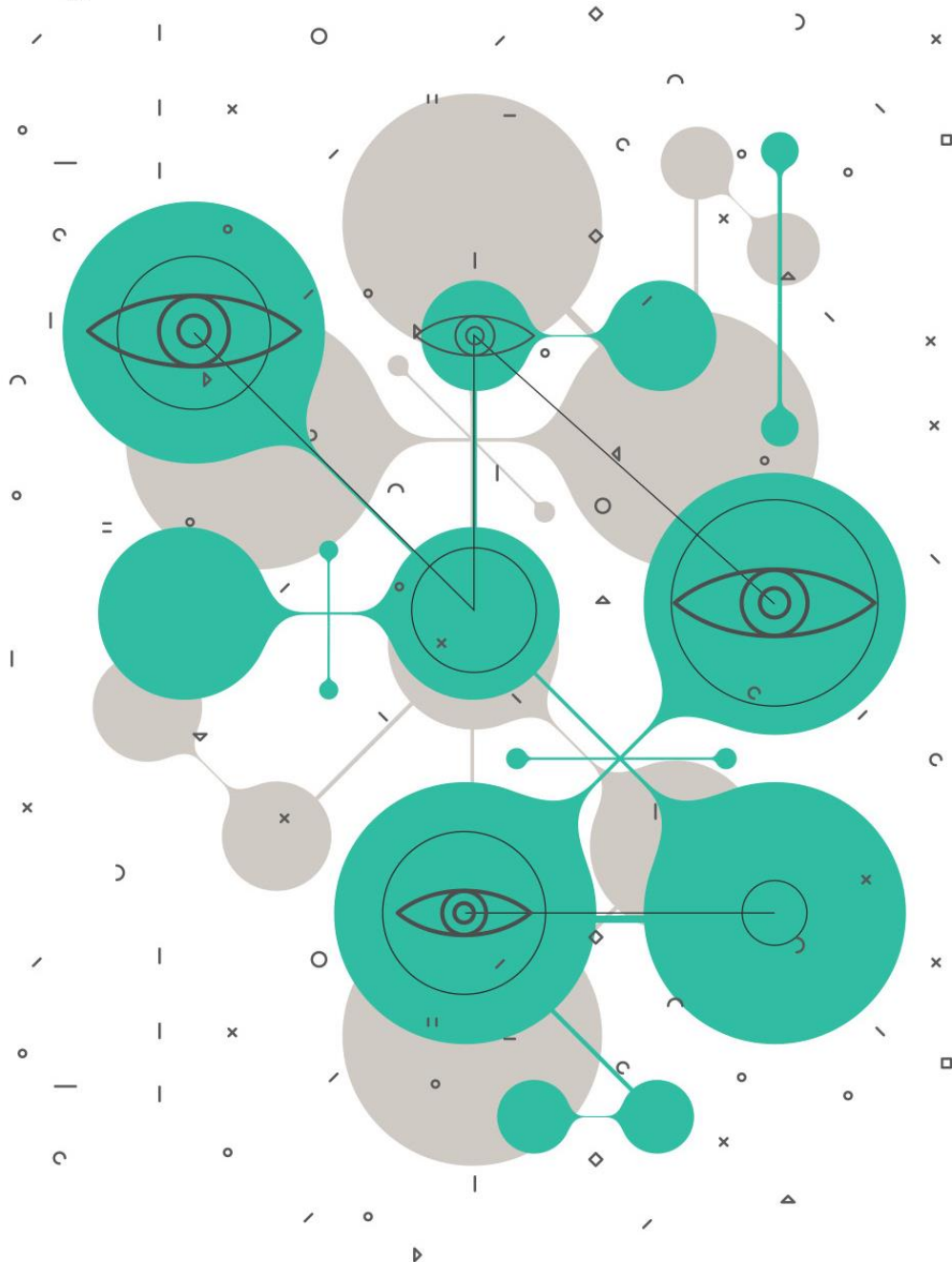


ŻOLIBORZ

diagnoza lokalna



obszernatorium

ŻOLIBORSKI
DOM
KULTURY



WPROWADZENIE

Szanowni Czytelnicy, drodzy Mieszkańcy i Pracownicy. Oddajemy w Wasze ręce diagnozę lokalną warszawskiej dzielnicy Żoliborz przeprowadzoną na potrzeby rozwoju Żoliborskiego Domu Kultury. Serdecznie dziękujemy wszystkim naszym rozmówcom za otwartość, szczerłość oraz chęć podzielenia się swoimi wnioskami i spostrzeżeniami dotyczącymi sytuacji społeczno-kulturalnej na Żoliborzu, a także kierunków, w jaki ch powinna być budowana i rozwijana nowa, dzielnicowa instytucja kultury. Bez Państwa udziału nie udałoby nam się zebrać tak bogatego materiału, który po przeprowadzonej analizie jest podstawą do opracowania wniosków i rekomendacji dla ŻDK .

Badania były realizowane na wielu poziomach. Odwiedziliśmy lokalne organizacje pozarządowe, instytucje i aktywne podmioty prywatne. Rozmawialiśmy z lokalnymi liderami i liderkami. A przede wszystkim badaliśmy odbiorców oferty Żoliborskiego Domu Kultury podczas wydarzeń realizowanych jesienią 2022 r.

Badania były realizowane przez zespół Fundacji Obserwatorium oraz studentów trzeciego roku studiów stacjonarnych Instytutu Stosowanych Nauk Społecznych Uniwersytetu Warszawskiego w ramach przedmiotu „Animacja kultury: diagnoza, realizacja, ewaluacja” prowadzonego przez dr hab. Magdalenę Dudkiewicz.

Życzymy miłej lektury!

I. METODOLOGIA PROJEKTU

CELE PROJEKTU I BADAWCZEGO:

- **diagnoza społeczności lokalnej** zamieszkującej warszawską dzielnicę Żoliborz pod względem jej potrzeb kulturalnych, sposobów spędzania czasu wolnego, zainteresowań, uczestnictwa w kulturze,
- **zmapowanie zasobów społeczno-kulturowych w dzielnicy**, w tym w szczególności lokalnych liderów, formalnych i nieformalnych form oraz miejsc aktywności społecznej, przestrzeni i miejsc aktywności oraz miejsc z niewykorzystanym potencjałem,
- **zmapowanie odbiorców i odbiorczyń** Żoliborskiego Domu Kultury oraz ich wyobrażeń, oczekiwań, potrzeb i gotowości do zaangażowania się w działania instytucji,
- **analiza potencjału i specyfiki** miejsc otwartych na Żoliborzu (głównie Centrum Lokalnego Żoliborz),
- **opracowanie rekomendacji na potrzeby programu**, a docelowo strategii rozwoju Żoliborskiego Domu Kultury,
- **opracowanie diagnozy na potrzeby strategii** rozwoju Żoliborskiego Domu Kultury,
- **opracowanie głównych kierunków działań** – swoistego manifestu Żoliborskiego Domu Kultury.

METODY I NARZĘDZIA BADAWCZE

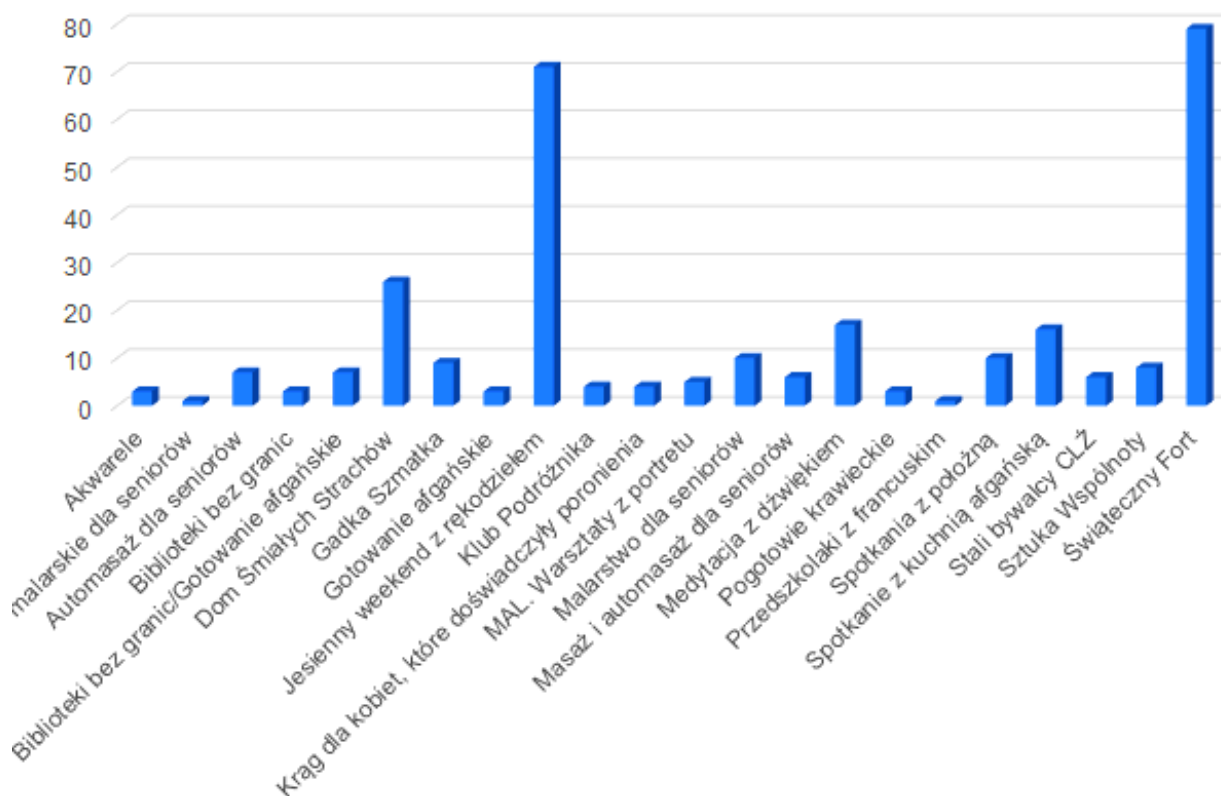
- **DESK RESEARCH** – dokumenty są cennym źródłem informacji, pozwalają spojrzeć na przedmiot badania z perspektywy formalnych założeń i świadectw ich realizacji. Analiza objęła:
 - a) dokumenty przedstawiające koncepcję Instytucji,
 - b) strony internetowe i prasę tradycyjną pod kątem aktywności kulturalnej w dzielnicy;
 - c) materiały wizualne z poszczególnych wydarzeń, pod kątem analizy odbiorców.
- **WYWIADY POGŁĘBIONE** – polegające na szczegółowej, wnikliwej rozmowie z respondentem, których celem było zebranie informacji umożliwiających poszerzenie wiedzy związanej z tematem badania. Przeprowadzono 17 wywiadów badawczych z przedstawicielami i przedstawicielkami wybranych organizacji pozarządowych i instytucji oraz 10 z lokalnymi liderami i liderkami.

- **OBSERWACJA UCZESTNICZĄCA** – przeprowadzono obserwację podczas 7 wybranych wydarzeń organizowanych przez ŻDK jesienią 2022 r.
- **SWOBODNE WYWIADY NARRACYJNE** – podczas wydarzeń organizowanych przez ŻDK jesienią 2022 r. przeprowadzono wywiady z osobami, które aktywnie uczestniczyły w tych działaniach. Wywiady dotyczyły zarówno zmapowania odbiorców i odbiorczyń, uzyskania od nich oceny danego wydarzenia oraz rekomendacji dotyczących kierunków rozwoju instytucji. Łącznie przeprowadzono 24 wywiady.
- **SPACER ETNOGRAFICZNY** – metoda badawcza polegająca na zbieraniu danych zaobserwowanych przez badaczy w terenie. W ramach badania przeprowadzono spacer po wybranych częściach Żoliborza. Rozpoznaniu etnograficznemu towarzyszyły zarówno krótkie rozmowy z napotkanymi mieszkankami i mieszkańcami, jak też notatki z obserwacji poszczególnych miejsc i wydarzeń (przeprowadzono 5 spacerów badawczych po dzielnicy).
- **WARSZTATY I WYWIADY Z PRACOWNICZKAMI I PRACOWNIKAMI ŻDK** – przeprowadzono 2 warsztaty z pracowniczkami i pracownikami instytucji, podczas których uczestnicy m.in. planowali kierunki rozwoju domu kultury, jego oferty programowej oraz metod komunikacji.
- **ANKIETA PAPI („WYDZIERANKA”)** – celem ankiety było zmapowanie pierwszych odbiorców i odbiorczyń Żoliborskiego Domu Kultury uczestniczących w wydarzeniach organizowanych przez ŻDK jesienią 2022 r. W ramach badania zebrano ankiety od 300 uczestniczek i uczestników.
- **SONDA ULICZNA** (mini wywiady) – prowadzona przez młodzież (3-4 osoby), głównie wśród rówieśników, na próbie około 40 osób.

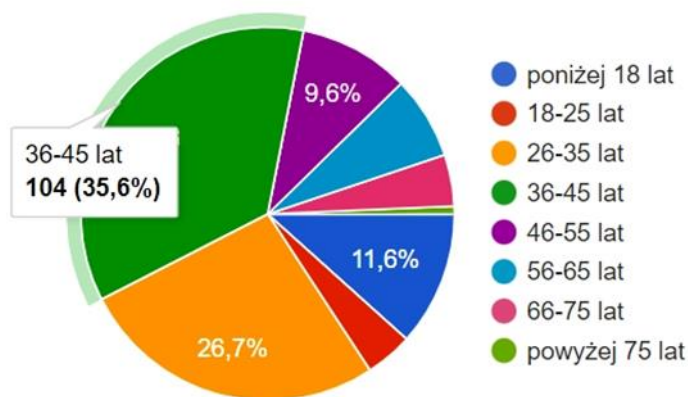
II. WYNIKI BADANIA ANKIETOWEGO

Badanie zostało przeprowadzone na próbie 300 uczestniczek i uczestników 22 wydarzeń organizowanych przez ŻDK jesienią 2022 r. Zdecydowana większość ankiet została zebrana podczas dwóch wydarzeń: „Świąteczny Fort” oraz „Jesienny weekend z rękodziełem” (Wykres nr 1).

