instytut kultury miejskiej

IKM i młodzież w Forum. Raport z badań.

dr Katarzyna Chajbos-Walczak
i dr Zofia Małkowicz

Opracowanie: grudzień 2024

Spis treści

Wstęp **2**

Jaki jest kontekst badania? 2

Jak wyglądał proces badawczy? 3

Na jakie pytania poszukiwałyśmy odpowiedzi? 3

Co znajduje się w raporcie? 3

Podsumowanie badań etnograficznych z młodzieżą (etap 2.) **5**

Problematyka 2. etapu badania 5

Przebieg badania 5

Skrót najważniejszych wyników badania 6

Konsultacje prototypów (etap 4.) **13**

Problematyka 4. etapu badania 13

Przebieg badania 13

Prototyp 1 – *Młoda Drama* **14**

Prototyp 2 – *Kino w IKM* **17**

Prototyp 3 – Młody Media Lab **20**

Ogólne rekomendacje **24**

Wstęp

Jaki jest kontekst badania?

Od czasu zmiany lokalizacji Instytut Kultury Miejskiej zaczął sąsiadować z centrum handlowym Forum Gdańsk. Wiosną 2024 roku dział badań IKM zwrócił się do nas z zaproszeniem do zrealizowania badania dotyczącego młodzieży, która właśnie w Forum spędza swój (wolny) czas. Badanie miało umożliwić poznanie potrzeb tej grupy, znalezienie tematów czy obszarów, na bazie których IKM mógłby z młodzieżą budować relację, co także ułatwiłoby opracowanie przez IKM oferty wydarzeń i aktywności przeznaczonej właśnie dla nich. Jakie inne wątki były jeszcze dla nas ważne przy projektowaniu badania?

- Młodzież, która przebywa w Forum, jest bardzo liczna i zróżnicowana. Ze względu na bliskość lokalizacji, nastolatkowie zjawiają się czasem w IKM, a wraz z nimi zdarza się, że pojawiają się również problemy (np. używki). IKM chciał zaprojektować takie działania oraz formy spędzania czasu, które będą mogły stanowić dla młodzieży interesującą i rozwijającą alternatywę.

- W Forum działają organizacje i osoby (Fundacja FOSA, komenda policji) wspierające młodzież w ich wyzwaniach. Mowa tu szczególnie o problemach związanych z używkami, zdrowiem psychicznym, a także trudnościami relacyjnymi. W świetlicy „Fosy" część młodzieży spędza popołudnia z rówieśnikami, a także otrzymuje uwagę i wsparcie pedagogiczne od osób dorosłych, które pracują tam w roli streetworkerów. Istnieje jednak potencjalna luka związana z działaniami *stricte* kulturalnymi – adresowanymi do tej młodzieży.

- IKM realizował do tej pory projekty z młodzieżą, która bezpośrednio interesowała się działaniami artystycznymi, ale w instytucji brakowało wiedzy, jak przyciągnąć szersze grono młodych osób i jak budować z nimi relacje.

- Budowanie relacji z publicznością młodzieżową stanowi wyzwanie dla wielu instytucji kultury w Polsce. Ponadto, zauważalny jest niedobór wiedzy dotyczącej potrzeb tej grupy wiekowej (a która jest bardzo niejednorodna pod względem stylu życia i preferencji związanych z uczestnictwem w kulturze!). Był to jeden z powodów, dla których IKM zdecydował się przeprowadzić badania z udziałem samej młodzieży i potraktować ją jako grupę „ekspertów" od własnych potrzeb oraz zainteresowań.

- Bazując na naszym doświadczeniu w prowadzeniu badań z udziałem dzieci i młodzieży, jak i takich, które mają służyć projektowaniu nowej oferty w instytucjach kultury – zależało nam na wykorzystaniu zróżnicowanych metod badawczych, z których część miała charakter włączający. Chciałyśmy skorzystać z samego procesu badawczego także jako „mostu" w nawiązywaniu relacji pomiędzy IKM-em a młodzieżą i ułatwieniu dalszych działań.

Jak wyglądał proces badawczy?

Zaprojektowany przez nas proces badawczy zakładał udział samej młodzieży, osób eksperckich (pracujących ze wskazaną młodzieżą) oraz zespołu IKM-u. Zaplanowałyśmy kilka etapów procesu , które miały nam umożliwić zarówno zbieranie szerokiej wiedzy (eksploracja), jak i uzyskanie precyzyjnych informacji o ocenie przygotowanych propozycji oferty przez młodzież (empiryczna weryfikacja). Jakie elementy składały się na proces?

1. desk research i wywiady eksperckie – wstępna eksploracja – maj-czerwiec '24;
2. etnografia w Forum z udziałem młodzieży (obserwacje, wywiady swobodne) – wrzesień '24;
3. tworzenie prototypów oferty z zespołem IKM – listopad '24;
4. konsultowanie prototypów z udziałem młodzieży – listopad '24.

Na jakie pytania poszukiwałyśmy odpowiedzi?

- Kim są młodzi ludzie spędzający czas w Forum?
- Jakie mają potrzeby (kulturalne, społeczne, życiowe)?
- Co ich interesuje (w kulturze, w życiu w ogóle)?
- Co sprawia, że Forum jest dla nich atrakcyjnym miejscem?
- Jak spędzają czas w Forum?
- Jak odbierają/postrzegają IKM?
- Jaka oferta w IKM może ich zainteresować?
- Jak oceniają ofertę przygotowaną przez IKM?

Co znajduje się w raporcie?

Każdy z etapów badania zamykałyśmy podsumowaniem wyników. Zależało nam jednak na tym, by ten raport stanowił poręczne narzędzie w dalszej pracy IKM-u z młodzieżą, a nie kompendium całej wiedzy zebranej w ramach procesu badawczego. Dlatego w przygotowanym przez nas dokumencie znajduje się skrót najważniejszych wniosków z etapu drugiego (etnografia), trzeciego (gotowe prototypy) oraz czwartego (wyniki

konsultacji). Przy każdej z części opisujemy szczegółowo problematykę oraz przebieg danego etapu badania. Na końcu raportu znajduje się także sekcja „rekomendacje", w której odnosimy się zarówno do przekrojowych wątków związanych z projektowaniem oferty przeznaczonej dla tej grupy młodzieży, jak i do wskazówek dotyczących warstwy komunikacyjnej.

Podsumowanie badań etnograficznych z młodzieżą (etap 2.)

Problematyka 2. etapu badania

Czego chciałyśmy się dowiedzieć podczas tego etapu badania?

- Kim jest młodzież, która przebywa w Forum? Co ją charakteryzuje?
- Co różnicuje poszczególne grupy?
- Dlaczego młode osoby przychodzą do Forum? Co tam robią? Jak się zachowują?
- Jak postrzegają IKM?
- Jakie mają doświadczenia z innymi instytucjami kultury?
- Jakie mają zainteresowania (związane z kulturą i sztuką oraz poza nimi)?
- Jakie rodzaje aktywności są dla nich atrakcyjne i dlaczego?
- Z jakich źródeł czerpią wiedzę na temat interesujących dla nich aktywności? Z jakich kanałów komunikacji korzystają?
- Co ich przyciąga do Fundacji FOSA i sprawia, że chcą tam spędzać czas?

