

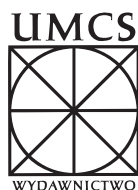


KULTURA STUDENCKA

DIAGNOZA KIERUNKÓW ROZWOJU KULTURY STUDENCKIEJ W POLSCE



**Ministerstwo
Kultury
i Dziedzictwa
Narodowego.**



Realizacja badań:

DANAE Sp. z o.o.

ul. Szarotki 10/16
02-609 Warszawa

Sentimenti

ul. Krzywa 9
60-118 Poznań

Autorzy:

dr hab. Agnieszka Kolasa-Nowak, prof. UMCS

Andrzej Stawicki

Izabela Pastuszko

Ilona Woźniak-Kostecka

Współpraca

Tomasz Piekut-Józwicki

Maciej Rukasz

Violetta Dryło

Agnieszka Bąk

Bogdan Bracha

Agnieszka Dudek

Konsultacja metodologiczna: Mariusz Gwozda

Skład i opracowanie graficzne: IQID

Projekt okładki: Agnieszka Dudek

Redakcja językowa i korekta: Małgorzata Bartkiewicz

Raport skonsultowano z przedstawicielami 16 akademickich instytucji kultury, które zostały uwzględnione w raporcie.

Dziękujemy Dyrektorowi Narodowego Centrum Kultury Profesorowi Rafałowi Wiśniewskiemu oraz kierownik Działu Badań i Analiz NCK Agnieszce Bąk za wsparcie merytoryczne przy realizacji projektu badawczego.

Narodowe Centrum Kultury

Fundacja Akademickiego Centrum Kultury UMCS Chatka Żaka oraz Akademickie Centrum Kultury UMCS Chatka Żaka

© Wydawnictwo UMCS, Lublin 2020 ISBN 978-83-227-9411-1

SPIS TREŚCI

1. Wprowadzenie.....	7
2. Główne wnioski z badania	9
3. Rekomendacje	13
4. Cel badania, podstawowe założenia, główne pytania badawcze.....	17
5. Metodologia badania	19
6. Analiza wyników	23
6.1 Rozumienie kultury studenckiej	23
6.2 Uczestnictwo studentów w kulturze	26
6.3 Motywacje uczestnictwa w kulturze	40
6.4 Powody braku uczestnictwa w aktywnościach kulturalnych.....	45
6.5 Aktywność twórcza studentów.....	50
6.6 Miejsca i formy realizacji aktywności twórczej.....	56
6.7 Wydatki na kulturę	62
6.7.1 Miesięczne wydatki studenta na kulturę.....	62
6.7.1 Korzystanie z płatnej oferty.....	64
6.8 Potrzeby kulturalne i poziom ich zaspokojenia	68
6.9 Kultura studencka w mieście.....	74
6.9.1 Informacje na temat miejskiej oferty kultury	74
6.9.2 Ocena oferty kulturalnej w mieście	77
6.10 Akademijskie instytucje kultury w Polsce oczami ich pracowników	79
6.11. Analiza videoblogów studenckich	82
7. Bibliografia.....	87
Aneks	89
I. Akademijskie Ośrodki Kultury w Polsce. Krótka charakterystyka.....	89
II. Dane metryczkowe i struktura próby badawczej w badaniu ilościowym	93
III. Uczestnicy pogłębionych wywiadów indywidualnych i grupowych	95
IV. Kwestionariusz ankiety z badania uczestnictwa studentów w kulturze	97
V. Scenariusz zogniskowanego wywiadu grupowego (FGI).....	102
VI. Scenariusz indywidualnego wywiadu telefonicznego (IDI) z badania opinii pracowników akademickich instytucji kultury	106
VII. Szczegółowe statystyki opisowe dotyczące wydatków na kulturę	107
VIII. Spis tabel	108





Diagnoza kierunków rozwoju kultury studenckiej w Polsce

Była. Jest? Będzie!

Kultura studencka zdefiniowana w czasach szczęśliwie minionego ustroju zdaje się dziś być już tylko zjawiskiem historycznym. Bez wątplenia była ona osadzona w ówczesnych realiach polityczno-społecznych. Poszukiwanie wolności w różnorodnych formach aktywności twórczej, zaczynając od studenckich teatrów, poprzez muzykę, poezję, sztuki plastyczne czy działalność kabaretową, było zaczątkiem wielu dzisiejszych teatrów, instytucji kultury czy solowych karier scenicznych. Trzydzieści lat okresu transformacji ustrojowej to czas wielkich zmian w obrębie polskiej kultury. Powstanie nowych form działalności, jak organizacje pozarządowe (fundacje, stowarzyszenia), czy też rozwój samorządowych instytucji kultury miały ogromny wpływ na funkcjonowanie akademickich centrów kultury. Ich wcześniejsza unikatowość zaczęła się stopniowo zacierać – dziś funkcjonują według innych zasad. Wynika to jednak przede wszystkim z ewolucji kulturowych potrzeb studentów.

Z własnych doświadczeń wiemy, że środowisko studenckie, jak również liczna

grupa animatorów kultury studenckiej jest aktywna twórczo. Dotychczas brak było jednak szeroko zakrojonych badań monitorujących kierunki rozwoju i opracowanych na ich podstawie wiarygodnych danych oraz narzędzi gwarantujących wsparcie tej długiej akademickiej tradycji. Aktualnie przy polskich publicznych uczelniach działa kilkanaście studenckich centrów kulturalnych, których codzienna działalność uzupełnia proces rozwoju młodych ludzi w czasie studiów wyższych. Akademickie Centrum Kultury UMCS Chatka Żaka, jako jednostka z ponad pięćdziesięcioletnim doświadczeniem pracy ze studentami oraz wieloaspektowym podejściem do działań kulturalnych, przy wsparciu Narodowego Centrum Kultury przeprowadziło ogólnopolskie badanie dotyczące uczestnictwa studentów w kulturze.

Rozważania na temat zjawiska współczesnej kultury studenckiej, zawarte w raporcie z badania, które będą tematem przyszłorocznego Forum Kultury Studenckiej, poparte zostaną szeregiem analiz zarówno środowiska studenckiego, jak i działalności jednostek zajmują-

cych się aktywizacją kulturową środowisk akademickich. Cele strategiczne Forum Kultury Studenckiej realizowane będą m.in. poprzez określenie potrzeb studentów i warunków niezbędnych do rozwoju kultury studenckiej, opracowanie wytycznych dla ogólnopolskich programów wspierających rozwój kultury studenckiej i akademickich centrów kultury oraz utworzenie portalu internetowego sieciującego polskie, akademickie centra kultury oraz prezentującego wydarzenia i inicjatywy kulturalne kierowane do studentów na terenie całego kraju. Kluczowym efektem projektu będzie opracowanie rekomendacji dla systemowych rozwiązań wspierających rozwój kultury studenckiej w Polsce.

Zapraszamy Państwa do lektury raportu. Wierzymy, że będzie inspirujący i otworzy nowe perspektywy dla Państwa działań.

dr hab. **Rafał Wiśniewski**, prof. ucz.
Dyrektor Narodowego Centrum Kultury

Izabela Pastuszko
p.o. Dyrektora ACK UMCS Chatka Żaka



Diagnoza kierunków rozwoju kultury studenckiej w Polsce

Wprowadzenie

Kultura studencka ma równie długą i bogatą historię, co uniwersytety i tradycja akademicka. Od starożytnej Akademii i średniowiecznych uniwersytetów istniały wokół nich społeczności profesorów i studentów o znamienym charakterze, choć jednocześnie wtapiające się w lokalne środowiska społeczne. Współcześnie na całym świecie kultura uniwersytecka współistnieje z różnymi postaciami kultury studenckiej. Próbując zdefiniować to zjawisko, trzeba zauważyć, że ten typ kultury bierze się z czasowej przynależności do środowiska akademickiego. Istnieją w nim instytucjonalne i nieformalne mechanizmy przekazywania kolejnym pokoleniom wypracowanych wcześniej tradycji kulturowych i wzorów zachowań (Wróblewska 2015: 13). Choć kultura studencka istniała w Polsce już wcześniej, najczęściej kojarzy się jej ukształtowanie z okresem powojennym, kiedy nastąpiło znaczne umasowienie dostępu do wyższej edukacji. Zaczęła rozwijać się po 1956 r., kiedy uniwersytety były enklawami wol-

nej myśli i względnej swobody, przede wszystkim właśnie w dziedzinie tworzenia kultury. Od lat sześćdziesiątych, wraz ze wzrostem liczby studiujących nastąpił rozkwit tej niszy kulturowej. Służyła poszukiwaniu wolności w różnorodnych formach jej aktywności, zaczynając od studenckich teatrów, poprzez muzykę, poezję, sztuki plastyczne czy działalność kabaretową. Stała się zaczątkiem wielu dzisiejszych teatrów, instytucji kultury oraz karier scenicznych. Kultura studencka wchłonęła w siebie wiele elementów kontrkultury lat sześćdziesiątych. Jej mocną częścią była sztuka estradowa i teatr. W jej obrębie rozkwitł teatr alternatywny, rozwinęła się piosenka studencka i studenckie kabarety (Jawłowska 1975; 1981). Kultura studencka w latach siedemdziesiątych i osiemdziesiątych była ściśle związana z działalnością opozycyjną i zaangażowaniem politycznym. Po przełomie ustrojowym w 1989 r. objęły ją zmiany, które dotyczyły całego sektora kultury i świata akademickiego. Powstawały nowe formy prowadzenia działal-



ności kulturalnej takie jak organizacje pozarządowe czy samorządowe instytucje kultury. Stopniowo zmniejszała się rola akademickich centrów kultury jako dominujących podmiotów kultury studenckiej. Oferta kulturalna miast akademickich uległa daleko posuniętej komercjalizacji i uniformizacji pod względem publiczności. Dekady po przełomie przyniosły też skokowy wzrost liczby studentów w Polsce. Nastąpiło bezprecedensowe w historii ostatnich dziesięcioleci przejście od systemów elitarnych do systemów masowych, a w niektórych przypadkach nawet systemów powszechnych (czyli takich, w których wskaźnik scholarizacji brutto przekracza 50%, a przykładami są tu już między innymi Estonia, Łotwa, Węgry, Litwa, Polska, Rosja, Słowenia i Ukraina) (Kwiek 2010). 31 grudnia 2018 r. w polskich uczelniach kształciło się 1 230 300 osób. W roku akademickim 2008/09 studiowała największa liczba studentów: 1 927 800. W 1991 r. było ich niespełna 400 tys. Oprócz uczelni publicznych powstało też wiele niepublicznych, a edukacja wyższa pojawiła się w wielu miastach, które nie były dotąd ośrodkami akademickimi. Jednocześnie

zmałała liczba akademickich centrów kultury, nie powstały też alternatywne instytucje dedykowane studentom. W debacie publicznej na temat roli uniwersytetów coraz częściej podkreśla się ich trzecią misję, która ma polegać na kulturotwórczym oddziaływaniu na ich otoczenie społeczne. Tymczasem kultura studencka, stając się kulturą studentów, straciła swoją wyrazistość i tożsamość, rozpuszczając się niejako w szeroko rozumianej kulturze popularnej ludzi młodych. Globalny pochód konsumpcjonizmu dokonał głębokich zmian w stylu życia i sposobach uczestnictwa w kulturze nie tylko młodych Polaków.

W tej sytuacji **szczególnie ważne jest pytanie o obecną kondycję kultury studenckiej w Polsce**. Interesujące jest, jakiej transformacji podległa przez ostatnie dekady. Jak funkcjonuje w nowych warunkach instytucjonalnych, po głębokich zmianach systemu szkolnictwa wyższego i wobec redukcji instytucji kultury skierowanych do studentów?

Ogólnopolskie Forum Kultury Studenckiej to pierwszy projekt naukowo-badawczy, realizowany we współpracy

z Narodowym Centrum Kultury, stanowiący syntezę informacji o rozwoju kultury studenckiej w Polsce.

Współcześnie uczestnictwo w kulturze jest postrzegane nie tylko jako zbiór indywidualnych cech, preferencji i działań, ale jest opisywane także od strony społecznego kontekstu, w jakim funkcjonują jednostki. Ważne są więc takie wymiary jak wzmacnianie relacji między ludźmi i tworzenie więzi, spajających społeczności i grupy. **W rezultacie egalitaryzacji dostępu do dóbr kultury, obecnie czynnikiem różnicującym nie jest już sam fakt korzystania bądź niekorzystania z nich, lecz specyficzne relacje, które są z tym dobrem nawiązywane oraz te, które rodzą się jako efekt korzystania z niego** (Krajewski 2014: 19). Zatem badając uczestnictwo w kulturze, ważne są profile tego uczestnictwa, a drogą do ich poznania jest przyglądanie się praktykom kulturowym (Fatyga 2014: 22). Także kultura studencka ma postać grupowej tożsamości, opartej na powiązaniach i zbudowanej z relacji międzyludzkich i dlatego w jej badaniu ważny jest wspólnotowy, społeczny wymiar.

Główne wnioski z badania

Rozumienie kultury studenckiej

Główną ramą wpływającą na definiowanie przez respondentów pojęcia kultury studenckiej jest specyficzny moment życia, w którym się znajdują oraz cechy zbiorowości, która tworzy społeczność studentów. Są to głównie osoby zyskujące samodzielność i mające dużo wolnego czasu, który mogą poświęcić na własny rozwój wewnętrzny, wyrażanie siebie i nawiązywanie nowych znajomości. Studia to etap życia, w którym nawiązuje się najwięcej znajomości i wytwarza poczucie wspólnotowości związanej ze znajdowaniem się w podobnej sytuacji życiowej. Praktyki kulturalne studentów można więc widzieć jako formy towarzyskości o głównie, chociaż nie wyłącznie, wspólnotowym charakterze.

Studenci, poza tym, że spotykają się na uczelniach, prowadzą również bogate życie towarzyskie i kulturalne. Z tego powodu w ich definicji kultury studenckiej zawierają się zarówno takie elementy, jak tradycje akademickie, wysoka kultura

osobista (etykieta akademicka), ale także dążenie do wewnętrznego rozwoju i poszerzania horyzontów. Mieści się też w nim zwyczajna rozrywka, imprezy, na których można sobie pozwolić na więcej, niż nie będąc studentem. W kulturę studencką wpisane jest zatem pewnego rodzaju szaleństwo, spontaniczność i specyficzna, studencka, swobodna atmosfera. Studenci w rolach twórców kultury podkreślali także, że ich działania charakteryzuje większa swoboda i niezależność, gdyż często robią to wyłącznie hobbistycznie, dla własnej satysfakcji i nie są w związku z tym pod presją zewnętrznych oczekiwań.

O tym, że kultura studencka jest współcześnie rozumiana nie tylko przez pryzmat kultury elitarnej i własnego rozwoju, ale także rozrywki i dobrej zabawy w czasie wolnym świadczą również podawane przykłady jej wytworów i przejawów. Wskazywano przede wszystkim na koncerty i festiwale skierowane do tej grupy ludzi oraz spotkania w klubach,



jednak nie zabrakło także opinii, że kultura studencka to także teatr, wernisaże, wystawy, literatura czy uczestnictwo w warsztatach artystycznych.

Uczestnictwo studentów w kulturze

Uczestnictwo w kulturze to nie tylko udział w zinstytucjonalizowanym życiu kulturalnym, ale także aktywność w relacjach konstytuujących określoną zbiorowość i odpowiedzialnych za jej trwanie. Uczestnictwo w kulturze jest więc (za Markiem Krajewskim) aktem włączenia się w życie społeczne zbiorowości, w tym przypadku społeczności akademickiej, czy węższej – tylko studenckiej.

Studenci deklarują dość duże zainteresowanie kulturą i wymieniają liczne formy swojego uczestnictwa. Na jego poziom ma wpływ dobra sytuacja materialna oraz pochodzenie z dużego miasta.

Najpopularniejszymi praktykami kulturowymi są: korzystanie z oferty kinowej, koncertowej i festiwalowej, co wskazuje na duże znaczenie form powszechnie dostępnych, opartych na uczestnictwie zbiorowym o charakterze rozrywki.

Jednak dość często studenci mówili tak-

że o wydarzeniach bardziej ambitnych, wymagających wyższych kompetencji kulturowych i opartych na indywidualnych wyborach, jak udział w spektaklach teatralnych, wystawach czy warsztatach artystycznych.

Kolejnym wyrazem kultury studenckiej są różnorodne nieformalne sposoby wspólnego spędzania czasu, jak „domówki”, imprezy towarzyskie, gry planszowe bądź komputerowe, czy po prostu wspólne wyjście do miasta. Pokazuje to, jak ważnym aspektem kultury studenckiej jest tworzenie relacji dających poczucie wspólnej tożsamości i budowanie więzi grupowych.

Najczęściej studenci są uczestnikami wydarzeń organizowanych przez komercyjne kluby, choć korzystają też z oferty instytucji miejskich i akademickich. Dość sprawnie orientują się w wachlarzu tych opcji.

O różnych funkcjach aktywności kulturalnej studentów świadczą odpowiedzi na pytania o motywacje uczestnictwa w wydarzeniach i przedsięwzięciach kulturalnych. Choć najczęściej wskazuje się potrzebę rozrywki, oderwania się od codzienności i doświadczania nowych doznań, to niemal równie ważne są motywacje związane

z rozwojem osobistym oraz potrzebą poszerzania własnych horyzontów. Poza tym ponownie podkreślany jest wspólnotowy charakter uczestnictwa i chęć przebywania z innymi jako ważny motyw.

Motywacje korzystania z oferty kulturalnej wskazują ich autoteliczny charakter. Daje im ona możliwość rozwoju osobistego, poszerzania własnych horyzontów i ekspresji twórczej.

Do głównych barier uczestnictwa studenci zaliczyli brak czasu wynikający z obciążenia nauką bądź podejmowania pracy zawodowej. Bariery są także brak pieniędzy. Ciekawą informacją jest to, że dość liczna część zapytanych nie uczestniczy w wydarzeniach ze względu na brak osób, z którymi mogłaby pójść.

Główne typy motywacji uczestnictwa w kulturze (segmentacja uczestników ze względu na motywacje)

Na podstawie analizy segmentacyjnej wyodrębniono cztery główne kategorie uczestników kultury. Najliczniejszą kategorię stanowią osoby zorientowane na przeżycia o charakterze rozrywkowym, natomiast naj-

mniej liczna jest grupa osób kierująca się motywami o charakterze autotelicznym. Duża część studentów podchodzi do uczestnictwa w kulturze w sposób pragmatyczny, wiążąc ją z inwestycją we własny rozwój zawodowy. Są to często ludzie twórczy, chcący dzielić się swoimi działaniami z innymi. Osoby te są skłonne wydawać znacznie więcej pieniędzy na kulturę niż pozostali. Ostatnią grupę stanowią poszukujący intensywnej doznań, które chcą przeżywać ze znajomymi.

Aktywność twórcza

Aktywność twórcza studentów przyjmuje różne formy. Najpopularniejsze są działania związane z filmem, tańcem oraz śpiewem. Poza tym studenci zajmują się także dość często sztukami plastycznymi, teatrem lub grą na instrumencie. Wysoka aktywność twórcza to domena przede wszystkim studentów kierunków humanistycznych i artystycznych.

Poziom aktywności twórczej jest wyższy u osób deklarujących częstsze uczestnictwo w wydarzeniach i imprezach kulturalnych. Poza tym

wpływają na niego takie czynniki jak pochodzenie z dużego miasta i dobra sytuacja materialna. Osoby pracujące w trakcie studiów nie rezygnują z aktywności twórczej. Wśród studentów-twórców popularne są indywidualne formy twórczości, choć duży odsetek działa w różnego typu instytucjach i organizacjach. Miejskie instytucje kultury są częściej od instytucji akademickich miejscem realizowania tych twórczych pasji.

Wydatki na kulturę

Studenci w skali miesiąca wydają na kulturę średnio około 150 zł, jednak są grupą bardzo niejednorodną. Wydatki połowy studentów są niższe od tej kwoty. Studenci pochodzący ze wsi wydają średnio 50 zł mniej na kulturę niż mieszkańcy miast. Bardzo atrakcyjna jest więc oferta bezpłatna, choć z badań wynika, że dostęp do niej nie zawsze jest w stanie aktywizować osoby, które nie biorą udziału w wydarzeniach kulturalnych. Prawdopodobnie zależy to również od innych, pozamaterialnych czynników.

Potrzeby kulturalne

W zdecydowanej większości studenci deklarują zaspokojenie swoich potrzeb kulturalnych. Najsilniej na poziom zaspokojenia potrzeb wpływa sytuacja materialna, co oznacza, że głównym powodem niezaspokojenia tych potrzeb jest według badanych brak pieniędzy. Studenci na co dzień wykorzystują oferty zniżek studenckich i poszukują takich imprez, w których mogą skorzystać ze zniżkowej opłaty lub oferty bezpłatnej.

Kultura w mieście

W większości studenci czują się dobrze poinformowani o ofercie kulturalnej w swoim mieście. Warto jednak zwrócić uwagę, że jedna czwarta zgłasza problemy z dostępem do takich informacji i najczęściej są to osoby w złej sytuacji materialnej.

Najskuteczniejszym medium promocji oferty kulturalnej są media społecznościowe z Facebookiem na czele. Jednak nadal ważnym źródłem informacji są tradycyjne plakaty i ulotki, w zależności od organizatora lokalizowane przez studentów albo w przestrze-

ni miasta, albo w obrębie kampusów uczelnianych i budynków wydziałów. Wiadomości przekazywane bezpośrednio przez znajomych także mają znaczenie, co bierze się z towarzyskiego charakteru uczestnictwa w kulturze.

Ocena oferty kulturalnej

W zdecydowanej większości studenci pozytywnie oceniają ofertę instytucji i organizacji kultury w mieście, w którym studiują. Akademickie instytucje kultury wypadają nieco gorzej niż instytucje miejskie. Pewną rolę wydają się odgrywać także nieformalne grupy działające w tym obszarze.

Pytani o oczekiwania studenci najczęściej mówili o poszerzeniu i zwiększeniu różnorodności oferty, szczególnie koncertów i imprez muzycznych. Zależy im także na warsztatach o tematyce kulturalnej oraz spotkaniach z twórcami kultury. W propozycjach podkreślano także możliwość wprowadzenia zniżek dla studentów oraz rozszerzenia oferty darmowych wydarzeń. Poza tym zwrócono uwagę na potrzebę lepszej promocji oferty kulturalnej.

Funkcjonowanie akademickich instytucji kultury – perspektywa pracowników

Aktywność kulturalna studentów jest obecnie w ocenie pracowników niższa niż dawniej, szczególnie w zakresie własnej twórczości. Jedną z przyczyn widzą w dominacji rzeczywistości wirtualnej. W ostatnich latach funkcjonowanie ośrodków kultury akademickiej jest coraz trudniejsze, głównie z powodu rozwoju różnorodnej oferty i nowych form uczestnictwa w kulturze. Powoduje to konieczność rywalizowania o zainteresowanie studentów nie tylko z innymi instytucjami kultury, ale również z wieloma podmiotami komercyjnymi. Centra kultury studenckiej działają dziś bardziej jako dostawcy atrakcyjnej oferty niż jako miejsca edukacji kulturalnej.

Finansowe i organizacyjne powiązanie akademickich centrów kultury z uczelnią powoduje, że wsparcie i oferta kierowane są wyłącznie do „swoich” studentów, co istotnie zawęża pole możliwych działań i promocji oraz ogranicza współpracę pomiędzy uniwersytetami.

Badani pracownicy podkreślali, że uniwersytety w niewystarczającym stopniu

przywiązują wagę do misji kulturotwórczej. W strategiach promocji uniwersytetów brakuje miejsca dla promowania zarówno oferty akademickich centrów kultury, jak i dokonań osób działających w ich ramach. Między innymi z tego powodu instytucje te nie są w stanie konkurować o studentów z innego typu podmiotami funkcjonującymi w ich otoczeniu.

Pracownicy uznają ofertę swoich ośrodków za zróżnicowaną. Twierdzą, że przez lata wypracowali metody zbierania opinii odbiorców, funkcjonują rady programowe i współpraca z samorządem studentów, dzięki czemu mogą dopasować propozycje do oczekiwań.

Pracownicy wszystkich ośrodków wyrażali zainteresowanie wzajemną współpracą i są bardzo pozytywnie nastawieni do idei trwałego współdziałania i wzajemnego sieciowania. Forum Kultury Studenckiej jawi się im jako cenna inicjatywa, która może przynieść nie tylko przepływ informacji, dobrych praktyk i doświadczeń, ale także ułatwić wspólne działania we wspólnym interesie.

W dotychczasowej działalności ośrodki kultury studenckiej często i intensywnie

współpracują z miejskimi instytucjami kultury, organizacjami pozarządowymi, samorządem studenckim, a także klubami.

Głównymi problemami są braki kadrowe, sprzętowe oraz niewystarczające finansowanie. W codziennej działalności przydałyby się też szkolenia z zakresu zarządzania kulturą. Bardzo często pojawia się potrzeba wymiany doświadczeń pomiędzy ośrodkami w całej Polsce. Z perspektywy pracowników ograniczenia dotyczą także możliwości zatrudniania profesjonalnej kadry, zakupu potrzebnego sprzętu, organizacji szkoleń dla pracowników oraz ogólnej profesjonalizacji i rozwijania działalności.

Rekomendacje

Wyniki badań wskazują na zainteresowanie studentów kulturą oraz potrzebę rozwoju oferty skierowanej do tej grupy odbiorców. Szczególnie ważne jest ukierunkowanie jej na potrzeby studentów i niekomercyjny charakter. Poza oczywistą ofertą warto zwrócić uwagę na warsztaty i spotkania mogące pomóc w pokierowaniu własnym rozwojem i dające merytoryczne oraz organizacyjne wsparcie w rozwijaniu twórczości i indywidualnych kompetencji.

Aspekt wspólnotowy uczestnictwa, wspólne bycie ze sobą i możliwość współtworzenia wydarzeń kulturalnych jest ważne dla studentów i tego oczekują od akademickich ośrodków kultury. Zdaniem studentów towarzyszy tym wydarzeniom specyficzna atmosfera studencka, kojarzona z wolnością twórczą, pewną alternatywnością i odrębnością kultury studenckiej od kultury głównego nurtu. Widać w tym potencjał do rozwinięcia w tych ośrodkach.



W uczelnianych instytucjach kultury mogą spotkać się osoby z różnych wydziałów, a nawet uczelni w ramach warsztatów, zespołów czy innych wydarzeń. **Byłoby korzystne, gdyby ośrodki kultury studenckiej nie ograniczały się do własnej uczelni, a kierowały swoją działalność do wszystkich studentów w mieście, integrując społeczność zaków.**

Wobec przewagi komercyjnej oferty ważnym aspektem działania ośrodków uczelnianych jest misyjny i włączający charakter, w tym także dostępność oferty dla osób w złej sytuacji materialnej. Ponieważ dla studentów istotny jest element towarzyskości i wspólnego uczestnictwa podkreślającego tożsamość, to **ośrodki uczelniane jako emblematyczne miejsca skupiania kultury studenckiej posiadają potencjał do wzmacniania uczestnictwa w kulturze.** Chodzi o włączanie osób pozostających poza aktywnością kulturalną, ale także działalnością edukacyjną i kształtującą potrzeby i nawyki kulturalne młodych Polaków. Ożywienie bogatej w naszym kraju tradycji kultury studenckiej i kojarzonej z nią swobody, niezależności i autotelicznego charakteru kreacji wydaje się być atrakcyjne dla badanych studentów.

W kontekście tak sformułowanych zadań instytucje zajmujące się wspieraniem kultury studenckiej nie są dzisiaj zdolne sprostać im w wystarczającym stopniu. Obecnie w debacie publicznej szczególnie podkreślana jest tzw. **trzecia misja uniwersytetów, do której przede wszystkim zalicza się ich rolę kulturotwórczą.** W takiej sytuacji wydaje się konieczne wspieranie jednostek uniwersyteckich. Rekomendowanym rozwiązaniem, które pojawiało się często w wypowiedziach, jest włączenie działalności w obszarze kultury do ewaluacji jednostek naukowych. Obecnie brany jest pod uwagę wpływ uczelni na otoczenie społeczno-gospodarcze, jednak dotyczy on wyłącznie działań o charakterze naukowym i dydaktycznym. Marginalizowana jest natomiast kulturotwórcza rola uczelni, która jest ściśle wpisana w działalność i tożsamość uniwersytetów.

Ważną rekomendacją, która pojawiła się w trakcie badań, jest też **zwiększenie udziału akademickich instytucji kultury w procesie kształcenia** poprzez współpracę z wydziałami i poszczególnymi kierunkami studiów. Wiele kierunków ma obecnie profil praktyczny, z czego wy-

ka potrzeba organizacji dużej ilości praktyk zawodowych, które mogłyby być realizowane w akademickich instytucjach kultury. Również studentom, zwłaszcza z kierunków artystycznych i humanistycznych zależy na możliwości zdobywania doświadczenia zawodowego poprzez odbywanie staży, np. podczas organizacji wydarzeń kulturalnych w tego typu podmiotach. Jednocześnie korzystna byłaby większa współpraca między uczelniami w zakresie współprowadzenia akademickich centrów kultury i otwarcia ich na całe środowisko akademickie miasta.

Brak środków na profesjonalne zarządzanie wizerunkiem i promocją jest tylko jednym z problemów akademickich instytucji kultury. Instytucje te zdaniem pracowników funkcjonują **„poza systemem” finansowania kultury w Polsce.** Wykluczenie polega na tym, że nie mają możliwości starania się o granty z Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego, ponieważ formalnie funkcjonują jako jednostki uniwersyteckie, a środki z Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego są z reguły niedostępne, gdyż ich działalność nie ma charakteru naukowego. Z tego powodu szczególnie ważne

byłyby zmiany prawa regulującego ich funkcjonowanie, tak aby mogły one pozyskiwać środki na rozwój własnej działalności z różnych źródeł.

W badaniach wyraźnie wybrzmiała **potrzeba integracji i budowania sieci współpracy** pomiędzy akademickimi instytucjami kultury w Polsce. Umożliwi to wymianę wiedzy, wzajemną inspirację oraz skuteczniejsze działania na polu wspierania współczesnej kultury studenckiej.

Główną rekomendacją płynącą z przeprowadzenia badań wydaje się być potrzeba wprowadzenia na nowo do debaty publicznej, zarówno dotyczącej kształcenia na poziomie wyższym, jak i ogólnego wspierania i rozwoju kultury w Polsce, **pojęcia kultury studenckiej**. Z pewnością współcześnie jej charakter jest inny niż dawniej, jednak badania pokazują, jak duży potencjał i aspiracje posiadają osoby odpowiedzialne za jej tworzenie. W ślad za debatą powinny pójść decyzje regulujące status jednostek zajmujących się wspieraniem kultury studenckiej, tak aby mogły one pozyskiwać środ-

ki z różnych źródeł, rozwijać się i odpowiadać na oczekiwania i wyzwania współczesności. Kultura studencka stanowi pewien odrębny od kultury głównego nurtu fenomen i z pewnością zasługuje na poświęcenie jej większej niż dotychczas uwagi.



Cel badania, podstawowe założenia, główne pytania badawcze

Głównym celem przeprowadzonego badania było dokonanie ogólnopolskiej diagnozy uczestnictwa studentów w kulturze. Kategorią, która wyznaczała kierunek badania, była kultura studencka. Ważne było ustalenie jej współczesnego rozumienia, zakresu znaczeniowego i emocjonalnego zabarwienia pojęcia. Zadaniem badania było także określenie potrzeb studentów w zakresie kultury, zarówno w roli jej konsumentów, jak i twórców, oraz poznanie ich oczekiwań i niezbędnych warunków dla rozwoju i skutecznego, instytucjonalnego wsparcia kultury studenckiej.

Kolejnym celem było przedstawienie kontekstu instytucjonalnego funkcjonowania kultury studenckiej w Polsce. Poza punktem widzenia studentów starano się również pogłębić temat, uwzględniając perspektywę osób na co dzień zajmujących się wspieraniem rozwoju tego obszaru, czyli przedstawicieli akademickich instytucji kultury w Polsce.

Jednym z ważnych celów badania była także segmentacja odbiorców w oparciu o motywacje uczestnictwa w kulturze. Na podstawie szeregu pytań dotyczących motywacji udziału w różnego typu przedsięwzięciach o charakterze kulturalnym wyodrębniono cztery główne typy motywacji uczestnictwa w kulturze oraz poddano je ogólnej charakterystyce w oparciu o dane związane z ogólnym położeniem społecznym studentów.

W badaniu w pierwszej kolejności starano się odpowiedzieć na pytanie, jak współcześnie rozumiane jest pojęcie kultury studenckiej przez jej głównych odbiorców oraz twórców. Podjęto próbę określenia jej cech dystynktywnych na tle ogółu działań o charakterze kulturalnym. Uczestnicy badania zostali poproszeni o zdefiniowanie pojęcia „kultura studencka” oraz wskazanie przykładowych jej przejawów, w których uczestniczą bądź je współtworzą. Hipotezą wyjściową było założenie, że kultura studencka



w warunkach masowości edukacji na poziomie wyższym oraz pod wpływem przemian związanych m.in. z dynamicznym rozwojem nowych mediów komunikacji nie daje się zdefiniować w klasycznych ramach pojęciowych, takich jak na przykład podział na kulturę wysoką i popularną. Założono, że obecny kształt kultury studenckiej jest bardziej wyznaczany przez współczesne przemiany uczestnictwa w kulturze ludzi młodych, nie podlega już wpływowi zjawiska elitarności kultury studenckiej z epoki PRL i pierwszych lat po 1989 r.

Kolejnym krokiem była diagnoza poziomu uczestnictwa studentów w kulturze oraz określenie jego głównych uwarunkowań. Badano stopień partycypacji w poszczególnych formach wydarzeń kulturalnych oraz poziom i formy aktywności twórczej. Starano się zrozumieć, jak na aktywność kulturalną wpływają czynniki związane z szeroko rozumianym położeniem społecznym studentów, a także próbowano określić wpływ studiowania na uczestnictwo w kulturze.

W celu lepszego zrozumienia specyfiki współczesnej kultury studenckiej pod

uwagę wzięto także znaczenie, jakie studenci nadają swojemu działaniu w tym obszarze. Interesujące wydało się to, z jakich powodów biorą oni udział w wydarzeniach kulturalnych, a także jakie są przyczyny niskiego zaangażowania w kulturę lub jego braku. Ponadto starano się określić cechy charakterystyczne twórców oraz animatorów, którzy poza aktywnością kulturalną angażują się również w organizację różnego typu wydarzeń kulturalnych. Ważny był także kontekst instytucjonalny działalności studentów. W badaniu pytano o to, z jakimi instytucjami i organizacjami związani są studenci, zarówno jako twórcy i animatorzy kultury, jak i jej odbiorcy.

Celem badania było także poznanie potrzeb kulturalnych studentów i stopnia ich zaspokojenia oraz oceny dostępnej oferty różnych instytucji i organizacji kultury. Szukano odpowiedzi na pytanie o stopień poinformowania studentów na temat oferty kulturalnej, a także o najpopularniejsze sposoby komunikacji instytucji kultury z jej odbiorcami.

Ważne było także określenie tego, jak dużą barierą w uczestnictwie w wyda-

zeniach kulturalnych jest dla studentów konieczność zapłaty za udział w nich. Badano także przeciętne wydatki studentów na kulturę oraz ich związek z aktywnością kulturalną. Starano się ocenić w ten sposób, na ile uczestnictwo w kulturze uwarunkowane jest sytuacją materialną oraz czy alternatywa w postaci oferty nieodpłatnej jest w stanie zaspokoić kulturalne aspiracje młodych ludzi.

Badając opinie przedstawicieli akademickich instytucji kultury, szukano odpowiedzi na pytania o główne bariery ich funkcjonowania i rozwoju, mocne i słabe strony ich działalności, poziom i charakter współpracy z innymi podmiotami oraz dostrzegane szanse związane z możliwością budowania ogólnopolskiej sieci współpracy tego typu instytucji działających w Polsce.

Te ustalenia będą służyły opracowaniu rekomendacji i wytycznych dla wspierania rozwoju kultury studenckiej zarówno na poziomie ogólnopolskim, jak i w poszczególnych ośrodkach akademickich. Przyczynią się także do współpracy i trwałego sieciowania pomiędzy istniejącymi w Polsce akademickimi centrami

kultury. Jedną z jego form będzie utworzenie portalu internetowego sieciującego polskie, akademickie centra kultury oraz prezentujące dziejące się na terenie całego kraju wydarzenia i inicjatywy kulturalne kierowane do studentów. Podsumowaniem realizowanych działań będzie Ogólnopolskie Forum Kultury Studenckiej, planowane w 2021 r.

Metodologia badania

W badaniu zastosowano triangulację jakościowych oraz ilościowych metod badawczych. Prowadzono wywiady indywidualne oraz grupowe, a także zrealizowano sondaż ogólnopolski techniką CAWI. Starano się w ten sposób uzyskać możliwie najpełniejszy ogląd badanego zjawiska, bez narzucania założeń, jak ma to często miejsce w przypadku stosowania wyłącznie pomiarów ilościowych. Decyzja ta wynikała również z tego, że poza pomiarem aktywności kulturalnej studentów i określeniem statystycznych zależności pomiędzy jej poziomem a takimi czynnikami, jak sytuacja materialna, wielkość miejscowości zamieszkania, poziom studiów, województwo itd., zależało nam również na pogłębieniu tak uzyskanej wiedzy o interpretacje i perspektywę studentów oraz pracowników akademickich instytucji kultury. Dzięki temu możliwe było zrozumienie sytuacji i motywów podejmowanych przez studentów działań, a także lepszy ogląd



zależności i uwarunkowań wykrytych podczas analiz statystycznych. Perspektywa pracowników pomogła określić główne trudności i szanse rozwoju kultury studenckiej w Polsce.

Ogólnopolskie badanie ilościowe przeprowadzone wśród studentów ma charakter reprezentatywny dla ogółu osób studiujących w Polsce. Reprezentatywność, z powodu braku odpowiedniego operatu losowania, starano się zapewnić poprzez kwotowy dobór próby, odwzorowujący strukturę badanej zbiorowości ze względu na takie cechy jak:

Płeć

Miejsce studiowania

Dyscyplina nauki

Forma studiów (stacjonarne / niestacjonarne)

Typ uczelni (publiczna / niepubliczna)

Tryb studiów (stacjonarne / niestacjonarne)

Szczegóły na temat struktury zrealizowanej próby zamieszczono w aneksie. Bada-

nie przeprowadzono techniką CAWI (ang. Computer-Assisted Web Interview), w której respondent proszony był o wypełnienie ankiety w formie elektronicznej (poprzez stronę www). **Udział w nim wzięły 1633 osoby** i jest to próba reprezentatywna na poziomie kraju. Warunkiem udziału w badaniu było posiadanie statusu studenta. Kwestionariusz zawierał zarówno pytania zamknięte (z kafeterią odpowiedzi do wyboru) jak i pytania otwarte.

Segmentacja – metody i ich charakterystyka

Na podstawie danych z badania ilościowego przeprowadzona została segmentacja studentów ze względu na motywacje uczestniczenia w kulturze.

Segmentacja została dokonana za pomocą trzech metod statystycznej analizy danych: wielowymiarowej analizy korespondencji (Multiple Correspondence Analysis – MCA), analizy czynnikowej (Factor Analysis – FA) oraz dwustopniowej analizy skupień (Cluster Analysis – CA).

Analiza MCA jest metodą umożliwiającą wykrywanie powiązań pomiędzy wieloma zmiennymi o charakterze jakości-

wym (w tym przypadku były to zmienne nominalne o charakterze dychotomicznym). Zasada działania modelu umożliwia redukcję dużej liczby zmiennych do mniejszej i łatwiejszej w interpretacji liczby powiązanych ze sobą wymiarów.

Analogiczną metodą przeznaczoną do analizy zmiennych mierzonych na skalach co najmniej porządkowych jest metoda FA. Podobnie jak MCA służy do odkrywania ukrytych struktur w złożonym zbiorze danych poprzez redukcję wielu zmiennych do mniejszej liczby wymiarów (tzw. zmiennych ukrytych). Pomimo tego, że jest to metoda przeznaczona głównie do analizy zmiennych ilościowych, dopuszcza się także jej wykorzystanie w przypadku zmiennych dychotomicznych (kodowanych w sposób zerojedynkowy). W przeprowadzonym badaniu wykorzystano ją w celu ułatwienia interpretacji odkrytych zależności pomiędzy poszczególnymi motywami uczestnictwa w kulturze oraz oceny ich kierunku i siły.

Ostatnią wykorzystaną metodą była analiza skupień (Cluster Analysis – CA). Jest to najczęściej wykorzystywana metoda w dziedzinie klasyfikacji danych,

znajdująca zastosowanie m.in. w badaniach marketingowych do segmentacji rynku. Wykorzystanie tej metody w niniejszym badaniu miało dwa cele. Po pierwsze umożliwiło potwierdzenie modeli stworzonych w oparciu o MCA i FA oraz ułatwiło ich interpretację. Po drugie pozwoliło na zakodowanie danych z badania w ten sposób, aby możliwa była ich dalsza analiza w celu określenia innych cech respondentów przynależących do poszczególnych skupień (wymiarów), w których zgrupowano osoby o podobnych typach motywacji.

Wykorzystanie aż trzech metod analizy umożliwiło zniesienie słabości każdej z nich wynikających ze specyfiki analizowanych danych.

Badanie jakościowe wśród studentów z różnych ośrodków akademickich w Polsce przeprowadzono za pomocą metody zogniskowanego wywiadu grupowego (FGI, ang. *Focus Group Interview*). Badania FGI przeprowadzono w ośmiu ośrodkach akademickich (po 1 FGI w każdym): Warszawa, Gdańsk, Łódź, Katowice, Kraków, Lublin, Toruń i Wrocław. Każde spotkanie trwało ok. 2,5 godziny i wszystkie

były nagrywane zarówno w formie audio, jak i wideo. W sumie przeprowadzono 8 wywiadów FGI, a w każdym z nich brało udział od 6 do 10 uczestników.

Badanie wśród przedstawicieli akademickich instytucji kultury miało charakter indywidualnego, pogłębionego, na wprost ustrukturyzowanego wywiadu telefonicznego. Badaniem objęto przedstawicieli szesnastu akademickich instytucji zajmujących się rozwojem kultury studenckiej.

Dodatkowym elementem badania była analiza videoblogów o tematyce kulturalnej prowadzonych przez studentów. Wykorzystano w niej metodę analizy sentymentu, której celem było określenie emocji towarzyszących doświadczaniu kultury studenckiej za pośrednictwem mediów elektronicznych. Analiza dotyczyła tytułów publikowanych w sieci materiałów oraz komentarzy umieszczanych przez ich odbiorców.

