

# Raport z badania

## 10 Piknik Naukowy Radia Bis

### „Świat za 10 lat”

3 czerwiec 2006 r.



Koordinator projektu badawczego:

Anna Siewruk

& Zespół Warsztatów Analiz Socjologicznych

Anna Siewruk & Zespół Warsztatów Analiz Socjologicznych, [www.warsztaty.org](http://www.warsztaty.org)  
Badanie Pikniku Naukowego, 3 czerwiec 2006 r. Na zlecenie Bis – Polskie Radio

## Spis treści:

I.	Wstęp.....	str. 3
II.	Profil społeczno – demograficzny gości 10-ego Pikniku Naukowego.....	str. 4
III.	Źródła informacji o Pikniku.....	str. 8
IV.	Kategoryzacja gości Pikniku.....	str.11
V.	Powody przyścia na Piknik.....	str. 15
VI.	Ocena Pikniku Naukowego – ogólna oraz szczegółowa.....	str. 19
VII.	Zgodność opinii gości z wybranymi stwierdzeniami dotyczącymi Pikniku.....	str.21
VIII.	Wpływ Pikniku Naukowego na poziom wiedzy gości.....	str. 24
IX.	Zmiany w postrzeganiu roli nauki w społeczeństwie pod wpływem Pikniku.....	str.27
X.	Piknik Naukowy jako sposób na propagowanie nauki w społeczeństwie.....	str. 29
XI.	Wpływ Pikniku na aktywność intelektualną gości.....	str. 30
XII.	Deklaracja wizyty na Pikniku Naukowym w przyszłym roku.....	str. 33
XIII.	Zalecane zmiany.....	str. 34
XIV.	Plusy i minusy 10-ego Pikniku Naukowego.....	str. 36
XV.	Podsumowanie.....	str. 38
XVI.	Rekomendacje.....	str. 39
	A. Reklama.....	str. 39
	B. Budowanie lojalności Piknikowiczów.....	str. 40
	C. Dotarcie do dzieci.....	str. 41
XVII.	Podziękowania.....	str. 42
XVIII.	Załączniki.....	str. 43

## I. Wstęp

Niniejszy Raport prezentuje wyniki badania 10-ego Pikniku Naukowego Radia Bis, który miał miejsce 3 czerwca 2006 roku w Warszawie, na terenie Rynku Nowego Miasta oraz Podzamcza.

Raport zawiera analizę wyników badania, które zostało zaprojektowane i przeprowadzone przez Warsztaty Analiz Socjologicznych.

Celem badania było poznanie:

- a) profilu społeczno - demograficznego gości imprezy
- b) motywów przybycia gości na Piknik oraz ich oczekiwań wobec Pikniku
- c) oceny Pikniku przez gości - ogólnej oraz szczegółowej, dotyczącej wybranych elementów (organizacji, atrakcyjności imprezy, doboru pokazów, mocnych i słabych stron Pikniku)

Chodziło również o weryfikację następujących hipotez:

- 1) Doświadczenia wyniesione z Pikniku Naukowego mają dodatni wpływ na poziom wiedzy gości, co przekłada się na wzrost chęci do samodzielnego poszerzania zdobytej wiedzy.
- 2) Udział w Pikniku Naukowym wpływa na sposób postrzegania przez gości roli nauki we współczesnym społeczeństwie.

Narzędzie badawcze stanowiły dwie ankiety. Pierwsza z nich, 1-stronicowa, była ogólnodostępna w czasie trwania imprezy i mógł ją wypełnić każdy chętny gość. Zawierała pytania dotyczące źródeł informacji o Pikniku, motywów przyjazdu na Piknik, ewentualnych odwiedzin na wcześniejszych edycjach imprezy. W ogólnodostępnej ankiecie znajdowały się również pytania mające na celu poznanie profilu społeczno – demograficznego osoby wypełniającej ankietę (płeć, wiek, wykształcenie, zawód, miejsce zamieszkania).

Druga z ankiet była bardziej rozbudowana. Oprócz tych samych pytań, co ankietą 1-stronicową, zawierała szereg pytań dodatkowych, skonstruowanych aby osiągnąć założone cele poznawcze badania. Wypełnianie jej odbywało się podczas rozmowy, do której respondenci byli wybierani i zapraszani przez przeszkolonych ankieterów.

Analiza została wykonana na podstawie danych uzyskanych z 1748 ankiet 1-stronicowych oraz 288 ankiet pogłębionych.

## II. Profil społeczno – demograficzny gości 10-ego Pikniku Naukowego.

Płeć	Procent
Kobiety	52,4
Mężczyźni	47,5

Tabela nr 1

Kobiety stanowią nieco liczniejszą grupę gości. 52,4% badanych to kobiety, 47,5% - mężczyźni. Nie można tu jednak mówić o żadnych systematycznych, znaczących różnicach. Proporcje płci rozkładają się niemal równo. Piknik Naukowy odwiedzają zarówno panie, jak i panowie.

Miejsce zamieszkania	Procent
Warszawa	72,6%
Nie - Warszawa	27,4%

Tabela nr 2

Warszawiacy stanowią 72,6% ankietowanych. Są wśród nich osoby mieszkające w całej Warszawie: na Bielanach, Mokotowie, Woli, w Ursusie.

Niemal co trzecia osoba odwiedzająca Piknik to gość spoza Warszawy. Należy tu jednak dodać, że najczęściej są to osoby z miejscowości podwarszawskich, np. Ząbek, Falenicy, Łazów. Można przypuszczać, że ich życie zawodowe związane jest ze stolicą.

Pozostali zamiejscowi goście to przedstawiciele tych miast, z których przybyły na Piknik instytucje naukowe, np. łodzianie, torunianie. Znikomą część stanowią osoby (przypadkowi turyści), których miejsce zamieszkania nie ma widocznego związku z imprezą.

<b>Przedział wiekowy</b>	<b>Procent</b>
Do 15 lat	15,9
16 - 19 lat	11,7
20 - 25 lat	20,4
26 - 30 lat	10,1
31 - 40 lat	15,7
41 - 50 lat	13,5
51 - 60 lat	8,4
61 i więcej lat	4,3
<b>Ogółem</b>	<b>100%</b>

Tabela nr 3

Dane zawarte w powyższej tabeli nr 3 pokazują, że Piknik Naukowy jest imprezą odwiedzaną przede wszystkim przez ludzi młodych. 58,1% ankietowanych to osoby do 30 roku życia.

Liczną grupę stanowią goście w wieku szkolnym. Jeżeli przyjmiemy, że etap obowiązkowej edukacji kończy się w Polsce egzaminem maturalnym zdawanym w 19-ym roku życia (taki był cel ostatniej reformy szkolnej), wówczas możemy mówić o 26,7% gości, że są to osoby wciąż pobierające naukę. Dane z tabeli nr 4 (str. 5) uprawomocniają to stwierdzenie: 27,1% ankietowanych poproszonych o podanie wykonywanego zawodu zadeklarowało, że jest uczniem.

Przedział wiekowy 20 – 25 lat jest najliczniej reprezentowany. 20,4% badanych to osoby w wieku studenckim. Gdy spojrzymy na tabelę nr 4 (str. 5), zwraca uwagę odsetek studentów, który wynosi 19,1%. Po wykonaniu dodatkowych obliczeń okazuje się, że 83,3% osób z przedziału wiekowego 20 - 25 lat to studenci.

Licznie reprezentowane są grupy osób z przedziału 31 – 40 lat (15,7%), a także 41 – 50 lat (13,5%). Te osoby często odwiedzały Piknik całymi rodzinami. Spośród wszystkich pozostałych grup wiekowych, te dwie najczęściej wskazywały jako powód przyścia na imprezę „chęć przybliżenia dzieciom nauki” (szczegółowe omówienie motywów przybycia gości na Piknik znajduje się na stronach 15 - 18).

