

Miejski Ośrodek Kultury w Terespolu

„Nowa Generacja”- Stowarzyszenie Miasta Terespol

**„POSTAWY MIESZKAŃCÓW TERESPOLA WOBEC
FUNKCJONOWANIA I ROLI MIEJSKIEGO
OŚRODKA KULTURY W TERESPOLU”**

AUTOR:

Łukasz Pogorzelski

I. Teren, organizacja i przebieg badań

Terespol jest niewielkim miastem przygranicznym. Zajmuje powierzchnię 1020ha oraz liczący w 2007 r. dokładnie 6.092 mieszkańców. Strategiczne położenie miasta jest uwarunkowane nie tylko przygranicznym jego usytuowaniem, ale i położeniem na ważnym szlaku komunikacyjnym łączącym kraje Unii Europejskiej z Rosją, czyniąc z miasta ważny ośrodek na mapie. Terespol jest stosunkowo mało zamożnym miastem, o typowej dla miast w całej Polsce strukturze demograficznej, którego budżet na 2007 rok, uchwaliła Rada Miasta na kwotę niewiele ponad 10 milionów zł.

Miejski Ośrodek Kultury w Terespolu, mieści się tuż przy Szkole Podstawowej nr 1, na peryferiach miasta, przy ulicy Sienkiewicza. Od kilku lat, tuż po podziale na oddział miejski i wiejski (MOK i GOK), funkcjonuje w budynku, mieszczącym w sobie halę sportową. Dzięki takim warunkom, ośrodek czynnie współpracuje z stowarzyszeniem- (MULKS) Miejski Uczniowski Ludowy Klub Sportowy w Terespolu, które zajmuje się organizowaniem ofert sportowych na terenie miasta. Dzięki współpracy obydwu instytucji, oferta kulturalna MOK została poszerzona o sportową, czyli dbającą o zdrowie i kulturę fizyczną. Używając nazwy jednej instytucji, będzie się miało tutaj na myśli zarówno MOK jak i MULKS, jako współpracujące ściśle ze sobą.

Poniżej przedstawiona jest pokrótce oferta jaką dysponuje MOK i współpracujący z nim MULKS.

1. Pracownia plastyczna

różne formy działalności plastycznej tj. rysunek, malarstwo, papieroplastyka, batik, rękodzieło artystyczne i wiele innych. Zajęcia prowadzi instruktorka Danuta Izdebska. Zajęcia odbywają się od wtorku do piątku w godz. 15.30 - 20.00.

2. Zespoły taneczne

Zajęcia odbywają się codziennie: w poniedziałek i czwartek w godz. 16.00 – 19.00 oraz wtorek i środę w godz. 16.00- 20.00. Zajęcia prowadzi instruktorka choreografka Magdalena Wieczorek.

3. Teatr i kultura słowa

Zajęcia odbywają się od poniedziałku (15.30-17.00) i piątek (16.00-18.00). W ramach zajęć prowadzone są różne formy teatralne oraz zajęcia recytatorskie. Zajęcia prowadzi instruktorka Anna Pietrusik.

4. Modelarnia

Zajęcia odbywają się w poniedziałek i czwartek w godz. od 15.30 do 19.00. W ramach zajęć wykonywane są modele pływające, latające i jeżdżące w większości klasy RC. Zajęcia prowadzi instruktor modelarstwa Andrzej Lipowiecki.

5. Aerobic

Zajęcia odbywają się w poniedziałek i czwartek w godzinach od 19.00 do 20.00. prowadzi Magdalena Wieczorek. Odpłatność 25 zł. w tym możliwość korzystania z sauny w każdy poniedziałek w godz. od 17.00 do 22.00. (Odpłatność za korzystanie tylko z sauny 30 zł. za godz. max 6 osób).

6. Taekwondo

Zajęcia odbywają się wtorek i czwartek w godz. od 17.00 do 19.00 oraz piątek 16.30 do 18.30. Zapisy i opłaty przyjmuje w dniach zajęć instruktor Przemysław Kondratiuk i Mariusz Poleszczuk.

7. Klub Seniora SREBRNY WŁOS

Spotkania w każdy czwartek o godz. 18.00. Atrakcyjna oferta dla emerytów i rencistów. Prezesem Klubu jest Pan Zenon Skolimowski.

8. Zajęcia sportowo-rekreacyjne

Zajęcia odbywają się w hali sportowej w oparciu o jej wynajem. W ramach wynajmu Miejski Ośrodek Kultury zabezpiecza niezbędny sprzęt, pomieszczenia szatni i sanitariaty. Na życzenie wynajmujących udostępni również natryski.

Odpłatność za wynajem:

młodzież szkolna 30 zł.za godz. od grupy, pozostali 50 zł.za godz. od grupy.

Opiekę na zajęciach sprawują instruktorzy MOK.

9. Zajęcia kulturystyczne.

Prowadzone są w siłowni od poniedziałku do piątku w godz. 10.00 - 12.00 i od 17.30 do 19.30. Zajęcia prowadzą instruktorzy MULKS Terespol. Miesięczna odpłatność: młodzież szkolna 15 zł. pozostali 25 zł. W ramach wnoszonych opłat jest możliwość korzystania z sauny w każdy czwartek od godz. 17.30 - 21.00. Zapewniona jest również szatnia i natryski.

10. Szkoła j. angielskiego

W Miejskim Ośrodku Kultury w Terespolu funkcjonuje również prywatna szkoła j. angielskiego. Zajęcia odbywają się codziennie od godz. 16.00. Organizatorem szkoły i wykładowcą jest Pani Bożena Chlimoniuk. O wprowadzeniu nowych form działalności będziemy Państwa informować na bieżąco.

Ponadto, MULKS prowadzi nabór młodzieży do sekcji podnoszenia ciężarów i lekkiej atletyki, która ma w Terespolu długie lata sukcesywnej tradycji.

Propozycje, jakim dysponuje Terespol odnośnie kultury i sportu, może nie w pełni zaspokaja potrzeby mieszkańców, pozwalają one jednak na aktywne uczestnictwo w kulturze i sporcie wszystkim zainteresowanym osobom, zarówno: dzieciom, młodzieży jak i dorosłym. W celu poszerzenia oferty odnośnie zajęć i imprez, oraz przyciągnięcia większej liczby mieszkańców, którzy w znacznie większym stopniu byliby skłonni korzystać z usług MOK i MULKS, dyrekcja postanowiła zlecić socjologiczne badania, dotyczące postaw mieszkańców odnośnie funkcjonowania Miejskiego Ośrodka Kultury w Terespolu.

Badania zostały przeprowadzone metodą sondażową, za pomocą kwestionariusza ankiety, na przełomie lutego i marca 2008 roku przez Stowarzyszenie Miasta Terespol- „Nowa Generacja” przy wielkim udziale dyrekcji ośrodka kultury. Dobór próby był celowy, gdzie badacz znając strukturę i liczebność danej populacji, oraz zapotrzebowanie zleceniodawcy, dobrał respondentów zgodnie z tymi kryteriami. Opracowaniem projektu badawczego, koordynacją kolportażu kwestionariuszy ankiet, opracowaniem wyników i sporządzeniem raportu z badań, zajął się Łukasz Pogorzelski, dyplomowany magister Socjologii UMCS w Lublinie.

