się być już istniejącą ofertą nasyconą. Można porównać te odpowiedzi z kategoriami miejsc kojarzonymi raczej z rozrywką, to jest kinami oraz kawiarniami, barami lub pubami. Pomimo tego, że były to miejsca bardzo powszechnie odwiedzane przez osoby badane, to deklaracje chęci częstszego uczestnictwa były jeszcze bardziej rozpowszechnione (w przypadku kin różnica wyniosła 21 punktów procentowych, a kawiarni, barów lub pubów 10 punktów procentowych). Wysokie okazały się różnice pomiędzy bieżącym uczestnictwem a deklaracjami chęci częstszego uczestnictwa w przypadku kategorii miejsc kojarzonych ze sztuką – muzeów (24 punkty procentowe różnicy), galerii sztuki (30 punktów procentowych) oraz teatrów (34 punkty procentowe). Pokazuje to, że przynajmniej na poziomie deklaratywnym osoby badane są gotowe do uczestnictwa w wydarzeniach kulturalnych organizowanych w tych miejscach. Należy jednak dodać, że deklaracje chęci częstszego uczestnictwa w każdym przypadku były powszechniejsze wśród osób, które w ciągu ostatnich 12 miesięcy korzystały z takich miejsc przynajmniej raz. Innymi słowy, potrzeba uczestnictwa częściej wiąże się z wcześniejszymi doświadczeniami, aniżeli z ich brakiem. Różnice między wspomnianymi grupami wahają się od 6 punktów procentowych w przypadku kin – niemal każdy chciałby odwiedzać je częściej bez względu na wcześniejsze doświadczenia – do około 37 punktów procentowych w przypadku teatrów i galerii sztuki. Te dwie kategorie wydają się szczególnie ciekawe, jako że prawie nikt z osób badanych, które miały szanse odwiedzić te miejsca w ostatnim

roku nie uznał, że są to miejsca, do których nie chcieliby wracać częściej. Sugeruje to wagę wprowadzania młodych ludzi do takich miejsc i ich oferty, np. poprzez wizyty w grupach zorganizowanych (edukacja kulturalna w szkołach), ale również w gronie rodzinnym, czy – szczególnie wśród młodych dorosłych – w grupach znajomych. Jedynie w przypadku trzech kategorii – ośrodków kultury, bibliotek publicznych oraz infrastruktury sportowej – wśród osób, które nie są zainteresowane korzystaniem z ich oferty, lekko przeważają osoby, które nie korzystały z nich w ciągu ostatnich 12 miesięcy.

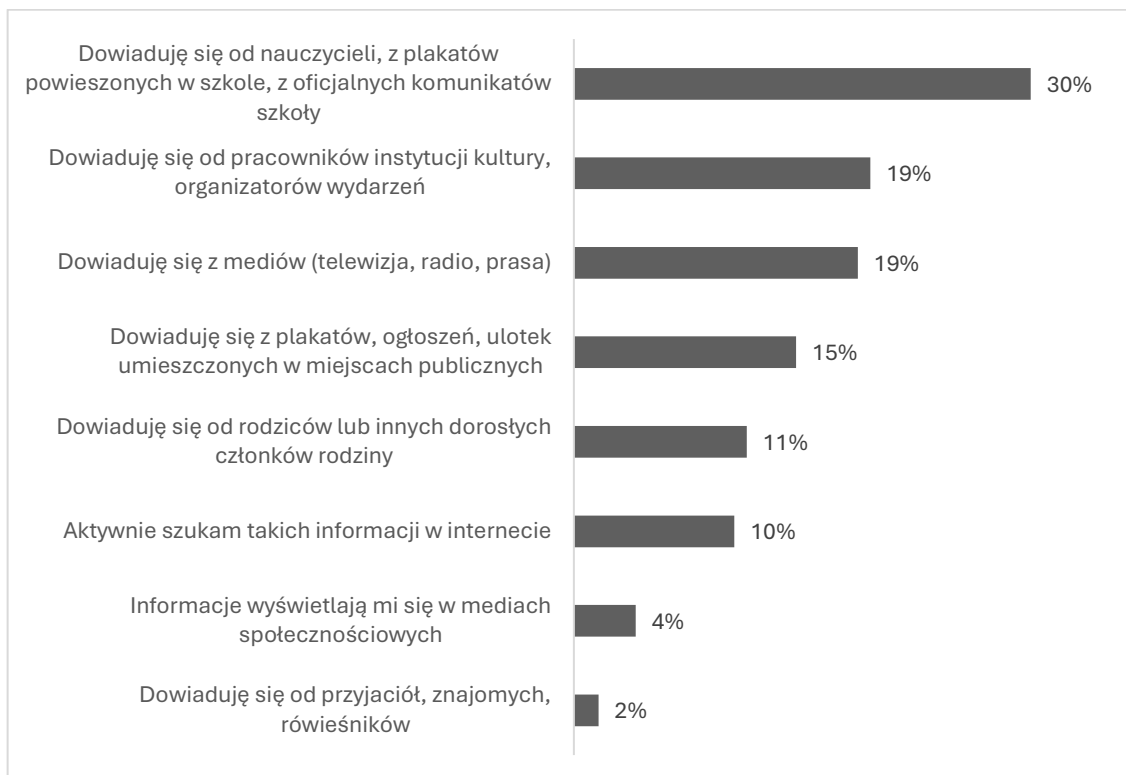
Kolejne pytanie dotyczyło tego, w jaki sposób osoby badane dowiadują się o ofercie kulturalnej lub możliwościach spędzania wolnego czasu. Wykres poniżej przedstawia rozkład odpowiedzi, mówiący o źródłach, z których badani – według swojej oceny – korzystają często.

Wykres 7. Kanaty komunikacji na temat oferty kulturalnej, z której badani korzystają często



Możliwe do wyboru odpowiedzi da się podzielić na kilka kategorii. Po pierwsze, najczęstszym źródłem wiedzy o wydarzeniach jest internet, ale – co ważne – są to raczej informacje, które wyświetlają się w mediach społecznościowych (56%), a nie zdobywane poprzez aktywne poszukiwanie treści, np. na stronach internetowych (22%). Sugeruje to kluczowe znaczenie budowania wirtualnych społeczności z odbiorcami oraz procesów algorytmizacji, to jest profilowania przekazów od organizatorów w taki sposób, aby zwiększać szanse dotarcia z nimi do oczekiwanych odbiorców. Ważnym sposobem dowiadywania się o wydarzeniach są też informacje przekazywane bezpośrednio, czyli tak zwana poczta pantoflowa. Należy jednak zauważyć, że dla respondentek i respondentów o wiele częściej znaczenie mają rekomendacje płynące od przyjaciół, znajomych, rówieśników (39%) lub bezpośrednio od organizatorów (38%) aniżeli od rodziców, czy dorosłych członków rodziny lub nauczycieli (13%). Podobnie jak w przypadku informacji płynących z mediów społecznościowych, które również opierają się na aktywnościach i rekomendacjach sieci użytkowników, okazuje się, że kluczowe znaczenie dla zainteresowania ofertą kulturalną ma polecenie płynące z wiarygodnego dla osób badanych źródła, czyli przede wszystkim od osób znajomych, rówieśników. Można dodać też, że respondenci (52%) nieco częściej niż respondentki (39%) wskazywali, że polecenia od znajomych to częsta forma pozyskiwania wiedzy o ofercie. Warto wziąć to pod uwagę przy okazji refleksji nad tym, w jaki sposób organizatorzy oferty kulturalnej mogą silniej przyciągać młodych ludzi i włączać ich w obieg informacji, np. jako swoistych ambasadorów miejsc lub wydarzeń (wątek ten zostanie rozwinięty w dalszej części raportu). Należy również dodać, że młodzi ludzie – wbrew powielanym niekiedy stereotypom – nie są pokoleniem całkowicie zanurzonym w świecie wirtualnym i deklarują, że formy takie jak plakaty, czy ulotki rozmieszczone w miejscach publicznych mogą być skuteczną formą informacji (48%). Wykres poniżej pokazuje natomiast rozkład odpowiedzi „nigdy lub prawie nigdy” na to samo pytanie.

Wykres 8. Kanały komunikacji na temat oferty kulturalnej, z której badani nie korzystają nigdy lub prawie nigdy



Zestawienie obu wykresów i częstotliwość odpowiedzi „dowiaduje się od nauczycieli, z plakatów powieszonych w szkole, z oficjalnych komunikatów szkoły” (30%) pokazuje, że problemem może być skuteczność szkół jako przekazań informacji o ofercie kulturalnej. Oczywiście, zadania placówek edukacyjnych są o wiele bardziej złożone i zróżnicowane, należy jednak pamiętać, że szkoły stanowią newralgiczny element ekosystemu edukacji kulturalnej. Sądząc po odpowiedziach badanych, istnieje pole do poprawy, jeśli chodzi o informowanie i zachęcanie uczennic i uczniów (a może również nauczycielek i nauczycieli) do korzystania z oferty kulturalnej w ich miejscowościach zamieszkania. Na podstawie odpowiedzi badanych można przypuszczać, że stosunkowo lepiej sytuacja wygląda w szkołach ponadpodstawowych oraz w większych miejscowościach (gdzie jest więcej zarówno samych szkół jak i dostępnej oferty kulturalnej). Niemniej, bez względu na to, wyraźnie widać niewykorzystany w pełni potencjał placówek edukacyjnych.

Włączanie młodzieży i młodych dorosłych we współtworzenie oferty kulturalnej

Przy okazji omawiania odpowiedzi na poprzednie pytanie wspomniano o możliwości lub potrzebie silniejszego włączania młodzieży i młodych dorosłych w działania instytucji lub organizacji zajmujących się przygotowywaniem i upowszechnianiem oferty kulturalnej. Kwestii tej poświęcono również osobne pytania w badaniu kwestionariuszowym. Respondentki i respondentów zapytano, czy byliby skłonni włączyć się w organizację wydarzenia kulturalnego na następujące sposoby – poprzez udział w wymyślaniu planu ciekawych wydarzeń na następny rok; pomoc w organizacji wydarzenia (np. tworzenie scenografii, przygotowywanie sali); rozwieszanie plakatów; zapraszanie na wydarzenie rówieśników poprzez social media i bezpośrednie rozmowy; wystąpienie na wydarzeniu (publiczne pokazanie swoich zainteresowań, pasji). Co istotne, badanych nie pytano o proste deklaracje (tak lub nie), a o wybór najbardziej odpowiedniej odpowiedzi z następującej listy: tak, zrobię to bez żadnych warunków, po prostu sprawi mi to przyjemność; tak, zrobię to w zamian za darmowe wejście na wydarzenie, drobny upominek, dyplom itp.; tak, zrobię to, ale tylko w zamian za wynagrodzenie pieniężne; nie zrobię tego, nie interesuje mnie to; trudno powiedzieć. Tak skonstruowana lista odpowiedzi do wyboru miała więc ustalić nie tylko deklarowaną gotowość do współpracy, ale również jej akceptowalne formy. Ogólny rozkład odpowiedzi na to pytanie został przedstawiony w tabeli poniżej.

