



Badania społeczne
zrealizowane w ramach
projektu Sceny Lalkowej
im. Jana Wilkowskiego



Opracowanie:
dr Beata Nessel-Łukasik

-
1. Wprowadzenie
 2. Uczestnicy o projekcie
 3. Mieszkańcy o mieście
 4. Kampania społeczna
 5. Podsumowanie

Wprowadzenie



—

Założenia projektu

Projekt „Przybysz - Mieszkaniec - Obywatel” to działanie, które było realizowane od lipca 2021 do lipca 2023 roku przez Scenę Lalkową im. Jana Wilkowskiego w Kwidzynie dzięki dofinansowaniu Narodowego Instytutu Wolności – Centrum Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego.

Głównym celem projektu było znalezienie „odpowiedzi na pytania o tożsamość lokalną, identyfikację z miejscem i jego przestrzenią kulturową”. Jak podają autorzy projektu poprzez działania realizowane z mieszkańcami i mieszkankami miasta w różnym wieku w oparciu o ich wspomnienia rodzinne oraz rozmowy o wspólnocie i dobru wspólnym chcieli „podnieść wiedzę na temat migracji historycznej, jej wpływów na budowanie więzi społecznych oraz na proces tworzenia „Małej Ojczyzny”.

W rezultacie dwuletni projekt realizowany przez Scenę Lalkową im. Jana Wilkowskiego w Kwidzynie stał się faktycznie „otwartą dyskusją o mieście Kwidzynie i ludziach w nim żyjących”, która przyniosła bardzo odmienne w formie odpowiedzi (happening, słuchowiska, filmy, spektakl, kampanię społeczną, wystawę) na pytanie o to, „jak przeszłość i teraźniejszość wpłyną na przyszłość oblicza miasta?”.

Więcej na: [PRZYBYSZ – MIESZKANIEC – OBYWATEL \(kwidzyn-przybysz.pl\)](https://kwidzyn-przybysz.pl)

Przebieg projektu

Etap pierwszy projektu: PRZYBYSZ

Na podstawie osobistych opowieści uczestnicy i uczestniczki projektu podczas spotkań starali się „dotrzeć do uczuć, wyobrażeń, przekonań, motywacji, intymnych przeżyć w poszukiwaniu odpowiedzi, czy „dopasowaliśmy się” do miejsca, w którym przyszło nam żyć? Czy zrekonstruowaliśmy tożsamość lokalną, czy wciąż jesteśmy na etapie jej budowania? Czy wciąż wisi nad nami widmo „ziem odzyskanych?” W efekcie ich rozmów powstał pierwszy zapis własnych opowieści uczestników i uczestniczek projektu w wersji audio (5), jak i wideo (8). (<https://fb.watch/m0MmpLPAOZ/>).

Etap drugi projektu: MIESZKANIEC

Mając w pamięci utrwalone już opowieści oraz historie rodzinne uczestnicy i uczestniczki projektu rozpoczęli pracę nad formą artystyczną, która miała im m.in. pomóc znaleźć odpowiedź na pytanie, „czy miejsce urodzenia czyni mnie mieszkańcem? Czy obecny Kwidziniak identyfikuje się z tożsamością lokalną?”. Efektem ich udziału w warsztatach artystycznych stał się happening w przestrzeni miasta oraz spektakl „Rodzina Nowaków” ([Przybysz – Mieszkaniec – Obywatel \[trailer\] – YouTube](#)).

Etap trzeci projektu: OBYWATEL

W ramach kolejnych działań uczestnicy i uczestniczki projektu zastanawiali się m. in. „nad dobrem wspólnym mieszkańców”. Próbuąc dotrzeć do głębi tego sformułowania zdecydowali się „postawić szereg pytań: Co chcieliby zmienić w swojej społeczności? Czego potrzebują mieszkańcy Kwidzyna? Czym mogliby się wyróżnić spośród innych podobnych miast?”. Próbuąc odnaleźć odpowiedzi na te pytania zrealizowali najpierw badania ilościowe (ankietę) wśród mieszkańców i mieszkanek miasta, a następnie kampanię społeczną o dobru wspólnym w przestrzeni miasta oraz wystawę plenerową „Kwidzyn dobro wspólne” ([Kwidzyn Dobro Wspólne spot 2 - YouTube](#)).

