

# „Oferta #KulturaWSieci Miejskiego Ośrodka Kultury w Terespolu w opinii mieszkańców miasta i okolic”

Autorzy:

Łukasz Pogorzelski – MOK

Damian Nowak – student I roku socjologii

# Wstęp

Celem diagnozy badawczej przeprowadzonej za pomocą ankiety internetowej, było poznanie postaw (wiedza, uczestnictwo, ocena i oczekiwania) mieszkańców Terespola i okolic wobec powyższej edukacyjno–animacyjnej oferty internetowej pn. #KulturaWSieci w okresie: marzec-czerwiec 2020 r.

Wyniki pozwolą dowiedzieć się jaki był odbiór obecnej oferty oraz pomogą ją uatrakcyjnić i dopasować do potrzeb i preferencji mieszkańców.

# Wstęp

W badaniach, które w ramach praktyk uczelnianych przeprowadził Damian Nowak - student I roku socjologii Państwowej Szkoły Wyższej w Białej Podlaskiej pod nadzorem pracownika MOK - Łukasza Pogorzelskiego, wzięło udział 130 osób.

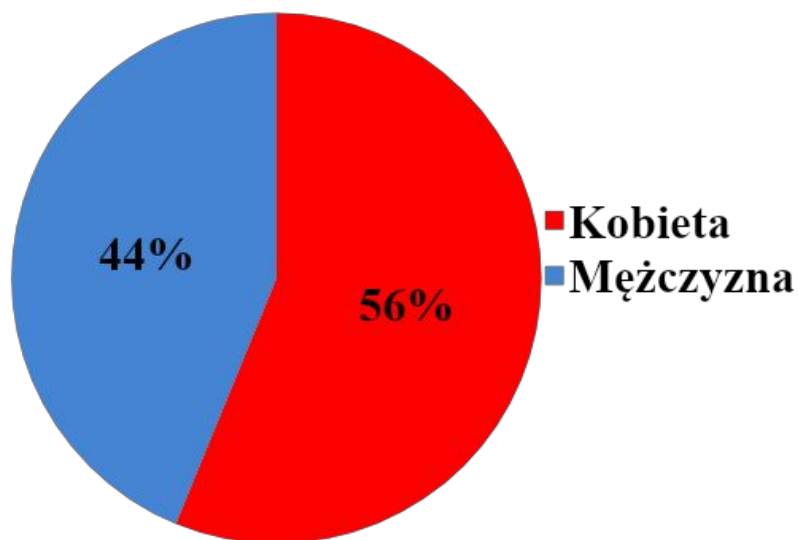
Byli to głównie użytkownicy portalu społecznościowego Facebook, którzy związani są z Terespołem poprzez zamieszkanie lub pochodzenie.

Zaproszenia do wypełnienia ankiety były udostępniane na Facebooku na: stronie MOK Terespol, stronach partnerskich, profilach pracownika MOK i grupach związanych z MOK.

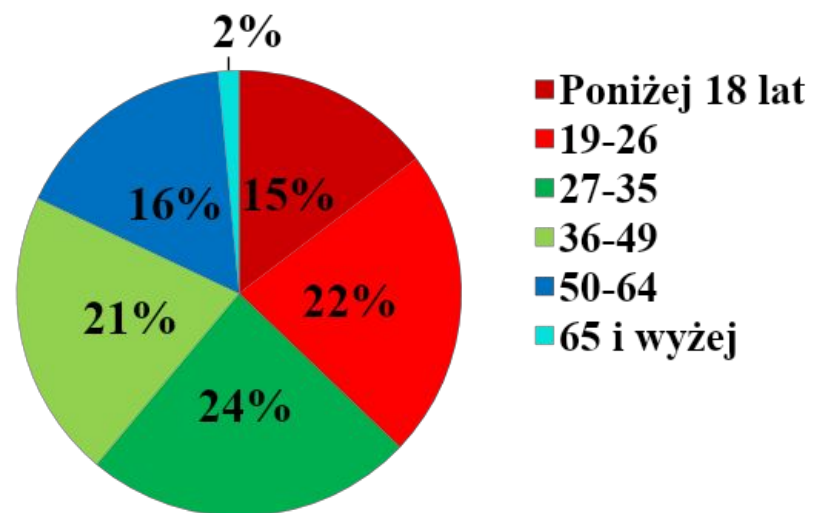
Zaproszenia wysyłane były również, jako wiadomości prywatne do znajomych poprzez messenger (znajomi mieszkańcy) oraz mailem (nauczyciele, radni, urzędnicy).