Tabela 2. Możliwe formy współpracy w tworzeniu oferty kulturalnej

	Udział w wymyśleniu planu ciekawych wydarzeń na następny rok	Pomoc w organizacji wydarzenia (np. tworzenie scenografii, przygotowywanie sali)	Rozwieszanie plakatów	Zapraszanie na wydarzenie moich rówieśników poprzez social media i bezpośrednie rozmowy	Wystąpienie na wydarzeniu (publiczne pokazanie swoich zainteresowań, pasji)
Tak, zrobię to bez żadnych warunków, po prostu sprawi mi to przyjemność	45%	38%	34%	61%	41%
Tak, zrobię to w zamian za darmowe wejście na wydarzenie, drobny upominek, dyplom itp.	38%	31%	29%	18%	14%
Tak, zrobię to, ale tylko w zamian za wynagrodzenie pieniężne	9%	20%	22%	5%	18%
Nie zrobię tego, nie interesuje mnie to	3%	0%	7%	5%	11%
Trudno powiedzieć	5%	12%	8%	12%	16%

Z pewnością warty uwagi jest wysoki poziom deklarowanej gotowości do współpracy. Odpowiedzi odmowne lub wahające się („trudno powiedzieć”) stanowią w każdym aspekcie istotną mniejszość. Nawet w przypadku wymagającego szczególnej odwagi i kompetencji publicznego wystąpienia na wydarzeniu, odpowiedzi pozytywnej udzieliło prawie trzy czwarte osób badanych (73%). Ponieważ zadane pytanie było siłą rzeczy dość ogólnikowe (nie wspomniano np. o koniecznych nakładach pracy, czasu itp.) poziom deklaracyjny jest prawdopodobnie zawyżony w stosunku do faktycznej gotowości w konkretnych przypadkach. Niemniej jednak, można uznać go za dobry prognostyk możliwości współpracy.

Poza tym, warto zwrócić uwagę na proporcje pomiędzy warunkami, w jakich badani byliby skłonni zaangażować się we współtworzenie oferty kulturalnej. W przypadku

zapraszania rówieśników na wydarzenia oraz wystąpień publicznych przeważa grupa osób, które są skłonne zrobić to bez żadnych warunków, dla własnej przyjemności. Pokazuje to istniejący wśród stosunkowo dużej części osób badanych entuzjizm oraz związaną z tym przyjemność uspołeczniania własnych zainteresowań i pasji (możliwość ich zaprezentowania, możliwość wciągnięcia w nie innych ludzi). W przypadku zadań takich jak pomoc w organizacji wydarzenia czy rozwieszanie plakatów, ponad 50% badanych zadeklarowało chęć zaangażowania się za wynagrodzeniem, równocześnie w obu przypadkach największe były odsetki badanych, które wyraźnie wskazywały na wynagrodzenie pieniężne (20-22%). Wydaje się, że taki rozkład odpowiedzi może wiązać się z faktem, że w obu tych kategoriach można mówić o konkretnych, mierzalnych efektach pracy pojedynczych osób (liczba plakatów do rozwieszenia, czas na przygotowanie scenografii itd.), a więc najłatwiej jest wyobrazić to sobie jako płatną pracę. Warto również podkreślić, że zdecydowana większość (92%) badanych deklaruje chęć włączenia się do działań programujących ofertę kulturalną, z czego podobna część nie oczekuje żadnego wynagrodzenia (45%) lub też oczekuje jedynie drobnego wynagrodzenia w rodzaju darmowych wejściówek, dyplomu, upominku itp. (38%).

Przyglądając się rozkładowi odpowiedzi wśród badanych różnej płci, będących na różnych etapach edukacji oraz mieszkających w miejscowościach różnej wielkości, można zauważyć kilka kolejnych, interesujących kwestii. W dwóch przypadkach istnieją wyraźne różnice pomiędzy odpowiedziami kobiet i mężczyzn. Kobiety znacznie częściej (51%) niż mężczyźni (10%) stwierdziły, że bez żadnego wynagrodzenia, dla własnej przyjemności pomogą w organizacji wydarzenia (np. tworzeniu scenografii, przygotowywaniu sali). Z kolei mężczyźni (65%) częściej niż kobiety (28%) deklarowali gotowość do publicznych występów bez wynagrodzenia. Co więcej, około jednej trzeciej kobiet nie udzieliło odpowiedzi pozytywnej na pytanie o możliwość publicznego występu, podczas gdy wśród mężczyzn było to tylko 6%. Jest to spostrzeżenie jednocześnie interesujące i niepokojące. Może świadczyć o różnicach socjalizacyjnych i budowanym w dziewczynkach od najmłodszych lat przekonaniu, że dobrze nadają się do zajęć

opiekuńczych, pomocniczych, wspierających, które następnie przeradzają się w tak zwaną „niewidzialną pracę kobiet”, czyli liczne, często forsowne, ale niezauważalne i nie opłacane (lub źle opłacane) zajęcia. Co więcej, należy dodać, że w każdej z pięciu sytuacji, które zostały przedstawione w badaniu, mężczyźni nieco częściej niż kobiety deklarowali gotowość pracy za wynagrodzeniem pieniężnym (różnice wyniosły średnio 9 punktów procentowych). Może to być też jasna wskazówka dla pracujących z młodymi ludźmi organizatorów oferty kulturalnej, aby wzmacniać potencjały kreatywne dziewczynek i młodych kobiet oraz przełamywać wykluczające stereotypy, które w sposób nieuświadomiony mogą zagnieżdżać się również w takich, zazwyczaj inkluzyjnych obszarach życia społecznego, jak uczestnictwo w kulturze.

Zestawienie odpowiedzi na omawiane pytanie z etapami edukacji pokazuje, że w każdym z przypadków odsetek odpowiedzi „Tak, zrobię to bez żadnych warunków, po prostu sprawi mi to przyjemność” jest wysoki wśród uczennic i uczniów szkół podstawowych (średnia 53%), po czym następuje tąpnięcie wśród osób uczących się w szkołach ponadpodstawowych (średnia 22%), a wskaźnik osób gotowych do pracy bez żadnych warunków rośnie ponownie wśród studentów (średnia 43%) i osób, które zakończyły swoją edukację (średnia 54%). Co ważne, uczennice i uczniowie szkół ponadpodstawowych nie tracą czasowo zainteresowania jakimkolwiek współudziałem w tworzeniu oferty kulturalnej, znacznie częściej wskazywali oni natomiast na odpowiedź „Tak, zrobię to w zamian za darmowe wejście na wydarzenie, drobny upominek, dyplom itp.”. Pokazuje to jednocześnie zmianę sposobów myślenia o własnej aktywności (np. badani mogą chcieć lub potrzebować udokumentowania własnej pracy poprzez dyplomy, referencje) oraz mówi o konieczności dopasowania oferty współpracy ze strony organizatorów wobec określonych grup młodych ludzi.

W przypadku wielkości miejscowości zamieszkania można zauważyć natomiast spadające odsetki odpowiedzi „Tak, zrobię to bez żadnych warunków, po prostu sprawi mi to przyjemność” wraz ze wzrostem miejscowości. Dla przykładu, średni odsetek tych odpowiedzi wśród mieszkańców wsi wyniósł 64%, a wśród mieszkańców największych miast jedynie 13%. Może to pokazywać zarówno

stosunkowo ograniczone możliwości spędzania wolnego czasu w małych miejscowościach, co sprawia, że szansa zajęcia się czymś związanym z tworzeniem oferty kulturalnej jest przyjemnością samą w sobie, jak również, że w mniejszych ośrodkach nie ma rozpowszechnionych tradycji lub porównywalnych możliwości wynagradzania współpracy jak w większych miejscowościach.

Niektórzy z badanych zdecydowali się również na dopisanie tematu zajęć warsztatowych, które mogliby poprowadzić dla swoich rówieśników, jeśli poprosiłby o to miejscowy ośrodek kultury. Odpowiedzi na to otwarte pytanie były stosunkowo nieliczne, warto jednak zauważyć, że można wśród nich wyróżnić dwie najpopularniejsze kategorie. Jedna z nich dotyczyła muzyki (były to np. warsztaty gry na instrumentach, śpiewu, realizacji nagrań, wspólne słuchanie i rozmowy o muzyce), druga – zajęć teatralno-ruchowych (warsztaty teatralne, taniec, taniec ludowy). Inne, pojedyncze odpowiedzi dotyczyły również m. in. zajęć plastycznych, fotografii, jazdy konnej, kulinariów, czy prowadzenia gospodarstwa rolnego. Pokazuje to, że zakres tematów, w które młodzi ludzie gotowi są aktywnie się włączać jest szeroki, łączący popularne sposoby spędzania wolnego czasu, z tematami bardziej niszowymi.

Kolejne z pytań w kwestionariuszu dotyczyło wyobrażeń osób badanych na temat pożądanej oferty kulturalnej w ich miejscowościach zamieszkania. Zostało ono skonstruowane w następujący sposób: „Wyobraź sobie, że masz wpływ na planowanie wydarzeń w ośrodku kultury w Twojej miejscowości. W ciągu najbliższego półrocza możesz zaplanować 10 wydarzeń. Wpisz ile wydarzeń z każdej kategorii chciał(a)byś zorganizować”. Dzięki takiej konstrukcji pytania można było następnie zbudować swego rodzaju ranking, oparty na założeniu, że im ważniejsza jest dla osób badanych jakaś kategoria wydarzeń, tym częściej chcieliby jej doświadczać. Wykres poniżej przedstawia uśrednione wyniki dla każdej z badanych kategorii.

Wykres 9. Oczekiwania wobec organizacji wydarzeń kulturalnych



Jak widać, jedna z kategorii wydarzeń wybija się zdecydowanie ponad pozostałe. Respondentki i respondenci zadeklarowali, że gdyby zależało to od nich, średnio 3 z 10 wydarzeń kulturalnych byłoby koncertami. Jeśli dodać do tego następną w kolejności rankingu kategorię „potańcówki / dyskoteki” widać wyraźnie, że wydarzenia muzyczne są z perspektywy osób badanych kluczowe. Najrzadziej wskazywane – ze średnią wyraźnie poniżej 1 – były spektakle teatralne oraz wystawy, czyli wydarzenia związane z działalnością artystyczną, a jednocześnie, jak sugerowały odpowiedzi na wcześniejsze pytania, formy z którymi młodzi ludzie mogą mieć stosunkowo najmniej doświadczeń (mierzonych wizytami w ciągu ostatnich 12 miesięcy). Co więcej, w przypadku wystaw mamy do czynienia z najniższą wśród wszystkich kategorii miarą statystyczną odchylenia standardowego, co oznacza, że badani byli wyjątkowo zgodni w marginalizowaniu tego rodzaju wydarzeń. Ponadto, warto zwrócić uwagę na rozbieżność odpowiedzi przy dwóch kategoriach warsztatów. Badani wydają się być zdecydowanie bardziej otwarci na zajęcia organizowane dla ich grupy wiekowej (a może nawet – nawiązując do poprzedniego pytania – prowadzone przez ich rówieśników), aniżeli na warsztaty

międzypokoleniowe, skierowane do szerokich grup odbiorców, co może sugerować większe poczucie komfortu uczestnictwa w zajęciach w grupie względnie homogenicznej.