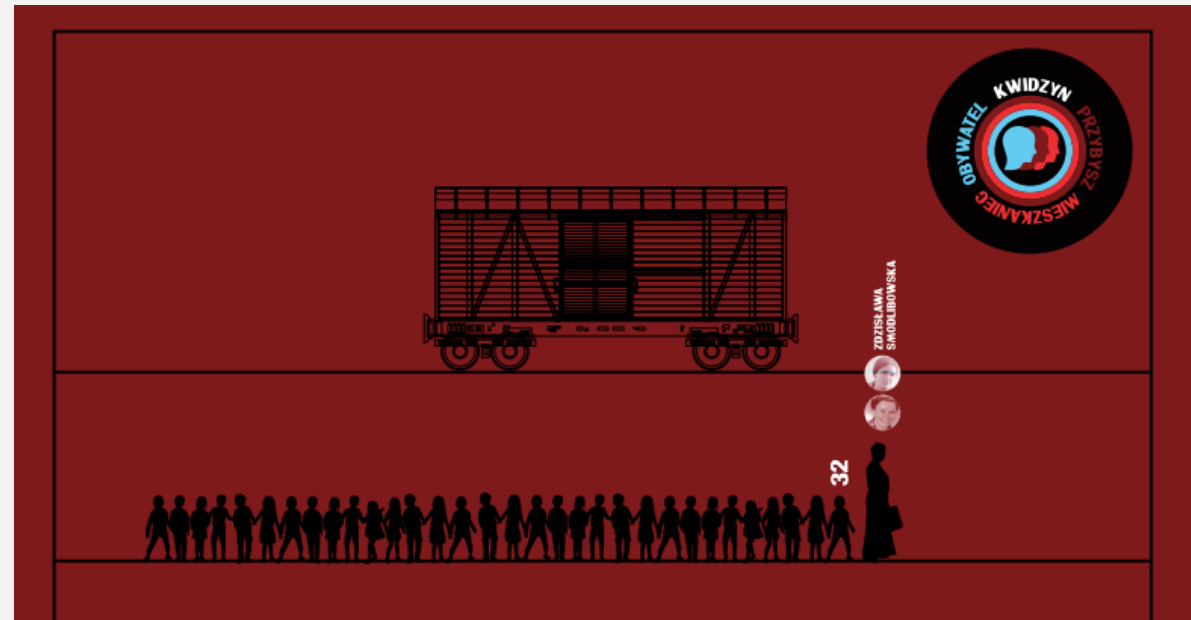
Badania

W ramach projektu zostały zrealizowane badania ilościowe wśród mieszkańców i mieszkanek miasta Kwidzyn (ankieta papierowa, N: 266) oraz badania jakościowe wśród uczestników i uczestniczek projektu (zogniskowany wywiad grupowy, N: 9). Ankieta, która miała umożliwić poznanie opinii o mieście, składała się z 10 pytań, w tym 3 zamkniętych oraz 7 otwartych. Natomiast zogniskowany wywiad grupy został oparty na scenariuszu, w którym pytania sformułowano w trzech blokach tematycznych. Pierwszy z nich dotyczył refleksji na temat udziału w projekcie „Przybysz - Mieszkaniec - Obywatel”, drugi sposobu przygotowania kampanii społecznej przez uczestników projektu, a trzeci ich oczekiwań wobec efektów działania kończącego cały dwuletni projekt.

Badania ilościowe zostały przeprowadzone przez uczestników i uczestniczki projektu w różnych środowiskach i przestrzeniach miasta w czerwcu 2023 roku. Wzięły w nich udział osoby reprezentujące pięć grup wiekowych, spośród których najliczniejszą okazała się grupa osób w wieku 36-60 lat (38%) a najmniej liczną w wieku 26-35 lat (8,3%). Zdecydowaną większość respondentów stanowiły osoby mieszkające w Kwidzynie od urodzenia (58%), a zdecydowaną mniejszość osoby będące mieszkańcami miasta krócej niż 5 lat (4,9%) lub wcale nie mieszkające w Kwidzynie (0,7%). W rezultacie, w próbie o charakterze celowym uczestniczyły przede wszystkim osoby pracujące (48,5%) lub uczniowie (37,6%), mała osób na emeryturze (9,4%) i tylko niewielka grupa studentów (3%) oraz osób niepracujących (2,3% odpowiedzi).

Natomiast w przypadku badań jakościowych, w zogniskowanym wywiadzie grupowym zgodziło się uczestniczyć 9 osób. Były to wyłącznie kobiety, osoby w wieku 36-60 lat lub powyżej 60 roku życia, nadal pracujące lub już na emeryturze.

Uczestnicy o projekcie



—

Początek

Zdaniem osób biorących udział w badaniu jakościowym, znalazły się one w tym projekcie, dzięki bardzo różnym osobom, z którymi miały okazję się spotkać w rozmaitych środowiskach i miejscach.

W niektórych przypadkach był to pewnego rodzaju przypadek, że właśnie w danym momencie, podczas rozmowy ze znajomym, z koleżanką czy bliską osobą w zakładzie fotograficznym, w prywatnym domu pojawił się temat projektu „Przybysz-Mieszkaniec-Obywatel”.

Inne osoby dołączyły, ponieważ zostały specjalnie zaproszone bezpośrednio przez realizatorów projektów, których działalność dobrze już znały, lub przez swoich przyjaciół, którzy byli zdania, że tego rodzaju temat może ich zainteresować.

„Do udziału w tym projekcie zachęciła mnie [koleżanka], z którą znamy się od lat. Powiedziała, że tu się dzieją bardzo ciekawe projekty i że ona widzi mnie w tym projekcie i tak się stało.” W1

„Byłam na spektaklu zaproszona przez moją sąsiadkę i koleżankę z pracy, która zawsze mi opowiadała z takim zaangażowaniem i zainteresowaniem o tym, co tutaj się dzieje.” W2

„Dołączyłam do grupy dopiero na poziomie Obywatela, ale nie znaczy to, że nie wiedziałam wcześniej. Byłam na wszystkich premierach spektaklu.(...) A potem byłam na takim happeningu w okolicach zamku.” W4

„W ten projekt weszłam z synem. On wciągnął mnie w to.” W5

„Poszłam do fotografa tylko żeby wywołać zdjęcia swoich przodków. Od słowa do słowa, powiedział mi, że jest taka grupa, projekt. (...) Pomyślałam sobie pójdę, najwyżej więcej do nich nie wrócę, jak mi nie będzie pasować. I poszłam. Zostałam. To był koniec Przybysza, a początek Mieszkańca.” W7

Własne potrzeby

Zdaniem uczestniczek zogniskowanego wywiadu grupowego udział w projekcie pozwolił im przede wszystkim zbudować / pogłębić relacje i stać się częścią grupy, która ułatwiła im nie tylko zmierzenie się z nowymi wyzwaniami (udział w profesjonalnym spektaklu), ale też z historią własnej rodziny i wpisaniem jej w „tutejszą rzeczywistość”.