# Uczestnicy/Uczestniczki badania

**Płeć**

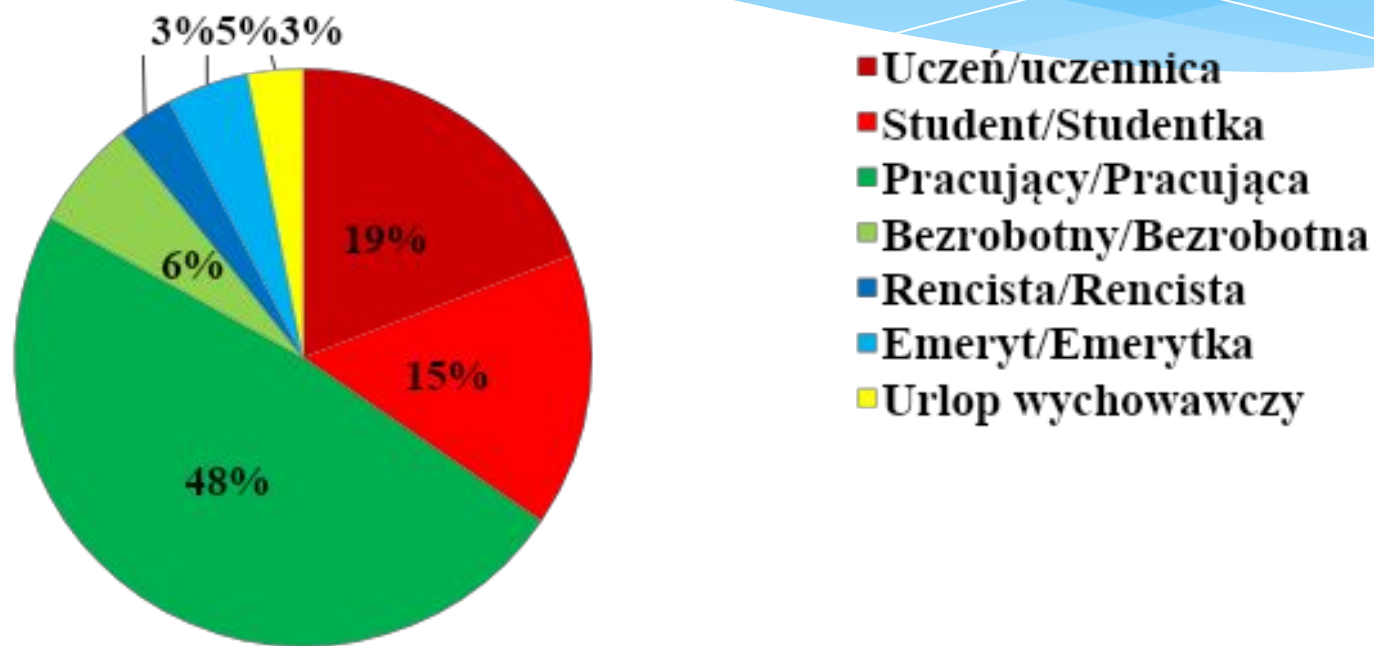


**Wiek**

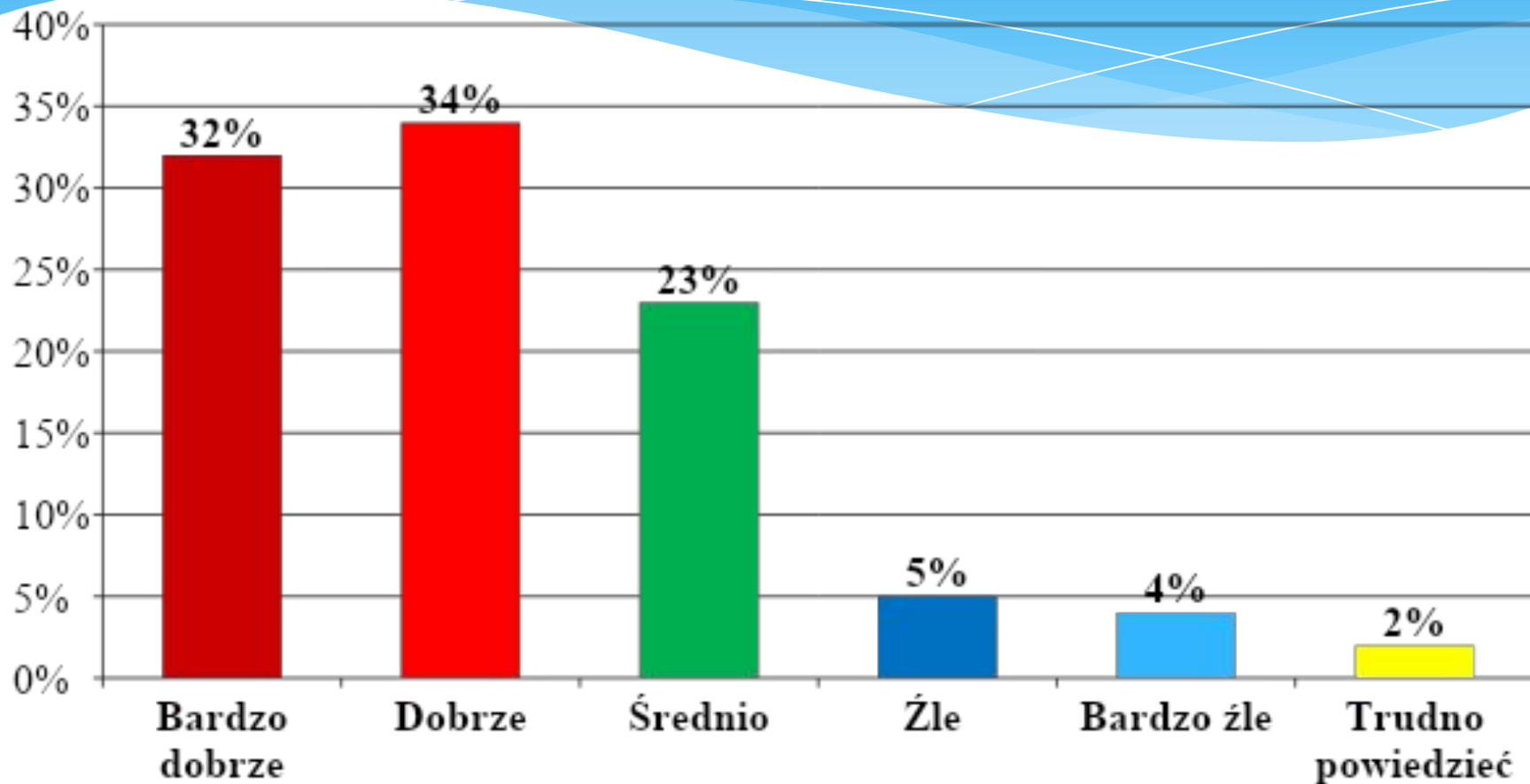


# Uczestnicy/Uczestniczki badania