Wykonywany zawód	Procent
Uczeń	27,1
Student	19,1
Pracownik naukowy	6,2
Nauczyciel	5,1
Pracownik usług/handlu	14,0
Pracownik fizyczny	3,3
Przedsiębiorca	5,6
Wolny zawód	15,7
Inny	4,0
Ogółem	100%

Tabela nr 4

Tabela nr 4 pokazuje, jakie zawody wykonują goście Pikniku Naukowego. Najczęściej wymieniane (po uczniach i studentach) były: wolny zawód (15,7%) oraz pracownik usług/handlu (14%). Można powiedzieć, że dane te odzwierciedlają specyfikę struktury zatrudnienia w Warszawie. Rynek pracy w stolicy charakteryzuje relatywnie duża (w skali kraju) liczba ofert dla specjalistów oraz przedstawicieli wolnych zawodów. Sektor usług oraz handlu jest w Warszawie bardzo rozwinięty.

11,3% gości to pracownicy naukowcy bądź nauczyciele. Jak widać, co dziesiąty z badanych ma codziennie w swojej pracy kontakt z nauką.

Odpowiedź „inny” wskazywały te osoby, dla których podana klasyfikacja nie była wyczerpująca. Wśród tych 4% znajdują się urzędnicy państwowi, emeryci, a także przedstawiciele zawodów, które nie są typowo fizycznymi, np. ogrodnik, czy introligator.

Wykształcenie	Procent
Podstawowe	21,8
Zasadnicze zawodowe	1,9
Średnie	28,4
Pomaturalne	10,4
Wyższe	37,5

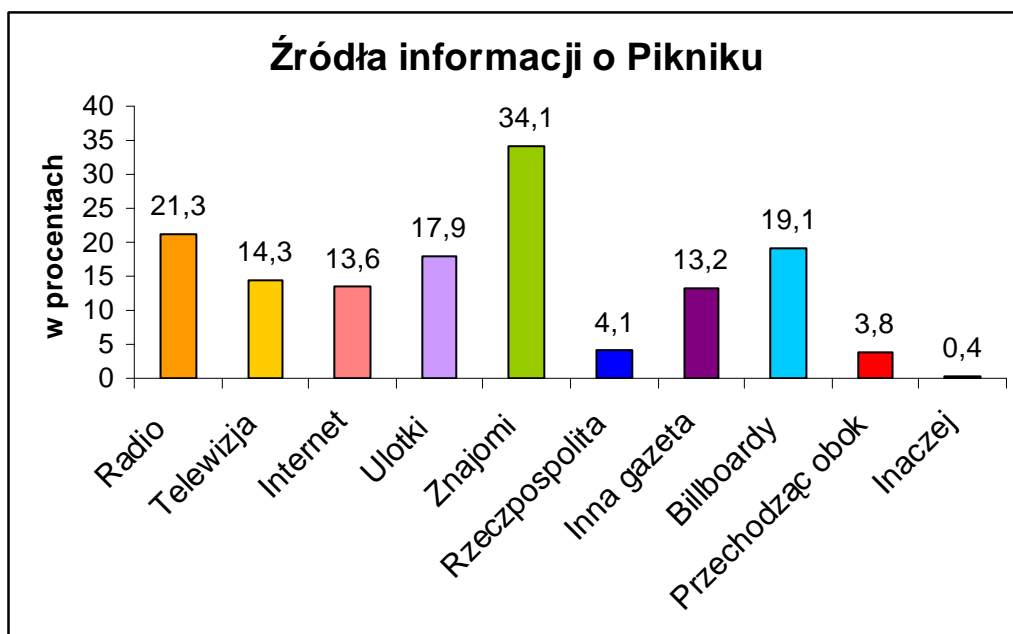
Tabela nr 5

Rozkład wykształcenia gości Pikniku jest zgodny z omówionymi wyżej: wiekiem oraz wykonywanym zawodem. Na Piknik przychodzi specyficzna grupa osób: młodzi, uczący się, studiujący, a także przedstawiciele zawodów wiążących się z koniecznością posiadania dobrego wykształcenia (np. wolne zawody, pracownicy naukowci, nauczyciele).

Należy pamiętać, że 72,6% gości to warszawiacy, a struktura wykształcenia mieszkańców stolicy różni się od struktury wykształcenia całej populacji Polski. Statystyczny warszawiak jest lepiej wykształcony niż statystyczny Polak.

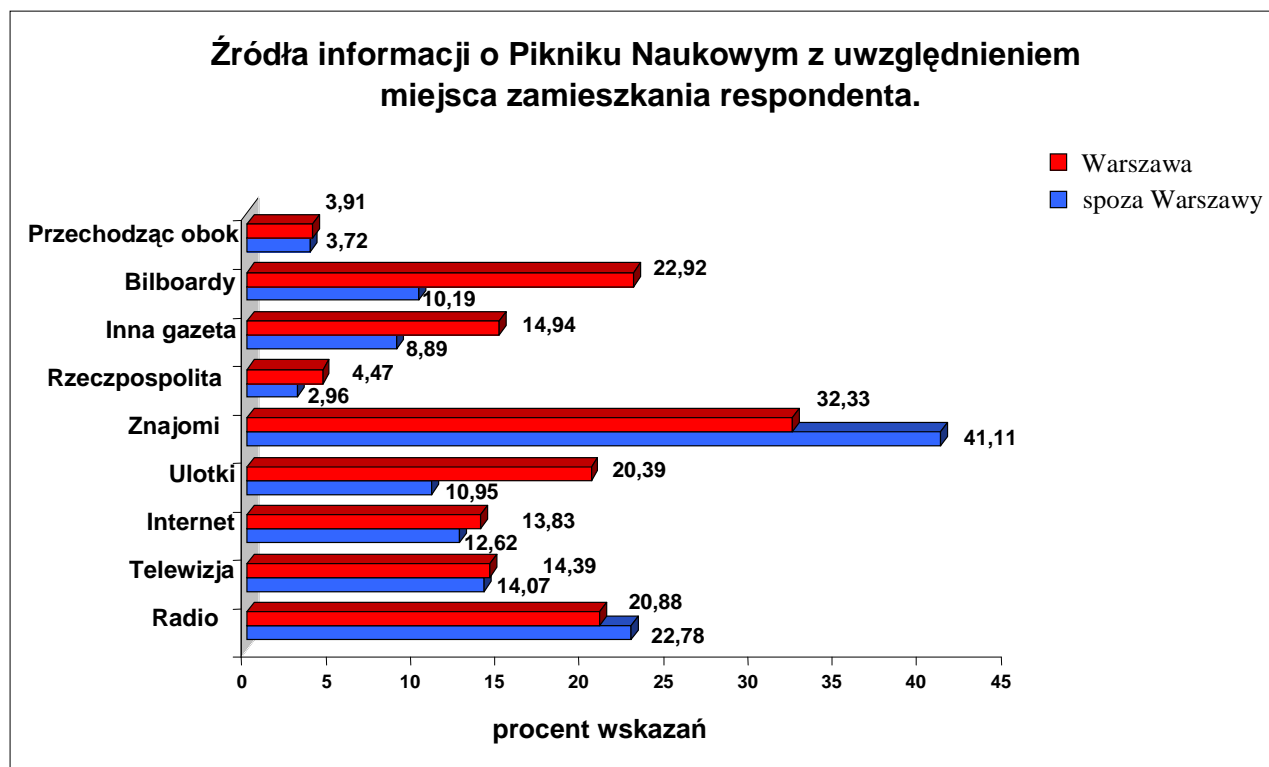
### III. Źródła informacji o Pikniku

Respondenci na początku badania byli proszeni o wymienienie wszystkich źródeł informacji o Pikniku Naukowym, z jakimi się zetknęli.



Wykres nr 1

Podane odpowiedzi zostały następnie pogrupowane według miejsca zamieszkania respondenta, aby sprawdzić, czy istnieją różnice w częstości wskazywania poszczególnych źródeł przez gości z Warszawy oraz spoza Warszawy (patrz: strona nr 9).



