

Między zabawą a sztuką. Wybory kulturalne opiekunów dzieci

Prezentacja wyników badania

Kontekst projektu

Preferencje i wybory w obszarze kultury zależą od kapitału kulturowego

- Badania Pierre'a Bourdieu
- Kompetencje kulturowe
- Wartość symboliczna (wartość artystyczna)
- Styl życia
- Reprodukacja

**„Zadaniem socjologii, jak
każdej nauki, jest odkrywanie
tego, co ukryte.”**

Pierre Bourdieu

Metodologia

Refleksyjny proces badawczy

Podczas badania wykorzystano trzy metody zbierania danych



Poznanie rodzin „od kuchni” – rzeczywiste wybory kulturalne rodziców i dziadków

- **3 lokalizacje:** Warszawa, Gdańsk, Łowicz
- **4 grupy wiekowe:** 0-3 lata, 3-5 lat, 6-8 lat, 9-12 lat
- **27 wywiadów etnograficznych**
 - =
wywiady rodzinne, wielopokoleniowe (3h)
 - +
wywiadów z rodzicami (2h)
- **materiał wizualny**
- **ocena książek, przedstawień teatralnych, koncertów i filmów dla dzieci**

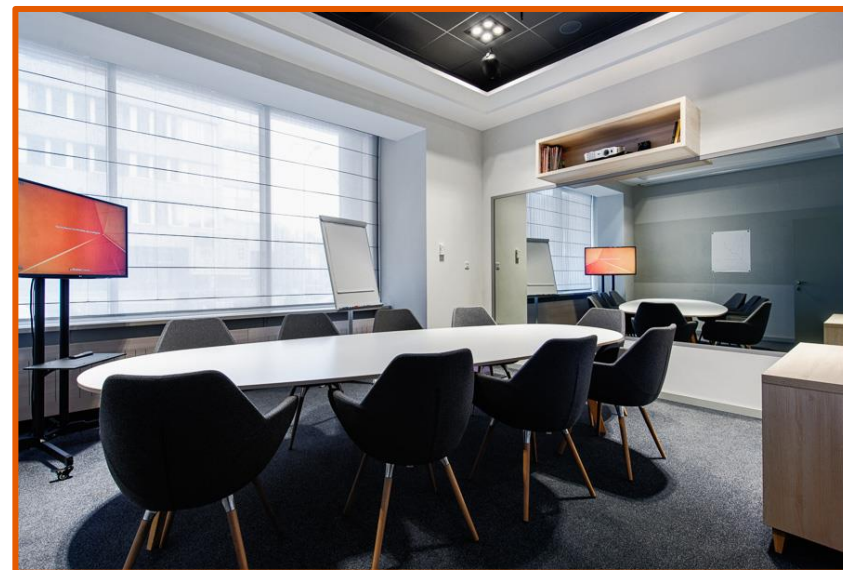


Źródło fot.: eDziecko.pl

Metodologia badania jakościowego (II)

Poznanie opinii i praktyk szkolnych wychowawców

- **3 lokalizacje:** Warszawa, Gdańsk, Łowicz
- **9 wywiadów grupowych (2h)**
- **4 poziomy edukacji:**
 - ✓ opiekunowie w żłobkach,
 - ✓ nauczyciele w przedszkolach,
 - ✓ nauczyciele klas 1-3
 - ✓ nauczyciele klas 4-6
- **ocena książek, przedstawień teatralnych, koncertów i filmów dla dzieci**



Metodologia badania ilościowego

Metoda



Badanie dedykowane CAWI, realizowane metodą wśród członków społeczności internetowej (GfK Access Panel)
Penetracja użytkowników Internetu w Polsce w grupie wiekowej 25-55 lat (rodziców dzieci) przekracza 85% i jest wyższa, niż penetracja telefonii stacjonarnej

Definicja próby



Rodzice dzieci w wieku od 0 do 12 lat

Wielkość próby



N=602, w tym:

- n= 255 rodziców dzieci w wieku 0-3 lata
- n=249 rodziców dzieci w wieku przedszkolnym
- n=255 rodziców dzieci ze szkoły podstawowej

Dobór próby



- dobór celowo-warstwowy ze względu na wiek dzieci (3 grupy wiekowe)

Długość wywiadu



Blok pytań, ok. 10 min.

Badanie przeprowadzono w terminie od 12 do 14 grudnia 2016 r.

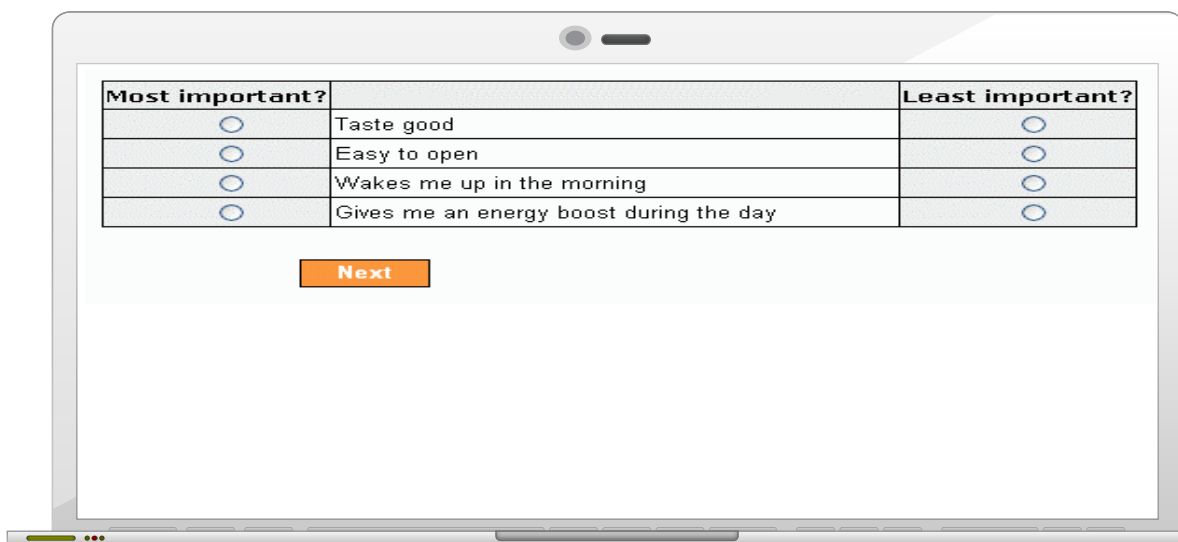
Ocena preferencji

Wykorzystano podejście MaxDiff (ang. *maximum difference scaling*)