Tematem badań były postawy mieszkańców Terespolu wobec funkcjonowania i roli Miejskiego Ośrodka Kultury w Terespolu. Celem badań, było ukazanie wiedzy, oceny i oczekiwań, jako jednych z podstawowych czynników postaw, respondentów wobec działalności i ofert jakimi dysponuje MOK.

II. Charakterystyka próby badawczej

Badaniami objęto, na miarę możliwości związanych z ograniczeniami finansowymi, grupę ponad 150 osób (N-152), mieszkańców Terespoła, gdzie sporą grupę, jako główni odbiorcy ofert MOK, stanowili uczniowie terespolskiego gimnazjum i liceum oraz osoby pracujące. Poniższa tabela pozwoli scharakteryzować w sposób dokładny badanych respondentów ze względu na ich cechy społeczno-demograficzne.

Tab. 1 Struktura respondentów ze względu na cechy społeczno-demograficzne w %

Kategorie cech społ.-demograf.	Cechy społeczno-demograficzne	
	Płeć	
	Liczba osób	Procent %
Kobieta	74	48,7
Mężczyzna	77	50,7
Brak danych	1	0,7
Ogółem	152	100%
Wiek		
	Liczba osób	Procent %
Do 14 lat	17	11,2
15-24	59	38,8
25-34	23	15,1
35-44	16	10,5
45-54	23	15,1
55-64	6	4,9
65 i więcej	3	2,0
Brak danych	5	3,3
Ogółem	152	100%
Wykształcenie		
	Liczba osób	Procent %
Podstawowe	35	23,0
Zasadnicze zawodowe	10	6,6
Średnie	61	40,1
Pomaturalne	9	5,9
Niepełne wyższe	12	7,9
Wyższe	22	14,5
Brak danych	3	2,0
Ogółem	152	100%

Stosunek do pracy		
	Liczba osób	Procent %
Uczeń	59	38,8
Student	13	8,6
Pracujący	53	34,9
Bezrobotny	16	10,5
Emeryt, rencista, zasiłek przedemerytalny	11	7,3
Brak danych	0	0
Ogółem	152	100%
Status materialny		
	Liczba osób	Procent %
Bardzo wysoki	8	5,3
Wysoki	13	8,6
Przeciętny	105	69,1
Niski	11	7,2
Bardzo niski	3	2,0
Brak danych	12	7,9
Ogółem	152	100%

Jak wynika z powyższej tabeli, dotyczącej charakterystyki społeczno-demograficznej respondentów, w badaniach wzięło udział niemalże tyle samo kobiet co i mężczyzn. Jeśli chodzi o wiek, największą grupę stanowi młodzież ucząca się, studiująca i oraz osoby w wieku najbardziej produktywnym (25-55 lat), którzy stanowią 25% badanych. Obydwie grupy są wiekowe są filarami działalności MOK, oczywiście nie zapominając o osobach starszych, którzy, reprezentowani są przez 7% respondentów, czynnie potrafią brać udział w życiu kulturalnym tworząc Klub Seniora- „Złoty Włos”.

Natomiast struktura wykształcenia pokazuje, że przeważającą część stanowią osoby z średnim wykształceniem stanowiąc 2/5 ogółu (przy czym spora część obejmuje osoby będące obecnie w klasie maturalnej) oraz wykształceniem podstawowym stanowiąc 1/5 badanych (przy czym w większości grupa ta obejmuje uczniów gimnazjum), przy sporym udziale osób z wyższym, oraz wyższym niepełnym które dotyczy większej części studentów.

Biorąc pod uwagę stosunek do pracy, dwie główne grupy to uczniowie (gimnazjum i liceum) oraz osoby pracujące, którzy zarówno jedni, ze względu na wiek czy zainteresowania, jak i drudzy, którzy dysponują własnymi pieniędzmi, stanowią najliczniejsze grupy potencjalnych odbiorców ofert usługowych MOK i MULKS. Jeśli

chodzi o status materialny, rozumiany jako posiadanie przedmiotów i środków zaspokajających potrzeby osobiste, niemal 7/10 osób określiło jako przeciętny. Jedyne niecałe 9% określiło swój status materialny jako niski bądź bardzo niski, a 14% jako wysoki bądź bardzo wysoki.

Powyższe cechy badanych osób, odzwierciedlają w znacznym stopniu cechy społeczno-demograficzne Terespoła, jeśli chodzi o takie kategorie jak płeć (mimo, że kobiet jest więcej niż mężczyzn, jednak różnica procentowa w badaniach nie stanowi wielkiego dystansu), stosunek do pracy (gdzie w Terespolu jest nieco wyższy jak w badaniach odsetek pracujących, czy bezrobotnych) czy status materialny. Przy czym w niniejszych badaniach wzięto pod uwagę większy odsetek osób uczących się w gimnazjum i liceum, jako grupę, która aktualnie najczęściej korzysta z usług proponowanych przez MOK, co wywiera wpływ na pozostałe cechy jak stosunek do pracy czy wiek.

III. Analiza wiedzy badanych osób dotyczących funkcjonowania MOK

Mając na myśli wiedzę badanych, dotyczącą funkcjonowania i usług oferowanych przez MOK i MULKS, jako jeden z podstawowych komponentów badań nad postawami, który wywiera znaczący wpływ na pozostałe komponenty postawy. Będzie tu mowa o:

- wiedzy gdzie mieści się MOK w Terespolu
- znajomości osób zatrudnionych w tej instytucji
- znajomości ofert jakimi dysponuje MOK i w jakich badaniach brał udział ostatnio.

Tab.2 Wiedza na temat umiejscowienia Miejskiego Ośrodka Kultury w Terespolu

	Liczba osób	Procent %
Poprawna odpowiedź (ul. Sienkiewicza lub przy Szkole nr 1.)	141	92,8
Błędna odpowiedź	10	6,6
Brak danych	1	0,7
Ogółem	152	100%

Jak pokazuje powyższa tabela, przeważająca część respondentów doskonale wie gdzie znajduje się MOK, który kilka lat temu mieścił się w innym zakątku miasta, funkcjonując jeszcze jako GOK. Poniżej zostaną przedstawione dane, które pozwolą szerzej wniknąć w wiedzę mieszkańców na temat ośrodka.