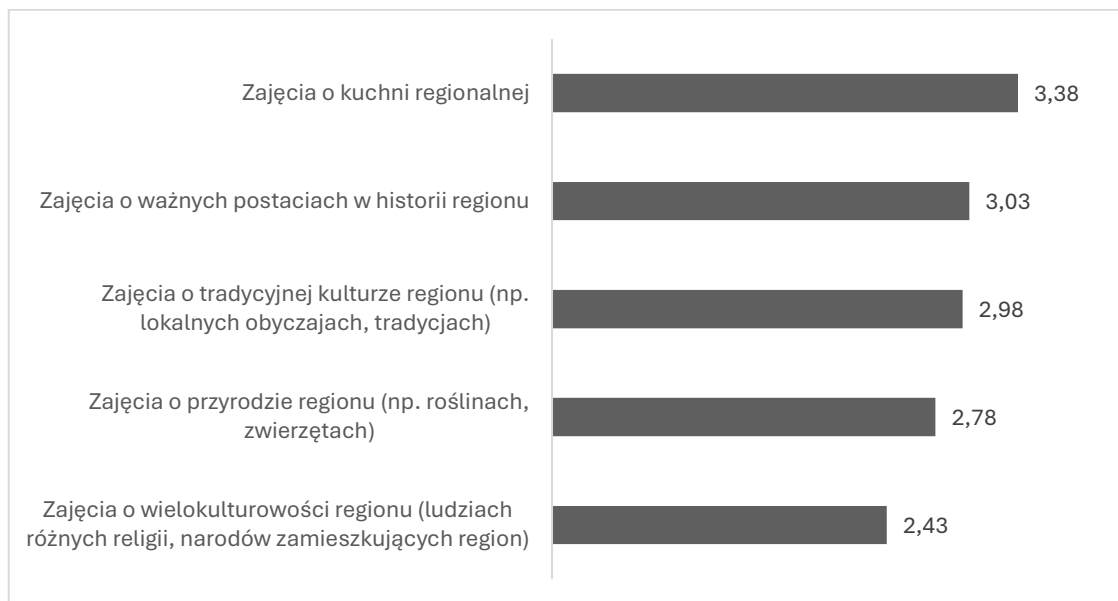
Można również zauważyć powiązania niektórych odpowiedzi z cechami takimi jak płeć, poziom edukacji, czy miejsce zamieszkania respondentek i respondentów. O ile zarówno dla kobiet jak i dla mężczyzn, kategoria koncerty była najchętniej wybieraną, o tyle średnia dla mężczyzn okazała się wyraźnie wyższa (3,48 wobec 2,76 wśród kobiet), z kolei kobiety chętniej wybierały kategorię „potańcówki / dyskoteki”. Poza tym, mężczyźni wyraźnie częściej wskazywali kategorię „spotkań z ciekawymi ludźmi” (druga najpopularniejsza w tej grupie, siódma wśród kobiet), natomiast kobiety znacznie chętniej wybierały formę warsztatową (trzecia najpopularniejsza w tej grupie, siódma wśród kobiet). Żaden z męskich uczestników badania nie wskazał na warsztaty międzypokoleniowe jako oczekiwaną formę wydarzenia.

Wraz z kolejnymi etapami edukacji spada waga koncertów, choć, oczywiście, pozostaje najchętniej wybieraną kategorią wydarzeń. Średnia dla badanych ze szkół podstawowych wynosi 3,47; szkół ponadpodstawowych 3,29; szkół wyższych 2,84; dla osób, które ukończyły edukację 2,52. Odwrotnie prezentuje się natomiast zmiana wagi potańcówek i dyskotek (od 1,05 wśród uczniów szkół podstawowych do 1,52 wśród osób, które zakończyły edukację). Wraz z wiekiem i przechodzeniem kolejnych etapów edukacji rośnie również znaczenie pokazów filmowych (od 0,63 do 1,20) oraz wystaw (od 0,15 do 0,44), maleje natomiast zainteresowanie występami kabaretowymi i stand-upowymi (od 1,26 do 0,92). W przypadku wielkości miejscowości trudniej jest znaleźć wyraźne trendy, chociaż ponownie można zauważyć odwrotne wektory w przypadku koncertów oraz potańcówek lub dyskotek. Znaczenie koncertów w ofercie rośnie wraz z wielkością miejscowości zamieszkania, natomiast potańcówki lub dyskoteki częściej wybierane są na wsiach i w najmniejszych miastach. Wiąże się to prawdopodobnie z dotychczasowymi doświadczeniami oraz obserwacjami osób badanych. W mniejszych miejscowościach często brakuje odpowiedniej infrastruktury lub wystarczająco szerokiej publiczności, aby organizacja koncertów wykraczała poza jedno lub kilka

takich wydarzeń rocznie, często w ramach większych, wielozmystowych eventów w rodzaju święta gminy, festynu rodzinnego itp. Innymi słowy, im większa miejscowość, tym łatwiejsza jest organizacja koncertów. Natomiast w mniejszych ośrodkach podstawowym, łatwiejszym do zorganizowania wydarzeniem muzycznym (czy muzyczno-tanecznym) mogą być dyskoteki i potańcówki, mniej wymagające infrastrukturalnie. Podczas nich, muzyków może też z powodzeniem zastępować DJ.

Pomimo, że w powyższym pytaniu osoby badane okazały się stosunkowo sceptyczne wobec zajęć warsztatowych, to poświęcono im ostatnie z pytań w kwestionariuszu, jako że warsztaty stanowią jedną z najpowszechniejszych, stosunkowo łatwych do zorganizowania i replikacji oraz ekonomicznych form działań z zakresu edukacji kulturalnej. Badani zostali poproszeni o to, aby zastanowili się, jakie tematy warsztatów związanych z regionem, gdyby zostały zorganizowane w szkole lub miejscowym ośrodku kultury, mogłyby być dla nich interesujące. Zaproponowano pięć obszarów tematycznych – zajęcia o tradycyjnej kulturze regionu (np. lokalnych obyczajach, tradycjach); zajęcia o przyrodzie regionu (np. roślinach, zwierzętach); zajęcia o ważnych postaciach w historii regionu; zajęcia o wielokulturowości regionu (ludziach różnych religii, narodów zamieszkujących region) oraz zajęcia o kuchni regionalnej. Każdy z tych obszarów mógł być oceniony na skali od 1 (zupełnie nieciekawe) do 5 (bardzo ciekawe). Uśrednione odpowiedzi na to pytanie zostały przedstawione na wykresie poniżej.

Wykres 10. Ocena atrakcyjności obszarów tematycznych warsztatów związanych z regionem



Jak widać, średnia ocen w badanej grupie była przeciętna bez względu na obszar tematyczny. Pozostaje to spójne z prezentowanym wcześniej dystansem wobec warsztatów jako formuły oraz – być może również – z dystansem wobec tematyki regionalnej. Warto zauważyć, że wśród zaproponowanych obszarów największą przychylnością zostały obdarzone zajęcia o kuchni regionalnej (średnia 3,38), a wyraźnie najniższą zajęcia o wielokulturowości regionu (2,43).

W przypadku tego pytania trudniej jest rozpoznać wyraźne różnice w odpowiedziach pomiędzy badanymi różnej płci, będącymi na różnych etapach edukacji lub mieszkającymi w miejscowościach różnej wielkości. W dużej mierze wiąże się to z faktem, że większość zaproponowanych w kwestionariuszu tematów było ocenianych przez respondentki i respondentów podobnie przeciętnie. Można jednak zwrócić uwagę na kilka kwestii. Jeśli chodzi o płeć badanych, wbrew stereotypowi, tematyka kulinarna nie przekonuje wyłącznie kobiet, a wyraźniejszą różnicę widać jedynie w przypadku zajęć o tradycyjnej kulturze regionu (np. lokalnych obyczajach, tradycjach), którymi bardziej zainteresowani byli mężczyźni (średnia odpowiedzi 3,54 wobec 2,72 wśród kobiet). Zestawienie odpowiedzi z etapami edukacji nie przyniosło wyraźnych wniosków poza tym, że

wraz z wiekiem rośnie generalne zainteresowanie warsztatami dotyczącymi tematyki regionalnej. Średnia dla wszystkich tematów wśród uczniów szkół podstawowych wyniosła 2,71; szkół średnich 2,86; szkół wyższych 3,02; a wśród badanych, którzy zakończyli już swoją edukację 3,11. Podobnie, można zwrócić uwagę, że zainteresowanie warsztatami na tematy regionalne dość wyraźnie rośnie wśród badanych z największych miejscowości. Średnia wszystkich odpowiedzi dla badanych z miast powyżej 50 tys. mieszkańców wyniosła 3,28; podczas gdy dla pozostałych badanych 2,79. Odpowiedzi pokazują więc nieco większą otwartość na tego rodzaju zajęcia wśród starszych badanych zamieszkujących większe miejscowości, niemniej jednak należy pamiętać, że uśrednione oceny oscylują najczęściej w granicach 2,5-3,5 w pięciostopniowej skali. Trudno jest więc mówić w tym przypadku o szczególnie dużym zainteresowaniu badanych.

Część II. Badanie jakościowe

Opisane wyżej badanie kwestionariuszowe miało za zadanie wskazać najbardziej powszechne opinie lub wyraźne trendy wśród zainteresowanych uczestnictwem w ofercie kulturalnej młodych ludzi z województwa podlaskiego. Typowa dla badań ilościowych standaryzacja pytań i odpowiedzi dobrze sprawdza się w tym zakresie, gorzej radzi sobie jednak z uzyskiwaniem bardziej złożonych i pogłębionych informacji. Stąd też, badanie kwestionariuszowe zostało rozwinięte poprzez użycie metod jakościowych – warsztatów badawczych oraz wywiadów fokusowych.

W pierwszej kolejności zostaną omówione warsztaty badawcze, które zostały przeprowadzone z grupami młodzieży i młodych dorosłych w czterech miejscowościach województwa podlaskiego w lipcu i wrześniu 2025 roku. Dobór miejscowości do badania miał zapewnić możliwe zróżnicowanie grup badanych i ich doświadczeń. Stąd też, jako miejsca realizacji warsztatów wytypowano dwa miasta powiatowe (miasta w kategorii od 10 do 50 tysięcy mieszkańców) i dwa małe

miasta (poniżej 10 tys. mieszkańców), będące centrami gmin miejsko-wiejskich. W dwóch z badanych miejscowości realizowano w tym roku projekty w ramach Programu Bardzo Młoda Kultura. Żadna z badanych miejscowości nie leży w bezpośredniej bliskości największych miast regionu (Białystok, Suwałki, Łomża), a więc ich oferta kulturalna nie ma dla mieszkańców decydującego znaczenia. Rekrutacja do badania w każdej z miejscowości opierała się na dostępności i przebiegała w porozumieniu i ze wsparciem lokalnych edukatorów i animatorów kultury, za co zespół badawczy przekazuje im podziękowania. Badanie miało charakter poufny, co oznacza, że nie zbierano danych osobowych uczestniczek i uczestników warsztatów, a zebrane podczas nich informacje podległy anonimizacji.

Forma warsztatowa oznaczała, że prowadzący badanie moderator łączył elementy wywiadów grupowych, to jest rozmowy z badanymi, z zadaniami mającymi na celu skonceptualizowanie określonych postaw i wyobrażeń na temat tego, w jaki sposób powinna wyglądać oferta kulturalna w danych społecznościach lokalnych z perspektywy młodych ludzi. W dalszej części tekstu zaprezentowane zostaną wyniki z tej części badania.