Badania zostały zrealizowane w okresie od **grudnia 2019 do maja 2020 roku**. Za opracowanie merytoryczne projektu badawczego (problematyka, dobór metod i technik, dobór próby badawczej oraz konstrukcja narzędzi

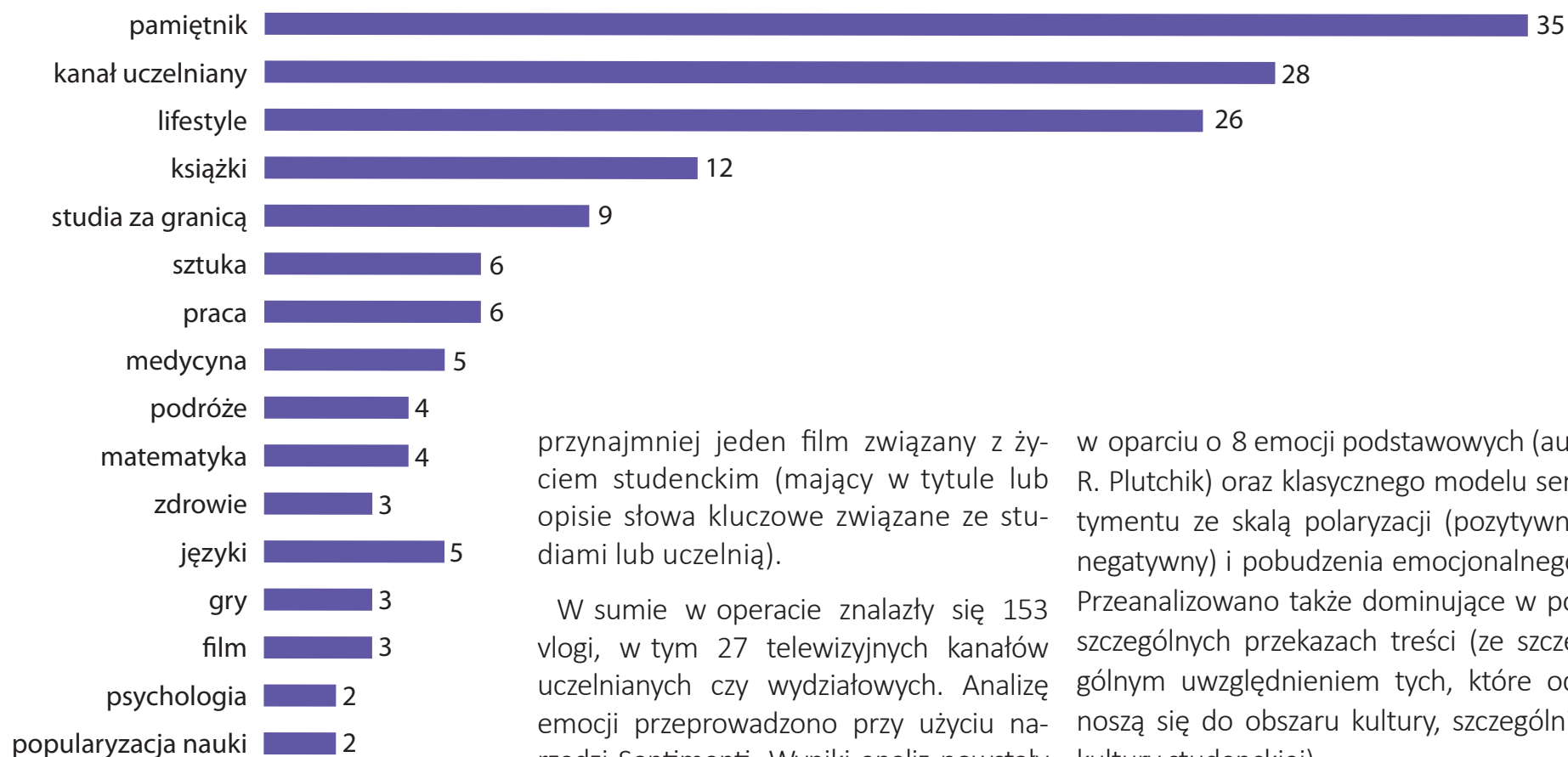
badawczych) odpowiedzieli: zespół Akademickiego Centrum Kultury UMCS Chatka Żaka p.o. Dyrektora Izabela Pastuszko i Ilona Woźniak-Kostecka oraz przedstawiciele Katedry Socjologii Zmiany Społecznej UMCS w Lublinie dr hab. Agnieszka Kolasa-Nowak oraz Andrzej Stawicki. Wsparcia merytorycznego udzielili: Dyrektor Narodowego Centrum Kultury dr hab. Rafał Wiśniewski, prof. ucz. oraz Kierownik Działu Badań i Analiz Narodowego Centrum Kultury Agnieszka Bąk. Za zebranie danych techniką CAWI oraz FGI odpowiadała firma Danae.

Analizę videoblogów prowadzonych przez studentów przeprowadziła firma Sentimenti w oparciu o tytuły i komentarze umieszczane pod materiałami wideo opublikowanymi w sieci. Analiza dotyczyła głównych emocji związanych z tworzeniem i doświadczaniem kultury za pośrednictwem mediów elektronicznych.

Vlogi zakwalifikowane do analizy spełniały kryteria: tematyka dotyczy szeroko pojętej kultury; autorzy i autorki identyfikują się jako studenci (w opisie vloga) lub stworzyli w ciągu ostatniego roku

Tabela 1 Liczba vlogów zakwalifikowanych do badania z podziałem na kategorie tematyczne

Liczba vlogów zakwalifikowanych do badania w podziale na kategorie tematyczne



przynajmniej jeden film związany z życiem studenckim (mający w tytule lub opisie słowa kluczowe związane ze studiami lub uczelnią).

W sumie w operacie znalazły się 153 vlogi, w tym 27 telewizyjnych kanałów uczelnianych czy wydziałowych. Analizę emocji przeprowadzono przy użyciu narzędzi Sentimenti. Wyniki analiz powstały

w oparciu o 8 emocji podstawowych (aut. R. Plutchik) oraz klasycznego modelu sentymentu ze skalą polaryzacji (pozytywny, negatywny) i pobudzenia emocjonalnego. Przeanalizowano także dominujące w poszczególnych przekazach treści (ze szczególnym uwzględnieniem tych, które odnoszą się do obszaru kultury, szczególnie kultury studenckiej).

Analiza wyników

6.1 Rozumienie kultury studenckiej

W opinii badanych pojęcie kultury studenckiej najczęściej kojarzy się z szeroko rozumianą aktywnością w czasie wolnym. Około jedna trzecia spontanicznych odpowiedzi w badaniu ilościowym dotyczyła tego aspektu. Podkreślano, że studia to okres radosnego integrowania się, „bardzo przyjemny czas, kiedy człowiek wychodzi spod ramienia rodzica. Staje się samodzielny, ale wciąż ma jeszcze – można powiedzieć – dziecięce zapędy. Ma czas na to. Więc można się pobawić. Z tym mi się kojarzy kultura studencka: poznawanie ludzi, koncerty, brak zobowiązań”. Ważną stroną tego wspólnie spędzanego czasu wolnego jest towarzysząca mu atmosfera, równie ważna jak same koncerty czy inne formy uczestnictwa w kulturze. Studenci mieli też świadomość, że korzystają z okresu życia, w którym dysponują wyjątkowo dużą ilością wolnego czasu.

Przez kulturę studencką często też rozumieci cechy społeczności studenckiej, jej dorobek i sposób funkcjonowania. Mówili, że „przede wszystkim ona się odnosi do jakiejś takiej ściśle określonej grupy czy społeczności” i „jest bardziej dynamiczna”. Nadmieniali o tradycjach studenckich, jako przykład podając juwenalia. Podnosili istnienie wspólnoty pokoleniowej. Przebywanie w środowisku uniwersyteckim miało znaczenie jako czynnik zmieniający sposób zachowania. Mówili, że na kulturę studencką składa się „organizowanie życia społecznego studentów jako grupy. Dla studentów, bądź przez studentów, dla innych”. W badaniu fokusowym studenci czasem kojarzyli też kulturę studencką z etykietą akademicką, związanymi z nią wysokimi standardami zachowania i kulturą osobistą.

Kultura studencka jest też powiązana ze wszechstronnym rozwojem we-



wnętrznym, kształtowaniem osobowości i ekspresją twórczych zainteresowań. Mówiono, że „przede wszystkim ta otwartość możliwości, różnorodność, to są kluczowe elementy kultury studenckiej”. Zdaniem badanych, „studenci raczej nie zasięgają z takich tradycyjnych rzeczy, jak coś tworzą, robią, organizują. Zawsze chcą coś takiego nowego przepchać. Jakieś eksperymenty”. Podkreślano, że kultura studencka oznacza twórczość czysto hobbystyczną, swobodną, niekomercyjną, a dzięki temu bardziej ekstrawagancką, oryginalną i niezależną. Twórcy „w większości przypadków nie są skazani na to, że muszą na tym zarobić, nie mogą wyjść głupio, nie mogą czegoś zepsuć”. Aktywność związana ze studioowaniem pojawiała się w wypowiedziach raczej rzadko, wtedy zwykle studenci mówili o kołach naukowych.

Z drugiej strony kultura studencka kojarzy się z imprezami, często połączonymi z piciem dużej ilości alkoholu oraz większą tolerancją na niewłaściwe zachowania. Jednak ważna w tym jest spontaniczność: „jakby ta część życia studenckiego to jest przysłowiowe piwo, gitara, muzyka, ukulele, ktoś tam

zacznie śpiewać i nagle dzieją się jakieś cuda”. Wskazywano też, że jest formą integracji młodych ludzi, „że zrzesza młodzież z różnych na przykład wydziałów. Być może poprzez mnogość wydarzeń też jest w miarę łatwo dostępna”. To, co odróżnia kulturę studencką, dotyczy jej funkcji integracyjnej w obrębie własnej grupy: „taki bardziej luźny stosunek mają studenci do wydarzeń kulturalnych i nie traktują ich zawsze jako ,idę do teatru’, albo ,idę na koncert’, tylko koncert jest okazją też do spotkania się z ludźmi, do spędzenia czasu razem, więc stwarza atmosferę, jest nie tylko celem”.

Studenci zostali zapytani o wydarzenia i formy twórczości charakterystyczne dla kultury studenckiej. Większość wskazała na festyny i festiwale (30,5%). Wydaje się, że juwenalia najsilniej reprezentują ten typ wydarzeń. W dyskusjach grupowych przeprowadzonych w ośmiu ośrodkach akademickich wymieniano też takie imprezy jak dni uczelni, festiwale, pikniki. Wspominano o wycieczkach, warsztatach, kursach: „są grupki ludzi, którzy jeżdżą razem na narty, przechodzi to też przez ludzi, którzy razem tańce towarzyskie trenują, i to zawsze jest w jakiś sposób podpięte pod uczelnię, że

ona pomaga tym ludziom.” W ogólnopolskim badaniu ankietowym dosyć często wskazywano na koncerty (15,7%). Ważne są także kluby studenckie i potańcówki. Teatr także zajmuje istotne miejsce (13,5%).

Tabela 2. Wydarzenia i formy twórczości kojarzące się z kulturą studencką

Wydarzenia/formy twórczości	Liczba wskazań
Festyny, festiwale	30,5%
Koncerty	15,7%
Teatr	13,5%
Spotkania w pubach/klubach/gry planszowe/quizy/karaoke	11,6%
Kino/film	10,1%
Spotkania, pokazy, warsztaty	10,0%
Wydarzenia uczelniane	9,9%
Wernisaże i wystawy sztuki	9,1%
Śpiew, muzyka	4,3%
Literatura	3,2%
Taniec	2,4%
Stand-up/kabaret	2,1%
Muzea	2,1%
Uczestniczenie w zajęciach artystycznych	1,9%
Sport	1,8%
Malarstwo	1,5%
Wolontariat, zbiórki/wydarzenia charytatywne	1,5%
Spotkania z autorami i ciekawymi osobami	1,3%
Studenckie radio/telewizja/gazeta	0,9%
Opera	0,6%
Inne	8,0%
Nie wiem, trudno powiedzieć	8,8%
Nie ma takich wydarzeń	1,9%
Brak odpowiedzi	18,3%

CAWI; N=1633; Źródło: na podstawie danych zebranych przez firmę Danae.



W wywiadach grupowych studenci podkreślali, że ważnym elementem stanowiącym o kulturze studenckiej był jednorodny skład uczestników: ludzi młodych, głównie studentów i ewentualnie licealistów.

6.2 Uczestnictwo studentów w kulturze

Studenci zostali poproszeni o oszacowanie swojego zainteresowania kulturą i sztuką. Niemalże połowa wykazała, że ich zainteresowanie tą tematyką jest znaczące. Jedynie 13% badanych odpowiedziało, że jest ono małe, bardzo małe lub żadne.

Wyniki potwierdziły też popularne przekonanie, że dobra sytuacja materialna i pochodzenie z dużego miasta sprzyjają zainteresowaniu kulturą. Zła i bardzo zła sytuacja materialna wyraźnie wpływa na wzrost małego bądź żadnego zainteresowania kulturą. Wyniki wskazują, że w przypadku 9% osób znajdujących się w bardzo złej sytuacji materialnej występuje zupełny brak zainteresowania kulturą, natomiast w przypadku osób oceniających sytuację jako złą, aż co czwarta deklaruje niskie zainteresowanie.

Na poniższym wykresie widać, że nie istnieje pod względem poziomu zainteresowania kulturą duża różnica pomiędzy mieszkańcami wsi oraz małych i średnich miast. Wyróżniają się natomiast odpowiedzi osób mieszkających w dużych ośrodkach, gdzie duże i bardzo duże zainteresowanie deklaruje 56,7% badanych, natomiast małe zainteresowanie (łącznie małe, bardzo małe i żadne) tylko około 9% badanych.

Tryb studiów zaocznych często wiąże się z pracą zarobkową i oznacza mniej wolnego czasu, co kojarzy się z niższym zaangażowaniem w kulturze. Badania potwierdzają tę intuicję, jednak nie są to duże różnice, choć istotne statystycznie.

Dyscyplina studiów w dużym stopniu różnicuje zainteresowanie studentów. Wśród studentów dyscyplin humanistycznych i kierunków artystycznych jest ono najwyższe. Najniższe zainteresowanie występuje wśród studentów nauk przyrodniczych i ścisłych.

Zainteresowanie kulturą różni się także w grupach kobiet i mężczyzn, choć jest ono bardzo niewielkie. Nieco wyższe zainteresowanie deklarują kobiety. W grupie osób deklarujących duże oraz

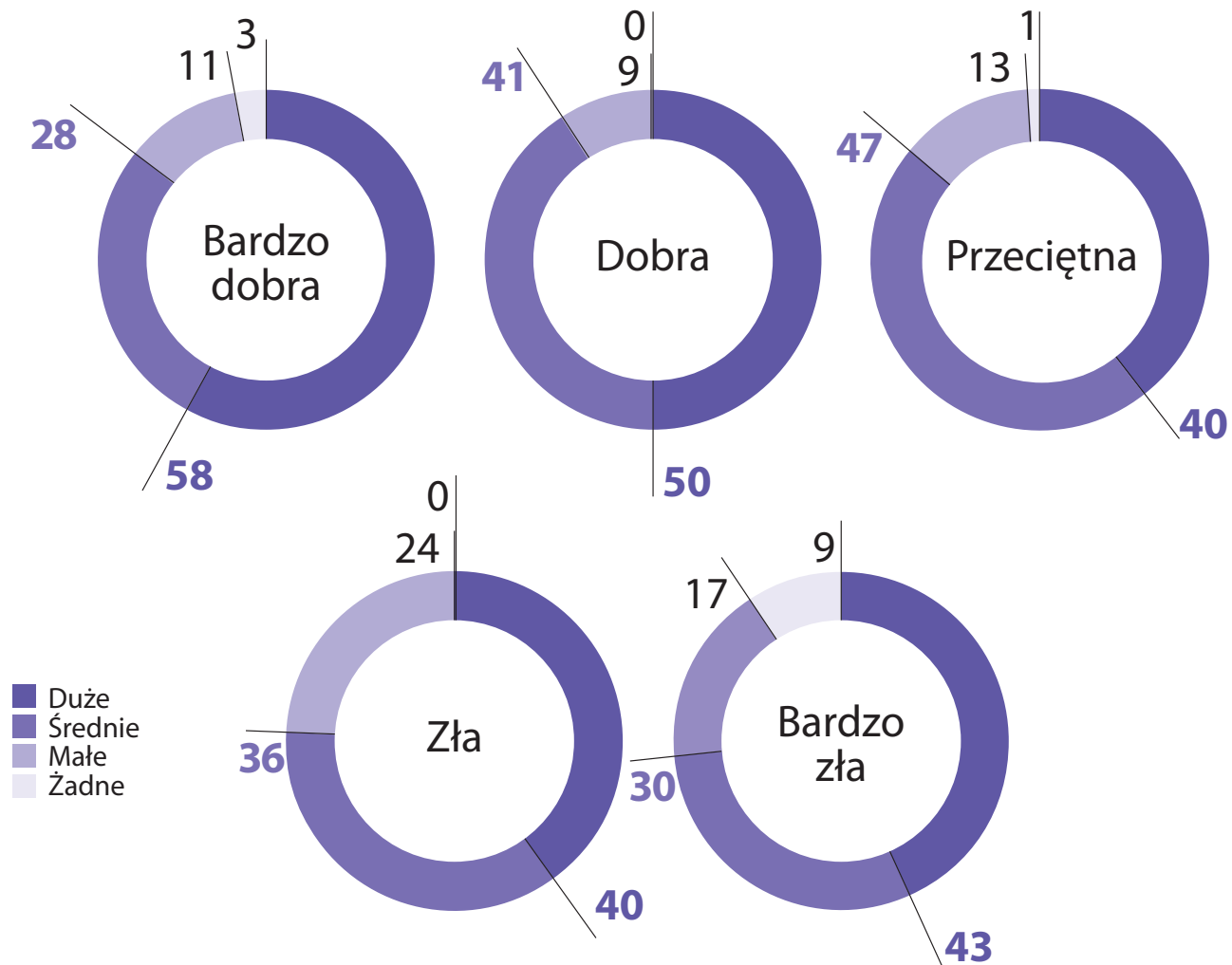
bardzo duże zainteresowanie przewaga kobiet wynosi około 5 pkt. procentowych.

Badani studenci opisali także formy uczestnictwa w kulturze w ostatnim roku. Najczęściej wybieraną było kino, do którego ponad połowa chodzi kilka razy w miesiącu, oraz różnego typu koncerty.

Wyjście do kina było podczas pogłębionych wywiadów najczęściej wymienianą formą aktywności kulturalnej. Studenci mówili, że „to jest taka wręcz rutyna”. Jednak okazało się, że zakres popularnych działań jest bardzo szeroki, od zupełnie nieformalnych, związanych z grobem przyjaciół po ambitne wydarzenia kulturalne. Do ważnych aktywności zaliczono „domówki” i wyjścia ze znajomymi do klubów, pubów i ogólnie „do miasta”. Wymieniali też grę w planszówki jako bardzo popularny sposób na spędzanie czasu. Ważną cechą tych zajęć jest ich towarzyski charakter. Jak mówił jeden z uczestników badania „wspólne granie, czy to na instrumencie, czy w grę planszową, czy komputerową, to tak po prostu wspólne granie, to jest ważne, żeby

Tabela 3. Wpływ sytuacji materialnej na zainteresowanie kulturą (odpowiedzi duże i bardzo duże oraz małe i bardzo małe zostały zagregowane)

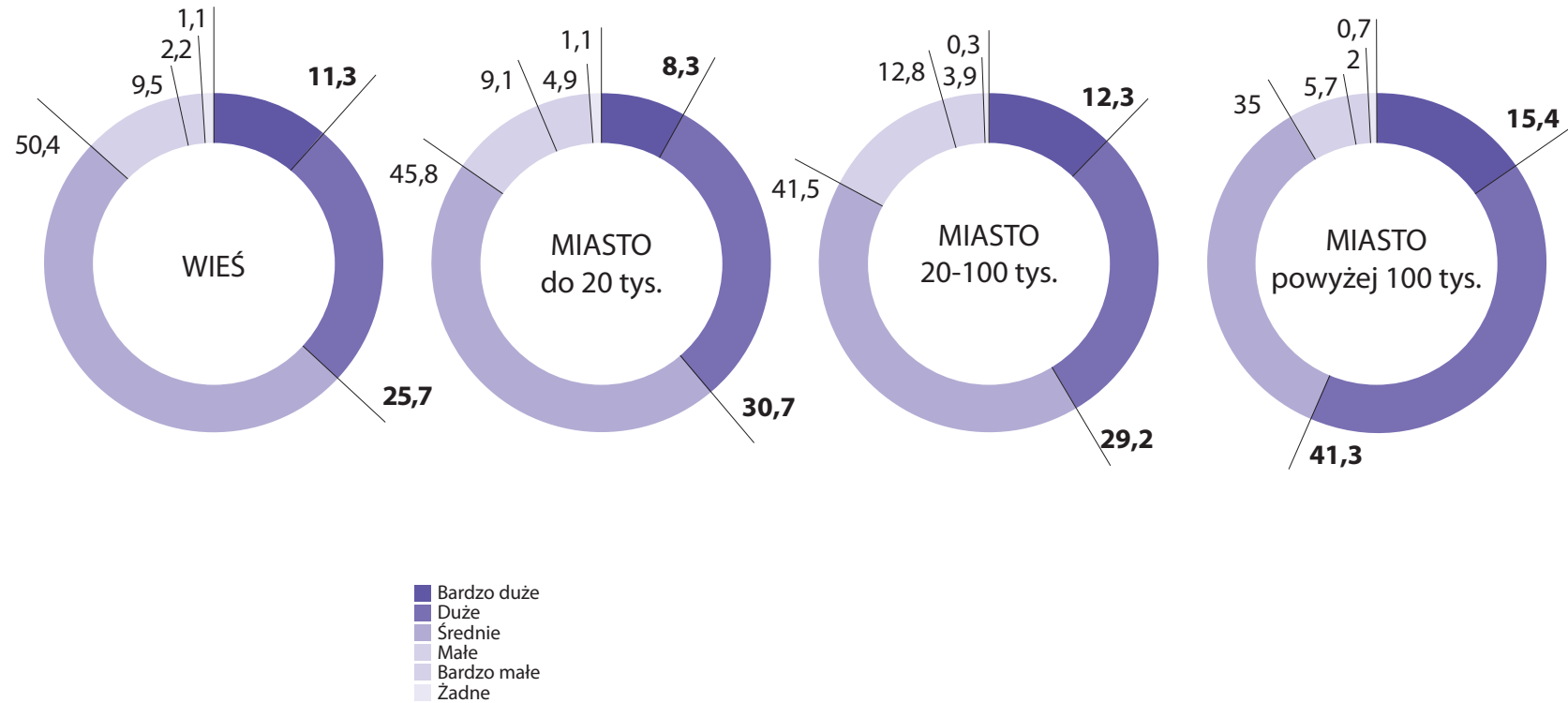
Wpływ sytuacji materialnej na zainteresowanie kulturą



CAWI; N=1633; CHI 2 =109,9 (p=0,000000); Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych zebranych przez firmę Danae.

Tabela 4. Wpływ wielkości miejscowości na zainteresowanie kulturą

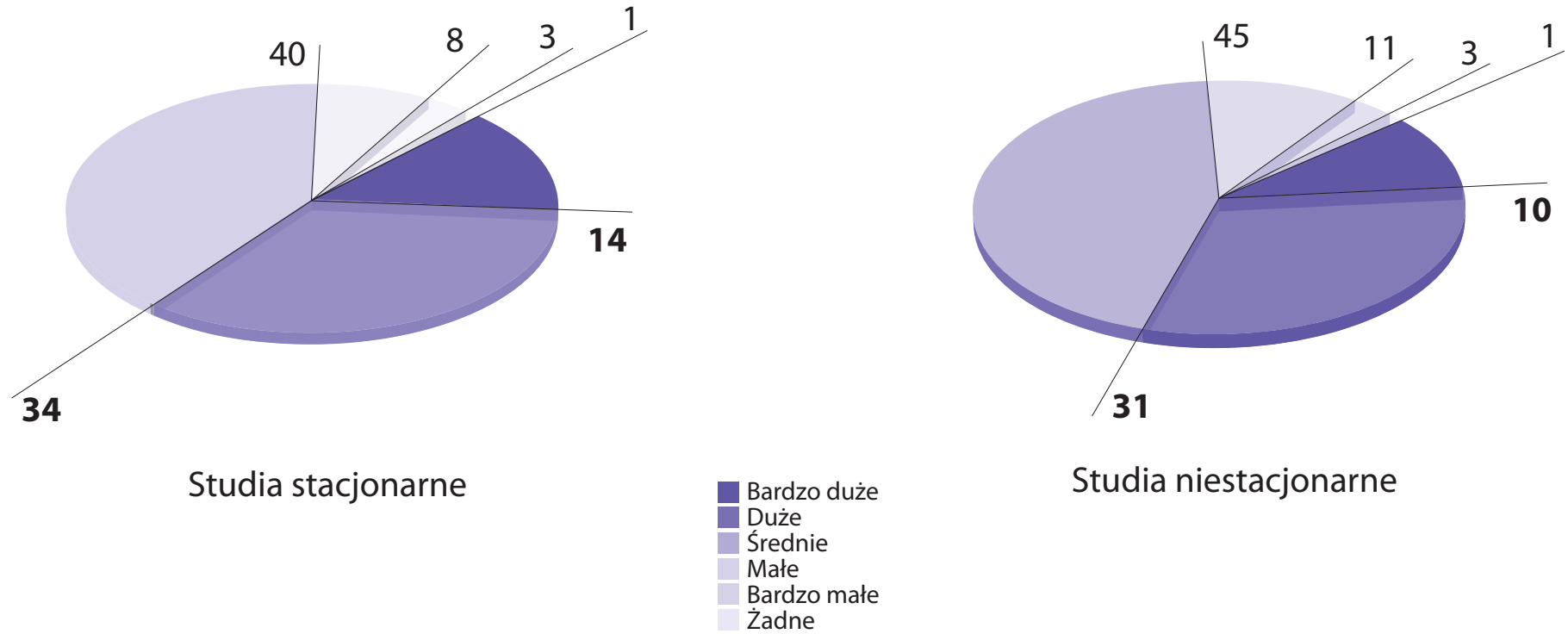
Wpływ wielkości miejscowości na zainteresowanie kulturą



CAWI; N=1633; $\chi^2 = 66,7826$; $p=0,000000$; Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych zebranych przez firmę Danae.

Tabela 5. Tryb studiowania a zainteresowanie kulturą

Tryb studiowania a zainteresowanie kulturą



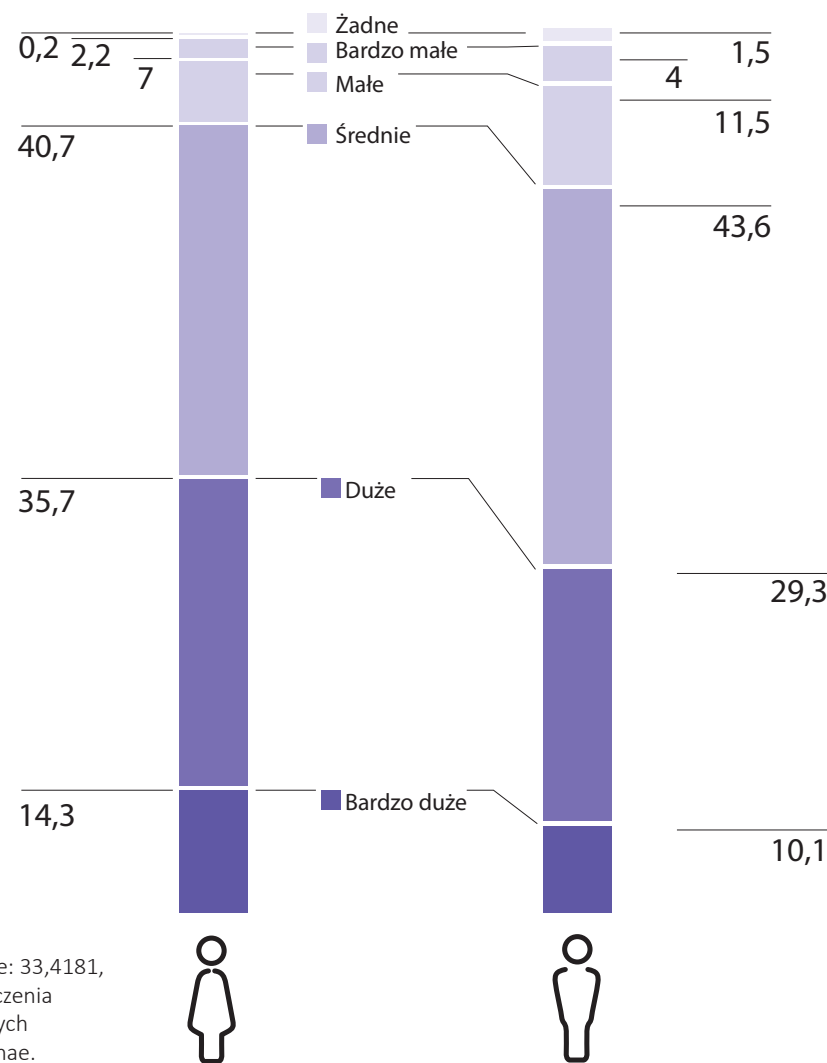
CAWI; N=1633; CHI 2 =66,7826; p=0,000000; Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych zebranych przez firmę Danae.

to było wspólne”. Wspominali o atmosferze akademików: „zdarza się tak, że za zaproszeniem znajomego przychodzimy do akademika, gdzie poznajemy dużo innych osób, które często okazują się pochodzić z różnych kręgów kulturowych. I z biegiem rozmowy poszerzamy naszą wiedzę o kulturze z różnych kręgów. Te osoby są często z różnych regionów Polski, a też często z różnych regionów świata w ogóle. No i takie długie, wieczorne rozmowy.” Studenci wskazywali też na koncerty, często kojarzone z klubami czy pubami oraz plenerowe i masowe wydarzenia kulturalne takie jak Noc Kultury, Wianki czy Jarmark Jagielloński lub Dominikański. Mówili: „w mojej opinii festiwale studenckie takie darmowe są super, ale takiego merytorycznego, kulturalnego waloru to według mnie to jakoś super nie niesie. W sensie, no bo wiadomo, że to też jest na studencką kieszeń i że, no, tam nie będą występować jakieś Bóg wie jakie gwiazdy, zagraniczne nawet, już nie mówiąc... Tego to w ogóle nawet nie przewiduję. Ale, no, że... To jest tak... Żeby pójść, napić się i pobawić.”

W rozmowach pojawiały się także klasyczne formy uczestnictwa w kultu-

Tabela 6. Zainteresowanie kulturą a płeć

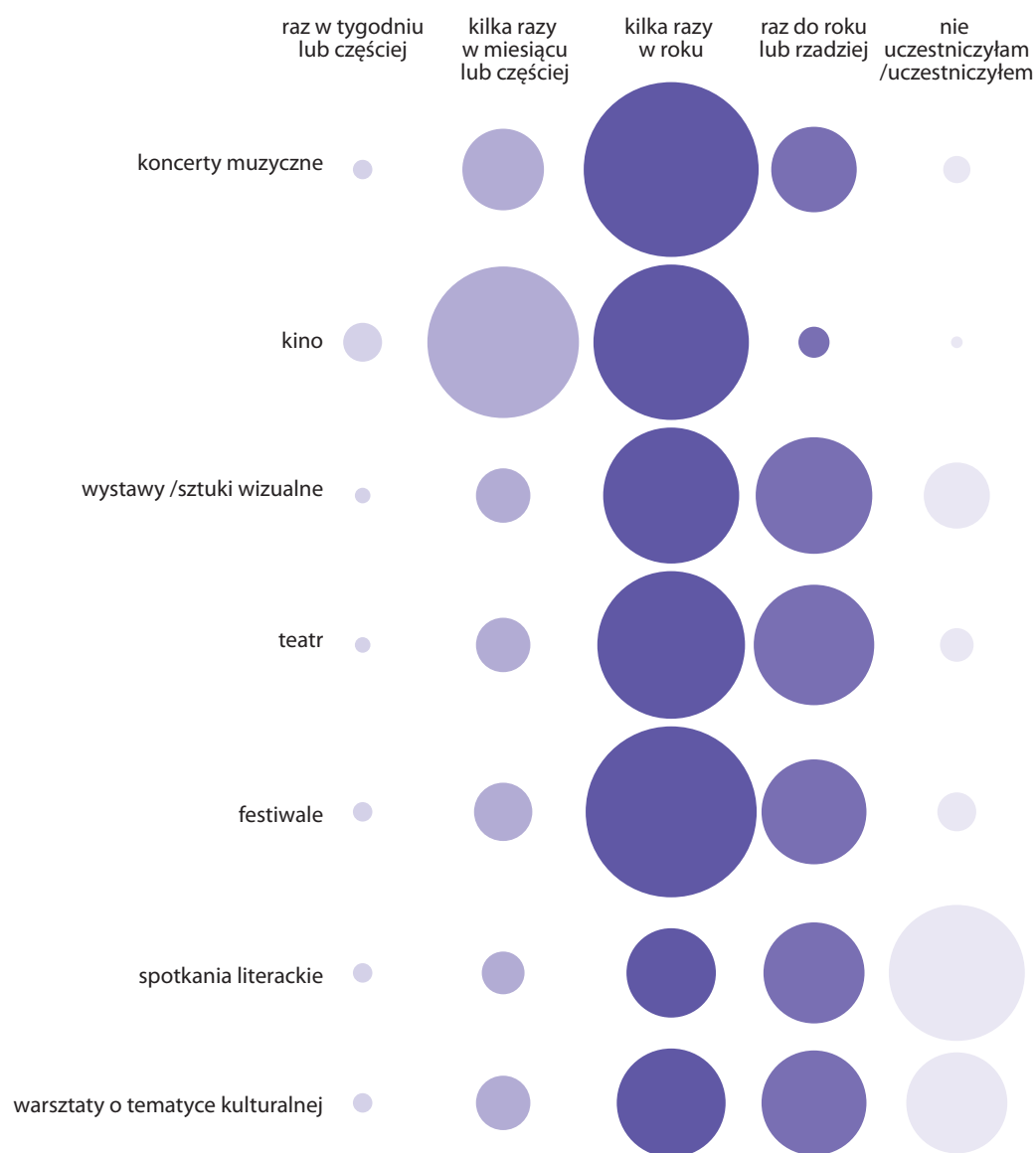
Zainteresowanie kulturą a płeć



CAWI; N=1663; Chi-square: 33,4181, p=0,000003; Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych zebranych przez firmę Danae.

Tabela 7. Częstotliwość uczestnictwa w kulturze w ciągu ostatniego roku

Częstotliwość uczestnictwa w kulturze w ciągu ostatniego roku



CAWI; N=1633; Źródło: na podstawie danych zebranych przez firmę Danae.

rze wysokiej jak wyjścia do teatru, na wystawy i do muzeów. Wydaje się, że ich obecność jest powiązana ze studium w dużym ośrodku ze znaczącymi instytucjami kultury jak Kraków czy Warszawa. Warto odnotować, że pojawiły się wypowiedzi także o takich formach uczestnictwa jak warsztaty artystyczne, uczelniane wydarzenia kulturalne, debaty studenckie. W badaniach jakościowych szczególnie uderzające jest mocne wybrzmienie wątku spotkań z ciekawymi ludźmi, który pojawił się zarówno jako ważny rodzaj aktywności, jak i postulat w kategorii oczekiwań badanych.

W wypowiedziach studentów przeważał bierny sposób uczestnictwa. Czynne angażowanie się czy to w organizację wydarzeń, czy w twórczość przedstawiano jako rzadsze. Studenci tłumaczyli to ograniczeniami czasowymi albo faktem, że, będąc na początku studiów, nie zdążyli jeszcze poznać wszystkich możliwości. Studenci zaoczni podkreślali, że ich zaangażowanie jest znacznie mniejsze z powodu trudności łączenia studiów z pracą zawodową.

W obszarze kultury studenckiej zawierają się też uczelniane aktywności sportowe i naukowe. Potwierdza to jedna z wypowiedzi: „ja na przykład biorę czynny udział i w tym i w tym, ponieważ chociażby na wydziale biorę udział w kole naukowym, czy też brałem udział w pucharze wydziału i różne takie ciekawe przedsięwzięcia to jest zawsze fajne i też należy do życia studenckiego”.

W celu zbadania poziomu aktywności kulturalnej studentów utworzono syntetyczny wskaźnik w oparciu o pytanie dotyczące częstotliwości uczestnictwa w poszczególnych formach wydarzeń (przedstawione na wykresie powyżej)¹. Poniżej przedstawiono główne statystyki dotyczące rozkładu wskaźnika w badanej grupie. Średnia i mediana wynoszą w przybliżeniu 12 pkt. Najczęściej uzyskiwaną wartością było 14 pkt.

Na podstawie rozkładu wskaźnika utworzono czterostopniową skalę przedziałową, którą przedstawiono na poniż-

1 Wskaźnik przyjmuje wartości od 0 (brak jakiegokolwiek aktywności kulturalnej w ciągu ostatniego roku) do 28 pkt (wszystkie wymienione aktywności podejmowane co najmniej raz w tygodniu).

Tabela 8. Statystyki opisowe dotyczące wskaźnika aktywności kulturalnej

Statystyki opisowe							
	N	Średnia	Mediana	Moda	Liczność Mody	Minimum	Maksimum
Wskaźnik aktywności kulturalnej	1633	12,09 pkt	12,0 pkt	14,0 pkt	139	0	28,0 pkt

szym wykresie. Najliczniejszy przedział stanowią osoby, których aktywność zbliżona jest do wartości przeciętnej (między 11 a 15 pkt). 25% badanych znalazło się w przedziale znacznie przekraczającym wartość przeciętną.

Najwyższą aktywnością, podobnie jak pod względem deklarowanego zainteresowania kulturą, charakteryzują się studenci kierunków humanistycznych i artystycznych. Negatywnie pod tym względem wyróżniają się natomiast studenci kierunków medycznych.

Jeżeli chodzi o wpływ studiów na aktywność kulturalną, to wydaje się, że najwyższy wzrost ma miejsce po pierwszym roku studiowania. Studenci drugie-

go roku znacznie częściej podejmują taką aktywność niż studenci pierwszego roku, natomiast w następnych latach odsetek osób deklarujących bardzo wysokie zaangażowanie spada, co może wiązać się z przyrostem obowiązków związanych ze studiowaniem.

Ciekawą zależność pokazują porównania aktywności kulturalnej w grupach studentów polskich i zagranicznych. Według wyników studenci z zagranicy wykazują ponadprzeciętną aktywność kulturalną w porównaniu do ogółu badanych. Niską i bardzo niską aktywność wykazuje tylko 14% badanych z tej grupy, natomiast wśród polskich studentów odsetek ten wynosi 41%. Odsetek studentów zagranicznych aktywnych i bardzo aktyw-

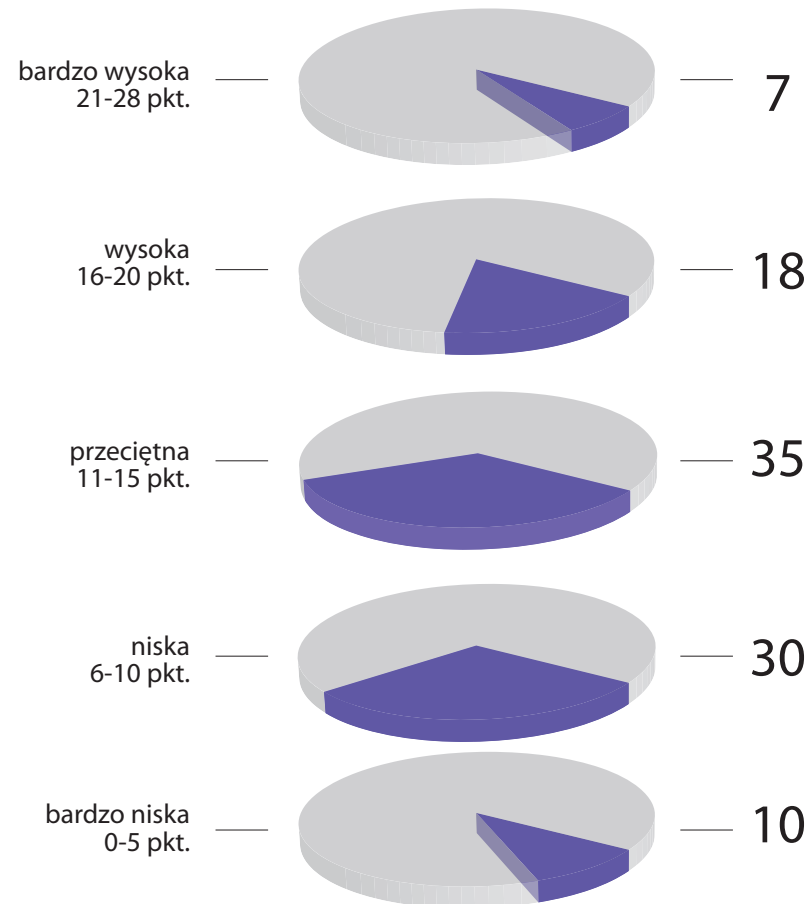
nych jest wyższy o 20 pkt. procentowych w stosunku do studentów z Polski. Należy jednak zaznaczyć, że w próbie badawczej studenci zagraniczni stanowili nieznaczny odsetek (3%).

Podobna jak w przypadku zainteresowania kulturą jest zależność pomiędzy aktywnością kulturalną a wielkością miejscowości zamieszkania. Ogólna tendencja jest taka, że im większa miejscowość tym wyższa aktywność. Najwyraźniejsza jest różnica pomiędzy wsią a dużymi miastami (powyżej 100 tys. mieszkańców).