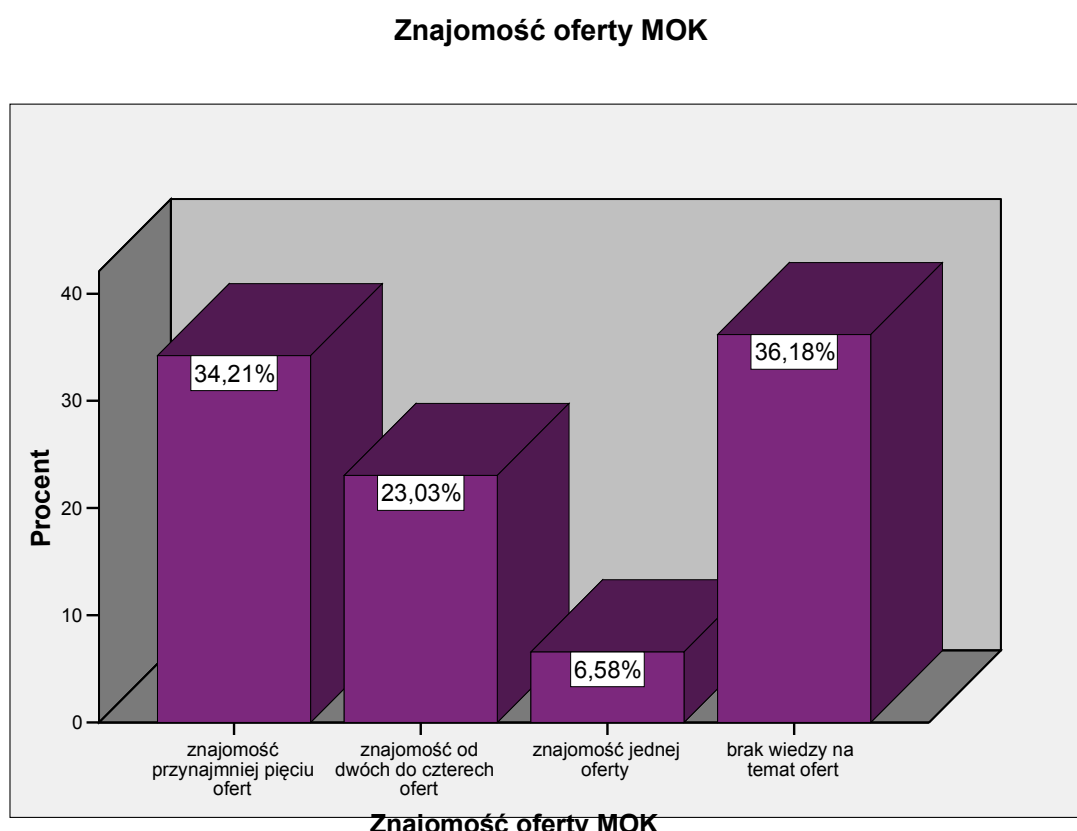
Tab.3 Znajomość osób zatrudnionych w MOK

	Liczba osób	Procent %
Znajomość przynajmniej trzech osób	38	25,0
Znajomość dwóch osób	30	19,7
Znajomość jednej osoby	19	12,5
Brak znajomości	65	42,8
Ogółem	152	100,0

Wyniki przedstawione w tabeli nr 3, pokazują, że ponad 40% badanych nie zna żadnej osoby z imienia i nazwiska, pracującej w MOK. Jednak 1/4 potrafi wymienić przynajmniej 3 osoby, niezależnie czy należące do MOK czy MULKS. Najczęściej pojawiające się nazwiska to A. Pietrusik, R. Korneluk, D. Izdebska, M. Wieczorek i K. Polaczuk, inne osoby są również znane i wymieniane¹, i można stwierdzić, że nikt przez badane osoby nie został pominięty.

Kolejne, poniższe dane pokażą w sposób niezbity, poziom wiedzy badanych respondentów odnośnie ofert jakimi dysponuje ośrodek kultury. Respondenci odpowiadali na pytania otwarte, czyli takie, które nie posiadają kategorii odpowiedzi. Odpowiedzi sformułowane własnymi słowami, zostały pogrupowane liczbowo, co pokazują poniższe rysunki.

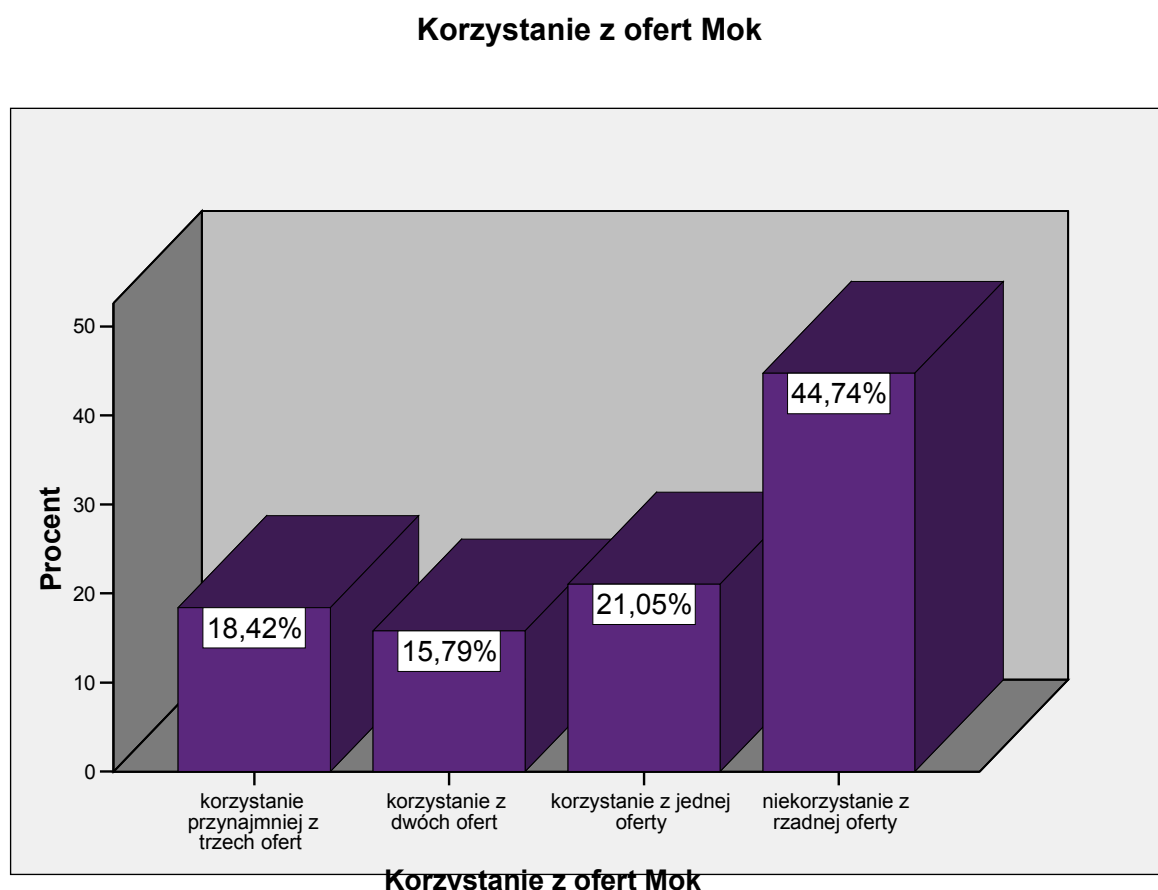
Rys.1 Znajomość oferty usługowej MOK



¹ A. Lipowiecki, S. Polaczuk, K. Kowalski, G. Machnowski, J. Litwiniuk, B. Chlimoniuk, K. Tarasiuk, L. Mazur,

Z powyższego wykresu słupkowego, wynika, że dla blisko 1/3 badanych oferta usługowa MOK nie jest w ogóle znana. Pozostały odsetek osób potrafił wymienić od jednej oferty aż po przynajmniej pięć. Odpowiedzi padały bardzo zróżnicowane. Respondenci wymieniali od imprez o charakterze masowym jak coroczny festiwal kołęd wschodniosłowiańskich czy zawodów w podnoszeniu ciężarów, od korzystania z hali sportowej poprzez szczegółowe wymienianie usług MOK jak zajęcia plastyczne, teatralne, taneczne, aerobik, modelarnia itd. Żadna z ofert nie została pominięta przez badane osoby. Poniższy wykres, jako dobitny przykład korelacji wiedzy o ofertach MOK i korzystania z tych ofert w praktyce, przedstawia procentowo owe zjawisko.