Następnie zostanie zaprezentowana perspektywa animatorów i edukatorów kulturalnych pracujących w województwie podlaskim, z którymi we wrześniu 2025 r. przeprowadzono dwa wywiady on-line w małych grupach. Zaletą zaproponowanej metody zbierania informacji jest to, że rozmowy z grupami osób pracujących na co dzień w różnych miejscowościach, pozwoliły na skonfrontowanie podobieństw i różnic doświadczeń pracowników sektora kultury, a także zsyntetyzowanie pewnych wniosków na poziomie ponadlokalnym.

Struktura tej części raportu będzie powtarzać układ głównych wątków, które pojawiały się podczas pracy warsztatowej oraz wywiadów grupowych on-line z osobami badanymi.

Perspektywa młodych ludzi

Pierwszym z głównych pytań badawczych powiązanych z warsztatami, było ustalenie w jaki sposób i w jakich miejscach osoby badane lubią spędzać czas wolny w swoich miejscowościach. Na podstawie zebranych wypowiedzi badanych można wyróżnić cztery rodzaje takich przestrzeni.

1. Przestrzenie instytucji kultury. Miały one większe znaczenie w miastach powiatowych niż małych. Można również wyraźnie zauważyć ich podział na instytucje symbolicznie bliższe, do których można uczęszczać regularnie, w różnych celach (miejscowe ośrodki kultury, nieco rzadziej biblioteki publiczne, ponieważ najważniejsze potrzeby w zakresie czytelnictwa zapewniają również biblioteki szkolne) oraz dalsze – w przypadku badanych miejscowości przede wszystkim muzea. Te, nawet jeśli są dobrze oceniane przez osoby badane, nie skłaniają do powrotów, ponieważ poza wystawami (stałymi lub czasowymi) raczej nie oferują możliwości spędzania wolnego czasu dla młodych ludzi (podobne wnioski płynęły z badania BMK w poprzednim roku).
2. Przestrzenie quasi-instytucjonalne. W przypadku jednej z badanych miejscowości szczególnie istotną rolę odgrywa Miejsce Aktywności Lokalnej (MAL). Formuła MAL, która ma za zadanie wspierać i rozwijać lokalne potencjały kreatywności, ma tutaj szczególne znaczenie, ponieważ w realny sposób może odpowiadać na potrzeby młodych ludzi, które diagnozowano np. w ramach badań Programu BMK w województwie podlaskim w 2024 r. Chodzi mianowicie o model działania, który zapewnia określone, ogólne ramy (np. infrastrukturę, kadrę, zasady współpracy), jednocześnie pozostawiając użytkownikom, w tym przypadku młodzieży, stosunkowo dużo swobody i inicjatywy. Jak stwierdziła jedna z osób badanych: „*MAL jest takim słońcem dla tego miasta, bo to jest miasto duchów. Tu się już nic nie dzieje*”.

3. Przestrzenie sportowo-rekreacyjne. W każdej z badanych miejscowości zwracano uwagę na rolę miejsc takich jak boiska, skateparki, place zabaw. Jak stwierdzono również w poprzednich edycjach badań (2023-2024), są one istotne nie tylko ze względu na możliwość realizowania aktywności fizycznych w wolnym czasie, ale również jako miejsca spotkań, wymiany doświadczeń, realizacji innych, pozasportowych pasji.
4. Inne przestrzenie społeczne, które są być może szczególnie istotne w mniejszych miejscowościach, w których brakuje bardziej rozbudowanej oferty spędzania wolnego czasu. Informacje zebrane w trakcie warsztatów w zasadzie potwierdzają takie przypuszczenie. Do wspomnianych przestrzeni można więc zaliczyć głównie punkty gastronomiczne, szczególnie dostępne cenowo dla młodych osób (bary z kebabami, pizzerie) lub ogólnodostępne i dogodnie położone przestrzenie publiczne, takie jak parki, plaże, bulwary.

Celem warsztatów badawczych było nie tylko zdiagnozowanie faktycznych praktyk kulturalnych, ale również zbadanie potrzeb i wyobrażeń na temat tego, jak powinny one wyglądać. W związku z tym, uczestnikom zaproponowano zadanie, którego celem było zagospodarowanie umownej kwoty (100 tys. złotych) na cele związane z kulturą w ich miejscowościach. Warto podkreślić, że podana kwota nie oznaczała konieczności tworzenia przez młodzież konkretnych, urealnionych budżetów, a jej podstawowym celem było powściągnięcie wyobraźni osób badanych, aby ograniczyć pomysły zupełnie niemożliwe w realizacji, przeskalowane itp., co zresztą nie udało się całkowicie. Poza tym, suma 100 tys. złotych jest dość łatwo podzielna na mniejsze pule, co miało ułatwić zadania, gdyby badani chcieli zrealizować większą liczbę pomysłów.

Należy zwrócić uwagę, że pomysły osób badanych podobnie często dotyczyły samej oferty kulturalnej jak i inwestycji w infrastrukturę, co pokazuje, że młodzi ludzie zwracają uwagę na oba aspekty życia kulturalnego. Wśród pomysłów na wydarzenia pojawiały się takie, które korespondują z wynikami badania kwestionariuszowego – osoby badane mówiły na przykład o potrzebie koncertów, festiwali muzycznych, czy przeglądów filmowych. Pogłębione informacje płynące z warsztatów pokazują

jednak, że przynajmniej część badanej młodzieży wychodzi w swoich oczekiwaniach poza możliwości obcowania z najbardziej popularnymi zjawiskami kultury (koncertami gwiazd pop, hip-hop, pokazami znanych filmów), oczekując oferty bardziej osadzonej w lokalnym kontekście. Wśród zgłoszonych pomysłów znalazło się więc, między innymi, miejsce na warsztaty międzypokoleniowe, czy festiwal muzyczny, na którym każdego dnia występowałiby artyści popularni w różnych grupach wiekowych; projekty filmowe związane z historią regionu albo prezentujące twórczość niezależnych, lokalnych grup filmowych; działania z zakresu *street art*. Tego rodzaju pomysły pokazują, że wśród osób badanych wyraźnie występuje potrzeba osadzenia przynajmniej części oferty kulturalnej w kontekście lokalnym, uwzględniającym zarówno historię miejsca jak i jego teraźniejszość (np. rozpoznając fakt wielopokoleniowości społeczności lokalnej). Jednocześnie najczęściej myśląc o realizacji tych celów poprzez zglobalizowane formy kultury popularnej (film, koncert muzyki pop, graffiti itp.).

Zdecydowanie więcej uwagi należy poświęcić pomysłom dotyczącym rozwoju infrastruktury kultury. Choć w tych przypadkach, wiele z propozycji z pewnością wykracza poza proponowany w ćwiczeniu budżet, to pokazują one, że przynajmniej część młodzieży ma dość sprecyzowane oczekiwania, pozostające w zgodzie ze wspomnianymi już tutaj (oraz w poprzednich badaniach) potrzebami. Poniżej przytoczonych zostanie kilka wypowiedzi badanych, które dobrze oddają ten sposób myślenia. *„Takim naszym pomysłem były sale interaktywne, czyli coś w rodzaju takiego, że można przyjść, skorzystać ze sprzętu. Podstawowe sprzęty, komputery, jakieś oprogramowanie do tego, żeby można było zmontować sobie film, jakiś podstawowy [...] sprzęt do nagrywania, żeby można było z tego korzystać, [...] jakiś system stworzyć, nie wiem, rezerwacji tego i wypożyczyć to, i gdzieś coś stworzyć swojego i później pokazać to na przykład”*. Inna z badanych osób rozwinęła podobną wizję: *“Ja sobie rozpisałam parę punktów o czymś, co nazwałam górnolotnie autonomiczna przestrzeń artystyczna. [...] Więc target to młodzież ze szkół średnich, dorośli, pokolenie millenialsów jeszcze. Tworzona w stałej współpracy z użytkownikami, brak sztywnych ram, reguł i zasad, przestrzeń. Wyobrażam sobie to z możliwością zagospodarowania jakiegoś pustostanu na takie działania. No*

i takie słowa klucze, autentyczność i poczucie sprawczości są takie dwie rzeczy, które się bardzo często przewijają w działaniach z młodzieżą jeśli chodzi o kulturę, że brakuje poczucia tego, że mam prawo o czymś decydować w moim mieście mogę sam coś zorganizować, tak? A druga rzecz to autentyczność, bo nie wszystko to, co robi Dom Kultury powiedzmy wydaje się naturalne, bo to jest bardzo zinstytucjonalizowane, tak? Że to jest bardzo formalna sprawa, a tutaj mamy założenie, że bez większych kłopotów możesz przyjść i zaproponować wyjść z pomysłem, i to realizować [...] i żeby to nie wymagało podpisywania dziesięciu różnych dokumentów, papierów i weryfikacji”. Oba pomysły można porównać do działalności Mediatek lub, wspomnianych wyżej, Miejsc Aktywności Lokalnej, ale konkretne etykiety są z perspektywy osób badanych mniej ważne niż same zasady działania oparte na: 1) dostępności (infrastruktury, sprzętu, oprogramowania); 2) autentyczności i zaufaniu (użytkownicy mogą robić to, co ich interesuje przy minimum kontroli instytucjonalnej); 3) opcjonalnej dystrybucji efektów pracy. Wydaje się, że trzecia z zasad wymaga dodatkowego rozwinięcia. Kluczowe w wyżej wymienionych, jak również innych wypowiedziach osób badanych jest to, żeby młodzi ludzie mieli możliwość tworzenia kultury oraz pokazywania jej szerszej publiczności, ale decyzja o tym powinna należeć do samych twórców. To ważne, ponieważ staje w sprzeczności z szeregiem tradycyjnych aktywności kulturalnych realizowanych w instytucjach kultury, być może szczególnie w przypadku grup tanecznych, teatralnych czy chórów. Ich działalność często opiera się nie tyle na możliwości, co w zasadzie na konieczności publicznej prezentacji efektów, nierzadko w formule konkursu czy turnieju. Osoby niezainteresowane taką aktywnością mogą więc czuć opór przed angażowaniem się w tego rodzaju działania. Propozycje, które pojawiły się podczas warsztatów zakładają natomiast opcjonalność i sprawczość leżącą po stronie twórców – powinni oni decydować o sposobach prezentowania swoich dzieł szerszej publiczności, ale również mieć prawo zachowania ich do siebie, czy porzucania ich niedokończonymi, aby zająć się czymś innym.

Warto natomiast krytycznie dodać, że w przytoczonych powyżej oraz innych, podobnych wypowiedziach, brakuje zazwyczaj refleksji nad procesem nabywania

kompetencji. Zakłada się bowiem, że młody człowiek zaopatrzony w niezbędny sprzęt oraz margines zaufania, będzie gotowy i chętny do korzystania z nich. Z pewnością byłoby tak w przypadku części potencjalnych odbiorców, podczas gdy dla innych próg wejścia do takiej formuły mógłby być z góry zbyt wysoki (jak powinno się korzystać z tego sprzętu?). Zniechęcający mógłby być też proces koniecznego, samodzielnego uczenia się, np. konkretnych kompetencji technicznych (co może być żmudne, a często również nieefektywne). Innymi słowy, pojawia się pytanie o konieczność powiązania takich miejsc z kadrami, które mogłyby wspierać młodych ludzi w realizacji ich pomysłów. Nie jest jasne, w jaki sposób powinni być oni powiązani z takimi miejscami – jako etatowi pracownicy, niezależni edukatorzy prowadzący pojedyncze zajęcia w odpowiedzi na zapotrzebowanie młodzieży, mentorzy z którymi można połączyć się zdalnie – i w jaki sposób wpływałoby to na postulaty autentyczności, czy opcjonalnej dystrybucji efektów pracy. Niemniej jednak, pomimo tych niejasności, należy uznać wagę przytoczonych wyżej pomysłów, ponieważ są one w istocie kolejnymi konkretyzacjami potrzeby „instytucji” kultury jako miejsca hybrydycznego, elastycznego, pozwalającego na samodzielny lub grupowy rozwój własnych zainteresowań, przy zachowaniu minimum koniecznych ram formalnych.