Alternatywy zaprezentowano w niewielkich zestawach

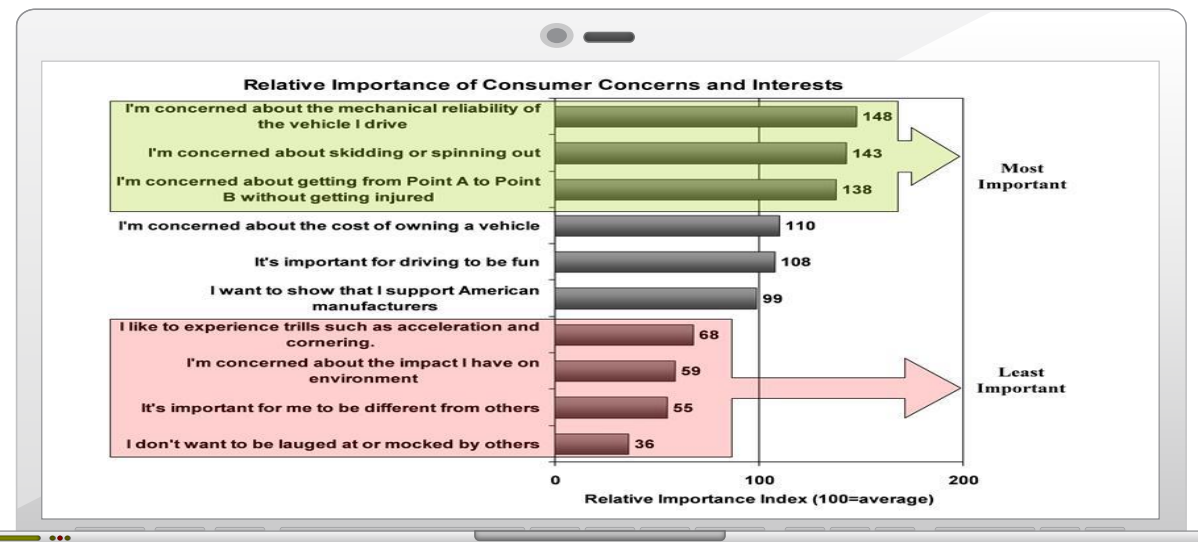
Zadaniem respondenta było wskazanie „najważniejszego” i „najmniej ważnego” waloru z każdego zestawu

Następnie wyliczono użyteczności dla każdego atrybutu i zestawiono je z ważnościami poszczególnych atrybutów służącymi do opisu różnic pomiędzy segmentami



Most important?		Least important?
☐	Taste good	☐
☐	Easy to open	☐
☐	Wakes me up in the morning	☐
☐	Gives me an energy boost during the day	☐

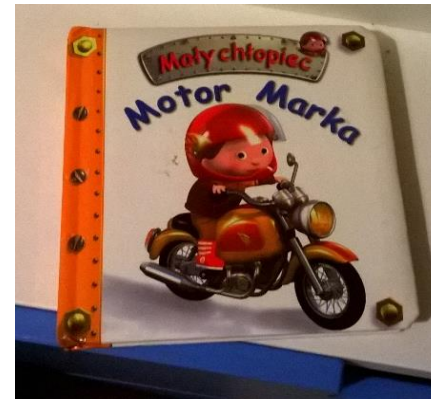
Next



Wnioski z wywiadów etnograficznych

Zabawki i książki dzieci w wieku 0-3 lata

Edukacyjne, interaktywne, polecane, odpowiednie, zgodne z zainteresowaniami...



Zabawki i książki dzieci w wieku 3-5 lat oraz 6-9 lat

Popularne, edukacyjne, angażujące, zgodne z zainteresowaniami...



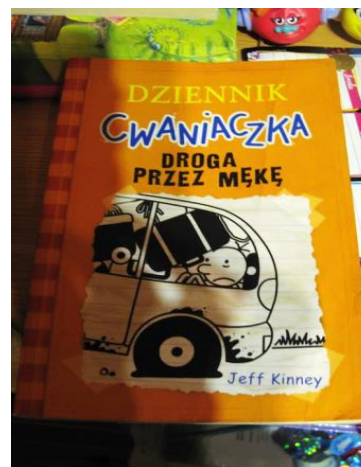


NARODOWE
CENTRUM
KULTURY



Zabawki i książki dzieci w wieku 10-12 lat

Zgodne z zainteresowaniami...



Zabawka lub książka ma przede wszystkim ucieszyć dziecko

- **Sprawi radość** (sama w sobie)
- **Zgodna z zainteresowaniami** (dziecka / rodzica)
- **Przystosowana do wieku** dziecka
- **Odpowiednia do płci** dziecka
- **„Ładna”** – m.in. żywe i wesołe kolory
- **Bezpieczna** (atest), nie „chińska”
- **Solidnie wykonana**
- **Nie straszy**
- **Polecana przez innych rodziców**



Źródło fot.: Blog.NaNude.com

Założenie stojące za wyborami

Zabawka, książka, wydarzenie mają być wybrane / zaakceptowane przez dziecko

- **Dyskurs psychologiczny**
- **„Filozofia szczęścia”**
- **(Pozorna) indywidualizacja**
- **Samostanowienie dziecka**
- **Marketing skierowany do dzieci**

„Dziecko wie, co dla niego najlepsze”

Postawa stojąca za wyborami

Nibylandia – rodzice chcą chronić dziecko przed negatywnymi bodźcami

- **Dla dzieci**

= „kolorowe”, „wesołe”, „miłe”
- **Prostota, czytelność i jasność przekazu**
- **Estetyka z popularnych bajek**
- **Tylko pozytywne emocje**



Źródło fot.: [Pinterest.com](https://www.pinterest.com)

Wartości stojące za wyborami

Sukces edukacyjny / zawodowy dzieci stanowi cel rodziców

- Zabawki edukacyjne
- Zajęcia z angielskiego

ponieważ:

- Użyteczność
- Aspiracje



Źródło fot.: Shutterstock

Percepcja wydarzeń kulturalnych

Uczestnictwo w kulturze to nauka odpowiedniego zachowania

- Zapoznanie się z zasadami
- Adaptacja społeczna dziecka
- Obycie
- *Przyjemne spędzenie czasu

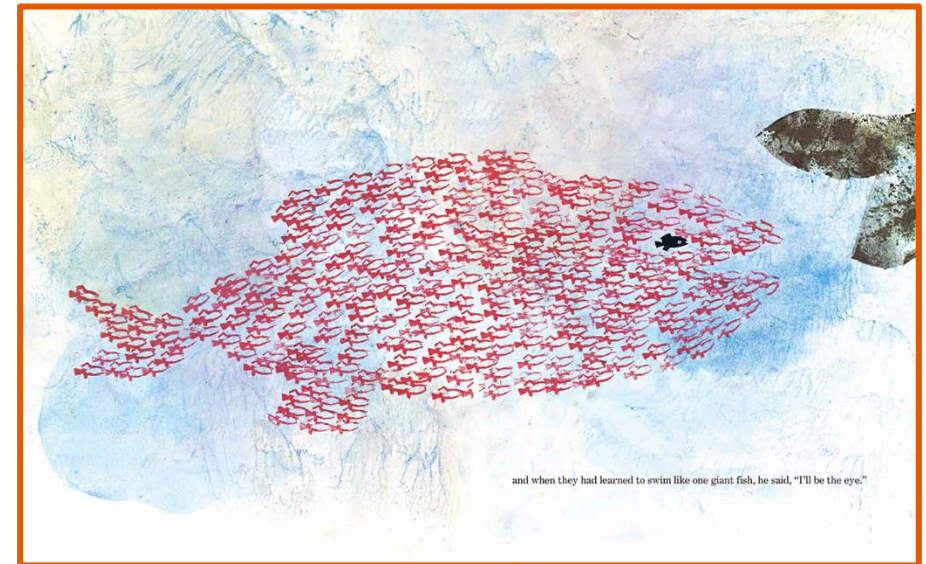


Źródło fot.: Teatrlalki.opole.pl

Główne bariery

Kultura wysoka, sztuka to obszary o nieznanym korzyściach

- **Brak wiedzy** na temat korzyści dla dziecka
- **Niezauważana** wysoka wartości artystyczna
- **Obawa** przed niejasnym przekazem
- **Obecność „nieprzyjemnych” bodźców**
- nie zawsze „kolorowe”, „wesołe”, „miłe”
- **Niedoinformowanie** (oferta, dostępność)
- **Brak motywacji** do aktywnego poszukiwania



Źródło fot.: Thispicturebooklife.com

Rola babć

Babcie wychodzą z wnuczkami głównie na plac zabaw

- **Spójność opinii i zachowań na poziomie rodziny**
- **Funkcja pomocnicza**
- **Rodzic decyduje (babcia sponsor)**
- **Rodzic odpowiada za nietypowe atrakcje**



Źródło fot.: *Milionkobiet.pl*

*Wyjścia do instytucji kultury postrzegane w kategoriach wysiłku

Rekomendacje

Edukowanie, przekonywanie i informowanie, aby zmotywować

- **Edukowanie i uświadamianie opiekunów** (np. poprzez program telewizyjny, VOD)
 - ✓ wartość artystyczna,
 - ✓ korzyści płynące z uczestnictwa w kulturze dla rozwoju dzieci
- **Informacja w formie reklamy**
 - ✓ dociera (pasywność)
 - ✓ przekonuje (przedstawienie korzyści)
- **Portal internetowy dla rodziców** (reklamowany np. na FB)
 - ✓ uporządkowane informacje (kategorie: lokalizacja, forma, tematyka, wiek dzieci)
 - ✓ zachęcająca wizualizacja
 - ✓ oceny i recenzje użytkowników
- **Atrakcyjna prezentacja oferty** – ze zwiastunami, realistycznie, z reakcjami dzieci

Wnioski z wywiadów grupowych

Relatywnie wysoka cena i znaczna odległość to główne bariery dostępu

- **Różnorodność**
- **Adekwatność do wieku dzieci**
- **Zgodność z zainteresowaniami**
- **Cena**
- **Lokalizacja**
- **Preferencje dzieci**
- **Interaktywność, angażowanie dzieci**
- **Rekomendacje innych nauczycieli**
- **Instytucja-marka**



Źródło fot.: PrzedszkoleMisiaColargola.pl

Wymieniane korzyści

Nauczyciele są świadomi znaczenia uczestnictwa w kulturze dla rozwoju dziecka

- ✓ Rozbudzanie **ciekawości**
- ✓ Budowanie **wrażliwości**
- ✓ Pobudzanie **kreatywności**
- ✓ Umacnianie **otwartości**
- ✓ Korzystny wpływ na **funkcjonowanie społeczne**



Źródło fot.: www.teach.org

Nauczyciele czują się odpowiedzialni za edukację kulturalną podopiecznych

- **Rozpoznawanie korzyści**
 - **Świadomość znaczenia**
 - **Kapitał kulturowy**
 - **Zauważanie zaniedbań rodziców**
- = Odpowiedzialność



Źródło fot.: sp12.kalisz.pl

Szukają oferty kulturalnej w internecie – na portalach miejskich i stronach instytucji kultury.