Rys.2 Odsetek osób korzystających kiedykolwiek z oferty MOK



Wykres nr 2 pokazuje, że blisko połowa osób nie korzystała lub nie była w stanie przypomnieć sobie żadnej inicjatywy MOK, w której brała by udział. Co piąta osoba korzystała kiedykolwiek z jednej oferty, przeważnie były to imprezy okolicznościowe lub wynajem hali. Korzystający ostatnimi czasy z dwóch usług, wymieniali już szerzej

oferty w których uczestniczyli jak aerobik czy siłownia. Osoby które korzystają często, czyli przynajmniej z trzech ofert, stanowią 1/6 badanej populacji. Wymieniali oni już konkretne oferty, dotyczące zainteresowań i rozwoju własnych umiejętności, plastycznych, tanecznych, teatralnych czy sportowych².

Powyższe wyniki pokazują, że przeważająca większość badanych świetnie orientuje się gdzie jest MOK w Terespolu, w większości potrafi wymienić przynajmniej jedną osobę która tam pracuje. Niewiele mniej jak 3/4 osób jest w stanie powiedzieć, wymienić przynajmniej jedną ofertę jaką dysponuje ośrodek. Można powiedzieć, że wiedza o usługach jest na średnim poziomie, dodatkowo respondenci dzielą się na dwie grupy, czyli na osoby posiadające szeroką wiedzę i przeciwnie, nie znający ofert. natomiast korzystanie z tych ofert, jest już na nieco niższym, gdyż blisko połowa badanych nie korzystała z żadnej oferty proponowanej przez MOK i MULKS, odnośnie rozwoju zainteresowań czy imprez kulturalnych bądź sportowych.

Powyższy paragraf i jego wnioski, z pewnością przyczynią się do analizy kolejnych etapów badania postaw i wywrą wpływ na efekty końcowe.

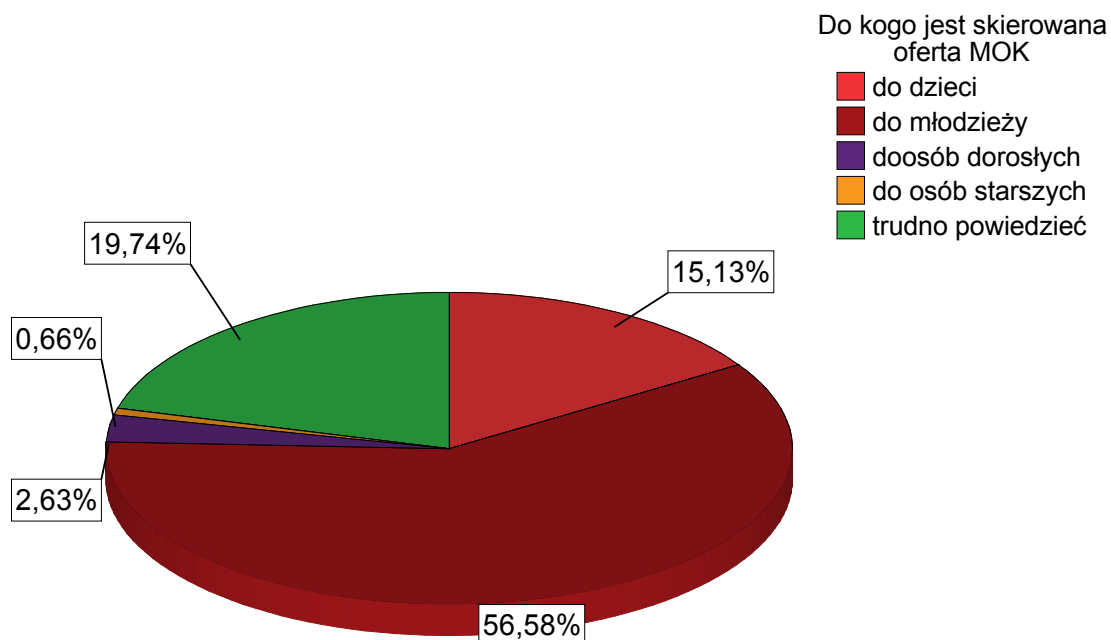
² Konkretne, rozpoznawalne oferty i imprezy: festiwal kolęd wschodniosłowiańskich, współpraca z Brześciem, wieczornica niepodległościowa, turniej piłki nożnej, działalność uświetniająca I. Kraszewskiego, koło teatralne, zajęcia taneczne, plastyczne, zajęcia ze sztuk walki, siłownia, hala sportowa- wynajem, wolontariat, turniej szachowy, dni Terespolu, koncert noworoczny, występy taneczne zespołu flesz, wystawa fotograficzna, tenis stołowy, zawody w podnoszeniu ciężarów, koncert charytatywny.

IV. Analiza oceny badanych dotyczącej funkcjonowania MOK

Poniższy parametr dotyczy ocen badanej grupy odnośnie funkcjonowania Miejskiego Ośrodka Kultury. Mówiąc szerzej uwaga skupiona zostanie na ocenie lub opinii dotyczącej tego, do kogo według respondentów skierowana jest oferta usługowa a kogo w swym zakresie pomija. Ponadto zostanie przedstawiony pogląd na temat funkcji społecznych jakie pełni MOK i ogólnej oceny jego działalności, jak również zapotrzebowania na jego działalność. Po za tym respondenci odpowiedzą na pytanie dotyczące poziomu skuteczności sposobów informowania o swoich usługach i prowadzonych działalnościach. To wszystko składa się na parametr subiektywnej oceny respondentów odnośnie ogólnej działalności i sposobu informacji o tym, ośrodka kultury.

Poniższe wykresy pokazują opinię mieszkańców odnośnie grup wiekowych do których, według nich, głównie kierowana jest oferta MOK, a kogo niestety pomija.

Rys. 3 Do kogo według respondentów skierowana jest głównie oferta MOK



Wykres pokazuje, że badani uznali, że oferta usługowa MOK skierowana jest głównie do młodzieży i dzieci. Zaledwie, niewiele ponad 2,5% stwierdziło, że do dorosłych a niecałe 0,5% że do osób starszych. Blisko co 5 osoba odpowiedziała, że trudno powiedzieć.

Poniżej analogicznie, tabela pokazuje opinie badanych dotyczącą istnienia grup społecznych, dla których MOK nie przedstawia żadnych ofert. Respondenci mieli do wyboru wszystkie możliwe odpowiedzi, dlatego też wyniki nie sumują się do 100%.

Tab. 4 Czy są grupy osób dla których MOK nie ma ofert?

	Liczba osób	Procent %
Uczniowie szkół podstawowych	4	2,6
Uczniowie szkół gimnazjalnych	3	2
Uczniowie szkół średnich	17	11,2
Studenci	28	23,4
Pracujący, posiadający własną rodzinę	43	28,3
Osoby starsze	37	24,4
Trudno powiedzieć	66	43,4

Z tabeli nr 4 wynika, że badani najczęściej odpowiadali, iż nie ma ofert w MOK głównie dla osób pracujących i starszych. Można zauważyć tendencję, która pokazuje, że w miarę wzrostu poziomu nauczania i wkroczenia w życie samodzielne, co za tym idzie wzrostowi wieku, maleje według respondentów ilość ofert jaką dysponuje MOK. Zaznaczyć też trzeba, że znaczny odsetek badanych, blisko 45%, nie potrafił określić która z grup społecznych nie znajduje nic dla siebie w ofertach MOK. Świadczy to o niskiej wiedzy badanych odnośnie usług, o czym mowa była w poprzednim paragrafie. Można też powiedzieć, że oferty są dostępne dla każdego kto interesuje się kulturą i sportem, jednak zainteresowanie wśród mieszkańców Terespola jest na dość średnim poziomie. Głównie hala sportowa przyciąga młodzież i osoby dorosłe.