Wykres nr 1. Udział respondentów/respondentek w poszczególnych wydarzeniach



Wykres nr 2. Wiek uczestniczek / uczestników

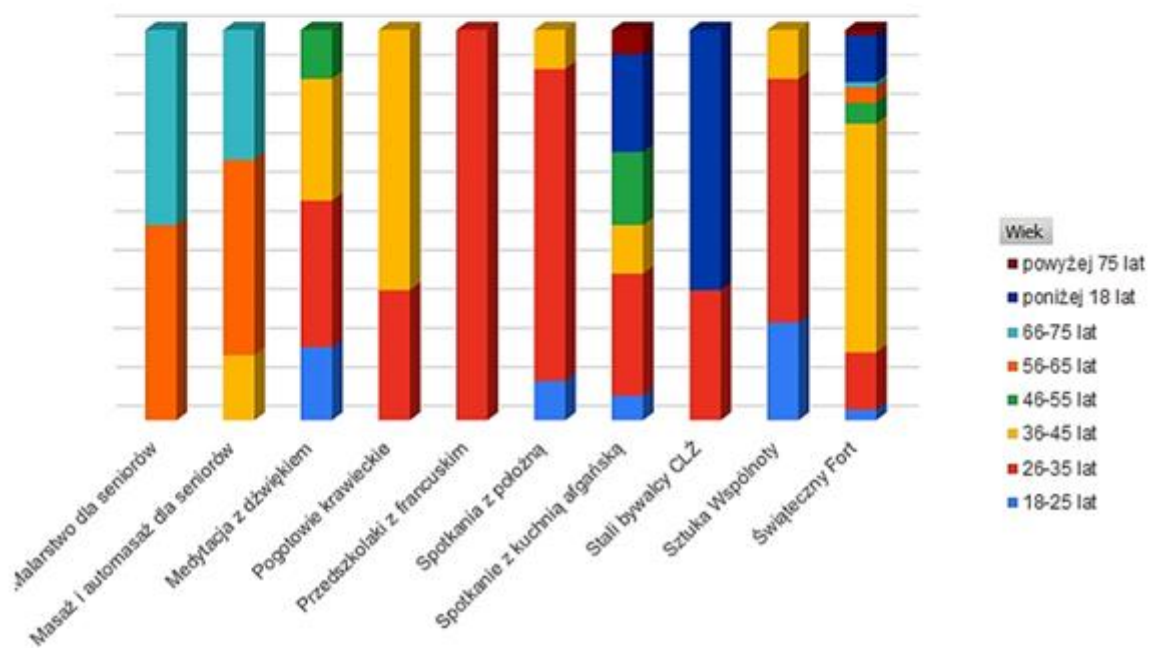
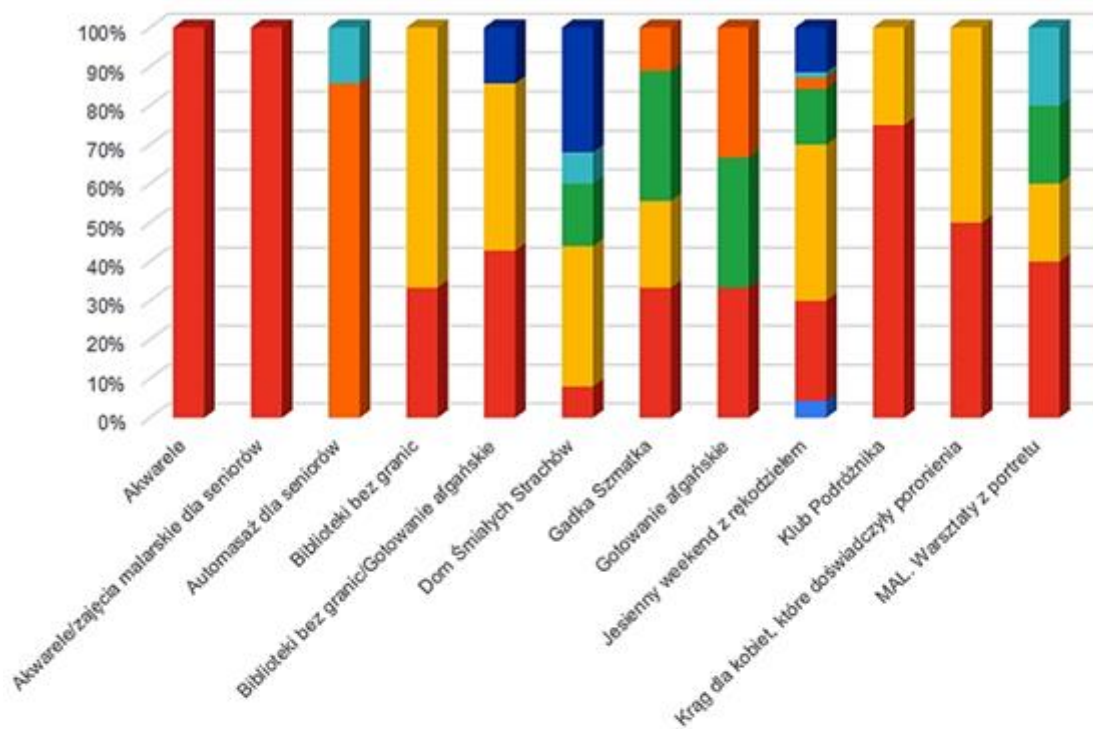


Dominującą grupą wiekową podczas badanych wydarzeń były osoby w wieku 36-45 lat (35,6%), a w dalszej kolejności osoby w przedziale 26-35 lat (26,7%), osoby poniżej

18 roku życia (11,6%) i wreszcie osoby w wieku 46-55 lat (9,6%). Bardzo niewielki odsetek stanowiły osoby w wieku powyżej 66 lat (łącznie zaledwie 5,2%) oraz młodzież w wieku 18-25 lat (4,1%). Należy podkreślić, że wyniki te są dość zaskakujące, jeśli weźmiemy pod uwagę aktywność kulturalną (w szczególności w kontekście oferty domów kultury) poszczególnych grup wiekowych. Powszechną tendencją jest naduczestnictwo seniorów przy jednoczesnym niskim poziomie uczestnictwa osób w tzw. wieku produkcyjnym (w szczególności między 30 a 45 rokiem życia).

Wykres nr 3 przedstawia udział w poszczególnych wydarzeniach z podziałem na wiek. Warto zwrócić uwagę na to, że część wydarzeń została niemal zdominowana przez jedną grupę wiekową, w innych zaś udział brali odbiorcy w różnym wieku. Osoby w wieku poniżej 18 roku życia brały przede wszystkim udział w „Domu Śmiałych Strachów” i „Spotkaniach z kuchnią afgańską”. Ponadto to grupa stałych odbiorców i odbiorczyń Centrum Lokalnego Żoliborz. Należy zaznaczyć, że w tej grupie wiekowej ankietę wypełniali samodzielnie tylko najstarsi – nastolatki. Stąd np. pozorny brak ankiet z tej grupy wiekowej podczas wydarzenia „Przedszkolaki z francuskim”. Młodzież uczestniczyła w zasadzie tylko w „Sztuce wspólnoty” i „Medytacjach z dźwiękiem”. Osoby w wieku 26-35 oraz 36-45 lat uczestniczyły w większości wydarzeń. Odbiorcy w przedziale 46-55 lat uczestniczyli przede wszystkim w następujących wydarzeniach: „Gotowanie afgańskie”, „Gadka szmatka”, „Warsztaty portretu” i „Spotkania z kuchnią afgańską”. Kolejna grupa wiekowa (56-65 lat) uczestniczyła głównie w „Malarstwie dla seniorów” oraz „Masażu dla seniorów”. Z kolei osoby powyżej 75 r.ż. pojawiły się jedynie podczas „Spotkania z kuchnią afgańską” oraz „Świątecznego Fortu”.

Wykres nr 3. Wiek uczestniczek / uczestników z podziałem na wydarzenia



Kolejny wykres ilustruje miejsce zamieszkania uczestników wydarzeń. Mieszkańcy Żoliborza stanowili 57,5% wszystkich uczestników, w tym najwięcej osób było z osiedla „Sady Żoliborskie” (8,7%) oraz Żoliborza Przemysłowego („Nowego Żoliborza” – 7,4%), a w dalszej kolejności z Żoliborza Artystycznego (6,4%) i Żoliborza Oficerskiego (5,7%). Osoby z innych dzielnic Warszawy stanowiły łącznie 37,9%. W ramach ankiety nie dokonano podziału na poszczególne dzielnice. Osoby spoza Warszawy – mieszkańcy województwa mazowieckiego – stanowiły 4% uczestników.

Wykres nr 4. Miejsce zamieszkania uczestniczek / uczestników



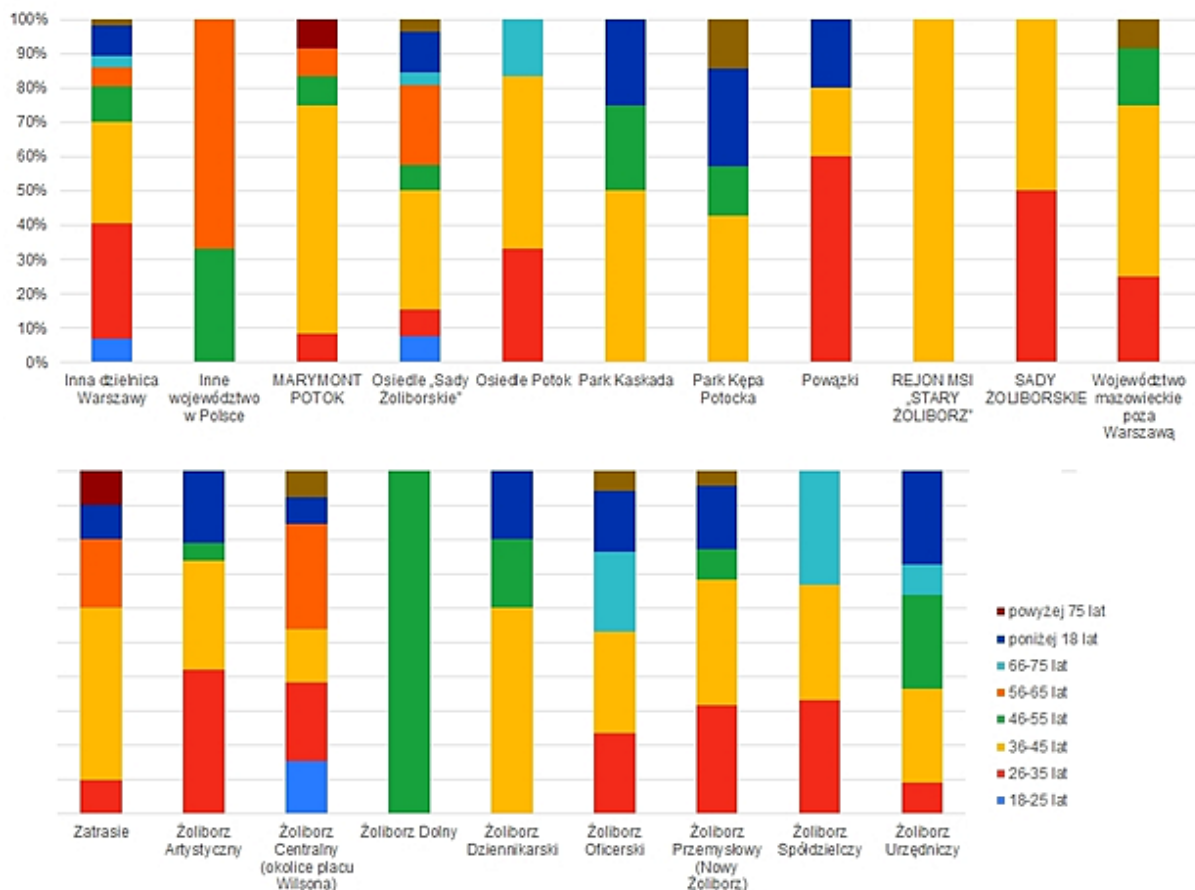
Wykres nr 5. Miejsce zamieszkania uczestniczek / uczestników (bez podziału na osiedla)



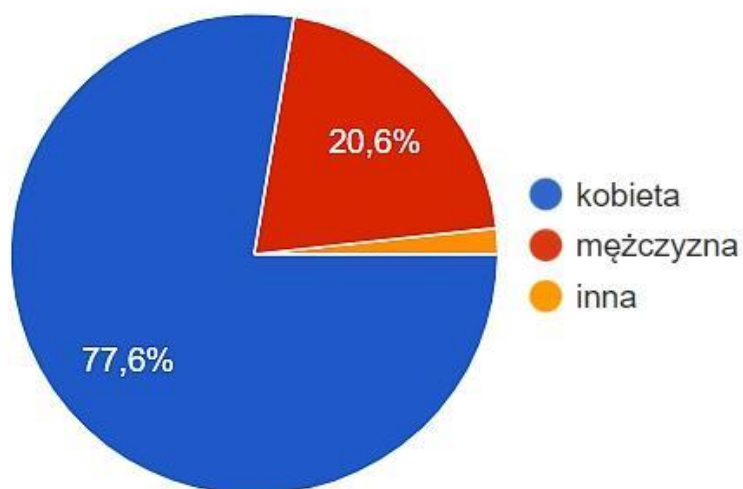
Warto podkreślić, że część respondentów spoza Żoliborza napisała w ankietach miejsce zamieszkania. Po dwie osoby były z Bielan (Stare Bielany i Młociny), Pragi Południe oraz z Targówka. Po jednej ze Śródmieścia i Piaseczna. Z kolei podczas wydarzeń przeprowadzane były wywiady z uczestnikami i uczestniczkami. 13 z nich zadeklarowało, że mieszka na Żoliborzu (w tym jedna na Dziennikarskim oraz jedna w

okolicach pl. Wilsona), trzy osoby były z Pragi-Południe (w tym 2 z Grochowa) oraz po jednej z Białołęki, Bielan, Mokotowa i Targówka.

Wykres nr 6. Miejsce zamieszkania uczestniczek / uczestników z podziałem na wiek

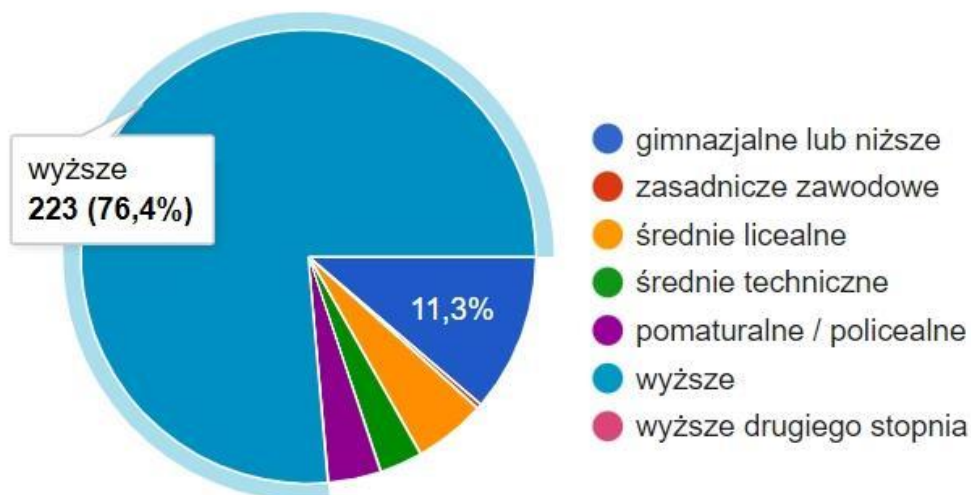


Wykres nr 7. Płeć uczestniczek / uczestników

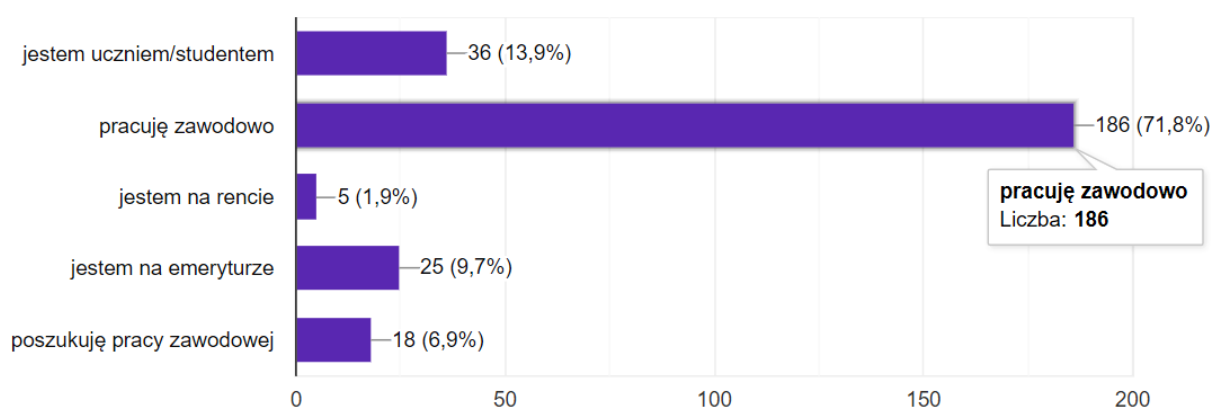


Zdecydowaną większość odbiorców stanowiły kobiety (ponad 77%). Większość uczestniczek i uczestników zadeklarowało wykształcenie wyższe (ponad 76%). Niemal 72% pracuje zawodowo, 14% to studenci lub uczniowie, a niecałe 10% – emeryci.