Istnieje także zależność pomiędzy poziomem aktywności kulturalnej a sytuacją materialną. W grupie osób deklarujących co najmniej „raczej dobrą” sytuację materialną odsetek osób charakteryzujących się bardzo niską aktywnością nie przekracza 10%, natomiast wraz z pogarszaniem się sytuacji materialnej odsetek ten rośnie, osiągając nawet 36%. Co ciekawe, w grupie o bardzo złej sytuacji materialnej, mimo dużego odsetka osób biernych, dość dużo osób deklaruje także dużą i bardzo dużą aktywność (łącznie 21%) i pod tym względem różnice po-

Tabela 9. Przedziałowy wskaźnik ogólnej aktywności kulturalnej

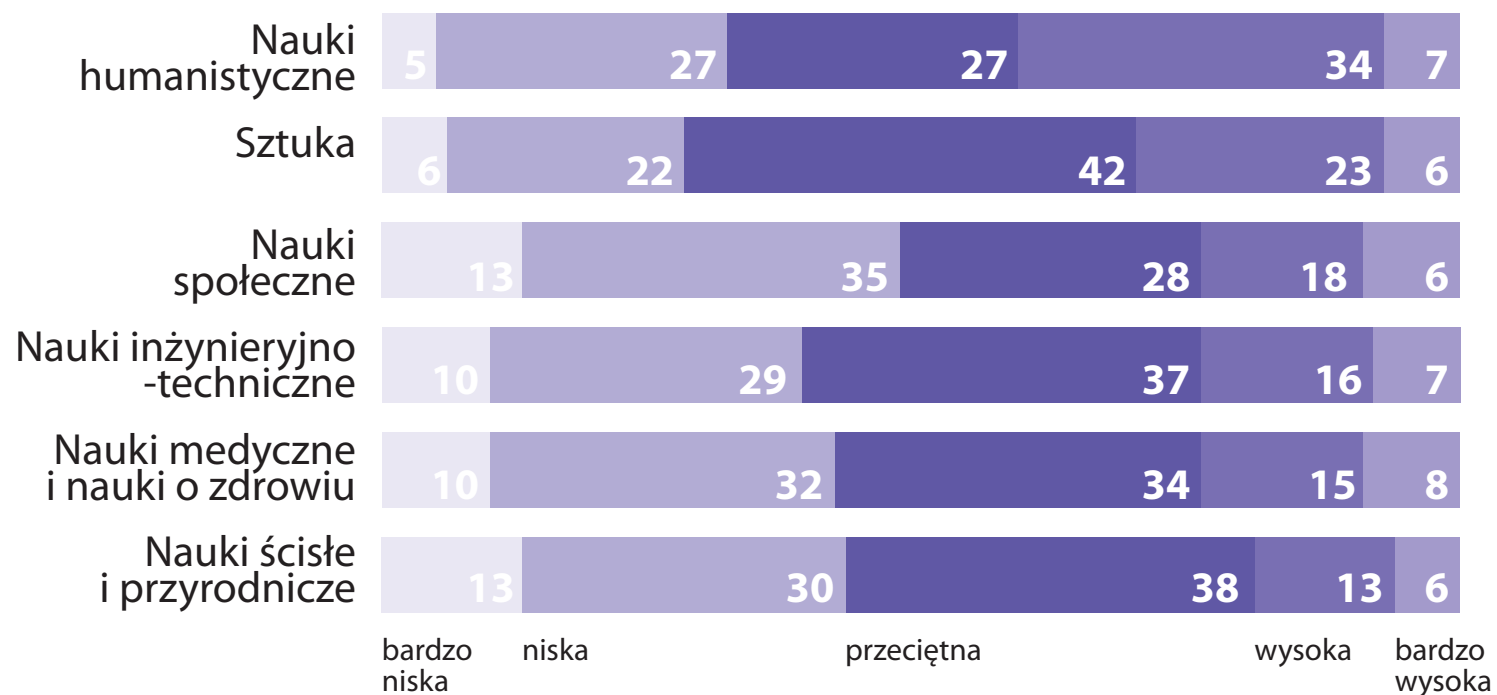
Przedziałowy wskaźnik ogólnej aktywności kulturalnej



CAWI; N=1633; Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych zebranych przez firmę Danae.

Tabela 10. Przedziałowy wskaźnik aktywności kulturalnej a dyscyplina nauki

Przedziałowy wskaźnik aktywności kulturalnej a dyscyplina nauki



CAWI; N=1663; CHI 2=42,4704, df=20, p=0,002400; Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych zebranych przez firmę Danae.

między poszczególnymi kategoriami nie są aż tak wyraźne.

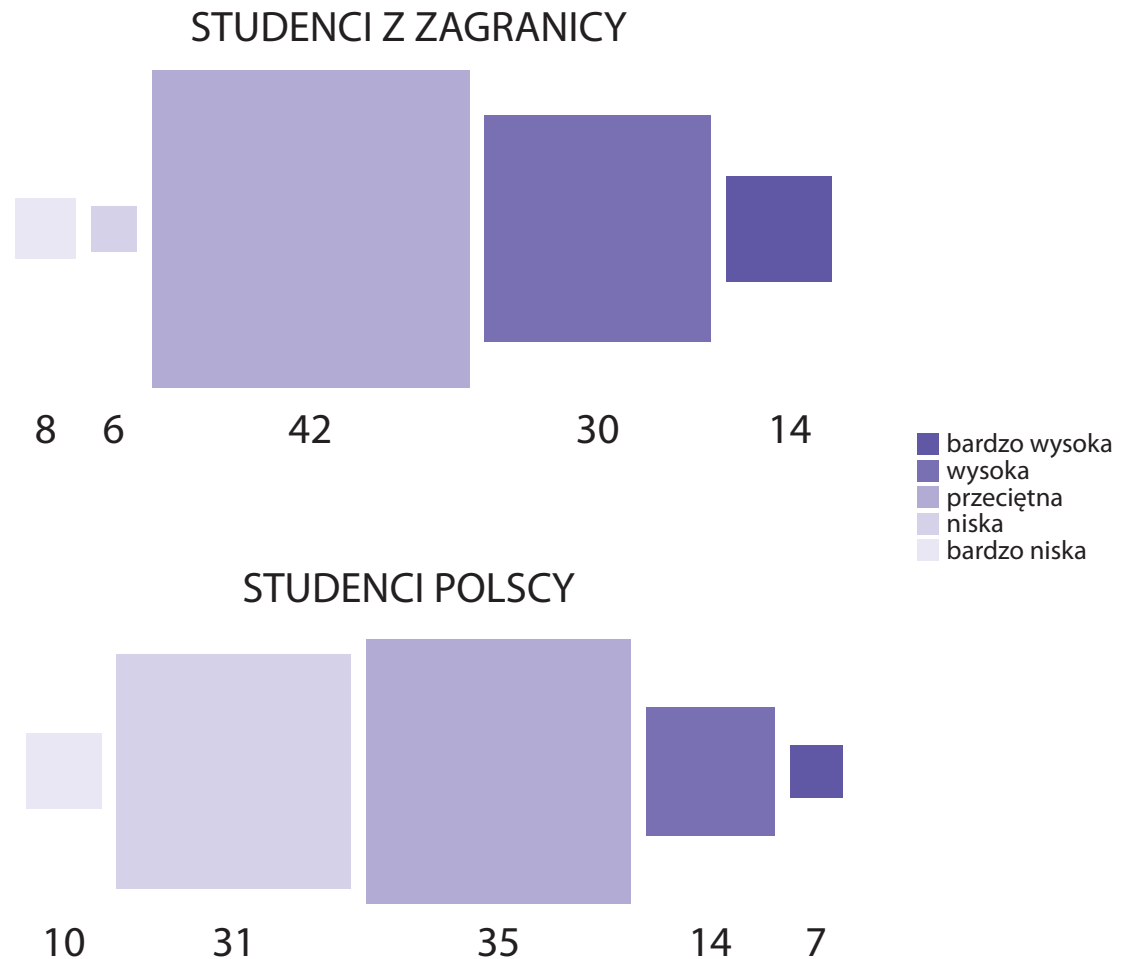
Wśród osób, które nie są w stanie przeznaczyć żadnej kwoty na kulturę w skali miesiąca, niemal 80% badanych deklaruje niską aktywność kulturalną (w tym 50% bardzo niską).

W dalszej części studenci zostali poproszeni o wskazanie, kto był organizatorem oferty kulturalnej, z której korzystali w ciągu ostatnich 12 miesięcy. Najczęściej wskazywano na imprezy podmiotów komercyjnych/klubów, uniwersytet/uczelnię oraz miejskie instytucje kultury, a najrzadziej na akademickie instytucje kultury i nieformalne grupy.

W badaniu fokusowym znalazło się dużo przykładów imprez klubowych, studenci wymieniali najpopularniejsze lokale i ich ofertę. Kluby są jednymi z najczęściej odwiedzanych miejsc, w których studenci spędzają wolny czas. Podkreślali atrakcyjność oferowanych tam zniżek dla studentów. „Wejście do klubu studenckiego to jest 5, 10 zł albo za darmo. Zależy od wydarzenia, zależy od tego, z jakiej uczelni jesteśmy.

Tabela 11. Przedziałowy wskaźnik aktywności a pochodzenie studentów

Przedziałowy wskaźnik aktywności a pochodzenie studentów



CAWI; N=1633; Chi-square: 18,9431, df=4, p=0,0008; Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych zebranych przez firmę Danae.

Tabela 12. Aktywność kulturalna a ocena sytuacji materialnej

Aktywność kulturalna a ocena sytuacji materialnej

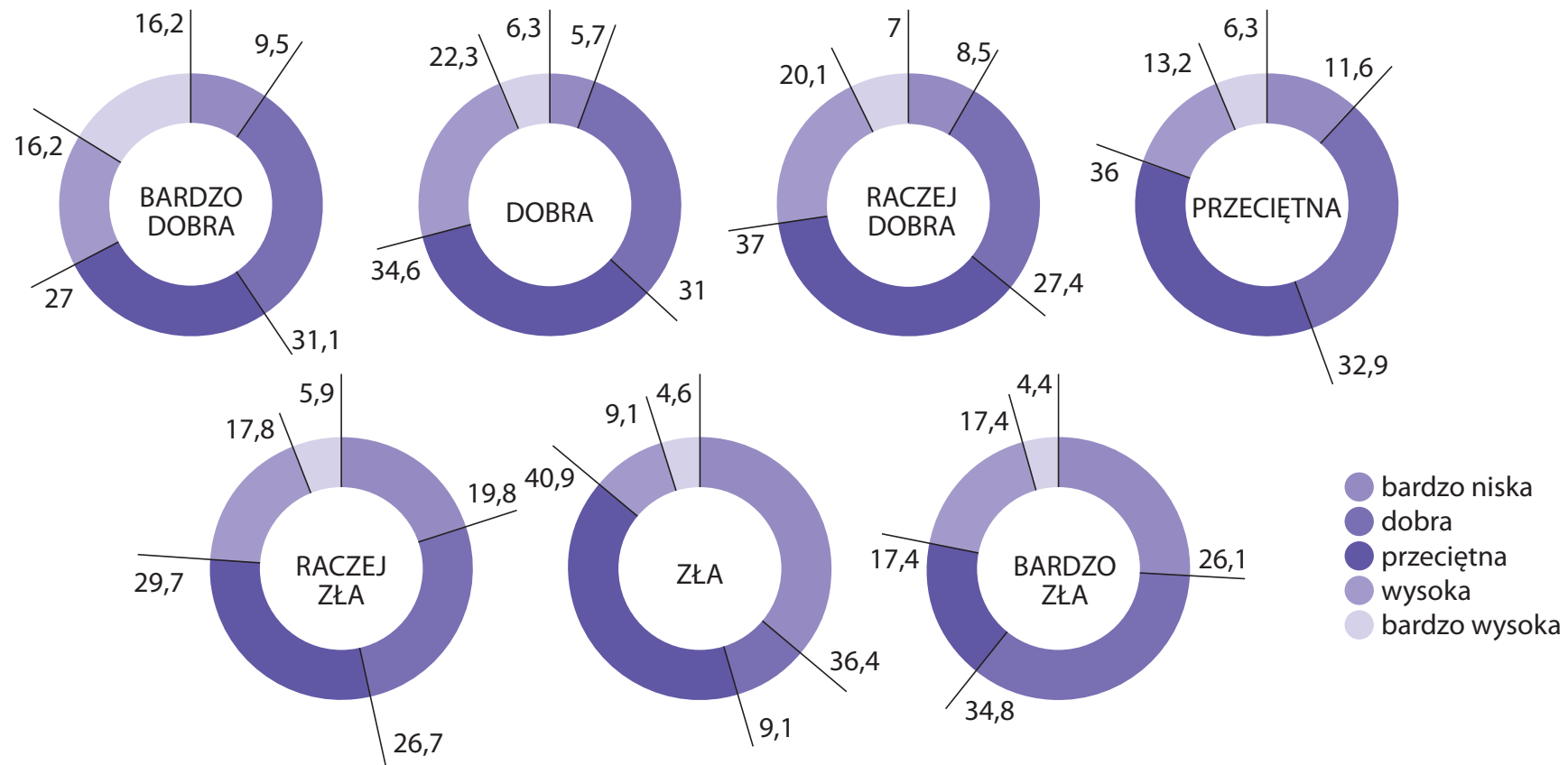
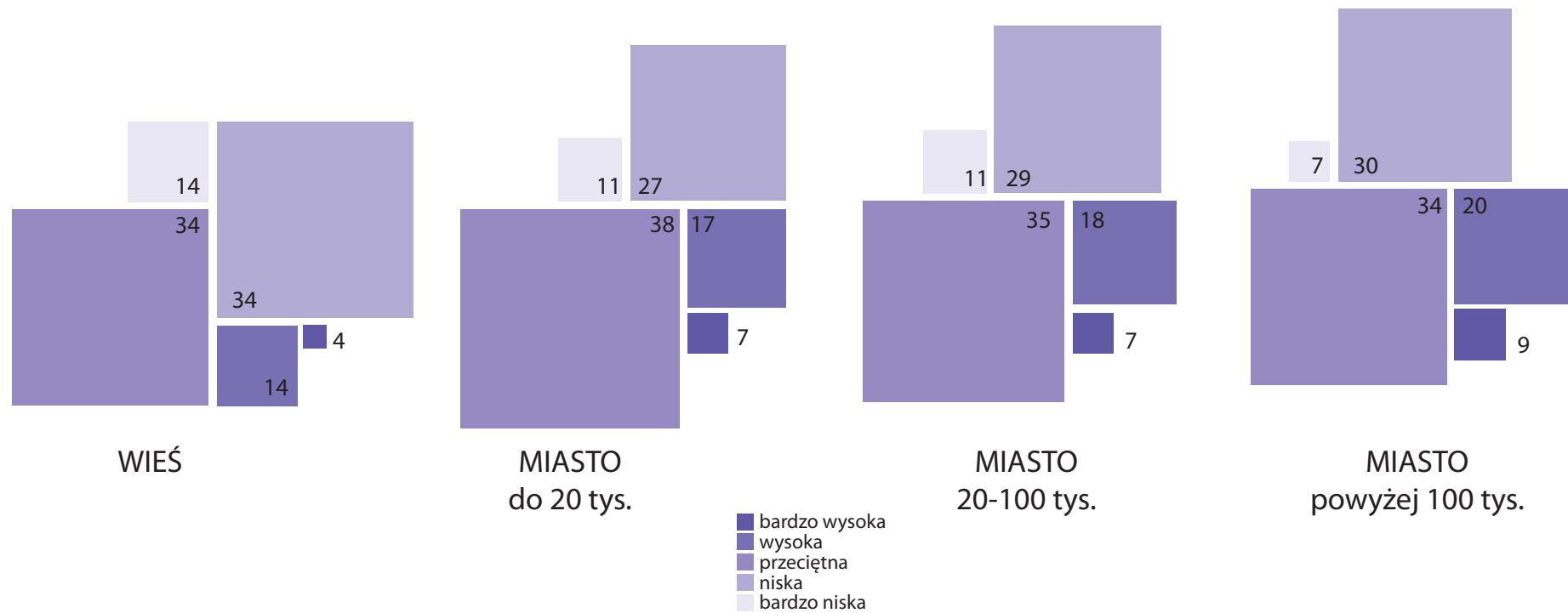


Tabela 13. Wskaźnik aktywności przedziałowy a wielkość miejscowości

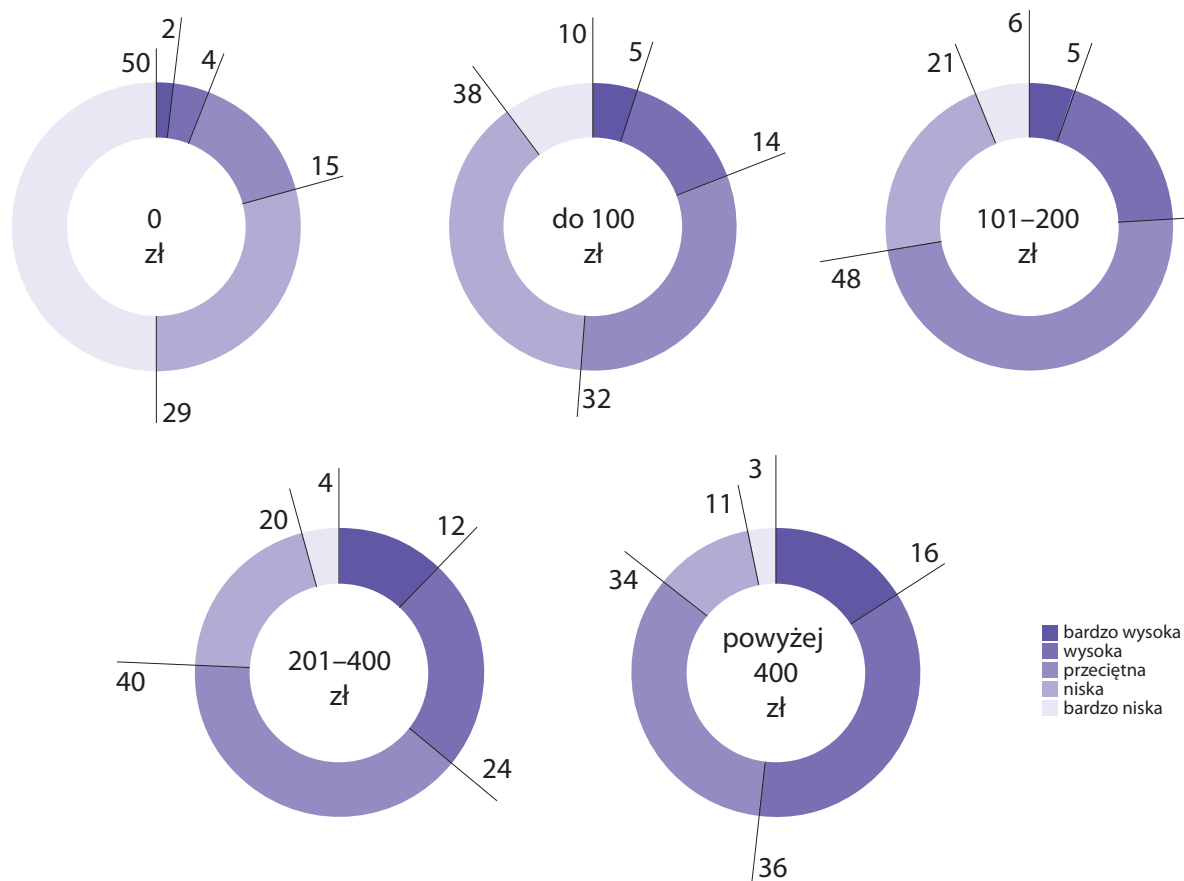
Wskaźnik aktywności przedziałowy a wielkość miejscowości



CAWI; N=1633; CHI 2=78,4456, p=0,000000; Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych zebranych przez firmę Danae

Tabela 14. Przedziałowy wskaźnik aktywności kulturalnej a poziom wydatków na kulturę

Przedziałowy wskaźnik aktywności kulturalnej a poziom wydatków na kulturę

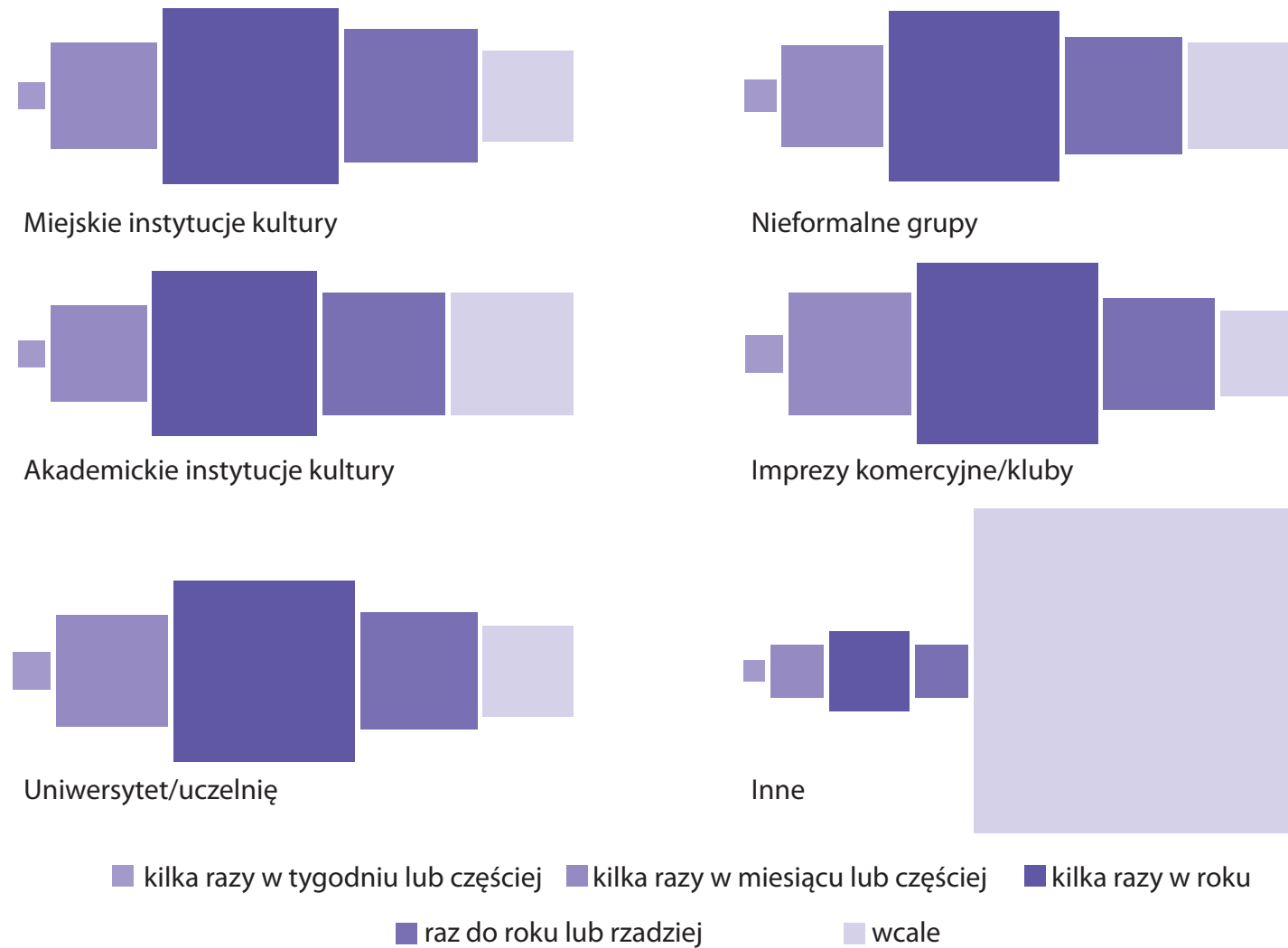


CAWI; N=1633; R Spearmana: 0,4 (p=0,0000); Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych zebranych przez firmę Danae.

No i do tego w takim klubie studenckim spotykamy głównie takie studenckie towarzystwo, co się wiąże z tym, że jest zupełnie inny klimat. To znaczy, jest wesoło, jest na luzie, jest tak, że inne osoby wydają się być bardziej przyjazne. A jak się idzie do takiego klubu gdzieś na mieście, no to często się zdarzają jakieś różne towarzystwa, takie jakieś agresywne zachowania, niebezpieczne. Więc ogólnie atmosferę wolę taką, jaka jest w klubach studenckich. Orz też to, że jest taniej, tym bardziej sprzyja temu, że wybieram takie kluby”. Wymieniali też wydarzenia uczelniane. Charakterystyczna dla ich oczekiwań jest następująca wypowiedź studenta: „ale właśnie Wydział ostatnio... może z rok temu miał fajną taką inicjatywę, bo zrobili sobie piknik zaraz koło swojego wydziału i można było tam po prostu... być grill, piwo, wszystko, jak należy, można było usiąść. No, jakby atmosfera i to, jak było to zrobione, to właśnie było na czasie i pod studentów.” Większość studentów biorących udział w badaniu fokusowym mówiła o juwenaliach, a nawet wspomniano, że „najpiękniejszą rzeczą w juwenaliach jest to, że w każdym

Tabela 15. Częstotliwość uczestnictwa w kulturze według typu instytucji

Jak często korzystał/a Pan/i w ciągu ostatnich 12 miesięcy z oferty kulturalnej organizowanej/oferowanej przez



CAWI; N=1633; Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych zebranych przez firmę Danae.

mieście są juwenalia i najczęściej są w różnych terminach”.

W opinii studentów miasteczko akademickie jest uznawane za naturalną przestrzeń dla studenckich wydarzeń kulturalnych, ale akademickie ośrodki kultury raczej nie są kojarzone jako wyjątkowo ciekawe miejsca. Na taki odbiór może mieć wpływ słaba promocja wydarzeń oraz brak szerokiej oferty dla wszystkich studentów.

6.3 Motywacje uczestnictwa w kulturze

W badaniu ankietowym osoby, które wskazały, że w ciągu ostatnich 12 miesięcy uczestniczyły w jakiegokolwiek formie aktywności kulturalnej, zostały zapytane o powody podejmowania takich aktywności. Do głównych motywów należy rozrywka, ale też potrzeba rozwoju osobistego. Ważnym powodem jest także chęć poszerzenia własnych horyzontów i wzbogacenia wiedzy. Istotna jest też potrzeba spędzania czasu z innymi, oderwania się od codzienności, a także doświadczania wyjątkowych przeżyć. Co czwarta osoba traktuje to także jako formę odpoczynku. 8,5% osób jest

motywowanych chęcią pokazania czegoś ciekawego innym. Kultura jest więc traktowana najczęściej jako źródło rozrywki lub jako autoteliczna wartość, rzadziej natomiast jest wybierany aspekt pragmatyczny, związany z instrumentalną motywacją przydatności dla kariery zawodowej.

Podobne motywacje pojawiły się w badaniu fokusowym, gdzie wymieniano potrzebę relaksu, przyjemnego spędzenia wolnego czasu w towarzystwie, nowych doznań i nowej wiedzy. Mówiono też o okazji „do spotkań z różnymi ciekawymi ludźmi, by zobaczyć ich punkt widzenia”.

Różnice motywacji w zależności od płci pokazują większe zainteresowanie kobiet uczestnictwem w kulturze dla rozwoju osobistego oraz z powodu okazji do życia towarzyskiego. Mężczyźni natomiast robią to częściej dla rozrywki i odpoczynku.

W celu dokonania segmentacji badanej grupy studentów pod względem motywów uczestnictwa w kulturze przeprowadzono analizę udzielonych odpowiedzi metodami wielowymiarowej analizy korespondencji (Multiple Corresponden-

ce Analysis – MCA), analizy czynnikowej (Factor Analysis – FA) oraz dwustopniowej analizy skupień (Cluster Analysis – CA). Analizy przeprowadzone tymi metodami dały zbliżone wyniki, co potwierdza ich poprawność.

Na podstawie odpowiedzi studentów dotyczących głównych motywów uczestnictwa w kulturze wyróżniono cztery główne typy motywacji: 1) odpoczynek od obowiązków i „lekka” rozrywka; 2) rozwój profesjonalny; 3) ogólne poszerzanie horyzontów; 4) intensywne doznania w grupie.

1) Odpoczynek od obowiązków i „lekka” rozrywka

Kategoria pierwsza odzwierciedla związek pomiędzy takimi motywami jak chęć odpoczynku, potrzeba rozrywki oraz oderwania się od codziennych obowiązków. Jednocześnie są one negatywnie skorelowane z takimi motywami jak „aby dowiedzieć się czegoś, poszerzyć horyzonty” oraz „dla rozwoju osobistego”. W związku z tym należy traktować tę kategorię jako grupę odbiorców kultury raczej nienastawionych na uczestnictwo w wydarzeniach wymagających dużego zaangażowania,

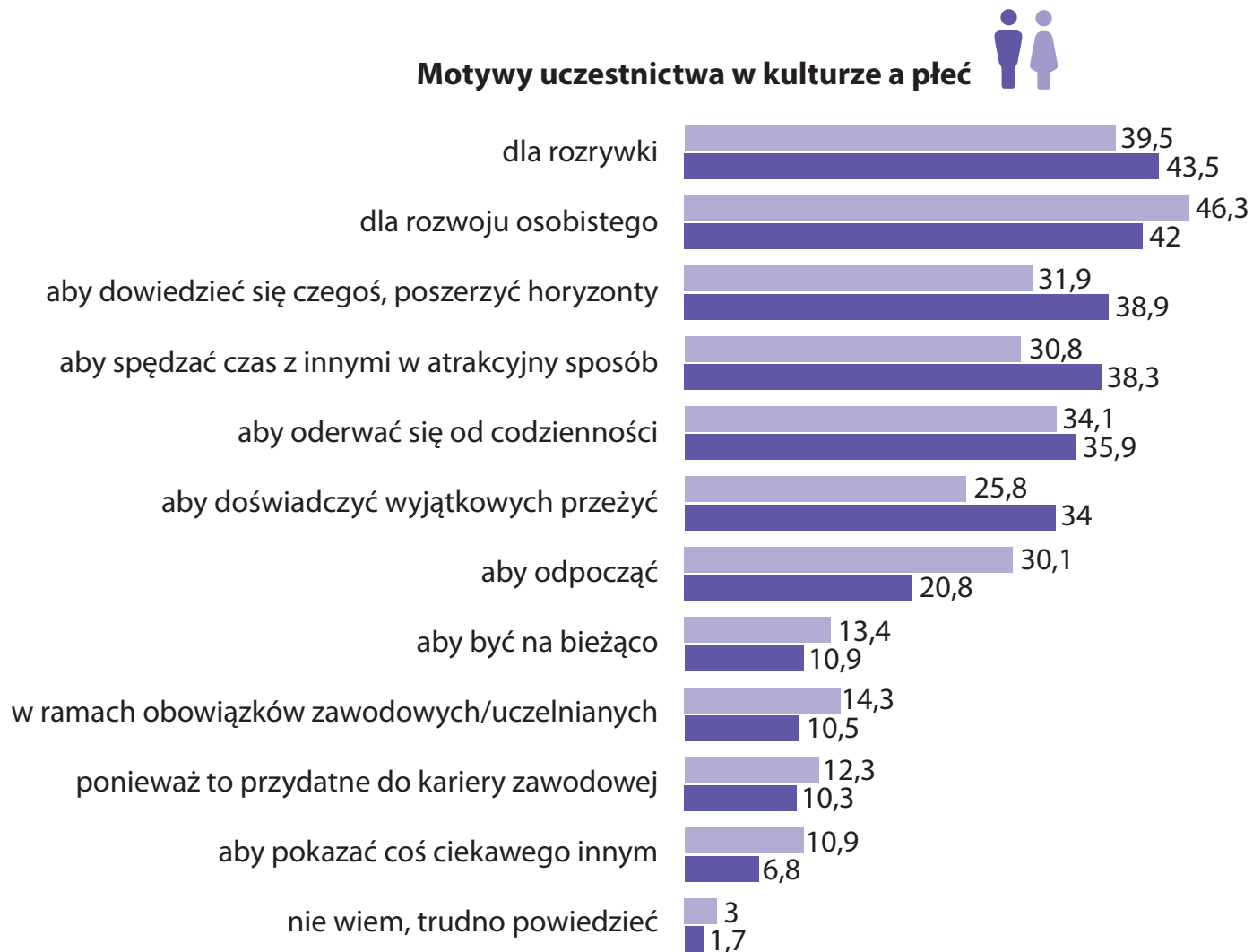
Tabela 16. Motywy uczestnictwa w kulturze

Motywy uczestnictwa w kulturze



CAWI; N=1569; Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych zebranych przez firmę Danae.
[Pytanie wielokrotnego wyboru. Wyniki nie sumują się do 100%]

Tabela 17. Motywy uczestnictwa w kulturze a płeć



CAWI; N=1569; Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych zebranych przez firmę Danae.
 [Pytanie wielokrotnego wyboru. Wyniki nie sumują się do 100%]

np. ukierunkowanych na rozwój i kształtowanie kompetencji kulturalnych.

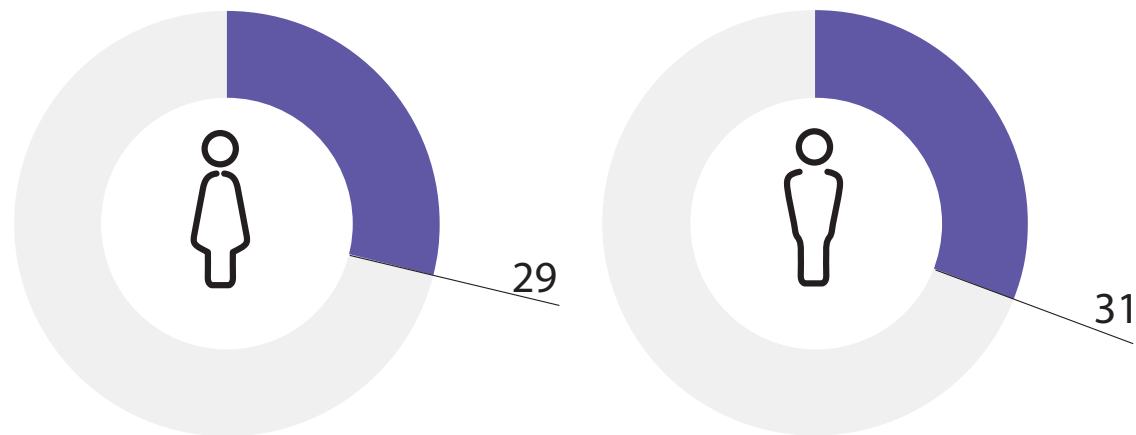
Jest to najbardziej popularny typ motywacji, gdyż w przybliżeniu co trzecia badana osoba wskazała tego typu zestaw odpowiedzi (480 osób). Taka motywacja częściej charakteryzuje mężczyzn niż kobiety, jednak nie jest to duża różnica (2 pkt procentowe), choć wysoka jest jej istotność statystyczna.

2) Rozwój profesjonalny – podejście pragmatyczne

W tej kategorii znalazły się osoby, które podchodzą do uczestnictwa w kulturze w sposób bardzo zaangażowany, aktywny i ukierunkowany na zdobywanie nowych kompetencji. Wśród motywów, jakimi kierują się te osoby, znalazły się takie odpowiedzi jak „chęć pokazania czegoś ciekawego innym”, „żeby być na bieżąco”, „w ramach obowiązków uczelnianych/zawodowych” oraz „ponieważ to przydatne do kariery zawodowej”. Zmienne te były też negatywnie skorelowane z takimi motywami jak „chęć oderwania się od codzienności” i „rozrywka”. Zależności te wskazują, że kategoria ta obejmuje osoby, które z kulturą

Tabela 18. Udział przedstawicieli poszczególnych płci w kategorii „Odpoczynek i lekka rozrywka”.

Odpoczynek od obowiązków i „lekka” rozrywka a płeć



CAWI; N=480; CHI 2=30,1 (p=0,000); Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych zebranych przez firmę Danae.

wiążą swoją przyszłość zawodową i często są jej twórcami, a nie tylko odbiorcami. Uczestnictwa nie traktują jako rozrywki czy odskoczni, ale jako inwestycję w swoją przyszłość.

Wśród osób wiążących uczestnictwo w kulturze z rozwojem profesjonalnym przeważają mężczyźni. Do kategorii tej zalicza się niespełna 27% badanych mężczyzn oraz około 22% kobiet.

Osoby zorientowane na profesjo-

nalny rozwój częściej niż pozostali charakteryzują się niewystarczającym zaspokojeniem potrzeb kulturalnych. W kategorii tej znalazło się aż 40% ogółu osób, które deklarowały, że ich potrzeby są zdecydowanie niezaspokojone oraz 30% ogółu deklarujących, że ich potrzeby są raczej niezaspokojone.

3) Ogólne poszerzanie horyzontów –

podejście autoteliczne

W tej kategorii wyodrębniono osoby, które w pytaniu o główne motywy wskazywały przede wszystkim „chęć dowiedzenia się czegoś i poszerzania horyzontów” oraz „rozwój osobisty”. Jednocześnie analiza wykazała negatywny związek pomiędzy tymi dwoma odpowiedziami a motywami związanymi z rozrywką. W tym przypadku mamy do czynienia z osobami ambitnymi, niekoniecznie profesjonalnie związanymi z kulturą, ale widzącymi w niej ważny element własnego, szeroko pojmowanego rozwoju. Osoby te stanowią najmniej liczną grupę wyodrębnioną w analizie segmentacyjnej. Zalicza się do niej 20% badanych (325 osób).

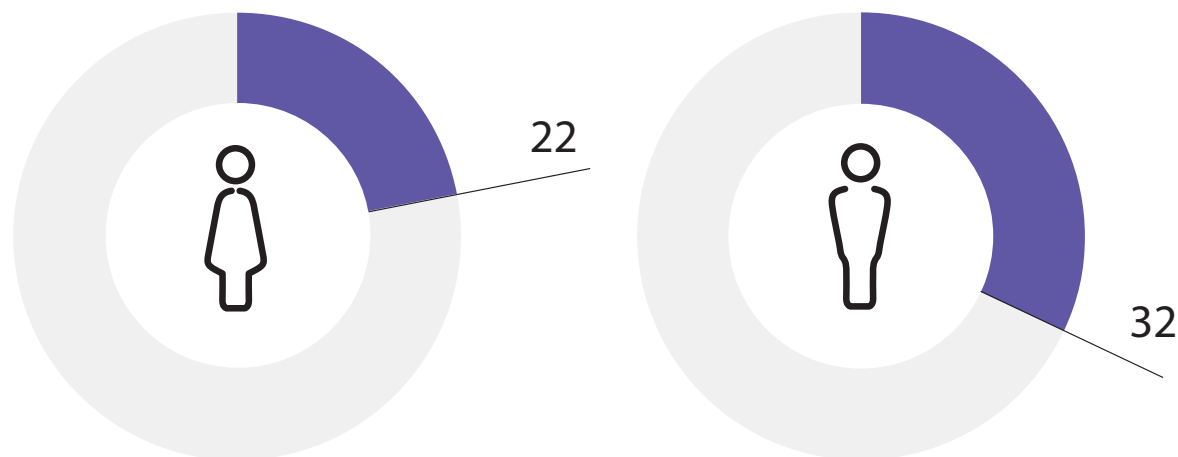
Do tej kategorii częściej należą kobiety niż mężczyźni. Zalicza się do nich 23% ogółu kobiet biorących udział w badaniu oraz 16% mężczyzn. Zależność ta jest istotna statystycznie.

4) Intensywne doznania w grupie

Ostatnia kategoria została stworzona na podstawie zaobserwowanego związku pomiędzy takimi odpowiedziami jak „aby

Tabela 19. Udział przedstawicieli poszczególnych płci w kategorii „Rozwój profesjonalny”.

Rozwój profesjonalny a płeć



CAWI; N=425; CHI 2=30,1 (p=0,000); Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych zebranych przez firmę Danae.

doświadczyć wyjątkowych przeżyć”, „aby oderwać się od codzienności” i „aby spędzić czas z innymi w atrakcyjny sposób”. Jednocześnie istnieje negatywna zależność pomiędzy tymi motywami a odpowiedzią „aby odpocząć”. Świadczy to o tym, że osoby te raczej nie poszukują relaksu i wytchnienia, natomiast zależy im na niecodziennych przeżyciach dzielonych w gronie bliskich osób i aktywnie spędzonym czasie.

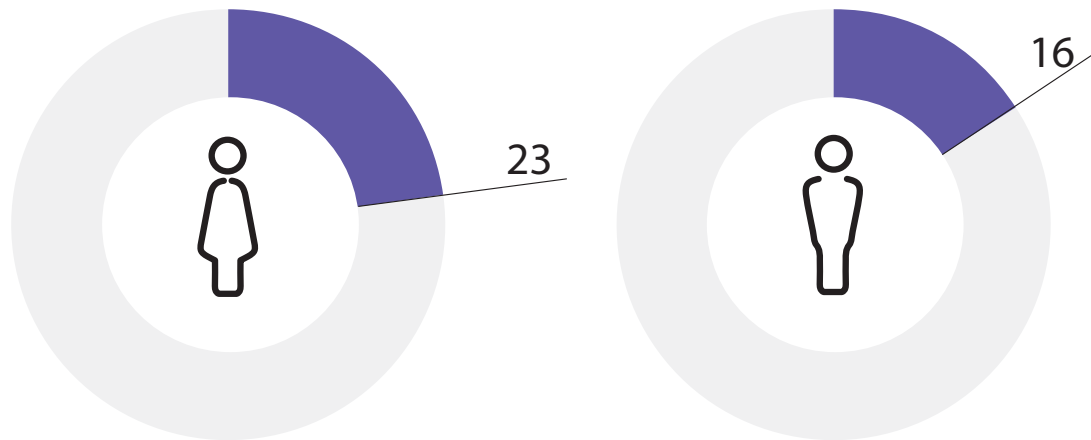
Tylko nieznacznie częściej w tej kate-

gorii występują kobiety niż mężczyźni. Różnica w odsetku ogółu badanych osób z tych grup wynosi tylko 5 pkt. procentowych.

Wskazane powyżej kategorie są zbliżone pod względem liczebności, jednak można zauważyć przewagę motywacji związanych z mało angażującą rozrywką. Ciekawe jest, że duży odsetek badanych podchodzi do kultury w sposób pragmatycz-

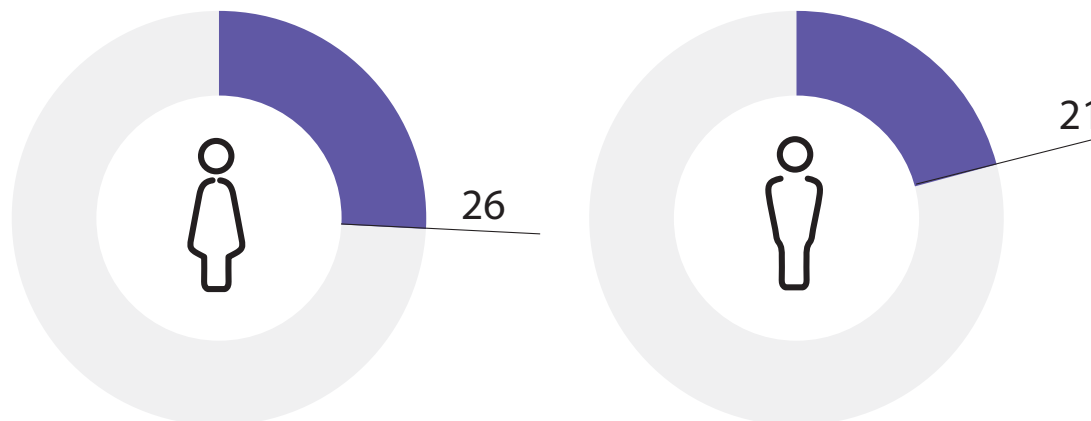
Tabela 20. Udział przedstawicieli poszczególnych płci w kategorii „Ogólne poszerzanie horyzontów”

Ogólne poszerzanie horyzontów a płeć



CAWI; N=325; CHI 2=30,1 (p=0,000); Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych zebranych przez firmę Danae.

Intensywne doznania w grupie



ny i traktuje rozwój kulturalny jako formę inwestycji w przyszłość. Przedostatnią kategorię pod względem liczności stanowią osoby zorientowane na doświadczanie wyjątkowych i intensywnych przeżyć, dzieląc je z bliskimi osobami, natomiast najmniej liczna jest grupa podchodząca do kultury zdecydowanie autotelicznie, traktując ją jako element ogólnego rozwoju osobistego.