Kolejnym wskaźnikiem przedstawiającym ocenę funkcjonowania MOK, są odpowiedzi respondentów dotyczące pytania o to, jaką funkcję spełnia w Terespole

powyższa instytucja. Badani mieli do wyboru wszystkie możliwe odpowiedzi, dlatego też wyniki nie będą sumować się do 100%

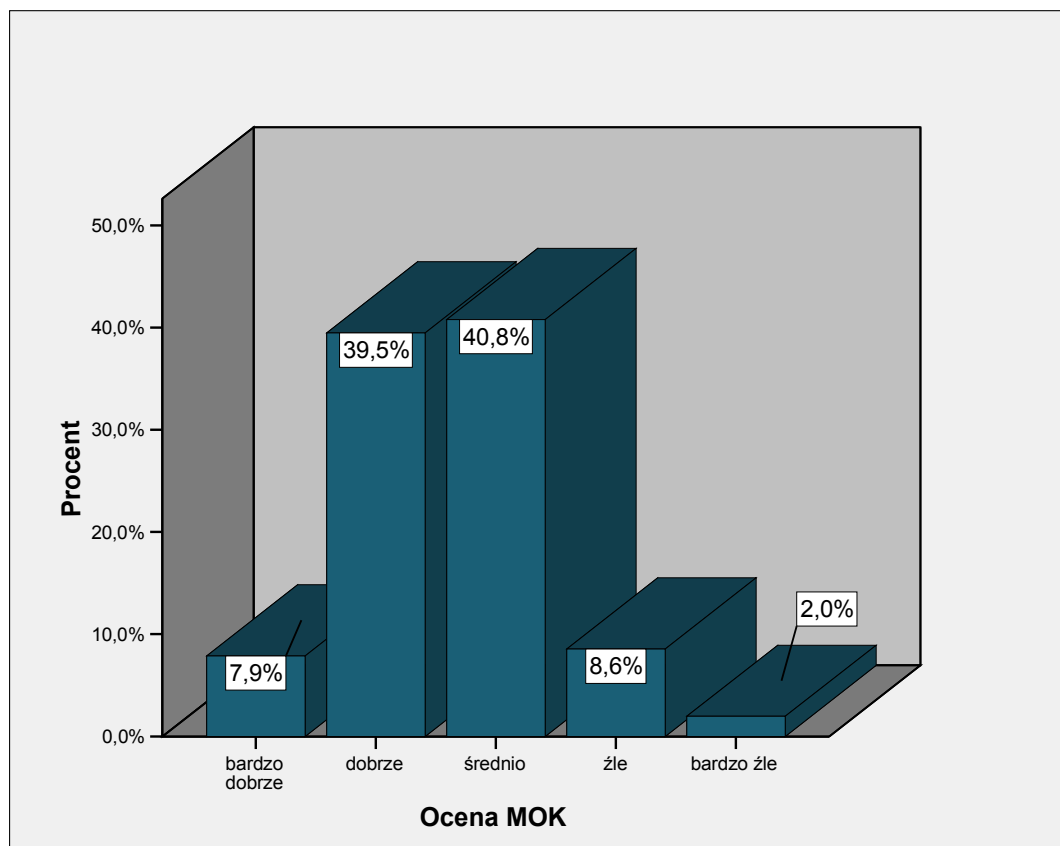
Tab. 5 Role społeczne jakie według mieszkańców Terespoła pełni MOK

	Częstość	Procent %
Kulturotwórczą (tworzenie i propagowanie kultury)	88	57,9
Organizacja czasu wolnego, zapobieganie znudzeniu	96	63,1
Rozwojową (zainteresowania, hobby)	74	48,7
Rozwoju stosunków z krajami sąsiednimi	46	30,3
Dbanie o zdrowie, kulturę fizyczną	87	57,2

Z powyższej tabeli wynika, że dla 2/3 badanych MOK spełnia w Terespolu funkcję organizacji czasu wolnego, zapobiegając znudzeniu, dla ponad połowy spełnia funkcję kulturotwórczą i prozdrowotną, niemal połowowa traktuje MOK jako placówkę gdzie można rozwijać własne zainteresowania a blisko 1/3 zauważyła kulturową współpracę z krajami sąsiednimi. Można tutaj powiedzieć, że mieszkańcy orientują się w dość sporym stopniu o funkcje, jakie powinien spełniać MOK w społeczności lokalnej. Całkiem dobre wyniki poszczególnych funkcji, oscylujące wokół połowy respondentów, są na takim właśnie poziomie, dzięki współpracy z ośrodka kultury z MULKS, który swą działalnością wspomaga MOK w pełnieniu poszczególnych funkcji społecznych.

Następnie zostanie zaprezentowany wykres dotyczący ogólnej oceny respondentów odnośnie stopnia w jakim MOK spełnia swoją rolę społeczną w mieście poprzez zaspokajanie potrzeb kulturalnych mieszkańców.

Rys. 4 Ocena MOK ze względu na pełnioną rolę społeczną odnośnie potrzeb mieszkańców Terespoła



Wśród badanej grupy, 2/5 uważa, że MOK w Terespolu wywiązuje się średnio z pełnionej roli jako ośrodek kultury, jednak prawie połowa jest zdania, że wywiązuje się dobrze, bądź bardzo dobrze. Jedynie co 10 badany ocenia działalność MOK negatywnie (źle lub bardzo źle).

Powyższe dane odnośnie funkcji i roli MOK w Terespolu, pokazują, że działalność tej instytucji, wywołuje wśród badanych osób dość pozytywne oceny, z pewnością lepsze niż pozostałe instytucje w mieście. Około połowy badanych potrafiło wskazać jakie funkcje społeczne pełni MOK i MULKS i tyleż samo określiło pozytywnie stopień zaspakajanie potrzeb kulturowych w mieście. Powyższe wyniki, mogą stanowić mobilizację, do wzmożonej działalności w tym celu, ponieważ respondenci dodatkowo uznali, że MOK jest z pewnością potrzebny w Terespolu, przeważająca większość, blisko 87%, udzieliło takiej odpowiedzi.

Potwierdzeniem dla powyższych zdań było pytanie w formie otwartej, w której badani mogli sami podawać odpowiedzi dotyczące tego, co należałoby zmienić, wprowadzić, aby wzrosła ocena mieszkańców dotycząca społeczno-kulturalnej roli

MOK. Można traktować to jako swoiste oczekiwania mieszkańców wobec ofert jakimi dysponuje i jakie są pożądane. Dokładnie wyjaśniają to wyniki badań zamieszczone w poniższej tabeli.