Podczas warsztatów pojawiły się również inne propozycje związane z tworzeniem nowej lub modernizacją istniejącej infrastruktury. Można podzielić je z grubsza na dwie kategorie. Pierwsza z nich to głosy osób, które zainteresowane są konkretnymi aktywnościami kulturalnymi, dobrze orientujące się w standardzie istniejącej infrastruktury instytucji kultury, ich mocnych i słabych stronach. Osoby te najczęściej oczekiwały remontów i inwestycji w funkcjonalności najważniejsze z punktu widzenia swoich pasji – np. remont sali teatralnej, wyciszenie sali czy zakup nowych instrumentów do pracowni muzycznej, zaaranżowanie sali kinowej, która umożliwiałaby realizowanie częstszych, regularnych projekcji itp. Druga z kategorii to głosy, które można uznać za bardziej ogólnikowe, ale jednocześnie postulujące takie zmiany, które pozytywnie wpłynęłyby na ilość i jakość przestrzeni społecznych w danej miejscowości, dając młodym ludziom możliwość swobodnego korzystania z nich. Mieszczą się więc w tej kategorii postulaty

powstania nowych boisk i innej infrastruktury sportowej, rewitalizacja podwórek i placów zabaw, czy modernizacja MAL zwiększająca jego społeczny potencjał (budowa tarasu, wstawienie aneksu kuchennego umożliwiającego wspólne przygotowywanie posiłków). Niekiedy, jak w cytacie umieszczonym poniżej, brakuje tym pomysłom precyzji, jasny jest jednak przekaz, że istotne jest tutaj samo dogodne do spotkań miejsce, które może być następnie wypełnione treściami przez samych użytkowników: *„To, w końcu... żeby mogły być takie przestrzenie, bo w ogóle nie ma gdzie spędzać czasu i możliwości, żeby była przestrzeń, gdzie właśnie można się zebrać, poznając ludzi, którzy robią coś, nie wiem, cokolwiek, na przykład nie wiem, chcą pograć, żeby mogli przyjść tam, pograć sobie. Ping-pong na sali, jakieś coś takiego”*.

Celem warsztatów badawczych było również ustalenie, na ile młodzież jest w stanie zaangażować się w działalność istniejących już w ich miejscowościach instytucji kultury oraz na jakich warunkach. Należy zauważyć, że ze względu na sposób rekrutacji do badania, oparty na dostępności i zainteresowaniach, część osób badanych miało lub ma obecnie takie doświadczenia, dzięki czemu zebrane od nich informacje są postawami osadzonymi w faktycznych praktykach kulturowych. Na użytek warsztatów stworzono cztery przykładowe role, które młodzi ludzie mogą przyjmować we współpracy z instytucjami kultury, a następnie próbowano ustalić, które z nich wydają się osobom badanym bardziej atrakcyjne, czy możliwe do zrealizowania i z jakich powodów. Wspomniane role to: PROGRAMER – bierze udział w podejmowaniu decyzji o tym, co będzie się działo w instytucji kultury, wychodzi z inicjatywą, współtworzy ofertę i ewaluuje ofertę już istniejącą; AMBASADOR – promuje określone wydarzenia wśród rówieśników, informuje, zachęca do udziału, pomaga w promocji w social mediach, jest łącznikiem pomiędzy instytucją kultury i szkołą itp.; TECHNIK – pomaga w tworzeniu scenografii, przygotowaniu oprawy, projektuje grafiki promocyjne itp.; PROWADZĄCY – jest twarzą wydarzenia, osobą prowadzącą, wodzirejem itp. Role te odpowiadają również pytaniu z badania kwestionariuszowego o to, jakiego rodzaju wsparcia dla instytucji kultury badani byliby gotowi się podjąć. Programerowi odpowiada zdanie „Udział w wymyślaniu planu ciekawych wydarzeń na następny rok”; Ambasadorowi „zapraszanie na

wydarzenie moich rówieśników poprzez social media i bezpośrednie rozmowy” oraz „Rozwieszanie plakatów”; Technikowi „Pomoc w organizacji wydarzenia (np. tworzenie scenografii, przygotowywanie sali)”; Prowadzącemu „Wystąpienie na wydarzeniu (publiczne pokazanie swoich zainteresowań, pasji)”. Warto przypomnieć, że respondentki i respondenci, którzy wzięli udział w badaniu ilościowym, w zdecydowanej większości byli gotowi do pojęcia się każdej z tych ról, a kwestią dyskusyjną był raczej rodzaj wynagrodzenia lub możliwość pracy bez wynagrodzenia, z samej radości realizowania pasji, robienia czegoś ciekawego. Spotkanie z młodymi ludźmi w czasie warsztatów pozwoliło na pogłębienie i rozwinięcie wyników uzyskanych w badaniu kwestionariuszowym.

Przede wszystkim, należy zauważyć, że uczestnicy warsztatów również w zdecydowanej większości byli gotowi do aktywnego włączenia się w życie kulturalne społeczności lokalnej, co często zresztą potwierdzali swoimi wcześniejszymi doświadczeniami. W każdym z warsztatów nacisk na poszczególne role rozkładał się nieco inaczej, ale sumując głosy ze wszystkich spotkań z osobami badanymi, każda z czterech omawianych ról była wybierana przez podobną liczbę osób, co potwierdza, że młodzi ludzie gotowi są do podejmowania się różnego rodzaju zajęć. Uczestnicy, którzy twierdzili, że żadna z zaproponowanych, omawianych ról im do końca nie pasuje, ponieważ nie czują się wystarczająco kompetentni, nie potrafią robić tych rzeczy, jednocześnie deklarowali, że mogliby i chcieliby zaangażować się w jakiś inny sposób, który byłby oczekiwany przez lokalne instytucje i bardziej zgodny z ich możliwościami.

Interesujące okazały się refleksje osób badanych dotyczących oczekiwanych lub faktycznych form wynagradzania za współpracę. Na ich podstawie można sformułować kilka ogólnych spostrzeżeń:

- Współpraca bez żadnego wynagrodzenia wydaje się osobom badanym odpowiednia przede wszystkim pod dwoma warunkami. Po pierwsze, kiedy młody człowiek dopiero się czegoś uczy, jest w czymś nowy, bez doświadczenia. Wówczas właściwym wynagrodzeniem za pracę jest sama możliwość zdobycia doświadczeń, opanowania określonych kompetencji. Warto zwrócić uwagę, że w takich założeniach kryje się często

niewypowiadana wprost perspektywa zmiany relacji z instytucją w czasie – od pracy bez wynagrodzenia do pracy za wynagrodzeniem, po spełnieniu odpowiednich warunków. Po drugie, możliwość taka jest dopuszczalna, kiedy aktywność badanych na rzecz instytucji nie jest bardzo absorbująca czasowo, pozwala na pewną dorywczość lub regulowanie zaangażowania po stronie zainteresowanej młodzieży.

- W przypadku zaangażowania, które wiąże się z wynagrodzeniem innym niż pieniężne, stosunkowo atrakcyjne wydają się z perspektywy badanych darmowe wejściówki na wydarzenia (niekoniecznie zresztą organizowane przez konkretną instytucję, w jednej z rozmów pojawił się pomysł wynagrodzenia w postaci biletów na mecz Jagielloni Białystok, co mogłoby być bardziej atrakcyjne nawet od pieniędzy). Przydatne, szczególnie dla uczniów i studentów mogą być również oficjalne dokumenty potwierdzające pracę w charakterze wolontariuszy, które mogą pomóc m. in. w pozyskaniu stypendiów lub innych korzyści w procesie edukacji formalnej. W czasie rozmów wspomniano również o doświadczeniach badanych z przekazywaniem kart podarunkowych do sklepów jako form wynagradzania lub podziękowania za zaangażowanie. Warto wreszcie zwrócić uwagę, że niektóre z osób badanych przy tej okazji wspominały jak ważne jest otrzymanie wyrazów uznania od etatowych pracowników instytucji, czy – szerzej – od osób, z którymi się współpracuje. Uznanie rozumiane jako komunikat wprost do współpracującej młodzieży, ale również ogłoszenie publicznie (np. jako uznanie współautorstwa, wpisanie imion i nazwisk na listę twórców) może być również istotną walutą w procesie włączania młodych ludzi do działań instytucjonalnych.
- Wynagrodzenie pieniężne wydaje się osobom badanym najwłaściwsze w przypadku współpracy, która wymaga dużego zaangażowania czasowego lub też w przypadku współpracy długoterminowej (naturalne przejście od kategorii wolontariusza do współpracownika). Jednocześnie w dość powszechnym przekonaniu wynagrodzenie pieniężne należy do najskuteczniejszych motywatorów do podjęcia współpracy.

Kolejnym z elementów warsztatów była symulacja sytuacji, w której nowy pracownik lokalnego ośrodka kultury ma za zadanie stworzyć ofertę wydarzeń kulturalnych, które zainteresują młodzież i młodych dorosłych. Uczestnicy warsztatów zostali poproszeni o sformułowanie prostych rad, które mu (lub jej) w tym pomogą. Ta część warsztatów dotyczyła więc oczekiwań wobec oferty wydarzeń w instytucjach kultury, chodziło jednak o sformułowanie ich w sposób możliwie przejrzysty i zoperacjonalizowany, jako że w dość powszechnym przekonaniu pracowników sektora kultury, ustalenie oczekiwań młodych odbiorców bywa zadaniem trudnym i nieprzewidywalnym w skutkach.

Propozycje uczestników warsztatów można zebrać w kilku podstawowych kategoriach, zestawionych poniżej:

- Kwestia programowania wydarzeń. Badani zwracają uwagę na dobrą praktykę konsultowania proponowanej oferty z możliwie szeroko dobranymi przedstawicielami grup docelowych. Organizatorzy powinni zasięgać języka wśród potencjalnych odbiorców lub włączyć ich do współdecydowania (taką praktyką, stosowaną w niektórych miejscowościach, są różnego rodzaju plebiscyty i głosowania, które wyłaniają np. gwiazdę koncertu lub tytuły filmów na wieczorze filmowym). Innymi słowy, głosy takie postulowały włączanie grup młodych ludzi do współpracy w roli Programerów.
- Kwestia promocji wydarzeń. Badani zwracali uwagę, że często nie czują się dobrze poinformowani o wydarzeniach. Informacje przekazywane są bowiem nieefektywnie (np. plakaty w mało uczęszczanych miejscach albo – z drugiej strony – natłok plakatów, z którego trudno wyłowić coś jednoznacznie interesującego) lub przebiegają nieodpowiednimi kanałami. Nie jest zaskakujące, że badane osoby zwracały uwagę na konieczność komunikacji w internecie, podkreślając jednocześnie, że komunikacja z wykorzystaniem platformy Facebook jest obecnie zupełnie nieskuteczna, a do młodych odbiorców można dotrzeć raczej za pośrednictwem Instagrama lub TikToka. Pokazuje to konieczność współpracy z młodymi ludźmi w roli Ambasadorów, którzy są w stanie optymalizować działania informacyjne i promocyjne instytucji kultury.