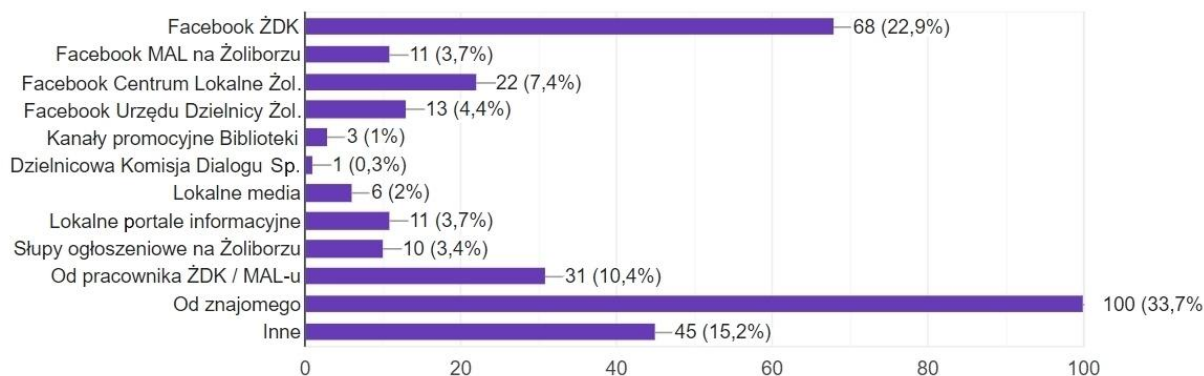
Wykres nr 8. Wykształcenie uczestniczek / uczestników



Wykres nr 9. Sytuacja zawodowa uczestniczek / uczestników



Wykres nr 10. Źródła wiedzy o wydarzeniach odbywających się w ŻDK



Wykres nr 10 pokazuje główne źródła wiedzy o wydarzeniach odbywających się w ŻDK. Należy zwrócić uwagę, że większość uczestników wydarzeń dowiedziała się o nich albo od znajomych, albo z profilu ŻDK na Facebooku. Znaczącym źródłem informacji okazali się też sami pracownicy Domu Kultury (w tym MAL-u). Pozostałe lokalne kanały komunikacji należy uznać za mało znaczące. Warto zauważyć, że uczestnicy wydarzeń, z którymi przeprowadzone były wywiady, w zdecydowanej większości dowiedzieli się o danym wydarzeniu z profilu instytucji na Facebooku (przede wszystkim mieszkańcy Żoliborza) i/lub ze strony WawForFree (przede wszystkim mieszkańcy innych dzielnic). Jedna osoba dowiedziała się o wydarzeniu z Biblioteki Publicznej na Żoliborzu, jedna zaś „zauważyła plakat w parku przy Forcie Sokolnickiego”. Kilka osób deklarowało się jako stali odbiorcy oferty żoliborskich Miejsc Aktywności Lokalnej. Pomimo stosunkowo wysokiej oceny samych wydarzeń (por. str. 12-16) część uczestników narzekała na słabą promocję wydarzeń ŻDK zarówno w internecie, jak i w przestrzeni publicznej. Informacje o ofercie Domu Kultury często były przekazywane sobie w gronie znajomych i/lub na grupach w mediach społecznościowych.

Ocena wydarzeń oraz Żoliborskiego Domu Kultury na podstawie ankiet

Na podstawie dodatkowych informacji zapisanych przez uczestników i uczestniczki w ankietach można wyodrębnić oceny dotyczące zarówno samego wydarzenia, jak i miejsca.

Tabela nr 1. Ocena wydarzeń

| Ocena wydarzeń |
|--|
| Zajęcia ze śpiewem są cudowne |
| Wspaniała organizacja zajęć i same zajęcia z medytacji |

Tabela nr 2. Ocena miejsca

| Ocena miejsca |
|---|
| Wspaniałe miejsce |
| To miejsce żyje, jest PRAWDZIWE! Wspaniała przestrzeń, architektura. Idealna atmosfera. |

| | |
|--|---|
| Uczestniczyłam we wspaniałych zajęciach ze śpiewem i medytacją. Zdumiało mnie, że były darmowe. Dzięki! | CLŻ to cudowne miejsce na mapie Żoliborza. Bywałam tu wielokrotnie i poznałam wspaniałe osoby. Mogę tu zarówno aktywizować się społecznie, jak i przeżywać duchowo (kręgi kobiet, medytacja z dźwiękiem). Czekam na więcej. |
| Śpiewanie jest świetne, ale pojedynczo się wstydzimy, dlatego to wybitny pomysł, że robimy to w medytacji, odpuszczając i pozwalając sobie na śpiew. | Świetne miejsce, osoby bardzo pomocne i otwarte. |
| Bardzo ciekawe i rozwijające zajęcia. Prowadząca bardzo sympatyczna i przemiła. Inicjatywa jak najbardziej przydatna. Wytchnienie od trudu całego tygodnia. | Cudowne miejsce dla każdego. Moje dzieci, 3 i 5 lat bardzo chętnie tutaj chodzą. Lubię organizowane tutaj warsztaty i fajną, rodzinną atmosferę. |
| Zajęcia są cudowne, bardzo, bardzo dziękuję | Świetne i klimatyczne miejsce |
| Zajęcia są wspaniałe. Niech odbywają się zawsze! | Wspaniałe miejsce. Wiele inicjatyw, które sprawnie współistnieją w jednej przestrzeni. |
| Integracja międzykulturowa poprzez gotowanie to świetny pomysł. Chętnie wezmę udział w następnych tego typu wydarzeniach | Bardzo sobie cenię, że tak blisko jest miejsce o tak różnorodnym programie. |
| Bardzo ważne i cenne zajęcia z Kasią. Fantastyczna atmosfera, która pozwala na istotne doświadczenie relaksu, odprężenie, kontaktu z własnym ciałem i głosem, z emocjami. Nigdy wcześniej nie spotkałam się z takimi zajęciami. | <i>I would like to inform that this place is amazing and highly recommend to visit, because you can meet nice people here from different backgrounds and cultures.</i> |
| Pyszne ciasto afgańskie. Świetna prowadząca szydełkowania Ina. Liczę na kontynuację sobotnich spotkań. | <i>There are interesting books, tasty food.</i> |
| Od kilku już sobót spędzam tu najwspanialszy czas w kręgu przyjaciół i przyjaciółek z Biblioteki bez Granic. | Warto przychodzić, ciekawy kontakt z dziewczynami z Afganistanu. |
| Ciasto było pyszne, pierwszy raz grałam w państwa-miasta we wszystkich językach świata i nauczyłam się robić na drutach. | Byłam w CLŻ w sobotę, były różnorodne słodczyce i otwartość na kultury z całego świata, przemili ludzie, liczę na kontynuację sobotnich zajęć. |
| Bardzo się cieszę, że tak blisko domu (mieszkam na Starych Bielanych) mogę uczestniczyć w otwartym, przyjaznym i wspierającym mniejszości kulturowe wydarzeniu społecznym. To już moja druga sobota z Bibliotekami bez Granic w CLŻ. Podejście do lokalności w formie wymiany doświadczeń i umiejętności, to coś wyjątkowego na kulturalnej mapie Żoliborza. | Atmosfera jest wspaniała, każdy czuje się tu jak u siebie, a są tu osoby z różnych krajów i kultur. Oby tak dalej! |
| .Bardzo ciekawie uczyć się języka polskiego, bardzo miło, że jest taka możliwość spotkania się. | Jestem zachwycona ofertą i jakością spotkań. Zamierzam uczestniczyć regularnie. |
| Lubię Klub Podróżnika - Żoliborzanie odkrywają świat, a ja z nimi. | Cieszę się otwartym i gościnnym Żoliborzem! Pyszne jedzenie. |
| Bardzo fajna inicjatywa | Lubię tu przychodzić. |
| Zajęcia super extra! | |
| Zajęcia pozwalają na lepsze poznanie własnego ciała, wspomagają dbałość o własne zdrowie. Uważam, że zajęcia powinny być kontynuowane. | |
| Zajęcia bardzo potrzebne, szczególnie w grupie osób, w której jestem już ja. Bardzo dobra atmosfera stworzona przez gospodarzy i osobę prowadzącą. Zastryk pozytywnej energii na cały tydzień. Proszę o jeszcze! | |
| Bardzo dobrze poprowadzone zajęcia. Prowadząca, jasno, spokojnie, tłumaczy, stwarza bezpieczną i przyjemną atmosferę. Od początku można poczuć pozytywne efekty. Byłoby fantastycznie, gdyby można było zajęcia przedłużyć, bo im więcej praktyki, tym lepiej i efektywniej. | |

Zajęcia są świetne, profesorka niespotykanie genialna. Jest to potrzebne zajęcie, przydatne dla zdrowia, sprawia wiele przyjemności, pobudza do prowadzenia zdrowego trybu życia. Prosimy o przedłużenie.

Klub Podróżniczy jest bardzo fajny. Polecam!

Wspaniałe, niezapomniane przeżycie ruchowo-cielesne. Wszyscy uczestnicy kursu domagają się i proszą, aby te zajęcia były kontynuowane i prowadzone dalej przez wspaniałą instruktorkę, naszą Panią Agusię.

Super relaksacyjne zajęcia. Byłoby super, jeśli będą kontynuowane.

Zajęcia z szycia są super kompetentnie prowadzone

Warsztaty kulinarne są super. Masuma i Szarifa to wspaniałe kobiety. Uwielbiam to międzykulturowe gotowanie. Chcemy więcej!

Bardzo fajne zajęcia. Na pewno będę szukała ich kontynuacji. Trenerka bardzo miła, kompetentna, czarodziejka. Moje ciało czuje się odprężone, pobudzone i czeka na więcej.

Integracja międzykulturowa poprzez gotowanie to świetny pomysł. Mam nadzieję, że CLŻ dalej będzie wpisywać się w ten ważny ruch tworzenia wspólnot lokalnych ponad podziałami. Panie z Afganistanu mają świetne pomysły na potrawy. Chętnie wezmę udział w takich samych zajęciach w przyszłym roku.

Pani Ewa jest miła i sympatyczna.

Zajęcia w tym miejscu to świetne spędzenie wolnego czasu. Można dowiedzieć się wiele ciekawych, nowych rzeczy na temat innych krajów niż Polska.

Zajęcia tu organizowane dają możliwość świetnego spędzenia czasu. Można poznać tu fajnych ludzi oraz poszerzyć wiedzę na temat innych kultur.

Bardzo ważne i potrzebne

Super zajęcia z przesympatyczną trenerką. Fajnie, aby trwały przynajmniej do lata. Wszyscy mamy nadzieję, że tak się stanie.

Zajęcia są bardzo ciekawe. Proszę o kontynuację w przyszłym roku.

Prowadząca bardzo spokojna i miła.

Wszystkie warsztaty są bardzo pozytywne, mam nadzieję że będą się odbywać również w przyszłym roku. W szczególności gotowanie z Masumą i Szarifą.

Panie z Afganistanu już nie raz cieszyły moje zmysły i uczyły chętnie swoich przepisów, tradycji i języka.

Prowadząca wprowadza miłą atmosferę. Można się odprężyć. Dziękuję.

Dziękuję za bardzo pożyteczne zajęcia. Nauczyłam się obsługiwać maszynę do szycia i naprawiłam swoje ulubione spodnie.

Super zajęcia. Można poznać wiele kultur innych niż polska.

Pomysł jest super, mam trochę pomysłów na uszycie ciuszków i bardzo liczę, że będziecie kontynuować spotkania. Poza tym działania są eko, a to dla mnie ważne.

Bardzo lubimy Panią Olę, bardzo chętnie tu przychodzimy. Atmosfera jak w domu.

Pyszne jedzenie, przemiłe panie! Będę wracać!

Cenne doświadczenie, można wiele się dowiedzieć i spróbować nowych smaków!

Bardzo ważne i potrzebne zajęcia.

Było bardzo fajnie. Podobają mi się te zajęcia.

III. ZMAPOWANIE ODBIORCÓW ŻOLIBORSKIEGO DOMU KULTURY W ODNIESIENIU DO SEGMENTACJI UCZESTNIKÓW KULTURY W WARSZAWIE

Próbując stworzyć profil przeciętnej odbiorcy ŻDK, można uznać, że najczęściej jest to kobieta, w wieku 26-35 lub 36-45 lat, z wyższym wykształceniem, mieszkanka Żoliborza i/lub dzielnic ościennych, aktywna zawodowo. Jeśli połączymy te wyniki z obserwacją i wywiadami przeprowadzonymi podczas wydarzeń, można rozszerzyć profil o częste uczestniczenie w wydarzeniach z partnerem i/lub dziećmi, aktywne poszukiwanie oferty kulturalnej (nie koniecznie tylko darmowej) i dużą otwartość na nowości i zaskoczenie.

Jeśli nałożymy wyniki badań odbiorców na wyniki dwóch raportów dotyczących segmentacji uczestników kultury w Warszawie, można zarysować szerszy profil odbiorców ŻDK. Analiza wyników badań raportów „Relacje i różnice. Uczestnictwo warszawiaków i warszawianek w kulturze”¹ oraz „Badanie segmentacyjne uczestników kultury”² pozwala postawić tezę (którą warto zweryfikować w ramach dalszych badań), że wśród dotychczasowych odbiorczyń i odbiorców wydarzeń realizowanych przez ŻDK, najczęściej mamy do czynienia z następującymi „typami” uczestniczek i uczestników kultury:

1. KULTURALNE SPECJALISTKI – około 4% mieszkanki i mieszkańców Warszawy

Angażują się w wiele różnych dziedzin kultury artystycznej. Poświęcają czas również na szereg innych aktywności. Są wciąż zajęte, ale zainteresowane dalszym pogłębianiem kontaktu ze sztuką. Bywalczyń instytucji kultury. W uczestnictwo w kulturze artystycznej chętnie włączają dzieci.

Na kulturę poświęcają mniej więcej tyle czasu, co pozostali warszawiacy i warszawianki. Udaje im się to, chociaż są od nich bardziej zapracowane. Wyróżnia je duża liczba dziedzin sztuki, których są odbiorczyniami. Seriale oglądają tylko nieznacznie rzadziej od pozostałych warszawiaków i warszawianek, a filmy podobnie często. Natomiast we wszystkie pozostałe dziedziny angażują się częściej. Dotyczy to zwłaszcza oglądania wystaw i przedstawień, również operowych i baletowych. Stanowią jedną z dwóch grup (obok Superkulturalnych) z najwyższym udziałem słuchaczy muzyki klasycznej. Muzyka szczególnie często porusza ich emocje.

¹ Por. *Relacje i różnice. Uczestnictwo warszawiaków i warszawianek w kulturze*, red. T. Płachecki, Warszawa 2019.

² Por. *Badanie segmentacyjne uczestników kultury*, Warszawa 2016.

Ponadto częściej niż inni tworzą lub odnawiają przedmioty, uprawiają inną własną twórczość oraz chodzą na zajęcia artystyczne.

Spędzają czas wolny poza domem w bardzo różnorodny sposób. Są bywalczyniami instytucji kultury, również lokalnych, takich jak domy kultury i biblioteki. Ale także ogrodów zoologicznych, botanicznych lub planetariów, obiektów zabytkowych, parków rozrywki i wesołych miasteczek. Zapewne ma to związek z tym, że opiekują się dziećmi. Nie stronią także od aktywności domowych.

Częściej niż inni oglądają filmy i słuchają muzyki przez Internet – również płacąc za dostęp. Gotują według nowych przepisów, grają w gry. Z prawie wszystkich rodzajów mediów korzystają intensywniej niż inni warszawiacy i warszawianki. Oprócz telewizji i radia czerpią informacje przede wszystkim z bezpłatnych stron internetowych oraz z mediów społecznościowych.

Kulturalne specjalistki starają się żyć pełnią życia. Podobnie jak pozostali warszawiacy przykładają dużą wagę do relaksu i odpoczynku. Natomiast częściej od nich zależy im na rozwijaniu się i doskonaleniu, zdobywaniu wiedzy, ale także na zabawie. W uczestnictwo w kulturze chętnie angażują swoje dzieci. Zdecydowanie częściej niż inni opiekunowie zabierają je na przedstawienia i wystawy. Doceniają rolę kultury artystycznej. W zdecydowanej większości sądzą, że warto wydawać pieniądze na oglądanie przez dziecko przedstawień i wystaw oraz słuchanie koncertów. Częściej niż inne osoby opiekujące się dziećmi uważają, że również smutne fabuły są odpowiednie dla młodszych odbiorców. Są także szczególnie często przekonane, że z dzieckiem warto rozmawiać o filmach, przedstawieniach i książkach. Bardziej niż pozostali warszawiacy i warszawianki są skłonne akceptować nagość w teatrze (w przedstawieniach dla pełnoletnich widzów). Ponad połowa z nich aprobeje także odnoszenie się przedstawień i wystaw do aktualnych problemów społecznych.