Przebieg badania

- Badania realizowałyśmy w dniach 23-25 września 2024 roku. 3 dni pracy na miejscu w Forum .
- Obserwacja nieuczestnicząca – kilka razy w ciągu dnia spacerowałyśmy po Forum, obserwowałyśmy zachowania młodych osób i ich dynamikę, słuchałyśmy rozmów.
- Wywiady z 21 osobami (indywidualne / w diadach / grupowe) – poznanymi przez pracowników Fundacji FOSA w różnych okolicznościach (bez nagrywania).
- Konsultacja pierwszych insightów z pracownikami Fundacji FOSA i streetworkerami.

Skrót najważniejszych wyników badania

1. Młodzież w Forum nie jest jakąś specyficzną grupą, a Forum to bardziej „platforma" do spotkania dla młodzieży

- Na pytanie, kto przychodzi do Forum, młodzież mówi, że „przychodzą wszyscy".
- Przychodzą do Forum dlatego, że:
    - jest blisko, po drodze, w centrum, łatwo można dojechać;
    - niedaleko jest szkoła (np. Cosinus);
    - żeby poczekać na autobus;
    - spędzić czas z innymi znajomymi;
    - bo jest ładnie, lubią tę estetykę;
    - bo tutaj są rośliny.
- Zróżnicowanie grup jest związane z ilością czasu spędzanego w Forum.
- Trudno będzie z samej młodzieży z Forum zbudować grupy do regularnej pracy – może warto zapraszać okoliczne szkoły?

2. Młodzież w Forum jest bardzo zróżnicowana

- Młodzi są zróżnicowani ze względu na wiek; płeć; status społeczny i/lub ekonomiczny; miejsce zamieszkania (bliskość Forum); pochodzenie (narodowość) – młodzież polska i (głównie) ukraińska; temperament, profil osobowościowy; zainteresowania i sposób spędzania wolnego czasu; skalę problemów, z którymi się mierzą.
- Nie uda się stworzyć jednej oferty dla wszystkich: konieczne są decyzje strategiczne i wybór tego, co jest możliwe w instytucji oraz do których grup oferta ma być kierowana. Zróżnicowanie jest konieczne nie tylko na poziomie samej oferty, ale również komunikacji.
- Młodzież spędza w Forum czas w grupach, które niekiedy są wobec siebie antagonistycznie nastawione. Istotnym wątkiem są tu uprzedzenia i konflikty na tle narodowościowym (osoby o pochodzeniu polskim vs ukraińskim).

- Jednym z głównych wniosków jest to, że młodzież przychodząca do „Fosy” jest najłatwiejszą do pozyskania grupą odbiorczą. Pozostałe grupy przebywające po prostu w Forum będą zdecydowanie trudniejsze w procesie nawiązywania relacji.

3. Jak żyje Forum? Czas i przestrzeń

- W Forum można spotkać młodzież w godzinach długiej przerwy obiadowej / okienka lub po 13:30.
- Ok. 13:00 jest zagęszczenie w strefie gastronomicznej.
- Nieliczni są tutaj nawet do 21:00-22:00 (głównie młodsze grupy).
- Siedzą, rozmawiają, grają i scrollują w telefonach, grupy grają w gry (planszowe/ karty).
- Kiedy jest zimniej, w Forum jest więcej młodych osób (ruch od południa), kiedy cieplej – siedzą one na schodach na dziedzińcu.
- Jednocześnie w Forum może przebywać nawet ponad 150 osób młodych.
- Niektórzy przychodzą do Forum przez kilka lat, inni kilka dni/tygodni – rotacja jest bardzo duża.

4. Brak otwartości na to, co nowe – gotowość do próbowania wydarza się w określonych warunkach

- Młodzi robią rzeczy w sposób powtarzalny – rzadko wychodzą poza te aktywności, które znają. Z drugiej strony ważne jest dla nich – jak sami mówią – „zbieranie doświadczeń”, ale wyłącznie w ramach kategorii, które są uznane wśród rówieśników (np. spontaniczne wypady do innego miasta).
- Mało prawdopodobne, że nawet jeśli coś im się spodoba – to przyjdą do nowego miejsca, jakim jest IKM: ktoś musi im to miejsce polecić.
- Chętnie zwracają uwagę na konkursy (ważne są nagrody) i wydarzenia promowane / z uczestnictwem głośnych postaci (Robert Lewandowski, Budda).
- Nie będą na własną rękę szukać możliwości dla siebie – propozycja musi „sama do nich przyjść”.

- Oferta ma być w jakiś sposób zbliżona do tego, co już znają.
- Ważne jest zwracanie się do nich przy pomocy „języka korzyści". Korzyść przynosi zbieranie podobnych doświadczeń (zwykle głośnych, spektakularnych).
- Komunikacja powinna nawiązywać do języka i kontekstów, które znają.

5. Kluczowa jest dla młodzieży spontaniczność i dobrowolność udziału

- Młodzi potrzebują wiele razy podjąć dobrowolną decyzję, że chcą w czymś uczestniczyć – to specyfika ich momentu rozwojowego (mówi o tym psychologia rozwojowa np. E. H. Eriksona).
- Regularność i cykliczność działań pozwala im decydować i jednocześnie tworzyć „bezpieczną bazę", do której zawsze mogą wrócić.
- Kiedy jest spontaniczność, dobrowolność i przewidywalność – ich tolerancja (na innych, na nowe) wzrasta. Dobrowolność i przewidywalność zapewniają bezpieczeństwo.
- Młodzi niechętnie się zobowiązują do długoterminowych procesów.

6. W Forum jest niewiele młodzieży zainteresowanej kulturą i sztuką, z nawykami odwiedzania instytucji kultury

- Niewiele młodych osób potrafi wymienić jakąś instytucję kultury (jeśli tak: poprzez szkołę).
- Niektóre z nich uważają, że „instytucje kultury nie są dla nas, one są dla ludzi z klasą" – są wobec takich instytucji raczej zdystansowane i utożsamiają je ze „sztuką wysoką".
- Prawie nikt nie myśli o IKM-ie – jako instytucji; niektórzy kojarzą budynek, ale nie rozumieją profilu działalności.
- Nie są szczególnie zainteresowani ofertą instytucji kultury.
- Tworzenie oferty wymaga komunikowania się ścieżkami pozainstytucjonalnymi.

7. Ich preferencje kulturalne są różnorodne, ale najczęściej dotyczą filmu i muzyki

- Większość wybiera film i muzykę jako ulubione dziedziny sztuki:
    - lubią chodzić do kina na głośne tytuły;
    - oferta wokół filmu i muzyki mogłaby pomóc budować zaufanie i „niezobowiązującą" atmosferę;
    - oferta muzyczna, np. warsztaty muzyczne czy spotkania z muzykami, wspólne granie i śpiewanie (młodzież pochodzenia ukraińskiego robi to w Fundacji FOSA), także może ich zaciekawić.
- Niewielka część osób jest otwarta na różne obszary sztuki (plastyczne, rzemiosło, taniec, literatura, itd.); część mówi o komiksach i mangach, grach.
- Wiele osób mówi o zainteresowaniach zawodowych, bo taką wybrali szkołę (profile kucharskie, graficzne, informatyczne, fryzjerskie, stylizacja paznokci).
- Niektórzy mają bardzo sprecyzowane zainteresowania, np. digital art, tworzenie grafik komputerowych, motoryzacja, ćwiczenie na siłowni.
- Brak pogłębionych zainteresowań kulturą nie oznacza, że nie będzie otwartości na inne formy, ale najpierw musi pojawić się więź – z osobą prowadzącą oraz z instytucją.