Wybory nauczycieli

Nauczyciele, mimo chęci wybierania różnorodnej oferty, mają wyraźne preferencje

Preferują (inaczej niż rodzice):

- Teatry
- Muzea – lekcje muzealne lub warsztaty

Nie kupują (podobnie jak rodzice):

- Bajek / filmów dla dzieci
- Muzyki na płytach lub innych nośnikach



Źródło fot.: Wikipedia

Rekomendacje

Informowanie, ułatwianie i zwiększanie dostępności

- **Portal internetowy adresowany do nauczycieli**
 - ✓ zbiorczy
 - ✓ uporządkowany (kategorie: rodzaj oferty, lokalizacja, wiek dzieci, poziom cenowy)
- **Przyjazny system zakupu oferty**
 - ✓ powiązany z portalem informacyjnym
 - ✓ rezerwacja (zajęcia bezpłatne)
 - ✓ zakup
- **Sformalizowanie wymiany doświadczeń**
 - ✓ przestrzeń na szerszą wymianę
 - ✓ doradzanie i kształtowanie właściwych postaw
- **Programy angażujące placówki edukacyjne**
 - ✓ wyznaczanie celów (w ramach edukacji kulturalnej)
 - ✓ ułatwianie dostępu (preferencyjne warunki korzystania z oferty)

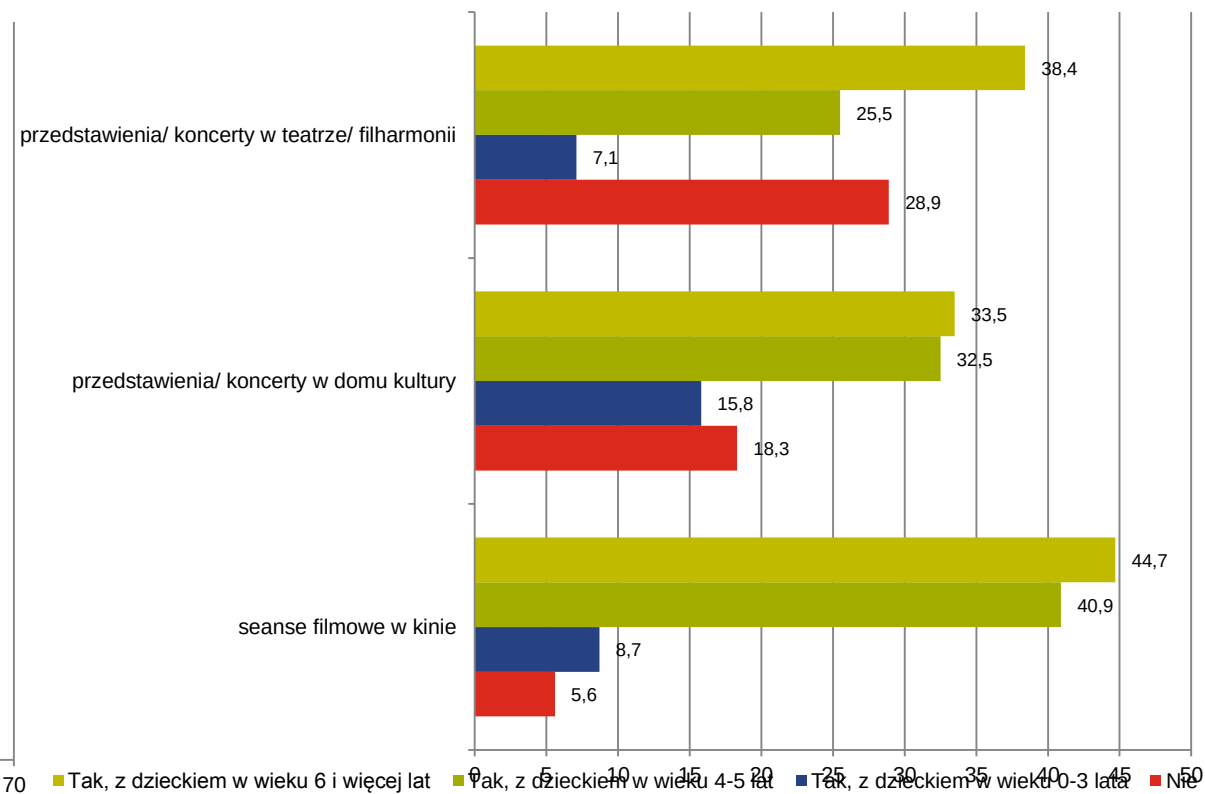
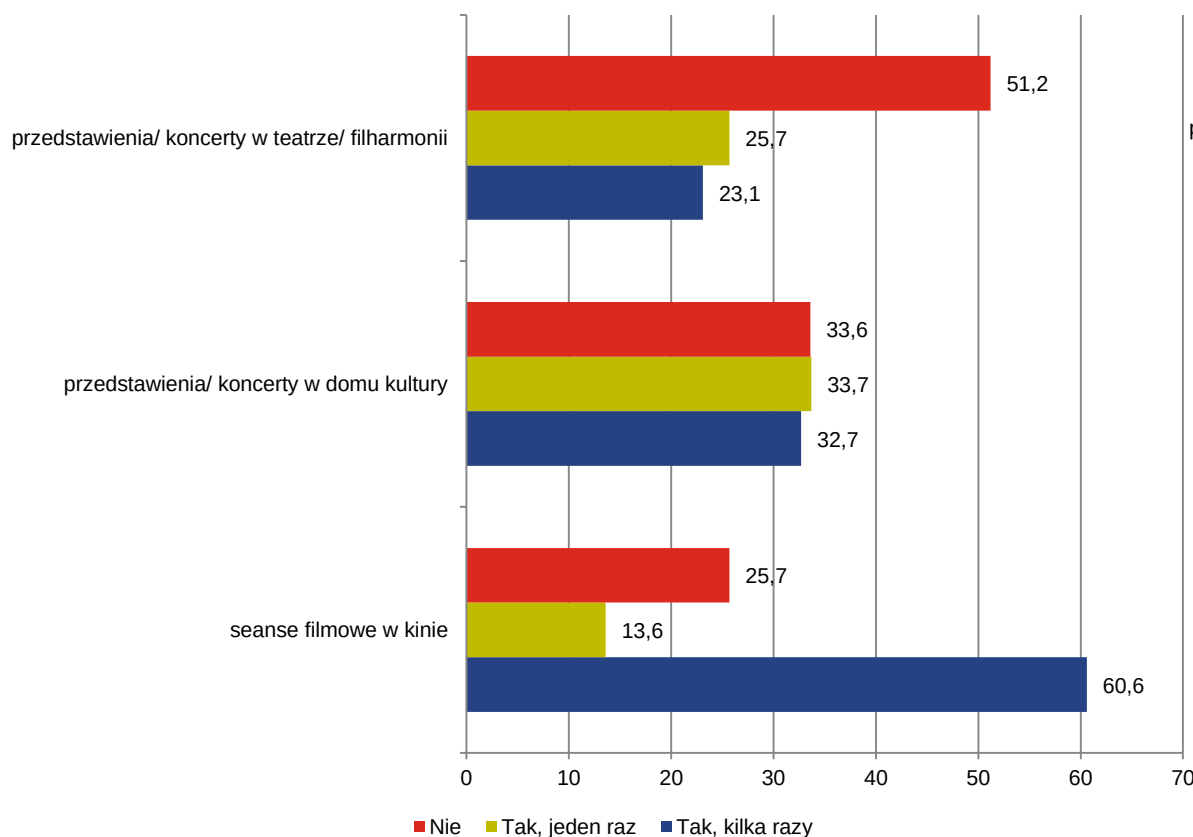
Wnioski z badania ilościowego