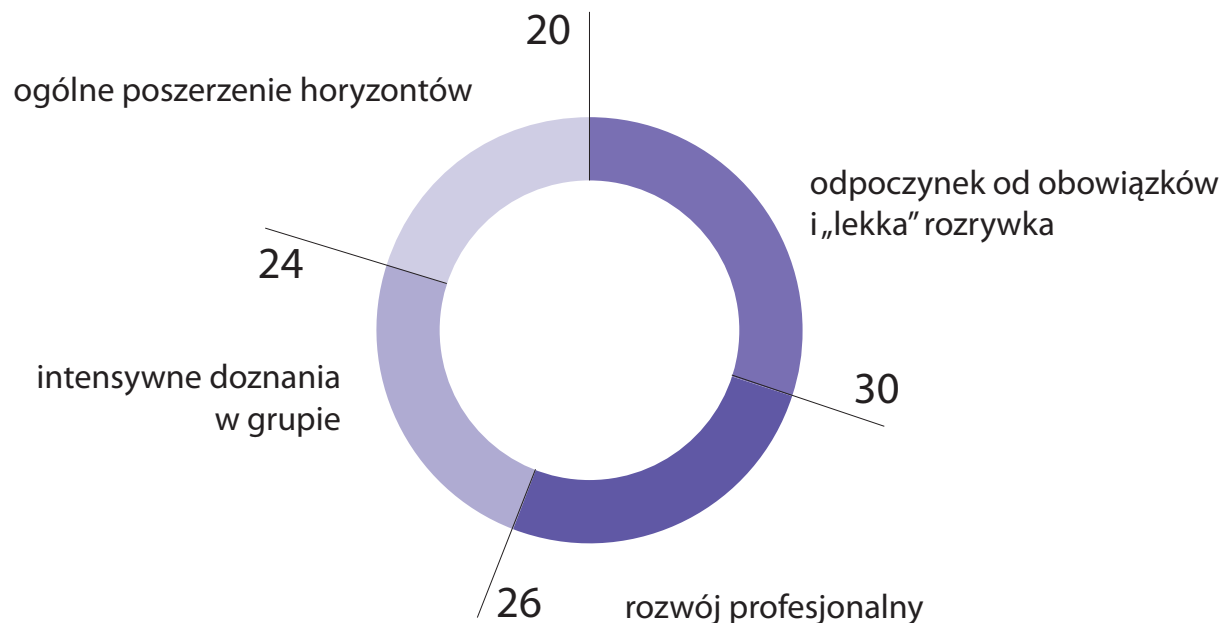
Wyodrębnione na podstawie typu motywacji kategorie uczestników kultury są zróżnicowane pod względem średnich, miesięcznych wydatków na kulturę. Zdecydowanie powyżej średniej ogólnej na kulturę wydają osoby zorientowane na profesjonalny rozwój związany z kulturą. Nieco więcej od ogółu wydają osoby dostrzegające w kulturze szansę na ogólny rozwój osobisty i poszerzanie horyzontów, natomiast najmniej osoby, którym najbardziej zależy na społecznym wymiarze uczestnictwa w kulturze oraz intensywnych przeżyciach.

6.4 Powody braku uczestnictwa w aktywnościach kulturalnych

Osoby, które więcej niż trzy razy wskazały, że w ciągu ostatnich 12 miesięcy nie uczest-

Tabela 21. Udział studentów w próbie według typu motywacji uczestnictwa w kulturze

Udział studentów wg typu motywacji



CAWI; N=1569; Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych zebranych przez firmę Danae.

niczyły w różnych formach aktywności kulturalnej, zostały zapytane o powody, jakie o tym zdecydowały.

Najczęściej studenci wskazywali, że przyczyną braku uczestnictwa w aktyw-

nościach kulturalnych jest brak czasu (43%). Była to także przyczyna podnoszona w badaniach fokusowych. Deficyt czasu wiązano z wymaganiami na studiach, np. medycznych albo z podejmowaniem pracy w czasie studiów. Mówili,

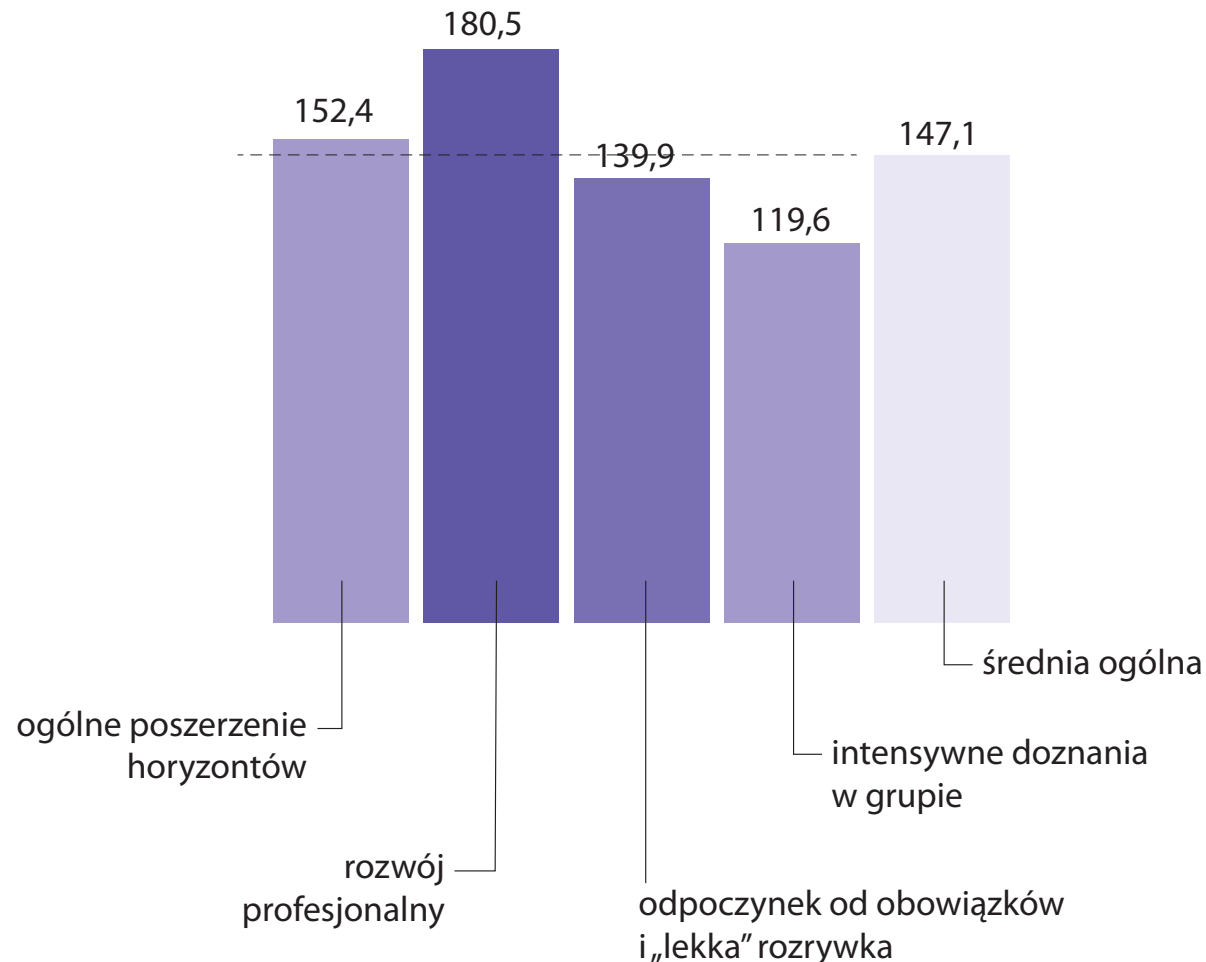
że „większość studentów w dzisiejszych czasach próbuje pogodzić pracę ze studiami. Więc, no... Jeszcze dodatkowo organizacja takich rzeczy, jak Juwenalia, albo pomoc przy załatwianiu jakichś rzeczy, to jest już... Krótko z czasem. Zwłaszcza dla tych, co w tygodniu pracują, a w weekendy studiują. To wtedy jeszcze mniej czasu.”

Drugim, niemal równie często wskazywanym powodem, był brak pieniędzy. Ciekawe jest, że trzecią najczęściej wskazywaną przyczyną nieuczestniczenia jest brak osób, z którymi można wybrać się na wydarzenie. Duży jest także odsetek osób, które jako przyczynę wskazały brak zainteresowania. Dodając do tego odpowiedzi wskazujące, że nie wiedzą, po co mieliby uczestniczyć w takich wydarzeniach albo deklarujących trudności z podjęciem decyzji, wydaje się, że istnieje problem nieuczestniczenia z powodu braku potrzeby, braku zainteresowania. Badani w bezpośrednich rozmowach określali, że brak zainteresowania wynika głównie ze słabej i nieinteresującej ich oferty.

Jak wynika z poniższego wykresu, problem ten dotyczy w większym stopniu mężczyzn. Aż 42% z nich wskazuje, że nie interesują ich

Tabela 22. Średnie wydatki na kulturę w kategoriach wyodrębnionych na podstawie typu motywacji (dane w zł)

Średnie wydatki na kulturę w poszczególnych grupach (dane w zł)



CAWI; N=1633; Istotność statystyczna różnic na podstawie analizy ANOVA ($p=0,000016$); Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych zebranych przez firmę Danae.

takie wydarzenia (odpowieź taką wskazało 26% kobiet), natomiast co trzeci podkreśla, że nie wie, po co miałby iść. Różnice ze względu na płeć pokazują także, że kobiety poza problemami z pieniędzmi i czasem deklarują, że barierą uczestniczenia są takie okoliczności jak brak towarzystwa czy obawa przed tłokiem na imprezach. Mężczyźni zwracają nieco większą uwagę na brak interesujących wydarzeń. W badaniach fokusowych studenci mówili jeszcze o braku skutecznej informacji i reklamy: „są niby jakieś plakaty, ale są tak zrobione, że mało co na nich widać tak naprawdę”.

Choć trudności z dojazdem na wydarzenia jako przyczynę bierności wskazywał stosunkowo nieduży odsetek badanych, to jest to istotna bariera dla osób studiujących w trybie niestacjonarnym. Taką odpowiedź wskazywał co trzeci badany z tej grupy.

Powody braku uczestnictwa są różne wśród studentów poszczególnych kierunków studiów. W badaniu zwrócono uwagę przede wszystkim na przyczyny braku aktywności wśród studentów dyscyplin charakteryzujących się najniższą aktywnością kulturalną, czyli nauk rol-

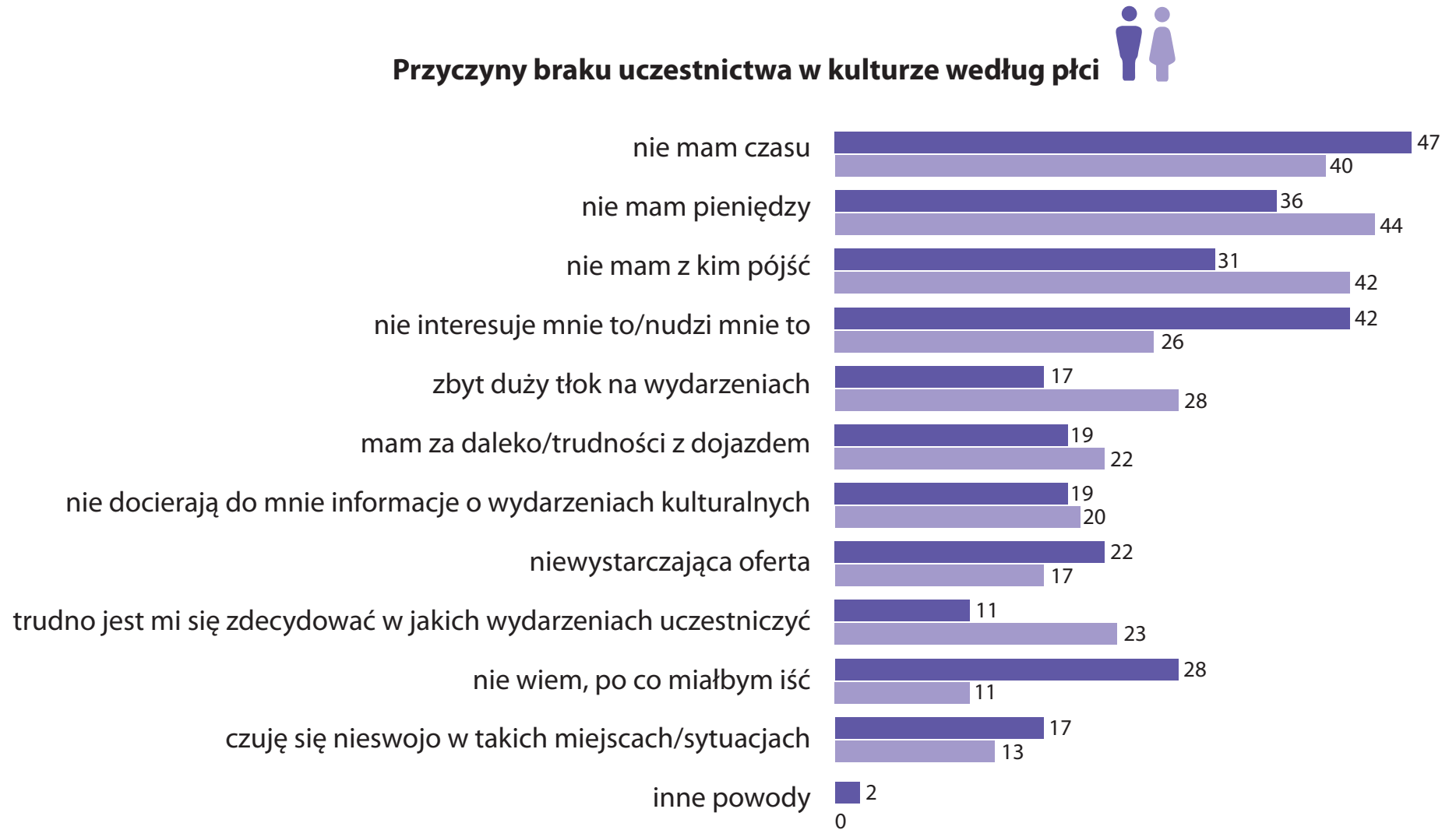
Tabela 23. Główne powody braku uczestnictwa w kulturze

Powody braku uczestnictwa w kulturze



CAWI; N=162; Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych zebranych przez firmę Danae.
[Pytanie wielokrotnego wyboru. Wyniki nie sumują się do 100%]

Tabela 24. Przyczyny braku uczestnictwa w kulturze a płeć



CAWI; N=162; Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych zebranych przez firmę Danae.
Pytanie wielokrotnego wyboru. Wyniki nie sumują się do 100%].

nicznych, nauk medycznych oraz ścisłych i przyrodniczych.

Studenci kierunków ścisłych i przyrodniczych najczęściej nie uczestniczą w kulturze z powodu braku czasu (44%), natomiast w drugiej kolejności najczęściej wskazywano brak zainteresowania (39%) oraz brak komfortu na takich wydarzeniach spowodowany zbyt dużym tłokiem (39%). Istotny odsetek w tej grupie (28%) czuje się nieswojo na takich wydarzeniach i nie wie, po co miałby tam iść. Wśród studentów kierunków medycznych powodem braku uczestnictwa również najczęstszą są pieniądze (68%), a także brak czasu (47%) oraz brak osób, z którymi można się wybrać (47%).

Przyczyny braku uczestnictwa zależą także od sytuacji finansowej studentów. Osoby w dobrej sytuacji najczęściej deklarują brak czasu jako przyczynę, natomiast wśród osób w złej sytuacji barierą stanowią kwestie związane z finansami, a także z dojazdem na wydarzenia. Częściej niż pozostałe osoby wskazują oni także trudności w zdecydowaniu się, w których wydarzeniach wziąć udział.

Ważna jest także sytuacja zawodowa

studentów. Osoby pracujące na stałe zwykle nie mają czasu, aby uczestniczyć w kulturze, natomiast osoby tylko studiujące, poza brakiem czasu, najczęściej wskazywały kwestie finansowe oraz brak zainteresowania takimi wydarzeniami. Ze względu na miejsce zamieszkania różnice są widoczne ze względu na częstość wskazywania takich przyczyn jak brak zainteresowania wydarzeniami. Najwyraźniejsza jest różnica pomiędzy mieszkańcami wsi i dużych miast. W pierwszym przypadku odsetek takich odpowiedzi wynosi 37%, natomiast w drugim 20%. Inna zależność polega na tym, że częsty problem braku osób, w towarzystwie których można pójść na wydarzenie, dotyczy w większym stopniu mieszkańców miast, gdzie odsetek wskazujących taki powód wynosi 43%, natomiast wśród mieszkańców wsi 25%.

6.5 Aktywność twórcza studentów

W badaniu poruszono także temat aktywności twórczej współczesnych studentów. Studenci wskazali, że w ciągu ostatnich 12 miesięcy najczęściej podejmowali się aktywności twórczych związanych z filmem (21,9% raz w tygodniu lub częściej).

W tygodniu dosyć często podejmowane są również działania twórcze związane ze śpiewem (17,3%) oraz z tańcem (11,3%). Najmniejszą popularnością cieszy się gra na instrumencie, gdzie co trzecia osoba nie podejmowała takiej formy aktywności w ciągu ostatniego roku.

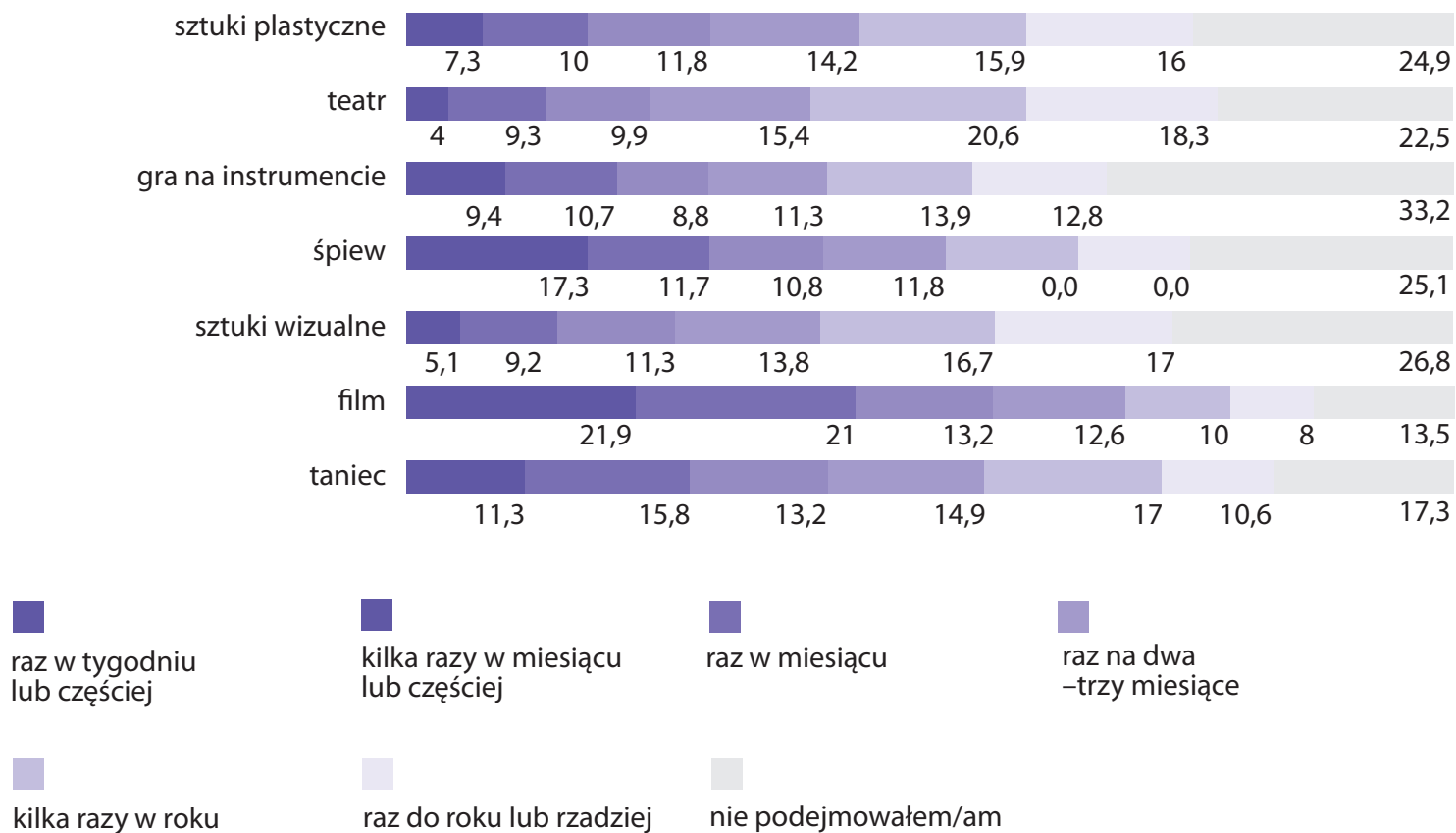
10% studentów zadeklarowało ponadto, że w ciągu ostatnich 12 miesięcy uczestniczyło w jeszcze innych niż wyżej wymienione aktywnościach twórczych. Najczęściej wskazywanymi dodatkowymi formami aktywności twórczej były: pisanie, malarstwo, rysunek, rzeźba oraz rękodzieło, plastyka i sztuki manualne, fotografia i komponowanie muzyki.

Aby stwierdzić, jaki odsetek studentów można określić mianem twórców, założono, że osoba taka podejmuje przynajmniej jedną z wymienionych w powyższym pytaniu aktywności twórczych co najmniej raz w miesiącu. Po przyjęciu takiej metodologii z badań wynika, **że na miano twórcy zasługuje aż 75%** uczestników badania (1229 osób). Tylko 25% (404 osoby) nie podejmowało żadnej aktywności twórczej co najmniej raz w miesiącu.

W celu zbadania poziomu aktywności

Tabela 25. Częstotliwość podejmowania aktywności twórczej w ciągu ostatniego roku

Jak często w ciągu ostatnich 12 miesięcy podejmował/a Pan/i następujące formy aktywności twórczej?



CAWI; N=1633; Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych zebranych przez firmę Danae.

twórczej studentów na podstawie odpowiedzi na powyższe pytanie utworzono zagregowany wskaźnik punktowy aktywności twórczej². Poniżej przedstawiono rozkład statystyczny wskaźnika w badanej zbiorowości.

Przeciętnie studenci zdobywali około 18 pkt. na przyjętej skali, jednak badana grupa charakteryzuje się dużym zróżnicowaniem pod tym względem, o czym świadczy wartość odchylenia standardowego równa 10,3 pkt. Zupełny brak aktywności twórczej wskazało 4% respondentów, niską i raczej niską aktywność deklarowało 39%, natomiast 22% wyróżnia ponadprzeciętną aktywność.

Podobnie jak w przypadku uczestnictwa w kulturze, również pod względem aktywności twórczej występuje duże zróżnicowanie ze względu na kierunek studiów. Największy odsetek twórców występuje wśród studentów kierunków artystycznych oraz humanistycznych. Niską aktywnością charakteryzują się natomiast studenci kierunków ścisłych i przy-

² Wskaźnik przyjmuje wartości od 0 (brak aktywności w ostatnim roku) do 42 (każda z wymienionych aktywności podejmowana co najmniej raz w tygodniu).

Tabela 26. Statystyki opisowe wskaźnika aktywności twórczej

Statystyki opisowe							
	N	Średnia	Mediana	Moda	Liczność Mody	Minimum	Maksimum
Wskaźnik aktywności twórczej	1633	18	18	15	73	0	42

rodniczych

Jeżeli chodzi o wpływ okresu studiów na aktywność twórczą, widoczna jest podobna tendencja, jak w przypadku uczestnictwa w kulturze. Obserwuje się istotny wzrost w stosunku do pierwszego roku, natomiast w kolejnych latach aktywność ta stopniowo maleje, co jak się wydaje ma związek z przyrostem obowiązków związanych ze studiowaniem.

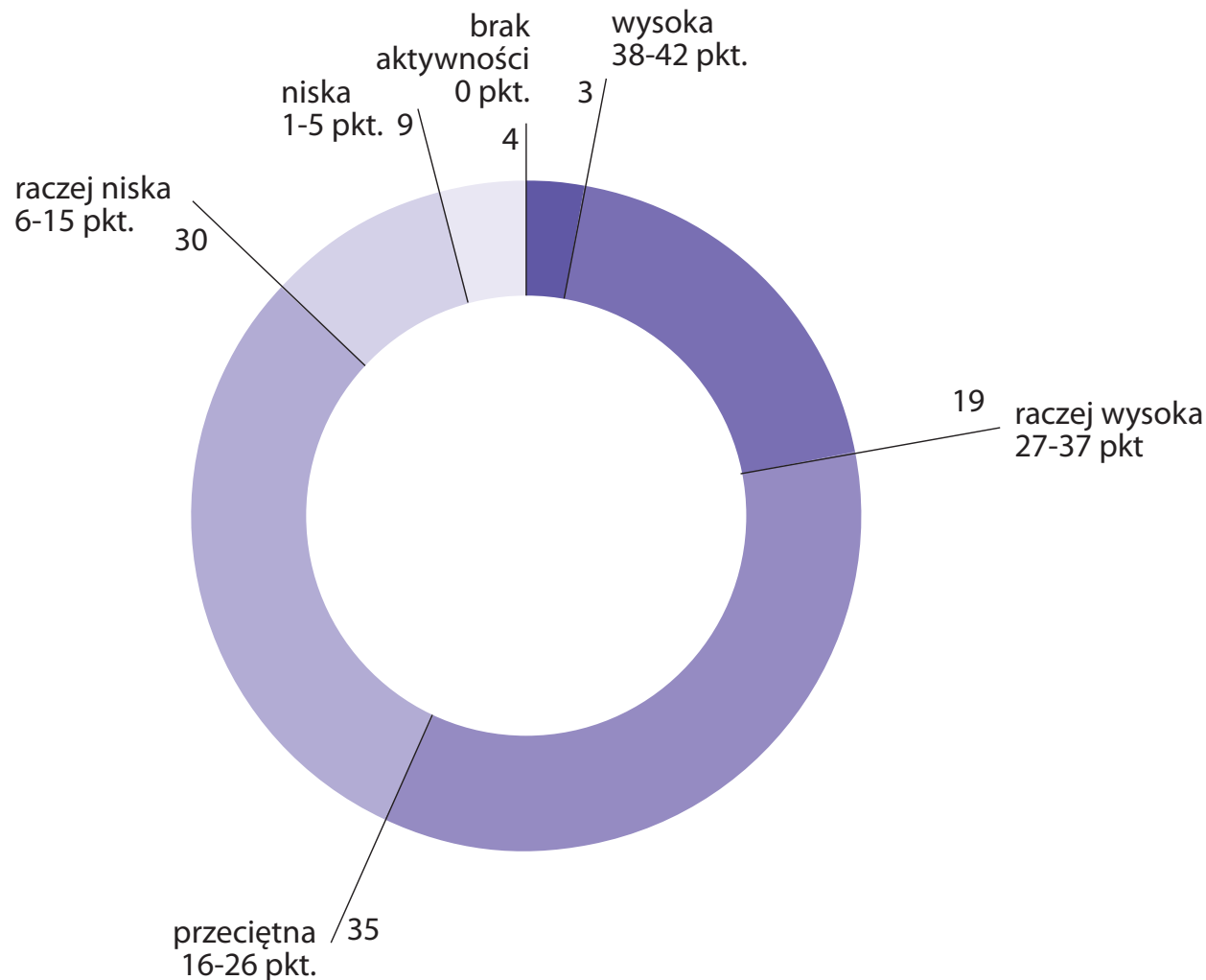
Aktywność twórcza jest powiązana także z miejscem pochodzenia studentów. Analiza wariancji nie wykazała istotnych różnic pomiędzy średnią wartością wskaźnika w miastach. Istotną statystycznie różnica istnieje pomiędzy wsią

a miastem (niezależnie od jego wielkości). Największa różnica ma miejsce między studentami pochodzącymi ze wsi oraz studentami z dużych miast. Wysoką i raczej wysoką aktywnością charakteryzuje się co czwarta osoba z dużego miasta, natomiast wśród mieszkańców wsi odsetek takich osób wynosi 16%.

Ciekawa zależność istnieje pomiędzy sytuacją zawodową studentów a ich aktywnością twórczą. Jak wskazują wyniki, raczej wbrew pierwotnym założeniom aktywnością charakteryzują się osoby, które łączą studia z pracą zawodową. Częściej podejmują taką aktywność niż osoby, które tylko studiują, co oznacza, że brak czasu raczej nie jest tu istotnym

Tabela 27. Rozkład przedziałowy wskaźnika aktywności twórczej

Wskaźnik aktywności twórczej



CAWI; N=1633; Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych zebranych przez firmę Danae.

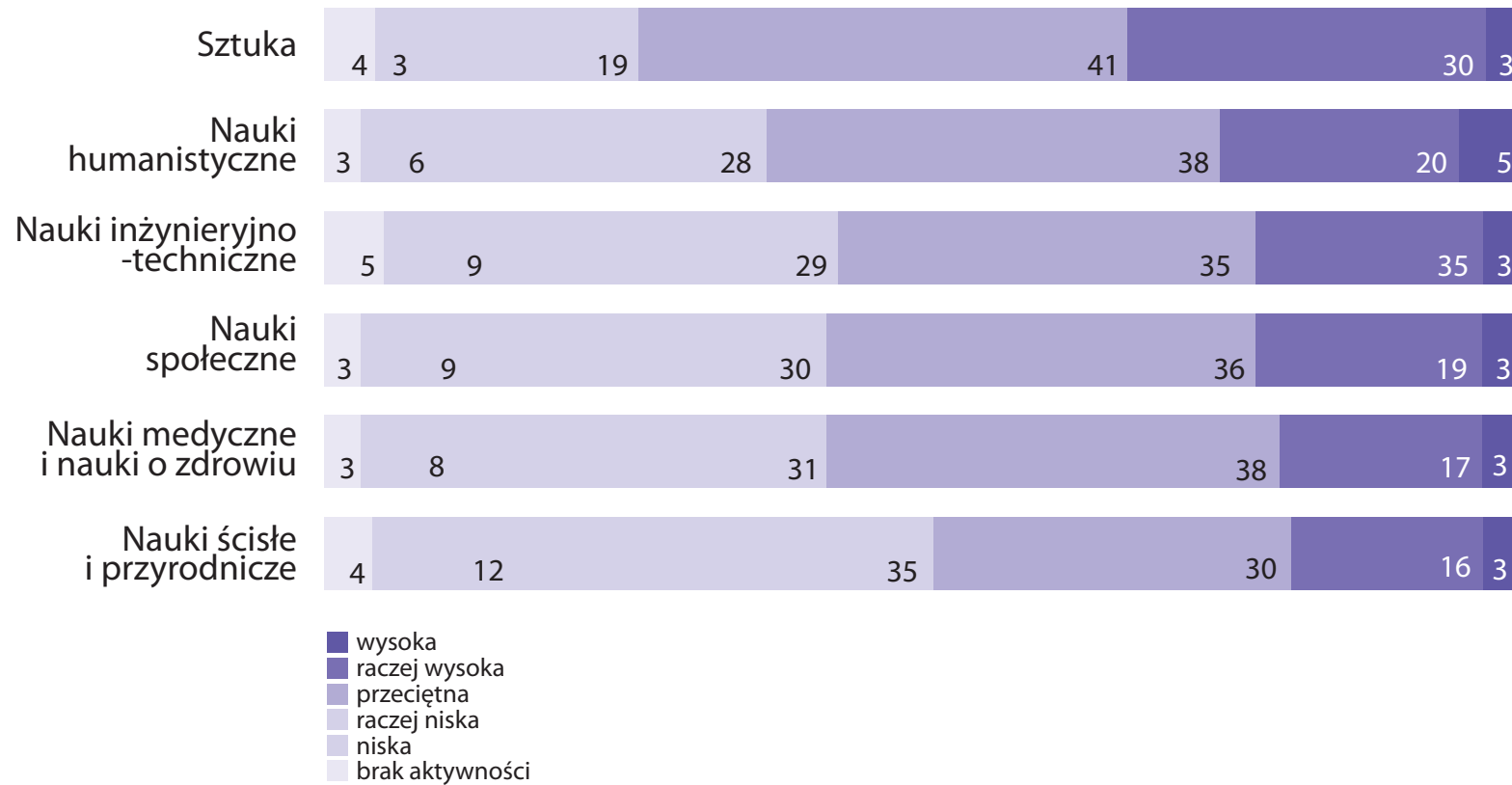
czynnikiem.

Poziom aktywności twórczej zależy także w dużym stopniu od sytuacji materialnej studentów. Najwyższą aktywnością charakteryzują się osoby deklarujące dobrą i bardzo dobrą sytuację materialną (na wykresie te dwie kategorie zostały połączone). Choć sytuacja materialna nie wpływa silnie na odsetek osób deklarujących wysoką i raczej wysoką aktywność twórczą w badanych grupach (jest on zbliżony w grupie w dobrej i w złej sytuacji materialnej), to istotnie określa ona odsetek osób deklarujących niski poziom oraz brak aktywności. W grupie deklarującej złą sytuację materialną wynosi on niemal 27%, natomiast wśród osób w dobrej sytuacji nieco ponad 10%.

Ciekawych wniosków dostarcza także porównanie wskaźnika aktywności twórczej ze wskaźnikiem ogólnego uczestnictwa w kulturze. Widoczna jest tu niemal pełna korelacja ($R=0,7$; $p=0,00$), co świadczy, że twórcy dużo częściej uczestniczą w wydarzeniach kulturalnych, a osoby nieuczestniczące

Tabela 28. Aktywność twórcza studentów a dyscyplina nauki

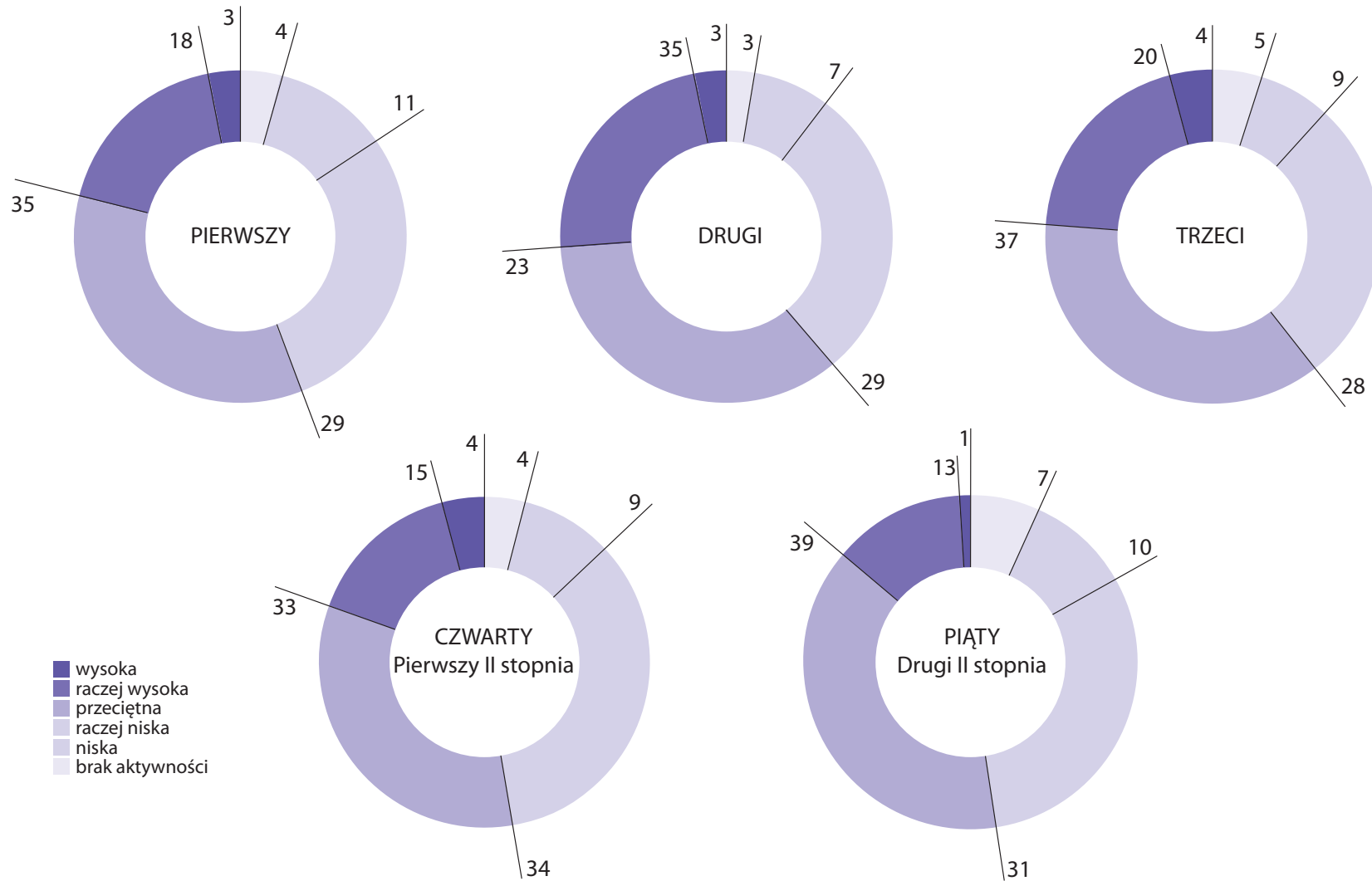
Aktywność twórcza a dyscyplina nauki



CAWI; N=1633; ANOVA ($p=0,04$); Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych zebranych przez firmę Danae.

Tabela 29. Wskaźnik aktywności twórczej studentów a rok (stopień) studiów

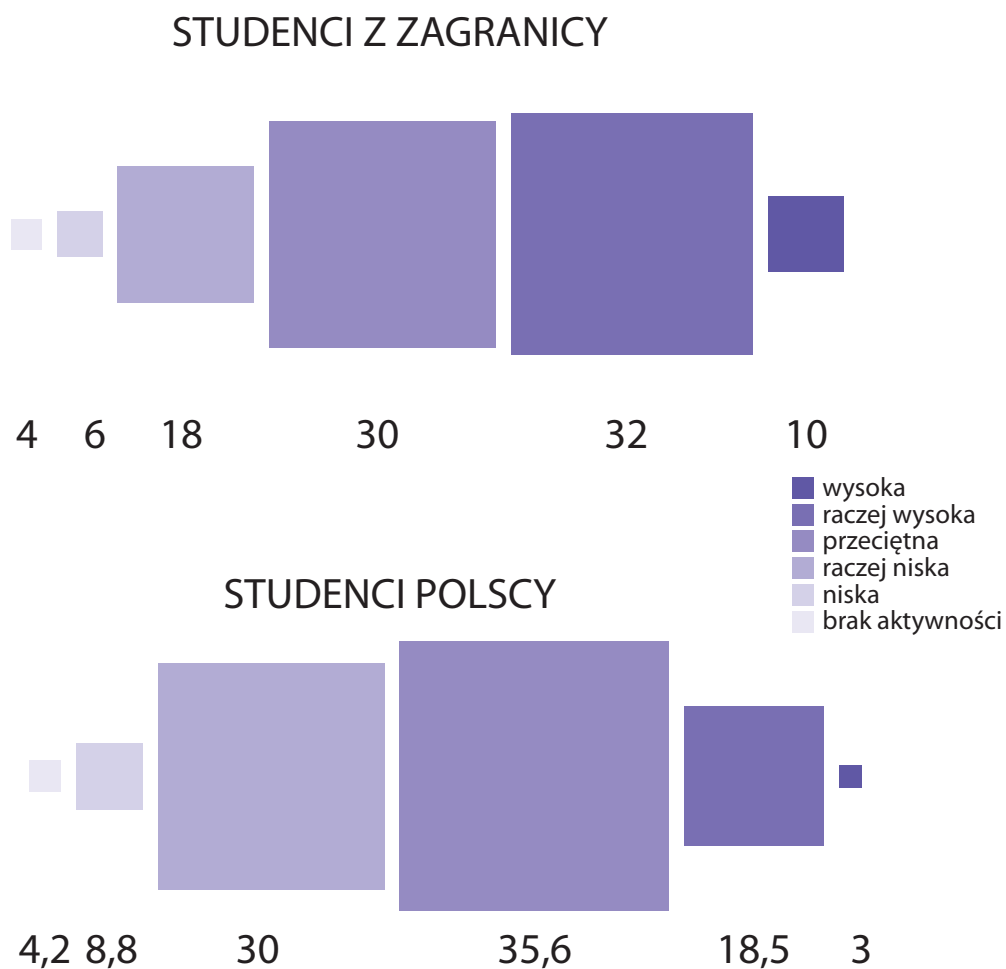
Aktywność twórcza a rok studiów



CAWI; N=1604 (z analizy wykluczono doktorantów ze względu na niską liczebność); ANOVA ($p=0,02$); Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych zebranych przez Danae.

Tabela 30. Wskaźnik aktywności twórczej a pochodzenie studentów

Aktywność twórcza a pochodzenie studentów



CAWI; N=1633; test T (p=0,0005); Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych zebranych przez Danae.

dużo rzadziej podejmują się aktywności twórczej. Trudno określić, co jest skutkiem, a co przyczyną, jednak faktem jest bardzo silna zależność między tymi dwoma aktywnościami.

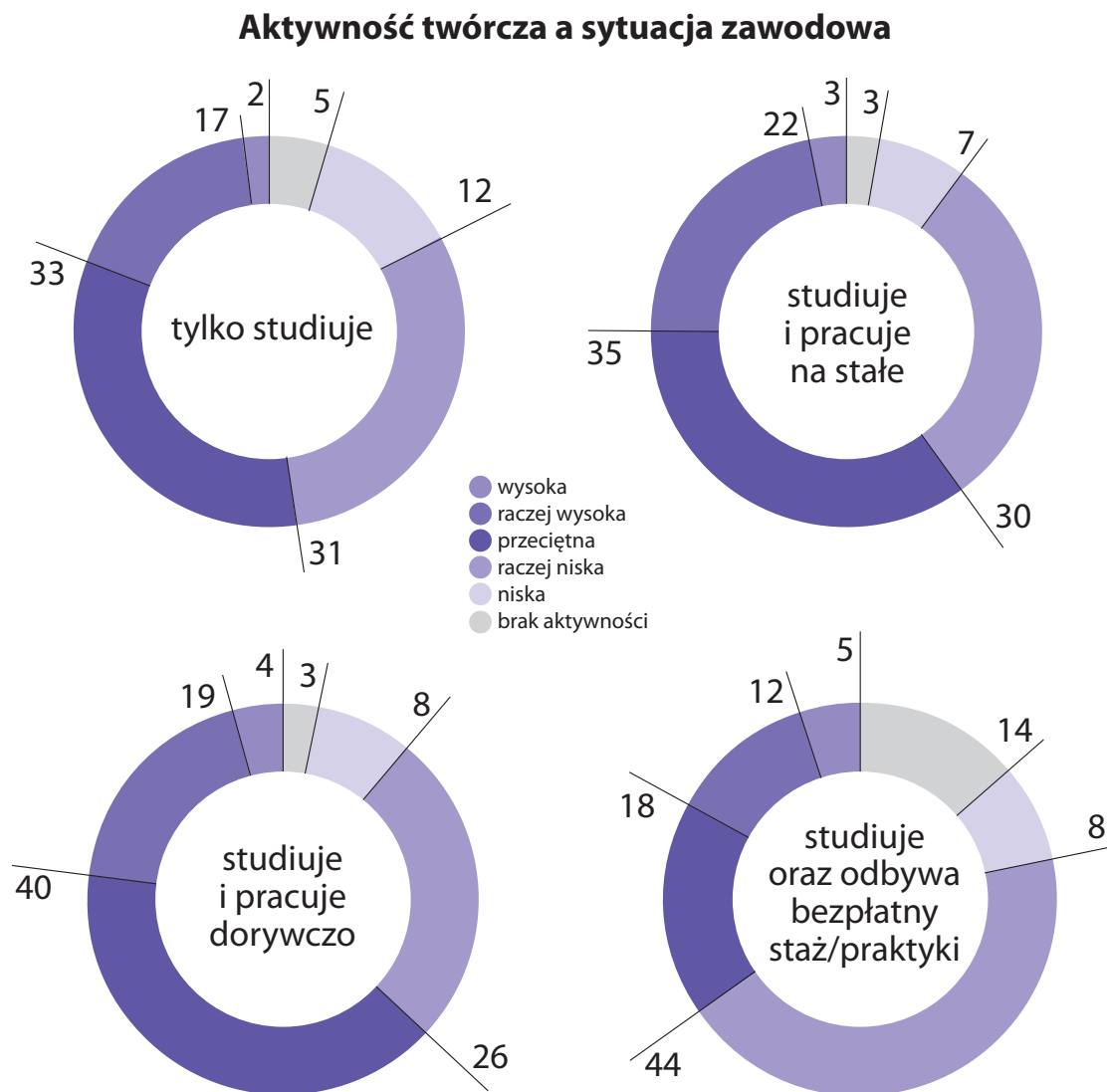
6.6 Miejsca i formy realizacji aktywności twórczej

W badaniu istotne było wskazanie, w jakich formach organizowana jest aktywność twórcza studentów. Szczególnie interesujące wydawały się ich ponadindywidualne przejawy, związane z dzieleniem się z innymi.