8. Część młodzieży bardzo zajmuje to, co wydarza się u youtuberów

- Część młodzieży dyskutuje o tym, co wydarza się u influencerów i youtuberów, śledzi ich oraz podziwia.
- Młodzi ludzie nie są krytyczni, ufają komunikatom medialnym influencerów, nie mają potrzeby sprawdzać ich prawdziwości – potrzebują krytycznej edukacji medialnej, gdyż większość swojej wiedzy na temat świata czerpią z YouTube'a czy TikToka.
- Ważny jest dla nich format postaci (duże nazwiska):
    - skoro są znani, to odnieśli sukces;
    - zarabiają dużo;

- poza własnymi celami – pomagają innym.

- Persony, które nagłaśniają swoją pomoc innym, są im bliskie – sami często są w trudnej sytuacji, potrzebują wsparcia.

9. Wspólny ruch (sport) to sposób na budowanie relacji i zaangażowania

- Ruch pomaga młodym osobom zrzucić napięcie, tworzy ramy do współpracy.
- Wspólna gra pozwala im myśleć o jednym (dla wszystkich) celu i skupieniu się na działaniu.
- Postawa opiekuna zajęć nie zachęca do rywalizacji sportowej, a do współdziałania i zabawy (na spotkaniach są osoby początkujące i zaawansowane, a także narodowości polskiej i ukraińskiej).
- Podczas gry jest przestrzeń na popełnianie błędów i wsparcie od innych.

10. Komunikacja (bezpośrednia) z młodzieżą jest bardzo trudna

- Młodzież jest bardzo nieufna, ma duże problemy ze skupieniem uwagi, potrzebuje więcej czasu do tego, żeby się otworzyć.
- Autentyczność, cierpliwość i systematyczność działań to klucze do sukcesu komunikacji / przedsięwzięcia.
- Ważnym zasobem są wysoko rozwinięte umiejętności interpersonalne osób współpracujących z młodzieżą.
- Źródła wiedzy o wydarzeniach:
    - głównym źródłem takiej wiedzy są opiekunowie z Fundacji FOSA;
    - komunikacja dla różnych grup wiekowych powinna być formułowana osobno;
    - reklama w mediach społecznościowych – jest dla nich oznaką „powagi" działania; profesjonalizmu;

- Social Media: Instagram, Facebook, TikTok;
- ulotki? – tak, jeśli będą przekazane przez kogoś zaufanego;
- miejskie profile: Spotted Gdańsk, Spotted Forum Gdańsk (FB), trojmiasto.pl.

11. Na część potrzeb młodzieży odpowiada już Fundacja FOSA, zaczęła też biblioteka – ale młodzieży jest wiele!

- Młodzież lubi przychodzić do świetlicy, by spędzić tam czas niezobowiązująco (sami decydują, co chcą robić), np. pograć w piłkarzyki; świetlica proponuje bardzo „luźną ramę" spędzania czasu.
- Pracownicy Fundacji FOSA pracują w modelu „towarzyszenia" – są dla młodzieży opiekunami, terapeutami, przyjaciółmi, pośrednikami pracy.
- W bibliotece (Wojewódzka i Miejska Biblioteka Publiczna im. Josepha Conrada Korzeniowskiego w Gdańsku) zawiązał się zespół muzyczny.
- To oznacza, że IKM może:
    - uzupełniać ofertę „Fosy" i działań streetworkerskich, bo ma inne zasoby (również infrastrukturalne);
    - uzupełniać ofertę biblioteki, wchodzić z nią we współpracę;
    - korzystać ze wsparcia „Fosy" w zakresie problematyki związanej ze zdrowiem psychicznym.

12. Młodzież zadaje sobie pytanie o to, „jak dobrze żyć?" i „czym się zajmować w przyszłości?"

- Zdobywanie doświadczenia zawodowego / rozwijanie praktycznych zainteresowań to dla młodych osób sposób na „dobre życie", na uniknięcie kłopotów.
- Młodzi w wieku 16+ zaczyna myśleć „użytecznie" o spędzaniu swojego czasu (osoby związane z Fundacją FOSA).
- Zainteresują ich takie działania, które są zgodne z obraną ścieżką (oraz niewielka

otwartość na nowe).

- Jeśli szukają rozwoju, to nie na początkującym poziomie – mają wysokie wymagania.
- Co jest dla nich „przydatne”?
    - to, co pozwoli zarabiać (legalnie);
    - to, co rozwija zainteresowania (które ich wyróżniają);
    - to, co mobilizuje, a nie rozleniwia.

Konsultacje prototypów (etap 4.)

Problematyka 4. etapu badania:

Celem tego etapu badania było skonsultowanie prototypów oferty, czyli pomysłów na działania/wydarzenia, które zostały opracowane przez zespół IKM-u. Prototypy powstały w ramach warsztatu, podczas którego prezentowałyśmy wyniki etnografii, a następnie facylitowałyśmy pracę nad konkretnymi pomysłami. Konsultacje z udziałem młodych osób miały dostarczyć wiedzy o tym:

- które z pomysłów budzą ich większe zainteresowanie;
- które z elementów (merytorycznych, organizacyjnych) szczególnie im się podobają, a które zdecydowanie mniej – co może ich przyciągać, a co może ich odpychać;
- jak przygotowane propozycje mają się do ich rzeczywistych zainteresowań oraz preferencji związanych z uczestnictwem w kulturze;
- jakie inne wątki warto wziąć pod uwagę przy projektowaniu oferty dla takiej młodej publiczności.

Przebieg badania:

- Badanie realizowałyśmy w dniach 26-27 listopada 2024.
- Wywiady miały charakter fokusowy; w każdej grupie było ok 5-8 osób.
- Przeprowadziłyśmy 4 około godzinnych spotkania z młodzieżą.
- Rekrutacja do badania odbyła się przy wsparciu Fundacji FOSA.
- Dobór osób do badania:
    - młodzież pochodzenia ukraińskiego – młodsi: (13-15);
    - młodzież pochodzenia ukraińskiego – starsi: (16-19);
    - młodzież pochodzenia polskiego – młodsi: (13-15);
    - młodzież pochodzenia polskiego – starsi: (16-19).
- Okoliczności:
    - na parterze, w przestrzeni IKM-u;
    - poczęstunek;
    - gratyfikacja za udział w badaniu – bilety do Heliosa.