Uczestnictwo w wydarzeniach kulturalnych

Ponad połowa rodziców nie wspiera udziału dzieci w wydarzeniach kultury wysokiej

Czy w czasie ostatniego roku Pan(i) dziecko/ dzieci wzięło udział w wydarzeniach kulturalnych?

Czy bierze Pan(i) udział w wydarzeniach kulturalnych wspólnie z dzieckiem/ dziećmi?

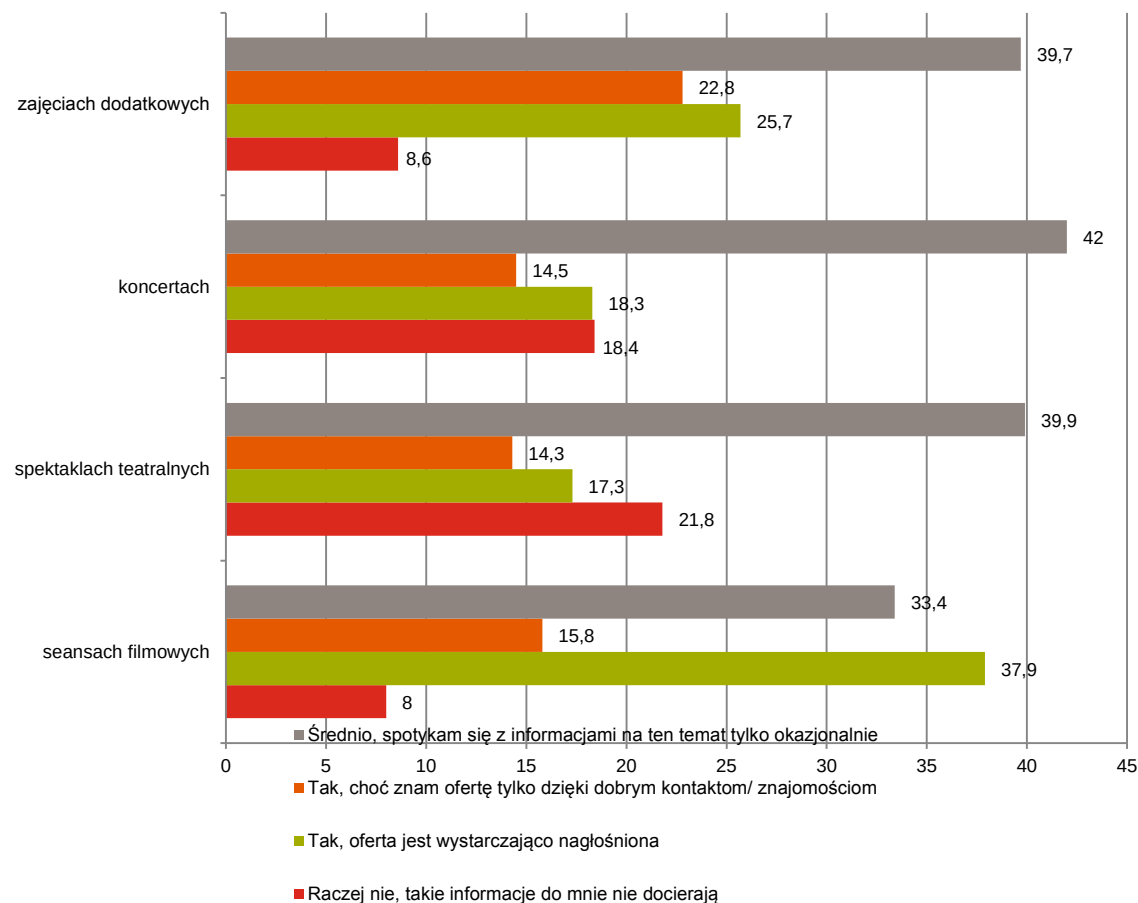


Podstawa: Rodzice dzieci w wieku 0-12 lat biorących udział w:
seansach filmowych n=447, przedstawieniach w domu kultury n=400, spektaklach w teatrze n=294