„Czerpałam dużo radości nie tylko z tych działań projektowych, ale też z towarzystwa osób, które tutaj poznałam i które znałam wcześniej. W tej grupie obchodziłam moje najwspanialsze urodziny.” W1

„W ogóle nie miałam wątpliwości najmniejszych, że z tą grupą mogę konie kraść i nie wiem, co tam jeszcze robić.” W4

„Od momentu, kiedy tu jestem, bardzo dużo zyskałam nowych wiadomości o swojej rodzinie. (...) Ten spektakl bardzo dużo we mnie zmienił. Ja się bardzo zmieniłam od tego czasu. (...) Wcześniej było mi bardzo trudno zrozumieć.” W5

„Dla mnie najciekawszą rzeczą było to, jak w tematykę wrastania w miasto poniemieckie może się wpisać rodzina z Kresów. Często rodzina okaleczona z bardzo strasznymi wspomnieniami. (...) Jak można w to miasto wejść, przyzwycząić się, polubić?” W6

„Przyszłam z ogromną obawą, bo należę do osób, które nie są osobami scenicznymi, ale wsiąkłam. (...) Dla mnie najważniejsze było to, że mogłam się podzielić historią mojej rodziny.” W8

„Jesteśmy przyszyli do siebie w takim dobrym sensie. (...) To bardzo mi pomaga.” W9

Odbiór innych

Odbiór działań grupy biorącej udział w projekcie, w tym przede wszystkim spektaklu jest bardzo pozytywny, robiący duże wrażenie na widzach.

Na podstawie rozmów z odbiorcami uczestnicy zyskali świadomość, że poruszana tematyka budzi zarówno zainteresowanie jak i emocje oraz staje się inspiracją do poszukiwań własnej historii.

Poza tym dowiedzieli się też, że niezwykle ważne okazało się dla widzów ich spektaklu pokazanie, jak można opowiadać własną historię i się nią podzielić nawet, jak bliscy nie mają czasu czy sposobności, aby jej wysłuchać.

Ich zdaniem było to możliwe głównie dzięki formie spektaklu oraz kameralnej prezentacji, która pozwala poczuć bliskość.

„Często jeżdżę taksówkami. (...) Gdzie Pani jedzie? Znowu do Czarnej Sali? Opowie mi Pani coś? Ostatnio o kozie Pani opowiadała. (...) W tej taksówce to były moje próby generalne. (...) Oni byli zafascynowani. (...) To był pierwszy odbiór.” W6

„Zachęciłam koleżanki, żeby przyszły na spektakl. (...) Na drugi dzień miałyśmy taką rozmowę, że je to bardzo zachęciło do tego, że nawet same zaczęły szperać w historiach własnych rodzin. A do tego przychodzą [na spektakl] nie same tylko z dziećmi. (...) i ostatnio te dzieci zrobiły obłęzenie w jednym z domów dziadków. Weszli na strych. Siedzieli tam trzy godziny i wszystko z tych kufrów zostało wyjęte, a pradziadek wszystko im opowiedział.” W5

„Otwiera się w niektórych osobach, które tutaj przyszły, droga także do własnych wspomnień. Po jednym ze spektakli podszedł do mnie [znajomy], z którym funkcjonowaliśmy na jednym podwórku. (...) „Pani otworzyła mi tyle wspomnień. Jakaś klapka mi się otworzyła.” (...) My często słyszymy słowo wzruszenie i to z różnych ust.” W1

Ciąg dalszy nastąpi

Jednym z ostatnich elementów dwuletniego projektu, którego głównym środkiem przekazu stał się spektakl teatralny, miała być kampania społeczna o wspólnym dobru w przestrzeni miasta Kwidzyn.

Dlatego po pozytywnym odbiorze spektaklu uczestnicy i uczestniczki projektu chcieli się dowiedzieć, co w tym przypadku mogłoby się stać kolejnym impulsem do wzbudzenia zainteresowania i potrzeby zabrania głosu wśród mieszkańców oraz mieszkanek Kwidzyna.

W tym celu zdecydowali się nie tylko wziąć udział w dwóch wykładach poświęconych tematyce wspólnego dobra, ale także przygotować i zrealizować badanie ilościowe w lokalnej społeczności, na podstawie którego miała potem powstać kampania społeczna na koniec projektu.

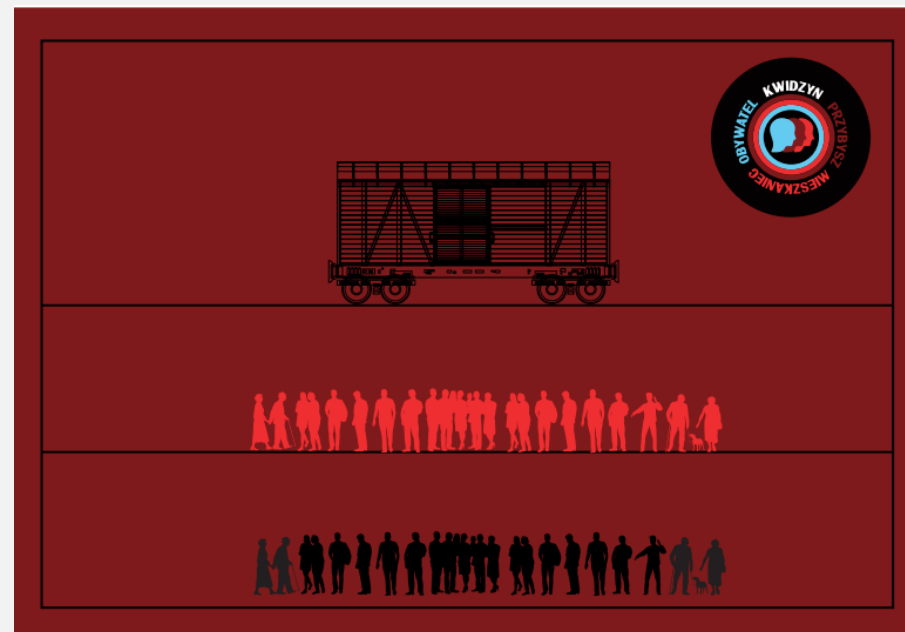
„Sama możliwość wypełnienia tej ankiety. Przynajmniej ta grupa, której ja wręczyłam te ankiety, bardzo ludzie pozytywnie reagowali. Miałam takie uczucie jakby ludzie potrzebowali się móc gdzieś wypowiedzieć nawet tak bardzo ogólnie i anonimowo. Żeby móc coś powiedzieć o tym mieście.” W4