Prototyp 1 – *Młoda Drama*

PROTOTYP 1 – MŁODA DRAMA	
Zapraszamy do stworzenia grupy zaangażowanej w życie miasta, aktywizm, sztukę! Proponujemy spotkania i wsparcie w ważnych dla Was sprawach – zróbmy razem spektakl!	
Co się będzie działo?	● spotkania dwa razy w miesiącu ● projekt trwa rok ● wspólnie pracujemy nad spektaklem, którego temat wymyślają uczestnicy i uczestniczki ● temat ma być istotny i poruszający dla uczestników i uczestniczek – spotykamy się i rozmawiamy o nim cyklicznie, planujemy działania ● do spotkań można zapraszać gości – uczestnicy i uczestniczki decydują o tym, kogo zaprosić
Do kogo są skierowane działania? Jak chętni się o nich dowiedzą?	● dla grupy 15 osób ● dla osób w wieku 15-18 lat ● informacja o projekcie jest przekazywana przez: - szkoły z okolicy - social media - pocztę pantoflową - Fundację FOSA - stronę IKM

Kwestie merytoryczne

Biorąc pod uwagę całość konsultacji, **prototyp odnoszący się do działań teatralnych był dla naszych ekspertów i ekspertek najmniej interesującą propozycją.** Zwykle rozmawialiśmy o nim krócej niż o poprzednich dwóch prototypach. **Najbardziej zainteresowana tą propozycją była młodsza młodzież** – osoby do 16. roku życia – było tak zarówno w grupie polskiej, jak i ukraińskiej. Interpretujemy to jednak jako przypadek – **głównym wskaźnikiem determinującym zainteresowanie młodzieży były znajomość teatru, wcześniejsze doświadczenia** (oglądanie spektakli, cykliczne wizyty w teatrze np. w ramach zajęć szkolnych) **czy ich osobista pasja** (teatr *per se* lub taniec, aktorstwo).

Poniżej wymieniamy szczegółowe obserwacje z konsultacji:

- Młodzież często wprost **mówiła o braku zainteresowania tym prototypem, sprowadzając go do tworzenia spektaklu** (**„tutaj nie ma nikogo z aspiracjami aktorskimi”**; „nie jestem fanem teatrów”; „nie lubię występów publicznych”; „nie czuję się w tym”, itd.). Od młodszych osób usłyszałyśmy także, że **udział w przedstawieniach pociąga ryzyko hejtu**.

- Nasi rozmówcy i nasze rozmówczynie w zdecydowanej większości **nie zwracali_ły uwagi na aktywistyczny i włączający charakter proponowanego działania.** Wyjątkiem była jedna osoba ze starszej grupy, która tytułową „dramę” skojarzyła z niezrozumiałymi dla niej protestami i ulicznym aktywizmem („dzieci nie wiedzą co robić, to idą na ulicę”; „aktywizm jest dziś wypaczony”). Przypuszczamy, że w tym przypadku krytycyzm może być po części spowodowany nauką w szkole wojskowej.

- Kiedy sugerowałyśmy, że z działania można usunąć element tworzenia spektaklu (zaproszenie brzmiałoby wtedy: „Zapraszamy do stworzenia grupy zaangażowanej w życie miasta, aktywizm, sztukę! Proponujemy spotkania i wsparcie w ważnych dla Was sprawach”), młodzież wydawała się zagubiona. **Część nie rozumiała, czym bez spektaklu ma być proponowany prototyp, inni wprost komentowali, że nie byliby nim zainteresowani** („mało poważne”; „jak jakieś spotkanie towarzyskie”; „to jak spotkanie AA”). W jednej z młodszych grup usłyszałyśmy, że **samo angażowanie się w sprawy miasta może się dla części ich rówieśników wydawać albo nudne, albo zbyt odpowiedzialne** („to przerażające”; „to takie wyjście ze strefy komfortu”).

- Młodsza młodzież była wyraźnie bardziej zainteresowana teatrem i w związku z tym także tym prototypem. Rozmówcy zaproponowali, by w zajęciach uczestniczyli profesjonalni aktorzy i aktorki, np. z Teatru Miniatura (dobre doświadczenia z uczestniczenia w tamtejszych improwizacjach), którzy pomogliby w trudnej sztuce aktorskiej, ale także na bieżąco dzielili się własnymi sposobami radzenia sobie w trudnych sytuacjach na scenie. Dodatkowo, obecność ekspertów i ekspertek podniosłaby prestiż projektu, zwiększyłaby zainteresowanie młodzieży.

- Starsza młodzież zwracała uwagę, że **zajęcia teatralne mogą być potencjalnie ciekawe dla tych osób, które chcą pracować nad swoimi umiejętnościami dotyczącymi wystąpień publicznych**. Uczestnicy i uczestniczki wywiadów mówili

i mówiły też, że udział w przedstawieniu teatralnym to często „szansa na zaistnienie, wybicie się" – szczególnie jeśli jest ono organizowane przez profesjonalną, rozpoznawalną instytucję (najlepiej teatr).

- Podczas konsultacji pytałyśmy młodzież o to, jakie ważne dla niej tematy mogłyby być poruszane przez przygotowywany spektakl. W odpowiedziach pojawiły się takie obszary jak:
    - zróżnicowanie poglądów i postaw wśród młodzieży;
    - relacje rówieśnicze, budowanie przyjaźni, miłość;
    - przeciwdziałanie przemocy i dyskryminacji w szkole (wraz ze wspierającymi konsultacjami z psychologiem/psycholożką);
    - neuroróżnorodność;
    - zainteresowania (sport, sztuka).

Organizacja

Młodzież była zaskakująco zgodna (niezależnie od wieku czy pochodzenia) wskazując, że **spotkania dwa razy w miesiącu to zbyt mała częstotliwość jak na tak angażujący projekt.** Argumentowali, że cotygodniowe zajęcia łatwiej jest zapamiętać, dają większą szansę stałej zdecydowanej na udział grupy. Dodatkowo niektórzy mówili, że w przypadku opuszczenia jednego spotkania w formule cotygodniowej wciąż jest szansa być na bieżąco, a w proponowanym prototypie istnieje ryzyko „wypadnięcia z obiegu", bycia nie na bieżąco nie tylko z tematem zajęć, ale także aktualnościami towarzyskimi w grupie.

Wiele osób zwróciło także uwagę, że **rok to bardzo długi czas jak na zajęcia pozaszkolne** i sugerowało, by ograniczyć to lepiej do maksymalnie jednego semestru.

Jeśli chodzi o wielkość grupy projektowej, to odpowiadała ona konsultującym, chociaż niektórzy sugerowali powiększenie jej do 20 osób. **Istotniejsze niż to, jak liczna będzie grupa zajęciowa, okazało się przekonanie, aby liczba ta była parzysta**: między wierszami usłyszałyśmy obawę, że w pracy w parach (do której młodzież jest przyzwyczajona) niektórzy zostaną sami.

Inne szczegółowe obserwacje z konsultacji:

- Młodzież zwróciła uwagę, że **finał projektu powinien odbyć się w jakiejś rozpoznawalnej przestrzeni**: najlepiej któregoś z trójmiejskich teatrów. Takie umiejscowienie jest dla nich synonimem prestiżu i pozwala sądzić, że organizatorzy poważnie traktują ten projekt. Wprost mówili o tym, że chętniej zaprosiliby znajomych na występ w znanym miejscu („w szkole to nie, najlepiej deski jakiegoś poważnego teatru").

- Zaproponowany w prototypie przedział wiekowy został neutralnie przyjęty przez osoby konsultujące, większość deklarowała, że to dobry pomysł. Jedna z grup zasugerowała, że ważniejsze od konkretnego przedziału wiekowego mogą okazać się **wspólne zainteresowania** – np. właśnie sztuką teatralną.
- Część osób pytała, czy proponowane **zajęcia byłyby darmowe i po usłyszeniu twierdzącej odpowiedzi przyznawano, że to bardzo ważny czynnik zainteresowania projektem**.
- Niektórzy sugerowali, że największym wyzwaniem w tym projekcie może być **regularność uczestnictwa**. Zakładali, że w zależności od tego, jak bardzo wymagające mogą okazać się zajęcia w szkole, ich zaangażowanie może być nierówne.
- Opis projektu młodzi ludzie ocenili jako „suchy i sztywny": sugerowali, aby był wzbogacony o emocje i odwołania do „dobrych wspomnień".
- Wśród młodzieży o pochodzeniu ukraińskim pojawiły się wątpliwości, czy grupa projektowa powinna być rekrutowana z osób uczęszczających do świetlicy Fundacji FOSA. Zwracano uwagę, że jest tam kilka antagonistycznych grup, które nie współpracują, nie spędzają razem czasu („może być problem").