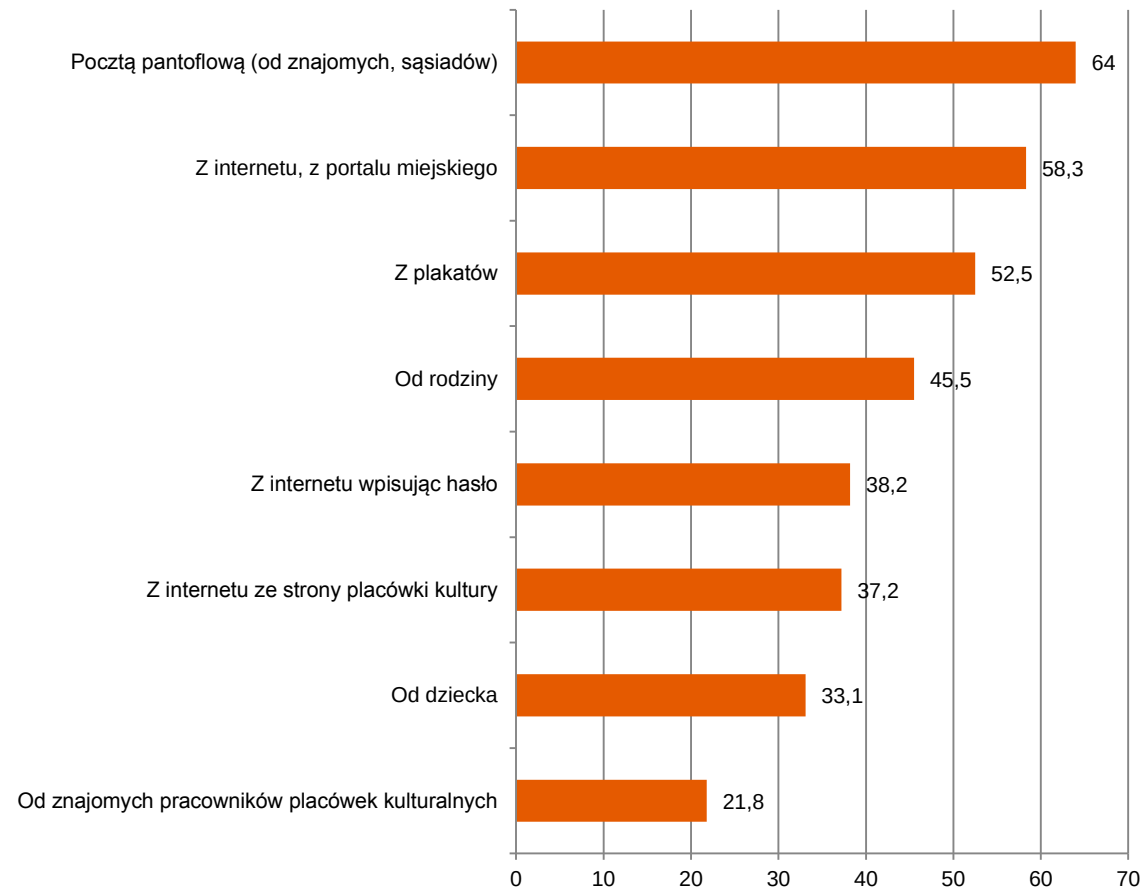
Informacje na temat oferty kulturalnej

Oferta kulturalna jest zbyt mało nagłośniona. Dominuje „poczta pantoflowa”

Czy czuje się Pan(i) wystarczająco poinformowany(a) o:



Skąd czerpie Pan(i) informacje na temat różnych wydarzeń, na które warto pójść z dzieckiem?

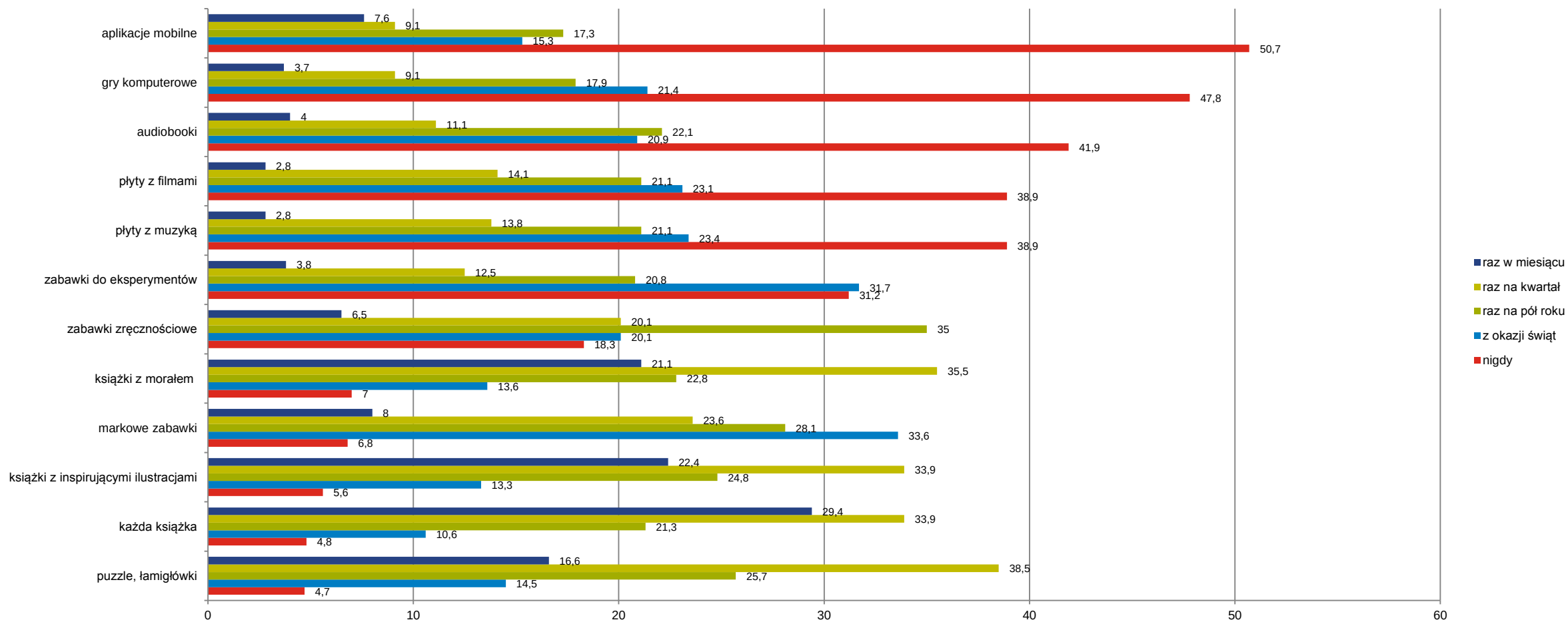


Podstawa: Rodzice dzieci w wieku 0-12 lat, n=602

Wybierane przedmioty kultury

Rodzice najczęściej wybierają dla swoich dzieci książki

Jak często kupuje Pan(i) dzieciom w wieku 0-12 lat produkty z poniższej oferty?