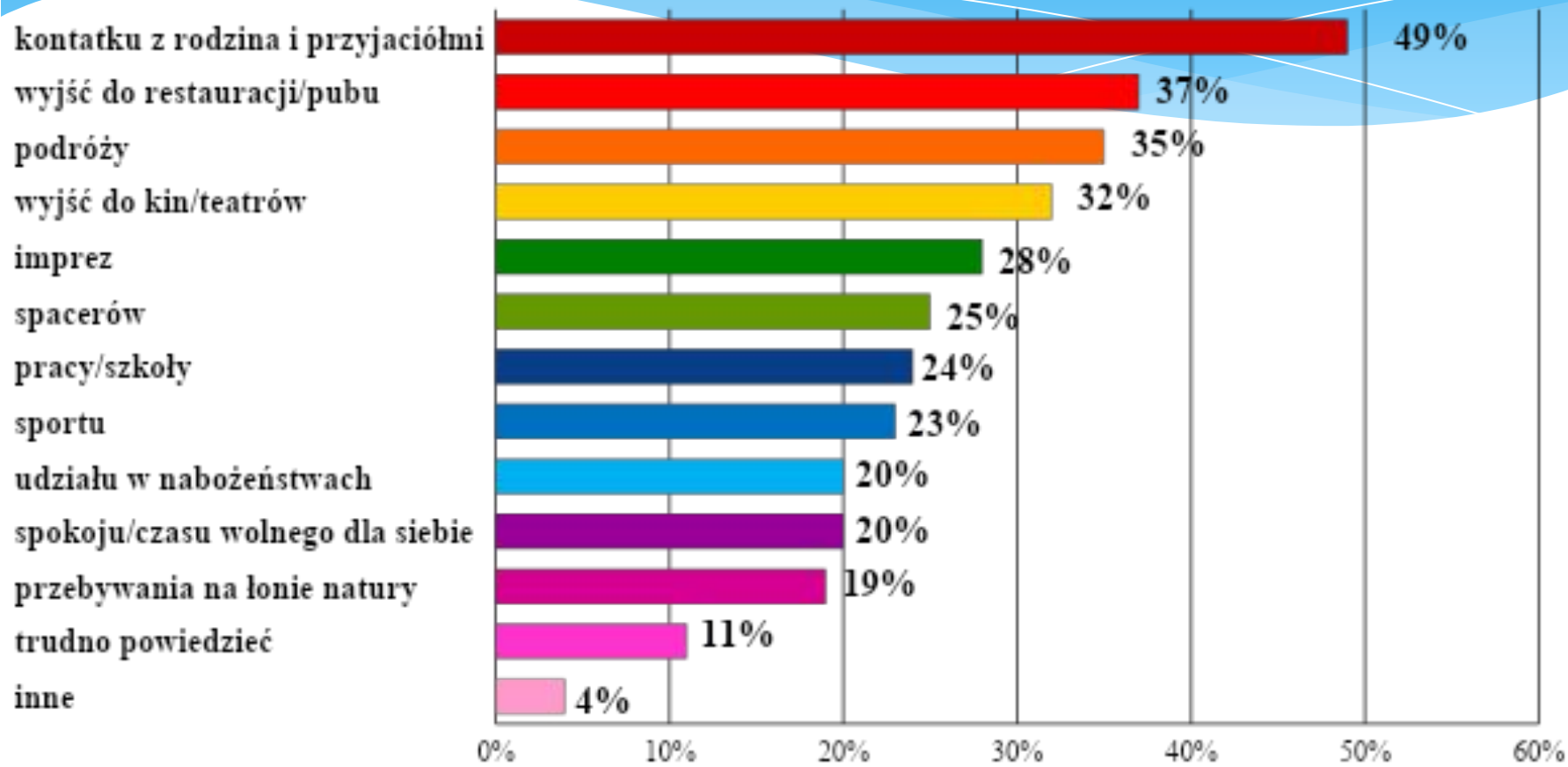
## Stan społeczno-zawodowy



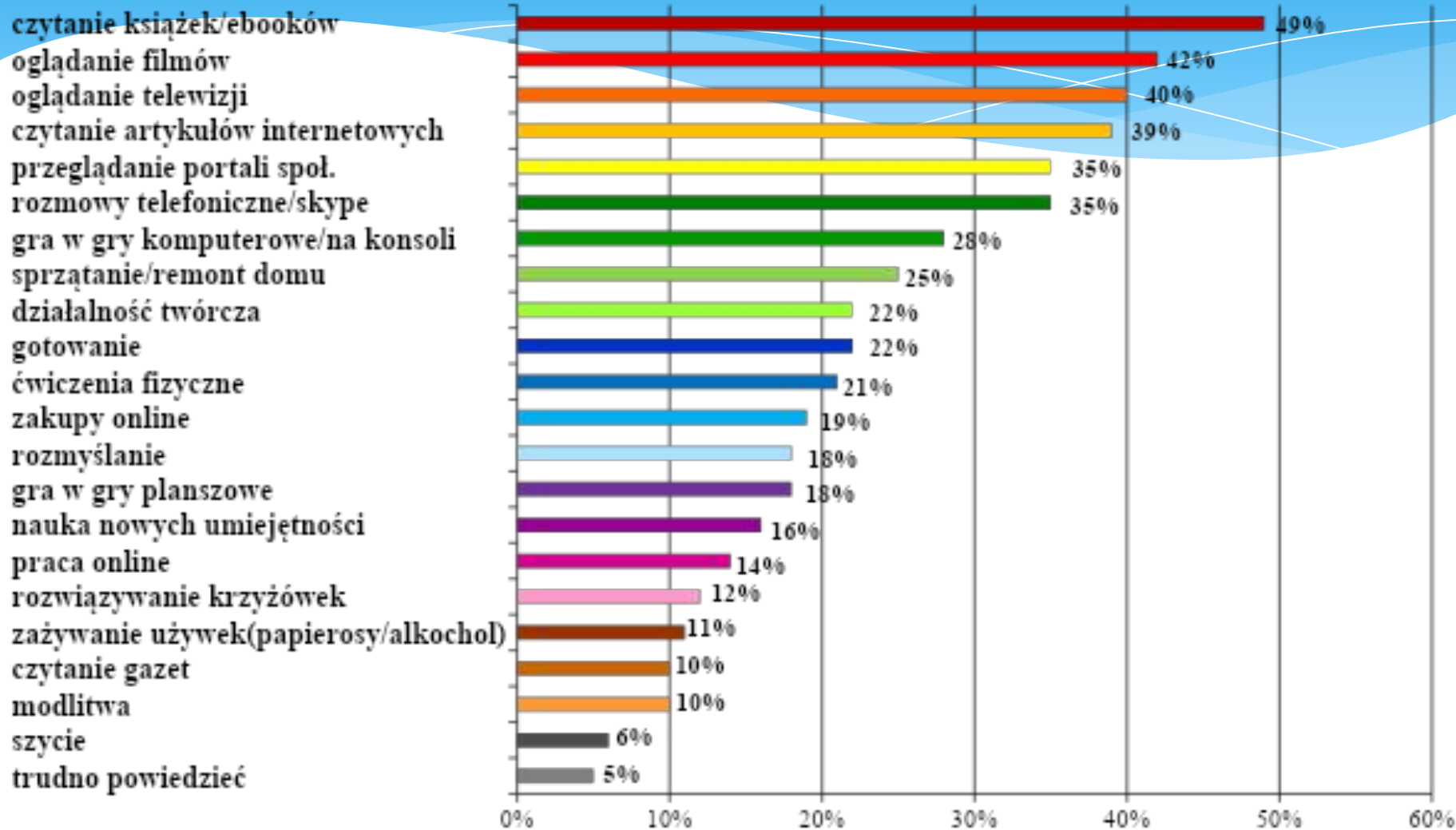
# 1. Jak ocenia Pan/Pani swoje samopoczucie w ostatnich dwóch miesiącach?