W sztukę angażują się intensywnie, pomimo że mają mało wolnego czasu. Nie wysypiają się, żeby oglądać filmy i czytać. Dyskutują o filmach i serialach, przedstawieniach i książkach. Uczestniczą w festiwalach. Mają karnety lub abonamenty na wydarzenia kulturalne. Kulturalne specjalistki są zainteresowane jeszcze częstszym kontaktem ze sztuką i deklarują, że mogłyby na to wydawać więcej. Główne bariery, które uniemożliwiają im jeszcze większe zaangażowanie, to brak czasu oraz zmęczenie. Wynika to zapewne z intensywnej pracy zarobkowej oraz opieki na dziećmi. Są stosunkowo zadowolone ze swojej sytuacji materialnej. Szczególnie często pracują jako specjalistki. Blisko dziewięć na dziesięć jest pomiędzy 25. a 44. rokiem życia. Prawie dwukrotnie częściej niż ogół warszawiaków i warszawianek mają wyższe wykształcenie. Około dwie trzecie tego segmentu stanowią kobiety.

2. SUPERKULTURALNI – około 9% mieszkanki i mieszkańców Warszawy

Wszystkożerni konsumenci oferty kulturalnej. Wrażliwi na sztukę. Kontakt z nią często wpływa na ich emocje, a także zmienia sposób myślenia. Uczestniczą w wydarzeniach kulturalnych przede wszystkim po to, żeby poznać coś nowego. Wciąż nienasycony – pragną zwiększać aktywność we wszystkich dziedzinach. Dotknęci mordęgą wyboru między fajnym a jeszcze fajniejszym. Nie ustępują innym warszawiakom i warszawiankom częstotliwością kontaktów z najbardziej powszechnymi dziedzinami sztuki. Natomiast w tych mniej popularnych biorą udział znacznie częściej niż pozostali. Są wszystkożerni wobec dziedzin, gatunków i form korzystania z kultury artystycznej. W ciągu ostatniego roku podobnie wielu Superkulturalnych oglądało filmy i słuchało muzyki, co odwiedziło wystawę. Również podobnie wielu oglądało seriale, co czytało książki.

Tłumnie odwiedzają instytucje kultury (a co piąty przekazał nawet instytucji kultury swoją opinię na jej temat). Ale często korzystają również z filmów i muzyki dostępnej w internecie, także odpłatnie. Na udział w kulturze nie żałują pieniędzy, a zarazem ponad dwukrotnie częściej niż pozostali biorą udział w wydarzeniach bezpłatnych.

Żadna inna grupa nie ogląda równie wielu przedstawień. Wśród Superkulturalnych jest najwięcej osób, które w ciągu ostatniego roku oglądały balet lub operę, oraz takich, które słuchały muzyki klasycznej lub jazzu. Ale także wyjątkowo wielu jest wśród nich bywalców imprez tanecznych, gości festynów ulicznych oraz osób uprawiających sport. Nie brakuje również kibiców. Wyjątkowo często chodzą do restauracji i kawiarni, a także zwiedzają zabytki. Słuchanie muzyki disco jest wśród nich mniej popularne niż klasycznej, ale wielu nie stroni również od tego oraz od innych popularnych gatunków. W dziedzinie kultury są nienasycony i wciąż głodni nowości. Możliwość poznania czegoś nowego jest dla nich najważniejszym powodem udziału w wydarzeniach kulturalnych. Wyróżniają się chęcią jeszcze większej aktywności we wszystkich dziedzinach. Bywa, że nie wysypiają się z powodu książki, filmu czy muzyki.

Wielu (ponad połowa) ma poczucie, że udział w wydarzeniach kulturalnych jest dobrze widziany przez osoby, na których opinii im zależy. Na seanse, spektakle i koncerty chodzą często w towarzystwie. Często rozmawiają o filmach, przedstawieniach, muzyce, wystawach i literaturze. Przeważnie uważają, że dzieła sztuki służą również temu. Wydarzeń nie traktują jednak przede wszystkim jako okazji do spędzenia czasu z bliskimi lub znajomymi. Sztuka silnie oddziałuje na ich sposób myślenia i emocje. Znacznie częściej uważają, że sztuka może odnosić się do aktualnych problemów społecznych, niż są przeciwnego zdania. Częściej niż pozostali uważają Pozdrowienia z Alej Jerozolimskich Joanny Rajkowskiej za sztukę. Częściej niż inni uważają za ważny własny rozwój, a także zdobywanie wiedzy. Relaks i odpoczynek cenią

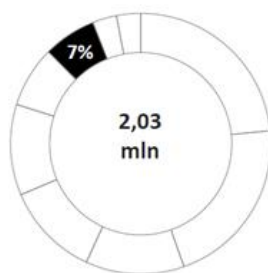
podobnie wysoko jak te wartości, ale mniej niż pozostali warszawiacy. Dla Superkulturalnych mniej ważne niż dla innych są również religia i duchowość, poznawanie i podtrzymywanie tradycji.

Jedyne, co przeszkadza w uczestnictwie w kulturze ponad połowie z nich, to brak czasu. Zapewne wynika to z obowiązków, ale również ze świadomości, jak wiele możliwości kontaktu ze sztuką jest dla nich dostępnych. Ze wszystkich mediów – oprócz telewizji – korzystają intensywniej niż pozostali. Oprócz telewizji, najczęściej wykorzystują radio, bezpłatne strony internetowe oraz media społecznościowe.

Są nieco młodszy od ogółu warszawiaków i warszawianek i ponad dwukrotnie częściej od nich mają wyższe wykształcenie. Kobiety liczebnie nieznacznie przeważają nad mężczyznami. Superkulturalnym dobrze się powodzi finansowo. Jest wśród nich stosunkowo wielu studentów i specjalistów.

3. KONSUMENTY KULTURY INSTYTUCJONALNEJ – 7%

Konsumenci kultury instytucjonalnej



To trzon uczestnictwa w kulturze. Najczęściej ze wszystkich segmentów chodzą do opery, galerii sztuki, filharmonii, teatru, na balet. Ale to nie tylko kultura wysoka – to także kino, koncerty, muzea. Segment aktywny mimo nieco starszego wieku; to osoby znacznie lepiej wykształcone, mieszkańcy średnich i dużych miast. **Nie mają specyficznych potrzeb związanych z czasem wolnym, ale to co wyróżnia ten segment to sposób ich zaspokajania: oni wybierają kulturę.**

Komunikacja powinna podkreślać „kulturalny” charakter wyjścia do muzeum („kulturalny człowiek musi tu być”), możliwość uczestnictwa w czymś wyjątkowym, nie dla każdego. Bliższy jest im przekaz odwołujący się do historii jednostek, niż historii wspólnot, narodów. Preferują tradycyjne kanały komunikacji: prasę, radio, ale także Internet.

Konsumenci kultury instytucjonalnej

JAKIE MAJĄ POTRZEBY ZWIĄZANE Z CZASEM WOLNYM?

W czasie wolnym chcą przede wszystkim odpocząć i oderwać się od codzienności, ale także poszerzyć wiedzę i dowiedzieć się czegoś nowego, doświadczyć wyjątkowych przeżyć i poznać inne kultury, wrzucić się oraz mieć kontakt z pięknymi rzeczami. Częściej niż inni chcą czas wolny spędzać elitarnie, w sposób wyszukany, nowatorski.

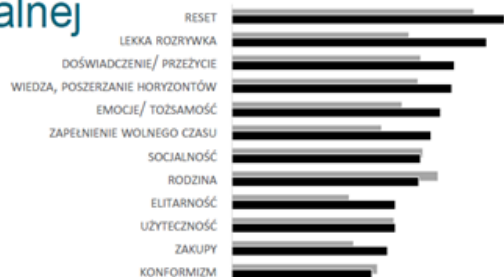
W czasie wolnym w domu przede wszystkim spotykają się ze znajomymi, zapraszają gości, czytają książki, ale także oglądają TV i wykonują różne prace domowe.

JAK UCZESTNICZĄ W KULTURZE?

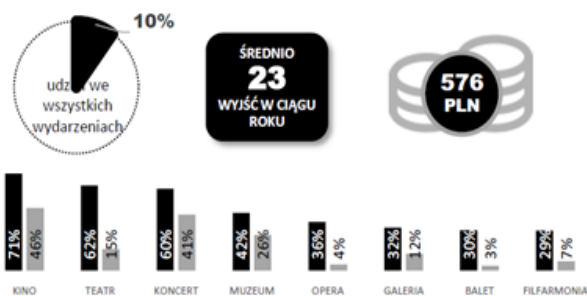
Są *heavy userami* wydarzeń kulturalnych – średnio uczestniczą w 23 wydarzeniach w ciągu roku (co stanowi 10% wszystkich „wyjść” uczestników kultury w ostatnich 12 miesiącach). Częściej niż inni chodzą do kin, teatrów, na koncerty, do muzeów, ale także najczęściej ze wszystkich segmentów korzystają z kultury wysokiej: galerie sztuki, opera, balet, filharmonia. Częściej niż inni czytają książki dla przyjemności oraz oglądają nagrania sztuk teatralnych w TV.

Niemal wszyscy płacą za udział w kulturze – w zeszłym roku na kulturę wydali najwięcej ze wszystkich, średnio 576 PLN.

Wychodzą równie często w weekendy i w dni powszednie, w towarzystwie znajomych i partnera. Zwykle to oni inicjują takie „wyjścia”.



UDZIAŁ W WYDARZENIACH KULTURALNYCH W CIĄGU OSTATNIEGO ROKU



Konsumenci kultury instytucjonalnej

JAKI MAJĄ STOSUNEK DO KULTURY?

Są najbardziej zadowoleni z oferty kulturalnej w swoim miejscu zamieszkania. Kultura pełni w ich życiu ważną rolę.

Do kultury zaliczają przede wszystkim tradycję, to, jak się do siebie na co dzień zwracamy i jak traktujemy inne narody, ale także fotografia i taniec. Człowiek kulturalny to przede wszystkim osoba dobrze wychowana, taktowna i opanowana, która umie się dobrze wystawiać.

MUZEA

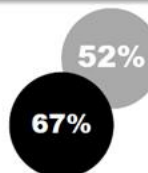
Niemal wszyscy byli kiedykolwiek w muzeum (większość w ciągu ostatnich 3 lat) – najczęściej odwiedzili: Łazienki Królewskie, Muzeum Narodowe, Muzeum Chopina w Żelazowej Woli oraz w Warszawie Galerię „Zachęta”, Centrum Sztuki Współczesnej Zamek Ujazdowski.

Tylko 9% odwiedziło muzeum w ciągu ostatniego roku (jednak zwykle była to więcej niż 1 wizyta). Główne bariery to odległość oraz koszty.

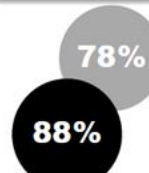
Znają więcej instytucji kultury niż przeciętny uczestnik kultury. Mają wyższy poziom znajomości instytucji mniej popularnych w całej populacji – m.in. Muzeum Chopina, Muzeum Historii Polski, Muzea i Centra Sztuki Współczesnej.

■ KONSUMENCI KULTURY, N=68
■ CAŁA POLSKA, N=1051

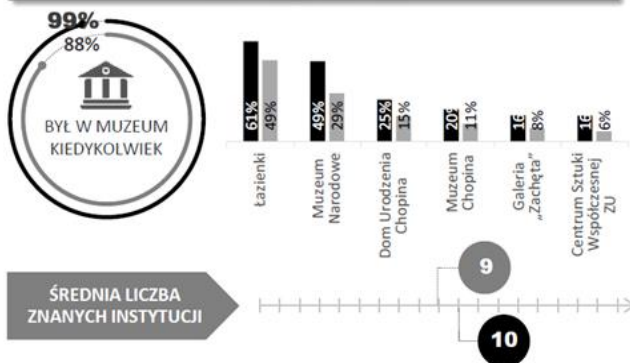
ZADOWOLENIE Z OFERTY KULTURALNEJ [T2B]



WAŻNA ROLA KULTURY W ŻYCIU [T2B]



DOŚWIADCZENIE Z MUZEAMI



4. MŁODZI UCIEKINIERZY – 8%

Młodzi uciekinierzy



Kultura to dla nich możliwość oderwania od codzienności i zanurzenia we własnym świecie. Chodzą do kina, na pikniki, festyny, koncerty, zwiedzają historyczne budynki, ale częściej angażują się w kulturę domową: dużo czytają i dużo czasu spędzają przed komputerem (gry / Internet). To osoby młodsze, lepiej wykształcone, mieszkańcy średnich i dużych miast. Zaangażują się tylko, jeśli dana aktywność jest dopasowana do ich zainteresowań.

Przyciągnięcie ich wymagałoby bardzo atrakcyjnej i nowoczesnej formy - nie tyle multimedialnej i interaktywnej (choć większość spodziewa się takiego zwiedzania), ale umożliwiającej „zanurzenie”, doświadczenie czegoś osobiście, na własnej skórze – i ten aspekt powinien być przede wszystkim komunikowany. Kanaly komunikacji to Internet, zwłaszcza *social media*.

Młodzi uciekinierzy

JAKIE MAJĄ POTRZEBY ZWIĄZANE Z CZASEM WOLNYM?

Czas wolny to dla nich przede wszystkim czas relaksu, oderwania się od codzienności / rzeczywistości i zanurzenia we własnym świecie. Preferują lekką, nieangażującą rozrywkę i dobrą zabawę (nastawioną raczej na odprężenie niż na silne emocje). W czasie wolnym korzystają z Internetu, wysypiają się, grają w gry komputerowe i wideo, oglądają też telewizję, czytają książki. Wybierając formę spędzenia wolnego czasu najczęściej kierują się dopasowaniem do swoich zainteresowań.

JAK UCZESTNICZĄ W KULTURZE?

Ich udział w aktywnościach kulturalnych wymagających wyjść jest umiarkowany – średnio wychodzą 18 razy w roku. Częściej angażują się w domowe przejawy kultury: czytają książki, oglądają programy poświęcone kulturze, niż instytucjonalnej. Stosunkowo często czytają, jest wśród nich wysoki udział osób kupujących książki i korzystający z elektronicznych książek.

W ostatnim roku wychodzili do kina, na pikniki, festyny lub zwiedzali historyczne obiekty albo szli na koncerty.

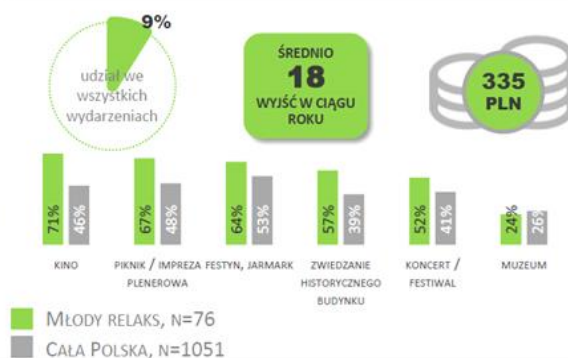
W zeszłym roku na uczestnictwo w kulturze wydali średnio 335 PLN.

Częściej wychodzą w weekendy (56%), ale stosunkowo często również w dzień powszedni (44%). Najczęściej – z inną osobą (84%, z partnerem, znajomymi).

W przypadku braku doświadczeń z danym typem uczestnictwa w kulturze najczęściej nie są w ogóle nim zainteresowani.



UDZIAŁ W WYDARZENIACH KULTURALNYCH W CIĄGU OSTATNIEGO ROKU



Młodzi uciekinierzy

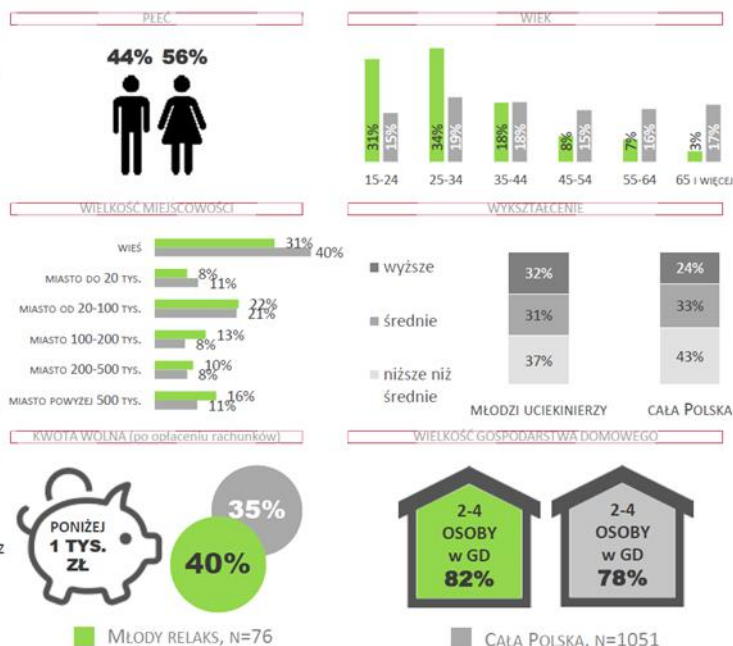
KIM SĄ?