„Mnie zaskoczyło, że ludzie chętnie tę ankietę wypełniali. Miałam obawy co do ludzi, których wybrałam na respondentów. [Jednak] odpowiedź była bardzo pozytywna, że może ta ankietka coś zmieni, coś uwypukli, na coś zwróci uwagę. To było pozytywne. To mi się podobało.” W7

„Zaniosłam ankiety do internatu, gdzie jest młodzież. Po odbiorze tych ankiet byliśmy w szoku. (...) Oni pisali wszędzie, gdzie było wolne miejsce. Każda ankietka była naprawdę bardzo mocno opisana. (...) Pytali, kiedy będą następne.” W5

„Bardzo ludzie żalowali, że było tylko dwadzieścia ankiet [na tym spotkaniu].” W9

Mieszkańcy o mieście



—

-
- W ankiecie zrealizowanej przez uczestników i uczestniczki projektu wzięły udział osoby w różnym wieku, z różnych środowisk. W sumie udało się otrzymać odpowiedzi od 266 osób.
 - Wielu z respondentów i respondentek wyraziło żal, że w danym momencie, w danym miejscu było za mało ankiet, bo tak duża była potrzeba zabrania głosu.
 - Poniżej prezentujemy to, co udało się uczestnikom i uczestniczkom projektu dowiedzieć o mieście i społeczności Kwidzyna dzięki zadaniu im siedmiu krótkich pytań otwartych.

Słyszysz KWIDZYN, myślisz...

Osoby biorące udział w ankiecie mogły podać więcej niż jedno skojarzenie z miastem Kwidzyn. W rezultacie wielu respondentów decydowało się na takie rozwiązanie stąd suma odpowiedzi zebranych na to pytanie wyniosła o kilkanaście odpowiedzi więcej niż liczba uczestników (N: 270).

Nie wpłynęło to jednak w decydujący sposób na to, że ponad 1/3 odpowiedzi sprowadzała się do określenia „moje miasto” (37,8% wskazań). Pozostałe typy odpowiedzi wiązały się albo z określonymi relacjami (dom/rodzina/znajomi 11,5%; szkoła/praca 2,1%) albo z charakterystycznymi miejscami (zabytki/historia 5,6%, stadion 1,1%). Pomimo to w tym przypadku na uwagę zasługują także takie określenia jak „małe miasto” (5,6% wskazań), „miasto rond i kebabów” (8,8% wskazań) czy „nuda” (5,1% wskazań). Na koniec warto podkreślić, że prawie 1/5 odpowiedzi stanowiły „inne” określenia, które z powodu niewielkiej ilości wskazań nie przełożyły się jednak na wyodrębnienie kolejnych kluczowych kategorii (22,2% wskazań).

Wszystko to pokazuje, że chociaż dla większości respondentów i respondentek Kwidzyn to miasto, z którym czują się z jakiegoś powodu związani, to jednak nie zawsze przekłada się to na ich pozytywne obserwacje czy doświadczenia.

Co wyróżnia Pana/Pani zdaniem mieszkańców Kwidzyna?

—

Osoby biorące udział w ankiecie mogły podać więcej niż jedną cechę wyróżniającą mieszkańców i mieszkanki Kwidzyna. Pomimo to suma odpowiedzi wyniosła w tym przypadku tylko tyle odpowiedzi, ilu było uczestników badań (N: 266).

Zdecydowanie większość respondentów uważa, że skala aktywności i sposób zachowania wyróżnia mieszkańców miasta zarówno pod względem pozytywnym jak i negatywnym. W przypadku tych pierwszych cech poza aktywnym stylem życia i aktywnością fizyczną (4% odpowiedzi), jako pozytywne cechy respondenci wskazali: życzliwość, wrażliwość, pracowitość, różnorodność, przedsiębiorczość (23% odpowiedzi), a jako negatywne: agresywne zachowanie, marazm, bierność, brak kultury, snobizm, egoizm i in. (14,3% odpowiedzi). W rezultacie aż ponad 1/3 uczestników i uczestniczek badania uznała, że ich zdaniem nic nie wyróżnia osoby z tej społeczności (35,7% odpowiedzi) albo są to tak różnorodne cechy, że na ich podstawie można było stworzyć tylko kategorie „inne” (23%).

Z czego Pan/Pani jest najbardziej dumna/dumny jako mieszkaniec Kwidzyna?

Osoby biorące udział w ankiecie mogły podać więcej niż jedno wskazanie tego, z czego są najbardziej dumni jako mieszkańcy i mieszkanki Kwidzyna. W rezultacie wielu respondentów podawało więcej niż jedno określenie stąd suma odpowiedzi zebranych na to pytanie wyniosła o kilkanaście odpowiedzi więcej niż liczba uczestników (N: 270).

Na podstawie uzyskanych w ten sposób odpowiedzi można powiedzieć, że z jednej strony respondenci i respondentki są dumne z zadbanego miasta (17% odpowiedzi), jego zabytków i historii (15,6% odpowiedzi) oraz infrastruktury (zieleni: 5,2%, biblioteka i teatry 3,7%, szkoły (2,6%) oraz PKP (1,1%). Z drugiej strony uczestnicy badań podkreślali także znaczenie osób tu mieszkających (3,3% odpowiedzi) oraz ich osiągnięć sportowych (6,7% odpowiedzi). Pomimo to ponad 1/5 osób (23%) przyznała, że nie jest z niczego dumna w tym przypadku lub udzieliła tak bardzo zróżnicowanych odpowiedzi (20%), że znów nie można było ich ująć w określone kategorie. W rezultacie tylko 1,8% odpowiedzi wiązało poczucie dumy z tym, że dana osoba tu mieszka.