Prototyp 2 – *Kino w IKM*

PROTOTYP 2 – KINO w IKM	
Zapraszamy do kina na seans filmu „Diuna"! Po filmie odbędzie się spotkanie „Czy zamieszkamy kiedyś w kosmosie?" z Karolem Wójcickim, popularyzatorem astronomii	
Co się będzie działo?	● w każdy pierwszy wtorek miesiąca – o godzinie 13:00 i 17:00 ● w kinie IKM ● filmy wybierane są we współpracy ze specjalistami filmowymi oraz radą młodzieży ● format: film + dyskusja (30 min.)
Do kogo są skierowane działania? Jak chętni się o nich dowiedzą?	● młodzież w wieku 14-18 lat ● młodzież z różnorodnymi zainteresowaniami ● dla maksymalnie 165 osób ● zorganizowane grupy szkolne ● kluby filmowe

Kwestie merytoryczne

Propozycja kinowa była dla zdecydowanej większości uczestników i uczestniczek ciekawa. Oglądanie filmów i seriali jest jedną z ich ulubionych czynności i deklarowali, że chętnie przyszliby na ciekawy film, za który dodatkowo nie musieliby płacić (lub płaciliby niższą cenę niż w multipleksie).

Wszystkich konsultujących różnicowało zainteresowanie dyskusjami, które miały odbywać się po projekcjach filmowych. **Grupy młodzieży o pochodzeniu ukraińskim nie były zainteresowane rozmowami po filmach** – nie zmieniali swojego krytycznego nastawiania także wtedy, kiedy proponowałyśmy, że w dyskusjach uczestniczyłyby osoby, które byłyby zapraszane zgodnie z ich sugestiami (ktoś dla nich ciekawy, wartościowy). Odniosłyśmy wrażenie, że zniechęcająca mogła być dla nich potencjalna presja na poprawne wypowiadanie się publicznie, przed innymi rówieśnikami („przychodzę oglądać, nie gadać"). Także w tej grupie pojawiły się głosy związane z funkcją filmu, który ma dostarczać przyjemności i rozrywki („chcemy chillować", „to ma oderwać od codzienności"), a mniej powodów do przemyśleń czy dyskusji.

Inne szczegółowe obserwacje z konsultacji:

- **Nikt nie wiedział, kim jest Karol Wójcicki**, ale większość oceniła, że **spotkanie z popularyzatorem astronomii może być interesujące** i chcieliby go posłuchać.
- **Dyskusja po filmie kojarzy się niektórym z „pogadanką"**, którą proponują uczniom i uczennicom nauczyciele w szkole. Trudno jest im wyobrazić sobie, jak mogłoby to wyglądać, by wszyscy czuli się komfortowo i swobodnie.
- Wiele osób **entuzjastycznie zareagowało na pomysł wyświetlania seriali**. Sugerowano, że najbezpieczniejszym rozwiązaniem byłoby pokazanie mini-serialu, np. w ramach dwóch-trzech projekcji (trudnością byłoby dla niektórych czekanie na odcinek cały tydzień, więc sugerowali, by pokazywać kilka na raz). Wśród tytułów, które obecnie lubią i polecają, konsultujący wymienili serial „Wiedźmin", „Burżuj", „Pies", „Arcane" czy seriale koreańskie lub te z uniwersum „League of Legends".
- Młodzież chętnie proponowała filmy, które mogłyby być wyświetlane w ramach tego projektu. Najczęściej wymieniane to: **filmy science fiction, fantastyczne, historyczne** (głównie wskazywali na okres średniowiecza), **kryminały oraz kreskówki** (zarówno te disneyowskie – „Moana", „Kucyki Pony" czy „Następcy", jak i kierowane także do dorosłych, jak np. „Rick i Morty" czy „Simpsonowie"). Inne propozycje, które pojawiły się podczas spotkań, to:
    - ekranizacje znanych i popularnych wśród młodzieży książek;

- anime (nowsze, a także starsze i kultowe, jak np. „Akira”);
- apokaliptyczne;
- superprodukcje takie jak „Diuna”, “Oppenheimer”;
- komedie;
- horrory;
- mecze, np. amerykańskiego futbolu.

- Z rozmów z młodymi osobami wynika, że **dyskusje, które przemówiłyby do nich na tyle, by zostali w kinie po filmie, muszą być wprost związane z ich zainteresowaniami, „zajawkami”.** Chętnie posłuchaliby kogoś, kto jest profesjonalistą w danej dziedzinie, może dzielić się doświadczeniem, które zajmuje w jakiś sposób młodych. Podczas rozmów mówili, że chętnie przyszliby na spotkanie:

  - ze znanymi sportowcami i sportowczyniami: związanymi z siatkówką, boksem, tańcem;
  - z osobami, które profesjonalnie zajmują się rozwiązywaniem zagadek kryminalnych;
  - z zamożnymi, prowadzącymi własne interesy ludźmi (by dowiedzieć się, jak oszczędzać i zarządzać firmą);
  - z ludźmi filmu: reżyser(k)ami, aktor(k)ami.

Organizacja

W odniesieniu do kwestii organizacyjnych wszyscy uczestnicy i uczestniczki spotkań zwrócili uwagę na trzy elementy: 1) cykliczność, 2) liczebność grupy, 3) wiek grupy. Młodzieży pochodzenia ukraińskiego dodatkowo podjęła jeszcze temat anonimowości wyboru filmów.

- Podobnie jak w przypadku pierwszego prototypu młodzież była zdania, że **spotkania raz w miesiącu nie pozwolą im pamiętać o projekcie**. Lubią cykliczne zajęcia, które odbywają się przynajmniej dwa razy w miesiącu.

- Jeśli chodzi o zaproponowaną liczbę osób – 165 (równą możliwościom sali kinowej w IKM), to była ona akceptowalna w przypadku projekcji filmowej. Jeśli chodzi o dyskusję po filmie, uczestnicy i uczestniczki spotkań podkreślali, że **ważne byłoby dla nich, by atmosfera była bardziej kameralna, nieformalna i w związku z tym – by grupa rozmawiających osób była niewielka.** Zapytani o komfortową liczebność, wskazywali na przedział między 15 a 40 osób. Ich wyobrażenie o dyskusji bardziej przypomina wersję klubu filmowego niż spotkania

z gościem / sesji panelowej.