Wykres nr 2

Najczęściej wskazywanym źródłem informacji o Pikniku Naukowym są znajomi. Wśród wszystkich gości 34,1% wybrało tą odpowiedź. Jak widać na wykresie nr 2, znajomi częściej są źródłem informacji dla gości spoza Warszawy. Można to tłumaczyć mniejszą liczbą billboardów i ulotek, rozprowadzanych poza stolicą, a także mniejszą liczbą zamówionych ogłoszeń w prasie lokalnej wydawanej w innych miejscowościach. Najlepszą zachętą okazuje się być zatem rekomendacja osób znajomych, którzy z własnych doświadczeń pozytywnie oceniają imprezę i przekonują innych do Pikniku.

Okazuje się, że pomimo kampanii informacyjnej wykorzystującej niemal wszystkie środki przekazu, to perswazja znajomych wygrywa z reklamą. Jak widać, Piknik Naukowy jest imprezą, o której ludzie ze sobą rozmawiają. Ta forma marketingu, zwana „marketingiem szeptanym”, jest niezwykle cenna, ponieważ przekaz informacyjny padający z ust znajomych jest postrzegany jako bardziej wiarygodny i często motywuje do podjęcia określonych działań (w tym przypadku

przyjścia na Piknik). Oprócz tego nic nie kosztuje. W przyszłości w promowaniu kolejnych edycji Pikniku warto rozważyć zaangażowanie znanych i lubianych osób do propagowania idei Pikniku.

Wysoki procent wskazań warszawiaków na billboardy (22,92%) pokazuje, że mieszkańcy stolicy są przyzwyczajeni do tej formy reklamy i zwracają na nią uwagę, poruszając się po mieście. Można przypuszczać, że zamówienie większej liczby billboardów w innych miastach Polski, może spowodować zwiększenie świadomości istnienia imprezy w skali całego kraju.

Kolejne źródło informacji warte omówienia to radio (średnia dla obu grup gości = 21,3%). W ankiecie nie było możliwości wskazania konkretnej stacji, zatem nie wiemy, która z nich była najefektywniejszą informatorką. Ważne jest jednak to, że Polskie Radio dociera wszędzie, nie różnicując słuchaczy na warszawiaków i tych spoza Warszawy. Warto o tym pamiętać planując kampanię reklamową w przyszłych latach.

Należy również wspomnieć o wysokim odsetku wskazań na internet (13,6%). Grupą najliczniej odwiedzającą Piknik są osoby poniżej 30-ego roku życia, dobrze wykształcone, a zatem ci, którzy według statystyk korzystają w Polsce z internetu najczęściej.

## IV. Kategoryzacja gości Pikniku

W celu poznania, jakie grupy osób przychodzą na Piknik, poprosiliśmy badanych, aby powiedzieli, do jakiej kategorii gości się zaliczają. Mieli możliwość przypisania się do dowolnej liczby spośród sześciu zaproponowanych kategorii. Tabela nr 4 pokazuje, jak odpowiadali.

Odpowiedzi:	Procent
Osoba zainteresowana konkretnymi stanowiskami i pokazami	36,8
Rodzinna wyprawa na Piknik	35,4
Osoba związana z instytucjami obecnymi na Pikniku	22,9
Przypadkowy spacerowicz	18,4
Słuchacz organizatora zadowolony imprezą	10,4
Okoliczny mieszkaniec	6,9

Tabela nr 6

Goście pikniku najczęściej określali siebie jako osoby zainteresowane konkretnymi stanowiskami i pokazami, oraz członkowie rodzinnych wypraw na piknik. Obie te kategorie wybrało ponad 1/3 rozmówców. Około co piąty gość określa siebie jako osoba związana z instytucjami obecnymi na Pikniku. Tyle samo osób określa się jako przypadkowy spacerowicz. Co dziesiąty gość to słuchacz organizatora, a co 20-y to okoliczny mieszkaniec.

Aby bardziej dogłębnie poznać i zanalizować poszczególnych gości spójrzmy na wykres nr 3 (str.12). Przedstawia on kategoryzację gości Pikniku z uwzględnieniem miejsca zamieszkania.



Wykres nr 3

Powyższy wykres nr 3 pokazuje, że Piknik Naukowy jest wśród warszawiaków postrzegany jako impreza dla całej rodziny, gdzie każdy znajdzie coś dla siebie. W obu ilustrowanych grupach gości widać wysoki odsetek wskazań na odpowiedź „rodzinna wyprawa na Piknik”. Te dane pozwalają sądzić, że dzieci mają wpływ na sposób spędzania wolnego czasu swojej rodziny.

Ankietowani goście często określali siebie też jako „osoby zainteresowane konkretnymi stanowiskami i pokazami” (warszawiacy – 36,4% wskazań, spoza Warszawy – 39,7% wskazań). Świadczy to o tym, że wiedzą, czego mogą spodziewać się po imprezie. Piknik Naukowy jest przez nich słusznie identyfikowany jako wydarzenie prezentujące dorobek różnych dziedzin wiedzy. Oczekują, że będą na nim mogli obserwować pokazy objaśniające i popularyzujące naukę w przystępny, a jednocześnie widowiskowy sposób.

Interesujący jest wysoki odsetek wskazań na odpowiedź „osoba związana z instytucjami obecnymi na Pikniku” (warszawiacy - 22,6%, spoza Warszawy - 25,4%). Warto w tym miejscu wrócić do wykresu nr 2, który ilustruje źródła informacji o Pikniku. Najczęściej wskazywaną odpowiedzią byli „znajomi”. Można zatem przypuszczać, że przedstawiciele organizacji obecnych na Pikniku to osoby, które najskuteczniej motywują znajomych do uczestnictwa w imprezie.

Goście spoza Warszawy niemal dwukrotnie częściej niż Warszawiacy wskazywali odpowiedź „słuchacz organizatora”.

Bardzo istotną informację stanowi to, czy goście odwiedzający 10-y Piknik Naukowy byli na wcześniejszych edycjach imprezy, czy też zawitali w tym roku pierwszy raz.

### Który raz odwiedza Pan/i Piknik Naukowy?

Odpowiedzi:	Procent
Pierwszy raz	52,5
Kolejny raz	47,5

Tabela nr 7

Jak widać w tabeli nr 67 prawie połowa ankietowanych (47,5%) odwiedziła Piknik Naukowy kolejny raz. To dobra informacja, ponieważ dowodzi, że wcześniejsza edycja była dla uczestników interesująca i Piknik został uznany za imprezę godną powtórzenia. Ludzie chętnie wracają tylko tam, gdzie dobrze się czują i spodziewają się powtórki pozytywnych doświadczeń.

Wysoki odsetek stałych bywalców pozwala sądzić, że spora część tegorocznych debiutantów (52,5%) pojawi się na Pikniku w przyszłym roku. Jeżeli połączymy tę informację z faktem, że najczęściej wskazywanym źródłem wiedzy o imprezie są znajomi, to możemy się spodziewać, iż debiutanci przyprowadzą za rok nowych gości, a ci następnych. Dane omówione w dalszej części raportu również to potwierdzają.

Szczegółowe dane, rozwijające kategorię „kolejny raz” znajdują się w tabeli nr 8, zamieszczonej poniżej.

### Który dokładnie raz odwiedza Pan/i Piknik Naukowy?

Odpowiedzi:	Procent
1	52,5
2	16,5
3	11,8
4	4,6
5	2,4
6	0,7
7	0,7
8	0,7
9	0,3
10	1,5
Kolejny, ale nie pamiętam, który	8,2

Tabela nr 8

Warto zauważyć, że blisko co piąta (19,5%) osoba uczestniczyła już w 3-6 edycjach imprezy. Te osoby można uznać za lojalnych Piknikowiczów. Spora grupa - 16% już drugi raz zdecydowała się wziąć udział w Pikniku Naukowym.