Młodzi i lepiej wykształceni niż ogół uczestników kultury. Rzadziej są ze wsi i małych miejscowości. Żyją w nieformalnych związkach, w 2-4 osobowych gospodarstwach domowych. Chociaż prawie połowę stanowią osoby pracujące zawodowo (najczęściej praca umysłowa), to jest wśród nich też duży udział osób uczących się (28%) oraz zajmujących się domem / wychowaniem dzieci (15%). Dzieci ma jedynie 23%.

JACY SĄ, CZYM SIĘ INTERESUJĄ?

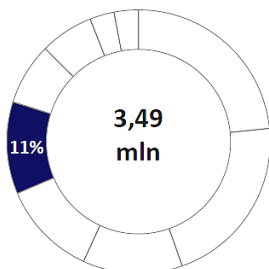
Najczęściej określają się jako odpowiedzialni i wrażliwi, a także jako samotnicy i osoby nieśmiałe (częściej niż inni). Mają niewielu przyjaciół, ale za to bardzo zaufanych. Opisują siebie jako domatorów, mało otwartych na nowe rzeczy i zdobywanie nowych doświadczeń. Najczęściej ze wszystkich segmentów grają na jakimś instrumencie (15%).

Najczęściej ze wszystkich uczestników kultury korzystają codziennie z Internetu (86%). Interesują się kinematografią, muzyką rozrywkową i podróżami. Większość z nich uprawia sport (najczęściej bieganie) lubią filmy amerykańskie, słuchają rocka i hard rocka oraz niszowych gatunków muzyki. Dwie trzecie z nich było w zeszłym roku na wakacjach.



5. Zdobywcy wiedzy – 11%

Zdobywcy Wiedzy



Wybierają aktywności, które umożliwiają zdobywanie wiedzy i doświadczanie przeżyć: zwiedzanie historycznych miejsc, parki tematyczne, skanseny, rekonstrukcje historyczne, ale także muzea. Częściej młodzi, lepiej wykształceni, mieszkańcy miast. Częściej też mają dzieci, z którymi uczestniczą w kulturze. **Nastawieni na wiedzę i zdobywanie nowych wrażeń; pragmatyczni, traktujący kulturę użytecznie.**

Potencjalnie zainteresowani rekonstrukcjami, interaktywnym zwiedzaniem i tematami odwołującymi się do historii. Główny przekaz powinien koncentrować się na wartościach poznawczych i nowoczesnej, interaktywnej formie zwiedzania („wiedza przez doświadczenie”). Najlepsze kanały komunikacji to Internet, ewentualnie prasa.

Zdobywcy Wiedzy

JAKIE MAJĄ POTRZEBY ZWIĄZANE Z CZASEM WOLNYM?

Oprócz oderwania się od codzienności i odpoczynku, czas wolny powinien być spędzany pożytecznie, umożliwiać zdobywanie wiedzy i nowych umiejętności, dostarczać wyjątkowych wrażeń oraz dawać szansę na doświadczenie czegoś na własnej skórze. W czasie wolnym w domu częściej wybierają aktywności, które pozwalają na pogłębianie wiedzy i umiejętności: czytają książki, grają w gry komputerowe, uczą się, ćwiczą.



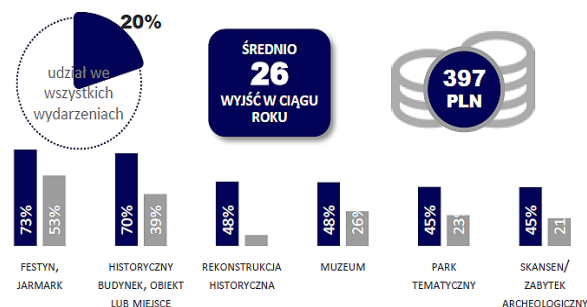
JAK UCZESTNICZĄ W KULTURZE?

Są *heavy userami* wydarzeń kulturalnych – średnio uczestniczą w 26 wydarzeniach w ciągu roku (co stanowi 20% wszystkich „wyjść” uczestników kultury w ostatnich 12 miesiącach). W ostatnim roku wybierali wydarzenia, które pozwalały im na zdobywanie wiedzy i doświadczenie: zwiedzanie historycznych budynków i miejsc, rekonstrukcje historyczne, parki tematyczne, skanseny, ale także muzea.

Większość płaci za uczestnictwo w kulturze – w zeszłym roku na kulturę wydali średnio 397 PLN.

Wychodzą zwykle w weekendy, w towarzystwie rodziny (także dzieci). Zwykle to oni inicjują takie „wyjścia”.

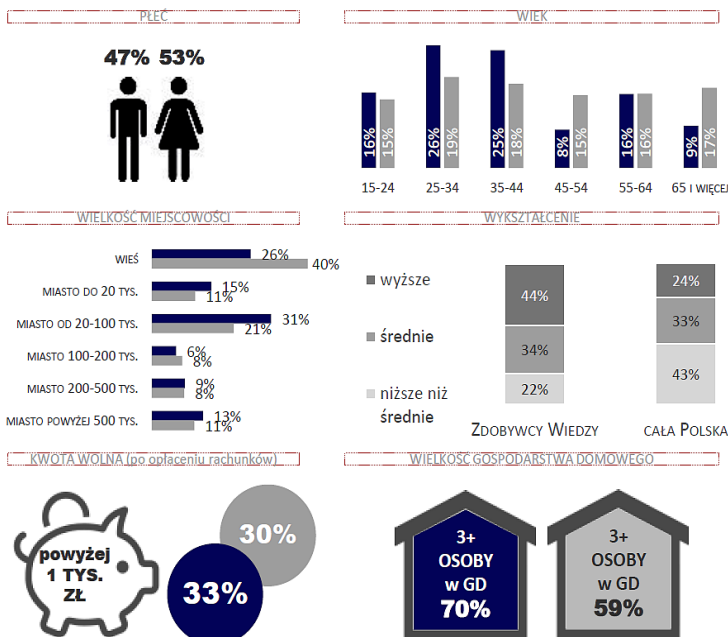
UDZIAŁ W WYDARZENIACH KULTURALNYCH W CIĄGU OSTATNIEGO ROKU



Zdobywcy Wiedzy

KIM SĄ?

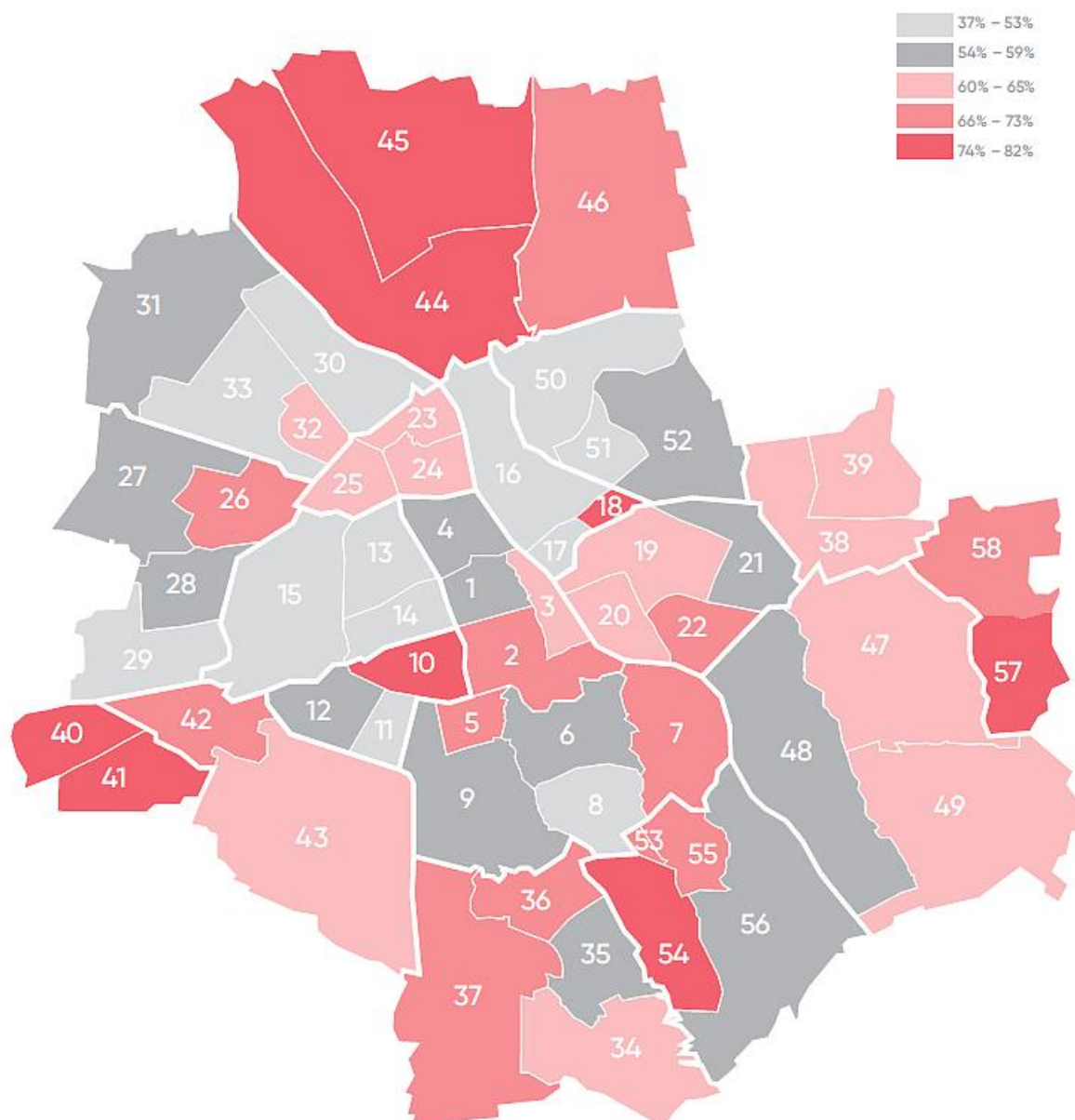
Są młodszy i lepiej wykształceni niż przeciętny uczestnik kultury. Większość to mieszkańcy miast. 1/3 ma dzieci, pochodzą z wieloosobowych gospodarstw domowych (3+). Częściej w tym segmencie są przedstawiciele kadry kierowniczej oraz pracownicy umysłowi. Sytuację finansową swojego GD określają jako dobrą lub przeciętną. Wysokość kwoty wolnej (po opłaceniu rachunków), zbliżona do średniej w całej populacji.



JACY SĄ, CZYM SIĘ INTERESUJĄ?

Opisują się jako realiści, pracowici, zaradni, wrażliwi, kreatywni i praktyczni. Osiągnięcie sukcesu jest dla nich ważniejsze od relacji z innymi. W porównaniu z innymi, podejmując decyzje częściej kierują się rozsądkiem, są też bardziej otwarci na nowe doświadczenia. Częściej niż inne segmenty zajmują się rękodziełem, rzemiosłem lub sztuką (m.in. majsterkują i zajmują się fotografią). Rzadziej oglądają TV, niemal wszyscy korzystają z Internetu. 3/4 było w zeszłym roku na urlopie. Częściej niż inni interesują się poznawaniem innych kultur, zagadnieniami historycznymi, literaturą, a także nauka i techniką.

Mapa nr 1. Uczestnictwo warszawianek i warszawiaków z podziałem na dzielnice



Źródło: *Relacje i różnice. Uczestnictwo warszawiaków i warszawianek w kulturze*, red. T. Płachecki, Warszawa 2019.

Wykres nr 11. Poziom uczestnictwa w dzielnicy Żoliborz

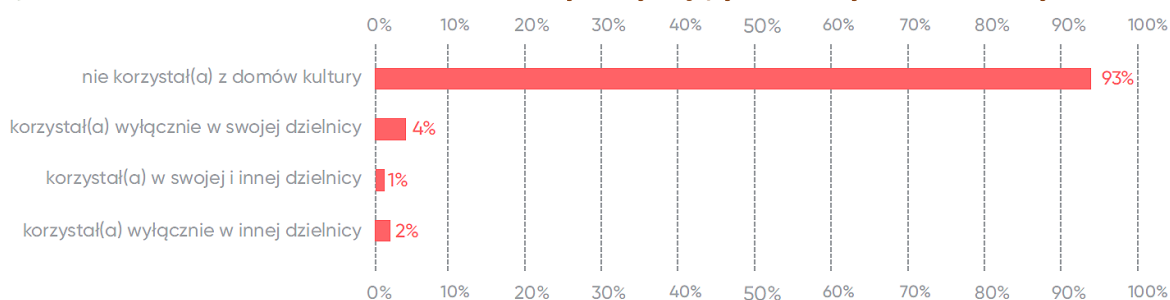
| | |
|----------------------------|-----|
| 23 Marymont-Potok | 65% |
| 24 Stary Żoliborz | 61% |
| 25 Sady Żoliborskie | 61% |

Źródło: *Relacje i różnice. Uczestnictwo warszawiaków i warszawianek w kulturze*, red. T. Płachecki, Warszawa 2019.

Powyższa mapa oraz wykres pokazują, że na tle całej Warszawy poziom uczestnictwa mieszkank i mieszkańców Żoliborza w ofercie kulturalnej jest stosunkowo wysoki i wynosi ponad 60%, najwyższy jest zaś na osiedlu Marymont-Potok.

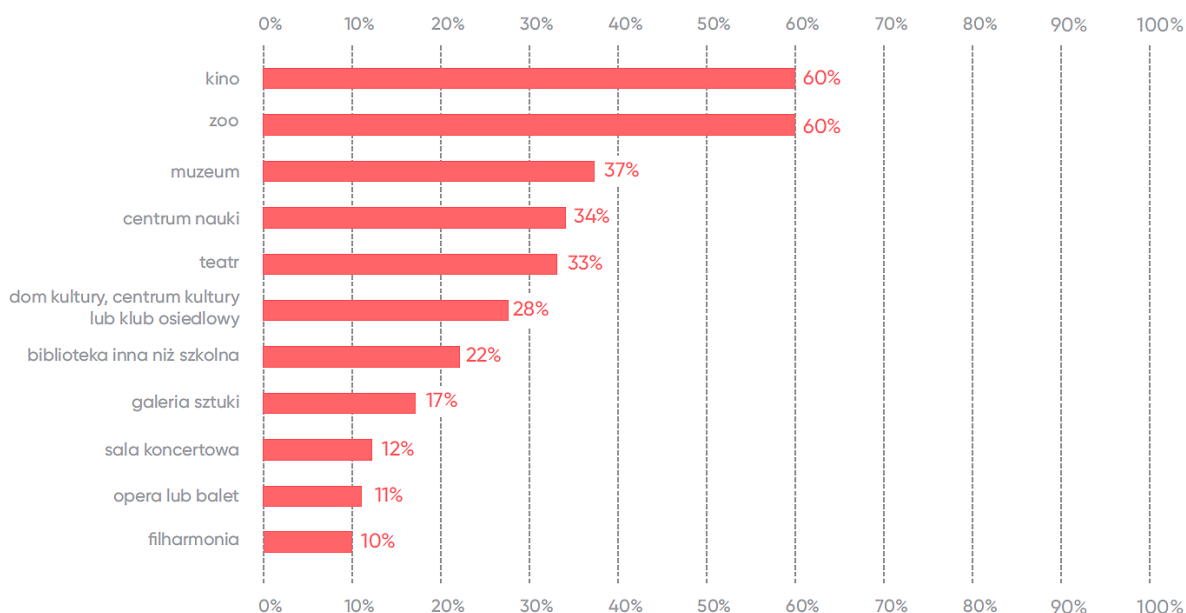
Należy podkreślić, że choć poziom uczestnictwa mieszkańców Warszawy można uznać za średni, to w przypadku korzystania z oferty domów kultury jest on niewielki, a w śród dzieci korzystających w oferty instytucjonalnej domy kultury znajdują się na szóstym miejscu.