Tab. 6 Co według mieszkańców należy zmienić, wprowadzić by wzrosła ocena MOK

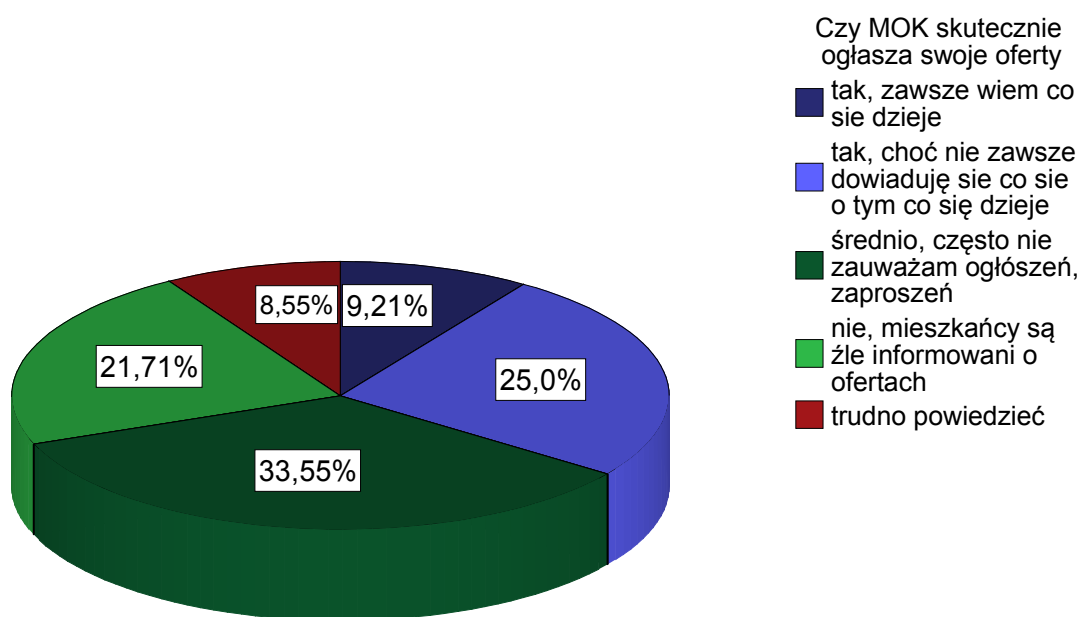
	Liczb osób	Procent %
Lepsza promocja, reklama, informacja o ofertach i imprezach	15	9,9
Więcej imprez masowych, koncertów, przedstawień	27	17,7
Więcej zawodów sportowych, turniejów	11	7,2
Więcej ofert, ciekawszych, dla dzieci i młodzieży, dorosłych, głównie w ferie, wakacje	19	12,5

Powyższa tabela, zawiera w sobie odpowiedzi otwarte, które często są przez respondentów pomijane. Udzielone odpowiedzi zostały tutaj pogrupowane, wśród których wyróżniono następujące ogólne oczekiwania³. Najczęściej pojawiały się oczekiwania odnośnie organizacji znacznie większej liczby imprez o charakterze masowym np. koncertów, przedstawień jak również zawodów sportowych, turniejów. Ponadto badani postulowali odnośnie zwiększenia liczby, i atrakcyjności ofert, jakimi dysponuje MOK, dla wszystkich grup społecznych w szczególności w okresie ferii oraz wakacji. Respondenci zauważyli też, że istnieje brak dobrej, skutecznej promocji i informacji o ofertach jakie posiada MOK.

Poniższe dane dokładnie pokazują, ocenę badanych osób wobec poziomu informacji o tym co dzieje się w MOK, oraz jakimi dysponuje ofertami.

³ Szczegółowe odpowiedzi: powstanie klubu fitness, więcej i nowszego sprzętu na siłowni, obniżenie ceny za wynajem hali sportowej, kino projekcyjne, więcej imprez kulturalnych i sportowych, koncerty np. rockowe, warsztaty artystyczne (muzyczne, malarstwo, rzeźba, teatralne, młodzieżowe), hip hop, break dance, spotkania zainteresowań również dla osób starszych, budowa basenu, wykorzystać pomysły młodych ludzi i ich energię, dyskoteki, bankiety, lepsza promocja, więcej atrakcji na wakacje i ferie, lepsza promocja, zmienić podejście mieszkańców,

Rys. 5 Ocena mieszkańców odnośnie skuteczności ogłoszeń dotyczących ofert MOK



Jak wynika z powyższego rysunku, jedynie co 10 osoba czuje się w pełni poinformowana o aktualnych ofertach i przedsięwzięciach MOK. Co 4 badany sądzi, że czuje się poinformowany choć nie zawsze dowiaduje się o tym co dzieje się w ośrodku. Natomiast co 3 osoba twierdzi, że często nie zauważa ogłoszeń a dodatkowo co 5 stanowczo twierdzi, że poziom informacji mieszkańców o ofertach jest zły. Ogólnie wyniki pokazują, że większość mieszkańców czuje się niedoinformowana odnośnie usług dostępnych w MOK i imprez jakie się tam odbywają, niestety rzadko, co może mieć negatywny wpływ na percepcję ogłoszeń informacyjnych.

Następnie respondenci zostali zapytani wprost, za pomocą pytania otwartego, co należało by zrobić, aby usprawnić sposób informowania mieszkańców o ofertach MOK. Na powyższe stwierdzenie odpowiedź mieści się w tabeli nr 7.

Tab. 7 Jak według badanych należy poprawić sposób informowania o ofertach MOK

	Liczba osób	Procent %
Większe, zauważalne, atrakcyjniejsze plakaty	59	38,8
Ulotki, zaproszenia do skrzynek pocztowych	15	9,9
Ogłoszenia w sklepach	6	4
Ogłoszenia w szkołach	15	9,9
Ogłoszenia w prasie lokalnej	16	12,5
Ogłoszenie na stronie internetowej	14	9,3
Ogłoszenia w urzędach	2	1,4
Ogłoszenia przy udziale parafii	11	7,2

Wyniki pokazują, że badani, oczywiście odsetek, który udzielił odpowiedzi, wykazali się pomysłowością jeśli chodzi o sposób dotarcia z informacją do mieszkańców. Respondenci wymienili kilka ciekawych pomysłów, wśród których najczęściej pojawiał się postulat o potrzebie umieszczania większych bardziej zauważalnych i atrakcyjniejszych plakatów. Ponadto sporo osób opowiedziało się za zamieszczeniem ogłoszeń w prasie lokalnej i stronie internetowej. Innym ciekawym pomysłem są ulotki czy zaproszenia wysyłane pocztą. Ponadto zauważono, że warto wywieszać plakaty w szkołach, sklepach lub urzędach, oraz współpracując z parafiami obecnymi na terenie miasta.

Podsumowując powyższy paragraf dotyczący oceny mieszkańców odnośnie roli społeczno-kulturalnej i funkcji: kulturotwórczej, organizacji czasu wolnego, rozwoju zainteresowań, dbaniu o kulturę fizyczną oraz rozwoju stosunków z krajami sąsiednimi, jakie pełni w Terespolu MOK, można stwierdzić, że badane osoby uważają, że oferta usługowa MOK jest skierowana głównie do młodzieży i dzieci. Najmniej ofert bądź ich brak, według badanych, jest dla studentów, osób pracujących oraz starszych. Ogólna ocena roli MOK, wypada dosyć dobrze, blisko połowa twierdzi, że ośrodek spełnia swoje funkcje dobrze bądź bardzo dobrze, a 40,8% uważa że średnio. Przy czym zaznaczyć należy, że przeważająca większość, blisko 9/10 uważa, że MOK jest w Terespolu ważny i potrzebny. Następnie badani odpowiedzieli, że aby poprawić funkcjonowanie tej instytucji należy przede wszystkim organizować więcej imprez masowych, koncertów, przedstawień, zawodów sportowych. Ponadto badani uznali, że należy poszerzyć i uatrakcyjnić obecne oferty dla wszystkich grup społecznych,

szczególnie dla dzieci i młodzieży w czasie ferii oraz wakacji. Po za tym wymieniono, że niezbędna jest szersza informacja o tym co dzieje się w MOK oraz lepsza promocja jego ofert. Kontynuując ten temat, ponad połowa badanych uznała, że jest źle informowana o tym co oferuje MOK. Badani często nie wiedzą co się dzieje ciekawego, ponieważ nie zauważają ogłoszeń, reklam, informacji o aktualnych wydarzeniach lub stałych usługach. Na pytanie dotyczące sposobu poprawy informacji, badani wymieniali najczęściej, że: należy wieszać większe, atrakcyjniejsze i bardziej zauważalne plakaty, można wysyłać zaproszenia pocztą lub za pomocą ulotek, również wywieszać plakaty w miejscach najczęściej uczęszczanych jak szkoły, sklepy, urzędy czy parafie. Również ogłoszenia zamieszczane w prasie lokalnej oraz na stronach internetowych zostały uznane za istotne i wartościowe.