Osoby, które deklarowały obecność na wcześniejszych edycjach Pikniku, były proszone o ogólną ocenę tegorocznej imprezy w porównaniu do ostatnio odwiedzonej.

### Ogólna ocena tegorocznego Pikniku w porównaniu do poprzedniego, w którym brał/a Pan/i udział.

(pytanie zadane tylko tym respondentom, którzy deklarowali obecność na wcześniejszych edycjach Pikniku)

Ocena Pikniku Naukowego:	Procent
dużo bardziej interesujący	11,0
bardziej interesujący	39,8
tak samo interesujący	33,9
mniej interesujący	5,1
trudno powiedzieć	10,2

Tabela nr 9

Aż 50,8% ankietowanych uznało tegoroczną edycję imprezy za „bardziej interesującą” niż poprzednia, w której uczestniczyli. Można zatem mówić o rosnącej w ocenach gości Pikniku atrakcyjności imprezy. Kolejne 33,9% badanych deklaruje, że w tym roku Piknik jest „tak samo interesujący”. Tendencja do pozytywnej oceny stanowi dowód, że wysiłki Radia Bis oraz organizacji biorących udział w imprezie są zauważane i doceniane przez gości.

Należy zwrócić uwagę na znikomy procent ocen negatywnych (5,1%). Nikt z ankietowanych nie wskazał odpowiedzi „dużo mniej interesujący”.

## V. Powody przyścia na Piknik Naukowy

Spójrzmy co motywuje gości do odwiedzenia Pikniku Naukowego.



Wykres nr 4

W pytaniu o powody przyścia na Piknik Naukowy można było zaznaczyć kilka odpowiedzi. Jak widać na wykresie nr 4, najczęściej wskazywanym powodem przyścia na Piknik Naukowy jest „chęć spędzenia ciekawie sobotniego dnia” – aż 58,35% respondentów wybrało tę odpowiedź. Niewiele niższy jest procent wskazań na odpowiedź „chęć poszerzenia wiedzy” – 50,05%.

Kombinacja trzech pierwszych powodów (dwa wyżej wymienione oraz różnorodność tematyczna stanowisk wybraną przez co trzeciego respondenta) pozwala wysnuć wniosek, że goście odwiedzający Piknik Naukowy są świadomi charakteru tej imprezy. Identyfikują ją jako przedsięwzięcie ciekawe, poszerzające wiedzę, a przy tym różnorodne, jeśli chodzi o prezentowane treści.

Warto zwrócić uwagę na „obecność” dzieci w motywach przyścia na Piknik. Co piąta osoba (22,6%) deklaruje, że „chęć przybliżenia dzieciom nauki” stanowiła jeden z powodów

pojawienia się na imprezie. Przymuszczalnie rodzice, jako osoby odpowiedzialne za edukację dzieci, traktują Piknik Naukowy jako ciekawą alternatywę dla formalnej edukacji szkolnej.

Co czwarta osoba (23,52%) wskazała jako powód „uczestnictwo we wcześniejszych edycjach Pikniku”. Biorąc pod uwagę, że 47,5% gości odwiedza Piknik kolejny raz, można się zastanowić, dlaczego fakt uczestnictwa w poprzednich edycjach nie jest wskazywany częściej. Wyjaśnieniem tej sytuacji może być fakt, iż dla uczestników ważniejsza jest różnorodność, prezentowane pokazy, chęć poszerzenia wiedzy, a nie tylko obecność na wcześniejszej edycji.

Badani byli proszeni o wybór głównego powodu przyścia na Piknik spośród wszystkich, które zaznaczyli. Kolejna tabela nr 10 pokazuje główne powody wskazywane przez respondentów oraz różnice w opiniach między kobietami, a mężczyznami

### Główny powód przyścia na Piknik w zależności od płci respondenta

Główny powód	Mężczyźni	Kobiety	Ogółem
Chęć spędzenia ciekawie sobotniego dnia	30,7%	28,1%	29,3%
Uczestnictwo we wcześniejszych edycjach Pikniku	8,3%	6,6%	7,4%
Pokazy na konkretnym stanowisku	9,3%	9,1%	9,2%
Chęć poszerzenia wiedzy	27,9%	24,7%	26,2%
Różnorodność tematyczna stanowisk	6,1%	7,8%	7,0%
Dzieci namówiły mnie do przyścia	2,8%	2,1%	2,4%
Zorganizowany wyjazd przez nauczyciela/uczelnię/pracodawcę itp.	1,8%	2,9%	2,4%
Przekonująca reklama	1,5%	1,6%	1,5%
Chęć przybliżenia dzieciom nauki	11,0%	16,1%	13,7%
Inne	,8%	1,0%	,9%
<b>Ogółem:</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

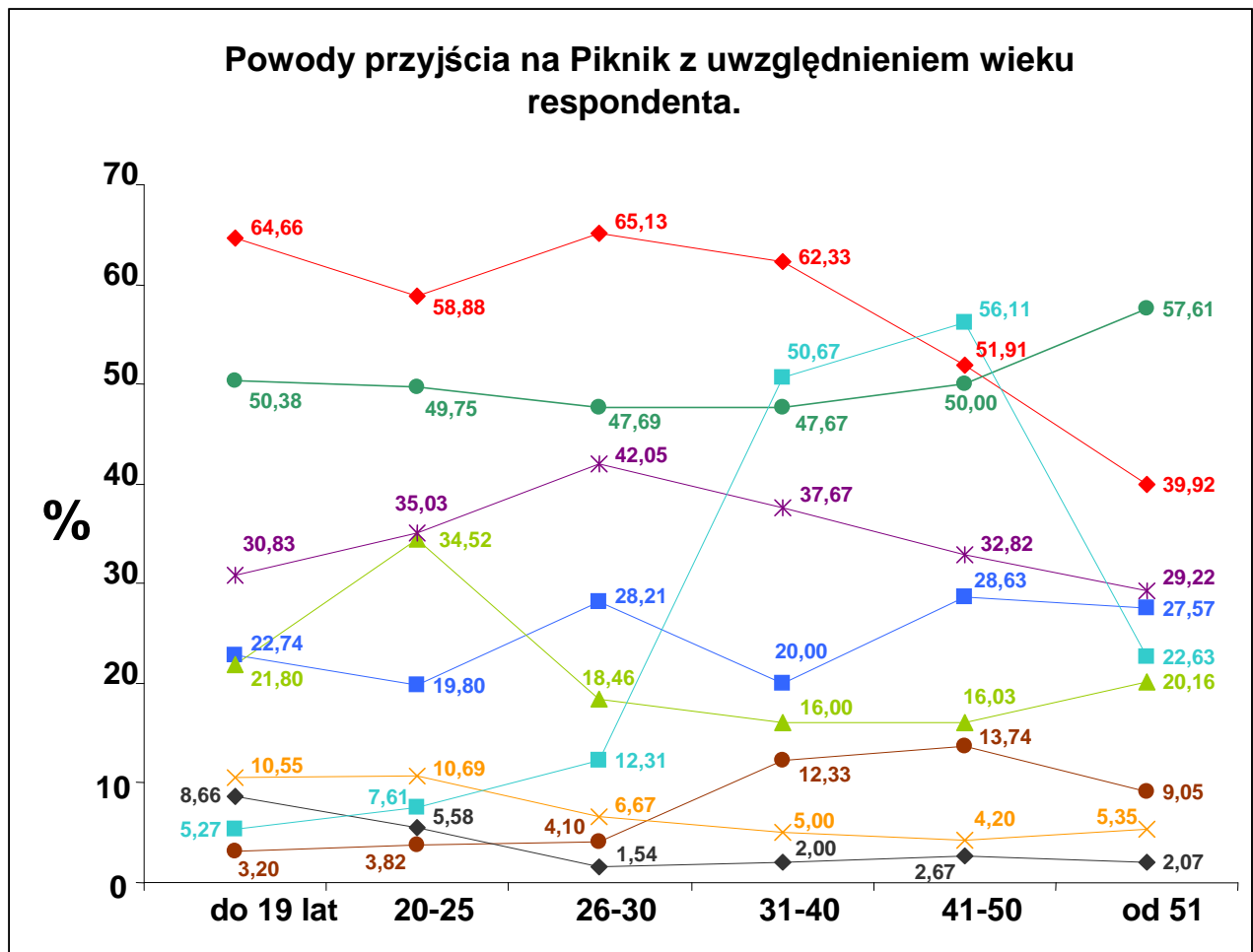
Tabela nr 10

Jako główny powód najczęściej wskazywana była „chęć spędzenia ciekawie sobotniego dnia” oraz „chęć poszerzenia wiedzy” (Pierwszą odpowiedź wybrało prawie 30% badanych, a drugą nieco więcej niż 25%). Ta kolejność jest zgodna z danymi opisanymi na wcześniejszym

wykresie. Na trzecim miejscu znalazła się chęć przybliżenia nauki dzieciom. Pozostałe powody wybrało mniej niż 10% badanych.