- Kwestia kalendarza wydarzeń. Jak pokazują m. in. tegoroczne i wcześniejsze badania w ramach Programu BMK, młodzi ludzie spędzają dużo czasu wolnego korzystając z obiektów sportowych (np. boiska, skateparki, siłownie plenerowe) lub innych otwartych przestrzeni publicznych (parki, bulwary, plaże). Większość z tych miejsc spełnia swoją rolę jedynie przez część roku, kiedy sprzyjają temu warunki pogodowe. W opinii niektórych badanych należy więc zwrócić większą uwagę na organizację ciekawych wydarzeń zimą, w czasie, kiedy samodzielna organizacja wolnego czasu na wolnym powietrzu jest ograniczona. Spostrzeżenie to jest o tyle ważne, że dla wielu ośrodków kultury to lato jest okresem organizacji największej liczby wydarzeń. Oczywiście kwestia kalendarza komplikuje się dodatkowo w miejscowościach przyciągających turystów, pojawia się w nich bowiem dysonans pomiędzy ofertą profilowaną pod osoby przyjezdne oraz tą, która uwzględnia przede wszystkim potrzeby mieszkańców.
- Kwestia dostępności. Pojawiały się głosy mówiące o tym, że wydarzenia powinny być dostępne nie tylko ekonomicznie, ale również symbolicznie (np. realizowane w przestrzeniach sprawiających na młodych ludziach wrażenie przyjaznych, odpowiednich). Wątek ten co prawda nie wybrzmiał podczas warsztatów bardzo silnie, natomiast kwestie rozmaitych aspektów dostępności pojawiły się wyraźniej w ubiegłorocznych badaniach w ramach Programu BMK, można więc uznać, że jest to także jeden z istotnych wątków, o którym nie powinno się zapominać.
- Badani wymieniali również konkretne rodzaje wydarzeń, które mogłyby być interesujące dla młodych ludzi. Znalazły się wśród nich wydarzenia sportowe, koncerty muzyki popularnej (pop, hip-hop), spotkania ze sławnymi osobami, z którymi można porozmawiać i dostać autograf, pokazy filmowe, teatralne. Jednocześnie zwracano uwagę na różnorodność i świeżość – unikanie powtarzalności, rutyny, bazowania na realizowanych wielokrotnie pomysłach, nawet jeśli sprawdzały się one w przeszłości. Wydaje się, że ten ostatni postulat dobrze współgra z potrzebą konsultacji. Ostatecznie to do grupy docelowej odbiorców mogłaby częściej należeć decyzja, czy dana

konwencja wydarzenia nadal się sprawdza, czy może należy poszukać czegoś innego.

Perspektywa animatorów i edukatorów

Perspektywa młodzieży i młodych dorosłych została zestawiona z perspektywą animatorów i edukatorów kulturalnych z województwa podlaskiego, z którymi przeprowadzono dwa grupowe wywiady eksperckie on-line. W rozmowach wzięło udział siedmioro osób (cztery kobiety, trzech mężczyzn) pracujących w sektorze kultury w województwie podlaskim, reprezentujących ośrodki zaangażowane w realizację działań w ramach tegorocznej edycji Programu BMK. Scenariusze rozmów eksplorowały nie tylko doświadczenia związane z Programem, ale również ogólnejsze kwestie możliwości oraz ograniczeń związanych ze współpracą z młodymi ludźmi mieszkającymi w regionie. Poniżej zostaną omówione najważniejsze wątki poruszone podczas wywiadów. Ze względu na poufny charakter rozmów, w dalszej części tekstu wszelkie dane osobowe lub dotyczące konkretnych miejsc i instytucji kultury, w których pracują, zostały zanonimizowane.

Jednym z ważnych wątków otwierających rozmowy była kwestia tego, z jakimi grupami młodych ludzi osoby badane – lub ich współpracownicy – pracują najczęściej. Zgodnie z oczekiwaniami (por. m. in. raporty z badań BMK 2023-2024) można zauważyć, że młodzi ludzie pojawiają się w instytucjach kultury w dużej liczbie do określonego wieku. Ważną cezurą czasową jest z pewnością koniec szkoły podstawowej i podjęcie nauki w szkołach ponadpodstawowych, co – szczególnie w przypadku mieszkańców mniejszych miejscowości – wiąże się z kwestiami dojazdów do innych ośrodków lub przeprowadzką do internatu, a tym samym drastycznym ograniczeniem możliwości uczestnictwa w lokalnym życiu kulturalnym. Niemniej, część osób badanych zwracało uwagę na to, że wyraźne

tąpnięcie w uczestnictwie następuje już wcześniej, wśród uczniów starszych klas szkół podstawowych, mniej więcej po 12. roku życia. Wiązane jest to przede wszystkim z rosnącym usamodzielnianiem się młodych ludzi. O sposobach spędzania przez nich wolnego czasu w coraz mniejszym stopniu decydują rodzice, a jednocześnie rośnie potrzeba pozaszkolnego kontaktu z rówieśnikami.

Ponadto, wydaje się, że starszą młodzież trudniej jest przekonać do włączenia się w instytucjonalne aktywności kulturalne, jeśli nie miała ona wcześniejszych doświadczeń związanych z takimi zajęciami, czy miejscami. Wobec tego, na podstawie wypowiedzi badanych można mówić o następujących sytuacjach sprzyjających aktywizacji kulturalnej młodych ludzi w społeczności lokalnej:

- Szeroka i atrakcyjna oferta zajęć dla dzieci może sprawić, że większa część z nich wraz z dojrzewaniem będzie otwarta na współpracę z instytucjami kultury. Sytuację może poprawić również zacieśnianie współpracy pomiędzy lokalnymi instytucjami kultury (ośrodki kultury, biblioteki), a szkołami. Instytucje mogą bowiem dzięki temu łatwiej wchodzić w funkcje świetlic, w których młodzi ludzie mogą spędzać czas po zajęciach lub nawet w ich trakcie (realizując z nauczycielami działania z zakresu edukacji kulturalnej). W tych wypadkach znaczenie może mieć także fizyczna odległość pomiędzy szkołami, a instytucjami kultury.
- Pomocne w zatrzymywaniu młodych ludzi mogą być inicjatywy, które charakteryzują się długą tradycją jak i umożliwiają wspólną aktywność młodszej i starszej młodzieży. Najczęściej przytaczanymi podczas wywiadów przykładami takich inicjatyw są zespoły ludowe i folklorystyczne, chóry lub grupy taneczne. Mają one przynajmniej kilka zalet: pozwalają uczestniczyć w aktywności kulturalnej przez dłuższy czas przy jednoczesnym pogłębianiu konkretnych kompetencji i umiejętności młodzieży (np. śpiew, taniec); długa tradycja wielu takich grup sprawia, że cieszą się one wyraźnym prestiżem w środowisku lokalnym; udział w takich zespołach, szczególnie z długą tradycją, wiąże się z możliwościami wyjazdów w trasy, konfrontacji z innymi grupami z Polski i z zagranicy, dla poszczególnych uczestników jest to również szansa np. na zdobywanie stypendiów artystycznych.

- Stabilność i tradycje tego rodzaju zespołów należy potraktować jako zalety, ale jednocześnie, młodzi ludzie oczekują raczej nowych, innowacyjnych form aktywności kulturalnej. Wbrew stereotypowi, nie zawsze musi oznaczać to silnego osadzenia w rzeczywistości cyfrowej, chociaż z pewnością to pomaga. W czasie rozmów wspomniano m. in. o możliwościach wykorzystania wirtualnej rzeczywistości (VR) i rozszerzonej rzeczywistości (AR), produkcji video, tworzeniu memów i tym podobnych formach przekonujących młodzież do aktywności kulturalnej.

Niektóre z osób badanych przywoływały zastyszane lub zaobserwowane opinie, według których, w oczach części młodzieży uczestnictwo w aktywnościach proponowanych w instytucjach kultury traktowane jest jako coś mało atrakcyjnego, czy wręcz wstydliwego. Innymi słowy, jednym z istotnych powodów słabnącego zainteresowania ofertą instytucji kultury wraz z wiekiem odbiorców jest też presja rówieśnicza. Przyczyny takiego stanu rzeczy są z pewnością złożone, opierając się jednak na tegorocznych i wcześniejszych diagnozach realizowanych w ramach Programu BMK w województwie podlaskim, można zauważyć, że oferta instytucji kultury często rozjeżdża się ze zmieniającymi się oczekiwaniami starszej młodzieży, dla których kluczowe wydają się takie elementy spędzania wolnego czasu jak: poczucie bezpieczeństwa, swobody i autonomii, zaufania ze strony osób dorosłych (szczególnie reprezentantów instytucji, np. nauczycieli, animatorów kultury), czy elastyczna, wielofunkcyjna przestrzeń pozwalająca łączyć różne aktywności (stąd też tak istotne w narracji młodych ludzi są miejsca w rodzaju boisk czy skateparków).

Instytucje kultury, nie podważając ich najlepszych intencji, nie zawsze rozpoznają te potrzeby, bądź też nie potrafią na nie efektywnie odpowiedzieć, jako że wymykają się one tradycyjnie rozumianym ramom instytucjonalnym. Warto w tym miejscu przytoczyć cytaty z jednego z wywiadów: *„Czasami jak patrzę na dzieci od siebie ze wsi, to mam wrażenie, że one nie mają w ogóle takich praktyk [kulturowych], bo nasze dzieci, jedyne co, to przesiadują na boisku pod szkołą i grają w piłkę nożną. Włącznie z dziewczynami, to nieważne czy chłopcy, czy dziewczyny. Wszyscy tak samo. Mam wrażenie, że teraz [...] te TikToki i te Instagramy, i to wszystko tak*

zaburzyło te funkcjonowanie tych naszych dzieci, że trudno je wyciągnąć do czegokolwiek, [...] żeby przyszedł na zajęcia, żeby cokolwiek zrobili, żeby pogadały ze sobą”. Ta krótka wypowiedź wydaje się symptomatyczna, ponieważ pokazuje, że pomimo jak najlepszych intencji ze strony osób zaangażowanych w animację i edukację kulturalną, możemy mieć do czynienia z barierami komunikacyjnymi pomiędzy przedstawicielami instytucji kultury, a młodzieżą. Warto więc pochylić się nad tym cytatem dokładniej.