Ogólnie można stwierdzić, że ocena MOK wypadła dość dobrze, jednak istnieje wiele uwag odnośni zwiększenia i uatrakcyjnienia ofert, również dla osób dorosłych, szczególnie imprez masowych, zawodów, oraz ulepszenia sposobu informacji o ofertach i atrakcjach jakie oferują MOK i MULKS.

IV. Oczekiwania mieszkańców wobec uatrakcyjnienia i poszerzenia oferty usługowej MOK

Z poprzedniego paragrafu można dowiedzieć się, że badane osoby wyraziły opinię, że należy poszerzyć ofertę jaką dysponuje MOK, uatrakcyjnić tak by zainteresowani byli nie tylko młodzież i dzieci ale również dorośli i starsi. Zwrócono uwagę na zapotrzebowanie na imprezy masowe oraz skuteczniejszy sposób informacji o tym co aktualnie oferuje MOK. Z tego względu respondenci zostali zapytani wprost, czego dokładnie oczekują odnośnie ofert zajęciowych, imprezowych, artystycznych z których z pewnością skorzystaliby. Oraz jaką cenę byłoby w stanie przeznaczyć za bilet wstępu, jeśli była by taka konieczność, na koncert, festiwal, występy artystyczne mniej lub bardziej znanych gwiazd. Dodać należy, że respondenci mogli zaznaczać wszystkie możliwe odpowiedzi i spory był odsetek osób, które nie zaznaczyły żadnej.

Tab. 8 Odpowiedzi respondentów dotyczące ofert MOK w których na pewno wzięli by udział

	Liczba osób	Procent %
Wystawy artystyczne	27	17,8
Występy, przedstawienia artystyczne	45	29,6
Koncerty	79	49,3
Zajęcia, warsztaty, koła zainteresowań	35	23
Spotkania z artystami	35	23
Zajęcia sportowe	46	30,2
Zawody	31	27,3

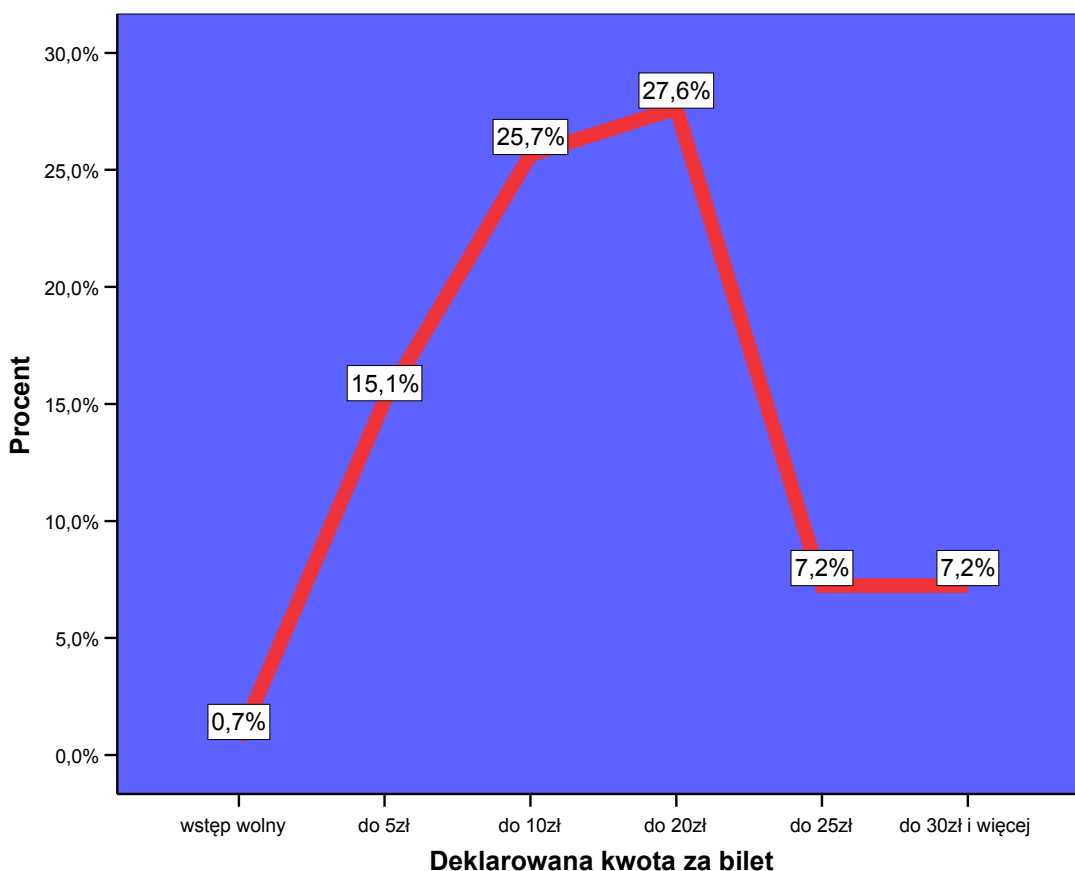
Z powyższych odpowiedzi wynika, iż największą popularnością cieszyły by się imprezy masowe, takie jak koncerty (zespołów młodzieżowych, znanych gwiazd), przedstawienia artystyczne (kabarety, przedstawienia okolicznościowe, festiwale) oraz zajęcia i zawody sportowe, w czym przoduje MULKS. Z zainteresowaniem spotkały by się ponadto warsztaty, koła zainteresowań, spotkania z (znanymi, lokalnymi) artystami oraz wystawy artystyczne (sztuki ludowej okręgowej, dziecięcej, znanych artystów)⁴.

⁴ Szczegółowe odpowiedzi: 1) wystawy artystyczne: młodych twórców, historyczne, sztuka ludowa, alternatywna, 2) występy artystyczne: z zagranicy, kabarety, rocznicowe, okolicznościowe, teatralne, 3) koncerty: zespoły rockowe, młodzieżowe, hip hopowe, znanych artystów, biesiadne, folkowe, młodych talentów, przeglądy kapel lokalnych, koncerty- festiwale okolicznościowe, 4) zajęcia warsztaty, koła zainteresowań: literackie, plastyczne, naukowe, nauka tańca dla dorosłych, 5) spotkania z artystami: aktorzy, piosenkarze, ... malarze i inni artyści, pisarze, autorytety, politycy, 6-7) zajęcia i zawody sportowe: piłka nożna, siatkówka, tenis, taniec, fitness, 8) inne: atrakcje turystyczno-krajoznawcze, rodzinne, kursy i szkolenia, zajęcia konne, basen, łyżwiarstwo, turniej CS LAN, projekcje kinowe.