Powstanie tak dużych rozbieżności może być z jednej strony spowodowane czynnikami natury demograficznej, ponieważ niektóre kategorie dominowały np. w określonej grupie wiekowej, a z drugiej doświadczeniami poszczególnych osób, na temat których respondenci i respondentki z uwagi na metodę i zakres badania nie zabierały już głosu w ramach zrealizowanych badań ilościowych.

Co Panu/Pani najbardziej przeszkadza w Kwidzynie?

Osoby biorące udział w ankiecie mogły podać więcej niż jedno wskazanie tego, co im najbardziej przeszkadza Kwidzynie. W rezultacie wielu respondentów wskazywało więcej niż jedno określenie stąd suma odpowiedzi zebranych na to pytanie wyniosła w tym przypadku aż 66 odpowiedzi więcej niż liczba uczestników (N: 335).

Respondenci odpowiadając na to pytanie, najczęściej zwracali uwagę na zachowania innych ludzi (28%) oraz infrastrukturę – jej ogólny stan (remonty, szpitale), zasoby (miejsca parkingowe, ławki w parku, ulice jednokierunkowe), co stanowiło w sumie 15,7% wskazań, jak i braki miejsc o pewnym charakterze (9,3% odpowiedzi), co można też wiązać z odczuwaniem niskiego poziomu atrakcyjności miejskiej oferty (6,9% odpowiedzi). Jednocześnie osoby biorące udział w ankiecie wskazywały też na konkretne czynniki negatywnie oddziałujące na komfort ich życia w mieście takie jak: korki uliczne i duże natężenie hałasu (8,9% odpowiedzi), brak dojazdu (1,8% odpowiedzi), śmieci i okropny zapach (w sumie 5,2% odpowiedzi). Listę tę dopełniały wskazania powiązane z osobami odpowiadającymi za miasto – policją i władzą (5,2% odpowiedzi). W rezultacie padło aż 37 wskazań (11,4%), których nie można było zawrzeć w żadnej z powyższych kategorii oraz 23 wskazania osób, którym nic nie przeszkadzało w mieście Kwidzyn (7% odpowiedzi) i tylko dwukrotnie padła odpowiedź, że w mieście Kwidzyn przeszkadza wszystko (0,6%).

Gdzie Pan/i spędza swój wolny czas?

Osoby biorące udział w ankiecie mogły podać więcej niż jedno wskazanie tego, gdzie spędzają swój wolny czas w Kwidzynie? W rezultacie wielu respondentów podawało więcej niż jedno miejsce, przez co w tym przypadku suma wszystkich wskazań wyniosła o 25 odpowiedzi więcej niż liczba uczestników (N: 291).

Zdaniem respondentów mieszkańcy i mieszkanki Kwidzyna najchętniej spędzają czas wolny na świeżym powietrzu korzystając z miejsc o charakterze prywatnym (30,6% odpowiedzi) lub miejskiej infrastruktury dla osób lubiących aktywność fizyczną na terenach sportowych (6,9% odpowiedzi) lub na terenach zielonych (20% odpowiedzi). Pomimo to zdecydowana większość osób woli spędzać swój wolny czas poza miastem (26,8% odpowiedzi), co być może jest powiązane z niskim stopniem rozwoju miejsc do spotkań takich jak np. kawiarnie czy restauracje (2,7% odpowiedzi). W rezultacie tylko niewielka grupa korzysta z oferty instytucji kultury (8,6% odpowiedzi) czy tego, co znajduje się w centrum miasta (4,4% odpowiedzi).

Co Pan/i pokazuje swoim Gościom w Kwidzynie?

Również w tym pytaniu osoby biorące udział w ankiecie mogły podać więcej niż jedno wskazanie tego, co pokazują swoim gościom w Kwidzynie? Pomimo to, tym razem przełożyło się to tylko na kilkanaście odpowiedzi więcej niż liczba uczestników badań (N: 281).

W tym przypadku ponad 2/3 respondentów uznało, że miejscem, które pokazują swoim gościom, jest katedra / zamek (60,5%), co po raz pierwszy wskazało na tak wysoką zgodność opinii wśród osób biorących udział w badaniu niezależnie od wieku czy innych wskaźników o charakterze demograficznym.

W rezultacie wskazania takie jak: całe miasto (2,5% odpowiedzi) lub inne części miasta takie jak instytucje kultury (4,6% odpowiedzi), parki (5% odpowiedzi) czy miejsca własne (5,3% odpowiedzi), przełożyły się na równie niski poziom wskazań.

Przy czym warto w tym przypadku odnotować, że dość dużą grupę stanowiły także osoby, które nic by nie wybrały w tym przypadku (13,5% odpowiedzi) lub wskazywały inne rodzaje odpowiedzi nieprzekładające się na możliwość wyodrębnienia następnych kategorii (8,5 % odpowiedzi).

Gdzie Pana/Pani zdaniem znajduje się centrum Kwidzyna?

Także w tym pytaniu osoby biorące udział w ankiecie mogły podać więcej niż jedno wskazanie tego, gdzie ich zdaniem znajduje się centrum Kwidzyna. Pomimo to, podobnie jak miało to miejsce w poprzednim pytaniu, także tym razem było to tylko kilkanaście odpowiedzi więcej niż liczba uczestników (N: 286).