Osoby, które wskazały, że w ciągu ostatnich 12 miesięcy podejmowały jakąkolwiek aktywność twórczą, zostały zapytane o miejsce i formę realizacji tej aktywności. Najczęściej studenci-twórcy wskazywali, że realizują swoją aktywność twórczą indywidualnie. Dość często działania takie podejmowane są w nieformalnych grupach i miejskich instytucjach kultury. Najrzadziej wskazywano natomiast akademickie instytucje kultury oraz organizacje pozarządowe.

W dalszym kroku starano się ustalić, jak duży odsetek studentów podejmuje twórczość wyłącznie w formie indywidu-

Tabela 31. Wskaźnik aktywności twórczej a sytuacja zawodowa studentów



CAWI; N=1633; ANOVA (p=0,0001); Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych zebranych przez firmę Danae.

alnej oraz jaki jest odsetek osób, którzy dzielą się z innymi swoją twórczością lub współpracują z innymi przy tworzeniu.

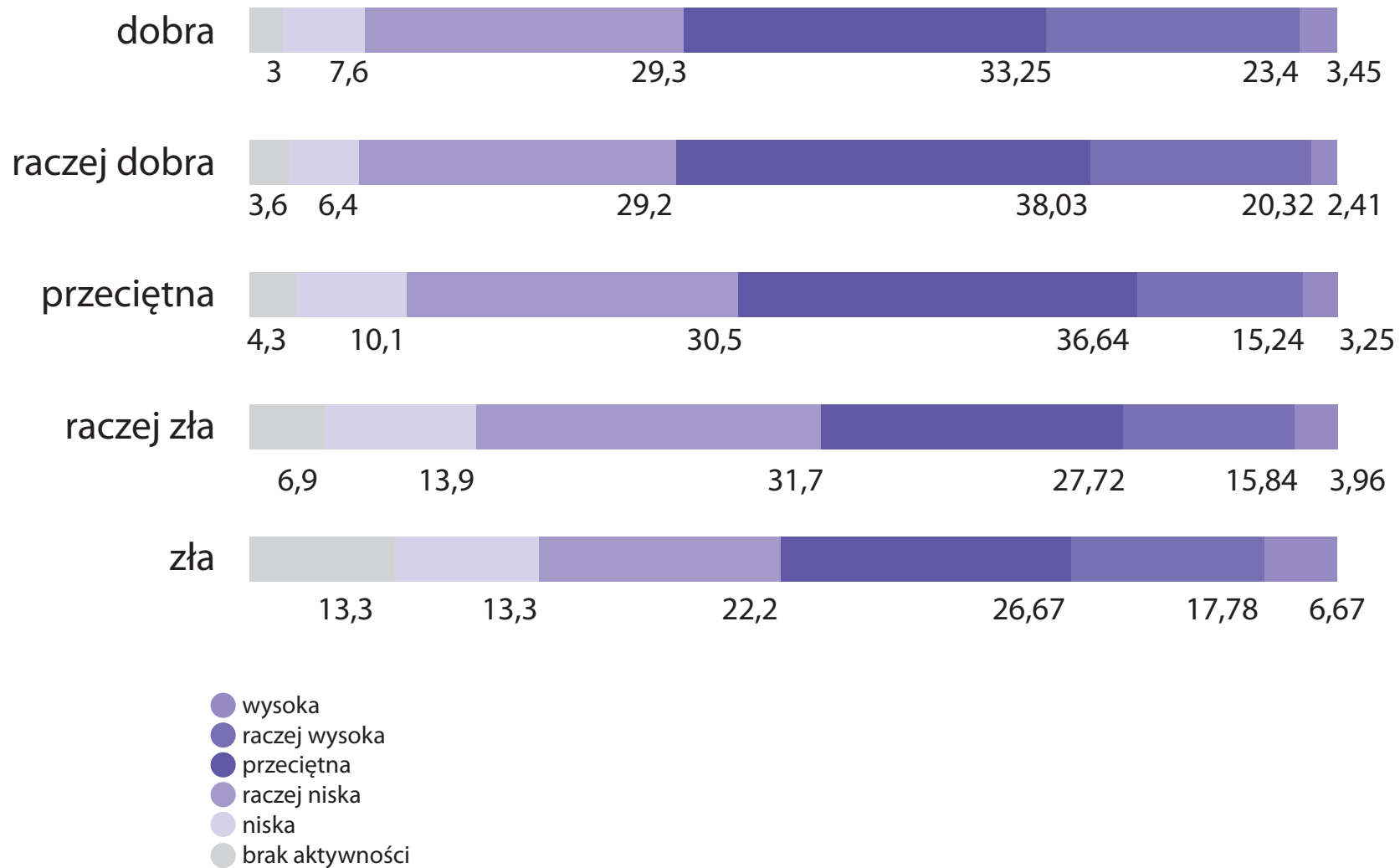
Okazuje się, że twórczość w formie zorganizowanej (czy to w instytucjach, organizacjach, czy w grupach nieformalnych) podejmuje nieco ponad połowa osób, które deklarowały, że podejmują jakąkolwiek aktywność twórczą. Natomiast 41,6% tworzy wyłącznie indywidualnie.

Zwrócono również uwagę, jakie czynniki sprzyjają podejmowaniu twórczości zorganizowanej. Częściej robią to studenci z miasta niż studenci ze wsi. Wśród studentów pochodzących z miasta odsetek osób podejmujących aktywność zorganizowaną jest znacznie wyższy od odsetka osób ograniczających się do twórczości indywidualnej, natomiast w przypadku osób pochodzących ze wsi odsetki te są niemal równe, z niewielką przewagą twórczości zorganizowanej.

Innym czynnikiem związanym ze skłonnością do podejmowania zorganizowanej twórczości jest sytuacja zawodowa. Co zaskakujące, wyższą aktywnością w takiej formie charakteryzują się osoby, które poza studiami podejmują

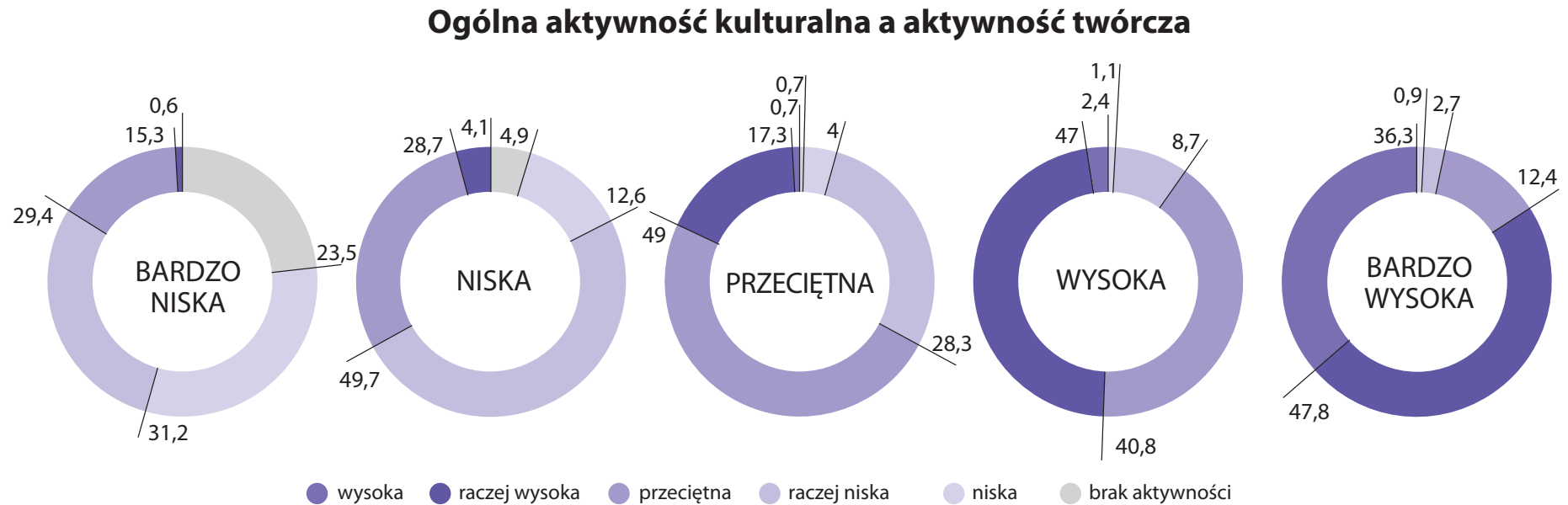
Tabela 32. Wskaźnik aktywności twórczej a sytuacja materialna studentów

Aktywność twórcza a sytuacja materialna



CAWI; N=1633; ANOVA (Kruskal-Wallis) $p=0,0273$; Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych zebranych przez firmę Danae.

Tabela 33. Zależność pomiędzy ogólną aktywnością kulturalną a aktywnością twórczą studentów

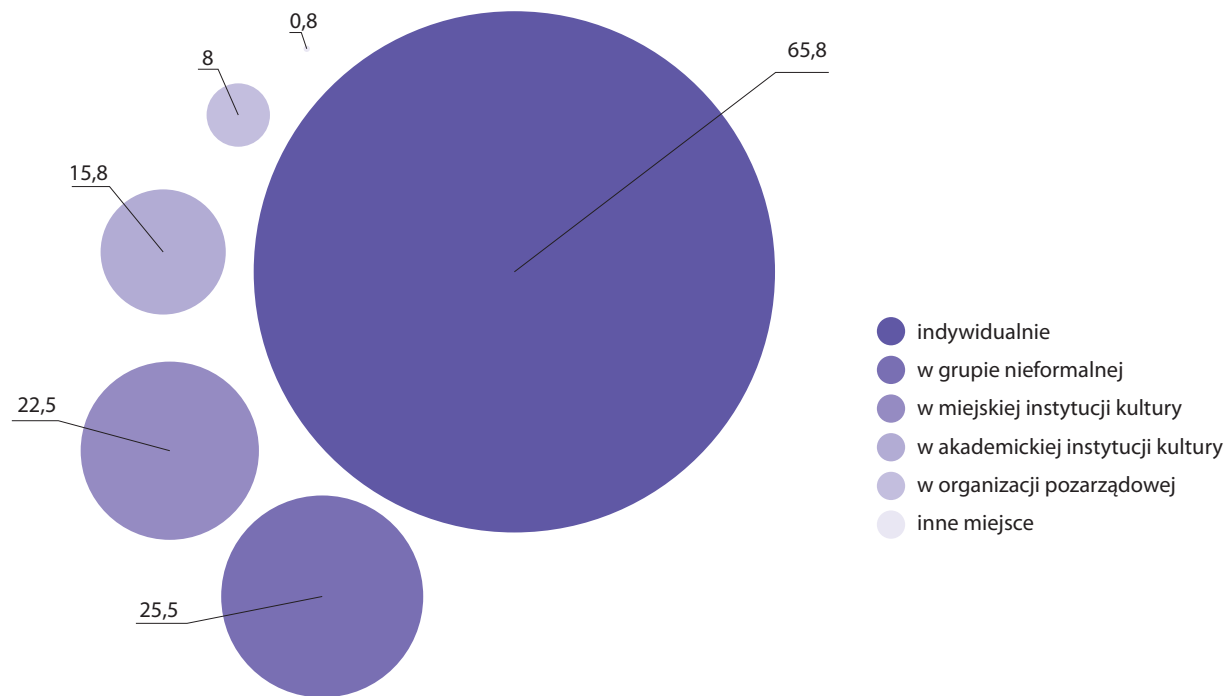


CAWI; N=1633; R=0,71, p=0,00; Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych zebranych przez firmę Danae.

także pracę zawodową, dorywczo lub na stałe, oraz osoby odbywające staże. Osoby wyłącznie studiujące częściej tworzą indywidualnie, natomiast w pozostałych przypadkach zdecydowanie przeważa twórczość zorganizowana. Wydaje się zatem, że twórczość taka ma związek z większą ogólną aktywnością studentów, nieograniczającą się wyłącznie do samego studiowania.

Tabela 34. Miejsca i formy aktywności twórczej

Miejsca i formy aktywności twórczej

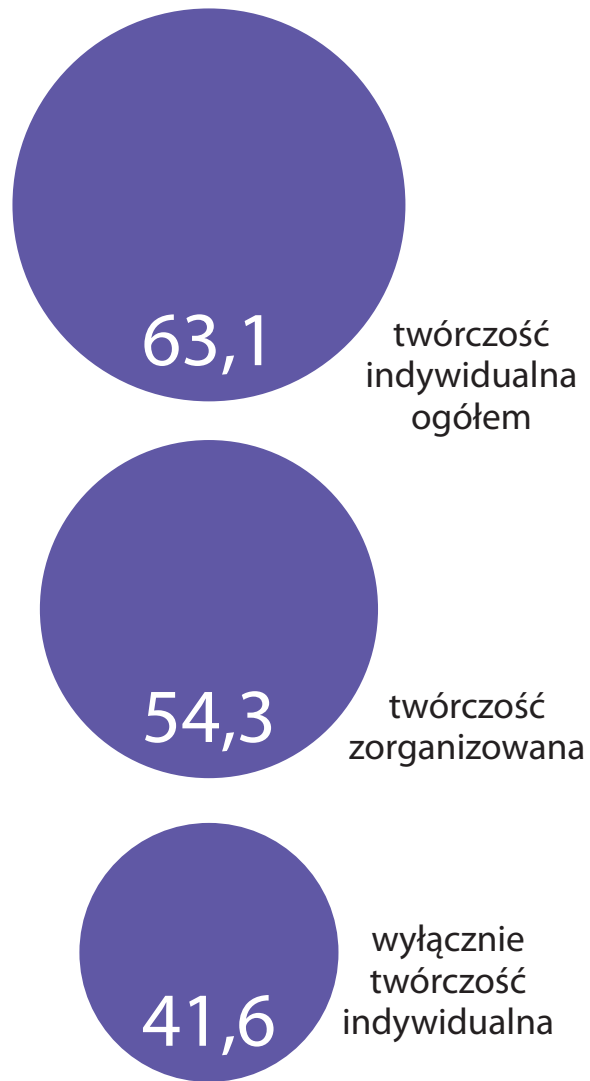


[Pytanie wielokrotnego wyboru. Wyniki nie sumują się do 100%]

CAWI; N=1566; Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych zebranych przez firmę Danae.

Tabela 35. Formy twórczości podejmowanej przez studentów

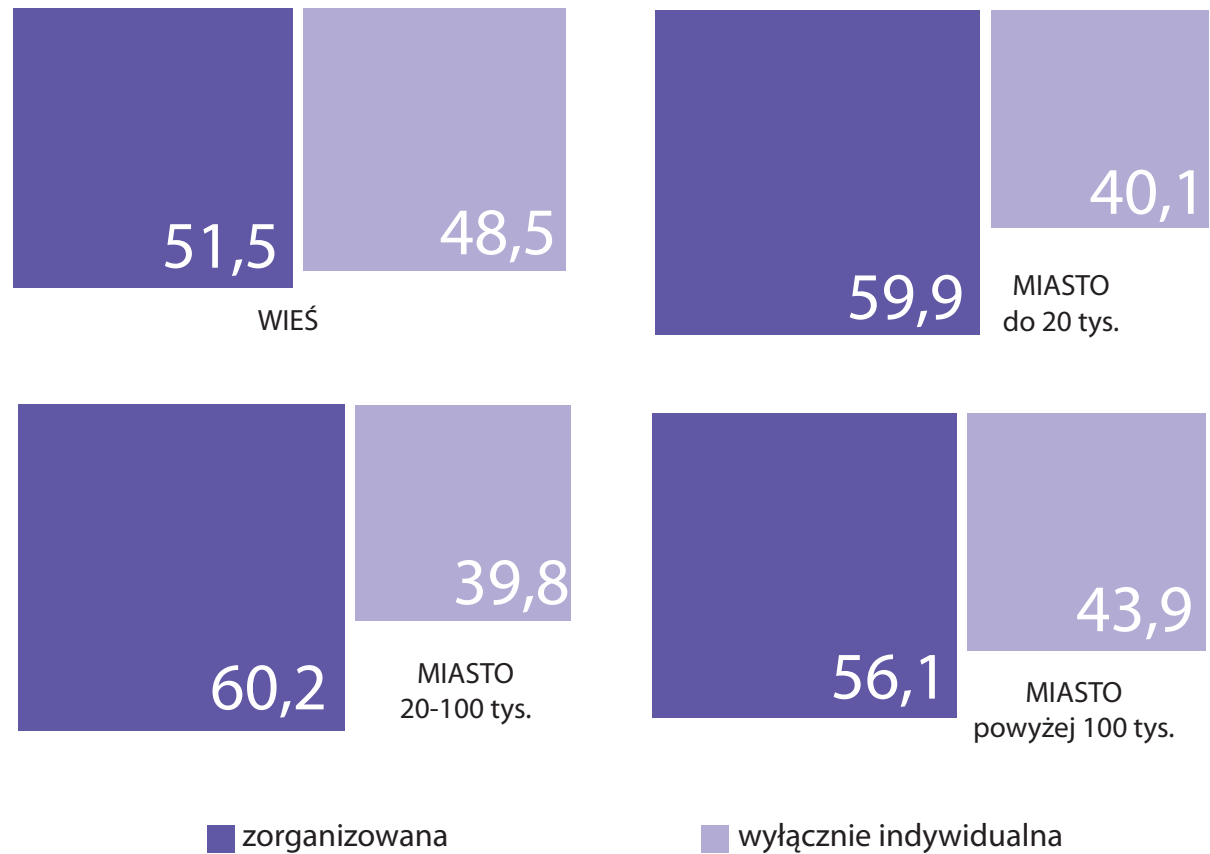
Formy aktywności twórczej



[Pytanie wielokrotnego wyboru. Wyniki nie sumują się do 100%]
CAWI; N=1566; Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych zebranych przez firmę Danae.

Tabela 36. Formy aktywności twórczej a miejsce zamieszkania studentów

Formy aktywności twórczej a miejsce zamieszkania



CAWI; N=1566; CHI 2=7,06, p=0,05; Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych zebranych przez firmę Danae.

Wydatki na kulturę

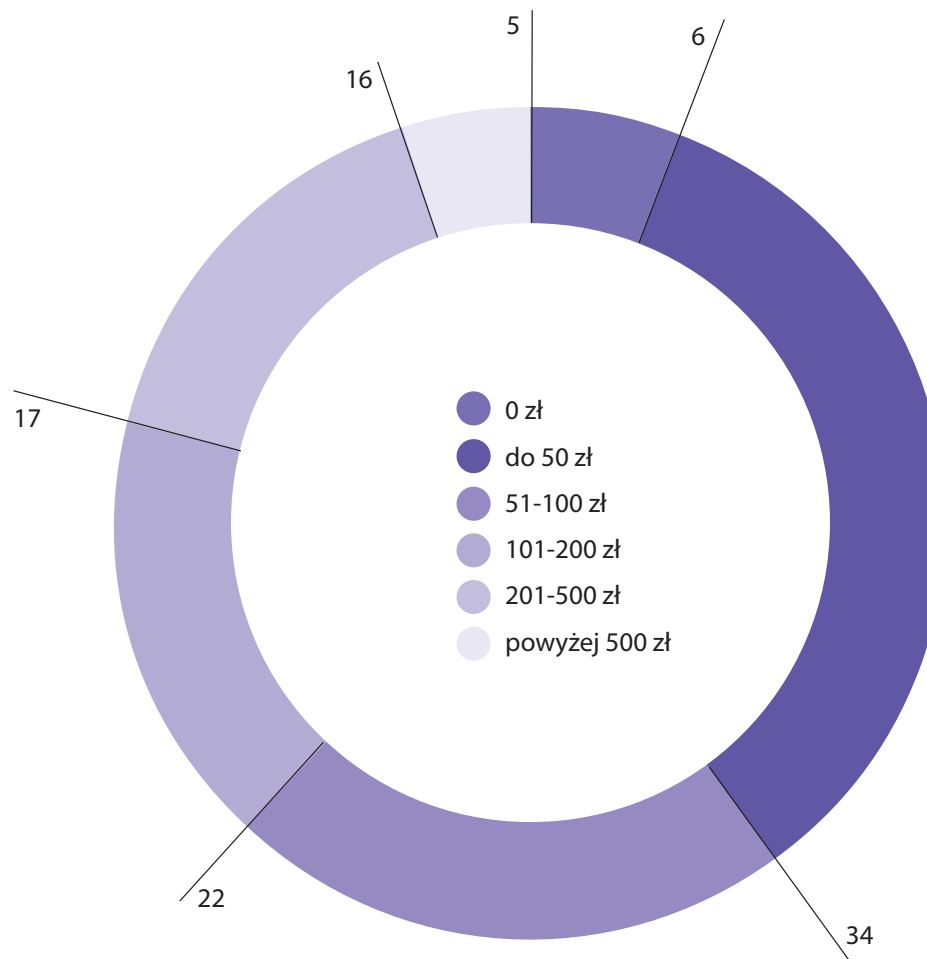
6.7 Miesięczne wydatki studenta na kulturę

W badaniu uwzględniono także finansowe aspekty uczestnictwa studentów w kulturze. W pierwszej kolejności zapytano o przeciętne wydatki na kulturę w skali miesiąca. Następnie starano się zbadać, na ile poziom aktywności kulturalnej jest uwarunkowany sytuacją finansową. Sprawdzano zależność poziomu aktywności od miesięcznych wydatków na kulturę oraz pytano, jak często studenci muszą rezygnować z uczestnictwa w wydarzeniach ze względu na brak funduszy.

Jak wskazują badania, średnia wydatków na kulturę w badanej grupie wynosi **147,1 zł** w skali miesiąca. Mediana wydatków wynosi **100 zł**, co wskazuje, że wydatki połowy studentów są niższe od tej kwoty. Wśród respondentów znalazły się osoby, które w ogóle nie wydają pieniędzy na kulturę (6% badanych), a także takie, których wydatki osiągają wartość tysiąca złotych (54 osoby). O tym, że studenci pod tym względem stanowią bardzo zróżnicowaną grupę, świadczy

Tabela 37. Miesięczne wydatki na kulturę w ujęciu przedziałowym

Miesięczne wydatki na kulturę. Rozkład przedziałowy



CAWI; N=1633; Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych zebranych przez firmę Danae.

duża wartość odchylenia standardowego równa 177,1 zł.³

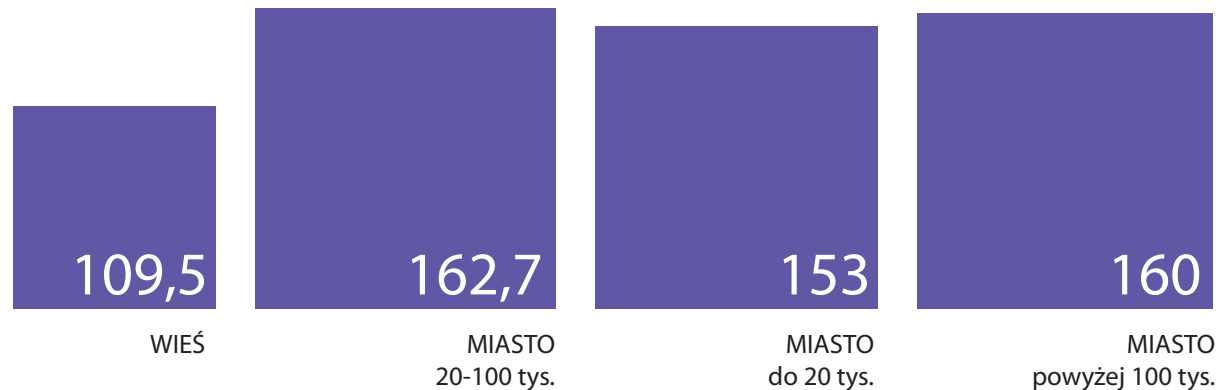
Okolo 6% badanych studentów nie przeznaczają żadnych środków na kulturę. Wydatki 34% nie przekraczają 50 zł miesięcznie, natomiast 56% wydaje nie więcej niż 100 zł. W przedziale do 200 zł mieści się już 73% badanych, natomiast osoby wydające więcej niż 200 zł stanowią 21% ogółu studentów, w tym 16% wydaje nie więcej niż 500 zł, natomiast 5% powyżej 500 zł.

Poziom wydatków na kulturę jest powiązany z płcią studentów. Mężczyźni wydają średnio o 22 zł więcej niż kobiety. Wśród kobiet średnie wydatki wynoszą 137,9 zł, natomiast wśród mężczyzn 160,7 zł. Studenci zagraniczni, podobnie jak w przypadku aktywności kulturalnej, wyróżniają się na tle ogółu pod względem wydatków na kulturę. W skali miesiąca wydają średnio 230 zł, czyli więcej o około 85 zł od studentów polskich. Więcej na kulturę wydają także osoby łączące studia z pracą zawodową, gdzie średnie wydatki wynoszą 160 zł w gru-

³ Szczegółowe statystyki dotyczące wydatków na kulturę znajdują się w aneksie.

Tabela 38. Średnie miesięczne wydatki studentów na kulturę a miejsce zamieszkania

Średnie miesięczne wydatki studentów na kulturę a miejsce zamieszkania (w złotych)



CAWI; N=1633; ANOVA (Kruskal-Wallis) p =0,0000; Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych zebranych przez firmę Danae.

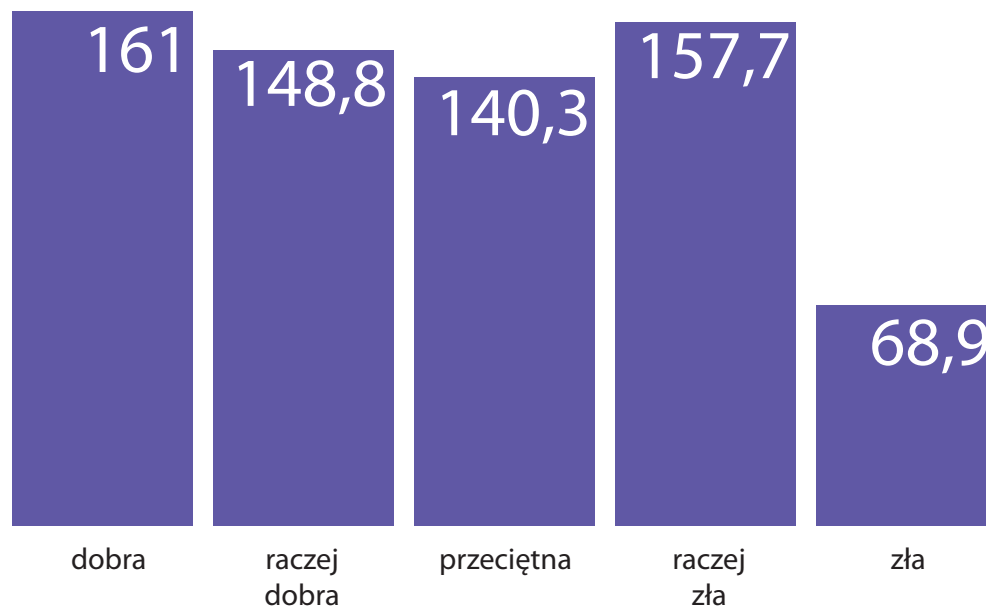
pie pracującej na stałe, natomiast 156 zł wśród pracujących dorywczo. W przypadku osób tylko studiujących wydatki na kulturę wynoszą 128,5 zł, natomiast wśród studiujących i odbywających bezpłatne staże 119,7 zł.⁴ Na poziom wydatków na kulturę w dużym stopniu wpływa także miejsce pochodzenia. Studenci ze wsi wydają w skali miesiąca około 110 zł. Studenci z miast, niezależnie od ich wielkości, wydają w przybliżeniu o 50 zł więcej.

⁴ Opisane różnice są istotne statystycznie na poziomie p<0,05.

W badanej grupie widoczne jest duże zróżnicowanie wydatków ze względu na województwo. Należy jednak dane te traktować z ostrożnością, gdyż dobór próby w badaniu nie zapewnił wystarczającej do uogólniania reprezentatywności danych dla poszczególnych województw. Dane z próby potwierdzają jednak pewne intuicje, które mówią, że w województwach, w których mieszczą się największe ośrodki i miasta akademickie takie jak Kraków, Warszawa, Wrocław, wydatki te są znacznie wyższe niż w mniejszych ośrodkach, zwłaszcza w Polsce wschodniej. Znacznie powyżej średniej wypadają także woje-

Tabela 39. Średnie miesięczne wydatki studentów na kulturę a sytuacja materialna (w złotych)

Średnie miesięczne wydatki studentów na kulturę a sytuacja materialna (w złotych)



CAWI; N=1663; ANOVA (p=0,01); Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych zebranych przez firmę Danae.

wództwa zachodniopomorskie i warmińsko-mazurskie, natomiast dużo poniżej średniej krajowej wydają osoby studiujące w województwie opolskim i śląskim. Wydatki niższe od średniej deklarują także studenci z województw zaliczanych do Polski wschodniej. Z Polski zachodniej jedynie w województwie lubuskim wydatki były niższe od średniej krajowej.

6.7.1 Miesięczne wydatki studenta na kulturę

Wysoka jest także różnica wydatków na kulturę pomiędzy osobami, które oceniają swoją sytuację jako dobrą lub bardzo dobrą, a osobami w sytuacji złej i bardzo złej. W pierwszej grupie wydatki wynoszą średnio około 160 zł, natomiast w drugiej niecałe 70 zł.

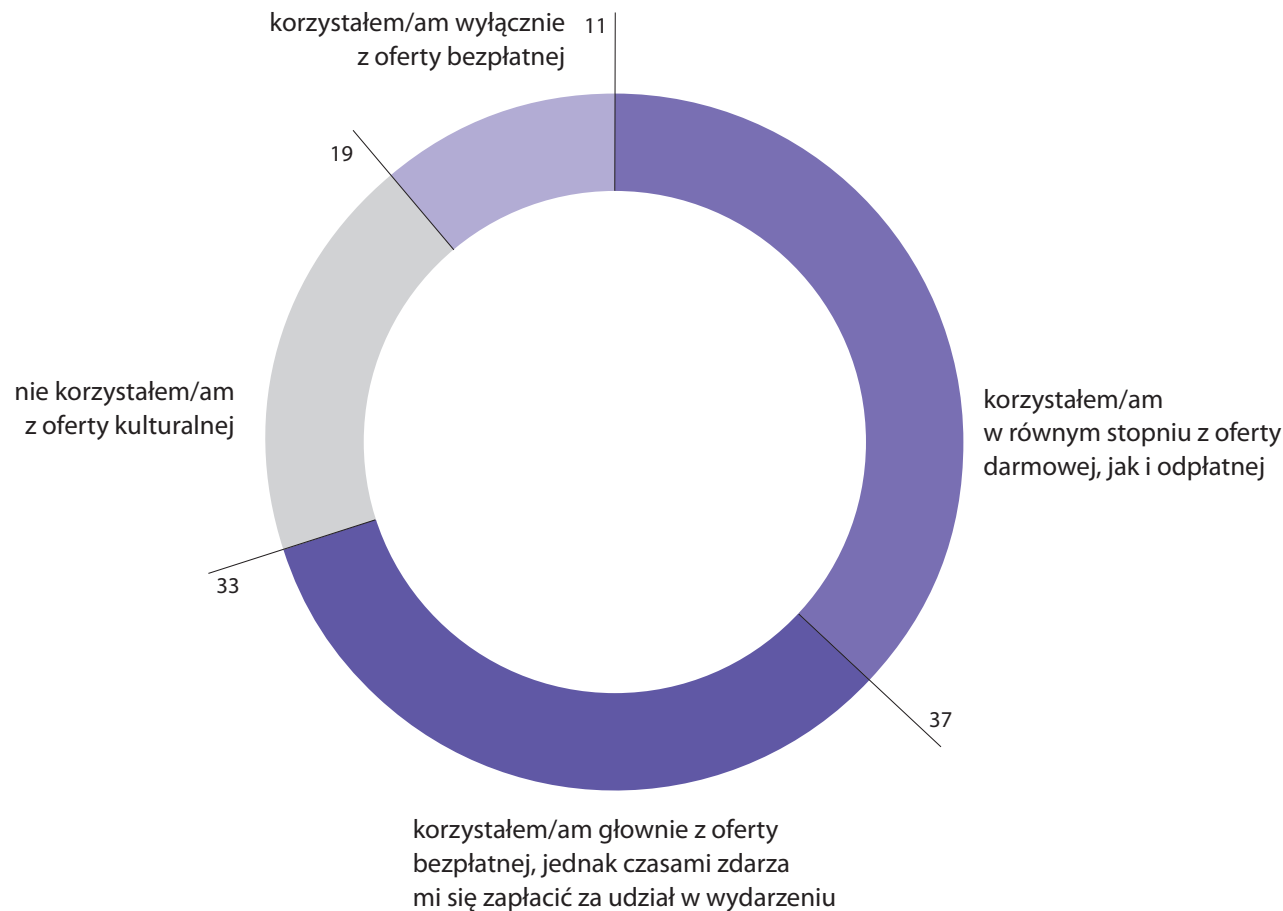
6.7.2 Korzystanie z płatnej oferty

W badaniu starano się określić, na ile studenci są w stanie korzystać z odpłatnej oferty kulturalnej i jaki odsetek badanych korzysta wyłącznie z oferty bezpłatnej. Najwięcej badanych (37%) korzysta w równym stopniu z oferty płatnej, jak i bezpłatnej. Co trzecia osoba korzysta głównie z oferty bezpłatnej, jednak zdarza się jej zapłacić za wydarzenie. W sumie 70% badanych ponosi koszty związane z uczestnictwem w kulturze. Natomiast nie jest w stanie zapłacić za udział 11% studentów. Co ciekawe, aż 19% studentów deklaruje, że w ogóle w ciągu ostatniego roku nie korzystało z oferty kulturalnej.

Korzystanie z oferty ma duży związek z sytuacją zawodową i materialną studentów. Osoby pracujące na stałe najczęściej w równym stopniu korzystają z oferty płatnej i bezpłatnej. Ciekawe jest również to, że osoby, które wyłącznie studiują, dużo częściej niż pracujący deklarują, że nie korzystały z oferty w ciągu ostatniego roku.

Tabela 40. Korzystanie z płatnej oferty kulturalnej

Miesięczne wydatki na kulturę. Rozkład przedziałowy



CAWI; N=1633; Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych zebranych przez firmę Danae.

Istniejąca zależność między uczestnictwem w kulturze a sytuacją materialną nie ma prostej interpretacji. Osoby w najlepszej sytuacji materialnej najczęściej korzystają na równym stopniu z oferty płatnej, jak i bezpłatnej. W porównaniu z osobami w sytuacji złej różnica jest pod tym względem bardzo duża, gdyż w tej drugiej grupie odsetek deklarujących taką odpowiedź wynosi tylko 13%. Zła sytuacja materialna nie wpływa jednakże istotnie na częstsze korzystanie z ofert bezpłatnej. Odsetek takich osób jest niemal równy we wszystkich grupach, natomiast istnieje silna zależność między sytuacją materialną a pełnym niekorzystaniem z oferty kulturalnej. W grupie deklarującej najgorszą sytuację materialną odsetek osób, które nie korzystały z oferty kulturalnej w ostatnim roku, stanowi niemal jej połowę. Można więc stwierdzić, że gorsza sytuacja materialna jest powiązana z rezygnacją z uczestnictwa w kulturze.

W wywiadach studenci mówili, że „jest bariera wejścia, jeśli chodzi o cenę”, oraz że „na jakieś festiwale płatne też studen-

Tabela 41. Korzystanie z odpłatnej oferty kulturalnej a sytuacja zawodowa studentów

Korzystanie z odpłatnej oferty kulturalnej a sytuacja zawodowa studentów

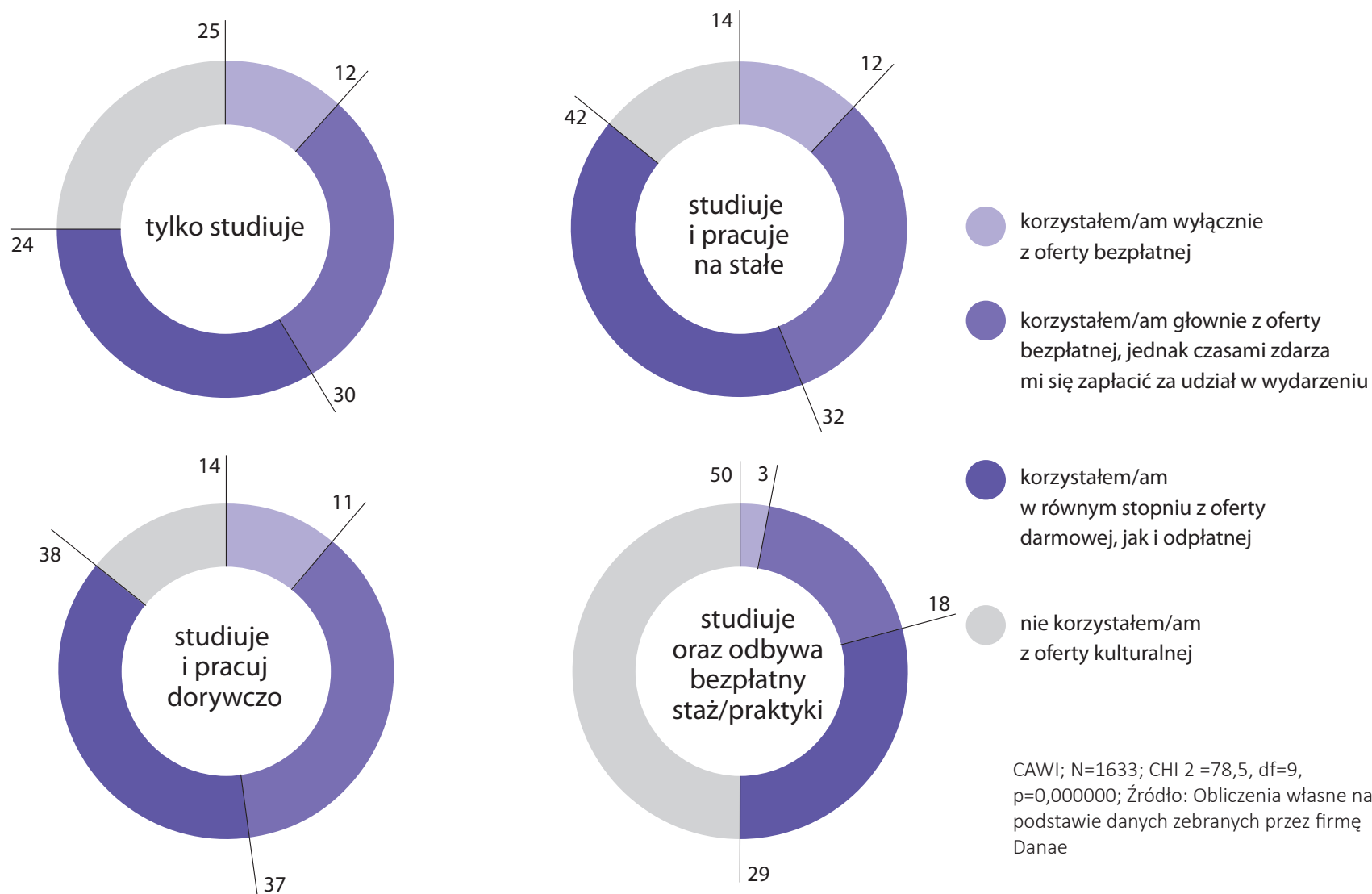
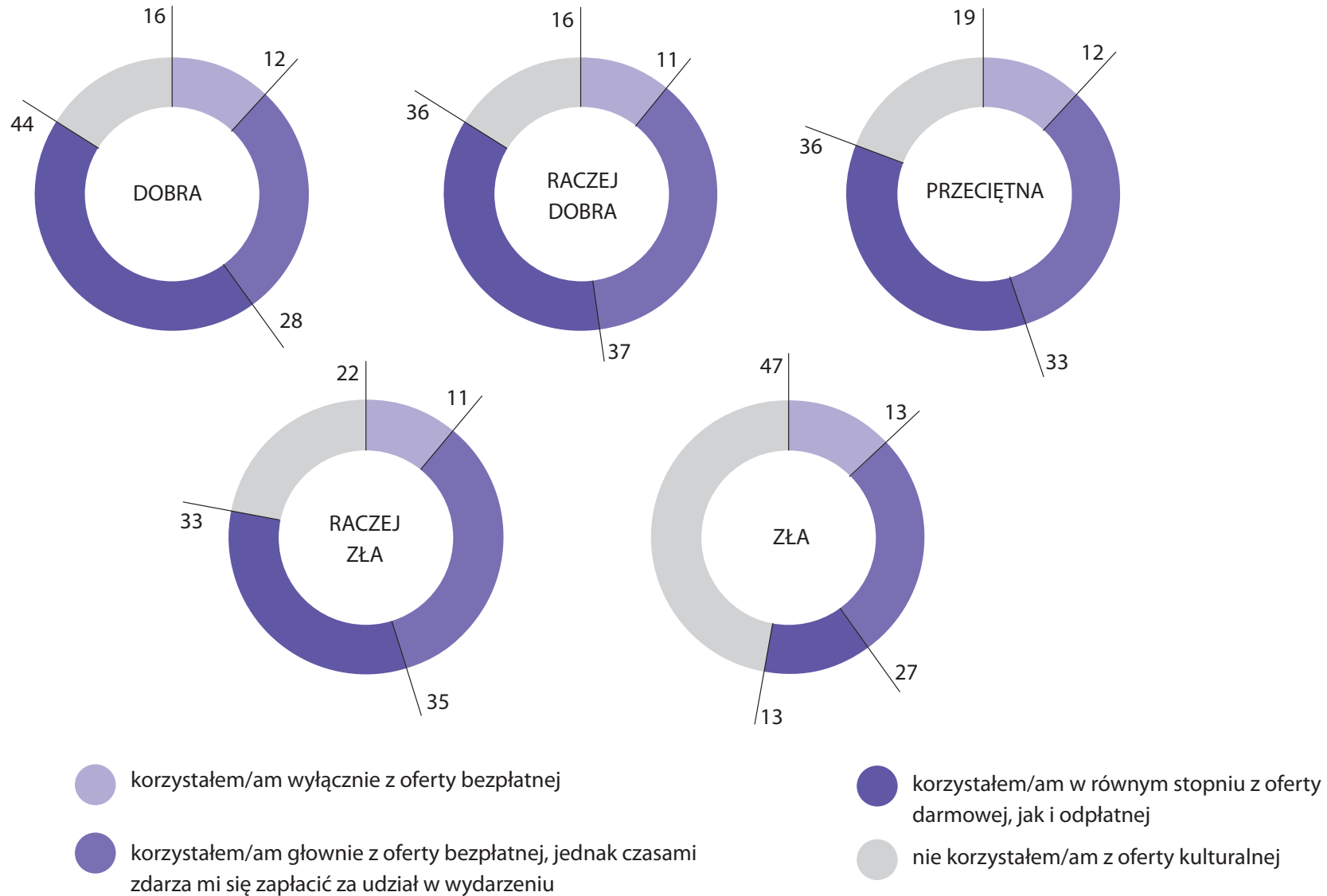


Tabela 42. Korzystanie z oferty kulturalnej a sytuacja materialna

Korzystanie z oferty kulturalnej a sytuacja materialna



CAWI; N=1633, Chi 2=40,8554, df=12, p=0,000052; Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych zebranych przez firmę Danae.