## 2. Czego najbardziej Panu/i brakowało w ostatnich dwóch miesiącach?

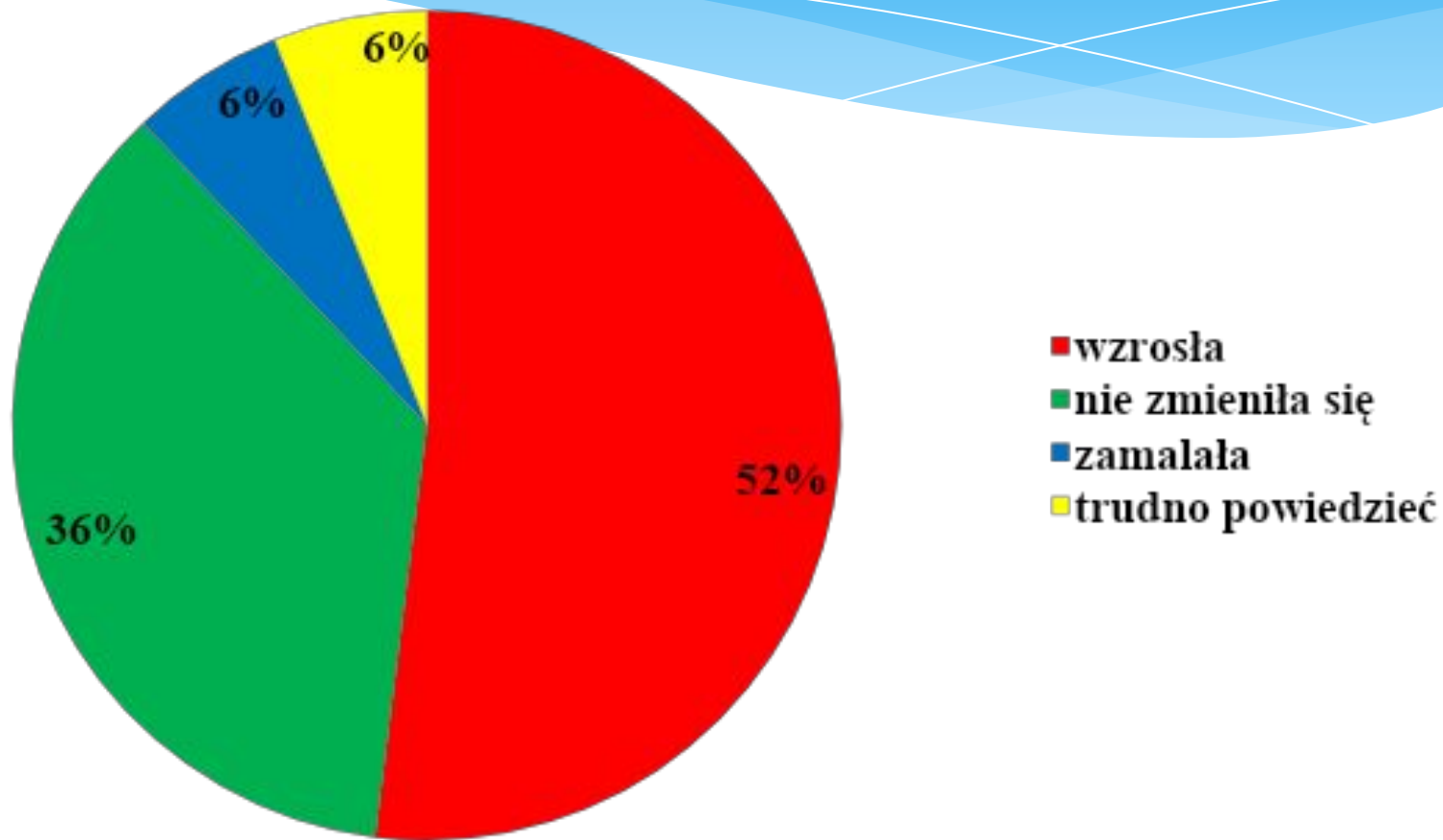


### 3. Jakie formy aktywności przejawiał/a Pan/i w ostatnich dwóch miesiącach?

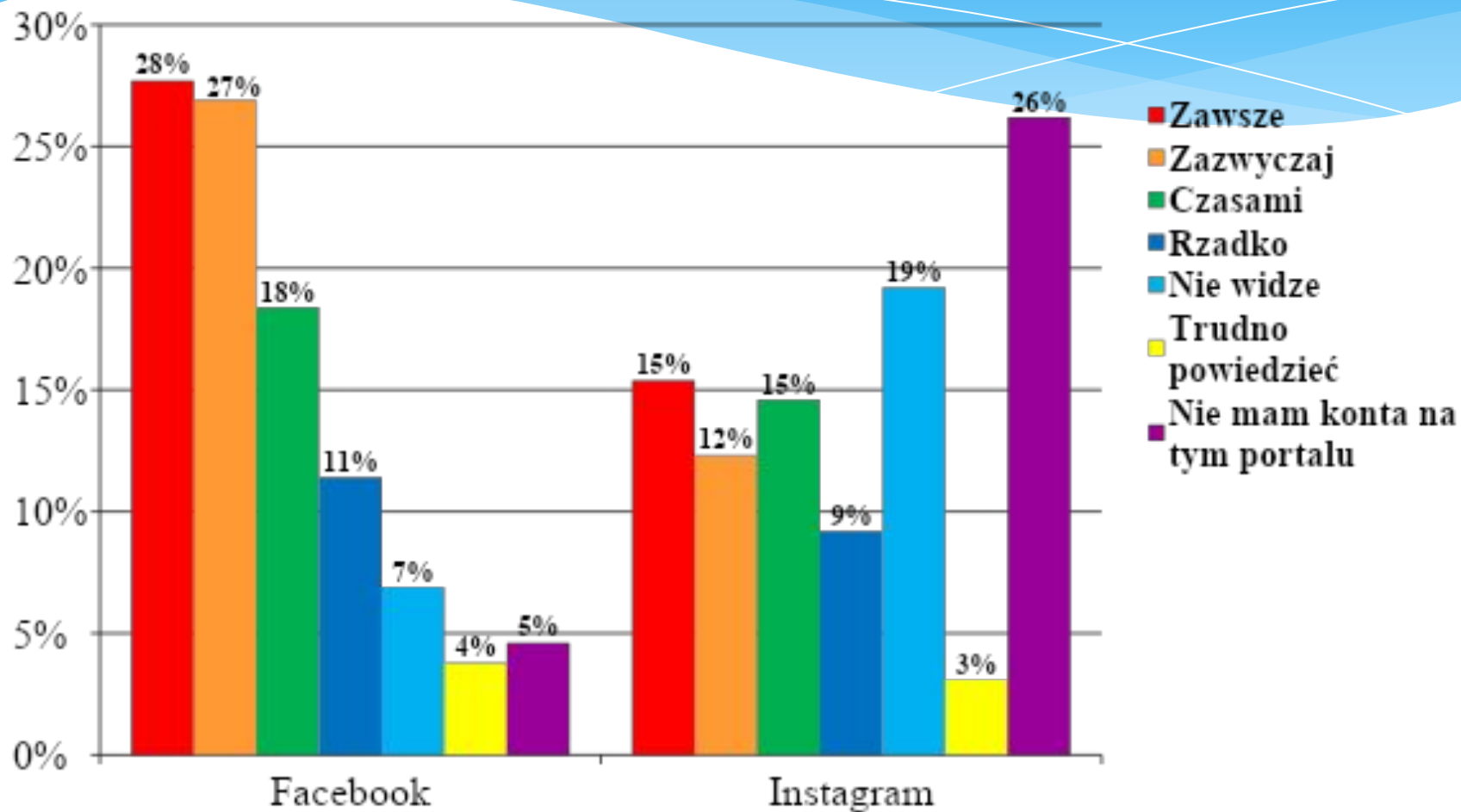