Nie ma większych różnic w wyborach głównych powodów między kobietami, a mężczyznami. Jedynie mężczyźni nieco częściej jako główny powód wskazują „chęć spędzenia ciekawie sobotniego dnia”. Można to tłumaczyć pewnymi typowymi dla naszej kultury wzorcami zachowań. Mężczyźni częściej w otwarty sposób deklarują potrzebę zabawy i przyjemności. Kobiety częściej przyznają się do „chęci przybliżenia dzieciom nauki” (różnica 5%).

Poniższy wykres nr 5 obrazuje, jakie powody wskazywali goście z poszczególnych grup wiekowych.



Wykres nr 5

- ◆ Chęć spędzenia ciekawie sobotniego dnia
- ▲ Pokazy na konkretnym stanowisku
- \* Różnorodność tematyczna stanowisk
- ◆ Zorganizowany wyjazd
- Chęć przybliżenia dzieciom nauki
- Wcześniejsze edycje Pikniku
- Chęć poszerzenia wiedzy
- Dzieci namówiły mnie do przyścia
- × Przekonująca reklama

We wszystkich grupach wiekowych wysokie miejsce zajmuje „chęć spędzenia ciekawie sobotniego dnia”.

Warto zwrócić uwagę na dwie najstarsze grupy wiekowe: Najczęściej wskazywanym w grupie „41–50 lat” powodem była „chęć przybliżenia dzieciom nauki”, zaś w grupie ponad ”50 i więcej lat”: „chęć poszerzenia wiedzy”.

Komentując odpowiedzi osób powyżej 50-ego roku życia można zaryzykować stwierdzenie, że są to osoby najbardziej świadome charakteru imprezy.

## VI. Ocena Pikniku Naukowego – ogólna oraz szczegółowa

Badani mieli okazję wypowiedzieć się, jak oceniają Piknik jako całość oraz jak oceniają wybrane jego elementy.

### Średnia ocena wybranych elementów Pikniku w zależności od płci respondenta

Płeć	dobór pokazów	rozmieszczenie stanowisk	prezentacje na scenie	materiały informacyjne	fachowość obsługi informacyjnej
mężczyźni	4,48	4,04	4,01	4,10	4,53
kobiety	5,01	4,57	4,22	4,47	4,82
Ogółem	4,75	4,31	4,12	4,30	4,68

Tabela nr 11

W pytaniach o ocenę Pikniku zastosowana została szkolna skala ocen, gdzie 1 oznacza ocenę najniższą, zaś 6 – najlepszą.

Średnia ocena poszczególnych elementów Pikniku Naukowego dokonana przez uczestników jest bardzo dobra. Wszystkie elementy miały średnią ocenę przekraczającą 4. Niektóre zbliżyły się nawet do 5. Najwyżej oceniono dobór pokazów – 4,75% oraz fachowość obsługi informacyjnej 4,68%.

Warto zauważyć, że kobiety oceniły wszystkie elementy lepiej niż zrobili to mężczyźni. Może to wynikać z faktu, że kobiety zwykle wystawiają lepsze oceny niż mężczyźni. Nie ma jednak między nimi większych różnic.

## Ocena Pikniku w zależności od płci respondenta

Płeć	Średnia ocena tegorocznego Pikniku Naukowego
mężczyźni	4,79
kobiety	5,12
<b>Ogólna</b>	<b>4,96</b>

Tabela nr 12

Zgodnie z przyjętą szkolną skalą ocen od 1 do 6, ocena tegorocznego Pikniku to „5” – bardzo dobra. Kobiety oceniły Piknik nieco wyżej, na „5” z małym plusem.

Ogólna średnia ocena Pikniku jest jeszcze wyższa niż ocena poszczególnych jego elementów. Wynika z tego, że uczestnicy byli bardzo zadowoleni z przybycia na imprezę. Wszystko wskazuje na to, że zostały spełnione ich oczekiwania i powody, dla których przyszli. Kolejna tabela nr 13 pokazuje rozkład wystawionych ocen. Jak widać w tabeli nr 13, nikt nie wystawił Piknikowi oceny mniejszej niż „3”.

## Oceny wystawiane Piknikowi Naukowemu

Ocena:	Procent
3	12,5
4	16,8
5	62,9
6	17,8

Tabela nr 13

## VII. Zgodność opinii gości z wybranymi stwierdzeniami dotyczącymi Pikniku

Poniższe 3 tabele pokazują, w jakim stopniu respondenci zgadzali się z poszczególnymi opiniami, dotyczącymi Pikniku Naukowego.

Została zastosowana 6 – stopniowa skala, gdzie „1” oznacza – „zupełnie się nie zgadzam”, zaś „6” – „całkowicie się zgadzam”.

Opinie zostały pogrupowane w 3 tabele według otrzymanej oceny, zatem w pierwszej tabeli znajdują się te, które spotkały się z najwyższą aprobatą.

<b>OPINIE:</b>	<b>Stopień zgody z opinią</b>
1 - Piknik Naukowy to dobry sposób na spędzenie sobotniego popołudnia.	5,47
2 - Cieszę się, że zdecydowałam/zdecydowałem się przyjść na Piknik.	5,4
3 - Pokazy na Pikniku przekonały mnie, że nauka jest potrzebna społeczeństwu.	5,12
4 - Pokazy na Pikniku przekonały mnie, że nauka jest ciekawa.	4,88

Tabela nr 14

Jak widać, opinie, z którymi goście najbardziej się zgadzają, to: „Piknik Naukowy to dobry sposób na spędzenie sobotniego dnia” oraz „Cieszę się, że zdecydowałem się przyjść na Piknik”. Dane przedstawione w tabeli nr 14 są zgodne z najczęściej podawanymi powodami przyjścia.

Wysoki stopień zgody z opinią o roli nauki w społeczeństwie (5,12) oraz z opinią mówiącą, że nauka jest ciekawa (4,88) to kolejne dowody na to, iż goście znają charakter imprezy. Piknik ma pozytywny wpływ na poglądy gości dotyczące nauki.

<b>OPINIE:</b>	<b>Stopień zgody z opinią</b>
5 - Piknik Naukowy przybliżył mi warsztat pracy naukowców.	3,99
6 -Udział w Pikniku zachęcił mnie do samodzielnego poszerzenia wiedzy z jednej z prezentowanych dziedzin.	3,55
7-Mogłem bez problemu obserwować prezentację interesujących mnie stanowisk.	3,44

Tabela nr 15

Wyniki zawarte w tabeli nr 15 pokazują, że Piknik przybliżył gościom warsztat pracy naukowców. Średni stopień zgody tą opinią wynosi blisko 4. Można zatem stwierdzić, iż pokazy prezentowane przez poszczególne organizacje są klarowne i zapadają w pamięć. Uczestnicy mają dzięki temu poczucie, że po wizycie na imprezie lepiej wiedzą, na czym polega praca naukowca.