- Ostatnią kwestią, którą podnosili wszyscy, niezależnie od wieku i pochodzenia, był **przedział wiekowy grupy docelowej prototypu. Głośno zastanawiali się, czy nie jest zbyt duży** („w tym wieku to jest duża różnica", „czasem starsi mają inne poczucie humoru"), i choć nie negowali kategorycznie tej propozycji, mieli wątpliwości, czy będą potrafili razem rozmawiać po filmie. Podczas konsultacji wyczułyśmy, że może mieć to związek z tym, że młodzież nie wie, w jakiej formule będzie prowadzona rozmowa, czy będzie miała luźny i nieformalny charakter, itd.
- **Grupa młodzieży o pochodzeniu ukraińskim podkreślała, że ważne byłoby dla nich, by wybór filmów odbywał się anonimowo.** Można to interpretować jako ich obawę przed oceną, niepewność swojej pozycji w grupie. Jednocześnie samą możliwość decydowania o tym, jaki film maja oglądać jako grupa, przyjęli bardzo pozytywnie i chętnie wymieniali, co zobaczyliby na dużym ekranie.

Prototyp 3 – Młody Media Lab

PROTOTYP 3 – MŁODY MEDIA LAB	
Zapraszamy na spotkanie z Kubą Klawiterem „Jak korzystać z AI?". Po spotkaniu weźmiecie udział w warsztacie – za pomocą AI stworzycie recenzję ulubionego produktu cyfrowego	
Co się będzie działo?	● spotkania odbywają się cyklicznie ● każde spotkanie trwa ok. 2 godzin ● na spotkania zapraszamy: youtuberów, influencerów ● każdemu spotkaniu towarzyszy krótkie działanie warsztatowe ● dla maks. 50 osób
Do kogo są skierowane działania? Jak chętni się o nich dowiedzą?	● osoby w wieku 16+ ● osoby, które chciałyby zdobyć wiedzę i umiejętności dotyczące technologii i social mediów

Kwestie merytoryczne

Opinie na temat trzeciej propozycji były najbardziej zróżnicowane ze wszystkich prototypów. Jest to przede wszystkim związane z różnym stopniem zainteresowania problematyką nowych technologii, sztucznej inteligencji i social mediów. W każdej grupie (niezależnie od wieku i pochodzenia) znalazły się osoby zarówno pozytywnie, jak i negatywnie nastawione do tych zagadnień. Przypuszczamy, że to, czy temat przypadnie do gustu danej grupie młodzieży, związane jest blisko z innymi elementami stylu życia oraz zainteresowaniami. Co ciekawe, mimo że technologia jest interesująca tylko dla części, jednocześnie **wszyscy mają wobec niej silny stosunek emocjonalny**. Część osób reagowała entuzjastycznie, dyskutując o szczegółach pomysłu, a z kolei pozostali twierdzili kategorycznie, że „temat ich zupełnie nie interesuje" i na pewno nie przyszliby na tego rodzaju wydarzenie.

Inne wnioski:

- Jako ogólne hasło „cykliczne **spotkania wokół zdobywania / dzielenia się wiedzą z udziałem osób eksperckich" były oceniane dobrze** – choć odpowiedzi na to, z kim miałyby się odbywać, były bardzo różnorodne. Pokazuje to, że młodzież jest bardzo zainteresowana zdobywaniem nowej wiedzy.

- Kuba Klawiter został rozpoznany przez pojedyncze osoby w grupie polskiej (w starszej grupie 1 osoba, a w młodszej 2). W grupie ukraińskiej nie był znany nikomu.

- Konsultujący byli zgodni w tym, że **pomysł na „tworzenie recenzji produktu cyfrowego przy pomocy AI" na pewno by ich nie przyciągnął** („dziwne zadanie / pomysł na warsztat, żeby pisać recenzje przy pomocy AI"). W ramach tak skonstruowanego warsztatu, jak w opisie, bardziej interesowałyby ich tematy takie jak:

    - recenzja gry;
    - jak AI działa od technicznej trony, „kuchnia AI"; promptowanie;
    - co robić, kiedy zabraknie technologii i w okolicznościach kryzysu (starsi).

- Powody, dla których technologia i sztuczna inteligencja mogą być interesującym tematem dla młodzieży, związane są z tym, że:

    - niektóre osoby korzystają z AI jako *roleplay* (młodsi) – zabawa;
    - sztuczna inteligencja to technologia, o której nie wiedzą dużo – a może przydać się zawodowo; chcieliby dowiedzieć się, jak pracować z AI w przyszłości (starsi).

- Mniejsze zainteresowanie tematami technologii i social mediów argumentowali głównie emocjonalnie: „nie kręci mnie", „nie siedzę na YT czy TikToku bo mnie to wkurza", „social media to nie dla mnie". **Jako alternatywę wskazywali na sport/ruch,** np. siatkówkę, boks, football amerykański, taniec („lubię aktywnie spędzać czas") albo motoryzację.

- W grupach polskich pojawił się wątek **ryzyka zapraszania kontrowersyjnych gości**. Młodzi mówili o tym, że „trudno odróżnić chłam od perełki" oraz że „influencerzy to ryzyko, bo nie wiadomo, jacy są". Wskazywali dodatkowo, że osoby, które dzielą się merytorycznymi treściami, nie przebijają się tak bardzo do mainstreamu. Podkreślali, iż należy uważać z zapraszaniem kontrowersyjnych youtuberów.

- Inni goście / rodzaje spotkań, które proponowali rozmówcy:

    - Ziemniak – treści o budowaniu komputerów w przystępny sposób;
    - Jasna strona życia – historia, ciekawostki o świecie;
    - Reżyser Życia;
    - Diler i Dockness (minecraft) – dla młodszych uczestników;
    - Ciocia od Klocków (od klocków lego);
    - Prawo Marcina;
    - Wojtek Drewniak: historia bez cenzury;
    - Kacper Pitala: astronomia, teoria działania umysłu;
    - MateMax;
    - Dopaminowy Wąż (dla starszych);
    - Huragan Hakagi;
    - osoba znająca się na survivalu;
    - ogólnie – spotkania z twórcami gier;
    - Standup.

- W starszej polskiej grupie pojawił się pomysł na wymianę wiedzy także między uczestnikami i uczestniczkami. Podpowiadali, że należy najpierw sprawdzić, kto się na czym zna, a potem ustalić, jak się będą dzielić tą wiedzą z innymi.

Organizacja

W przypadku wątków związanych z organizacją tego rodzaju wydarzeń nie udało się zebrać zbyt wiele wiedzy. Było to spowodowane tym, że osoby niezainteresowane tematami technologii, AI czy social mediów (a było ich dużo) mówiły wprost, że nie

uczestniczyłyby w podobnych spotkaniach i w związku z tym nie chciały rozmawiać o kwestiach związanych z samym formatem.

Pozostałe wątki:

- Osoby zainteresowane tematyką mówiły, że spotkania trwające 2 godziny to odpowiednia długość; mogłyby nawet być dłuższe, jeśli temat pokrywałby się bezpośrednio z ich zainteresowaniami.
- Konsultujący mówili, że zakres wiekowy powinien zaczynać się od 12 lub 14 lat; niektórzy zwracali uwagę na konieczność dobrego dopasowania wieku i treści; podkreślali, że młodsi mogą nie być przygotowani na różne trudniejsze treści.
- Większość była zgodna co do tego, że 50 osób to może być za dużo ze względu na komfort pracy podczas warsztatu i swobodne rozmowy z prowadzącym/ prowadzącą.

Ogólne rekomendacje

W poniższej części omawiamy ogólne rekomendacje oraz meta-refleksje, które wynikają z przekrojowej analizy wiedzy zebranej zarówno podczas badań etnograficznych (etap 2.), jak i konsultacji z młodzieżą (etap 4.).