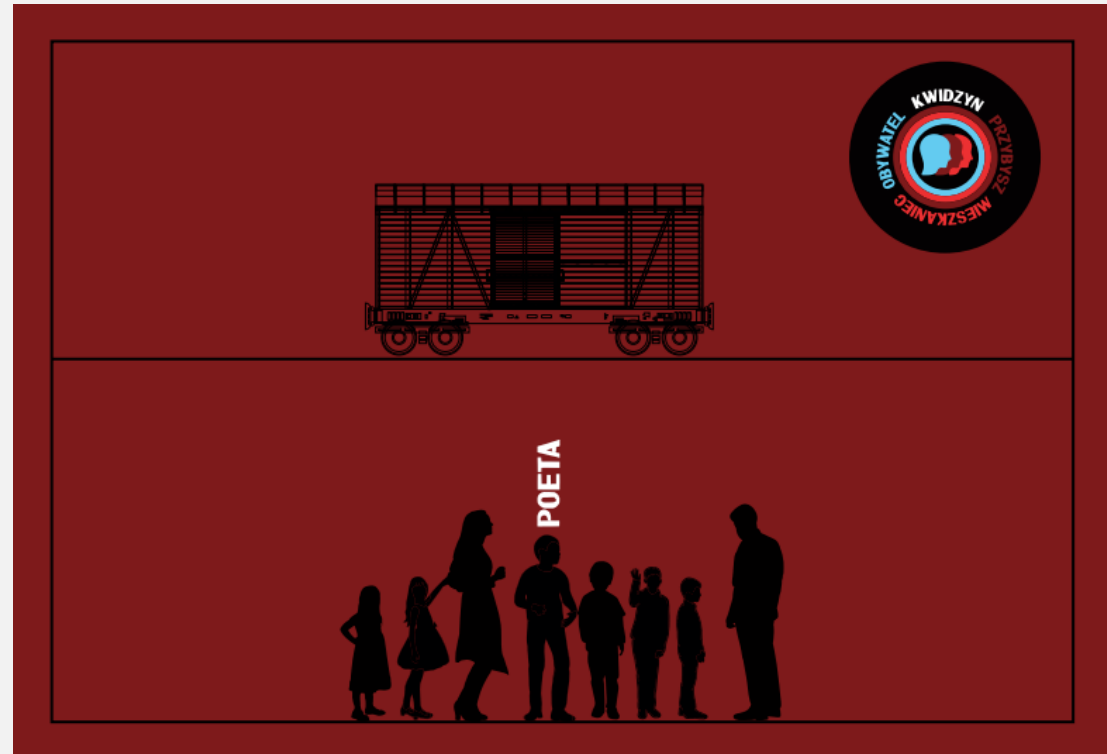
Nie oznacza to jednak, że zdania na temat tego, gdzie jest centrum miasta, są spolaryzowane. Na podstawie zebranych odpowiedzi można powiedzieć, że są podzielone do tego stopnia, iż wielu respondentów wskazywało kilka odpowiedzi lub uznawało, że jest to po prostu miasto bez centrum (13% odpowiedzi).

Pomimo to najczęściej podawanym wskazaniem okazała się tym razem nie katedra, ale deptak albo ulice takie jak ul. Chopina czy ul. Kopernika (37% wskazań).

W rezultacie tak chętnie pokazywane gościom okolice katedry/zamku stanowiły tylko 16,8% wskazań miejsc, z których chętnie korzystają mieszkańcy w wolnym czasie, a miejsca takie jak np. własne miejsce zamieszkania (3,5% wskazań) czy stadion (1% wskazań) wręcz przekładały się na niewielki procent wskazań.

Zamiast tego, wśród odpowiedzi o wiele częściej pojawiały się miejsca związane z handlem (galeria Liwa 21,7% wskazań) lub transportem np. dworce PKP czy PKS (w sumie 7% wskazań).

Kampania społeczna



—

Celem kampanii społecznej miało być zwrócenie uwagi mieszkańców oraz mieszkank miasta na pewne aspekty przestrzeni miejskiej i doświadczeń lokalnej społeczności, które okazały się ważne nie tylko z perspektywy uczestników i uczestniczek projektu „Przybysz - Mieszkaniec - Obywatel”, ale też osób biorących udział w badaniu ilościowym (ankieta). W rezultacie, w oparciu o rozmowy prowadzone przez uczestników i uczestniczki projektu oraz zebrane w formie ankiety papierowej (N: 266) opinie mieszkańców i mieszanek zdecydowano się na koniec projektu zwrócić uwagę na trzy obszary tematyczne:

- Miejsca
- Ludzie
- Natura.

W przypadku pierwszego z nich odwołano się do kwestii roli zamku, z którego tak wielu mieszkańców jest dumnych, w postrzeganiu miasta oraz do dużej dywersyfikacji opinii na temat centrum miasta, które zostały zaprezentowane powyżej. Natomiast w przypadku drugiego obszaru zwrócono uwagę na dominantę wśród respondentów i respondentek ankiety sformułowań takich jak: moje miasto / mój dom, które w jakimś stopniu zdaniem uczestniczek i uczestników projektu mogły się ukształtować dzięki określonym relacjom międzyludzkim i wynikającym z nich historiom. W końcu, w przypadku trzeciego, ostatniego już obszaru zdecydowano się zarysować nową przestrzeń do dalszych dyskusji o dobru wspólnym miasta i jego mieszkańców oraz mieszanek.

Poniżej prezentujemy wypowiedzi uczestniczek projektu, które wzięły udział w badaniach jakościowych na temat każdego z tych trzech, wymienionych powyżej obszarów będących tematem zrealizowanej przez nich kampanii społecznej, stanowiącej uzupełnienie / dopełnienie / potwierdzenie opinii zebranych w ramach badań ilościowych.