Opinia nr 6 dotyczy deklarowanej chęci poszerzenia wiedzy. Średni stopień zgody wynosi w tym wypadku 3,5. Biorąc pod uwagę, że samodzielne poszerzanie wiedzy często łączy się z wysiłkiem i wymaga nakładu czasu, można uznać to 3,5 za wynik zadowalający.

Stopień zgody z opinią nr 7 odzwierciedla trudności, jakie mieli niektórzy goście z dostępem do interesujących ich stanowisk. W ankietach, w pytaniu otwartym, dotyczącym „plusów” i „minusów” Pikniku (szczegółowe omówienie w dalszej części Raportu), powszechne było narzekanie na uciążliwość tłumu. Zwracano również uwagę na małą widoczność wnętrza namiotów, a co za tym idzie, odbywających się w nich pokazów. Ma to związek z wysokością stolików, na których umieszczony był sprzęt, wykorzystywany przy prezentacjach eksperymentów.

<b>OPINIE:</b>	<b>Stopień zgody z opinią</b>
8 - W poznawaniu prezentowanych stanowisk przeszkadza mi nagłośnienie ze sceny.	2,38
9 - Miałem problemy ze znalezieniem stanowiska, które mnie interesowało.	2,28

Tabela nr 16

Jak widać, nagłośnienie ze sceny nie zostało przez badanych uznane za zbyt uciążliwe. Stopień zgody opinią nr 8 równy 2,38 jest relatywnie niski, w porównaniu do stopni zgody z pozostałymi opiniami.

Podobnie można stwierdzić, iż trudności ze znalezieniem konkretnych stanowisk nie były na tyle uciążliwe, aby znacząco uprzykrzyć gościom wizytę na imprezie.

## VIII. Wpływ Pikniku Naukowego na poziom wiedzy gości

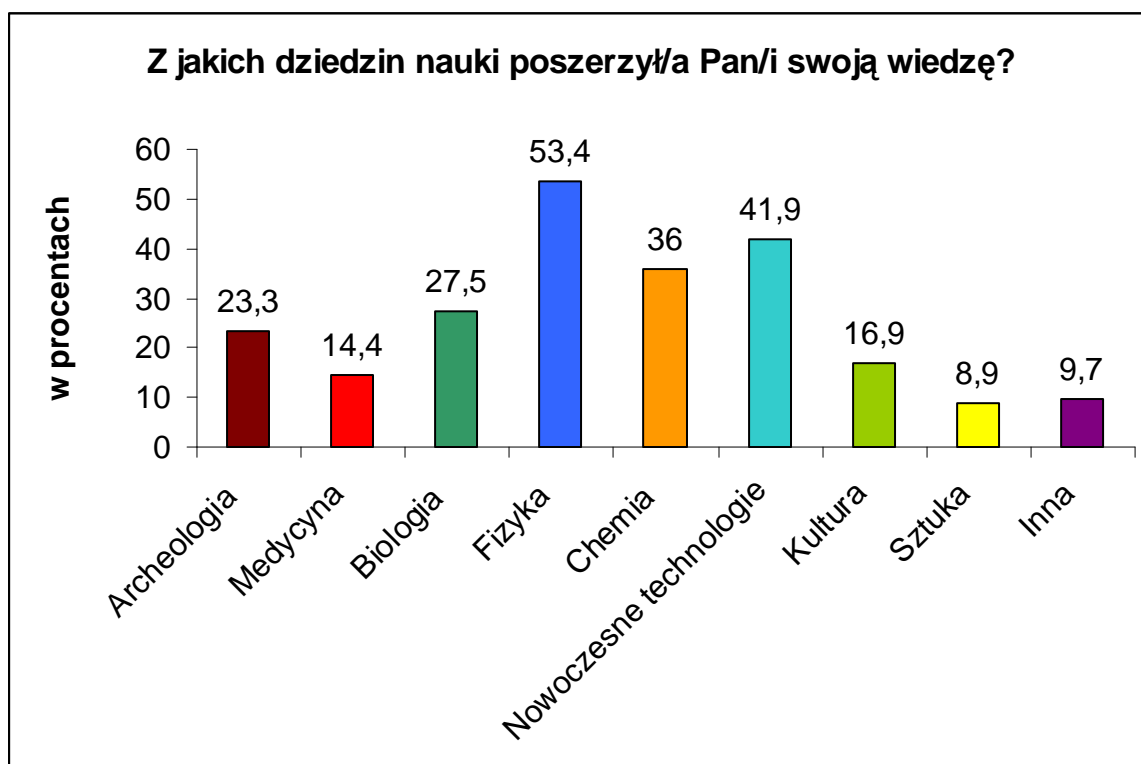
**Czy ma Pan/i poczucie, że uczestnicząc w Pikniku Naukowym poszerzył/a wiedzę?**

<b>Poczucie poszerzenia wiedzy</b>	<b>Procent</b>
Zdecydowanie tak	22,6
Raczej tak	54,2
Raczej nie	18,4
Zdecydowanie nie	1,4
Trudno powiedzieć	3,5
<b>OGÓŁEM</b>	<b>100,0</b>

Tabela nr 17

Blisko 77% (zsumowane odpowiedzi „zdecydowanie tak” oraz „raczej tak”) badanych opuszcza Piknik Naukowy z poczuciem, że poszerzyli swoją wiedzę. Co piąta osoba (22%) deklaruje *zdecydowany* wzrost poziomu wiedzy. Można zatem uznać, że Piknik w efektywny sposób popularyzuje naukę

Osoby, które zadeklarowały wzrost poziomu wiedzy, zostały poproszone o wymienienie wszystkich dziedzin nauki, z których na Pikniku poszerzyły wiedzę. Odpowiedzi na to pytanie ilustruje wykres nr 7 (str. 27)



Wykres nr 7

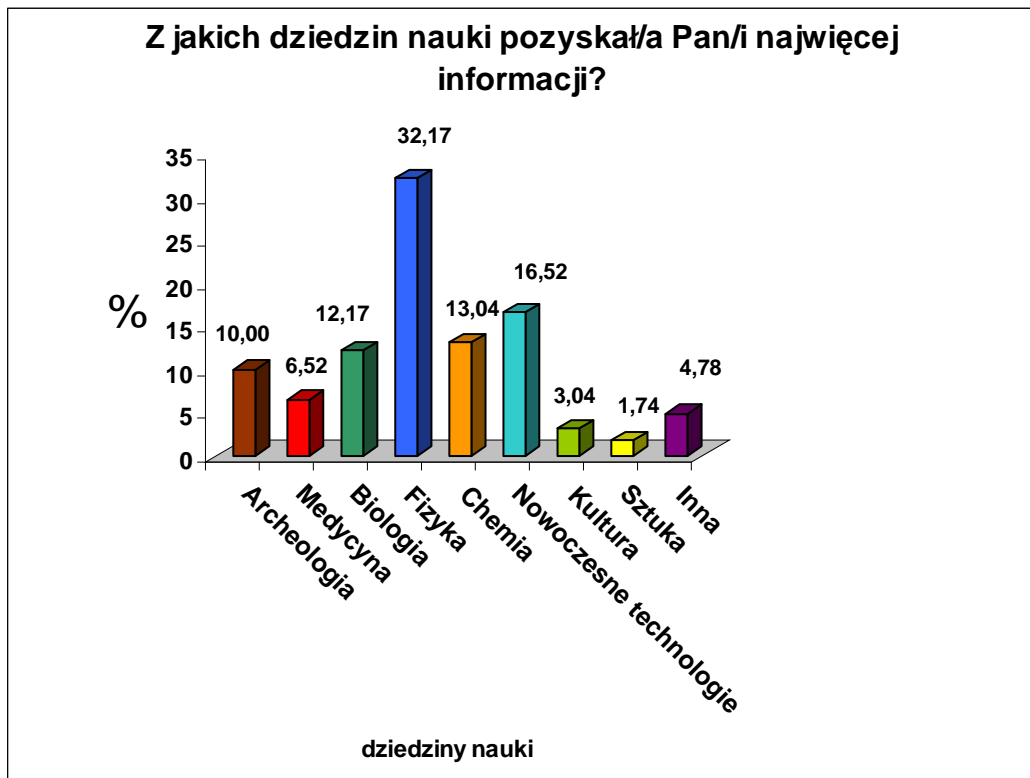
Odpowiadając na to pytanie można było wskazać kilka dziedzin nauki.