- Jednym z powtarzających się wątków jest niewielka otwartość na doświadczenia wykraczające poza to, co młodzież już zna, a także jej duża potrzeba do spontanicznego podejmowania decyzji o uczestnictwie. Oznacza to, że warto, by IKM jako instytucja kultury brał pod uwagę warunki, w jakich młodzież może chętniej uczestniczyć w wydarzeniach. Zarówno podczas etnografii, jak i konsultacji osoby badane wspominały o trudności w zobowiązaniu się do długoterminowych procesów, np. rocznych. Podkreślały, że doceniają inicjatywy, które wydarzają się regularnie i są powtarzalne, a one każdorazowo mogą decydować, czy mają ochotę tym razem wziąć udział. Nie oznacza to jednak, że zobowiązanie jest niemożliwe – ale że najpierw należy zdobyć ich zaufanie.

- Wśród młodzieży przebywającej zarówno w Fundacji FOSA, jak i w Forum można wyodrębnić grupę, **dla której oferta tworzona przez IKM może być szczególnie atrakcyjna**. Chodzi o **młodzież zainteresowaną komiksami, mangą i anime**. Często są to osoby, które w kontekście artystycznym szukają możliwości rozwijania swojej wrażliwości (zwykle nieprzystającej do tej w najbliższym otoczeniu), a także bezpieczeństwa i poczucia przynależności do innych, myślących podobnie do nich. Jest to młodzież, która podczas badań etnograficznych oraz konsultacji **nie tylko deklarowała regularne wizyty w instytucjach kultury, ale także reagowała entuzjastycznie na propozycje oferty IKM-u**. Warto tworzyć działania przeznaczone właśnie dla tej grupy i równocześnie mieć na względzie fakt, że młodzież o takich zainteresowaniach bywa często wykluczana w innych kręgach i może doświadczać przemocy/dyskryminacji – co może pojawić się jako temat podczas działań/spotkań. Dlatego sugerujemy w tym kontekście zaadresowanie również potencjalnej potrzeby wsparcia psychologicznego, np. poprzez bliższą współpracę z „Fosą".

- Zainteresowania i preferencje poszczególnych grup młodzieży są niezwykle zróżnicowane, ale to właśnie film i muzyka są najbardziej powszechne. **Prototyp „Kino w IKM" wzbudził największy entuzjazm i najbardziej rozbudowane dyskusje.** Potwierdziło to nasze hipotezy po etapie badań etnograficznych (które wzmacniali opiekunowie z Fundacji FOSA), że **kino posiada duży potencjał docierania do większej liczby młodzieży**, daje szansę do budowania pozytywnych skojarzeń oraz doświadczeń z IKM-em, w ten sposób stwarzając okazję do tego, by angażować młodzież także w inne przedsięwzięcia.

- Jednym z wybijających się wniosków wywiedzionych z konsultacji prototypów jest to, że zarówno młodsi, jak i starsi, pochodzenia polskiego jak i ukraińskiego – **chcą zdobywać wiedzę od ludzi którzy są dla nich inspirujący.** Oznacza to, że format spotkań, bezpośrednich dyskusji czy warsztatów z autorytetami z różnych obszarów wiedzy i umiejętności może się tutaj dobrze sprawdzić. Kluczowe jest, by dobrze profilować dobór gości do adresowanej grupy docelowej i pokazywać młodym osobom, które z ich zainteresowań, aspiracji (np. zawodowych) w ramach takich działań będą mogli rozwijać.

- W kontekście budowania relacji z młodymi ludźmi, którzy są nieufni – niezwykle ważne jest dbanie o to, by **czuli się zaproszeni i mogli się rozgościć nie tylko na poziomie deklaracji, ale również bezpośredniego doświadczenia.** Pomóc w tym może zapewnienie poczęstunku, stworzenie przyjemnej atmosfery w przestrzeni etc. Podczas naszych konsultacji było widać jak to, że uczestnicy mogą zjeść ciastka i rozsiąść się wygodnie na pufach, a do tego nasz sposób prowadzenia spotkania był bardzo nieformalny, życzliwy i równocześnie transparentny, sprawiało, że każda grupa po kolei się w swoim tempie rozluźniła.

- Wnioskiem, który wypływał zarówno z badań etnograficznych, jak i konsultacji, jest to, że **sport ma szczególne miejsce w życiu (i sercach!) młodych ludzi**. Kiedy pytałyśmy ich o zainteresowania, to zawsze się pojawiała się aktywność fizyczna. Warto przemyśleć, w jaki sposób wplatać ją w program, by odnosiło się to do misji IKM-u – jako instytucji kultury. Osoby badane sugerowały, że bardzo ciekawe byłyby dla nich np. filmy o bohaterach, którzy mają pasje sportowe albo są zawodowo związani ze światem sportu. Należy pamiętać, że to bardzo ważna część ich systemu wartości i może stanowić dobrą płaszczyznę do budowania ich ciekawości oraz zaufania.

- Podczas konsultacji prototypu nr 1 („Młoda drama") pojawił się ciekawy pomysł dotyczący formatu wydarzeń związanych z odbiorem sztuki. W miejsce tworzenia własnej sztuki teatralnej, bardziej interesowałby młode osoby format, w **którym np. regularnie (co tydzień lub dwa) i w ramach zadeklarowanej grupy odwiedzaliby muzea, teatry czy inne instytucje kultury i sztuki oraz wspólnie dyskutowali o swoich doświadczeniach i wrażeniach**. Jak wskazywała młodzież – chodzi tutaj o ciekawe zajęcia „ze sztuką", dlatego że w ten sposób „można się inspirować", „podziwiać to, co zostało już stworzone". W takiej perspektywie IKM mógłby w pewien sposób pośredniczyć między młodzieżą a innymi instytucjami kultury. Można byłoby to zrealizować np. w formacie stałej „koleżeńskiej" (ze wsparciem jednej, dwóch osób prowadzących) grupy dyskusyjnej bywającej w gdańskich instytucjach kultury. Projekt mógłby zrzeszać w ten sposób kilka podmiotów i budować współpracę na poziomie miejskim.

- Z konsultacji wynika, że **branie na warsztat mediów społecznościowych i edukowanie w ich zakresie** (także w obszarze krytycznego myślenia) **może nie być najlepszym pomysłem**. Młodzież nie rozumiała, po co ma się pochylać nad tą tematyką – nie widzi jej też jako oddzielnej kategorii komunikacji; to nieodłączna część ich życia. Pobudzanie krytycznego myślenia i kształtowanie postaw, które będą wspierać młodych w codziennym życiu, warto realizować albo przynajmniej komunikować w oderwaniu od social mediów.

- **Przestrzeń na parterze Instytutu Kultury Miejskiej młodzież oceniała jako bardzo atrakcyjną.** Wszystkie grupy podkreślały, że jest tu cicho – można było wyczuć, że jest to dla nich duży atut. Kilka osób przywołało skojarzenia z biblioteką, zwracało uwagę na dużą liczbę książek. Podsumowując tę kwestię:

    - wśród plusów tej przestrzeni uczestniczki i uczestnicy spotkań wymieniali: odpowiednią ilość świateł, dobrą atmosferę do czytania lub nauki, spokój i nastrój sprzyjający skupieniu, równowadze, wyciszeniu;

    - minusy, na które zwrócili uwagę, to: brak możliwości swobodnej rozmowy w grupie (ze względu na panującą ciszę) czy początkowa dezorientacja spowodowana dużą, otwartą przestrzenią;

    - młodzież najczęściej deklarowała, że chętnie przyszłaby się tutaj uczyć i odrabiać lekcje („byłoby fajnie przyjść się pouczyć", „fajnie byłoby tutaj odrabiać lekcje"); niektórzy byli tym szczególnie zainteresowani – były to z reguły osoby, które mają problem, by znaleźć miejsce do indywidualnej pracy w domu (młodsze rodzeństwo, zagadujący rodzice).