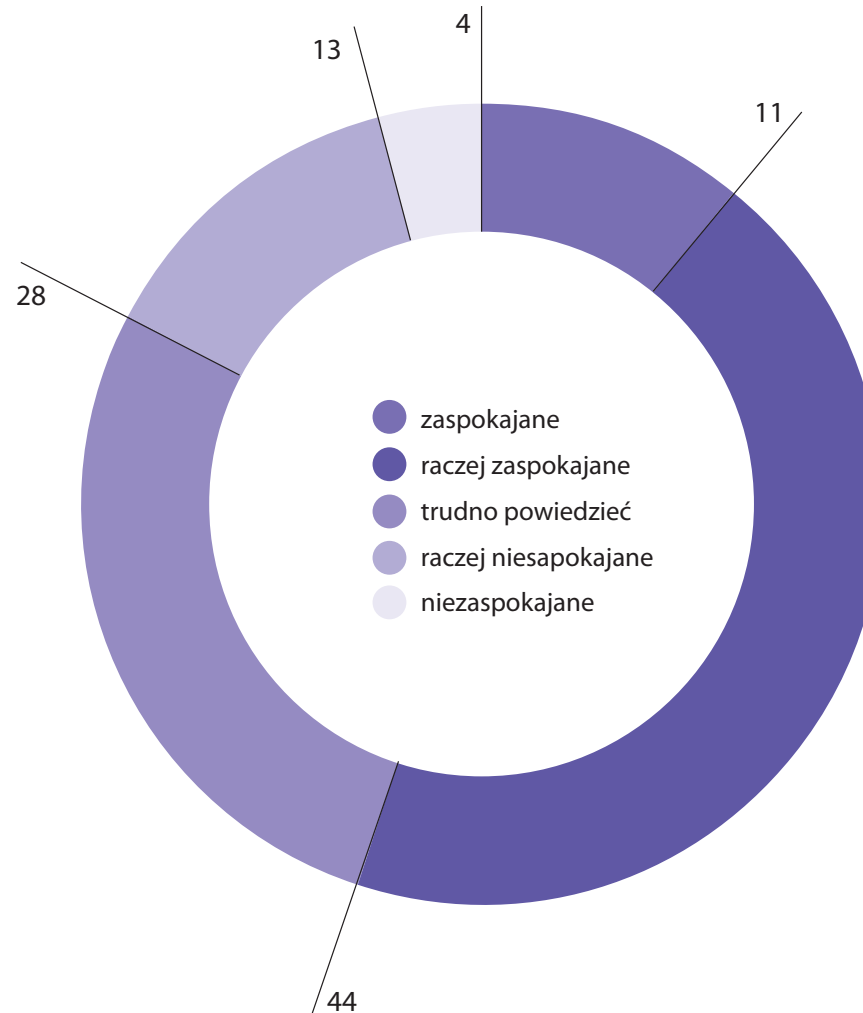
ci jeżdżą, ale już na pewno w dużo mniejszej części, niż na takie festiwale, które są darmowe”, choć niektórzy dodawali też, że „jeśli coś jest płatne i ma ciekawą ofertę, to czasami warto wydać”. Mówili też, że „teraz wszystko jest odpłatne tak naprawdę”, „wyście na miasto jak się chodzi nawet wypić piwo, to jest odpłatne”. Jednak pojawiały się też zdania, że „jeśli coś nas naprawdę interesuje, to już wiadomo zapłacimy za to, a jeśli jest coś nie warte swojej ceny i nie jest dla nas ciekawe, to też bez sensu płacić”. Z wywiadu: „polecam ASP, zawsze są otwarte drzwi. Studenci wystawiają swoje, często są zmiany, była świetna wystawa jak doktoranci kończyli swoje dzieła. I mnie zaszokowało, bardzo dużo ciekawych prac. Za darmo można wejść. To bardzo polecam. Jak kiedyś będziecie...” albo „bo nieraz jest koncert, gdzie bilet kosztuje 160 zł, a niecodziennie chodzimy na taki koncert. Miesięcznie wydaję złotych polskich między 50 a 75”.

6.8 Potrzeby kulturalne i poziom ich zaspokojenia

Studenci w większości (55,7%) uważają, że ich potrzeby w zakresie kultury są

Tabela 43. Ocena zaspokojenia potrzeb kulturalnych

Zaspokojenie potrzeb kulturalnych



CAWI; N=1633; Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych zebranych przez firmę Danae.

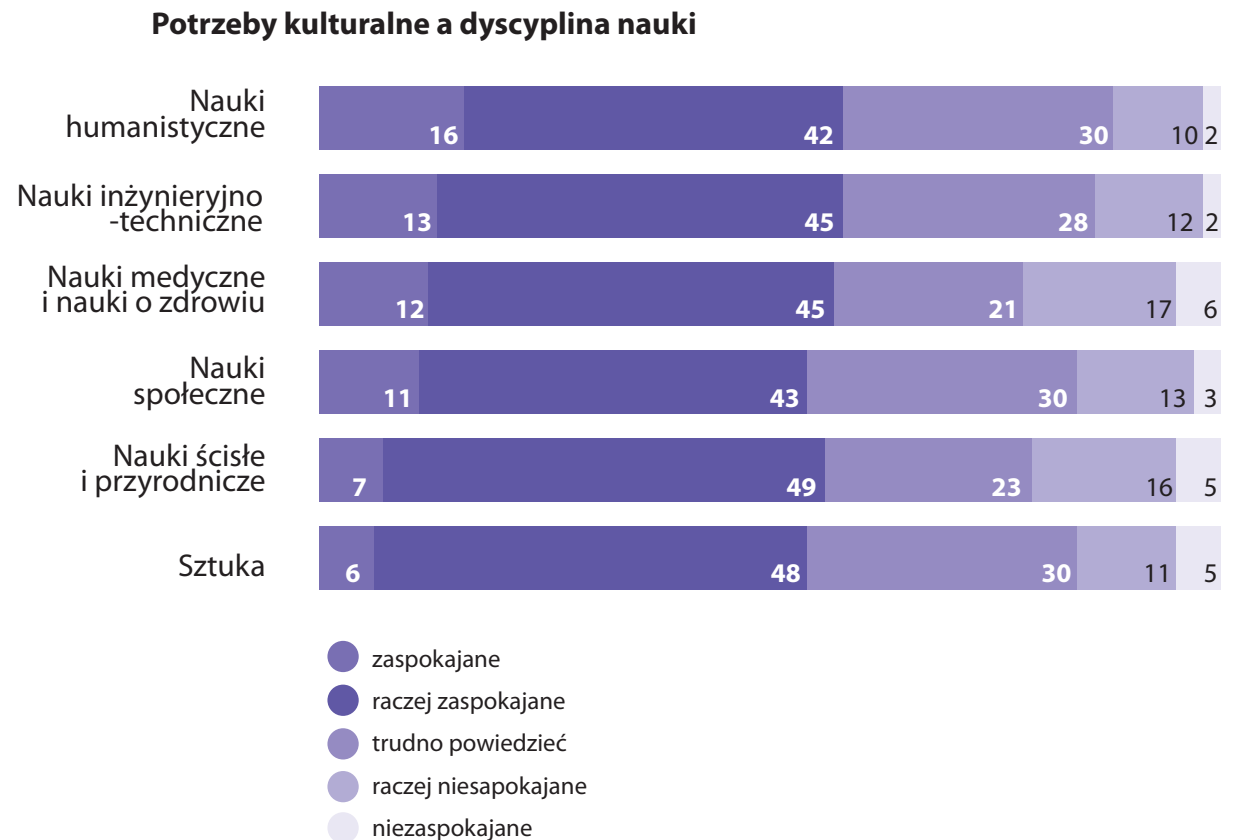
zaspokajane. 11,2% ma co do tego dużą pewność. Odsetek osób, które uważają, że ich potrzeby nie są zaspokojone wynosi około 17%. Co trzecia osoba nie była w stanie określić swoich odczuć w tym zakresie.

Zmienną istotnie różnicującą poziom zaspokojenia potrzeb kulturalnych jest kierunek studiów. Najlepiej pod tym względem wypadają kierunki humanistyczne, gdzie odsetek osób deklarujących zaspokojenie potrzeb wynosi niemal 60%.

Interesujące wydaje się być także to, że drugą z kolei najbardziej niezadowoloną pod tym względem grupą studentów są przedstawiciele nauk związanych ze sztuką, którzy z kolei odznaczają się bardzo dużą aktywnością kulturalną. Może mieć to związek z bardzo dużymi aspiracjami i potrzebami w tym zakresie. Złożony jest przypadek nauk medycznych, gdzie z jednej strony istnieje duży odsetek osób deklarujących zaspokojenie potrzeb, a z drugiej duża część studentów z tej grupy ma przeciwne zdanie.

Poziom zaspokojenia potrzeb kulturalnych zależy także od wielkości miejsca zamieszkania. Najniższy odsetek osób, które deklarują zaspokojenie potrzeb

Tabela 44. Potrzeby kulturalne a dyscyplina nauki



CAWI; N=1633; Chi 2: 26,2, p=0,05; Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych zebranych przez Danae.

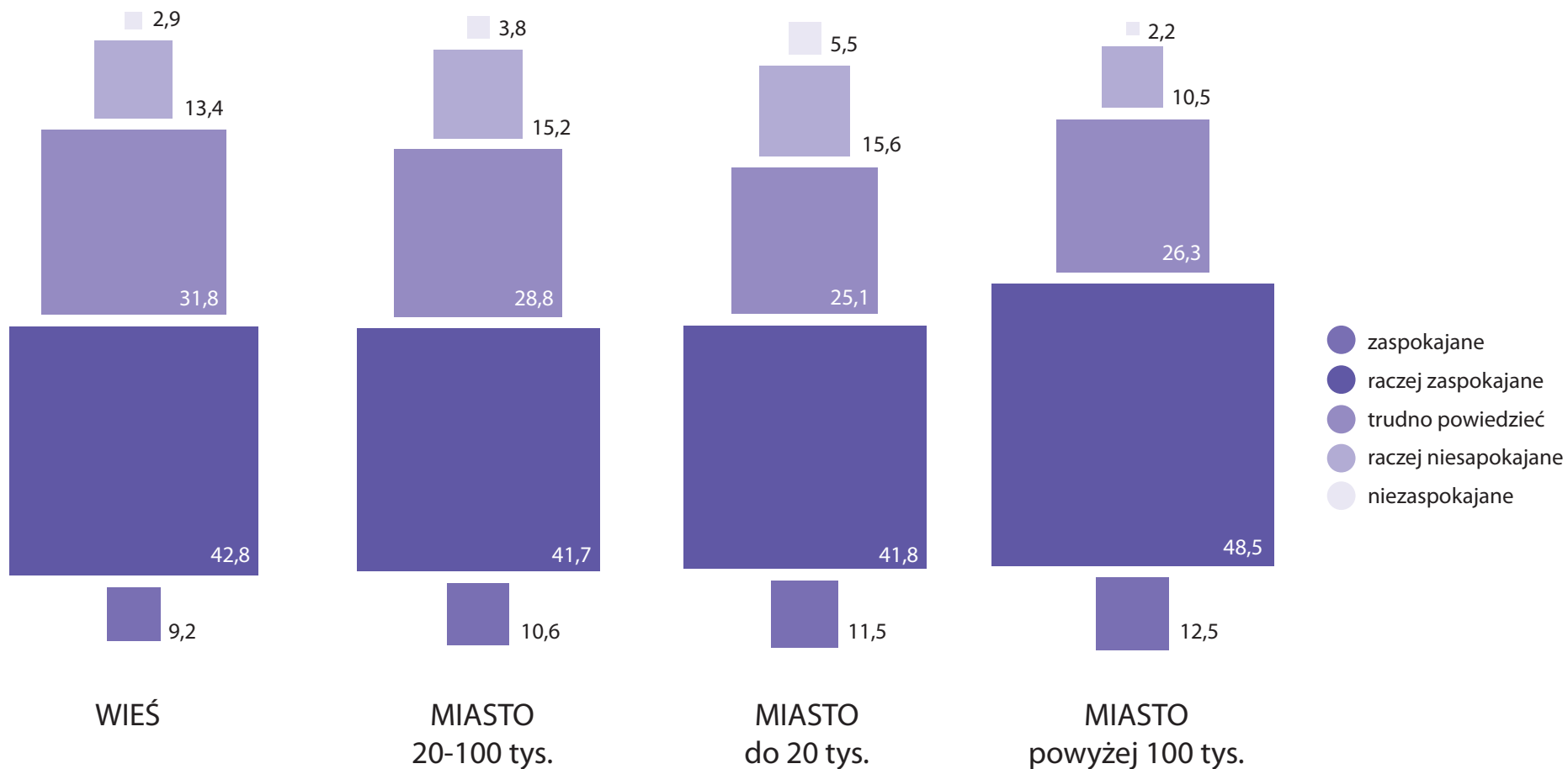
pod tym względem, występuje wśród studentów pochodzących ze wsi, natomiast najwyższy jest wśród studentów z dużych miast.

Najsilniejszy wpływ na poziom zaspokojenia potrzeb kulturalnych ma sytuacja

materialna respondentów. W grupie deklarującej bardzo dobrą sytuację odsetek osób, których potrzeby są zaspokojone, wynosi niemal 80%, natomiast wśród osób w bardzo złej sytuacji jedynie 13%. Ogólna tendencja jest taka, że im gorsza

Tabela 45. Ocena zaspokojenia potrzeb kulturalnych a miejsce zamieszkania

Potrzeby kulturalne a miejsce zamieszkania



CAWI; N=1633; Chi 2: 25,41, p=,012, Źródło: Obliczenia własne w oparciu o dane zebrane przez firmę Danae.

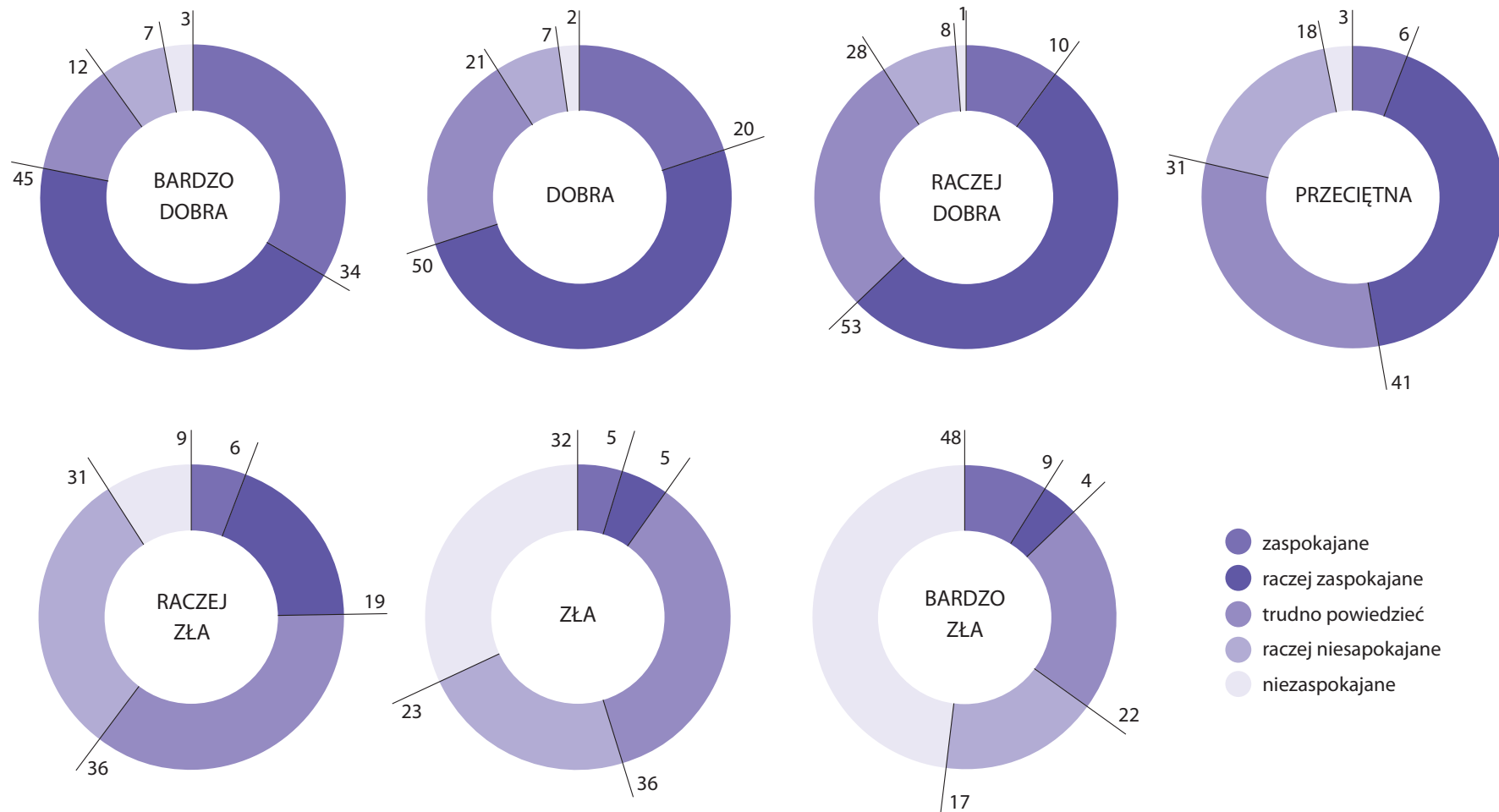
sytuacja materialna, tym trudniej jest zaspokoić własne potrzeby kulturalne. Może mieć to związek z faktem, że naj-

bardziej rozpoznawalna w danym czasie oferta bywa najczęściej odpłatna. O silnym wpływie sytuacji materialnej

na aktywność i zaspokojenie potrzeb kulturalnych świadczy też to, że aż 26,4% studentów wskazało, że często lub nie-

Tabela 46. Zaspokojenie potrzeb kulturalnych a sytuacja materialna studentów

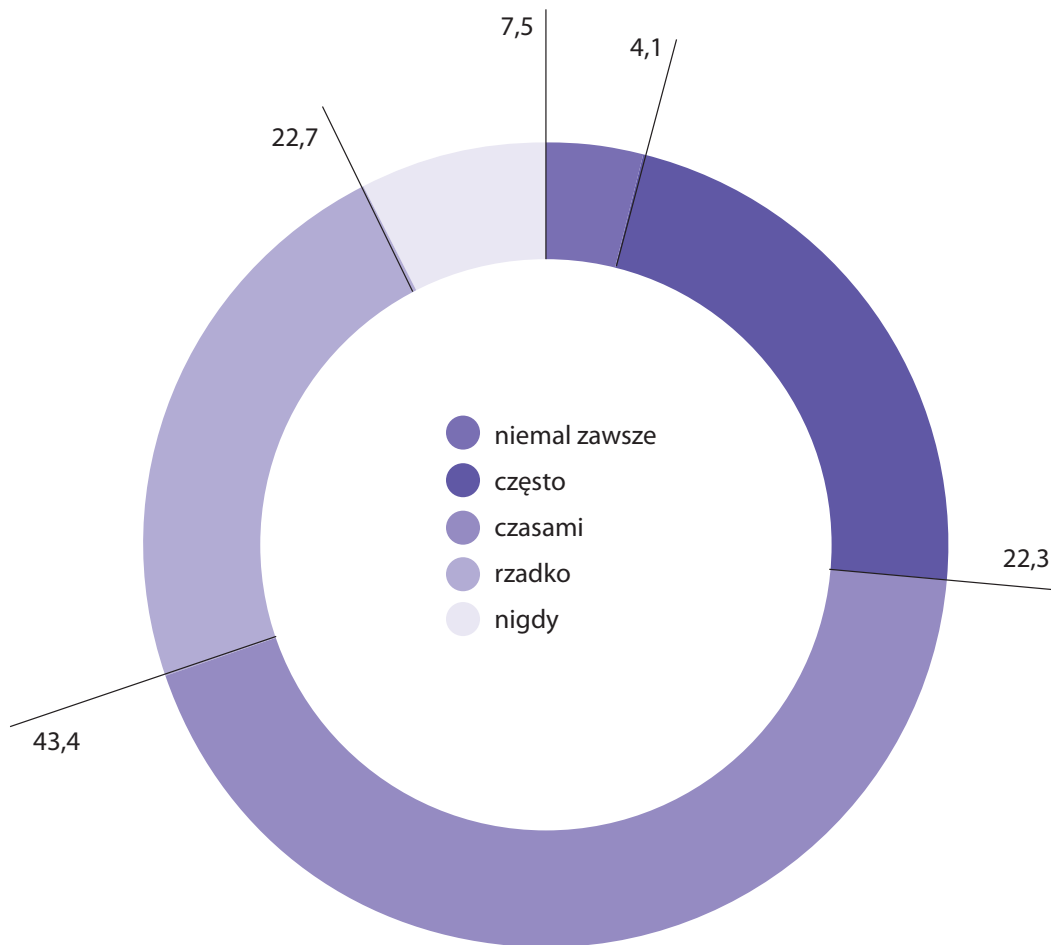
Korzystanie z oferty kulturalnej a sytuacja materialna



CAWI; N=1633; Chi 2: 374,785, p=0,00000; Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych zebranych przez firmę Danae.

Tabela 47. Rezygnacja z uczestnictwa w kulturze z przyczyn finansowych

Jak często zmuszony/a jest pan/pani do rezygnacji z uczestnictwa w kulturze z przyczyn finansowych?



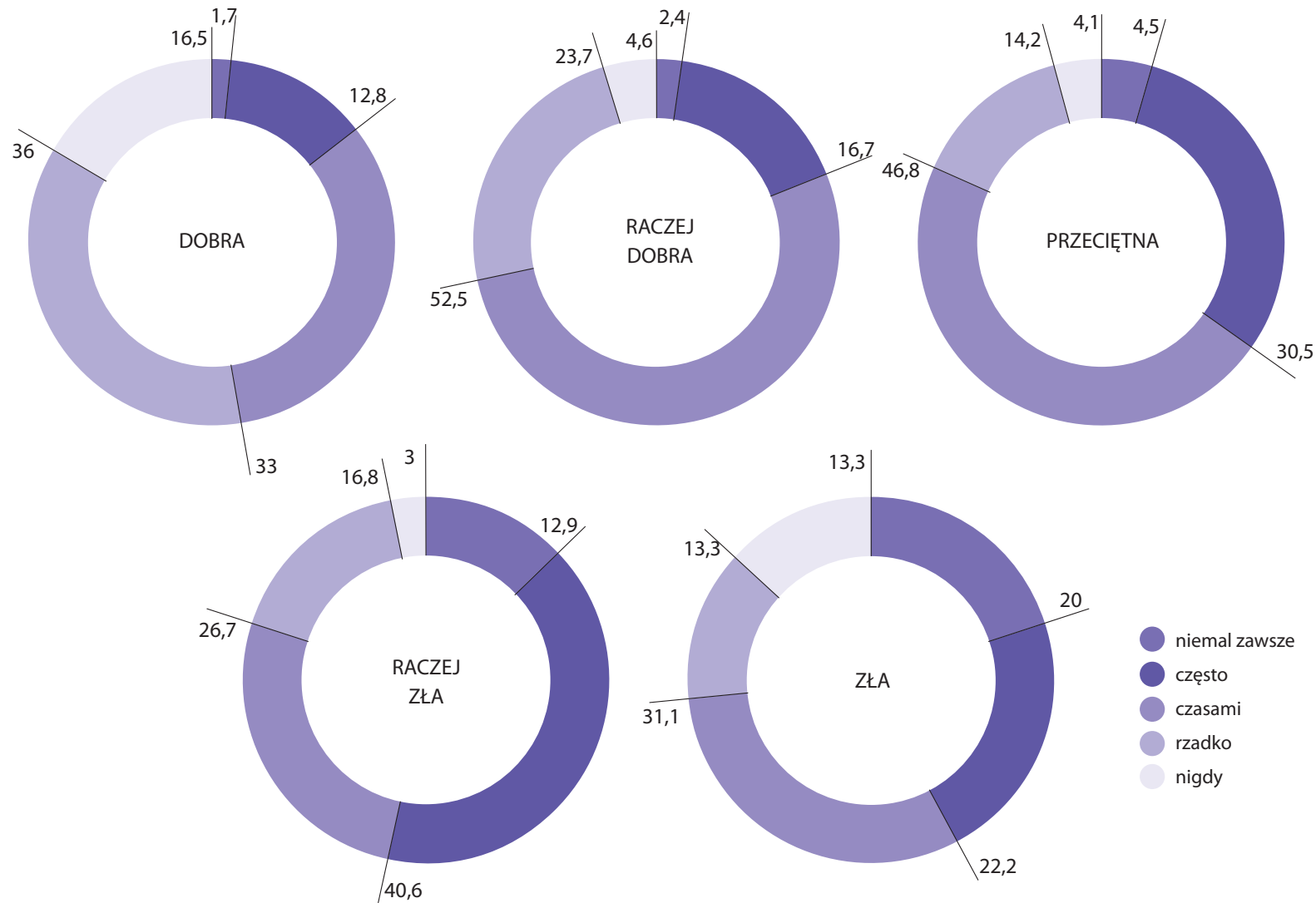
mal zawsze musiało rezygnować z zaspokajania swoich potrzeb w zakresie kultury z powodów finansowych. Tylko co trzecia osoba rezygnuje rzadko lub nigdy.

Oczywiście skłonność do rezygnacji z przyczyn finansowych jest silnie skorelowana z sytuacją materialną studentów. Wśród osób w najgorszej sytuacji odsetek osób rezygnujących niemal zawsze wynosi aż 20%, natomiast łącznie odse-

CAWI; N=1633; Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych zebranych przez firmę Danae.

Tabela 48. Rezygnacja z przyczyn finansowych a sytuacja materialna

Rezygnacja z przyczyn finansowych a sytuacja materialna



CAWI; N=1663; Chi 2: 257,531, df=16, p=0,00000; Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych zebranych przez firmę Danae.

tek osób rezygnujących często i niemal zawsze w tej grupie wynosi aż 42%.

6.9 Kultura studencka w mieście

6.9.1 Informacje na temat miejskiej oferty kulturalnej

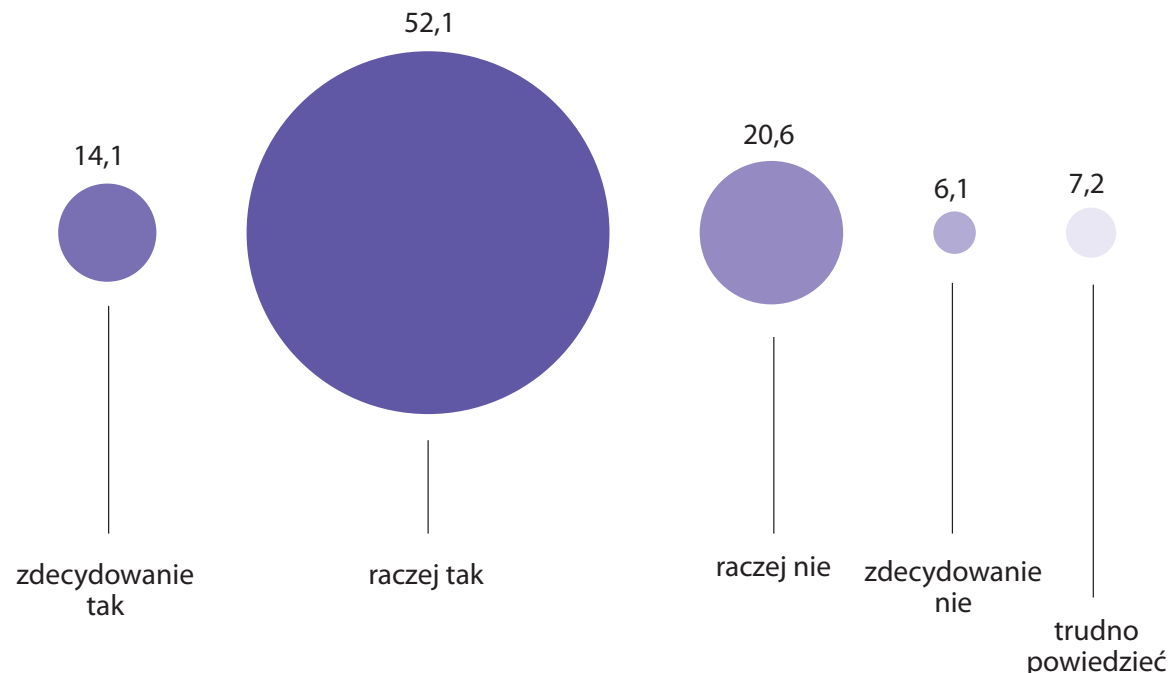
Studenci przeważnie uważają się za dobrze poinformowanych o ofercie kulturalnej miasta, w którym studiują (66,1%). Jedynie 6,1% wskazało, że zdecydowanie czują się niedoinformowani w tym zakresie.

Ocena poinformowania na temat oferty kulturalnej ma duży związek z sytuacją materialną studentów. Im gorsza sytuacja, tym niższa ocena stopnia poinformowania o ofercie. Odsetek osób poinformowanych w niewystarczającym stopniu w grupie oceniającej swoją sytuację jako raczej złą wynosi niemal 40%, natomiast wśród osób w złej sytuacji najwyższy jest odsetek osób czujących się zdecydowanie niepoinformowanych.

Główne źródło informacji o ofercie kulturalnej stanowi Facebook (72,9%), w mniejszym stopniu polecenie znajomych (47,6%), a także ulotki i plakaty (45,2%). Dość niski jest odsetek osób,

Tabela 49. Poziom poinformowania na temat oferty kulturalnej

Czy czuje się pan/pani poinformowany/a na temat oferty kulturalnej miasta, w którym studiuje?



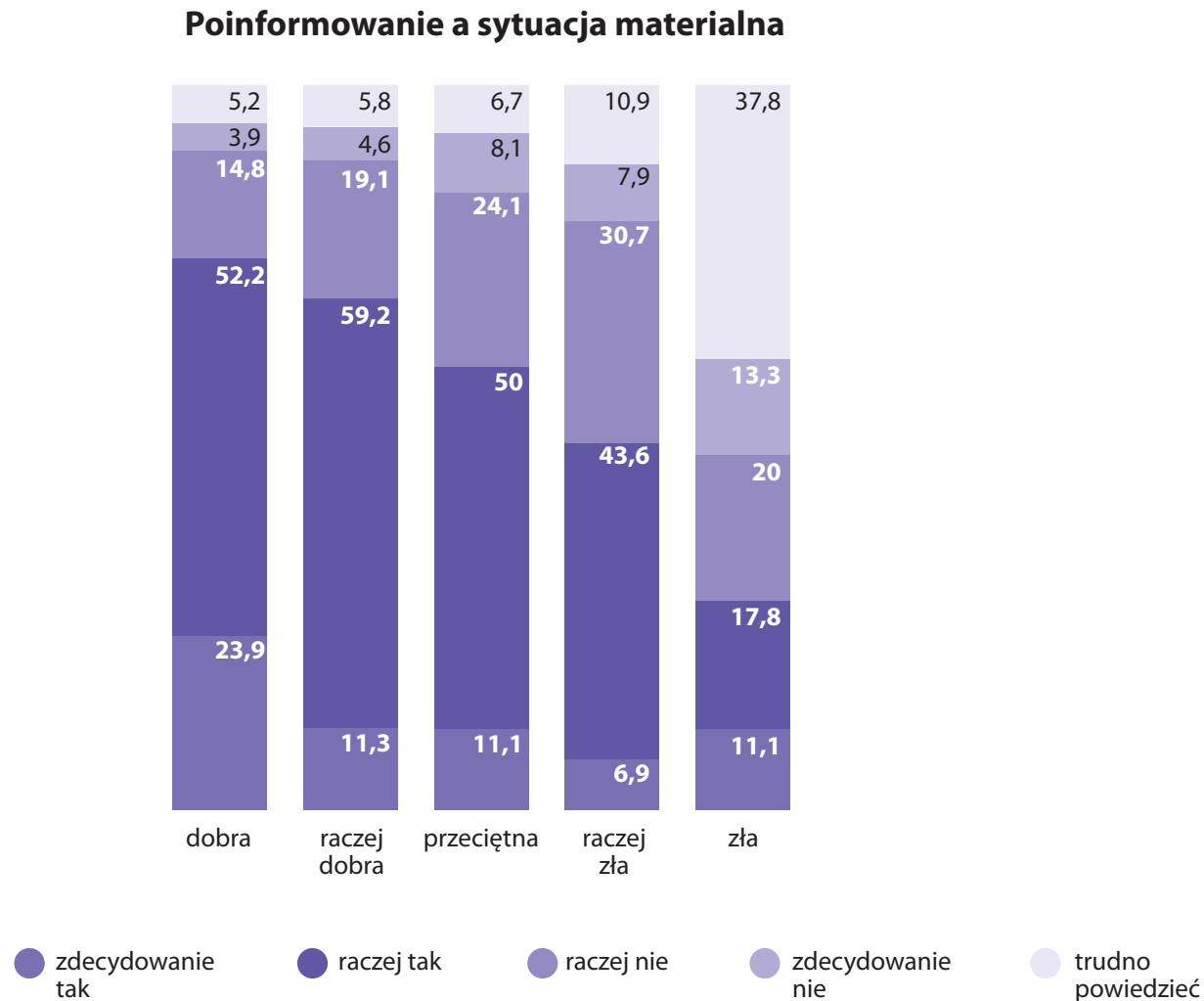
CAWI; N=1633; Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych zebranych przez firmę Danae.

które korzystają ze stron konkretnych instytucji w celu zdobycia informacji o ofercie (31,3%) oraz stron internetowych skupiających oferty różnych instytucji i organizacji kultury. Z tradycyjnych mediów, jak prasa, radio i telewizja

o ofercie dowiaduje się w przybliżeniu co czwarty student, natomiast najmniej skutecznym kanałem komunikacji są newslettery, z których korzysta tylko 13,4% studentów.

Wśród stron www zawierających infor-

Tabela 50. Stopień poinformowania o ofercie kulturalnej a sytuacja materialna studentów

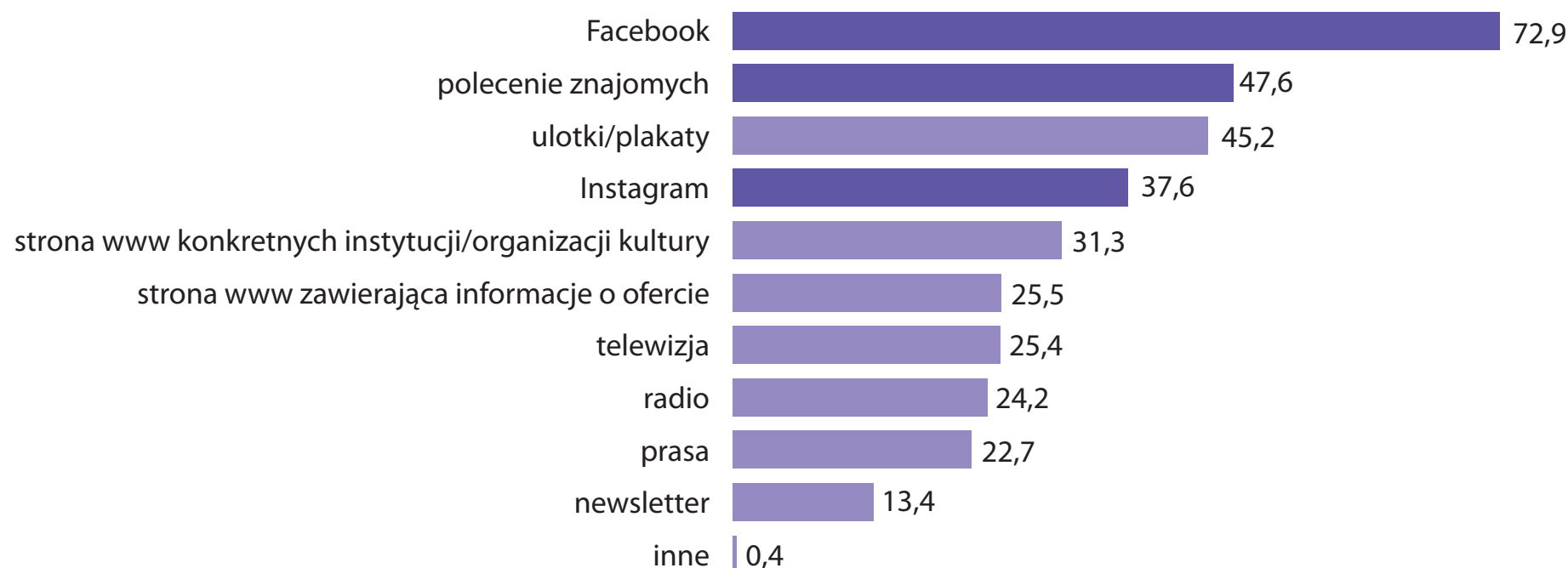


macje o ofercie różnych instytucji / organizacji wskazywano przeważnie na strony informacyjne miasta, np. wroclaw.pl czy krakow.pl (17,8%), strony, na których można kupić bilety na wydarzenia, np. eventim.com (5,8%) oraz strony kulturalne dla danego miasta: kultura.pl (5,8%).

W badaniach fokusowych także podkreślano rolę Internetu, mediów społecznościowych oraz plakatów, billboardów i reklam wyświetlanych w komunikacji miejskiej. Często brakowało jednak koordynacji i ujednoczenia promocji wydarzeń, szczególnie na uczelniach. Podczas wywiadów pogłębionych pojawiały się propozycje takie jak: „żeby na przykład powstała taka strona, która zrzeszałaby wszystkie wydziały i tam byłyby informacje o tym, co się dzieje tak naprawdę wszędzie. Wchodzę na Facebooka swojej katedry. Nawet nie wydziału, tylko katedry. Bo tam zwykle widzę, co się dzieje. Ale na przykład na Facebooku wydziału już nie ma tych samych informacji, mimo że katedra jest na tym wydziale”. Pojawiły się pomysły stworzenia aplikacji zawierającej informacje o imprezach kulturalnych dla studentów. W realizowanym wywiadzie zwrócono uwagę na działania

CAWI; N=1663; Chi 2: 148,0, p=0,00000; Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych zebranych przez firmę Danae.

Z jakich źródeł informacji na temat oferty kulturalnej pan/i korzysta?



CAWI; N=1633; Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych zebranych przez firmę Danae. [Pytanie wielokrotnego wyboru. Wyniki nie sumują się do 100%]

uczeln: „jakby samorząd bardzo działa i informuje, i zachęca, i jak coś trzeba, to nawet zorganizuje za uczniów, żeby im pomóc, odciążyć. I jest ok pod tym względem informowania. Że ja wiem, ale np. nie mogę, ale wiem, to jest ok. Dużo wisi plakatów. Wykładowcy też mówią, słuchajcie, dzisiaj o 15.00 jest coś tam, idźcie jak chcecie”. Mówiono też

o szczególnych sposobach docierania z ofertą: „z reguły to się sprowadza do tego, że większość wydarzeń, które są jakby zatwierdzone przez uczelnię, mają przydzielanych... to się nazywa „ambasadorzy”. Czyli konkretne osoby z różnych kół naukowych, które tematycznie pasują. Albo z samorządu studenckiego. Są imiennie przypisane do projektu i są tak

jakby twarzą projektu na uczelni. I oni są później odpowiedzialni za koordynację spotkań, które informują... Na przykład przychodzą w trakcie wykładów do nas i nas informują: słuchajcie, w tym tygodniu dzieje się to i to, my to wspieramy, zapraszamy. Więc są osoby, które mają odpowiedzialność, żeby całą tą wielką maszynę promocji fizycznie i też promo-

cję w Internecie wdrażać”.

6.9.2 Ocena oferty kulturalnej w mieście

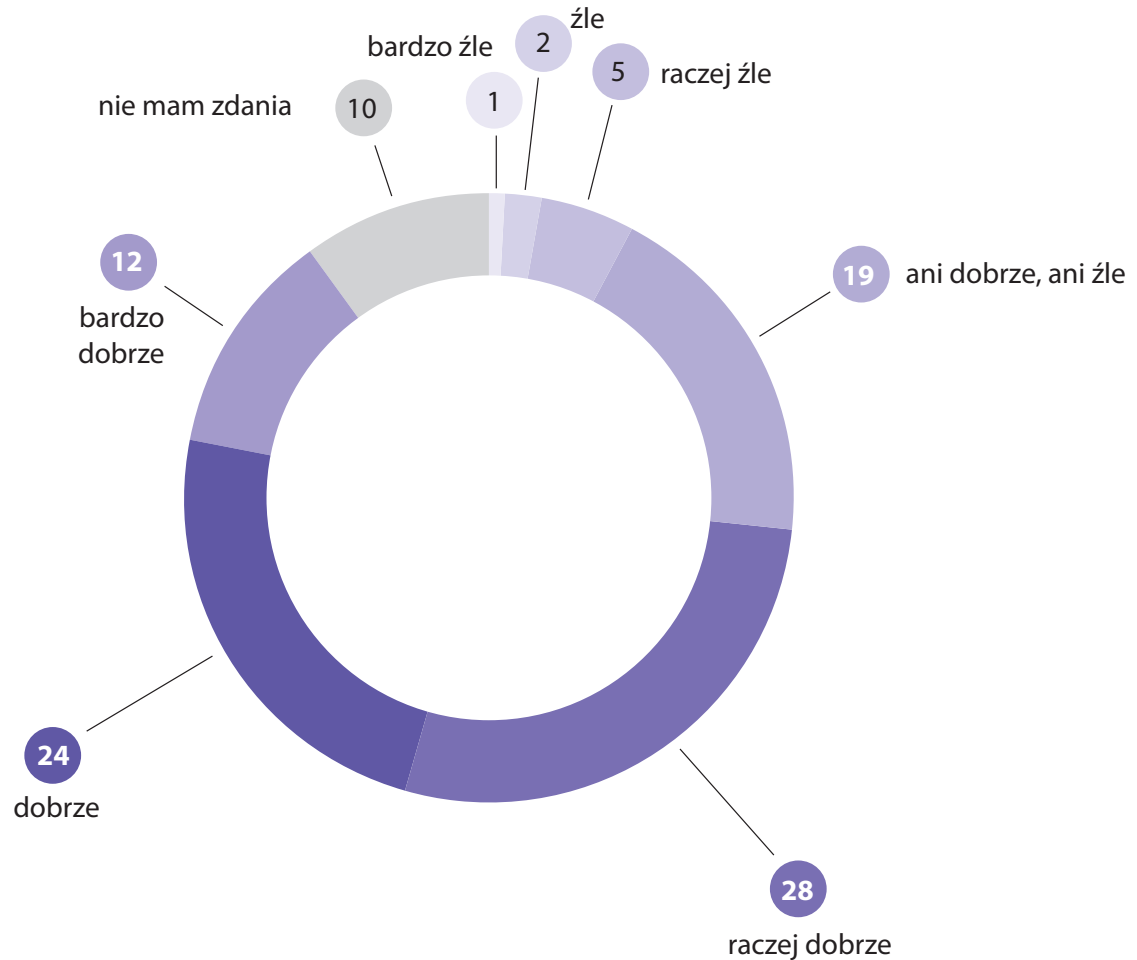
Oferta kulturalna instytucji i organizacji kultury ogólnie oceniana jest pozytywnie. Jedynie 8% badanych wyraziło negatywne opinie na ten temat. Pozytywnie ofertę ocenia 64% badanych, w tym 12% to oceny bardzo dobre. Osoby, które nie potrafiły odnieść się do tematu oferty kulturalnej w mieście, stanowiły 10% ogółu badanych.