Jak widać, fizyka była najczęściej wskazywaną dziedziną nauki (53,4%). Przypuszczalnie ma na to wpływ widowiskowość pokazów organizowanych w namiotach instytucji fizycznych oraz atrakcyjny sprzęt, jaki tym pokazom towarzyszy. Jeśli połączymy te 53,4% z procentami wskazań na chemię (trzecią ze względu na liczbę wskazań), to uzyskujemy łączny odsetek równy 89,4. Tak częste zaznaczanie nauk ścisłych można tłumaczyć faktem, że są one prezentowane na Pikniku w formie atrakcyjnych eksperymentów, co ułatwia widzom zapamiętanie prezentacji. Biologia (27,5%) również wykorzystała szansę, jaką daje Piknik, i zapadła gościom w pamięć.

Nowoczesne technologie, będące hasłem przewodnim tegorocznej edycji imprezy, znajdują się na drugim miejscu (41,9%). Udało się zatem zrealizować główny motyw 10-ego Pikniku Naukowego i przybliżyć uczestnikom zawłości współczesnej techniki, elektroniki oraz świata komputerów.

Co czwarta osoba wskazała archeologię. Wioska archeologiczna oraz przygotowane w niej atrakcje, angażujące widownię, skutecznie zapadły w pamięć.

Wykres nr 8 ilustruje, z jakich konkretnie dziedzin ankietowani uzyskali najwięcej informacji. Można było wskazać tylko jedną dziedzinę.



Wykres nr 8

Jak widać, dziedziny nauki, z których ankietowani uzyskali najwięcej informacji, a zatem fizyka, nowoczesne technologie, chemia, biologia, to te same dziedziny, które wskazywane były w odpowiedzi na wcześniejsze pytanie. Kolejność wskazywania poszczególnych dziedzin jest identyczna jak na wykresie nr 7.

## IX. Zmiany w postrzeganiu roli nauki w społeczeństwie pod wpływem Pikniku

Aby zweryfikować hipotezę, że Piknik Naukowy ma wpływ na postrzeganie przez gości roli nauki w społeczeństwie, zadaliśmy im pytanie wprost: Czy Piknik Naukowy zmienił sposób, w jaki postrzega Pan/i rolę nauki w społeczeństwie? Opinie respondentów przedstawia wykres nr 9.



Wykres nr 9

Jak widać na powyższym wykresie nr 9, aż 57,6% badanych deklaruje, że Piknik Naukowy zmienił ich postrzeganie roli nauki w społeczeństwie (zsumowany % odpowiedzi „Zdecydowanie tak...” oraz „Tak...”). Dzięki wizycie na imprezie mieli okazję przekonać się, że nauka jest wszechobecna w codziennym życiu. Świadczy to o tym, iż Piknik spełnia swe zadanie propagowania nauki i zwiększa u gości świadomość znaczenia różnych dziedzin wiedzy.

Na powyższym wykresie zwraca uwagę brak wskazań odpowiedzi „Moim zdaniem rozwój nauki nie ma większego wpływu na życie zwykłych ludzi”. Można to interpretować przynajmniej na dwa sposoby:

Po pierwsze - Piknik spełnia swoje zadanie i jest jednoznacznie identyfikowany jako impreza naukowa. Przychodzą tu osoby, które znają charakter imprezy i mają pozytywne zdanie na temat roli nauki. Taka grupa osób nie może zatem zakreślić odpowiedzi mówiącej o znikomym wpływie nauki na życie ludzi, gdyż jest ona sprzeczna z ich poglądami.

Po drugie - Piknik Naukowy to impreza jednoznacznie identyfikowana jako naukowa, zatem osoby, które nauką się nie interesują lub jej nie uznają, po prostu na Piknik nie przychodzą. Skoro jednak tak wysoki odsetek osób deklaruje zmianę poglądu na rolę nauki pod

wpływem Pikniku, można przypuszczać, iż gdyby udało się zachęcić osoby mało interesujące się nauką do przyjsia, one również zmieniłyby zdanie.

39,9% respondentów zaznaczyło odpowiedź „Nie, Piknik tylko potwierdził moje dotychczasowe przekonania”. Stanowi to kolejny dowód na prawidłowe identyfikowanie przez gości charakteru imprezy oraz potwierdza, że znaczną grupę Piknikowiczów stanowią osoby o wyrobionych przekonaniach na temat nauki.

Sprawdziliśmy, czy występują różnice między kobietami a mężczyznami w odpowiedziach na pytanie o rolę nauki w społeczeństwie. Poniższa tabela nr 18 ilustruje wyniki tej analizy.

### Zmiany w postrzeganiu roli nauki w społeczeństwie w zależności od płci.

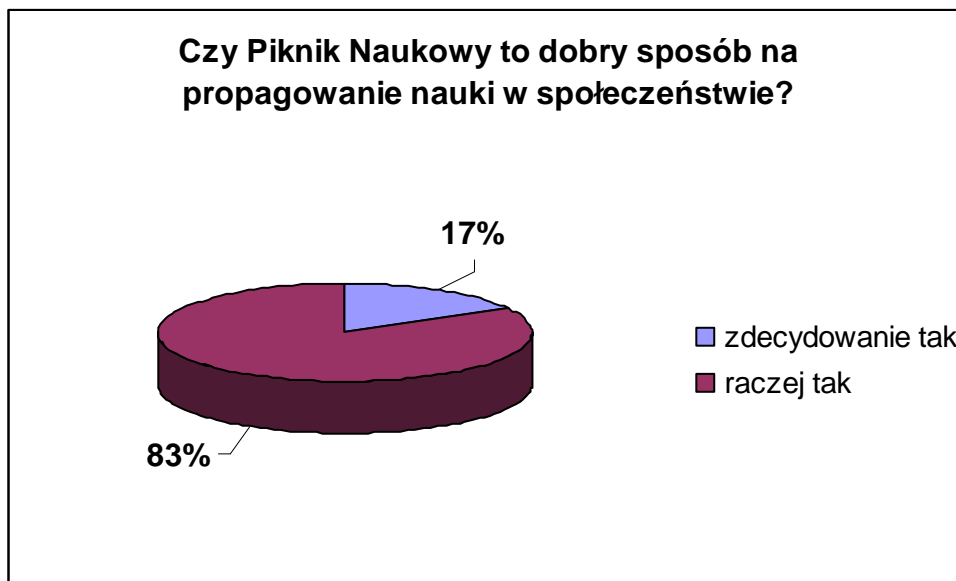
Opinie:	Mężczyźni	Kobiety	Ogółem
Zdecydowanie tak, do tej pory nie zdawałem/zdawałam sobie sprawy z tego jak bardzo nauka jest wszechobecna w naszym życiu	11,8%	15,0%	13,4%
Tak, Piknik pokazał mi nowe rejony, w których nauka może być wykorzystana	38,2%	49,7%	44,2%
Uważam, że w życiu społeczeństwa są ważniejsze sprawy np. tradycja, kultura, religia	1,5%	3,3%	2,5%
Nie, Piknik tylko potwierdził moje dotychczasowe przekonania	48,5%	32,0%	39,9%
<b>Ogółem:</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Tabela nr 18

Kobiety częściej niż mężczyźni deklarują zmianę poglądów na temat roli nauki. W przypadku opinii „ Tak, Piknik pokazał mi nowe rejony...” różnica wynosi aż 10,5%, natomiast jeśli chodzi o opinię „Zdecydowanie tak...”, różnica wynosi 3,2%. Podobnie jak w przypadku różnic we wskazywaniu głównego powodu przyjsia na Piknik, tak i te różnice można tłumaczyć pewnymi typowymi dla naszej kultury wzorcami zachowań. Kobiety z większą łatwością przyznają się do zmiany zdania. Możliwe jest też inne wytłumaczenie tego zjawiska. Mężczyźni mogą stanowić grupę o bardziej sprecyzowanych poglądach na temat nauki. Procent wskazań na odpowiedź: „Nie, Piknik tylko potwierdził moje dotychczasowe przekonania” w przypadku mężczyzn wynosi 48,5, zaś u kobiet 32.