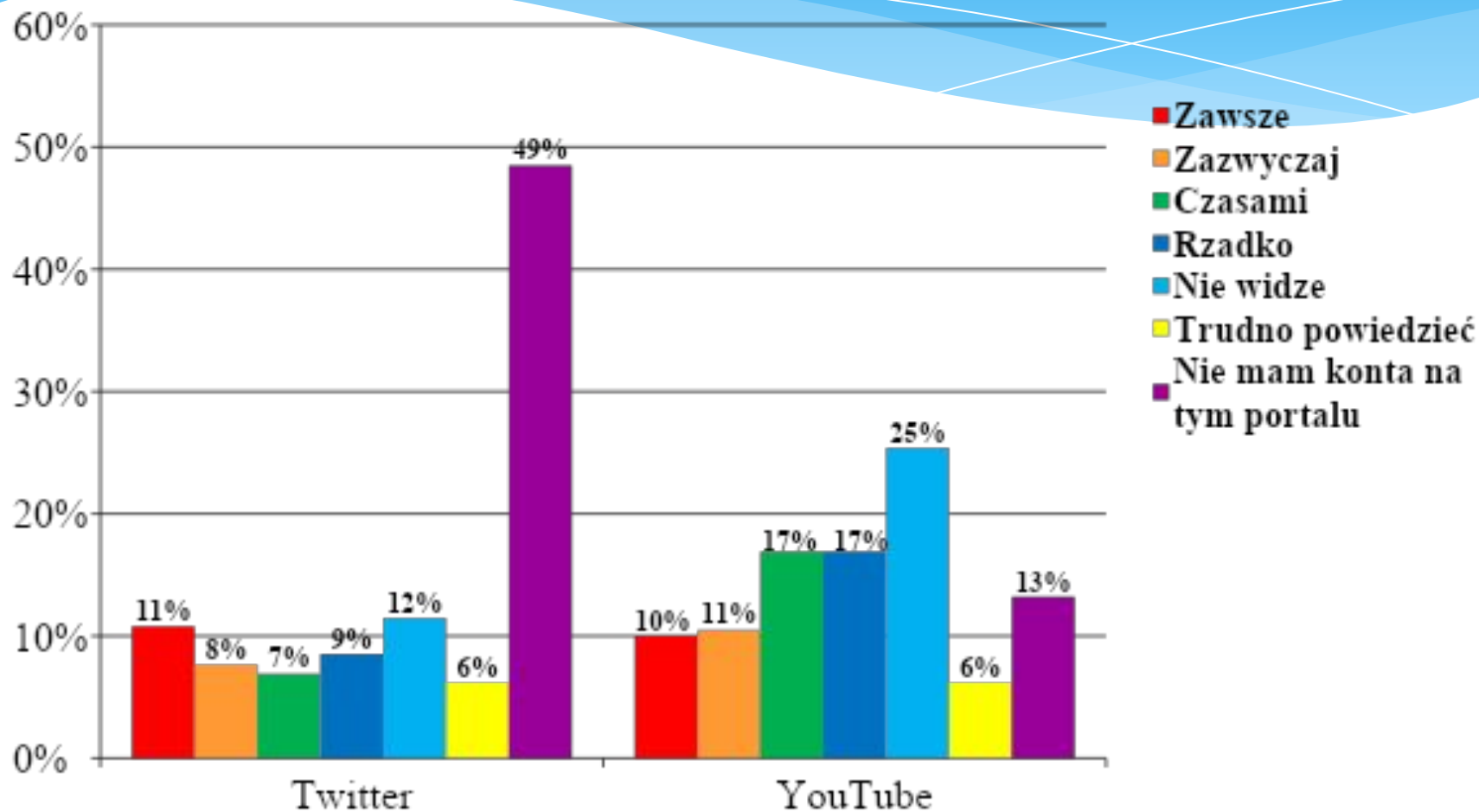
## 4. Jak bardzo zmieniła się ilość czasu który spędza Pan/i online?



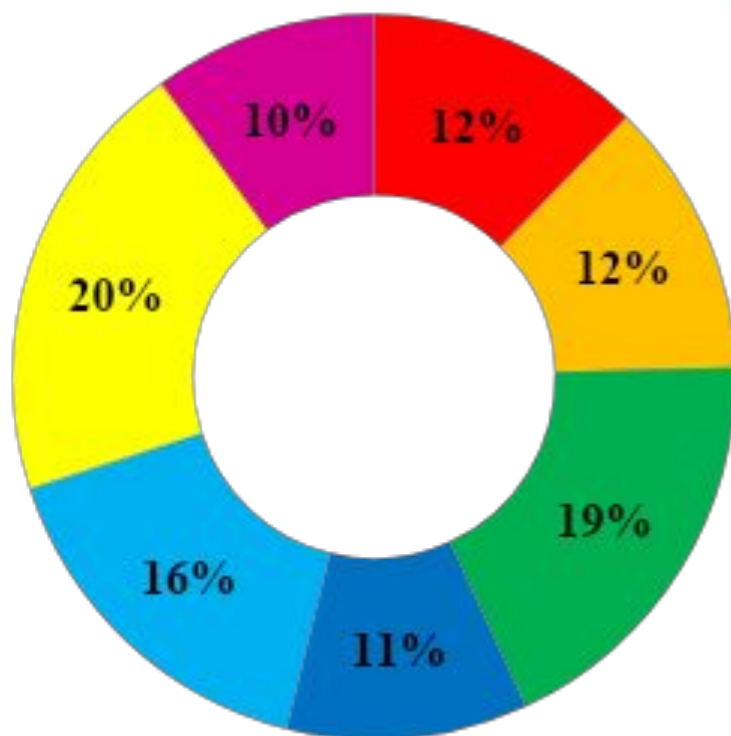
## 5-6. Jak często widzi Pan/i informacje udostępniane przez MOK na portalach społecznościowych?