Miejsca

„Ludzie muszą mieć gdzie się spotkać, aby zadziałać twórczo. Tu jest takie miejsce. Projekt również stworzył takie miejsce.” W1

„Drażę literaturę o Kwidzynie. (...) Przekopuję się teraz przez te przewodniki i szukam tego, co w naszym spektaklu wystąpiło (...) Tych znaków wspólnych.” W6

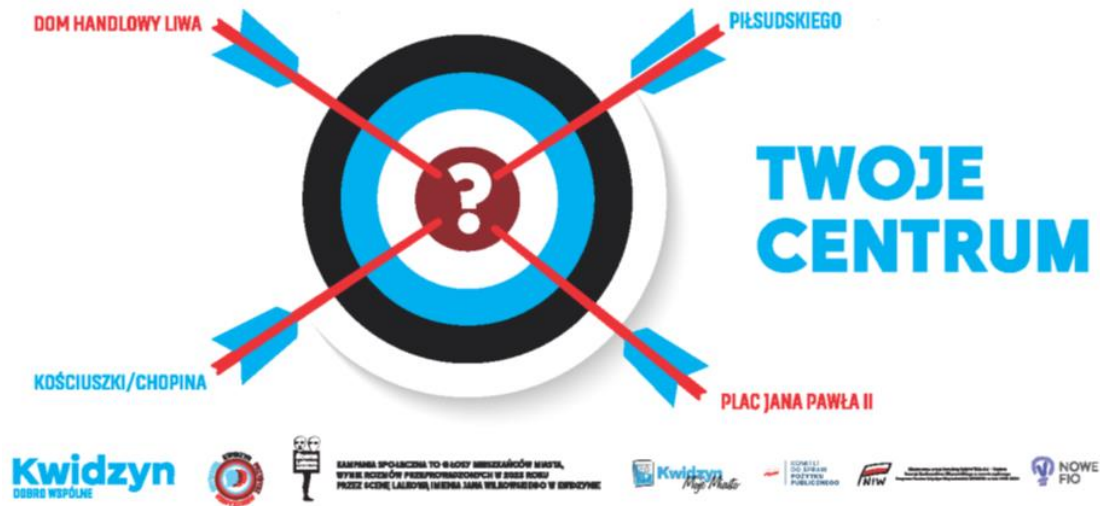
„Projekt spowodował to, że zaczęłam wychodzić do miasta i znajdować miejsca i różnego rodzaju atrakcje, które Kwidzyn oferuje po prostu. Zaczęłam się częściej temu przyglądać i korzystać z tego.” W8

„Moje spojrzenie na Kwidzyn dalekie jest od jednoznaczności. Ten spektakl mnie do tego nakłonił. (...) To jest temat, który ja tak naprawdę muszę przemyśleć. (...) Cały czas jestem na takim etapie, że zastanawiam się, jaki ja mam stosunek do Kwidzyna.” W2

„Mnie zależy żeby poprawić wizerunek Kwidzyna w tym ostatnim momencie. Może gdzieś coś wywoła ta kampania?” W8

„Otworzyć zamek, bo to jest razem z katedrą nasza najlepsza perełka i nie umiemy jej odpowiednio podać, sprzedać, wykorzystać. Wydaje mi się, że tutaj jest jakąś luka. To się dzieje od wielu lat i jakoś nie idzie popchnąć tego do przodu.” W7

Kampania społeczna. Plakaty I - II



Ludzie

„Kilka razy się przeprowadzałam. Raz jako dziecko, potem z rodziną. Zauważyłam, że nie potrafię się przywiązać do murów, do miasta. Owszem, co jest ciekawe? Ludzie. Ludzie tak. Jeżeli gdzieś na mojej drodze staną.” W3

„Zgadzam się z hasłem Kwidzyn miastem mistrzów. Naprawdę tu ludzie są wspaniali. Każdy interesuje się miastem. (...) A co to kogo obchodzi? Obchodzi. Co za oknem się dzieje? Kto przynosi nieswoje śmieci? Ludzie to widzą, że jakiś pies tam się błąka i dzwonią do straży miejskiej. Mi się wydaje, że Kwidzyniacy są zaangażowani i takie projekty jak nasz podnoszą jeszcze tę potrzebę zaangażowania. Trzeba trzymać rękę na pulsie.” W6

„Dla mnie hasło Kwidzyn Miastem Ludzkich Historii. Tu jest miejsce na twoją historię. To jest też odwołanie do pierwszej części projektu, bo myśmy to zrobili. Utrwali wspomnienia, historie przybyszów.” W1

„[młodzież] w ogóle nie wie [o przeszłości]. Może to jest wpływ środowiska, ale myślałam, że takie akcje, banery mogą wzbudzić w nich refleksję. (...) To byłaby szansa młodym pokazać, żeby się zaangażowali. (...) Pokazanie, że są ludzie, którzy się angażują. Może popchnęłoby tych młodych ludzi [do działania].” W2