Po pierwsze, należy zwrócić uwagę, że w powyższej wypowiedzi, aktywności podejmowane samorzutnie przez młodzież na boisku nie są uznawane za praktykę kulturową, podczas gdy jest wręcz odwrotnie, jest to prawdopodobnie najbardziej podstawowa z dostępnych im praktyk kulturowych. Świadczy o tym również fakt, że na boisku spędzają czas wszyscy („nieważne czy chłopcy, czy dziewczyny”), co może sugerować, że nie chodzi (tylko) o uprawianie sportu, ale również (przede wszystkim?) o inne funkcje (np. integracyjną), które z różnych względów nie są lub nie mogą być realizowane gdzie indziej. Co więcej, pierwsza część wypowiedzi stoi też w pewnej sprzeczności z drugą. Z pewnością media społecznościowe stanowią bardzo ważny element świata młodych ludzi, ale fakt, że pojawiają się na boisku (nawet jeśli ze smartfonami w rękach), świadczy o tym, że można „wyciągnąć je do czegokolwiek”, sprawić „żeby cokolwiek zrobili” i „żeby pogadały ze sobą” (robią to zresztą również za pomocą mediów społecznościowych). Innymi słowy, problem polega nie na tym, że młodzież nie podejmuje żadnych aktywności, ale że instytucje nie mogą ich przekonać do tego, żeby robili to w ich wnętrzach. Co z kolei częściowo może wynikać z faktu tradycyjnego, choć coraz mniej przystającego do rzeczywistości wyobrażenia, co i jak powinno się robić w instytucjach kultury. Wreszcie, trudno oprzeć się wrażeniu, że określenia takie jak „te TikToki i te Instagramy” są wyrazem pewnego rodzaju kapitulacji wobec tych elementów rzeczywistości, w których młodzież porusza się o wiele sprawniej niż dorośli. Z pewnością dużo prawdy jest w rozpoznaniu wpływu platform takich jak TikTok czy Instagram na młodzież, nie wydaje się jednak, że media społecznościowe budują bariery nie do przekroczenia.

Warto bowiem zwrócić uwagę na płynące z rozmów pozytywne przykłady włączania młodzieży w działania instytucjonalne, zarówno w ramach projektów realizowanych w ramach Programu BMK, jak i innych. Co istotne, w omawianych przykładach osoby badane spontanicznie opowiadały o sytuacjach czy ramach współpracy, które odnoszą się do czterech, wspomnianych wyżej, potencjalnych ról: PROGRAMERA, AMBASADORA, TECHNIKA oraz PROWADZĄCEGO. Poniżej zostaną omówione możliwości ich wykorzystywania z perspektywy osób badanych.

Jeżeli chodzi o włączanie młodych ludzi w programowanie wydarzeń, czy współtworzenie oferty (rola PROGRAMERA), na podstawie wypowiedzi można mówić o trzech trybach działania:

- 1) Pierwszy z nich, być może najpowszechniejszy, choć jednocześnie najbardziej pasywny, to przede wszystkim zasięganie opinii młodzieży na temat potrzeb kulturalnych, zazwyczaj przy pomocy prostych ankiet, formularzy, plebiscytów itp. Badani zdają sobie sprawę, że w ten sposób najłatwiej rozstrzygać stosunkowo proste kwestie, np. poddać pod głosowanie, którą gwiazdę muzyczną należy zaprosić na letni koncert plenerowy, bądź też jaki film wyświetlić na wieczorze specjalnym w kinie lub ośrodku kultury.
- 2) Drugi tryb, wiąże się z prowadzeniem bardziej pogłębionych rozmów z przedstawicielami grupy docelowej na podobne tematy. Pozwala to na konsultacje w sprawie oferty (np. koncertów, pokazów filmowych), a jednocześnie na komunikację dwustronną – przedstawiciele instytucji kultury są na przykład w stanie wytłumaczyć, że zaproszenie artysty X jest niemożliwe ze względu na ograniczony budżet instytucji, ale możliwe jest zaproszenie artystów Y lub Z, bądź też, że wydarzenie może odbyć się w określonych dniach lub godzinach ze względu na ograniczoną dostępność kadry lub przestrzeni instytucji. Wydaje się, iż w ten sposób budowane jest zaufanie do instytucji oraz wiedza na temat ram ich działania, które – choć oczywiste dla pracowników – nie muszą być dobrze znane młodym mieszkańcom miejscowości.

- 3) Wreszcie tryb trzeci, wymagający najwięcej czasu, ale jednocześnie najbardziej aktywny, to organiczny proces budowania oferty w oparciu o kompetencje i zainteresowania grupy docelowej. Dla przykładu, młodzi mieszkańcy miejscowości zainteresowani hip-hopem mogą we współpracy z instytucją kultury stopniowo wchodzić w role kuratorskie i promotorskie, organizując wydarzenia muzyczne i pomagając innym młodym ludziom w stawianiu pierwszych kroków na scenie. Należy zwrócić uwagę, że bez względu na konkretne działania podejmowane w różnych miejscowościach, kluczowe w perspektywie badanych osób wydają się tutaj być: otwartość na zainteresowania młodych ludzi, aktywne słuchanie, gotowość do podejmowania dialogu, cierpliwe budowanie zaufania i wyważone dzielenie się odpowiedzialnością.

Każdy z tych trybów można określić jako stojący wyżej na tak zwanej „drabinie partycypacji”, czyli modelu opracowanym na zlecenie UNICEF przez Rogera A. Harta, przedstawiającym stopniowość udziału dzieci i młodzieży w procesach decyzyjnych dotyczących ważnych dla nich spraw. Omawiane wyżej praktyki prawdopodobnie umieścić można odpowiednio na piątym (decyzje dorosłych, konsultacje i informowanie młodych), szóstym (inicjatywa dorosłych, decyzje podejmowane z młodzieżą) i siódmym (inicjatywa i kierownictwo młodzieży) szczeblu ośmiostopniowej drabiny, a więc stosunkowo wysoko, co świadczy o tym, że przytoczone praktyki w istotnym stopniu uwzględniają potrzeby aktywnego angażowania młodych ludzi w działania kulturalne w społecznościach lokalnych (według modelu Harta wskazane są działania na szczeblu czwartym – przydzielanie młodym zadań i informowanie jak i dlaczego są angażowani w dany projekt – lub wyższych).

W przypadku roli AMBASADORA, wypowiedzi części z osób badanych sugerują, że rekrutacja do działań projektowych lub namawianie młodzieży do uczestnictwa w wydarzeniach staje się łatwiejsze, jeśli uda się przekonać wybraną grupę młodych ludzi, że dana aktywność może być ciekawa, atrakcyjna. Wówczas kluczowym kanałem promocji staje się komunikacja rówieśnicza, w tym poprzez media społecznościowe. Biorąc pod uwagę wspomnianą wyżej nieufność części młodzieży

wobec oferty instytucji kultury, należy uznać, że rola AMBASADORA jest kluczowa, a jej skuteczność może wzrastać w sytuacjach, kiedy łączona jest jednocześnie z rolą PROGRAMERA. W takich bowiem sytuacjach młodzi ludzie promują wydarzenia, czy aktywności, co do których sami przekonani są w większym stopniu, które były z nimi konsultowane.

Pomoc w tworzeniu scenografii, przygotowaniu oprawy itp. działaniach była wskazywana przez osoby badane rzadziej, ale również z przekonaniem, że może to być korzystna współpraca. W największym stopniu wybrzmiało to prawdopodobnie w kontekście pomocy młodzieży przy organizacji sceny podczas koncertów plenerowych. Nie tylko znacznie ułatwiło to pracę przy wydarzeniu, ale młodzi ludzie – którzy otrzymali w ramach podziękowania identyfikatory VIP, umożliwiające wejście za barierki podczas koncertów – byli zadowoleni, a nawet dumni ze swojej roli, mogąc jednocześnie pokazać innym, w tym rówieśnikom, że tego rodzaju praca przynosi realne korzyści (np. mierzone odległością od ulubionego artysty muzycznego). W innym przypadku, pozwolenie młodzieży na dokonywanie zakupów produktów potrzebnych do realizacji projektu kulturalnego pełniło zarówno funkcje budowania wzajemnego zaufania, jak i funkcje edukacyjne – młodzież mogła bezpośrednio odczuć skutki nieoptymalnych zakupów i nie popełnić podobnego błędu w przyszłości. Na podstawie wypowiedzi osób badanych można założyć, że włączanie młodych ludzi do współpracy w roli TECHNIKÓW jest najskuteczniejsze, jeśli zostaną spełnione dwa warunki. Po pierwsze, jasno nakreślone jest wynagrodzenie za pracę (np. identyfikatory VIP na koncercie, możliwość swobodnego dysponowania pewną pulą pieniędzy w ramach projektu). Po drugie, pomoc przedstawiona jest jako ważne, ale nieobowiązkowe wsparcie („potrzebujemy was, ale jeśli nie możecie, poradzimy sobie”). W ten sposób młodzież może rozpoznać się jako istotnych partnerów instytucji, a nie pewien zasób taniej lub darmowej siły roboczej, którym instytucje kultury próbują swobodnie dysponować.

Wreszcie, rola PROWADZĄCEGO w odniesieniu do wypowiedzi badanych może oznaczać dwa podstawowe typy działań. Po pierwsze, faktyczne oddanie prowadzenia konkretnych wydarzeń przedstawicielom młodzieży, szczególnie tym,

którzy wcześniej angażowali się w ich organizację jako PROGRAMERZY. Może to być więc np. prowadzenie wieczoru filmowego (wprowadzenie do filmu, moderowanie dyskusji po seansie), pełnienie roli DJ-a podczas dyskoteki, zapowiadanie artystów podczas przeglądu zespołów młodzieżowych itp. Po drugie, jest to gotowość do przekazania młodzieży części inicjatywy podczas już zaplanowanych i zorganizowanych aktywności, co jeden z badanych obrazowo określił „rękami trzymanymi z tyłu” przez animatorów. Dotyczy to raczej zajęć cyklicznych lub prac projektowych, które – choć przygotowano według określonego scenariusza – mogą organicznie, za sprawą impulsów i propozycji młodzieży rozwinąć się w innych, nieoczekiwanych kierunkach.

Zamykając ten wątek warto zwrócić uwagę na cztery istotne kwestie. Po pierwsze, opisane wyżej role są pewnymi typami idealnymi, wyodrębnionymi w celu bardziej przejrzystego opisu. W rzeczywistości, role te często się przenikają i konkretne osoby, np. pasjonaci określonych aktywności kulturalnych (muzyki hip-hopowej, filmu, fotografii itd.) wchodzą jednocześnie w kilka lub we wszystkie z wymienionych ról. Co więcej, łączenie ról wydaje się dodatkowo wzmacniać relacje pomiędzy młodymi ludźmi, a instytucjami kultury.