Wykres nr 12. Odsetek mieszkańców Warszawy korzystających z oferty domów kultury



Źródło: *Relacje i różnice. Uczestnictwo warszawiaków i warszawianek w kulturze*, red. T. Płachecki, Warszawa 2019.

Wykres nr 13. Odsetek mieszkańców Warszawy – dzieci - korzystających z oferty instytucji kultury



Źródło: *Relacje i różnice. Uczestnictwo warszawiaków i warszawianek w kulturze*, red. T. Płachecki, Warszawa 2019.

Wykres nr 14. Uczestnictwo w ofercie domów kultury, a wiek dzieci

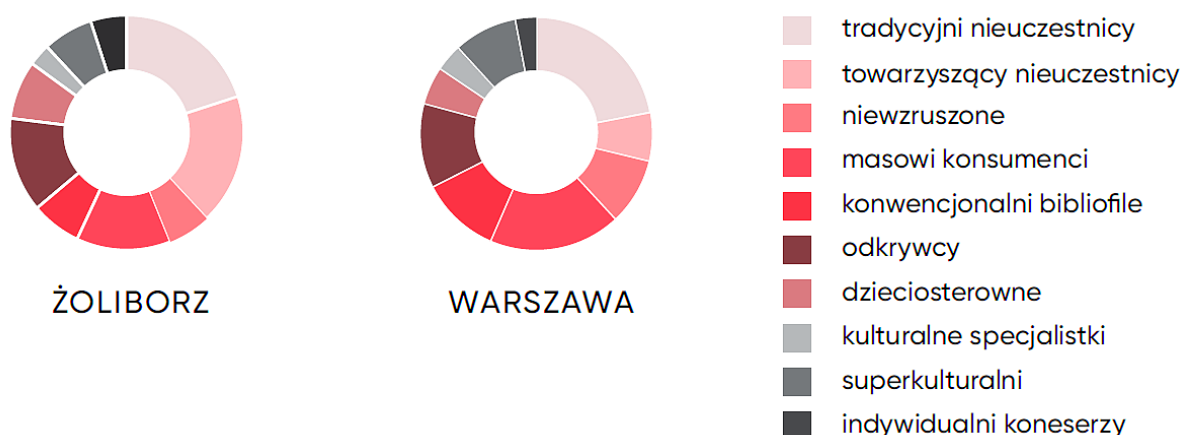
| wiek | 0-3 lata | 4-6 lat | 7-9 lat | 10-12 lat | 13-15 lat |
|---|----------|---------|---------|-----------|-----------|
| instytucja | | | | | |
| dom kultury, centrum kultury lub klub osiedlowy | 5% | 25% | 38% | 44% | 38% |

Źródło: *Relacje i różnice. Uczestnictwo warszawiaków i warszawianek w kulturze*, (red.) T. Płachecki, Warszawa 2019.

Aktywność dzieci i młodzieży w ofercie domów kultury rośnie wraz z wiekiem do około dziesiątego-dwunastego roku życia kiedy osiąga najwyższy poziom. W kolejnych latach zaczyna spadać.

Porównując segmenty uczestnictwa pomiędzy Żoliborzem a całą Warszawą widać wyraźnie różnice. Na Żoliborzu jest mniej tradycyjnych nie uczestników, ale za to zdecydowanie więcej towarzyszących nie uczestników – a więc osób które choć nie są odbiorcami oferty kulturalnej lubią spędzać wolny czas razem z innymi. Warto też zwrócić uwagę, że w omawianej dzielnicy jest znacznie mniej konwencjonalnych bibliofilów. Za to mamy do czynienia z nadreprezentacją indywidualnych koneserów, a więc osób, które preferują uczestnictwo w kulturze indywidualne oraz w znacznie większym stopniu selekcionują wybór swoich aktywności kulturalnych.

Wykres nr 15. Segmenty uczestnictwa w kulturze w Warszawie i na Żoliborzu



Źródło: *Relacje i różnice. Uczestnictwo warszawiaków i warszawianek w kulturze*, red. T. Płachecki, Warszawa 2019.

III. ŻOLIBORZ W OCZACH MIESZKANEK I MIESZKAŃCÓW

Badani byli proszeni o wskazanie cech charakterystycznych, elementów składających się na obraz dzielnicy. Nie ma wątpliwości, że kultura (zarówno materialna, jak i niematerialna) stanowi istotny element tożsamości. Mieszkancki i mieszkańcy oprócz dominujących pochlebnych wypowiedzi na temat zieleni i parków (istotnych jak miejsce spędzania wolnego czasu, spacerów) i infrastruktury zbliżającej Żoliborz do idei „miasta 15-minutowego”, mówią także o tutejszej społeczności i lokalnych tradycjach. Wśród najczęściej występujących fraz, obok tych poświęconych lokalnej społeczności i „sąsiedzkiemu klimatowi”, pojawiają się także te dotyczące działań kulturalnych i społecznych, co daje potencjał na zaangażowanie się mieszkańców w działania nowego domu kultury i/lub korzystanie z jego oferty.

Rysunek nr 1. Obraz Żoliborza w oczach mieszkańców



Wśród lubianych cech, charakterystycznych dla Żoliborza pojawiają się przede wszystkim: elementy infrastruktury czy architektury oraz zieleń, przyroda. Widać też inne kwestie, nie związane bezpośrednio z infrastrukturą. Są to: wysoko ceniona atmosfera i klimat oraz cisza i spokój, czyli elementy związane z kwestiami społecznymi. Jednocześnie charakterystyka dotyczy aktywności mieszkańców – ogólnie lub na przykładach: zaangażowanie się w akcje społeczne czy polityczne (np. strajk kobiet).

Część badanych (wskazując na obecne braki w ofercie kulturalnej dzielnicy) często odwołuje się do aspiracyjnej wizji kultury, kultury wysokiej – najczęstszą odpowiedzią na pytanie o braki Żoliborza okazuje się być „teatr”. Żeby zmapować tę potrzebę na tle polskiej średniej, trzeba przypomnieć, że według aktualnych badań Krajowego Instytutu Mediów teatr w ciągu roku odwiedza 4,8% Polek i Polaków (odpowiedzi wskazujących na wizytę więcej niż raz w ciągu 12 miesięcy poprzedzających badanie udzieliło 1,3% respondentów).³

Z przeprowadzonych wywiadów wynika zresztą wyraźnie, że szczególnie wśród osób starszych żywy jest tożsamościowy wymiar pamięci o tym, że Żoliborz był i wciąż jest „inteligentką” dzielnicą, miejscem zamieszkiwania oraz twórczej aktywności wielu artystek i artystów. Widać więc umacniające wspomnianą dość wąską, by nie napisać elitarną, wizję kultury. Wizję osadzoną w tradycyjnych hierarchiach, w których szczególnie wysoką pozycję mają praktyki artystyczne silnie obecne w obiegu instytucjonalnym. Równocześnie jednak wśród młodszych osób istotną częścią tożsamości dzielnicy jest aktywność działających również lokalnie wykonawców i składów hip-hopowych. Te różne rozumienia kultury i przestrzeń poszerzenia myślenia o niej wydają się istotne dla refleksji o roli nowej dzielnicowej instytucji kultury. Po pierwsze dlatego, że wśród opinii mieszkanek i mieszkańców silnie obecnymi wątkami są inkluzywność i różnorodność, pojawiają się też określenia takie jak „swojskość”. Po drugie wpisują się w klasyczny dylemat, będący tematem dyskusji prowadzonych przez środowisko instytucji kultury od przeszło dekady. Jak realizować misję – czy „obsługiwać” osoby zainteresowane kulturą (których na Żoliborzu nie brak), czy próbować poszerzyć swój zasięg także o tych, którzy z oferty instytucji takich jak dom kultury nie korzystają?

Zróznicowany, choć podobny

Badani postrzegają Żoliborz jako dość jednolitą dzielnicę, podkreślając jej inteligencki charakter, przedwojenny rodowód, kameralność dzielnicy w porównaniu do innych. Z jednej strony wynika to ze skali samej dzielnicy (właściwie dla wielu osób większość ważnych dla nich miejsc, instytucji jest zlokalizowana w odległości spaceru od domu:

³ Krajowy Instytut Mediów, *Mniej niż co trzeci Polak chodzi do kina...*, 7 lipca 2022, <<https://kim.gov.pl/2022/07/07/mniej-niz-co-trzeci-polak-chodzi-do-kina-spektakle-na-zywo-oglada-garstka/>>

Z mojej perspektyw wszystkie mamy na odległość spaceru albo przejażdżki rowerem. Zresztą dzieci też wszędzie jeżdżą na rowerze albo hulajnogami. Szkoła, knajpy, znajomi. My dorośli tak mamy i nasze dzieci w sumie chyba też (...) to odczuliśmy szczególnie w pandemii. [1]⁴

Dobre skomunikowanie, stosunkowo niewielkie odległości (jak na stolicę) kształtują odbiór dzielnicy jako kameralnej. Naturalną granicą od strony Śródmieścia są tory kolejowe, od strony Bielan zaś trasa szybkiego ruchu. Mieszkańcy są też przeświadczeni o relatywnie lepszym standardzie życia na Żoliborzu niż w innych dzielnicach Warszawy:

Oczywiście trudno generalizować, ale nie mamy na Żoliborzu tak zniszczonych czy wymagających renowacji budynków jak np. na Woli czy na Pradze. Nie ma też jakiś dużych blokowisk, co też widać po cenach za metr. Standard życia jest przez to wyższy, choć zdecydowanie jest drożej [5].

Jednocześnie część badanych zwraca uwagę na kwestię braku dostosowań architektonicznych, szczególnie dla osób z niepełnosprawnościami oraz osób starszych. Chodzi szczególnie o instytucje użyteczności publicznej, lokale gastronomiczne oraz usługowe:

Szczególnie w obrębie starego Żoliborza trudno mówić o dostępności. Przedwojenne budynki raczej trudno dostosowywać. Knajpy czy sklepy i jeśli nie są na parterze to też są trudno dostępne [3].

Wielkość dzielnicy ma swoje plusy i minusy. Nie we wszystkich częściach jest tak samo dobra infrastruktura. Najbardziej rozwinięta jest część centralna usytuowana wokół placu Wilsona (metro, tramwaje, autobusy), ale już mieszkańcom Nowego Żoliborza czy okolic Kępy Potockiej trudno do kluczowej infrastruktury dotrzeć bez samochodu. Rozrasta się komunikacja autobusowa, ale nadal niektórzy mają daleko do przystanku, nie mówiąc o dostępie do metra.

Żoliborz – wielkowiejskość i lokalność

W wielu wypowiedziach badanych przewijało się – czasami na zasadzie opozycji, czasami wskazywane jako współistniejące charakterystyki – postrzeganie dzielnicy jako miejsca niezwykle kameralnego, lokalnego, „gdzie większość osób przynajmniej

⁴ We wszystkich cytatach z wywiadów uwzględniono pisownię oryginalną.

z widzenia się zna”, „gdzie praktycznie wszędzie można dojść spacerem” a kategorią wielkowiejskości.

Walorem, zaletą, jaka wyłania się z wypowiedzi, jest bliskość wszystkiego, co potrzebne do życia, czyli dostęp do infrastruktury i usług niezbędnych w codziennym funkcjonowaniu. Dobrze ilustrują to wielokrotnie powtarzające się sformułowania typu: wszystko jest na miejscu; wszystko jest łatwo dostępne; pełna infrastruktura w zasięgu spaceru; wszystko co do życia potrzebne jest na miejscu; dostęp do wszystkich usług; jest tu prawie wszystko, co potrzebne do życia. W tym kontekście badani podawali różne przykłady: bliskość różnego typu instytucji: szkół, przedszkoli, ale też instytucji czy miejsc przeznaczonych do uprawiania sportu i rekreacji. Ograniczeniem pojawiającym się w wypowiedziach był brak czy też postępujący proces zamykania się lokalnych sklepów spożywczych.

Aktywność mieszkańców

Żoliborzanie postrzegają siebie jako osoby stosunkowo aktywne osoby w przestrzeni publicznej – gotowe do angażowania się, będące w ruchu, sprawcze. Podobnie jak inni mieszkańcy stolicy – porównując do danych zebranych w ramach diagnozy do programu *Kultura blisko domu* – trzy czwarte warszawianek i warszawiaków deklaruje chęć angażowania się w aktywność kulturalną bardziej intensywnie niż dotychczas⁵.

Oczekiwania w odniesieniu do kultury

Charakteryzując oczekiwania własne i innych żoliborzan, badani wskazywali na własne potrzeby związane z odbiorem/uczestnictwem w kulturze. Generalnie dominuje wskazywanie na elementy tzw. kultury wysokiej, co ich zdaniem wynika ze specyfiki i tradycji dzielnicy, oraz charakterystyki samych mieszkańców – osób z wyższym wykształceniem, posiadającej adekwatne kompetencje kulturowe oraz aspiracje:

Oczywiście to może być swoista kulturowa bańka, jednak wydaje mi się że na Żoliborzu jest to dość widoczne, że raczej sporo osób korzysta z kultury, sporo widać przy placu Wilsona uczniów szkoły muzycznej, jak zobaczysz to w kawiarniach sporo osób z książkami, oczywiście nie ma tutaj jakiejś większej instytucji kultury ale do Teatru Narodowego jest naprawdę blisko i do innych instytucji kultury w centrum o sporo tam osób z Żoliborza spotkasz. [4]

⁵ Porównaj: program *Kultura blisko domu do roku 2025*, s. 37.

Nie jest to oczywiście jedyny wymiar kultury, mieszkańcy dostrzegają też przejawy czy aktywności szerszej rozumianych obiegów kultury:

Nie jest tak że wszystko śledzę, ale pewnie tak jak ja ma wiele osób, że nawet kilka razy dziennie jesteś gdzieś na placu Wilsona, czy w okolicy i jak są jakieś wydarzenia i informacje są na słupach to widać co się w dzielnicy dzieje. I pamiętam że na wakacje i chyba na koniec wakacji było sporo wydarzeń, hip-hopowych koncertów i nie tylko co jak na dość moim zdaniem mieszczańska kulturę na Żoliborzu. Mi to się podoba i ewidentnie do młodszych jest skierowane [5].

Demografia a kultura

Rozmówcy są zgodni w sposobie definiowania głównych grup społeczno-demograficznych dzielnicy i ich aktywności w polu kultury. Najbardziej aktywnymi i widocznymi uczestnikami są seniorzy, na drugim miejscu rodzice z małymi dziećmi. Mniej zagospodarowana jest młodzież, zaś największym wyzwaniem jest zaangażowanie dorosłych w wieku 30-40 lat. Pomimo że widać spor o młodych ludzi szczególnie w centralnym punkcie dzielnicy, przy placu Wilsona, jak też w okolicach metra Marymont czy placu Grunwaldzkiego, to w przestrzeni publicznej dominują seniorzy, może jedynie za wyjątkiem Nowego Żoliborza. Można więc uznać, że Żoliborz jest dzielnicą senioralną. Ofertę społeczno-kulturalną dla seniorów widać szczególnie na stronach Urzędu Dzielnicy (cykliczne imprezy, jak np. Dzień Seniora) czy Ośrodka Pomocy Społecznej. Zresztą na terenie dzielnicy aktywnie działa Rada Seniorów oraz Uniwersytet III wieku prowadzony przez Stowarzyszenie Pierwszy Żoliborski Uniwersytet III Wieku. Obserwacje i wywiadu pokazują też, że seniorzy aktywizują się w ramach działań oraz zajęć prowadzonych dla nich i przez nich w ramach funkcjonowania Centrum Lokalnego Żoliborz i Miejsca Aktywności Lokalnej. Drugą grupą według widoczności są rodzice z małymi dziećmi, którzy szukają i chętnie korzystają z wszelkich dostępnych zajęć, zarówno jako sposobu spędzania czasu, jak i „inwestowania” w rozwój dzieci. Nieco uboższa oferta kierowana jest do młodzieży i studentów, co wydaje się podyktowane faktem, iż uczą się oni poza dzielnicą i korzystają w dużym stopniu z oferty dostępnej na terenie całej Warszawy. Jednak grupą stanowiącą największe wyzwanie z perspektywy kultury na Żoliborzu są osoby dorosłe, w wieku 30-40 lat. Szczególnie trudna w tym kontekście wydaje się grupa osób w wieku produkcyjnym, dużo pracujących, a także wychowujących dzieci. Z perspektywy badanych są oni grupą szczególnie trudną do zmobilizowania do aktywności i partycypacji w kulturze.