Kampania społeczna. Plakaty III - IV



Natura

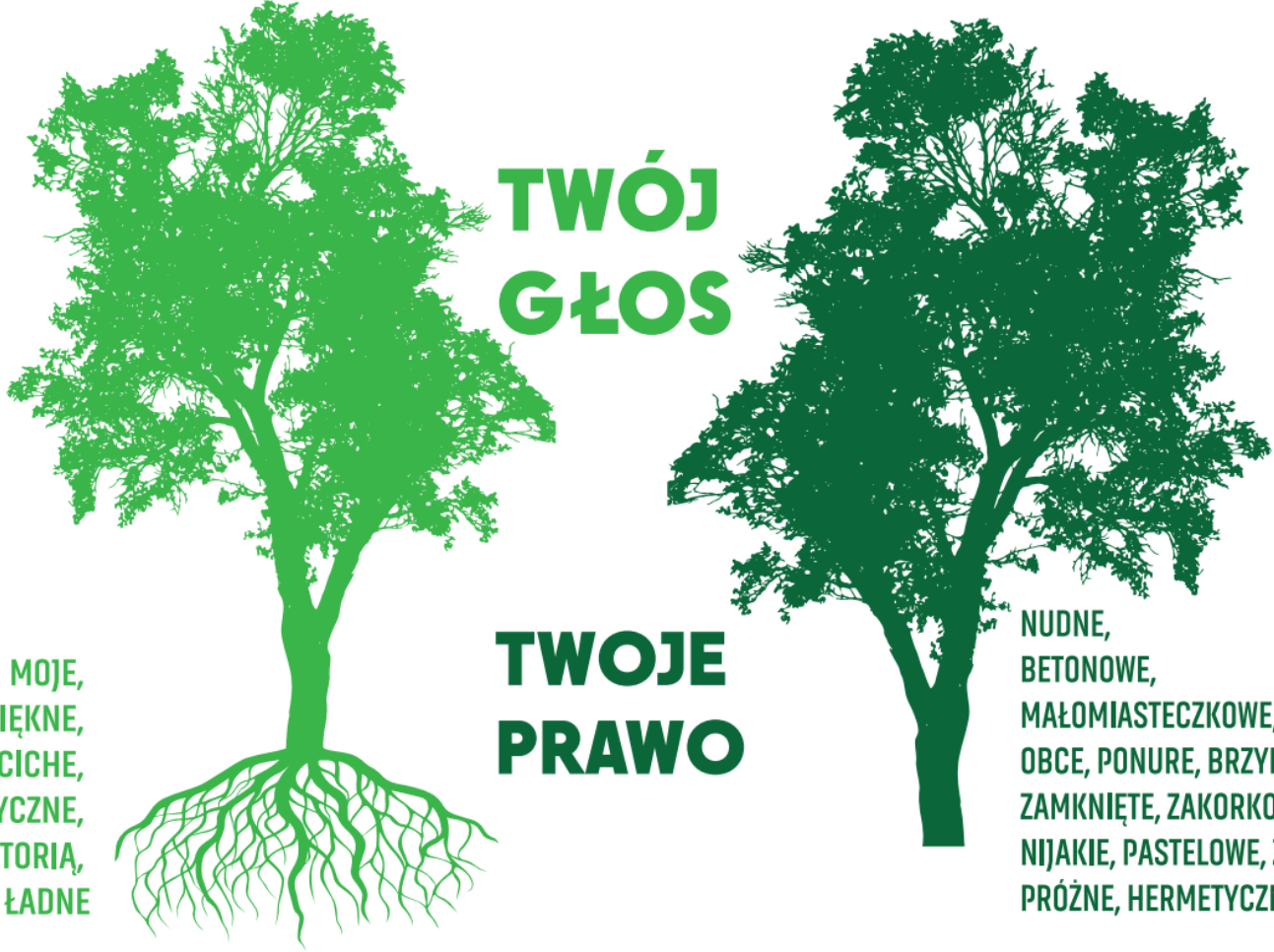
„Mogliby jakieś kwiaty na tym autobusie domalować [nie tylko główki].” W6

„Przed tą ścianą stoi nasz baner. Twój głos ma znaczenie. I to jest ważne.” W1

„One się wszystkie zazębiają.” W3

„One wszystkie są ważne.” W9

„Myślę, że nie da się przejść obok tego i nie spojrzeć na to.” W4



TWÓJ GŁOS

TWOJE PRAWO

MOJE,
CZyste, PIĘKNE,
Zadbane, PRZYJEMNE, CICHE,
SPECYFICZNE, DOM, SYMPATYCZNE,
Otwarte, Z BOGĄ HISTORIĄ,
Ciekawe, INTERESUJĄCE, DUMNE, ŁADNE

NUDNE,
BETONOWE,
MAŁOMIASTECZKOWE,
OBCE, PONURE, BRZYDKIE, OPUSTOSZAŁE,
ZAMKNIĘTE, ZAKORKOWANE, ODDALONE, SMUTNE,
NIJAKIE, PASTELOWE, ZANIECZYSZCZONE, BEZ WYRAZU,
PRÓŻNE, HERMETYCZNE, KOLESIOSTWO, NIEPRZYJAZNE

n



KAMPANIA SPOŁECZNA TO GŁOSY MIESZKAŃCÓW MIASTA,
WYNIK ROZMÓW PRZEPROWADZONYCH W 2023 ROKU
PRZES SCENĄ LALKOWĄ IMIENIA JANA WILKOWSKIEGO W KWIDZYNIE



Sfinansowano przez Narodowy Instytut Wolności – Centrum
Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego w ramach rządowego
Programu Fundusz Inicjatyw Obywatelskich NOWEJKO na lata 2018–2030



Podsumowanie



—

Dwuletni projekt „Przybysz - Mieszkaniec - Obywatel” przełożył się na żywą dyskusję w przestrzeni publicznej nie tylko o tym, jak przeszłość i teraźniejszość wpływają na przyszłość miasta, ale także, jak mieszkańcy i mieszkanki mogą wywierać wpływ zarówno na kształtowanie tożsamości i pamięci społecznej własnego miasta, jak również na to, jak jest, a jak mogłoby być postrzegane to miejsce. Dlatego realizacja najpierw m.in. spektaklu, a potem przede wszystkim kampanii społecznej bardziej stała się impulsem do wzbudzenia refleksji niż udzielenia jednoznacznych odpowiedzi na postawione na początku projektu i w trakcie jego realizacji pytania.



dr Beata Nessel-Łukasik

Socjolożka, historyczka sztuki, absolwentka SNS IFIS PAN, dwukrotna stypendystka MKiDN; badaczka wpływu przemian społecznych na współczesne instytucje kultury i różne grupy odbiorców; muzealniczka związana najpierw z Muzeum Narodowym w Warszawie, a następnie z Muzeum Józefa Piłsudskiego w Sulejówku, w którym stworzyła pierwszy w Polsce Dział Programów Lokalnych.

Autorka interdyscyplinarnej monografii „Koalicje pamięci. Dworek „Milusin” 1956-2000” oraz współautorka monografii „Publiczność (w) muzeum”. Jej teksty były publikowane m.in. na łamach: „Muzealnictwa”, „Kultury i społeczeństwa”, „Kultury współczesnej”, „Zarządzania kulturą” i in.

Kuratorka ponad dwudziestu projektów partycypacyjnych opartych na tożsamości miejsca i lokalnej społeczności oraz współautorka koncepcji muzeum relacyjnego i Archiwum Społecznego Sulejówka.

Obecnie wykładowczyni akademicka oraz członkini ICOM, redakcji "Muzealnictwo" i artystyczno-badawczej Grupy Celowej, w ramach której prowadzi badania m.in. w Warszawie i na Mazowszu.