Studenci najwyżej oceniają ofertę wydarzeń kulturalnych miejskich instytucji kultury (68% ocen pozytywnych). Nieco niższe noty otrzymała oferta akademickich instytucji kultury (66,1% ocen pozytywnych). Nieznacznie gorzej oceniana jest oferta organizacji pozarządowych oraz grup nieformalnych, choć i w tym przypadku zdecydowanie dominują opinie pozytywne (60%). Szczególnie interesująca jest ocena oferty nieformalnych grup zajmujących się działalnością kulturalną, co świadczy o ich dużym potencjale.

Także w wywiadach grupowych wysoko oceniano ofertę kulturalną naj-

Tabela 52. Ogólna ocena oferty instytucji i organizacji kultury w miejscu studiowania

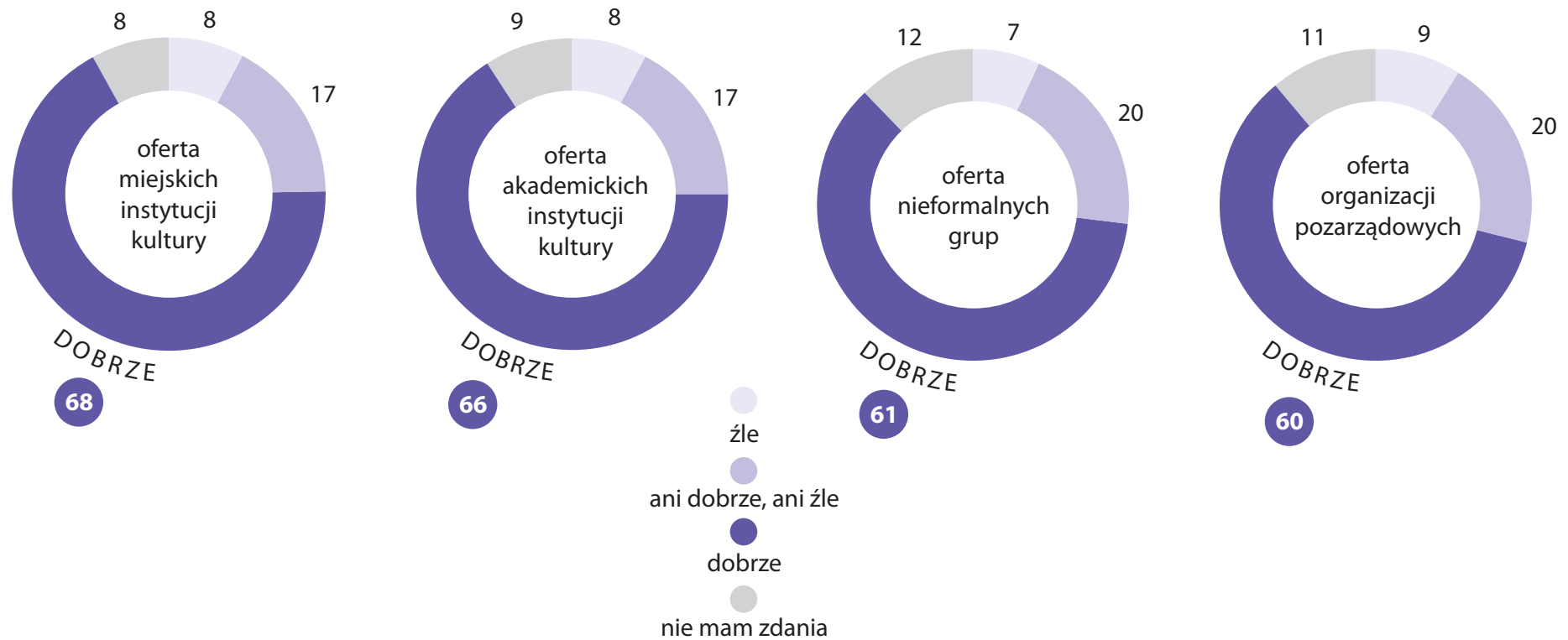
Ogólna ocena oferty instytucji i organizacji kultury



CAWI; N=1633; Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych zebranych przez firmę Danae.

Tabela 53. Ocena oferty instytucji kultury w mieście studiowania

Ocena oferty instytucji kultury



CAWI; N=1633; Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych zebranych przez firmę Danae.

większych miast takich jak Warszawa, Kraków, Wrocław, Gdańsk. Studenci wymieniali duże imprezy miejskie jak krakowskie Wianki, Festiwal Świa-

teń w Łodzi, Noc Kultury w Lublinie. Najczęściej wskazywane braki w ofercie kulturalnej miasta dotyczyły mało ciekawych koncertów, niewielkiej różnorodno-

ści oferty oraz deficytów warsztatów i spotkań z twórcami kultury. Wśród słabszych stron wskazywano także kwestie związane ze zniżkami czy bezpłatnymi wydarzenia-

Tabela 54. Główne braki w ofercie kulturalnej miasta w opinii studentów.

Braki w ofercie kulturalnej miasta	Odsetek wskazań
Koncerty	8,90%
Różnorodność / Szersza oferta	8,30%
Warsztaty / spotkania z twórcami	5,20%
Niskie ceny / akcje zniżkowe / bezpłatne wydarzenia	4,60%
Informacja	3,90%
Teatr	3,50%
Festiwale	2,80%

CAWI; N=1663; Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych zebranych przez firmę Danae.

[Wyniki w tabeli nie sumują się do 100%, ponieważ są to odpowiedzi na pytanie otwarte i nie wszyscy badani ich udzielili].

mi. Pojawiała się też potrzeba lepszego informowania o ofercie kulturalnej.

Studenci formułowali oczekiwania względem miasta. Oto jedna z bardziej oryginalnych propozycji: „może gdyby stworzyć takie miejsce albo przestrzeń po prostu dla osób, które mogłyby się bardziej uzewnętrzniać ze swoimi rzeczami i np. miasto by chciało w coś takiego zainwestować, w ochronę artystyczną, coś w tym stylu, że może się spotkać z osobami, które znają się na danej tematyce, na tej branży. I nie tyle co ocenić, co powiedzieć słuchaj, śpiewasz dobrze. Ale może coś takiego albo zaproponować jakieś zajęcia współfinansowane, albo dofinan-

sowane przez miasto. Może świetlica artystyczna. Że nie wiem, spotkania muzyczne, przychodzili ludzie z gitarami”.

6.10 Akademickie instytucje kultury w Polsce oczami ich pracowników

W celu pogłębienia wiedzy o funkcjonowaniu instytucji kultury studenckiej zostały przeprowadzone wywiady wśród pracowników akademickich ośrodków kultury z całej Polski. Rozpoczęto od pytań na temat najbardziej atrakcyjnych wśród studentów obszarów działalności. Okazało się, że oferta ośrodków jest różnorodna i bogata. Dominują koncerty i seanse kinowe w klubach filmowych, ale dużym

zainteresowaniem cieszą się inne formy takie jak spotkania z ciekawymi ludźmi, często podróżnikami, występy kabaretów oraz stand-upy. Spektakle teatralne, zarówno w wykonaniu teatrów studenckich, jak i zawodowych, również budzą duże zainteresowanie wśród studentów. Popularne są także imprezy taneczne różnego typu. Osobną, bardzo atrakcyjną kategorią są różnorodne festiwale. Ośrodki kultury studenckiej często organizują cykliczne festiwale teatralne czy muzyczne, które po latach dopracowały się renomy i rozpoznawalności. O juwenaliach mówiono jako o imprezie stałej, oczywistej, wpisanej od lat do kalendarza wydarzeń, choć jednak nie do końca wpisującej się w profil działalności ośrodków. Bardziej typowe dla instytucji kultury studenckiej były zajęcia, w których studenci zdobywają umiejętności lub sami tworzą kulturę. Te formy są jeszcze bardziej zróżnicowane: duża paleta warsztatów, grupy osób zainteresowanych sztukami walki, grupy taneczne, w tym tańca z ogniem, rekonstruktorzy historyczni. W wielu ośrodkach funkcjonują grupy teatralne. Tradycyjnie przy uczelniach działają zespoły pieśni i tańca, chóry, a z nowszych form sygnali-

ści myśliwscy i orkiestry. W Gdańsku studenci mają możliwość realizacji autorskich projektów w ramach grantów przyznawanych przez ACK. Są to często projekty dyplomowe w ramach kierunków studiów, np. na kulturoznawstwie czy na zarządzaniu instytucjami artystycznymi. W centrach kultury studenckiej znajdują miejsca koła naukowe i organizacje studenckie. Funkcjonują także centra mediów, w których skupia się prasa akademicka, radio, produkcja teledysków, nagrywanie reportaży. Działają akademickie kluby turystyczne i sportowe. Osobną kategorią są akcje charytatywne, np. w postaci licytacji czy akcji krwiodawstwa, oraz praktyki, podczas których studenci zdobywają wiedzę i doświadczenie z zakresu organizowania różnych wydarzeń kulturalnych.

Oferta ośrodków, zdaniem badanych, musi być dopasowana do oczekiwań i potrzeb studentów. Codzienny kontakt pracowników z odbiorcami dostarcza wytycznych do planowania oferty, ale istnieją też wypracowane, stałe metody zbierania opinii. W wielu ośrodkach przeprowadza się ankiety wśród studentów, funkcjonują rady programowe i współpraca z samorządem studentów. Bardzo ważną ścież-

ką kontaktów są media społecznościowe. Poza tym na początku każdego roku akademickiego odbywają się spotkania ze studentami mające na celu przedstawienie oferty i zachęcanie do współpracy. Ośrodki organizują także własne grono wolontariuszy i praktykantów, z którymi utrzymują bezpośredni kontakt, co umożliwi lepsze zrozumienie ich oczekiwań.

Aktywność kulturalna studentów jest obecnie w ocenie pracowników niższa niż dawniej, szczególnie w zakresie aktywnego, twórczego uczestnictwa. Pojawiają się takie wypowiedzi jak: „dziś dominuje potrzeba szybkiego efektu, stąd eventowy charakter wydarzeń wypiera bardziej wymagające formy działalności”, „Nowe inicjatywy trudno utrzymać, studenci mają fajne pomysły, ale to trochę „słomiany zapał”, chociaż oczywiście nadal pojawiają się solidni aktywiści”, „Aktywność jest największa, kiedy sami studenci organizują dla studentów przedsięwzięcia kulturalne”.

„Jeszcze 10 lat temu najważniejsze dla studentów, którzy nawiązywali z nami współpracę, było przeżywanie wydarzeń, uczestniczenie w koncertach, festiwalach,

spotkanie z artystą. Obecnie dla studentów bardzo ważna jest logistyka, proces przygotowania wydarzenia, zdobycie doświadczenia, poznanie mechanizmów organizacyjnych. Jest to dla nas zadziwiająca. Bardzo często jest tak, że studenci angażują się w przygotowanie imprezy, a samo uczestniczenie w niej nie jest już takie ważne”.

W ostatnich latach funkcjonowanie ośrodków kultury akademickiej wydaje się stawać coraz trudniejsze, głównie z powodu rozwoju różnorodnej oferty i nowych form uczestnictwa w kulturze. Powoduje to konieczność rywalizowania o zainteresowanie studentów nie tylko z innymi instytucjami kultury, ale również z wieloma podmiotami komercyjnymi. Wraz z rozwojem technologii komunikacyjnych studentów coraz bardziej angażuje świat wirtualny. Powoduje to wypieranie tradycyjnych form uczestnictwa w kulturze. Rośnie rola nowych gatunków muzycznych i nowych form koncertowych. Dla studentów coraz ważniejsza jest również wizualna oprawa wydarzenia muzycznego czy spektaklu.

Na pytanie o czynniki, które mogą zniechęcać studentów do korzystania z ofer-

ty ośrodków kultury akademickiej, najczęstsze odpowiedzi dotyczą ograniczeń finansowych. Zwraca się uwagę także na słabości wyposażenia i infrastruktury oraz na biurokratyczne wymogi przy organizacji imprez, które z perspektywy studentów są trudne i niejasne. Warto zwrócić uwagę na kwestie dotyczące barier wynikających z trudności w odbiorze i braku odpowiednich kompetencji kulturowych studentów. Chodzi o niedostosowanie oferty do odbiorców. W jednej z wypowiedzi stwierdzono, że „bardzo ambitne projekty z zakresu muzyki czy teatru mogą czasami zniechęcać studentów. Jeśli studenci mają wybór między koncertem jazzowym a np. rockową kapelą lub gwiazdą hip-hopu to wybór jest oczywisty”. Może to sugerować, że centra kultury studenckiej działają dziś bardziej jako dostarczyciele atrakcyjnej oferty niż jako miejsca edukacji kulturowej.

Sposoby kontaktowania się ze studentami i promocja oferty opierają się na portalach społecznościowych i komunikacji w Internecie, choć paleta możliwości jest rozbudowana. Placówki promują się także przy użyciu plakatów rozwieszanych na terenie uczelni i miasta, informacji w ko-

munikacji miejskiej, reklamy w lokalnych mediach. Stosowany jest także marketing szeptany.

W wywiadach pytano także o współpracę z innymi podmiotami. Pracownicy wszystkich ośrodków wyrażali zainteresowanie wzajemną współpracą i są pozytywnie, a nawet entuzjastycznie nastawieni do idei trwałego współdziałania i wzajemnego sieciowania w skali kraju. Forum Kultury Studenckiej jawi się jako bardzo wartościowa inicjatywa, która w dalszym planie może przynieść nie tylko przepływ informacji, dobrych praktyk i doświadczeń, ale także ułatwić wspólne działania i reprezentację interesów wobec struktur nadrzędnych, np. Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego lub Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego. W dotychczasowej działalności ośrodki kultury studenckiej często i intensywnie współpracują z lokalnymi instytucjami kultury, urzędami miast, urzędami marszałkowskimi, organizacjami pozarządowymi, ale także samorządem studenckim czy klubami o komercyjnym charakterze. Rozmówcy wskazywali zwykle ponad dziesięć podmiotów, z którymi stale współpracują. Ciekawe są uzasadnienia tej współpracy:

„my nie jesteśmy instytucją, która może w grantach miejskich funkcjonować, dlatego też korzystamy z pomocy zaprzyjaźnionych organizacji pozarządowych, gdzie wchodzimy we współpracę jako partner i wtedy wydarzenie jest organizowane właśnie w kooperacji”. Pojawiają się też ograniczenia, które wynikają z postrzegania kultury studenckiej: „problemem jest dystans innych instytucji kultury do kultury studenckiej. Studencka działalność artystyczna często traktowana jest jako nieprofesjonalna, prezentująca półprodukt artystyczny”.

Zapytani o problemy w swojej pracy, pracownicy ośrodków mówili o brakach kadrowych, sprzętowych oraz niewystarczającym finansowaniu. Czasem odczuwają też zbyt małe wsparcie ze strony uczelni i traktowanie ich instytucji jako przysłowiowego „piątego koła u wozu”. Zwracają uwagę także na niekorzystną, wysoką rotację studentów, wynikającą z systemu dwustopniowego nauczania. Jeden z ankietowanych pracowników zauważył, że „dawniej student, który angażował się w samorząd studencki, działalność kulturalną, mógł to robić przez 5 lat, uczył się rzetelnej pracy społecznej od starszych ko-

legów. Obecnie jest to niemożliwe, często jest tak, że zaangażowanie studenta i jego twórcza praca jest zbyt krótka, aby się czegoś nauczyć. Student zmienia uczelnie, wyjeżdża z miasta lub podejmuje pracę zawodową”.

Źródła finansowania w przeważającej większości pochodzą z dotacji od uczelni. Działalność komercyjna, to znaczy wynajem sal i dochody z biletów, stanowi zwykle niewielką część budżetu. Zdarza się też dofinansowanie ze środków miasta. Środki pozyskuje się też w konkursach grantowych organizowanych przez samorządy, Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego oraz z funduszy unijnych, ale odbywa się to w ramach współprac, ze względu na brak podmiotowości instytucji kultury. Funkcjonują także umowy sponsorskie, choć, jak wynika z wywiadów „coraz trudniej zdobyć sponsorów strategicznych lub uzyskać dotację miejską na zadowalającym poziomie”.

Zapytani o to, jakiego wsparcia oczekują, pracownicy ośrodków mówili o finansowym, ale ważne byłyby także profesjonalne szkolenia dla menadżerów, np. z zagadnień zarządzania kulturą

w sieci, marketingu czy z zakresu moderowania i organizowania kultury studenckiej. Bardzo często pojawiała się potrzeba wzajemnej współpracy i wymiany doświadczeń pomiędzy ośrodkami w całej Polsce. Inicjatywa stworzenia Forum Kultury Studenckiej jest oceniana bardzo pozytywnie jako szansa na stworzenie wspólnej platformy wymiany pomysłów i praktyk oraz jako droga do skoordynowanych działań promujących, reprezentowania wspólnych interesów i lobbingu.

Warto przytoczyć dłuższą wypowiedź, która dotyczy potrzeby zmian systemowych, sprzyjających rozwojowi instytucji kultury studenckiej: „Skuteczne wsparcie naszej pracy wymagałoby zmiany ustawy, w której nie ma nic o finansowaniu takich ośrodków jak nasz. Finansowanie działalności zależy od dobrej woli Rektora oraz od tego, jakie środki wywalczy w uczelni Samorząd Studentów. Dobrze byłoby, gdyby był taki zapis, że jakiś ułamek budżetu uczelni ma być przeznaczony na jednostkę kultury. Działająca sprawnie i aktywnie jednostka kultury mogłaby przyczynić się do dodatkowych punktów przy ocenie uczelni, co za tym idzie dodatkowych fun-

duzy, to byłoby super. Wtedy Ministerstwo mogłoby przeznaczać dodatkowe środki, uczelnie zależałyby, żeby taka jednostka działała i funkcjonowała, byłaby to dla uczelni wymierna korzyść”.

Wywiady zamykało pytanie o istnienie innych miejsc zajmujących się kulturą studencką. Wskazywano na istnienie wielu placówek, zarówno miejskich instytucji kultury, jak klubów, które kierują do studentów część swojej oferty, jednak podkreślano, że wspieraniem rozwoju i działalnością edukacyjną w obszarze kultury studenckiej zajmują się wyłącznie ośrodki uczelniane.

6.11 Analiza videoblogów studenckich

Materiały udostępniane w serwisie YouTube mają z reguły charakter kreatywny, kulturotwórczy oraz wiedzotwórczy. W związku z tym sporą popularnością cieszą się kanały, na których autorzy dzielą się swoimi przemyśleniami i pasjami. Przeprowadzona analiza miała na celu eksplorację sposobów, w jaki na YouTube manifestuje się kultura studencka, przede wszystkim w formie vlogów i videoblo-

gów. Wyselekcjonowane do badań kanały reprezentują bardzo różną tematykę, np. studiów za granicą, książek, filmów.

6.11.1 Metodologia badania

Vlogi zakwalifikowane do analizy spełniały kryteria:

tematyka dotyczy szeroko pojętej kultury;

autorzy i autorki identyfikują się jako studenci (w opisie vloga) lub stworzyli w ciągu ostatniego roku przynajmniej jeden film związany z życiem studenckim (mający w tytule lub opisie słowa kluczowe związane ze studiami lub uczelnią).

W sumie w operacie znalazły się 153 vlogi, w tym 27 telewizyjnych kanałów uczelnianych czy wydziałowych. Analizę emocji przeprowadzono przy użyciu narzędzi Sentimenti. Wyniki analiz powstały w oparciu o 8 emocji podstawowych (aut. R. Plutchik) oraz klasycznego modelu sentymentu ze skalą polaryzacji (pozytywny, negatywny) i pobudzenia emocjonalnego. Przeanalizowano także dominujące w poszczególnych przekazach treści

(ze szczególnym uwzględnieniem tych, które odnoszą się do obszaru kultury, szczególnie kultury studenckiej).

6.11.2 Vlogi studenckie na YouTube

Najbardziej ogólny, wstępny wniosek, jaki można wysunąć po przeprowadzeniu analizy vlogów, to że – oprócz młodych medyków oraz osób uczących się za granicą – w treści komunikatów kultura studencka jest jednym z tematów, przy czym nie jest tematem dominującym. Dwa typy vlogów „medycy” oraz „studia za granicą” zawierały najwięcej odniesień do studiów lub uczelni. W przypadku pozostałych treści: vlogów książkowych, podróżniczych czy lifestyle’owych odniesienia takie pojawiają się głównie w tytułach nagrań, ale także w pojedynczych odcinkach typu pamiętnikarskiego, gdzie autorzy opowiadają o tym, co i dlaczego studiują. Osobnym typem vloga czy kanału YouTube są uczelniane telewizje (np. TV Kortowo, Strefa Designu Uniwersytetu SWPS). Zaliczono je do kultury studenckiej, ponieważ w procesie tworzenia materiałów biorą tam udział studenci jako autorzy lub osoby

udzielające wywiadów. W tym ujęciu oficjalne komunikaty wideo uczelni także należą do kultury studenckiej.

6.11.3 Nagrania i ich tytuły

Analizie poddano 153 vlogi, z których ze względu na ściśle tematyczną treść wybrano 69. Są to także blogi najsilniej powiązane z kulturą studencką, zawierające wiele materiałów i wypowiedzi autorów świadczących o identyfikowaniu się ze statusem studenta, opisujących doświadczenia na uczelni. Analizą objęto 2538 nagrań z 14 dziedzin opublikowanych w 2019 r. Częstotliwość publikowania vlogów zmienia się w ciągu roku. Najwięcej filmów pojawia się w październiku (wraz z początkiem roku akademickiego), wrześniu, maju oraz grudniu. Najmniej vlogerzy odzywają się w lutym, co może mieć związek z trwającą wtedy na większości uczelni sesją. Najbardziej popularne okazały się vlogi pamiętnikowe, językowe, dotyczące medycyny lub sztuki.

W wyniku przeprowadzonych analiz należy stwierdzić, że najwięcej pozytywnych emocji wyrażanych jest w kontekście filmów związanych z gramami cyfrowymi (średnia to 53% natężenia tej emocji w tytule)

i kanałów uczelnianych (45%). Zaraz za tymi dziedzinami lokują się komunikaty dotyczące zdrowia i lifestyle. Z kolei pod względem negatywnych emocji, na przykład złości, przodują kanały językowe (31%) i pamiętniki. Jednocześnie warto zauważyć, że w większości dziedzin pozytywne emocje przeważają nad negatywnymi.

Podsumowując, większość wyszczególnionych obszarów ma swoje znaczące miejsce w obiegu kultury studenckiej. Wiąże się ze sposobami spędzania czasu wolnego, realizowaniem swojego hobby, komunikowaniem (nadawcy lub odbiorcy treści) w obrębie tej grupy społecznej.

6.11.4 Komunikacja z odbiorcami (komentarze)

Analiza komentarzy pojawiających się pod nagraniami obejmuje 93 vlogi z 14 kategorii. W sumie analizie poddano nieco ponad 257 tys. opinii z tego okresu. Zarówno liczba, jak i wydzwięk komentarzy publikowanych pod nagraniami z vlogów o różnych tematykach, różnią się znacząco. Ze względu na te dysproporcje oraz dużą liczbę kategorii w analizach skupiono się głównie na vlogach z obszarów: lifestyle, pamiętnik, ję-

zyki, studencka telewizja, studia za granicą, muzyka, filmy, książki, praca, gotowanie, medycyna, podróże, sztuka, gry. W tych obszarach rozpoznana została bowiem najczęściej wyrażana (opinie, komentarze, polemiki) aktywność kulturalna studentów.

Najwięcej komentarzy generują vlogi lifestyle'owe i pamiętnikowe. Najwięcej pozytywnych emocji wyrażają osoby piszące pod nagraniami z dziedziny medycyny – co ważne, vlogi te najczęściej bezpośrednio dotyczą codziennego życia na uczelni medycznej. Najmniej pozytywnych emocji (strach, smutek) pojawia się pod nagraniami publikowanymi przez uniwersyteckie kanały.

Aby porównać komentarze, zastosowano metodę analizy korpusowej polegającej na wyłonieniu słów kluczowych – występujących w tym podzbiore komentarzy istotnych statystycznie częściej niż w zbiorze różnych komentarzy.

6.11.5 Studia za granicą

Na liście słów kluczowych pojawiają się przede wszystkim nazwy krajów, do których wyjeżdżają Polacy, problemów adaptacyjnych, w tym trudności języko-

wych, sposobów spędzania czasu wolnego (w tym uczestnictwa w kulturze).

6.11.6 Książki

W komentarzach pod vlogami książkowymi pojawiają się przede wszystkim słowa ilustrujące aktywność czytelnictw (tytuły książek, rekomendacje, dyskusje na temat konkretnych pozycji wydawniczych). Ulokowanie książek jako drugiego wątku w rankingu popularności tematów świadczy o ważnej roli czytelnictwa jako formy obecności w kulturze w tej grupie społecznej. Dowiadujemy się o rolki książki w procesie edukacji (studiowanie) oraz jako formy spędzania czasu wolnego (czytanie dla przyjemności).

6.11.7 Język

Słowa kluczowe charakterystyczne dla tego podzbiore komentarzy wiążą się przede wszystkim z zainteresowaniem kulturą Japonii (w tym anime i kulturą otaku). Są związane przede wszystkim z vlogiem Ignacy z Japonii – gdzie Japończyk opowiada o nauce polskiego. Zasadniczą osią dialogu jest kultura Wschodu. Jej wytwory, odmienność, chęć obcowania i poznawania związanej z nią różnorodności.

6.11.8 Lifestyle

To najliczniej reprezentowana grupa vlogów, stanowi także największy odsetek analizowanych komentarzy. Dominują tu słowa związane z edukacją (lekcje, matura, nauczyciele). Sporo miejsca zajmują tematy dotyczące życia codziennego autorów i komentujących, relacji społecznych środowiska studenckiego, różnorodności form spędzania czasu wolnego.

6.11.9 Pamiętniki

Vlogi mające cechy pamiętników czy dzienników cechują się największą stabilnością emocjonalną komentarzy. Wśród słów kluczowych pojawiają się te nawiązujące do wyglądu zewnętrznego i kanonu piękna kobiecego ciała, dotyczące spraw socjalnych, diety, jedzenia. Zbiór ten charakteryzuje bardzo nieformalny charakter wytwarzanych relacji, skracanie dystansu, omawianie spraw prywatnych, często również intymnych.

6.11.10 Medycyna

Vlogi studentów medycyny mają charakter pamiętnika z uczelni poradnika dla innych studentów. Słowa kluczowe to studia, student, specjalizacja. Wiele poruszanych

tematów dotyczy konkretnych chorób, zaburzeń i działów medycyny jak anatomia, depresja, biochemia, histologia. Vlogi z tej grypy tematycznej mają wyjątkowo merytoryczny charakter. Stanowią źródło wiedzy dla zainteresowanych problematyką medyczną.

6.11.11 Telewizje studenckie

Komentarze towarzyszące tym vlogom czy kanałom opisują treści dotyczące życia uniwersyteckiego. Stąd w słowach kluczowych pojawiają się wykład, uniwersytet, dr, prof., i nazwy jednostek naukowych, poruszane są tematy związane z teoriami, materia, nauką i wszechświatem. W przypadku tych kanałów komentarze, w tym opisy nagrań, koncentrują się na popularyzacji nauki, a nie kulturze studenckiej jako takiej, choć pojawiają się na nich nagrania z Juwenaliów.

Podsumowując, analizowane treści jednoznacznie wpisują się w kontekst kultury studenckiej. Zarówno te, które mają charakter ściśle merytorycznie związany z dziedziną nauki (blogi medyczne), jak i te, które nawiązują do tematów lifestyle'owych, mody, spraw osobistych bezpośrednio związanych ze studenckim życiem

(wszystkie pozostałe). Ponadto vlogerzy tworzą kulturę (są twórcami), nagrywając materiały z recenzjami, poradami i opisami swojego życia studenckiego. Ich aktywność stanowi ważny wkład w kulturę studencką. Nie udało się wśród poddanych analizie treści znaleźć twórców skupionych bezpośrednio na kulturze uczelnianej – jeśli odjęte zostaną vlogi mające na celu popularyzację nauki, medyczne czy matematyczne, tematów akademickich na vlogach twórców opisujących siebie jako studentów nie ma wielu. Nie znajdzie się tu także materiałów typowych dla „klasycznej” kultury studenckiej – koncertów, teatrów amatorskich, poezji. Należy tu zauważyć, że dwie ostatnie kategorie zawsze należały do kultury uprawianej przez nielicznych, stąd niewielka reprezentacja w studenckiej vlogosferze. Tematy wiążące w większości wynikają z pragmatyki studenckiego dnia codziennego (tematyczne wypowiedzi, opinie eksperckie, polemiki, porady). Oznacza to więc, że klasyczny wymiar kultury studenckiej utożsamiany z uczestnictwem w wydarzeniach, rozbudowany został o obszar dzielenia się wiedzą i pasjami oraz podpowiedzi, porad i wymiany doświadczeń.



Bibliografia

Burszta W.J., M. Duchowski, B. Fatyga, P. Majewski, J. Nowiński, M. Pęczak, E.A. Sekuła, T. Szlendak. 2010. Kultura miejska w Polsce z perspektywy interdyscyplinarnych badań jakościowych. Warszawa: Narodowe Centrum Kultury.

Chudziński E. (red.). 2001. Kultura studencka. Zjawisko – twórcy – instytucje. Kraków: Fundacja STU.

Drozdowski R., B. Fatyga, M. Filiciak, M. Krajewski, T. Szlendak. 2014. Praktyki kulturalne Polaków. Toruń: Wydawnictwo UMK.

Fatyga B., Praktyki kulturalne, w: R. Drozdowski, B. Fatyga, M. Filiciak, M. Krajewski, T. Szlendak. 2014. Praktyki kulturalne Polaków. Toruń: Wydawnictwo UMK.

Jawłowska A. 1975. Drogi kontrkultury. Warszawa: PIW.

Jawłowska A. 1981. Więcej niż teatr. Warszawa: PIW.

Kłosowski W. (red.). 2011. Kierunek kultura. W stronę żywego uczestnictwa w kulturze. Warszawa: Mazowieckie Centrum Kultury i Sztuki.

Krajewski M. 2003. Kultura kultury popularnej. Poznań: Wyd. UAM.

Krajewski M. 2013. W kierunku relacyjnej koncepcji uczestnictwa w kulturze, „Kultura i Społeczeństwo”, nr 1.

Krajewski M. 2014. Uczestnictwo w kulturze, w: R. Drozdowski, B. Fatyga, M. Filiciak, M. Krajewski, T. Szlendak. Praktyki kulturalne Polaków. Toruń: Wydawnictwo UMK.

Kwiek M. 2010. Transformacje uniwersytetu. Zmiany instytucjonalne i ewolucje polityki edukacyjnej w Europie. Poznań: Wyd. UAM.

Michałowski L. i in. (red.). 2010. Młodzi w kulturze. Gdańsk: Wyd. UG.



Semków, J. 1990. Kultura studencka w życiu uczelni. Rola uniwersyteckich zespołów chóralnych, instrumentalnych i tanecznych. Wrocław.

Skoczek, T. 1988. Kultura studencka. Mit i rzeczywistość. Kraków: Wyd. Akademickie Alma-Art.

Stachura K. 2018. Towarzystwo jako forma uspołecznienia w epoce cyfrowej. Katedra Wydawnictwo Naukowe: Warszawa.

Szafraniec K. (red.). 2019. Młodzi 2018. Cywilizacyjne wyzwania. Edukacyjne konieczności. Warszawa.

Szlendak T. 2010. Wielozmysłowa kultura iwentu. Skąd się wzięła, czym się objawia i jak w jej ramach oceniać dobra kultury?, „Kultura Współczesna”, nr 4/2010, s. 92–109.

Wertenstein-Żuławski J., M. Pęczak (red.). 1991. Spontaniczna kultura młodzieżowa. Wiedza o Kulturze: Wrocław.

Wróblewska V. 2015. Kultura studencka. Z badań folklorystycznych na Uniwersytecie Mikołaja Kopernika. Toruń: Wyd. UMK.

Aneks

I. Akademickie Ośrodki Kultury w Polsce. Krótka charakterystyka

Akademickie Centrum Kultury Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej „Chatka Żaka” w Lublinie funkcjonuje od 55 lat. W swojej działalności ACK UMCS Chatka Żaka kontynuuje festiwale z tradycjami, takie jak Międzynarodowy Festiwal Muzyki Ludowej „Mikołajki Folkowe” (jubileuszowa XXX edycja w 2020 r.), Ogólnopolski Festiwal Piosenki Studenckiej i Turystycznej „Bakcynalia” czy Festiwal Artystycznych Warsztatów Umiejętności, ale jest również otwarta na nowe inicjatywy. Myśląc o aktualnych potrzebach kulturalnych studentów, wprowadzamy nowe projekty: **Festiwal Podróżniczy „Przez świat”, Viral Art Festival** oraz **2_(wy)miary gry**. W Chatce Żaka na stałe działają grupy taneczne (Zespół Tańca Ludowego UMCS im. Stanisława Leszczyńskiego, Zespół Tańca Towarzyskiego UMCS „Impetus”, grupa taneczna zMYśł),

muzyczne (Chór Akademicki UMCS im. Jadwigi Czerwińskiej, Orkiestra Św. Mikołaja, Młode Djembe) oraz teatralne (Teatr Imperialny, Impro Teatr Bezczelny). Mieści się tu także Radio Centrum i TV UMCS, umożliwiające studentom zdobycie pierwszych dziennikarskich szlifów, które nierzadko dają przepustkę do ogólnokrajowych mediów.

Centrum Kultury Studenckiej „Mrowisko” Politechniki Śląskiej funkcjonuje od 2011 r. W Mrowisku swoje siedziby ma Uczelniany Zarząd Samorządu Studenckiego, Uczelniana Rada Samorządu Doktorantów, Best, IAESTE, AEGEE, ESN SUT Gliwice, Watra, Harnasie, Stowarzyszenie Wychowanków Politechniki Śląskiej, a nawet Śląski Yacht Club. Działają tu również uczelniani artyści, czyli Akademicki Zespół Muzyczny, Akademicki Chór Politechniki Śląskiej oraz Akademicki Teatr Remont. W Mrowisku znajduje się także Klub Studencki Spirala.



Centrum Kultury Studenckiej Uniwersytetu Przyrodniczego w Poznaniu funkcjonuje od 2010 r. Bazą dla działalności Centrum była twórczość istniejących już wcześniej i ważnych dla uczelni zespołów takich jak: Zespół Pieśni i Tańca „Łany” im. W.Kaszubkiewiczą, Zespół Trębaczy Myśliwskich „Venator” oraz Chór Akademicki „Coro daCamera”. Do tego grona dołączyły nowe grupy twórcze : Orkiestra Uniwersytecka CKS UPP, Scena Muzyczna „Teatr PULS”, oraz wielokrotny Mistrz Polski w tańcach narodowych „Wielkopolski Klub Tańców Polskich”. Centrum Kultury ma pod opieką Młodzieżowy Zespół Pieśni i Tańca „ŁANIKI”. CKS nie tylko krzewi kulturę w środowisku akademickim poprzez m.in. koncerty cykliczne swoich formacji ale tworzy również projekty artystyczne i wydarzenia kulturalne dla społeczności zewnętrznej na Scenie Kolegium Runego.

Centrum Kultury i Kształcenia Ustawicznego Uniwersytetu Rolniczego w Krakowie prowadzi działalność kulturalną, artystyczną i oświatową na rzecz studentów i pracowników Uczelni, w której w skład wchodzi m.in.: Klub „Buda” (istniejący od 1956 r.), Klub

Akademicki „Arka” (istniejący od 1983 r.), Chór UR, Studencki Zespół Góralski „Skalni” i Zespół Sygnalistów Myśliwskich „Hagard”. Klub „ARKA” jest spadkobiercą Klubu „Buda”, gdzie powstał m.in. słynny kabaret „Pod Budą”.

Strefa Kultury Studenckiej Politechniki Wrocławskiej funkcjonuje od 2013 r. Na co dzień funkcjonuje w nim stołówka i kawiarnia prowadzona przez jednostkę PWr, Dział Stołówek Studenckich. Popołudniu i w weekendy obiekt zamienia się w kreatywną przestrzeń do działań artystycznych, naukowych i rozrywkowych.

Klub Studio działający przy Akademii Górniczo-Hutniczej w Krakowie funkcjonuje w obecnej formie od 2004 r. Klub Studio prowadzony jest przez organizację pozarządową – Fundację Studentów i Absolwentów Akademii Górniczo-Hutniczej w Krakowie ACADEMICA. Fundacja wspiera wszelkie kulturalne inicjatywy studentów AGH, takie jak Muzyczne Pogwarki, Studio Kabaretu, Śpiewogranie, Karaoke na Żywo, Gwar Świata czy Bez Gwaru. Fundacja corocznie współtworzy Juwenalia Krakowskie, Juwenalia AGH czy Festiwal Synestezje. Ten ostatni łą-

czy twórców plastyki, muzyki, słowa oraz środowiska Uczelni Artystycznych z całego kraju. Fundacja jest również opiekunem Orkiestry Reprezentacyjnej AGH, Chóru i Orkiestry Smyczkowej AGH „Con Fuoco” oraz Studia Muzycznego Kotłownia. Troszczy się o ich ustawiczny rozwój i optymalne warunki działania.

Centrum Nauki i Kultury Uniwersytetu Jana Kochanowskiego w Kielcach funkcjonuje od 2012 r., wcześniej, od połowy lat 70., funkcjonował tylko Studencki Klub WSPAK, który obecnie jest w strukturach Centrum. Misją instytucji jest aktywizacja środowiska akademickiego, wspieranie działalności twórczej na polu artystycznym i naukowym, a także tworzenie oferty wydarzeń kulturalnych dla społeczności lokalnej.

Akademickie Centrum Kultury i Sztuki „Od Nowa” działające przy Uniwersytecie Mikołaja Kopernika w Toruniu powstało w 2012 r., po przekształceniu Studenckiego Klubu Pracy Twórczej „Od Nowa”. Klub „Od Nowa” powstał w 1958 r. W klubie karierę rozpoczynał m.in. zespół Republika. Obecnie w ACKiS UMK dzia-

łają: Klub „Od Nowa”, DKF „Niebieski Kocyk”, Uniwersytecka Rozgłośnia „Radio Sfera”, Chór Akademicki oraz dwie galerie sztuki, Galeria Dworzec Zachodni i Galeria 011. Cykliczne festiwale: Toruń Blues Meeting, Jazz Od Nowa Festiwal, Alternatywne Spotkania Teatralne „Klamra”, Afryka Reggae Festiwal, Majowy Buum Poetycki.

Akademickie Centrum Kultury Uniwersytetu Gdańskiego „Alternator” powstało w 1981 r. W ACK działają m.in.: Akademicki Chór UG (istniejący od 1971 r.), Zespół Pieśni i Tańca UG „Jantar” (istniejący od 1970 r.), Zespoły Tańca Celtyckiego UG „Animus Saltandi” (2000 r.) i „Trebraruna” (1994 r.), ponadto trzy teatry: Sandby Studio, Grupa Improwizacji Teatralnej i Teatr Tańca Współczesnego „Kiosk Ruchu”, a także DKF UG „Miłość Blondynki” (1994 r.).

Studenckie Radio „Żak” Politechniki Łódzkiej funkcjonuje od 1959 r. Oprócz działań stricte radiowych, „Żak” zajmuje się również organizacją i nagłaśnianiem koncertów. Współtworzy lub patronuje takim wydarzeniom, jak np. Ogólnopolski Studencki

Przegląd Piosenki Turystycznej YAPA, Explorers Festival, XX Międzynarodowy Festiwal Sztuk Przyjemnych i Nieprzyjemnych. Od pracy w „Żaku” zawodową karierę dziennikarską zaczęli m.in.: Wiktor Skrzydłowski, Andrzej Papajak, Adam Kołaciński, Marek Niedźwiecki, Janusz Deblessem, Janusz Graczyk, Tomasz Podwysocki, Ewa Tyszko, Artur Makieła, Marcin Pośpiech, Michał „Kwiatek” Kwiatkowski, Jakub Michalski, Michalina Kwiatkowska i Łukasz Walewski.

Studenckie Centrum Kultury działające przy Uniwersytecie Opolskim otworzyło w 2011 r., w nowym budynku finansowanym z funduszy UE (EFRR). Celem SCK jest zapewnienie zaplecza infrastrukturalnego do prezentacji, promocji i rozwoju aktywności kulturalnej środowiska akademickiego UO. SCK łączy działalność kulturalną z edukacją artystyczną. Jedyłą, wyszczególnioną działalnością twórczą SCK jest Studio dźwięku, które animuje scenę muzyczną Opola – koncerty, nagrania. W SCK swoją siedzibę mają Samorząd Studencki oraz Redakcja Radia Sygnały.

Akademickie Centrum Kultury Politechniki Częstochowskiej powstało w 1996 r. na bazie Klubu „Politechnik” (istniejącego od 1970 r.). W ACK działają m.in. DKF „Rumcajs” – najstarszy DFK w Polsce, Chór PC, Studencki Teatr „Trybik”, Zespół Pieśni i Tańca „Częstochowa”. ACK krzewi kulturę w środowisku akademickim i wśród mieszkańców Częstochowy.

Akademickie Centrum Kultury Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie powstało w 1999 r. Działa w nim 16 agend/zespołów, w tym m.in. Zespół Pieśni i Tańca „Kortowo” (istniejący od lat 50.), Chór im. prof. Wiktora Wawrzyczka (istniejący od 1952 r.), Akademicka Orkiestra Dęta, Teatr Studencki CEZAR (istniejący od 1997 r.), Teatr kłoszART, a także szereg klubów studenckich, w tym m.in. turystyczny, żeglarski, lotniczy, motocyklowy i pływacki.