Krajobraz kulturalny dzielnicy

Kultura kawiarniana

Często w wypowiedziach badanych wspomniane były kawiarnie, restauracje oraz bary – ewidentnie pełniące z perspektywy mieszkańców kulturową rolę.

Może tak z 20-15 lat temu to na Żoliborzu można było policzyć na palcach ręki knajpy. Ja pamiętam może nieistniejącego już Żywiciela, od zawsze prawie Blikle na Wilsoniaku, dalej był Coyot w miejscu w którym teraz jest Havana, a dalej po schodach w dół była taka knajpa przy Hauke Bosaka, już nie pamiętam jak się nazywa a potem już tylko chyba pawilony przy Popiełuszki zaraz koło metra Marymont, no i jeszcze Bar u Araba na Kępie Potockiej. Potem dopiero był bum i pojawiła się Prochownia, Kottownia, Secrete Life, Fawory, Winny Przystanek, tak około 2012 czy 2014 roku.[7]

W powyższej wypowiedzi widać proces zmian, jaki następuje w tym obszarze w dzielnicy. Inni badani również wskazywali dużą liczbę lokali pełniących funkcję nie tylko rozrywkową, ale też integracyjną:

Ja to bardzo lubię te knajpy w pasażu na Popiełuszki. To jest niesamowite bo one są bardzo lokalne. Taka czeska piwiarnia to jakbyś w kapciach zszedł. Bardzo kameralnie, miło i domowo. [2].

Mieszkańcy podkreślają też poprawę jakości życia związaną właśnie z powstawaniem lokali gastronomicznych, zmianą w stosunku do czasów, kiedy na placu Wilsona dominowały banki i sklepy .

Można się oczywiście zastanawiać czy tajski bar, kebab czy sushi to super rozwiązania kulinarne, ale to że są knajpy, czy nawet Żabka to bardziej rozwiązanie służące mieszkańca niż sytuacja że w którymś momencie na placu były same banki i jedynie ekskluzywny sklep Minieuropa [5].

Miejsca otwarte (Miejsca Aktywności Lokalnej)

Na terenie dzielnicy obecnie działają cztery miejsca aktywności lokalnej

1. Miejsce Aktywności Lokalnej (ul. Marii Kazimiery 20 /1)
2. Czytelnia Pod Sowami (ul. gen. Józefa Zajączka 8)
3. Biblioteka im. Haliny Rudnickiej (ul. Sułkowskiego 26)
4. Centrum Lokalne Żoliborz (ul. Rydygiera 6b)

Plaża Żoliborz

Bardzo popularne miejsce, nie tylko wśród mieszkańców Żoliborza, to funkcjonujący w sezonie Boogaloo Beach Bar. Warto podkreślić, że wybrzeże Wisły na wysokości Żoliborza ma bardziej dziki charakter, niż na wysokości Powiśla czy Starego i Nowego Miasta.

To jest dla mnie ogromny potencjał i walor. Wisła tutaj jest piękna i dzika. Mamy super ścieżki, kawałki leśne, więcej czasami dzików niż ludzi. Do tego plaża Żoliborz, to idealne miejsce na spacer czy posiedzenie ze znajomymi [3].

Biblioteka Publiczna

Siedziba główna biblioteki znajduje się przy placu Inwalidów. Biblioteka prowadzi trzy oddziały: Czytelnię Naukową nr XVI przy placu Inwalidów 3, Wypożyczalnię dla Dorosłych i Młodzieży nr 16 przy ul. J. Słowackiego 19A oraz Bibliotekę dla Dzieci i Młodzieży nr XV przy ul. Broniewskiego 9a. Ponadto w strukturze biblioteki są cztery filie. Co ważne, biblioteka prowadzi różnorodne formy działalności edukacyjno-kulturalnej: zajęcia dla najmłodszych, lekcje biblioteczne dla dzieci i młodzieży, spotkania z pisarzami, ludźmi kultury i lokalnymi twórcami, wykłady, odczyty i prelekcje dotyczące historii Warszawy oraz wystawy tematyczne.

Wspomnienia które rezonują

Prochownia – czyli magia kina

Przy okazji analizy fenomenu Prochowni warto odnieść się do kwestii organizowanych w poszczególnych miejscach Żoliborza wydarzeń plenerowych. Prochownia była znana m.in. z organizacji seansów filmowych na świeżym powietrzu. Warto to odnieść do badań okołowarszawskich – ponad dziewięć na dziesięć osób mieszkających w Warszawie ogląda filmy. Przeszło połowa słucha muzyki albo poznaje literaturę. W przybliżeniu trzy osoby na dziesięć oglądają przedstawienia, a co piąta – wystawy.

Kino Tęcza

Od dawna już niedziałające, ale ciągle żywe w pamięci miejsce, które według ostatnich informacji z Urzędu Dzielnicy ma być ponownie oddane do użytku.

Targ śniadaniowy

Targ pomyślany był jako impreza całoroczna. W październiku 2022 odbył się ostatni, jak do tej pory podsumowujący 10-lecie istnienia tej inicjatywy. Tradycyjnie Targ śniadaniowy odbywał się w Alei Wojska Polskiego w soboty do południa, w niedzielę

zaś na Mokotowie. Przewodnie hasła imprezy to: „Lokalnie jest fajnie” oraz „O(d)żywiamy miasto”. Organizatorzy na stronie internetowej wyliczają, że od 2013 roku do 2022 roku podczas targów odbyło się 368 warsztatów⁶.

Przyglądając się mapie podmiotów kultury czy też kulturotwórczych w dzielnicy, ich zasięgowi liczbie i rozpoznawalności, można stwierdzić słabą zdolność do sieciowania, o której mówią badani:

Nie wiem czy to wynika po prostu z obawy o konkurencję, czy to problem strukturalny, a może po prostu skupienie na sobie i swoich odbiorcach czy klientach [2].

Raczej chyba jest tak, że różne miejsca działają same dla siebie i raczej się nie widzą. Jak gdyby na mapę kulturową Żoliborza składało się wiele niepowiązanych ze sobą i nie współpracujących SAMOTNYCH WYSP (zarówno jednostek, jak i bardziej złożonych podmiotów). Idąc dalej tropem tej metafory, można powiedzieć, że część z nich swobodnie dryfuje, w efekcie czego ma szansę natrafić na inną wyspę bądź wyspy. Inne z kolei są mocno zakorzenione, przez co potencjał „spotkania” innego podmiotu znacząco się obniża.

Żoliborski Dom Kultury z perspektywy badanych

Na tym etapie funkcjonowania ŻDK można raczej mówić o pierwszym wrażeniu tych, którzy się spotkali z pierwszymi działaniami instytucji i raczej oczekiwaniami oraz wyobrażeniami niż wyrobionymi opiniami. W pierwszej kolejności zwracają uwagę pochlebne opinie dotyczące ŻDK wśród większości rozmówców, którzy zetknęli się z instytucją (dotyczy to w większości uczestników wydarzeń). Potwierdzają to obserwacje prowadzone podczas wydarzeń organizowanych przez ŻDK jesienią i zimą 2022 roku.

Podsumowanie, wstępne rekomendacje

Z przeprowadzonej diagnozy wyłania się wielowymiarowy obraz potrzeb oraz sposobów uczestnictwa w kulturze mieszkańców Żoliborza. Wyznaczone są one m.in. specyfiką historyczną dzielnicy, infrastrukturą, infrastrukturą edukacyjno-kulturalną, poziomem życia i aspiracjami mieszkańców, politykami kulturowymi i edukacyjnymi realizowanymi świadomie i nieświadomie przez samorządowców, lokalne podmioty i samych mieszkańców.

⁶ <https://targsniadaniowy.pl/o-targu-sniadaniowym/>

W naszych badaniach przyjęliśmy założenia diagnozy poznawczej, którą, za Jerzym Kubinem, można zdefiniować jako typ diagnozy, której głównym celem jest pozyskanie informacji na temat pewnego zjawiska i jego specyfiki, by na tej podstawie podejmować wysiłki na rzecz jego zmiany⁷. Zgodnie z tym założeniem powyższa diagnoza ma pomóc w podejmowaniu decyzji w ramach działania nowej instytucji kultury, funkcjonującej w pewnej określonej społeczności, kulturowo i historycznie przestrzeni, jaką jest Żoliborz, jednocześnie odnosząc się do wyzwań o charakterze ogólny. Obok realizacji potrzeb kulturalnych widać potrzebę, czy może raczej oczekiwanie, że działania instytucji kultury będą oddziaływać pozytywnie na dobrostan (samopoczucie oraz stan psychiczny i fizyczny) mieszkańców dzielnicy. Właśnie szeroko rozumiana aktywność kulturalna ma się przełożyć na poprawę dobrostanu mieszkanki i mieszkańców.

Nasze badanie prowadzone było w momencie uruchamiania nowej żoliborskiej instytucji kultury. Patrząc na zebrane wyniki, można powiedzieć, że mieszkanki i mieszkańcy dzielnicy raczej z życzliwością, choć niekoniecznie jeszcze aktywnie się włączając, przyglądają się pierwszym krokom nowej instytucji. Żoliborski Dom Kultury jest w fazie tworzenia, poznawania się ze środowiskiem zewnętrznym, budowania własnej marki i tożsamości. Temu procesowi towarzyszy diagnozowanie grupy własnych odbiorców i budowanie relacji z nimi. Zanim jednak to nastąpi, konieczny jest proces wzajemnego poznania się i kształtowania podwalin tych relacji. Jednocześnie dla instytucji jest to dynamiczny okres budowania własnego zespołu, związany z dużą fluktuacją kadry w poszczególnych zespołach.

Warto patrzeć na ŻDK, podobnie zresztą jak na inne instytucje kultury, jak na narzędzie budowy kapitału społecznego. Miejsce, jakim będzie dom kultury, to wypadkowa kilku zmiennych – specyfiki Żoliborza, szerzej Warszawy, historii, sytuacji społeczno-gospodarczej, pomysłów decydentów (polityk publicznych), wreszcie potrzeb mieszkańców.

Nowa instytucja kultury na Żoliborzu stawia sobie za cel wspólne – wraz z mieszkankami i mieszkańcami – poszukiwanie, obmyślanie i działanie. Analizując dotychczasowe działania kulturowe w dzielnicy, aktywności oparte na tym modelu należały raczej do rzadkości. Wydaje się, że do tej pory pojawiały się poza obiegiem oficjalnym, były „przemycane” przez pojedyncze osoby – animatorów, aktywistów. Wyzwaniem i jednocześnie szansą będzie rozwijanie tego modelu w przyszłości.

⁷ Jerzy Kubin, *Diagnoza społeczna*, (w:) *Encyklopedia socjologii*, Warszawa 2000, s.136.

W badaniu zbieraliśmy od mieszkanki i mieszkańców Żoliborza propozycje i pomysły na zaangażowanie mieszkańców w działania ŻDK. Budowanie tożsamości i własnej specyfiki przez tę instytucję formułowane jest przez różne grupy i aktorów. Pojawiły się następujące obszary tematyczne i propozycje.

Dla badanych ważna jest przyroda, szeroko rozumiana ekologia oraz działania z obszaru świadomego korzystania/współistnienia człowieka i przyrody. Bardzo pozytywnie odbierane były warsztaty o takiej tematyce prowadzone jesienią w Forcie Sokolnickiego. Warsztaty przyciągnęły wielu uczestników, którzy podkreślali też, że chcieliby, by takie zajęcia były organizowane częściej i w cyklicznej formule.

Badani wskazywali często na potrzebę zaprogramowania i ciągłego rozbudowywania oferty zajęć ruchowych. Tego typu zajęcia (joga), prowadzone np. w ramach miejsca otwartego na placu Grunwaldzkim, są wysoko oceniane i dodatkowe propozycje na pewno cieszyłyby się dużym zainteresowaniem mieszkanki i mieszkańców dzielnicy. Na Żoliborzu tradycyjnie działa sporo grup tanecznych, sekcji sportowych i klubów. Badani wskazywali jednak, że pomimo często wysokiej jakości tych zajęć, są one albo za drogie, albo kierowane tylko do wybranych grup (np. wiekowych).

W wypowiedziach badanych widać ekskluzywność i inteligencję dzielnicy oraz myślenie o ofercie kulturalnej w kategoriach kultury wysokiej. Warto jednak myśleć o działaniu nowej instytucji kultury w aspekcie otwartości na szerokie grono odbiorców, a nie wybrane grupy (model włączający a nie wyłączający). Wydaje się, że dobrze odbierane przez mieszkańców wydarzenia organizowane przez ŻDK latem i jesienią spełniają ten postulat. Warto kontynuować i rozwijać proces włączania lokalnej społeczności, aktywistów i liderów w proces tworzenia oferty kulturalnej. Nawiązanie współpracy z tzw. „odźwiernymi” (np. osobami dobrze znającymi dane środowisko i przez nie akceptowane, stanowiące jego część) oraz liderami danych społeczności czy grup jest tu kluczowy.

ANIMIZACJA, LOKALNE NAPIĘCIA

W trakcie przeprowadzania rozmów z podmiotami kultury na Żoliborzu, 9 z 17 rozmówców zasygnalizowało lub wprost wspomniało o występujących w dzielnicy animizacjach lub napięciach. Uwidaczniają się w chłodnych relacjach bądź negatywnie nacechowanych odczuciach i opiniach na temat podmiotów działających w kulturze na Żoliborzu. Pozostali rozmówcy również opisywali okoliczności utrudniające prowadzenie działalności, takie jak niedobór zasobów czy niskie budżety, nie

wskazywali jednak na konkretne instytucje lub osoby. Frustracje te zatem nie będą rozpatrywane jako animozje lub lokalne napięcia, lecz jako nieugruntowane lokalnie przeszkody.

Występujące w dzielnicy napięcia można skategoryzować w następujących siedmiu kategoriach:

- Wobec Urzędu Dzielnicy
- wobec Żoliborskiego Domu Kultury
- wobec mieszkańców Żoliborza
- wobec konkurencji
- wynikające z podziału dzielnicy
- ogólna dyssatisfakcja mieszkańców Żoliborza wobec kultury w dzielnicy
- ogólna dyssatisfakcja działaczy na Żoliborzu wobec kultury w dzielnicy.

1. Wobec Urzędu Dzielnicy

Wyrażane animozje wobec urzędu wynikały przede wszystkim z przekonania o braku prowadzonych przez niego działań w obszarze kultury i braku zainteresowania działalnością innych instytucji. Część z podmiotów doświadczyło negatywnych interakcji z urzędem, przy próbach nawiązania współpracy, albo kiedy podmiot miał poczucie, że jego działalność jest wręcz hamowana przez urząd. Bywały także sytuacje, kiedy oczekiwano zaangażowania urzędu w inicjatywę, której ten nie zauważył. Konflikty uwidaczniały się szczególnie w przestrzeniach, w których działacze lokalni funkcjonowali równolegle z urzędem i obydwie strony prezentowały alternatywne wizje danego miejsca i jego potrzeb.

Brak zaangażowania czy wręcz brak dobrej woli ze strony osób z Urzędu Dzielnicy według niektórych rozmówców wynika z ich uwikłania w politykę i małego zaangażowania w działania na rzecz dzielnicy, wynikającego z tego, że nie są z nią związani. Niezadowolenie kierowane w stronę urzędu wynika z faktu, że wielu z rozmówców miało własne propozycje rozwiązań problemów w dzielnicy, lecz nie widziało zainteresowania nimi ze strony urzędu, który nie podejmuje aktywności i troski o poprawę funkcjonowania dzielnicy i rozwijania w niej aktywności kulturalnych. Przykładowe problemy, o których wspomiano, to duże zapotrzebowanie na pracownie dla artystów i przestrzeń ekspozycyjną, podczas gdy w dzielnicy latami stoją puste, niezagospodarowane lokale. Kolejna uwaga dotyczyła niszczących zabytków Żoliborza, które bywają też likwidowane przez prywatnych przedsiębiorców i nie ma nikogo, by zainterweniować, kiedy jest taka potrzeba.