Po drugie, skuteczność włączania młodych ludzi do współdziałania w wyżej wymienionych (lub innych) rolach wiąże się ze skutecznością komunikacji pomiędzy nimi, a pracownikami instytucji kultury, którzy ostatecznie ponoszą odpowiedzialność za realizowaną w społecznościach lokalnych ofertę kulturalną. Należy zauważyć, że na podstawie przeprowadzonych wywiadów nie rysuje się jeden, właściwy sposób komunikacji, co zresztą można uznać za krzepiący wniosek. Dla przykładu, podczas gdy jeden z badanych współpracując z młodzieżą przy organizacji wydarzeń stara się utrzymywać wobec nich formalne formy pan/pani, co podkreśla powagę sytuacji, szacunek i traktowanie młodzieży na równi z dorosłymi, inny stara się szybko skracać dystans proponując obustronne zwracanie się do siebie po imieniu (jednocześnie zaznaczając, że inni pracownicy instytucji mogą sobie nie życzyć takiego spoufalania się). O swoich doświadczeniach opowiadały też osoby mniej lub bardziej biegłe w nowych technologiach, w różnym stopniu zanurzone w praktykach mediów społecznościowych. To, co można wywnioskować

z tych zróżnicowanych wypowiedzi i doświadczeń w pracy z młodzieżą, to że kluczowa wydaje się nie tyle forma komunikacji, ale autentyczność animatorów oraz wyrażanie szacunku wobec młodzieży. Jest to tym ważniejsze, że – jak można przypuszczać z wybranych wypowiedzi zarówno młodych ludzi jak i dorosłych, choć należy uznać, że były one raczej wypowiedziane na marginesie, jako że nie jest to główny przedmiot badania – młodzież stosunkowo często rozpoznaje deficyty autentyczności i szacunku w szkołach, a dystans wobec instytucji kultury może częściowo wynikać z uprzedzeń opartych na instytucjonalnych podobieństwach szkół oraz ośrodków kultury i bibliotek (zarówno pod względem organizacji przestrzeni jak i reguł zachowania).

Po trzecie, korzystna z perspektywy instytucji kultury jest komunikacja i współpraca z młodzieżą, która jest już zaangażowana w innego rodzaju aktywności, o wiele mniej skomplikowane są bowiem w tych przypadkach wyzwania zmniejszania początkowego dystansu, czy przełamywania stereotypów. Stąd też, w wypowiedziach badanych można odnaleźć pozytywne przykłady współpracy i włączania do działań grup młodzieży skupionych np. w młodzieżowych radach miasta/gminy, młodzieżowych drużynach pożarniczych, harcerstwie itp. Sugeruje to, że lokalne wzmacnianie partycypacji obywatelskiej oraz organizacji trzeciego sektora może przynosić wymierne rezultaty również dla aktywizacji młodzieży w sferze kultury.

Po czwarte, kluczowe jest stałe monitorowanie środowiska młodych ludzi w społeczności lokalnej, próby orientowania się w ich zainteresowaniach, ale również wczesne rozpoznawanie liderów opinii, początkujących artystów, aktywistów itp. Nawiązanie relacji i współpracy z takimi osobami może być bowiem z perspektywy instytucji kultury wyjątkowo owocne.

Część z osób badanych widzi również innego rodzaju korzyści we włączaniu młodzieży do działań kulturalnych. Prócz realizacji misji instytucji jest to bowiem także pole inspiracji i nauki dla nich samych. Współpraca z młodymi ludźmi może być dla animatorów i edukatorów kulturalnych formą poznawania nowych, zarówno popularnych jak i niszowych trendów w kulturze oraz technologicznego kontekstu uczestnictwa w kulturze. Międzypokoleniowe konfrontacje mogą być również

inspirujące dla projektowania i wdrażania nowych, innowacyjnych działań kulturalnych. Z pewnością – jak stwierdzają osoby badane – wymaga to czasu (m. in. potrzebnego na zdobycie zaufania), którego często brakuje przeciążonym i niewystarczająco opłacanym pracownikom sektora kultury. Stąd też pojawiły się w czasie rozmów np. postulaty szkoleń dla animatorów z zakresu komunikacji z młodzieżą i możliwości włączania jej do wspólnych działań. Tego rodzaju działania mogłyby ułatwić i przyspieszyć tego rodzaju procesy, które w praktyce często opierają się indywidualnych intuicjach i doświadczeniach poszczególnych animatorów. Można bowiem odnieść wrażenie, że większość doświadczeń badanych, którymi dzielili się podczas wywiadów, nie należy do uwspólnionej wiedzy instytucji, swoistego *know how* pracy z młodzieżą. Tego rodzaju kapitał należy dopiero wypracować.

Wnioski

Opisane wyżej badanie łączyło ze sobą elementy różnych metod i technik badawczych (wywiady kwestionariuszowe, warsztaty badawcze, wywiady grupowe) oraz zestawiało perspektywy różnych grup (młodzież i młodzi dorośli na różnych etapach edukacji, mieszkający w różnych miejscowościach, a także pracownicy instytucji kultury). Uzyskany w ten sposób wielogłos pozwolił na lepsze zrozumienie wzajemnych relacji pomiędzy młodymi ludźmi oraz instytucjami kultury oraz możliwości włączania młodzieży do (współ)organizacji działań kulturalnych w społecznościach lokalnych. Poniżej, w syntetycznej formie zestawiono najważniejsze wnioski płynące z działań badawczych podjętych w ramach Programu BMK w województwie podlaskim w 2025 roku:

- Największa część młodych ludzi **deklaruje uczestnictwo w wydarzeniach oferowanych przez cztery kategorie miejsc – ośrodki kultury, kawiarnie, bary lub puby, kina oraz infrastrukturę sportową**. Miejsca kojarzone

z rozrywką i rekreacją są też chętniej odwiedzane w innych miejscowościach, jeśli brakuje ich w miejscach zamieszkania osób badanych, respondentki i respondenci deklarują również chęć wracania do takich miejsc w przyszłości, co pokazuje ich społeczny potencjał.

- Uczestnictwo w miejscach kultury i rekreacji ma przede wszystkim charakter społeczny, oparty na dobrowolności. Tylko 15% badanych stwierdziło, że często robi to samodzielnie, o wiele częściej jest to uczestnictwo z przyjaciółmi, znajomymi (69%) lub rodziną (44%). **Niewielki odsetek badanych (15%) wskazał na częste uczestnictwo w grupie zorganizowanej, przede wszystkim zajęć szkolnych, czy wycieczek, które można uznać za instytucjonalne formy edukacji kulturalnej.** Co ważne, odpowiedź taką zaznaczały przede wszystkim osoby badane uczące się **na poziomie szkoły podstawowej** oraz **mieszkańcy wsi**.
- Deklaracje chęci częstszego bywania w konkretnych miejscach związanych z kulturą i rekreacją były powszechniejsze wśród osób, które w ciągu ostatnich 12 miesięcy korzystały z takich miejsc przynajmniej raz. Innymi słowy, **potrzeba uczestnictwa częściej wiąże się z wcześniejszymi doświadczeniami, aniżeli z ich brakiem.**
- **Szkoły nie są skuteczne jako przekazniki informacji o ofercie kulturalnej.** Istnieje pole do poprawy, jeśli chodzi o informowanie i zachęcanie uczennic i uczniów (a może również nauczycielek i nauczycieli) do korzystania z oferty kulturalnej w ich miejscowościach zamieszkania.
- Zdecydowana większość badanej młodzieży deklaruje **gotowość do współpracy z lokalnymi instytucjami kultury w tworzeniu oferty kulturalnej.** Nawet w przypadku wymagającego szczególnej odwagi i kompetencji publicznego wystąpienia na wydarzeniu, odpowiedzi pozytywnej udzieliło prawie trzy czwarte osób badanych (73%).
- **Kobiety znacznie częściej (51%) niż mężczyźni (10%) stwierdziły, że bez żadnego wynagrodzenia, dla własnej przyjemności pomogą w organizacji wydarzenia** (np. tworzeniu scenografii, przygotowywaniu sali). Może świadczyć o różnicach socjalizacyjnych i budowanym w dziewczynkach od

najmłodszych lat przekonaniu, że dobrze nadają się do zajęć opiekuńczych, pomocniczych, wspierających.

- Odsetek odpowiedzi deklarujących **chęć współpracy bez wynagrodzenia** jest wysoki wśród uczennic i uczniów szkół podstawowych (średnia 53%), po czym następuje **tąpienie wśród osób uczących się w szkołach ponadpodstawowych** (średnia 22%), a wskaźnik osób gotowych do pracy bez żadnych warunków rośnie ponownie wśród studentów (średnia 43%) i osób, które zakończyły swoją edukację (średnia 54%).
- Respondentki i respondenci zadeklarowali, że gdyby zależało to od nich, średnio 3 z 10 wydarzeń kulturalnych byłoby koncertami, **wydarzenia muzyczne są z perspektywy osób badanych kluczowe**. Najbardziej wskazywane – ze średnią wyrażnie poniżej 1 – były spektakle teatralne oraz wystawy, czyli wydarzenia związane z działalnością artystyczną, a jednocześnie, jak sugerowały odpowiedzi na wcześniejsze pytania, formy z którymi młodzi ludzie mogą mieć stosunkowo najmniej doświadczeń (mierzonych wizytami w ciągu ostatnich 12 miesięcy).
- **Badani wykazują umiarkowane zainteresowanie uczestnictwem w warsztatach o tematyce regionalnej**. Można zauważyć, że wśród zaproponowanych obszarów największą przychylnością zostały obdarzone zajęcia o kuchni regionalnej (średnia 3,38), a wyrażnie najniższą zajęcia o wielokulturowości regionu (2,43).
- Wśród osób badanych wyrażnie **występuje potrzeba osadzenia przynajmniej części oferty kulturalnej w kontekście lokalnym**, uwzględniającym zarówno historię miejsca jak i jego teraźniejszość, ale raczej **poprzez zglobalizowane formy kultury popularnej** (film, koncert muzyki pop, graffiti itp.).
- Osoby badane oczekują, że miejsca aktywności kulturalnej będą spełniać warunki: 1) **dostępności** (infrastruktury, sprzętu, oprogramowania); 2) **autentyczności i zaufania** (użytkownicy mogą robić to, co ich interesuje przy minimum kontroli instytucjonalnej); 3) **opcjonalnej dystrybucji efektów pracy**.

- **Badani zwracają uwagę na dobrą praktykę konsultowania proponowanej oferty z możliwie szeroko dobranymi przedstawicielami grup docelowych.**
- **Szeroka i atrakcyjna oferta zajęć dla dzieci może sprawić, że większa część z nich wraz z dojrzewaniem będzie otwarta na współpracę z instytucjami kultury.** Sytuację może poprawić również zacieśnianie współpracy pomiędzy lokalnymi instytucjami kultury (ośrodki kultury, biblioteki), a szkołami. Instytucje mogą bowiem dzięki temu łatwiej wchodzić w funkcje świetlic.
- **Pomocne w zatrzymywaniu młodych ludzi mogą być inicjatywy, które charakteryzują się długą tradycją jak i umożliwiają wspólną aktywność młodszej i starszej młodzieży.**
- **Włączanie młodych ludzi do współpracy z instytucjami kultury w różnych rolach** wydaje się dodatkowo wzmacniać relacje pomiędzy młodzieżą, a instytucjami.
- Kluczowa dla tych relacji wydaje się nie tyle forma komunikacji, ale **autentyczność animatorów oraz wyrażanie szacunku wobec młodzieży.** Młodzież stosunkowo często rozpoznaje **deficyty autentyczności i szacunku w szkołach**, a dystans wobec instytucji kultury może częściowo wynikać z uprzedzeń opartych na instytucjonalnych podobieństwach szkół oraz ośrodków kultury i bibliotek.
- Korzystna z perspektywy instytucji kultury jest **komunikacja i współpraca z młodzieżą, która jest już zaangażowana w innego rodzaju aktywności**, np. w młodzieżowych radach miasta/gminy, młodzieżowych drużynach pożarniczych, harcerstwie itp.
- **Lokalne wzmacnianie partycypacji obywatelskiej oraz organizacji trzeciego sektora** może przynosić wymierne rezultaty również dla aktywizacji młodzieży w sferze kultury.