Uczelniany Ośrodek Kultury przy Uniwersytecie Przyrodniczo-Humanistycznym w Siedlcach powstał w 1995 z połączenia Studenckiego Studenckiego Ośrodka Działań Kulturalnych „Limes” (istniejącego od 1977r.) oraz Klubu Stu-

denckiego „PeHa” (istniejącego od 1993 r.). Obecnie w ramach ośrodka działają: Teatr „Chwila” (od 1991r.), Dyskusyjny Klub Filmowy „Doza”, Klub Miłośników Teatru a także różne sekcje, kluby zainteresowań i grupy twórcze.

Strefa Kultury Studenckiej Uniwersytetu Szczecińskiego powstała w 2015 r. w wyniku połączenia ACK US (istniejącego od 2005 r.) z Działem Spraw Studenckich US. W SKS US działają grupy twórcze, koła naukowe i organizacje studenckie, w tym m.in. cztery teatry: Teatr Akademicki US, Teatr „nie ma”, Teatr BOSCHa, Teatr Ognia „Inko Gni To”. SKS US organizuje cykliczne festiwale, m.in.: Międzynarodowy Festiwal Teatrów Niezależnych PRO CONTRA, Festiwal „Teatr w Stodole”, Festiwal „Garaze”.

Uniwersyteckie Centrum Kultury Uniwersytetu w Białymstoku. W UCK odbywają się zajęcia i spotkania, które organizują koła naukowe i organizacje studenckie.

1. Opis problematyki badania

Pytania badawcze:

1. Jak rozumiane jest pojęcie kultury studenckiej przez jej twórców i głównych odbiorców?
2. Jaki jest poziom i główne uwarunkowania uczestnictwa studentów w kulturze?
3. Jakie są główne motywy uczestnictwa studentów w kulturze?
4. Jakie są główne bariery uczestnictwa studentów w kulturze?
5. Jakie są główne potrzeby i oczekiwania studentów wobec oferty instytucji i organizacji kultury?
6. Jaki jest poziom zaspokojenia potrzeb kulturalnych studentów?
7. Jaka jest ocena dostępnej oferty instytucji i organizacji kultury w głównych ośrodkach akademickich w Polsce?
8. Jaki jest poziom poinformowania studentów na temat dostępnej oferty kulturalnej?
9. Jakie są przeciętne wydatki studentów związane z uczestnictwem w kulturze?
10. Jaki jest poziom wykluczenia z uczestnictwa w kulturze wśród studentów z powodów finansowych?
11. Jak oceniana jest ogólna sytuacja akademickich instytucji kultury przez ich pracowników?
12. Jakie są główne bariery funkcjonowania i rozwoju akademickich instytucji kultury?
13. Jakie są główne oczekiwania związane z możliwością wspierania działalności akademickich instytucji kultury?
14. Jaki jest poziom współpracy pomiędzy akademickimi instytucjami kultury w Polsce?

II. Dane metryczkowe i struktura próby badawczej w badaniu ilościowym

		% z N
Płeć	Kobieta	58,8%
	Mężczyzna	41,2%
	Total	100,0%

		% z N
Forma studiów:	Studia stacjonarne	66,7%
	Studia niestacjonarne	33,3%
	Total	100,0%

		% z N
Rodzaj uczelni:	Publiczna	86,2%
	Niepubliczna	13,8%
	Total	100,0%

		% z N
Dyscyplina nauki:	Nauki humanistyczne	7,8%
	Nauki społeczne	39,4%
	Nauki inżynieryjno-techniczne	26,9%
	Nauki medyczne i nauki o zdrowiu	11,8%
	Nauki rolnicze	2,0%
	Nauki ścisłe i przyrodnicze	8,1%
	Sztuka	3,9%
	Total	100,0%

		% z N
W jakim mieście Pan/i studiuje?	Białystok	2,9%
	Gdańsk	5,9%
	Katowice	8,8%
	Kielce	2,0%
	Kraków	14,3%
	Lublin	7,2%
	Łódź	6,0%
	Olsztyn	2,2%
	Opole	2,0%
	Poznań	9,2%
	Rzeszów	4,0%
	Szczecin	2,9%
	Toruń	3,9%
	Warszawa	17,8%
	Wrocław	9,8%
Zielona Góra	1,0%	
Inne	0,0%	
Total	100,0%	

		% z N
Rodzaj studiów:	studia licencjackie	34,8%
	studia inżynierskie	23,3%
	studia magisterskie	37,1%
	studia doktoranckie	3,1%
	inne	1,7%
	Total	100,0%

		% z N
Rok studiów:	Pierwszy	26,3%
	Drugi	27,4%
	Trzeci	23,9%
	Czwarty / Pierwszy II stopnia	12,3%
	Piąty / Drugi II stopnia	8,3%
	Szósty	1,8%
	Total	100,0%

		% z N
Czy jest Pan/i studentem z zagranicy?	Tak	3,1%
	Nie	96,9%
	Total	100,0%

		% z N
Miejscem Pana(-i) stałego zameldowania jest:	wieś	23,3%
	miasto poniżej 10 tys. mieszkańców	6,4%
	miasto 10-20 tys. mieszkańców	9,8%
	miasto 20-50 tys. mieszkańców	11,8%
	miasto 50-100 tys. mieszkańców	12,1%
	miasto 100-500 tys. mieszkańców	19,2%
	miasto powyżej 500 tys. mieszkańców	17,5%
	Total	100,0%

		% z N
Z jakiego województwa Pan/i pochodzi?	dolnośląskie	5,9%
	kujawsko-pomorskie	5,0%
	lubelskie	7,3%
	lubuskie	2,6%
	łódzkie	8,7%
	małopolskie	10,1%
	mazowieckie	15,9%
	opolskie	2,5%
	podkarpackie	6,7%
	podlaskie	3,3%
	pomorskie	4,2%
	śląskie	10,7%
	świętokrzyskie	3,1%
	warmińsko-mazurskie	2,6%
	wielkopolskie	7,5%
zachodniopomorskie	3,8%	
Total	100,0%	

		% z N
Proszę określić, czy Pan/i:	tylko studiuje	31,4%
	studiuje i pracuje na stałe	28,6%
	studiuje i pracuje dorywczo	35,9%
	studiuje oraz odbywa bezpłatny staż / praktyki	4,0%
	Total	100,0%

		% z N
Proszę ocenić swoją sytuację materialną:	Bardzo dobra	4,5%
	Dobra	20,3%
	Raczej dobra	30,4%
	Przeciętna	35,8%
	Raczej zła	6,2%
	Zła	1,3%
	Bardzo zła	1,4%
	Total	100,0%

III. Uczestnicy pogłębionych wywiadów indywidualnych i grupowych

Uczestnikami FGI byli studenci polskich uczelni, w większości publicznych. Są studentami studiów licencjackich, inżynierskich, magisterskich oraz doktoranckich. Fokusy przeprowadzono w Gdańsku, Katowicach, Krakowie, Lublinie, Łodzi, Toruniu, Warszawie i Wrocławiu. Uczestniczyli studenci z uczelni medycznych, rolniczych, ekonomicznych, politechnik, uniwersytetów. Starano się o przedstawicieli kierunków z różnych dziedzin nauki: studiów filologicznych i medycznych, prawa, ekonomii, ale też chemii, automatyki i robotyki, grafiki czy biologii.

W indywidualnych wywiadach telefonicznych wzięli udział przedstawiciele szesnastu akademickich instytucji kultury. Szczegółowe informacje na temat miasta oraz reprezentowanych instytucji przedstawiono w poniższej tabeli.

L.p.	Miasto	Instytucja
1	Białystok	Uniwersyteckie Centrum Kultury Uniwersytetu w Białymstoku
2	Częstochowa	Akademickie Centrum Kultury
3	Gdańsk	Akademickie Centrum Kultury „Alternator”
4	Gliwice	Centrum Kultury Studenckiej „Mrowisko”
5	Kielce	Centrum Nauki i Kultury
6	Kraków	Centrum Kultury i Kształcenia Ustawicznego UR
7	Kraków	Klub Studio
8	Lublin	ACK UMCS „Chatka Żaka”
9	Łódź	Studenckie Radio Żak
10	Olsztyn	Akademickie Centrum Kultury Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie
11	Opole	Studenckie Centrum Kultury
12	Poznań	Centrum Kultury Studenckiej Uniwersytetu Przyrodniczego w Poznaniu
13	Siedlce	Uczelniany Ośrodek Kultury Siedlce
14	Szczecin	Strefa Kultury Studenckiej Szczecin
15	Toruń	ACKiS „Od Nowa”
16	Wrocław	Strefa Kultury Studenckiej

IV. Kwestionariusz ankiety z badania uczestnictwa studentów w kulturze

Badanie ilościowe 2019

Technika: CAWI

Szanowni Państwo

Zwracamy się z prośbą o uczestnictwo w badaniu dotyczącym aktywności kulturalnej studentów. Badanie jest anonimowe, a jego wyniki zostaną zaprezentowane jedynie w formie zbiorczych zestawień. Jego celem jest rozpoznanie poziomu aktywności oraz potrzeb kulturalnych studentów uczelni wyższych. Wyniki posłużą udoskonaleniu oferty akademickich instytucji kultury w Polsce.

RESPONDENT

Pytanie jednokrotnego wyboru

M1. Płeć:

1. Kobieta
2. Mężczyzna

Pytanie jednokrotnego wyboru

M3. Forma studiów:

Uwaga: Jeśli studiujesz na więcej niż jednym kierunku równocześnie, udzielaj odpowiedzi odnosząc się do głównego kierunku (tego, który jest obecnie ważniejszy) i nie zmieniaj go w trakcie badania. Jeśli jesteś studentem (studentką) międzywydziałowych studiów indywidualnych, udzielaj odpowiedzi odnosząc się do wiodącego komponentu tych

studiów i nie zmieniaj go w trakcie badania. Jeśli Twoje studia są prowadzone wspólnie przez więcej niż jedną uczelnię, udzielaj odpowiedzi odnosząc się do tej uczelni, która jest dla nich ważniejsza.

1. Studia stacjonarne
2. Studia niestacjonarne

Pytanie jednokrotnego wyboru

M6. Rodzaj uczelni:

1. Publiczna
2. Niepubliczna

Pytanie jednokrotnego wyboru

M8. Dyscyplina nauki:

1. Nauki humanistyczne
2. Nauki społeczne
3. Nauki inżynieryjno-techniczne
4. Nauki medyczne i nauki o zdrowiu
5. Nauki rolnicze
6. Nauki ścisłe i przyrodnicze
7. Sztuka

Pytanie jednokrotnego wyboru

M12. W jakim mieście Pan/i studiuje?

1. Wrocław
2. Toruń
3. Lublin
4. Zielona Góra
5. Łódź
6. Kraków
7. Warszawa
8. Opole
9. Rzeszów
10. Białystok
11. Gdańsk
12. Katowice
13. Kielce
14. Olsztyn
15. Poznań
16. Szczecin

AKTYWNOŚĆ KULTURALNA STUDENTÓW

Pytanie jednokrotnego wyboru

R1. Jak określiłby/-aby Pan/-i swoje zainteresowanie kulturą i sztuką?

1. Bardzo duże
2. Duże
3. Średnie
4. Małe
5. Bardzo małe
6. Żadne

Pytanie jednokrotnego wyboru dla każdego itemu

R2. Proszę o wskazanie, jak często w ciągu ostatnich 12 miesięcy uczestniczył Pan/i w takich formach aktywności kulturalnej, jak:

[LOSOWA KOLEJNOŚĆ itemów]

1. Koncerty muzyczne
2. Kino
3. Wystawy/sztuki wizualne
4. Teatr
5. Festiwale
6. Spotkania literackie
7. Warsztaty o tematyce kulturalnej

[SKALA DLA KAŻDEGO STWIERDZENIA POWYŻEJ;
Możliwość jednokrotnego wyboru]

1. Raz w tygodniu lub częściej
2. Kilka razy w miesiącu lub częściej
3. Kilka razy w roku
4. Raz do roku lub rzadziej
5. Nie uczestniczyłem/am

Zadaj jeśli w R2 wskazano chociaż raz inną odpowiedź niż „Nie uczestniczę” (Inną niż Kod 5 na Skali)

Pytanie wielokrotnego wyboru – MAKSYMALNIE TRZY WSKAZANIA, OZNACZ KOLEJNOŚĆ WSKAZAŃ

R3. Kiedy uczestniczy Pan/i w wydarzeniach kulturalnych bądź odwiedza instytucje kultury, to robi to Pan/i przede wszystkim: (Proszę o wskazanie maksymalnie trzech powodów, zaczynając od najważniejszego):

[LOSOWA KOLEJNOŚĆ itemów 1-11, MAKSYMALNIE TRZY WSKAZANIA, OZNACZ KOLEJNOŚĆ WSKAZAŃ]

1. Dla rozrywki
2. Aby oderwać się od codzienności
3. Aby być na bieżąco
4. Aby odpocząć
5. Aby doświadczyć wyjątkowych przeżyć
6. Aby spędzić czas z innymi w atrakcyjny sposób
7. Aby pokazać coś ciekawego innym.
8. Aby dowiedzieć się czegoś, poszerzyć swoje horyzonty
9. W ramach obowiązków uczelnianych/zawodowych
10. Dla rozwoju osobistego
11. Ponieważ to przydatne do kariery zawodowej
12. Inne powody

Jeżeli R3=12 zadaj 12a; Pytanie otwarte

12a. Jakież?

13. Nie wiem, trudno powiedzieć

Zadaj jeśli w R2 wskazano więcej niż 3 „Nie uczestniczyłem/am” (Kod 5 na Skali)

Pytanie wielokrotnego wyboru – MAKSYMALNIE TRZY WSKAZANIA

R4. Powiedział/-a Pan/-i, że w ciągu ostatnich 12 miesięcy w ogóle nie uczestniczył/-a Pan/-i w aktywności kulturalnej. Proszę zaznaczyć, które powody o tym zdecydowały? (trzy najważniejsze)

[LOSOWA KOLEJNOŚĆ itemów 1-11, MAKSYMALNIE TRZY WSKAZANIA, OZNACZ KOLEJNOŚĆ WSKAZAŃ]

1. Nie interesuje mnie to / Nudzi mnie to
2. Nie mam czasu
3. Nie mam pieniędzy
4. Nie mam z kim pójść
5. Zbyt duży tłok na wydarzeniach
6. Mam za daleko/ mam trudności z dojazdem
7. Czuję się nieswojo w takich miejscach/sytuacjach
8. Nie docierają do mnie informacje o wydarzeniach kulturalnych
9. Trudno jest mi się zdecydować, w jakich wydarzeniach uczestniczyć
10. Niewystarczająca oferta
11. Nie wiem, po co miałbym iść
12. Inne powody

Jeżeli R4=12 zadaj 12a; Pytanie otwarte

12a. Jakież?

Pytanie jednokrotnego wyboru

R5. Jak często w ciągu ostatnich 12 miesięcy podejmował/ła Pan/i następujące formy aktywności twórczej?

1. Sztuki plastyczne
2. Teatr
3. Gra na instrumencie
4. Śpiew
5. Sztuki wizualne
6. Film
7. Taniec

[SKALA DLA KAŻDEGO STWIERDZENIA POWYŻEJ;
Możliwość jednokrotnego wyboru]

1. Raz w tygodniu lub częściej
2. Kilka razy w miesiącu lub częściej

3. Raz w miesiącu
4. Raz na 2–3 miesiące
5. Kilka razy w roku
6. Raz do roku lub rzadziej
7. Nie uczestniczyłem/am

Pytanie jednokrotnego wyboru

R6. Czy są jeszcze jakieś inne formy aktywności twórczej, które podejmował/a Pan/i w ciągu ostatnich 12 miesięcy?

1. Tak

Jeżeli R6=1 zadaj 1a; Pytanie otwarte

- 1a. Jakież?
2. Nie

Zadaj jeśli w R5 wskazano chociaż raz inną odpowiedź niż „Nigdy/w ogóle” (Inną niż Kod 1 na Skali)

Pytanie wielokrotnego wyboru

R7. Gdzie Pan/i realizował/a swoją aktywność twórczą?

1. Indywidualnie
2. W grupie nieformalnej
3. W miejskiej instytucji kultury
4. W akademickiej instytucji kultury
5. W organizacji pozarządowej
- Inne miejsce

Jeżeli R6=6 zadaj 6a; Pytanie otwarte

- 6a. Jakież?

Zadaj jeśli w R5 wskazano chociaż raz inną odpowiedź niż „Nigdy/w ogóle” (Inną niż Kod 1 na

Skali) i / lub wskazano w R6=1 (wskazano „Tak”)

Pytanie wielokrotnego wyboru

R8. Czy w ciągu ostatnich 12 miesięcy organizował/a Pan/i samodzielnie wydarzenie kulturalne lub uczestniczył/a Pan/i w organizowaniu wydarzeń kulturalnych w ramach wolontariatu lub bezpłatnego stażu?

1. Tak, w miejskiej instytucji kultury
2. Tak, w akademickiej instytucji kultury
3. Tak, w organizacji pozarządowej
4. Tak, w grupie nieformalnej
5. Nie organizowałem/am ani nie uczestniczyłem/am w organizacji takich wydarzeń

Pytanie jednokrotnego wyboru dla każdego itemu

R9. Jak często korzystał/a Pan/i, w ciągu ostatnich 12 miesięcy, z wymienionych form oferty kulturalnej? Proszę o wskazanie, jak często uczestniczy Pan/i w takich formach aktywności kulturalnej, jak:

[LOSOWA KOLEJNOŚĆ itemów 1-5]

1. Organizowane przez miejskie instytucje kultury
2. Organizowane przez akademickie instytucje instytucji kultury
3. Organizowane przez uniwersytet/uczelnię
4. Organizowane przez nieformalne grupy imprezy podmiotów komercyjnych/ klubów

5. inne

Jeżeli R9=6 zadaj 8a; Pytanie otwarte
8a. Jakież?

[SKALA DLA KAŻDEGO STWIERDZENIA POWYŻEJ; Możliwość jednokrotnego wyboru]

1. Kilka razy w tygodniu lub częściej
2. Kilka razy w miesiącu lub częściej
3. Kilka razy w roku
4. Raz do roku lub rzadziej
5. Wcale

Pytanie jednokrotnego wyboru

R10. Jak często w ciągu ostatnich 12 miesięcy korzystał/a Pan/i z odpłatnej oferty kulturalnej?

1. Korzystałem/am wyłącznie z oferty bezpłatnej
2. Korzystałem/am głównie z oferty bezpłatnej, jednak czasami zdarza mi się zapłacić za udział w wydarzeniu
3. Korzystałem/am w równym stopniu z oferty darmowej, jak i odpłatnej
4. Nie korzystałem/am z oferty kulturalnej

Pytanie otwarte

R11. Jaka w obecnym semestrze była przeciętna miesięczna kwota Pana/i wydatków na kulturę w zł?

.....

Pytanie jednokrotnego wyboru

R12. Jak często musi rezygnować Pan(-i) z zaspokojenia potrzeb w zakresie kultury z przyczyn finansowych?

1. Niemal zawsze
2. Często
3. Czasami
4. Rzadko
5. Nigdy

Pytanie jednokrotnego wyboru

R13. Swoje potrzeby w zakresie kultury uważa Pan(-i) za:

1. Zaspokajane
2. Raczej zaspokajane
3. Trudno powiedzieć
4. Raczej nie zaspokajane
5. Nie zaspokajane

Pytanie jednokrotnego wyboru

R14. Czy czuje się Pan/i poinformowany/a na temat oferty kulturalnej miasta, w którym studiuje?

1. Zdecydowanie tak
1. Raczej tak
2. Raczej nie
3. Zdecydowanie nie
4. Trudno powiedzieć

Pytanie wielokrotnego wyboru

R15. Z jakich źródeł informacji na temat oferty kulturalnej Pan/i korzysta? (Proszę wskazać wszystkie pasujące odpowiedzi)

[LOSOWA KOLEJNOŚĆ itemów 1-10]

1. Polecenie znajomych
2. Strona www konkretnych instytucji/ organizacji kultury
3. Strona www zawierająca informacje o ofercie różnych instytucji/organizacji

Jeżeli R15=3 zadaj 3a; Pytanie otwarte

3a. Jaka to strona?

.....

4. Facebook
5. Instagram
6. Radio
7. Telewizja
8. Prasa
9. Ulotki/plakaty
10. Newsletter
11. Inne

Jeżeli R15=11 zadaj 11a; Pytanie otwarte

11a. Jakie?.....

Pytanie jednokrotnego wyboru dla każdego itemu

R16. Jak ocenia Pan/i ofertę wydarzeń kulturalnych w mieście, w którym studiuje?

1. Oferta akademickich instytucji kultury
2. Oferta miejskich instytucji kultury
3. Oferta organizacji pozarządowych
4. Oferta nieformalnych grup

[SKALA DLA KAŻDEGO STWIERDZENIA POWYŻEJ;
Możliwość jednokrotnego wyboru]

1. Bardzo źle
2. Źle
3. Raczej źle
4. Ani dobrze, ani źle
5. Raczej dobrze
6. Dobrze
7. Bardzo dobrze
8. Nie mam zdania

Pytanie otwarte

R17. Czego Pan/i zdaniem brakuje w ofercie kulturalnej miasta, w którym Pan/i studiuje?

.....

Pytanie wielokrotnego wyboru

R18. Jak studia wpłynęły na poziom Pan/i aktywności kulturalnej? (wskaz wszystkie pasujące odpowiedzi).

[LOSOWA KOLEJNOŚĆ itemów 1-5]

1. Częściej niż przed studiami biorę udział w wydarzeniach kulturalnych
2. Częściej niż przed studiami angażuję się w organizację wydarzeń kulturalnych
3. Częściej niż przed studiami podejmuję działalność twórczą

4. Rzadziej niż przed studiami podejmuję aktywność kulturalną
5. Studia nie wpłynęły na poziom mojej aktywności kulturalnej
6. Trudno powiedzieć

Pytanie otwarte

R19. Jak swoimi słowami opisał(a)by Pan/i to, czym jest kultura studencka?

.....

Pytanie otwarte

R20. Proszę podać przykłady wydarzeń/form twórczości charakterystycznych dla kultury studenckiej w Pan/i mieście

[pięć pól do uzupełnienia, min. jedno ma być uzupełnione]

.....

.....

METRYCZKA

Pytanie jednokrotnego wyboru

M2. Rodzaj studiów:

1. Studia licencjackie
2. Studia inżynierskie
3. Studia magisterskie
4. Studia doktoranckie
5. Inne

Jeżeli M2=5 zadaj 5a; Pytanie otwarte

5a. Jakież?

Pytanie jednokrotnego wyboru

M4. Rok studiów:

1. Pierwszy
2. Drugi
3. Trzeci
4. Czwarty / Pierwszy II stopnia
5. Piąty / Drugi II stopnia
6. Szósty

Pytanie otwarte

M5. Nazwa uczelni:.....

Pytanie jednokrotnego wyboru

M7. Czy jest Pan/i studentem zza granicy?

1. Tak
2. Nie

Pytanie jednokrotnego wyboru

M9. Miejscem Pana(-i) stałego zameldowania jest:

1. Wieś,
2. Miasto poniżej 10 tys. Mieszkańców,
3. Miasto 10-20 tys. Mieszkańców,
4. Miasto 20-50 tys. Mieszkańców,
5. Miasto 50-100 tys. Mieszkańców,
6. Miasto 100-500 tys. Mieszkańców,
7. Miasto powyżej 500 tys. mieszkańców

Pytanie jednokrotnego wyboru

M10. Z jakiego województwa Pan/i pochodzi?

1. dolnośląskie
2. kujawsko-pomorskie
3. lubelskie
4. lubuskie
5. łódzkie
6. małopolskie
7. mazowieckie
8. opolskie
9. podkarpackie
10. podlaskie
11. pomorskie
12. śląskie
13. świętokrzyskie
14. warmińsko-mazurskie
15. wielkopolskie
16. zachodniopomorskie

Pytanie otwarte

M11. W jakim mieście obecnie Pan/i mieszka?

.....

Pytanie jednokrotnego wyboru

M13. Proszę określić, czy Pan/i:

1. Tylko studiuje
2. Studiuje i pracuje na stałe
3. Studiuje i pracuje dorywczo
4. Studiuje oraz odbywa bezpłatny staż, praktyki

Pytanie jednokrotnego wyboru

M14. Proszę ocenić swoją sytuację materialną:

1. Bardzo dobra
2. Dobra
3. Raczej dobra
4. Przeciętna
5. Raczej zła
6. Zła
7. Bardzo zła

V. Scenariusz zogniskowanego wywiadu grupowego (FGI)

(10 min) Powitanie uczestników FGI przez moderatora:

- przedstawienie wraz z krótką informacją o firmie realizującej badanie (Danae Sp. z o.o.),
- wskazanie podmiotu, dla którego jest realizowane badanie (ACK UMCS Chatka Żaka) oraz tematu spotkania: rozpoznanie poziomu aktywności oraz potrzeb kulturalnych studentów uczelni wyższych,
- wskazanie, że wyniki badania posłużą udoskonaleniu oferty akademickich instytucji kultury w Polsce,

- krótka prezentacja uczestników (gdzie studiują, co studiują, czy studiują i pracują, rodzaj studiów, forma studiów, rok studiów, rodzaj uczelni).

(5 min) Omówienie zasad:

- otwartość na opinie / pomysły / postawy uczestników badania,
- poufność informacji poruszanych przez badanych podczas spotkania (podkreślenie, że zebrane informacje będą służyły przygotowaniu zbiorczego raportu, a poszczególne opinie / postawy nie będą wiązane z konkretną osobą),
- wskazanie, że nie ma dobrych i złych odpowiedzi, a wszelkie informacje są ważne i mogą prowadzić do ciekawych i ważnych dla klienta konkluzji,
- podkreślenie, że sytuacja badania ma charakter dynamiczny, a uczestnicy sami mogą dodawać treści, które uznają za istotne w temacie, nawet jeśli nie wy wpływają bezpośrednio jako odpowiedź na zadane przez moderatora pytanie.

(10 min) Dyskusja ogólna: **Pojęcie kultury studenckiej**

Moderator zapisuje na flip-charcie w górnej części hasło: „Kultura studencka”.

Moderator: *Zanim porozmawiamy o Waszych opiniach i potrzebach w obszarze kultury, chcę Was zapytać co tak naprawdę rozumiecie pod pojęciem „kultura studencka”?*

Odpowiedzi badanych, dyskutowane, są następnie zapisywane przez nich na karteczkach „post-it” i przyklejane do flip-charta.

Moderator podsumowuje dyskusję (wspomagając się tym, co zostało zapisane na karteczkach i przyklejone do flip-charta):

Ustaliliśmy zatem, że kultura studencka to przede wszystkim... Pojawiły się również hasła, że należy ją rozumieć jako... W mniejszym stopniu, aczkolwiek padło również stwierdzenie, że...

(30 min) Dyskusja i zadanie: **Życie kulturalne studenta.**

Moderator: Jak byście ocenili swój udział w życiu kulturalnym miasta?

- Czynny? Bierny? Co to dla Was znaczy?
- Dlaczego taki?
- Czy udział mógłby być inny? Mniejszy? Większy?
- Od czego to zależy?

Zadanie

Moderator: Wypiszcie na karteczkach post-it formy aktywności kulturalnej, w których uczestniczycie?

Uczestnicy zapisują swoje odpowiedzi. A następnie **Moderator prosi:** Weźcie po jednej kartce A4 i pisakiem podzielcie ją na dwie połowy podpisując: „bardzo ważne” / „mniej ważne”. Przyklejcie teraz swoje karteczki na własne kartki A4 w odpowiednią część „bardzo ważne” / „mniej ważne” wedle własnego uznania.

Moderator: Proszę niech każdy z Was po kolei odczyta co wypisał i w jakiej części swojej kartki umieścił daną aktywność kulturalną.

Moderator: Jakie aktywności pojawiały się u Was i u innych osób jako „bardzo ważne”, a jakie „mniej ważne”?

Moderator odzwierciedla na flip-charcie podział na „bardzo ważne” i „ważne” (poziomą lub pionową kreską) i zapisuje odpowiedzi respondentów na flip-charcie w kolejności ich podawania przez kolejne osoby np. *pierwsza osoba wskazała za „bardzo ważne” kino, a następnie teatr* (zapisujemy obie odpowiedzi i dajemy po 1 punkt), kolejna osoba wskazała teatr oraz festiwale (dopisujemy 1 punkt do już istniejącej nazwy „teatr” na flip-charcie oraz dopisujemy kategorię „festiwale” dając 1 punkt). Tak samo robimy dla „mniej ważne”.

Moderator podsumowuje: *Ok, zobaczmy jaka aktywność najczęściej uznawana przez Was za „bardzo ważną”. Z ilości wskazań wynika, że jest to... Dlaczego właśnie taka aktywność?*

Moderator podsumowuje: *Najczęściej wskazywaliście, że „mniej ważne” jest... Z czego to wynika?*

Moderator sprawdza czy padły wszystkie odpowiedzi (koncerty muzyczne, kino, wystawy/sztuki wizualne, teatr, festiwale, spotkania literackie, warsztaty o tematyce kulturalnej).

Jeżeli nie padła któraś z tych odpowiedzi moderator pyta: *A co z...? Nikt z Was nie wskazał takiej odpowiedzi. Uczestniczcie w takiej formie aktywności?*

- Dlaczego tak/nie?

Moderator podsumowuje: *Częściej uczestniczycie w odpłatnych czy nieodpłatnych formach aktywności kulturalnych?*

- Dlaczego?
- Czy oferta odpłatna jest bardziej atrakcyjna? W jakim stopniu?

(15 min) Dyskusja ogólna: **Przyczyny uczestnictwa/braku uczestnictwa w aktywnościach kulturalnych.**

Moderator: *Z jakich powodów uczestniczycie lub nie uczestniczycie w aktywnościach kulturalnych, które wspomnieliście?*

- Co zyskujecie dzięki temu uczestnictwu?
- Czy uczestnictwo w aktywnościach kulturalnych niesie za sobą jakieś „minusy”?

Moderator: Jak byście ocenili wpływ studiów na Waszą aktywność kulturalną? Zmniejszyła się czy zwiększyła?

- Z czego to wynika?
- Jak uczelnie promują aktywność kulturalną wśród studentów?
- Czego brakuje na uczelniach pod względem aktywności kulturalnej?

Moderator: Co według Was stanowi barierę dla studentów w zakresie uczestnictwa w aktywnościach kulturalnych?

- Jak studenci sobie z tym radzą?
- Co można zrobić w tym kierunku?

(15 min) Dyskusja ogólna i zadanie:
Częstotliwość uczestnictwa i wydatki.

Moderator: Spójrzcie jeszcze raz na flip-chart i wymienione przez Was formy aktywności kulturalnej. Jak często w nich uczestniczycie i z czego wynika taka a nie inna częstotliwość? Zacznijmy może od pierwszego, czyli...

Moderator: Co by mogło Was skłonić do częstszego uczestnictwa w wymienionych formach aktywności kulturalnej?

Moderator: Zapiszcie teraz na karteczkach „post-it” jaką część (podając w %) Waszych przychodów miesięcznych jesteście w stanie maksymalnie przeznaczyć na życie kulturalne, a ja zbiorę od was te karteczki i przykleję do flip-charta.

Moderator przykleja karteczki w kolejności od najwyższego do najniższego %. i mówi: Ok, większość z Was oscyluje wokół...

(15 min) Dyskusja i zadanie: **Twórcy kultury**

Moderator: Podejmujecie własną aktywność twórczą? Jakie formy aktywności twórczej podejmujecie?

Moderator zapisuje odpowiedzi badanych na flip-charcie i **za każdym razem pyta, jak padnie nowa forma aktywności:** Ktoś z Was jeszcze taką firmę podejmuje? Jeżeli tak, moderator dopisuje punkt do danej aktywności.

Moderator podsumowuje: Z tego, co powiedzieliście wynika, że najczęściej podejmujecie się... Z czego to wynika?

Moderator: Pytanie do osób nie podejmujących się aktywności twórczej – z czego to wynika w Waszym przypadku?

(15 min) Dyskusja: **Instytucje kultury**

Moderator: W jakich instytucjach, w tym akademickich ośrodkach kultury lub ngo-sach oferujących szeroko rozumianą kulturę uczestniczycie?

Moderator zapisuje odpowiedzi badanych na flip-charcie.

- Pełnicie jakąś funkcję w tych instytucjach?
- Wasz udział ma charakter czynny/bierny? Jesteście odbiorcami oferowanych aktywności, czy też je tworzycie w ramach instytucji?
- Jak dużo czasu temu poświęcacie – miesięcznie/tygodniowo?

- Dlaczego nie uczestniczycie w działalności takich instytucji?

Moderator: Jak oceniacie wymienione przez Was instytucje (wskazuj kolejno, co zostało zamieszczone na flip-charcie)?

- Z czego wynika taka wysoka / niska ocena?
- Co należałoby poprawić? / Jakiej zmiany można by wprowadzić, aby instytucja lepiej spełniała swoją funkcję / wypełniała swoje zadania?

(30 min) Dyskusja: **Kultura w moim mieście**

Moderator: Jak byście ocenili ofertę kulturalną w mieście, w którym studiujecie?

- Jakie instytucje przyciągają?
- Które instytucje odpychają swoją ofertą/działaniami?
- Co warto rozwijać?
- Co należałoby zmienić w ofercie kulturalnej w mieście?
- Co sądzicie o ofercie akademickich instytucji kultury?

- Co sądzicie o ofercie miejskich instytucji kultury?

- Co sądzicie o ofercie organizacji pozarządowych?

- Co sądzicie o ofercie nieformalnych grup?

Moderator: Jak myślicie, czy Wasze miasto czymś się wyróżnia jeśli chodzi o ofertę kulturalną?

- Oferuje coś konkurencyjnego?
- Czy dla jakiegoś szczególnego wydarzenia warto tu przyjechać?
- Jakie wydarzenia/formy twórczości charakterystyczne są dla kultury studenckiej w Waszym mieście?

Moderator: A czego brakuje w Waszym mieście jeśli chodzi o ofertę kulturalną?

- Jest może jakaś oferta podpatrzona przez Was w innych miastach, którą chcielibyście mieć u siebie? Dlaczego?

Moderator: Z jakich źródeł czerpicie wiedzę o wydarzeniach kulturalnych w mieście?

- Dlaczego te?

- Które źródła są najbardziej aktualne / informujące o bieżącej ofercie?

Moderator: W mieście oferowanych jest więcej odpłatnych czy nieodpłatnych form aktywności?

- Które uważacie za ciekawsze?
- Czy opłata za uczestnictwo jest „do przyjęcia” czy wygórowana jak na studenckie portfele?

(5min) Zakończenie badania:

- podziękowanie uczestnikom za udział,
- pytanie o ewentualne kwestie, które uczestnicy chcieliby dodać na koniec.

VI. Scenariusz indywidualnego wywiadu telefonicznego (IDI) z badania opinii pracowników akademickich instytucji kultury.

Scenariusz wywiadu

Stan kultury studenckiej

1. Jakie obszary Państwa działalności najbardziej interesują studentów (uczestnictwo w formie widz/słuchacz)?
2. Jakie formy zajęć organizowane przez Państwa instytucję najbardziej interesują studentów?
3. Skąd czerpią Państwo wiedzę na temat kulturalnych potrzeb i zainteresowań studentów?
4. Jak oceniają posiadaną wiedzę na ten temat?
5. Czy w ostatnich latach zainteresowanie studentów aktywnym tworzeniem kultury i korzystaniem z oferty kulturalnej ośrodka rośnie, maleje (jak się nie zmienia)?
6. Który projekt/wydarzenie Państwa Instytucji cieszy się największą popularnością wśród studentów?

7. Co może zniechęcać studentów do działania w Państwa Instytucji?
8. W jakiej formie komunikują Państwo swoją ofertę studentom?

Sytuacja ośrodków

1. Jakie są najmocniejsze obszary działalności Państwa jednostki? (Pytanie o główne sukcesy, być może dotacja celowa, organizacja wydarzenia o wysokiej randze)
2. Czy Państwa jednostka jest zainteresowana budowaniem/poszerzaniem współpracy z innymi ośrodkami kultury studenckiej?
3. Czy Państwa instytucja współpracuje z podmiotami zewnętrznymi (inne instytucje kultury, ośrodki miejskie itp.)
4. Jeśli tak, to z iloma?
5. Jaki jest zasięg tej współpracy?
6. W jakich obszarach działalności Państwo współpracują?
7. Jak wygląda współpraca Państwa jednostki z innymi instytucjami kultury? (przykłady, ocena, trudności, sukcesy)?
8. Jakie są główne trudności w funkcjonowaniu Państwa Instytucji?
9. Jakie mogą być przyczyny tych problemów?

10. Jakie są główne źródła finansowania Państwa Instytucji? Jak oceniają Państwo dostępność środków finansowych?
11. Jakie widzą Państwo możliwości wsparcia w Pani/Pana skutecznej pracy (jakie formy wsparcia znają, jak oceniają ich dostępność i jakich najbardziej potrzebują)?
12. Czy w Państwa regionie działają inne instytucje, zajmujące się wspieraniem rozwoju kultury studenckiej? Dopytać jakie.

Metryczka

1. Płeć:

- a. Kobieta
- b. Mężczyzna

2. Czas pracy w jednostce:

- a. 0-5 lat
- b. 6-10 lat
- c. 11-20
- d. >20

3. Jakie mają Państwo wykształcenie? (OPCJONALNIE)

4. Jakimi formami aktywności Instytucji zajmują się Państwo w praktyce?

5. Miasto, w którym znajduje się instytucja:

VII. Szczegółowe statystyki opisowe dotyczące wydatków na kulturę

Z próby badawczej usunięto dane mało wiarygodne z podejrzeniem błędu podczas wpisywania deklarowanej kwoty, np. takie wartości jak 6565,9999 itp. Takich przypadków było 30, dlatego wielkość próby podana w tabeli wynosi CAWI; N=1603. Ponadto uzyskane dane nie miały rozkładu normalnego, dlatego bardziej miarodajna jest w tym przypadku mediana wydatków, a nie ich średnia arytmetyczna.

	Wydatki na kulturę - statystyki opisowe						
	N ważnych	Średnia	Mediana	Moda	Liczność Mody	Minimum	Maksimum
Miesięczne wydatki na kulturę w zł	1603	147,1	100	100	263	0	1000

VIII. Spis tabel

Tabela 1. Liczba vlogów zakwalifikowanych do badania z podziałem na kategorie tematyczne

Tabela 2. Wydarzenia i formy twórczości kojarzące się z kulturą studencką

Tabela 3. Wpływ sytuacji materialnej na zainteresowanie kulturą (odpowiedzi duże i bardzo duże oraz małe i bardzo małe zostały zagregowane)

Tabela 4. Wpływ sytuacji materialnej na zainteresowanie kulturą

Tabela 5. Tryb studiowania a zainteresowanie kulturą

Tabela 6. Zainteresowanie kulturą a płeć

Tabela 7. Częstotliwość uczestnictwa w kulturze w ciągu ostatniego roku

Tabela 8. Statystyki opisowe dotyczące wskaźnika aktywności kulturalnej

Tabela 9. Przedziałowy wskaźnik ogólnej aktywności kulturalnej

Tabela 10. Przedziałowy wskaźnik aktywności kulturalnej a dyscyplina nauki

Tabela 11. Przedziałowy wskaźnik aktywności a pochodzenie studentów

Tabela 12. Aktywność kulturalna a ocena sytuacji materialnej

Tabela 13. Wskaźnik aktywności przedziałowy a wielkość miejscowości

Tabela 14. Przedziałowy wskaźnik aktywności kulturalnej a poziom wydatków na kulturę

Tabela 15. Częstotliwość uczestnictwa w kulturze według typu instytucji

Tabela 16. Motywy uczestnictwa w kulturze

Tabela 17. Motywy uczestnictwa w kulturze a płeć

Tabela 18. Udział przedstawicieli poszczególnych płci w kategorii „Odpoczynek i lekka rozrywka”

Tabela 19. Udział przedstawicieli poszczególnych płci w kategorii „Rozwój profesjonalny”

Tabela 20. Udział przedstawicieli poszczególnych płci w kategorii „Ogólne poszerzanie horyzontów”

Tabela 21. Udział studentów w próbie według typu motywacji uczestnictwa w kulturze

Tabela 22. Średnie wydatki na kulturę w kategoriach wyodrębnionych na podstawie typu motywacji (dane w zł)

Tabela 23. Główne powody braku uczestnictwa w kulturze

Tabela 24. Przyczyny braku uczestnictwa w kulturze a płeć

Tabela 25. Częstotliwość podejmowania aktywności twórczej w ciągu ostatniego roku

Tabela 26. Statystyki opisowe wskaźnika aktywności twórczej

Tabela 27. Rozkład przedziałowy wskaźnika aktywności twórczej

Tabela 28. Aktywność twórcza studentów a dyscyplina nauki

Tabela 29. Wskaźnik aktywności twórczej studentów a rok (stopień) studiów

Tabela 30. Wskaźnik aktywności twórczej a pochodzenie studentów

Tabela 31. Wskaźnik aktywności twórczej a sytuacja zawodowa studentów

Tabela 32. Wskaźnik aktywności twórczej a sytuacja materialna studentów

Tabela 33. Zależność pomiędzy ogólną aktywnością kulturalną a aktywnością twórczą studentów

Tabela 34. Miejsca i formy aktywności twórczej

Tabela 35. Formy twórczości podejmowanej przez studentów

Tabela 36. Formy aktywności twórczej a miejsce zamieszkania studentów

Tabela 37. Miesięczne wydatki na kulturę w ujęciu przedziałowym

Tabela 38. Średnie miesięczne wydatki studentów na kulturę a miejsce zamieszkania

Tabela 39. Średnie miesięczne wydatki studentów na kulturę a sytuacja materialna (w złotych)

Tabela 40. Korzystanie z płatnej oferty kulturalnej

Tabela 41. Korzystanie z odpłatnej oferty kulturalnej a sytuacja zawodowa studentów

Tabela 42. Korzystanie z oferty kulturalnej a sytuacja materialna

Tabela 43. Ocena zaspokojenia potrzeb kulturalnych

Tabela 44. Potrzeby kulturalne a dyscyplina nauki

Tabela 45. Ocena zaspokojenia potrzeb kulturalnych a miejsce zamieszkania

Tabela 46. Zaspokojenie potrzeb kulturalnych a sytuacja materialna studentów

Tabela 47. Rezygnacja z uczestnictwa w kulturze z przyczyn finansowych

Tabela 48. Rezygnacja z przyczyn finansowych a sytuacja materialna

Tabela 49. Poziom poinformowania na temat oferty kulturalnej

Tabela 50. Stopień poinformowania o ofercie kulturalnej a sytuacja materialna studentów

Tabela 51. Źródła informacji na temat oferty kulturalnej

Tabela 52. Ogólna ocena oferty instytucji i organizacji kultury w miejscu studiowania

Tabela 53. Ocena oferty instytucji kultury w mieście studiowania

Tabela 54. Główne braki w ofercie kulturalnej miasta w opinii studentów



Diagnoza kierunków rozwoju
kultury studenckiej w Polsce