Podstawa: Rodzice dzieci w wieku 0-12 lat, n=602

Preferencje rodziców odnośnie oferty kulturalnej

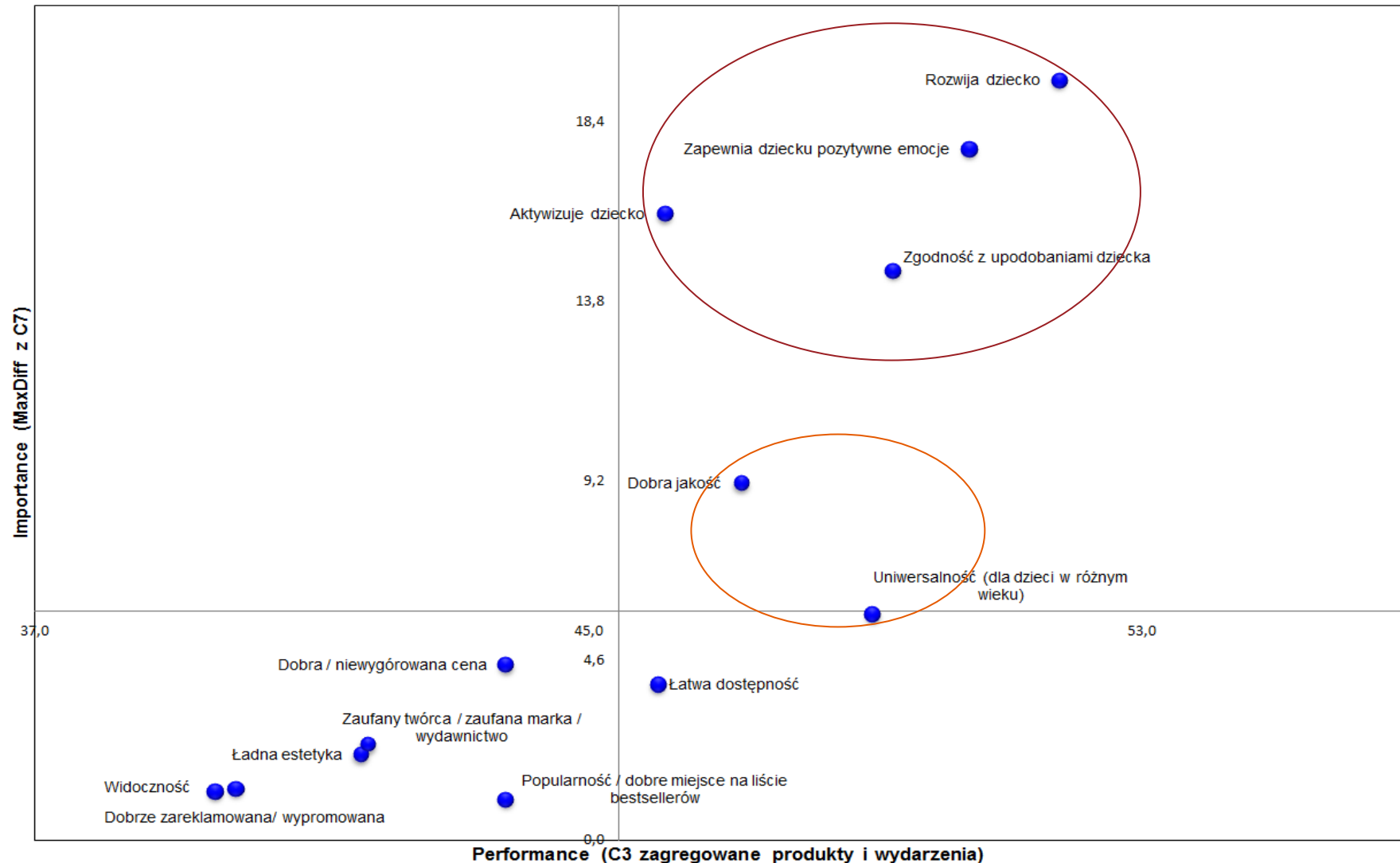
Rodziców zapytano o cechy przedmiotów kupowanych oraz wydarzeń, w których uczestniczą oraz charakterystykę idealnej oferty kulturalnej

Do kluczowych cech oferty kulturalnej zaliczono:

popularność /miejsce na liście bestsellerów	dobrą jakość	zgodność z upodobaniami dziecka	ładną estetykę	dobrą/ niewygórowaną cenę
łatwą dostępność	dobrą reklamę/ promocję	aktywizację dziecka	rozwijanie dziecka	zapewnienie pozytywnych emocji dziecku
	uniwersalność (pod względem wieku)	zaufanie do twórcy / marki	widoczność (na półce/ afiszu/ stronie internetowej	

Zestawienie cech idealnej oferty kulturalnej dla dzieci

Rodzice wybierają ofertę, która rozwija dziecko i dba o jego pozytywne emocje



Ocena wybieranej oferty

Najlepiej oceniana jest oferta kultury wysokiej, słuchowiska oraz pomoce do eksperymentów

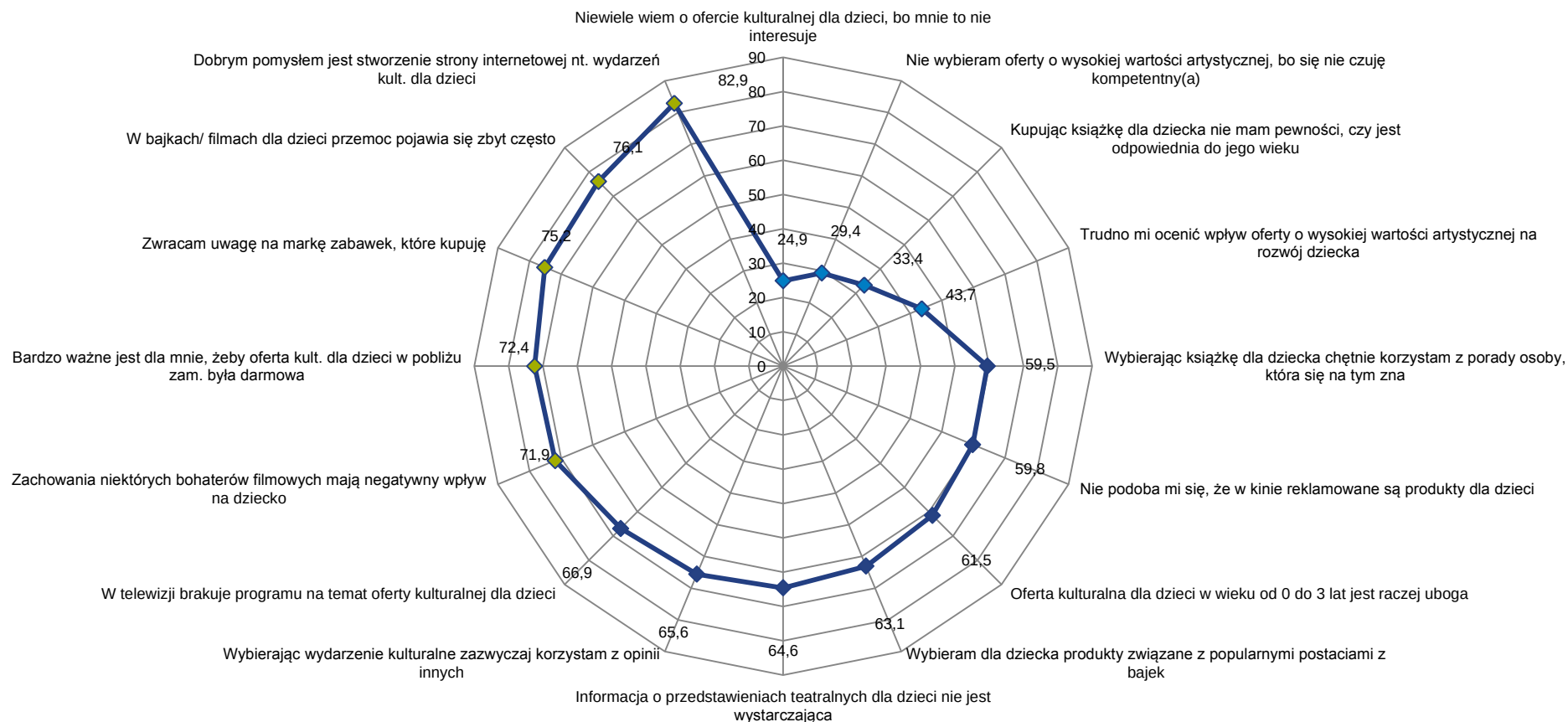
Zestawienie cech rzeczywistej oferty kulturalnej dla dzieci