## 7-8. Jak często widzi Pan/i informacje udostępniane przez MOK na portalach społecznościowych?

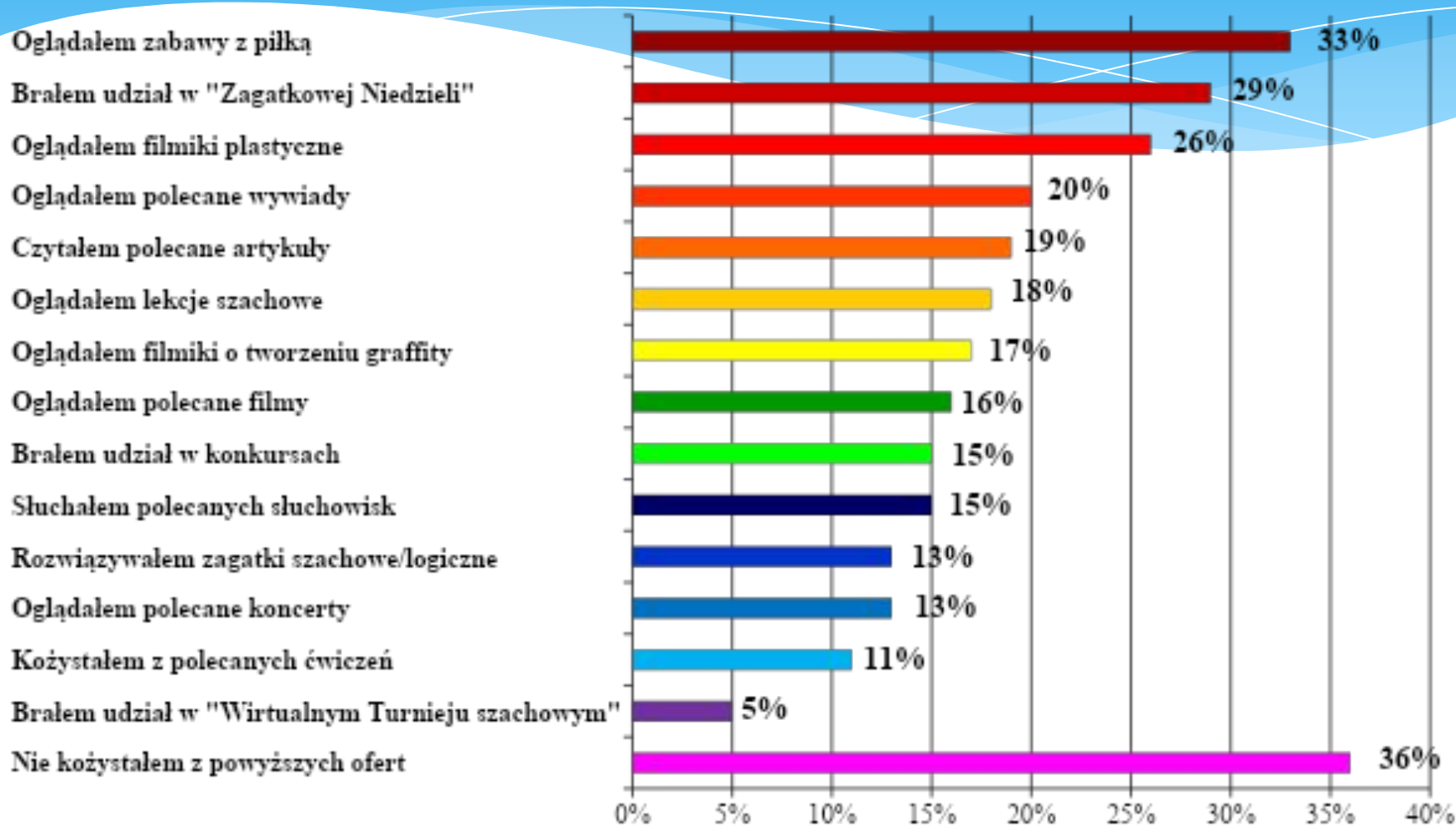


## 9. Jak często odwiedza Pan/i stronę internetową MOK Terespol (www.mokterespol.com)

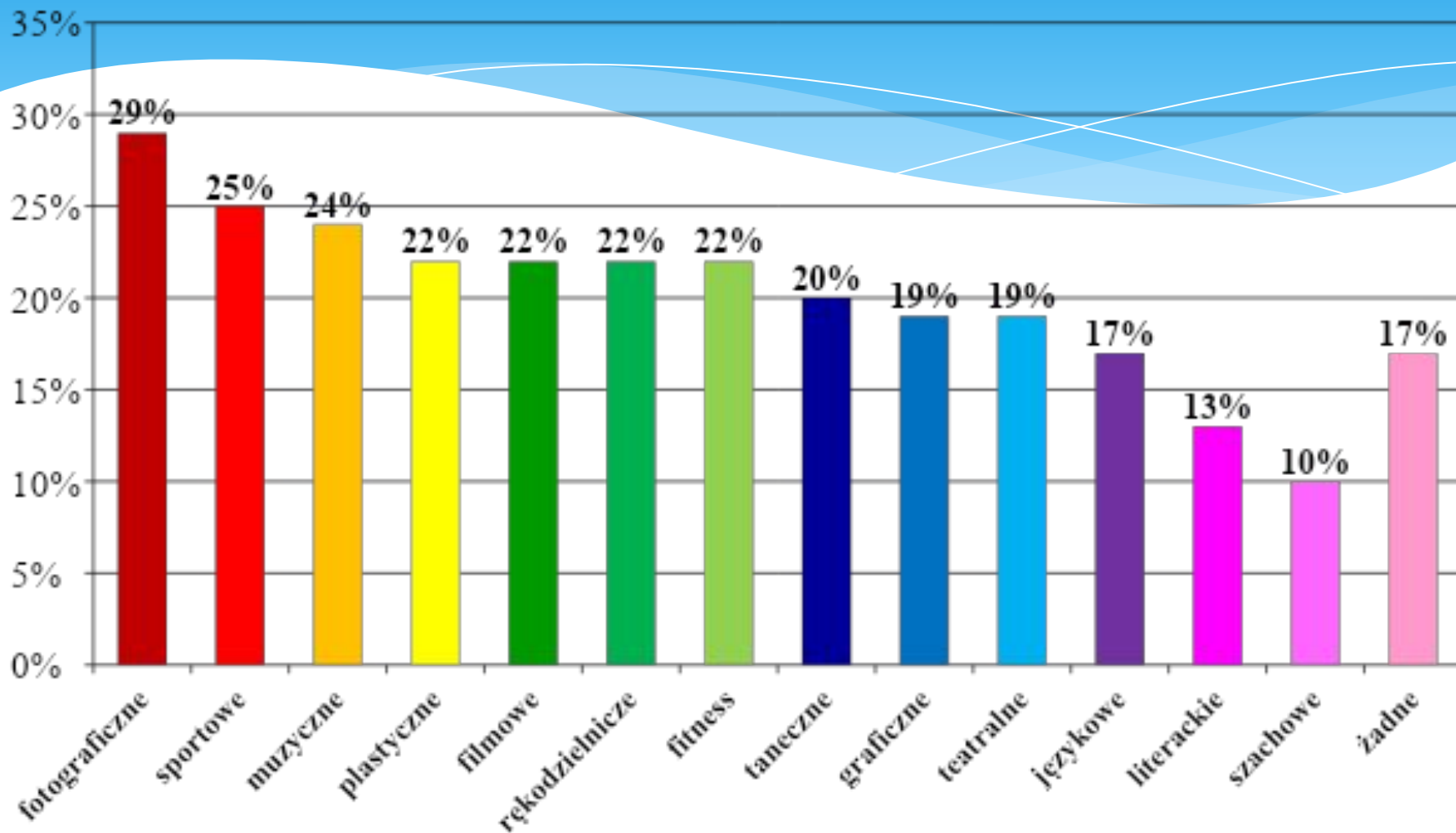