Jednak odwołując się do całej badanej grupy, większość nie wyraziła chęci uczestnictwa w tego typu przedsięwzięciach. Można wnioskować o dość niewielkich potrzebach kulturalnych wśród respondentów, oraz przekładając to na mieszkańców Terespoła. Stanowi to z pewnością, można powiedzieć, działalność misyjną oraz wyzwanie jakie powinny podjąć władze zarządzające MOK oraz władze lokalne.

Poniższy wykres, pokazuje kwotę jaką badani byliby skłonni wydać jednorazowo w razie konieczności na interesującą ich imprezę, koncert, festiwal czy występ artystyczny.

Rys. 6 Deklarowana kwota za bilet na koncert, festiwal czy występ artystyczny



Rysunek 6 pokazuje, że najbardziej obiektywną kwotą za bilet na występ znanych i lubianych artystów muzycznych lub kabaretowych, byłaby suma nie przekraczająca 20zł. Dodać należy, że czasami wymagania związane z biletami podnoszą rangę imprezy, wydarzenia kulturalnego.

Z dużym prawdopodobieństwem można stwierdzić, że biorąc pod uwagę zapotrzebowanie na imprezy masowe np. na występ znanych zespołów muzycznych bądź kabaretowych, kwota za bilet nie będzie stanowiła większego problemu.

Podsumowując niniejszy paragraf, można stwierdzić, że badana grupa nie charakteryzuje się większymi potrzebami kulturalnymi, co wynika z braku do tej pory atrakcyjnych imprez, koncertów czy występów artystycznych, co z pewnością stanowi pole do działania zarówno dla kierownictwa MOK jak i władz lokalnych, ponieważ wszelkiego typu działalności dotyczące imprez masowych, na które istnieje zapotrzebowanie w mieście, musi pociągać za sobą finanse. Jednak warto jest zainwestować pewną sumę w tego typu działalność, ponieważ stanowi ona bardzo ważny element promocji miasta. A więc tego, co aktualnie jest niezbędne w Terespolu.

V. Wnioski ogólne z badań nad postawami mieszkańców Terespola wobec Miejskiego Ośrodka Kultury

1. Charakterystyka próby badawczej. Badaniami objęto, na miarę możliwości związanych z ograniczeniami finansowymi, grupę ponad 150 osób (N-152), mieszkańców Terespola, gdzie sporą grupę, jako główni odbiorcy ofert MOK, stanowili uczniowie terespolskiego gimnazjum i liceum oraz osoby pracujące, co wywiera wpływ na pozostałe cechy jak stosunek do pracy czy wiek. Powyższe cechy badanych osób, odzwierciedlają w dość znacznym stopniu cechy społeczno-demograficzne Terespola, jeśli chodzi o takie kategorie jak płeć, stosunek do pracy czy status materialny.

2. Wiedza respondentów dotycząca działalności MOK. Powyższe wyniki pokazują, że przeważająca większość badanych świetnie orientuje się gdzie jest MOK w Terespolu (93%), w większości potrafi wymienić przynajmniej jedną osobę która tam pracuje (57%). Niewiele mniej jak 3/4 osób jest w stanie powiedzieć, wymienić przynajmniej jedną ofertę jaką dysponuje ośrodek. Można powiedzieć, że wiedza o usługach jest na średnim poziomie, dodatkowo respondenci dzielą się na dwie grupy, czyli na osoby posiadające szeroką wiedzę i przeciwnie, nie znających żadnych ofert. Natomiast korzystanie z usług MOK, jest już na nieco niższym poziomie, gdyż blisko połowa badanych nie korzystała z żadnej oferty odnośnie rozwoju zainteresowań czy imprez kulturalnych bądź sportowych.

3. Ocena respondentów dotycząca funkcjonowania i roli MOK. Ocena dotycząca roli społeczno-kulturalnej i funkcji: kulturotwórczej, organizacji czasu wolnego, rozwoju zainteresowań, dbaniu o kulturę fizyczną oraz rozwoju stosunków z krajami sąsiednimi, jakie pełni w Terespolu MOK. Można stwierdzić, że badane osoby uważają, że oferta usługowa MOK jest skierowana głównie do młodzieży (56,6%) i dzieci (15,1%). Najmniej ofert bądź ich brak, według badanych, jest dla studentów, osób pracujących oraz starszych. Ogólna ocena roli MOK, wypada dosyć dobrze, blisko połowa twierdzi, że ośrodek spełnia swoje funkcje dobrze bądź bardzo dobrze, a 40,8% uważa że średnio. Przy czym zaznaczyć należy, że przytłaczająca większość, blisko 9/10 uważa, że MOK jest w Terespolu ważny i potrzebny.

4. Oczekiwania respondentów wobec MOK. Następnie badani odpowiedzieli, że aby poprawić funkcjonowanie tej instytucji należy przede wszystkim organizować więcej imprez masowych, koncertów, przedstawień, zawodów sportowych. Ponadto badani uznali, że należy poszerzyć i uatrakcyjnić obecne oferty dla wszystkich grup społecznych, szczególnie dla dzieci i młodzieży w czasie ferii oraz wakacji. Po za tym wymieniono, że niezbędna szersza informacja o tym co dzieje się w MOK oraz lepsza promocja jego ofert. Kontynuując ten temat, ponad połowa badanych uznała, że jest źle informowana o tym co oferuje MOK. Badani często nie wiedzą co się dzieje ciekawego, ponieważ nie zauważają ogłoszeń, reklam, informacji o aktualnych wydarzeniach lub stałych usługach. Na pytanie dotyczące sposobu poprawy informacji, badani wymieniali najczęściej, że: należy wieszać większe, atrakcyjniejsze i bardziej zauważalne plakaty, można wysyłać zaproszenia pocztą lub za pomocą ulotek, również wywieszać plakaty w miejscach najczęściej uczęszczanych jak szkoły, sklepy, urzędy czy parafie. Również ogłoszenia zamieszczane w prasie lokalnej oraz na stronach internetowych zostały uznane za istotne i wartościowe.

Z dużym prawdopodobieństwem można stwierdzić, że biorąc pod uwagę zapotrzebowanie na imprezy masowe np. na występ znanych artystów (młodzieżowych, choć nie tylko, zespołów muzycznych bądź kabaretowych), niewielka kwota za bilet nie będzie stanowiła większego problemu.

Podsumowując, badana grupa charakteryzuje się średnim poziomem potrzeb kulturalnych, co wynika z braku do tej pory atrakcyjnych imprez, koncertów czy występów artystycznych. Ogólnie można stwierdzić, że ocena MOK wypadła dość dobrze, jednak istnieje wiele uwag odnośni zwiększenia i uatrakcyjnienia ofert, również dla osób dorosłych, szczególnie imprez masowych, zawodów, oraz ulepszenia sposobu informacji o ofertach i atrakcjach jakie oferują MOK i MULKS. Co z pewnością stanowi pole do działania zarówno dla kierownictwa MOK jak i władz lokalnych, ponieważ wszelkiego typu działalności dotyczące imprez masowych, na które istnieje zapotrzebowanie w mieście, musi pociągać za sobą finanse. Jednak warto jest zainwestować pewną sumę w tego typu działalność, ponieważ stanowi ona bardzo ważny element promocji miasta. A więc tego, co aktualnie jest niezbędne w Terespolu.