	markowe zabawki	puzzle	zabawki do eksperymentów	zabawki zręcznościowe	każda książka	książki z inspirującymi ilustracjami	książki z morałem	gry komputerowe	płyty z muzyką	audiobooki	płyty z filmami	aplikacje	kino	dom kultury	teatr/filharmonia
Popularność / dobre miejsce na liście bestsellerów	69,8	51,1	30,1	27,7	46,5	59,3	62,7	51,7	38,7	32,3	41	38,5	53,3	26,3	23,9
Dobra jakość	73,6	74	64,2	50,5	62,2	56,3	61,8	34,7	38,7	39,4	28,7	23,1	34,6	31,4	28,2
Zgodność z upodobaniami dziecka	53,5	69,5	46,3	58,4	56,7	58,5	59,1	40,7	39,5	46,5	47,5	36,8	47,7	37,3	41
Ładna estetyka	58,1	61,8	34,1	43,6	61,4	65,9	63,6	30,5	26,6	25,2	36,9	24,8	27,1	22	38,5
Dobra / niewygórowana cena	24,8	70,2	30,1	62,4	66,1	60	57,3	28,8	36,3	43,3	36,1	29,9	45,8	28,8	36,8
Łatwa dostępność	48,1	61,8	30,1	50,5	59,1	57,8	54,5	51,7	44,4	43,3	45,1	47	46,7	20,3	27,4
Dobrze zareklamowana / wypromowana	55,8	43,5	30,9	28,7	35,4	39,3	32,7	55,1	35,5	26,8	54,9	33,3	57,9	28,8	35
Aktywizuje dziecko	49,6	66,4	63,4	68,3	52	51,1	55,5	24,6	38,7	34,6	26,2	22,2	32,7	54,2	51,3
Rozwija dziecko	50,4	71,8	66,7	64,4	66,1	64,4	73,6	28,8	40,3	47,2	26,2	21,4	34,6	57,6	61,5
Zapewnia dziecku pozytywne emocje	41,9	66,4	47,2	57,4	50,4	56,3	69,1	21,2	45,2	52,8	42,6	18,8	60,7	63,6	65,8
Uniwersalność (dla dzieci w różnym wieku)	49,6	62,6	40,7	55,4	55,1	57	69,1	28,8	44,4	45,7	48,4	35,9	51,4	45,8	46,2
Zaufany twórca / zaufana marka / wydawnictwo	56,6	58	35,8	35,6	46,5	56,3	61,8	29,7	40,3	43,3	38,5	23,1	29	36,4	29,9
Widoczność (miejsce na półce / na stronie internetowej / na afiszu)	46,5	51,9	39,8	34,7	52	54,8	44,5	36,4	33,9	32,3	38,5	40,2	33,6	21,2	32,5

Postawy rodziców odnośnie oferty kulturalnej dla dzieci

Rodzice nie czują się ekspertami w wyborze oferty o wysokiej wartości artystycznej

Proszę przeczytać kilka stwierdzeń i zaznaczyć, w jakim stopniu się Pan(i) z nimi zgadza*



Podstawa: Rodzice dzieci w wieku 0-12 lat, n=602

*Zestawienie T2B, skala od 1 do 4: 1 – zdecydowanie się nie zgadzam, 4 – zdecydowanie się zgadzam

Wnioski i rekomendacje

Lepsza informacja kluczem do motywacji → wzrostu zainteresowania i wiedzy

- Rodzicom **trudno jest ocenić wpływ oferty o wartości artystycznej na rozwój ich dziecka**. W połowie przypadków wspierają udziału dzieci w wydarzeniach kultury wysokiej, a z drugiej, jeśli już dzieci w nich uczestniczą, to w **niewielkim stopniu im towarzyszą**. **Brak wyrobionej opinii na temat oferty artystycznej** potwierdza niezaliczenie książek z inspirującymi ilustracjami do kategorii przedmiotów, które pozytywnie wpływają na rozwój ich dzieci. Ponadto rodzice **nie czują się wystarczająco poinformowani o wydarzeniach kulturalnych dla dzieci**.



- Warto byłoby rozważyć prezentację informacji o wydarzeniach kulturalnych realizowanych przez różne instytucje mogłaby **zostać zaprezentowana na wspólnym portalu internetowym** lub wyprodukować **program telewizyjny na temat oferty kulturalnej dla dzieci** posiadającej walory edukacyjne (z możliwą dostępnością przez internet).

Dziękujemy za uwagę