- Częściej niż raz w tygodniu
- Raz w tygodniu
- Kilka razy w miesiącu
- Raz na miesiąc
- Rzadziej niż raz w miesiącu
- Trudno powiedzieć
- Nie dowiedzam

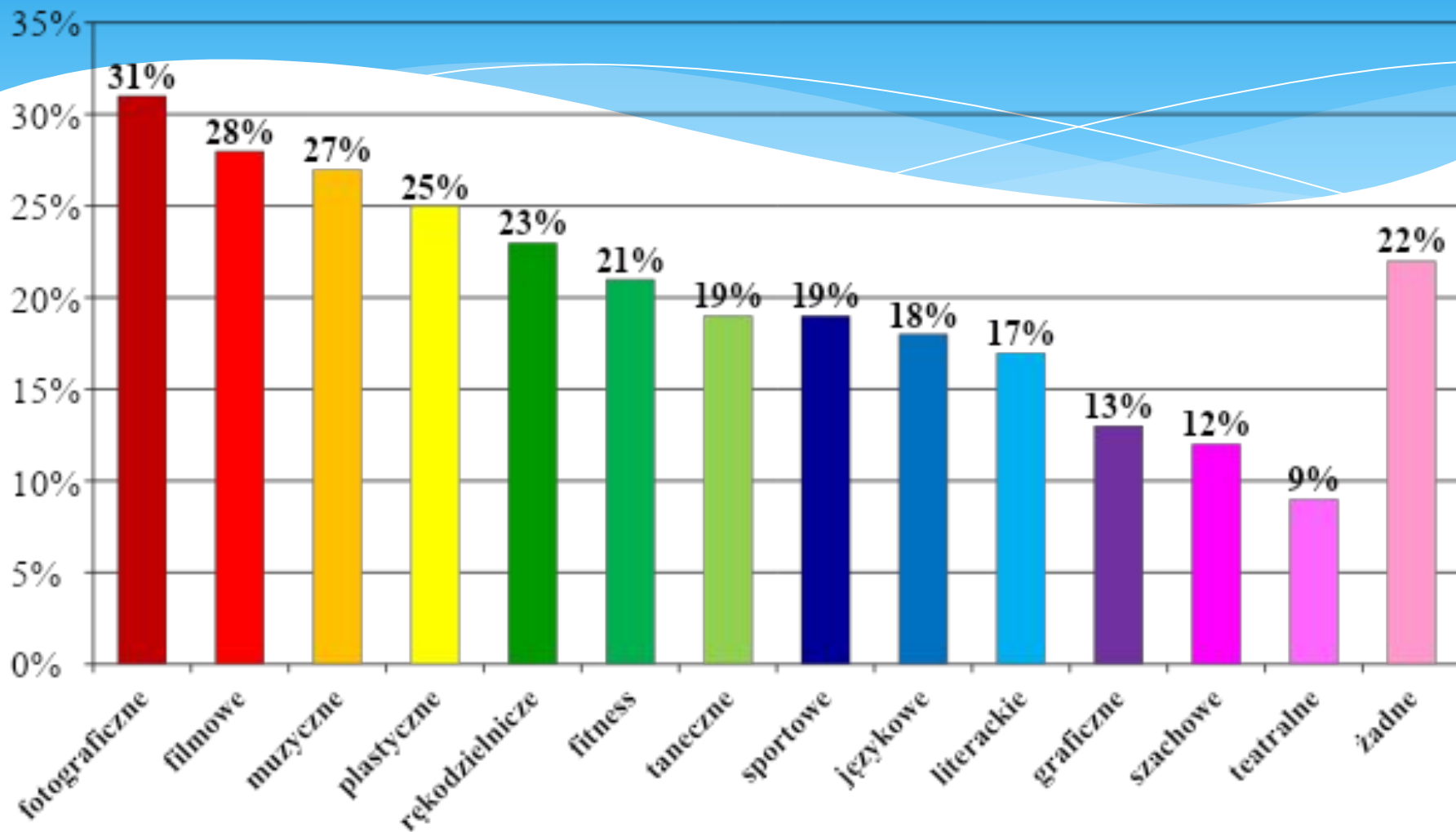
# 10. W jaki sposób przejawia się Pana/i aktywność na Facebooku?