2. Wobec Żoliborskiego Domu Kultury

Podczas gdy wielu z naszych rozmówców cieszy się z powstania Żoliborskiego Domu Kultury i uznaje jego duży potencjał we wzmacnianiu dzielnicy, część podmiotów czuje się odcięta od jego działalności i z ostrożnością obserwuje jego rozwój. W badaniu wyrażono obawy, że ŻDK stanie się kolejną niedostępną instytucją, oddaloną od działalności na rzecz lokalnej społeczności i niereagującą na prawdziwe potrzeby dzielnicy. Z krytyką spotkał się brak konsultacji dotyczących nowej siedziby domu kultury i fakt, że nie wykonano mapy zasobów w ramach planowania jego działalności. Teraz, kiedy powstał już projekt nowej siedziby i został on sfinansowany, badani podkreślali, że jest już za późno, by dokonywać modyfikacji. Spotkaliśmy się z opinią, że z wielu przestrzeni domu kultury można zrezygnować lub zmienić ich funkcjonalność i że nie odpowiadają one na potrzeby dzielnicy, zastępując już istniejące miejsca. Powtarzającym się oczekiwaniem wobec ŻDK jest stworzenie przez niego sieci aktywnych miejsc na Żoliborzu i nawiązanie z nimi współpracy, a powracającą obawą – że zamiast wzmacniać dzielnicę, Żoliborski Dom Kultury będzie zastępował to, co już w niej funkcjonuje.

Dwukrotnie spotkaliśmy się z rozmówcami, którzy, pytani o potencjał współpracy z Żoliborskim Domem Kultury, zwrócili uwagę na to, że podejmowali próbę kontaktu, lecz nigdy nie dostali odpowiedzi. Opinia tych osób na temat ŻDK była jednoznacznie negatywna, gdyż naznaczona doświadczeniem i wykraczająca poza samą spekulację o jego przyszłości.

3. Wobec mieszkańców Żoliborza

Rzadko spotykaliśmy się z krytyką wobec mieszkańców Żoliborza, lecz pojawiły się pojedyncze głosy wskazujące na odbiorców inicjatyw kulturalnych jako na jedno ze źródeł istniejących w dzielnicy problemów. Warto zaznaczyć, że równoległe pojawiało się też wiele pozytywnych słów na temat żoliborzan, lecz w tym podrozdziale naświetlimy jedynie wspomniane przez rozmówców wady.

Jedno z zastrzeżeń dotyczyło faktu, że społeczność nie jest zintegrowana, między innymi dlatego że wielu mieszkańców to nowo przybyli w dzielnicy, lub nawet w mieście. Być może też właśnie dlatego społeczność Żoliborza ukazano jako nie zainteresowaną zabezpieczeniem miejsc lokalnie ważnych, które mogłyby lub powinny być znakiem rozpoznawczym dzielnicy. Nie docenienie ich wartości i brak

zainteresowania inicjatywami, które o nie dbają, były wskazane jako przeszkody w chronieniu cennych miejsc i obiektów narażonych na zniszczenie.

W trakcie rozmów wyłoniła się również opinia, że mieszkańcy nie doceniają lokalnych miejsc i inicjatyw, co szczególnie uwidoczniło się w trakcie pandemii, która ograniczyła pracę wielu mikroprzedsiębiorców. Rozmówcy zdawali sobie sprawę z tego, że pandemia i kryzys dotknęły wszystkich, zarówno mieszkańców, jak i podmioty kultury, lecz zwracali uwagę na to, że wiele przestrzeni kultury musiało zamknąć swoją działalność, a żoliborzanie w tym czasie nie wspierali lokalnych miejsc, które od lat stanowią wartość dzielnicy. Powiedziano również, że rodzice teraz mniej chętnie wydają pieniądze na zajęcia odpłatne dla swoich dzieci, a gdy decydują się je wydawać, to na korepetycje albo zajęcia edukacyjno-szkolne, a nie na rozrywkę czy spotkania z kulturą. Zwrócono też uwagę na zmiany spędzania czasu wolnego – problemem wśród dzieci i młodzieży stają się telefony komórkowe, co utrudnia promowanie alternatywnych sposobów spędzania czasu wolnego.

4. Wobec konkurencji

Rzadko wspomniano o napięciach mających źródło w konkurującej pozycji podmiotów o podobnym zakresie działalności. Gdy pojawiały się animozje, były one skierowane wobec większych, nieosadzonych w Żoliborzu firm, stanowiących zagrożenie wobec lokalnych sklepów. Przykładem takiego rywala jest Empik, odciągający klientów od małych księgarni żoliborskich.

Tylko jeden z rozmówców wyraził niechęć wobec innych lokalnych działalności, mówiąc, że podmiotom z większym budżetem łatwiej znaleźć odbiorców, nawet jeśli praca, którą wykonują, jest gorsza jakościowo. Nie nazwał konkretnych podmiotów, a jego emocjom bliżej było do uogólnionej frustracji związanej z ograniczeniami własnej działalności, ale wpływającej jednocześnie na ochłodzenie stosunków z innymi.

5. Wynikające z podziału dzielnicy

Większość podmiotów, pytanych o zróżnicowanie dzielnicy, wskazywało na podział na osiedla, lecz nie wypowiadało się na temat ich specyfiki. Jedynie parokrotnie padła silna, negatywna w wydźwięku opinia, że Żoliborz jest dzielnicą podzieloną, niezintegrowaną. Wspomniano, że Żoliborz Stary i Południowy są uspołnione, lecz Zatrasię i Rudawka są odcięte od reszty dzielnicy i do mieszkających tam osób, głównie starszych, w bardzo ograniczonym stopniu docierają inicjatywy dzielnicy.

Zwrócono także uwagę na to, że żoliborzanie żyją w obrębie swoich ulic z silnym podziałem na północ i południe.

Jedynym jednoznacznym źródłem napięć w tym zakresie jest stygmatyzacja niektórych mieszkańców. Spotkaliśmy się ze stwierdzeniem, że są obszary uznawane przez wielu za „gorszą część Żoliborza”, a ich mieszkańcy są stygmatyzowani przez innych. Przykładem takiego miejsca jest osiedle Dymińska, uważane za mniej majątne.

6. Nieukierunkowana dyssatisfakcja mieszkańców Żoliborza

W ramach badania przeprowadziliśmy rozmowy jedynie z podmiotami kultury i działaczami lokalnymi, nie z ich odbiorcami. Wielu z rozmówców jednak było silnie związanych z dzielnicą i miało wgląd w dyssatisfakcję mieszkańców, często też utożsamiało się z nią. Stwierdzano, że mieszkańcy Żoliborza są niedocenieni i zaniedbani kulturalnie, są chętni do uczestnictwa w kulturze, lecz nie proponuje im się wartościowych programów, co sprawia, że często korzystają z ofert innych dzielnic.

Zwrócono uwagę na to, że kultura na Żoliborzu nie uwzględnia potrzeb konkretnych grup wiekowych, co jest źródłem napięcia pomiędzy podmiotami kultury a mieszkańcami. Co ciekawe, każdy z rozmówców wskazywał na inną grupę jako zaniedbaną: jeden zwrócił uwagę na to, że jest mała oferta dla dzieci, drugi – że brakuje wydarzeń dla grupy dorosłych 30+, jeszcze inny mówił o braku zajęć i miejsc przeznaczonych dla seniorów. Rozmówcy ze względu na prowadzoną działalność i swoje własne uczestnictwo w kulturze prawdopodobnie mieli lepszy wgląd w zapotrzebowanie konkretnych odbiorców, a różność wskazanych grup może świadczyć o tym, że oferta kulturalna Żoliborza nie jest satysfakcjonująca dla żadnej grupy wiekowej.

7. Nieukierunkowana dyssatisfakcja działaczy na Żoliborzu

Rozmówcy zwrócili uwagę na obecność wielu czynników, które utrudniają działalność kulturalną na Żoliborzu. Artyści i działacze kulturalni przenoszą swoje aktywności do innych dzielnic, nie mogąc znaleźć miejsca dla siebie na Żoliborzu, często ze względu na braki lokalowe albo bycie zastępowanymi przez komercyjne inicjatywy. Pandemia i kryzys sprawiły, że wiele podmiotów ledwo się utrzymuje, a odbiorcy kultury zaczęli z niej rezygnować. Wzbudza to frustrację wobec władz dzielnicy oraz poczucie, że Żoliborz nie dba o ich dobro i nie ceni ich obecności i działalności.

Zasięg działalności na Żoliborzu

Różne działalności prowadzone na Żoliborzu warto podzielić ze względu na ich zasięg. Można w ten sposób wyróżnić 4 podstawowe kategorie: zasięg lokalny, ograniczający się do najbliższej okolicy; mały, który dotyczy dzielnicy Żoliborz; średni, obejmujący całą Warszawę; duży, krajowy, czasami przekraczający granice państwa. W trakcie diagnozy lokalnej przeprowadziliśmy wywiady z 17 organizacjami i innymi działalnościami.

Zdecydowana większość, bo aż 10 z nich, operuje na terenie dzielnicy. Jest to dosyć oczywiste w przypadku stowarzyszeń miejskich, takich jak MJN Żoliborz, Żoliborz Przyszłości czy Stowarzyszenie Żoliborzan, ale oprócz nich w tej grupie znalazły się też instytucje publiczne: Społeczny Dom Kultury i Rada Seniorów, oraz lokalne biznesy: Kawiarnia Zoli, Kofifi. Do całej dzielnicy swoją działalność kierują też Fundacja Dzieło i Sztuka, Stowarzyszenie Szmary i aktywistka Maja Żuchowska, organizująca garażówki na Żoliborzu.

Zasięg lokalny zadeklarowały 2 działalności. Czytelnia Naukowa VI, współpracująca przede wszystkim z innymi instytucjami w najbliższym otoczeniu i księgarnia Nowy Rozdział, której klienci, od czasu otwarcia Empiku, to tylko okoliczni mieszkańcy.

Działalności próbujących dotrzeć do całej Warszawy przebadano odrobinę więcej niż tych lokalnych. Najlepsza Księgarnia, jak i Teatr Komedia przyciągają często mieszkańców pozostałych dzielnic. W pierwszym przypadku jest to przede wszystkim środowisko literackie, w drugim – miłośnicy teatru. Oprócz nich w całym mieście działa też Stowarzyszenie Dom Rodzina Człowiek, pomagające osobom w kryzysie bezdomności.

Jedyną organizacją, której celem jest dotarcie do całego kraju, jest internetowe radio 357. Ma ono charakter muzyczno-publicystyczny i stara się konkurować z największymi mediami. W przeszłości było współorganizatorem różnych wydarzeń na Żoliborzu.

Szczególnym przypadkiem jest lokal PanDymińska, który prowadzi dwie linie działalności. Pierwsza jest przeznaczona dla mieszkańców osiedla Dymińska i dąży do stworzenia lokalnej wspólnoty. Druga, związana z niszą improwizowanego jazzu,

ma zasięg wręcz europejski. W organizowanych tam koncertach uczestniczyli muzycy spoza Polski.

Dla większości przebadanych działalności grupą docelową są przede wszystkim mieszkańcy Żoliborza. Dzięki temu powstają zarówno lokalne, jak i skupione wokół konkretnych zainteresowań wspólnoty. Poprzez współpracę z nimi dom kultury mógłby dotrzeć do bardzo zróżnicowanych grup na terenie dzielnicy i miasta.

WNIOSKI I REKOMENDACJE

Żoliborski Dom Kultury jako bardzo młoda instytucja nie jest jeszcze przez wszystkich mieszkańców rozpoznawana. Jednak ci, którzy wiedzą już o istnieniu nowej instytucji wiążą z nią duże oczekiwania związane z polepszeniem oferty kulturalnej w dzielnicy.

W ciągu kilku pierwszych miesięcy działalności ŻDK-u, można zaobserwować pewne dysproporcje jeśli chodzi o odbiorców. Stosunkowo niewielu z pośród uczestników wydarzeń było seniorów. Jest to o tyle istotne, że jest to grupa z jednej strony bardzo widoczna w przestrzeni publicznej dzielnicy, z drugiej – w skali warszawskiej – grupa bardzo aktywna jeśli chodzi o uczestnictwo w kulturze, w szczególności zaś w ofercie lokalnych instytucji kultury. Patrząc na wyniki dotyczące źródeł informacji o ofercie ŻDK-u widać wyraźnie, że dominuje internet. Warto by zatem wzmocnić inne kanały komunikacji, dzięki którym w większym stopniu seniorzy będą mogli dowiedzieć się o aktualnej ofercie. W szczególności warto rozwinąć kanały promocji bezpośredniej oraz docieranie z ofertą do miejsc w których ta grupa się już spotyka.

Drugą grupą słabo dotychczas reprezentowaną podczas wydarzeń organizowanych w ŻDK-u jest młodzież. Warto podkreślić, że w przeciwieństwie do seniorów ta grupa wiekowa ma do dyspozycji ogólnie bardzo słabą ofertę spędzania czasu wolnego w swojej dzielnicy. Tym bardziej należało by wzmocnić działania programowe ale też komunikacyjne w celu przyciągnięcia ich do domu kultury.

Sporym zaskoczeniem była wysoka reprezentacja podczas wydarzeń trzydziesto- i czterdziestolatków. Po pierwsze jest to tradycyjnie grupa słabo uczestnicząca w ofercie kulturalnej, po drugie z badań terenowych wynikało, że dotychczas ich aktywność na terenie Żoliborza była dość niska, co wynikało między innymi ze znikomej oferty skierowanej do tej grupy. Warto zatem wzmocnić jeszcze ofertę i kanały promocyjne, żeby utrzymać te grupy wiekowe w uczestniczeniu w ofercie domu kultury.

W kontekście promocji i komunikacji warto także wzmocnić działania mające na celu przyciągnięcie do instytucji mieszkańców osiedli położonych na obrzeżach dzielnicy.

Rozwijając ofertę ŻDK-u należały z jednej strony uwzględnić specyfikę dzielnicy, jej tradycje inteligenckie i potrzeby „starych” mieszkańców. Równocześnie jednak warto pogłębić diagnozę potrzeb (i zasobów) wśród „nowych” mieszkańców. Żoliborski Dom Kultury powinien zatem stać się przestrzenią do wzajemnego poznawania się „starych” i „nowych” mieszkańców oraz miejscem lokalnej integracji.

Istotnym elementem działalności ŻDK-u powinno być także programowanie instytucji jako lokalnego zaplecza dla aktywności mieszkańców, grup nieformalnych i organizacji pozarządowych. Jak wynika z przeprowadzonej diagnozy, choć Żoliborz może poszczycić się wysokim poziomem aktywności lokalnej w dzielnicy brakuje miejsc do

prowadzenia działalności przez mieszkańców, zaplecza technicznego czy przestrzeni do spotkań.

* * *

Fundacja Obserwatorium

bserwatorium

ZAŁĄCZNIK NR 1 – LISTA WYWIADÓW POGŁĘBIONYCH

| organizacja / instytucja / osoba |
|--|
| Spółeczny Dom Kultury |
| Maja Żuchowska |
| Stowarzyszenie Żoliborzan |
| Teatr Komedia |
| Radio 357 |
| Księgarnia Nowy Rozdział |
| Kawiarnia Początek |
| Fundacja „Dziecko i Sztuka” |
| Najlepsza Księgarnia |
| Żoliborskie Stowarzyszenie „Dom rodzina człowiek” |
| PanDymińska |
| Czytelnia Pod Sowami/Czytelnia naukowa XVI |
| Żoliborz Przyszłości |
| Rada Seniorów Dzielnicy Żoliborz |
| Miasto jest nasze Żoliborz |
| Stowarzyszenie Szmerzy |
| Kofifi |

ZAŁĄCZNIK NR 2. RELACJE I POWIĄZANIA PODMIOTÓW I LIDERÓW NA ŻOLIBORZU