Opisy wydarzeń – jak je komunikować?

- Bardzo ważne jest, żeby podkreślić, że proponowane **wydarzenia są darmowe**. Młodzież wprost mówiła, że brak konieczności zapłaty wyróżnia te propozycje spośród innych aktywności, które znają, i sprawia, że od samego początku patrzą na nie bardziej przychylnie.

- Ze względu na to, że młodzież ma wiele obaw związanych z tym, czego wymagają od nich dorośli podczas zajęć/spotkań, za każdym razem **warto konkretnie opisać formułę, w której jest realizowane dane wydarzenie**. Jeśli ma to być dyskusja po filmie, to warto napisać, czy planowana jest rozmowa np. reżysera/reżyserki filmu z osobą prowadzącą i kilkoma pytaniami z sali czy raczej kameralne spotkanie, w którym zaproszeni goście będą rozmawiać z młodzieżą, odpowiadać na pytania, a osoba prowadząca będzie pełnić rolę „pomocniczą". Jest

to tym istotniejsze, że młodzież ma sporo negatywnych skojarzeń z rozmowami po filmach z nauczyciel(k)ami (nazywają je „pogadankami"). Dobrze zadziała podkreślenie, że spotkanie będzie odbywać się w nieformalnej, towarzyskiej atmosferze (możliwość małego poczęstunku jest także dużym atutem).

- Z rozmów z młodzieżą wynika, że w internecie śledzą tych infuencerów / te influencerki, których oceniają jako spójnych (działania/deklaracje) i wyznających bliskie im wartości. W komunikowaniu wydarzeń ważne jest, aby **przedstawiać osoby**, które są tu zapraszane (prowadzący warsztaty, osoby prowadzące), z **perspektywy ich stylu życia, systemu wartości, doświadczeń**. Pozwoli to na przybliżenie ich sylwetki, rozwianie ewentualnych wątpliwości. Dodatkowo taki komunikat będzie bogatszy o emocje – a to ważny element, który przyciąga uwagę młodzieży.

- **Wydarzenia teatralne mogą okazać się ciekawe nie tylko dla młodzieży, która jest zainteresowana tą sztuką, ale także dla tych, którzy chcieliby ćwiczyć umiejętności występów publicznych** (co z kolei jest korzystne także w dalszym zawodowym życiu). W komunikacji można sugerować, że zajęcia teatralne pozwalają na kształtowanie nowych umiejętności, służą wzmocnieniu własnej wartości, pomagają ćwiczyć autorefleksję, itd.

- Jak wynika z wcześniejszej analizy, **technologia jest tematem, który wprost interesuje tylko część młodzieży**. Jednocześnie trzeba podkreślić, że podczas spotkań wszyscy mieli na jej temat zdanie, ożywiali się w dyskusji. To, czy dana osoba zdecyduje się na przyjście np. na wykład z miniwarsztatem (jak w prototypie trzecim), w dużej mierze będzie zależało od tego, jak zostanie ono zakomunikowane. I tak: jeśli w promocji podkreślana będzie użyteczność i techniczna strona technologii – przyjdą osoby zainteresowane, pasjonaci. Jeśli technologia będzie tłem spotkania, a główny cel będzie odnosił się raczej np. do roli technologii w kształtowaniu zawodów przyszłości czy tego, jak może wpływać na wybory współczesnych nastolatków – będą tym potencjalnie zainteresowane osoby mniej związane z samą technologią, ale myślące o swojej przyszłości (zawodowej).

- Na koniec warto jeszcze podkreślić, że dla młodzieży z Fundacji FOSA **podstawowym źródłem wiedzy o wydarzeniach w okolicy jest poczta pantoflowa**. W szczególności są to opiekunowie/opiekunki ze świetlicy, ale też znajomi. To właśnie bezpośredni kontakt i przekazanie informacji w rozmowie stanowi najlepszą zachętę. Jak wskazywali uczestnicy i uczestniczki konsultacji – w „Fosie" jest dużo plakatów, na które nie zawsze zwracają uwagę. Oznacza to, że nie tyle „nie robić plakatów", ile poza plakatami czy ulotkami dbać o ustne przekazanie informacji czy to osobiste (z wizytą w „Fosie"), czy przez pośredników

i pośredniczki. Ponadto, warto zachęcać i w komunikatach pisanych, i w bezpośredniej rozmowie – do zabierania ze sobą znajomych.

O AUTORKACH

dr Katarzyna Chajbos-Walczak i dr Zofia Małkowicz

www.chajbosmalkowicz.com

ig: chajbos_malkowicz

Jesteśmy badaczkami społecznymi i facylitatorkami. Obroniłyśmy doktoraty z socjologii na Uniwersytecie im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. Prowadzimy badania, które wspierają rozwój innowacji w obszarach kultury, edukacji i zdrowia. Nasze podejście opiera się na połączeniu akademickiego doświadczenia badawczego oraz nastawienia na dostarczanie praktycznej i użytecznej wiedzy. Naszą ciekawość i pomysłowość łączymy z naukowymi standardami oraz interdyscyplinarną wiedzą socjologiczną, psychologiczną i kulturoznawczą. Realizujemy badania jakościowe oraz ilościowe, które pozwalają zrozumieć zarówno szeroką perspektywę (systemową, kulturową), jak i poznać doświadczenia i potrzeby pojedynczych osób oraz grup. Współpracujemy z podmiotami kultury, oświaty, instytucjami opiekuńczymi, organizacjami pozarządowymi, uniwersytetami, samorządami, a także biznesem. Specjalizujemy się także w prowadzeniu badań z udziałem dzieci, młodzieży oraz osób z różnorodnymi potrzebami. Realizowałyśmy badania związane m.in. z rozwojem publiczności (*audience development)* w kilkunastu polskich instytucjach kultury i sztuki; projektowaniem krajowych programów wsparcia dla kultury; charakterystyką środowiska zawodowego osób zajmujących się sztuką dla dzieci i młodzieży; rozwijaniem metody edukacji antydyskryminacyjnej adresowanej do nastoletnich chłopaków.

IKM i młodzież w Forum. Raport z badań.

Autorki:
dr Katarzyna Chajbos-Walczak
dr Zofia Małkowicz

Korekta:
Rafał Koschany

Wydawca:
Instytut Kultury Miejskiej
ul. Targ Rakowy 11,
80-806 Gdańsk
58 760 72 16, ikm@ikm.gda.pl
www.ikm.gda.pl

Badanie zrealizowane na zamówienie
Działu Badań i Rozwoju Instytutu Kultury Miejskiej.

Koordynacja administracyjna:
Patrycja Kruczkowska,
Joanna Tabor-Niedzielska

Dyrekcja:
Barbara Sroka

Fot. Jacek Klejment

Gdańsk, 2024

GDAŃSK

instytut kultury miejskiej

badania

Instytut Kultury Miejskiej

Gdańsk, 2024