# 11. Które ZAJĘCIA On-Line byłyby dla Pana/i atrakcyjne?



## 12. Które KONKURSY On-Line byłyby dla Pana/i atrakcyjne?



## 13. Czego według Pana/i brakuje w internetowej ofercie kulturalnej organizowanej przez MOK?

Pojawiło się również pytanie otwarte, w którym respondenci poproszeni zostali o napisanie własnymi słowami, czego im w internetowej ofercie MOK zabrakło. Spośród 52 oddanych odpowiedzi:

-22 osoby zadeklarowały, że ofercie niczego nie brakuje,

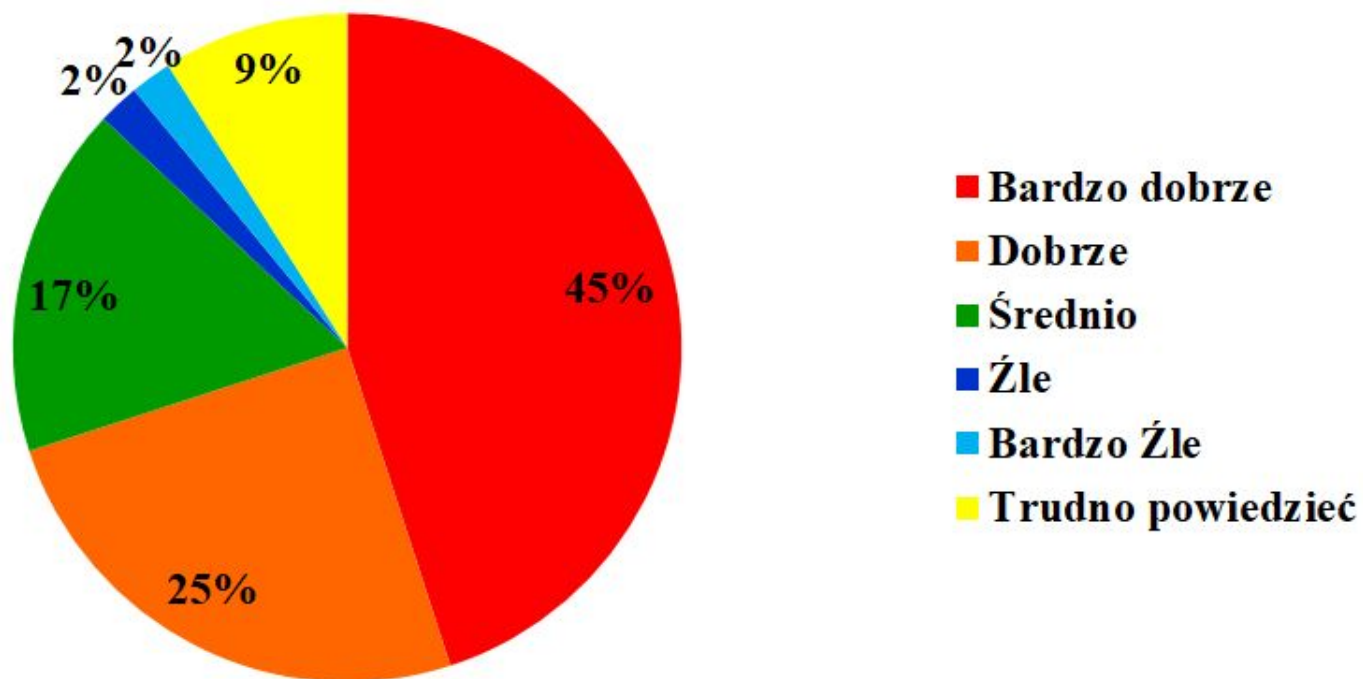
-8 osób stwierdziło, że oferta potrzebuje więcej zajęć sportowych (głównie piłki nożnej i kulturystyki),

-5 osób stwierdziło, że oferta potrzebuje więcej zajęć dla dzieci w wieku 3+ oraz zajęć kulinarnych dla dzieci starszych.

-pozostałe sugestie były pojedynczymi głosami min.: „więcej informacji historycznych na temat miasta Terespol”, „brak polecanych występów komediowych/stand upów”, „za mała ilość polecanej muzyki”, „zbyt mała ilość warsztatów i konkursów”.



# 14. Jak ocenia Pan/i prace MOK w okresie kwarantanny?



# Wnioski Ogólne

## 1. Charakterystyka próby badawczej.

- \* Badaniami objęto grupę 130 osób. Grupę tę stanowili mieszkańcy Terespoła i okolic, głównie osoby młode i pracujące lub uczące się, z kilku procentową przewagą reprezentacji kobiet. Zauważalny był niski odsetek osób starszych.

## 2. Analiza reakcji mieszkańców Terespoła i okolic na pandemię wirusa.

- \* Wyniki pokazują, że większość mieszkańców (2/3 badanych) na przestrzeni badanego okresu (połowa kwietnia-połowa czerwca) czuło się dobrze lub bardzo dobrze.
- \* W okresie izolacji badanym zabrakło najbardziej kontaktu z rodziną, wyjść do restauracji, pubu oraz podróży.
- \* Spośród form spędzania czasu wolnego przeważały: czytanie książek/e-booków, artykułów w Internecie, oglądanie filmów lub ogólnie telewizji, przeglądanie portali społecznościowych oraz rozmowy telefoniczne/skype.
- \* Większość ankietowanych zauważyła, że czas który poświęcają na aktywność w sieci internetowej, zwiększył się w stosunku do okresu sprzed pandemii.

# Wnioski Ogólne

## **3. Analiza aktywności mieszkańców na stronach MOK Terespol.**

- \* Wyniki ukazują, że największą popularnością spośród stron Miejskiego Ośrodka Kultury na portalach społecznościowych cieszy się strona na portalu Facebook, w mniejszym stopniu na Instagramie.
- \* Ponadto według uzyskanych informacji można stwierdzić, że ankietowani coraz rzadziej odwiedzają główną stronę internetową MOK.

## **4. Analiza aktywności ankietowanych na stronie MOK na portalu Facebook.**

- \* Według wyników uzyskanych w tej części raportu można stwierdzić, że 1/3 ankietowanych nie wzięła udziału w zajęciach organizowanych przez MOK na Facebooku.
- \* Spośród ankietowanych, którzy skorzystali z oferty, największą popularnością cieszyły się filmy z zakresu: zabaw z piłką i zajęć plastycznych oraz konkursy z cyklu „Zagadkowa Niedziela”.
- \* Jeśli chodzi o rodzaje zajęć i konkursów, które mogą zainteresować badanych w przyszłości, największą popularnością cieszyły się zajęcia/konkursy: fotograficzne, muzyczne, plastyczne i sportowe.

## **5. Ocena pracy MOK w okresie izolacji.**

- \* Według respondentów ponad 2/3 badanych oceniło prace MOK w sposób dobry lub bardzo dobry.
- \* W odpowiedzi na otwarte pytania większość stwierdziła, że ofercie internetowej MOK niczego nie brakuje.
- \* Daje to duży kredyt zaufania na przyszłość oraz buduje pozytywny wizerunek ośrodka kultury w środowisku lokalnym.