## X. Piknik Naukowy jako sposób na propagowanie nauki w społeczeństwie.

Jednym z ostatnich pytań zadanych respondentom była prośba o wypowiedzenie się, czy uważają Piknik Naukowy za dobry sposób na propagowanie nauki w społeczeństwie.



Wykres nr 10

Wykres nr 10 ilustruje rozkład odpowiedzi na pytanie „Czy Piknik Naukowy to dobry sposób na propagowanie nauki w społeczeństwie?”. Wszyscy ankietowani udzielili odpowiedzi twierdzącej. Nikt nie wskazał pozostałych trzech wariantów odpowiedzi: „raczej nie”, „zdecydowanie nie”, „trudno powiedzieć”.

Goście pozytywnie oceniają pomysł popularyzowania nauki w trakcie całonocnej imprezy plenerowej. Akceptują pokazy i wystawy przygotowane przez organizatorów, doceniają tę formę edukacji.

## XI. Wpływ Pikniku na aktywność intelektualną gości

Jednym z celów badania było sprawdzenie, czy Piknik Naukowy zachęca gości do podjęcia prób samodzielnego poszerzania wiedzy. Poniższe dwie tabele prezentują uzyskane odpowiedzi.

<b>Czy ma Pan/i poczucie, że po Pikniku Naukowym chętnie:</b>	Zdecydowanie tak	Raczej tak	<b>Odpowiedzi na tak*</b>	Raczej nie	Zdecydowanie nie	<b>Odpowiedzi na nie**</b>	Trudno powiedzieć
Kupi /zaprenumeruje pismo naukowe.	8,5%	20,5%	<b>29,0 %</b>	38,5%	24,7%	<b>63,2 %</b>	7,8%
Wysłucha audycji radiowej o tematyce naukowej.	25,0%	35,9%	<b>60,9%</b>	19,7%	14,8%	<b>34,5 %</b>	4,6%
Obejrzy popularnonaukowy program telewizyjny.	43,7%	40,1%	<b>83,8 %</b>	7,4%	6,0%	<b>13,4 %</b>	2,8%
Pójdzie do muzeum/obserwatorium/na wystawę.	33,2%	37,8%	<b>71,0 %</b>	17,0%	8,1%	<b>25,1 %</b>	3,9%
Przeczyta książkę o tematyce popularnonaukowej	28,6%	26,1%	<b>54,7 %</b>	25,1%	14,1%	<b>39,2 %</b>	6,0%

Tabela nr 19

\* - zsumowany % odpowiedzi „zdecydowanie tak” oraz „raczej tak”

\*\* - zsumowany % odpowiedzi „raczej nie” oraz „zdecydowanie nie”

Tabela nr 15 pokazuje deklaracje gości Pikniku, dotyczące różnych rodzajów aktywności intelektualnej. Jak widać, ankietowani najczęściej przyznają się do chęci obejrzenia popularnonaukowego programu telewizyjnego (83,8%). Ta forma dokształcania się jest

ogólnodostępna, nic nie kosztuje. Telewizja stanowi atrakcyjne medium, operuje obrazem, dźwiękiem, a także możliwością odtworzenia wybranego programu w dowolnym czasie (po uprzednim nagraniu go). Obejrzenie programu telewizyjnego to aktywność stosunkowo mało angażująca. Warto w tym miejscu dodać, że współcześnie realizowane telewizyjne programy naukowe są przygotowywane z ogromną dbałością o każdy element: zaczynając od doboru treści, na podkładzie muzycznym skończywszy. Można zatem traktować czas spędzony na oglądaniu programu naukowego również jako rozrywkę.

Chęć pójścia do muzeum/obserwatorium/na wystawę naukową deklaruje 71% badanych. To ważna informacja, biorąc pod uwagę fakt, że taka wizyta zwykle wiąże się z wydatkami (opłata za wstęp) oraz koniecznością wcześniejszego jej zaplanowania (ograniczone godziny otwarcia danej instytucji, dojazd). Okazuje się, że goście Pikniku to osoby chętne odwiedzać miejsca, gdzie mogą zobaczyć coś ciekawego.

Gotowość wysłuchania audycji radiowej wykazuje 60,9% badanych. Ten sposób poszerzenia wiedzy wydaje się być najmniej angażującym ze wszystkich umieszczonych w tabeli. Można jednocześnie słuchać radia i wykonywać inne czynności. To pokazuje, jak duży potencjał popularyzowania nauki tkwi również w radiu.

Spośród wszystkich wymienionych rodzajów aktywności intelektualnej, z najmniejszą aprobatą spotkało się zakupienie/prenumerata pisma naukowego (29%). Przepuszczalnie ma to związek z finansowym aspektem tej propozycji oraz słabą znajomością rynku prasy naukowej.

Ważną grupę wśród uczestników Pikniku stanowią uczniowie. Tej grupie zadane zostały dodatkowe pytania, aby sprawdzić, czy Piknik Naukowy zachęcił ją do poszerzenia wiedzy. Wyniki prezentuje poniższa tabela nr 19.

<b>Czy ma Pan/i poczucie, że po Pikniku Naukowym chętnie:</b>	Zdecydowanie tak	Raczej tak	<b>Odpowiedzi na tak*</b>	Raczej nie	Zdecydowanie nie	<b>Odpowiedzi na nie**</b>	Trudno powiedzieć
Zapisze się na dodatkowe zajęcia pozaekscyjne	11,0%	26,7%	<b>37,7 %</b>	29,5%	30,1%	<b>59,5 %</b>	2,7%
Piknik pomógł mi sprecyzować plany edukacyjne	14,8%	12,7%	<b>27,5%</b>	27,5%	38,7%	<b>66,2 %</b>	6,3%
Wiem już, jaką specjalizację wybiorę i gdzie chcę pracować.	28,9%	11,3%	<b>40,2 %</b>	21,8%	32,4%	<b>54,2 %</b>	5,6%

Tabela nr 19

\* - zsumowany % odpowiedzi „zdecydowanie tak” oraz „raczej tak”

\*\* - zsumowany % odpowiedzi „raczej nie” oraz „zdecydowanie nie”

Tabela nr 16 pokazuje odpowiedzi na pytanie, które było zadawane jedynie gościom w wieku szkolnym. Aż 37,7% badanych deklaruje, że po wizycie na Pikniku chętnie zapisze się na pozalekcyjne zajęcia dodatkowe. Blisko co trzecia osoba przyznaje, że Piknik Naukowy pomógł jej sprecyzować dalsze plany edukacyjne.

Te wyniki świadczą o tym, że Piknik Naukowy jest przez młodych postrzegany jako impreza, która ma bardzo praktyczny wymiar i może wpływać na ich decyzje dotyczące kształcenia.

## XII. Deklaracja wizyty na Pikniku Naukowym w przyszłym roku

Omówione wyniki pokazują, iż goście bardzo pozytywnie oceniają imprezę i cieszą się, że zdecydowali się spędzić sobotę na Pikniku. Odpowiedzi udzielone na pytanie „Czy w przyszłym roku wybierze się Pan/i na kolejną edycję imprezy?” można uznać za dodatkowy wskaźnik zadowolenia Piknikowiczów.

### Czy w przyszłym roku wybierze się Pan/i na kolejną edycję Pikniku?

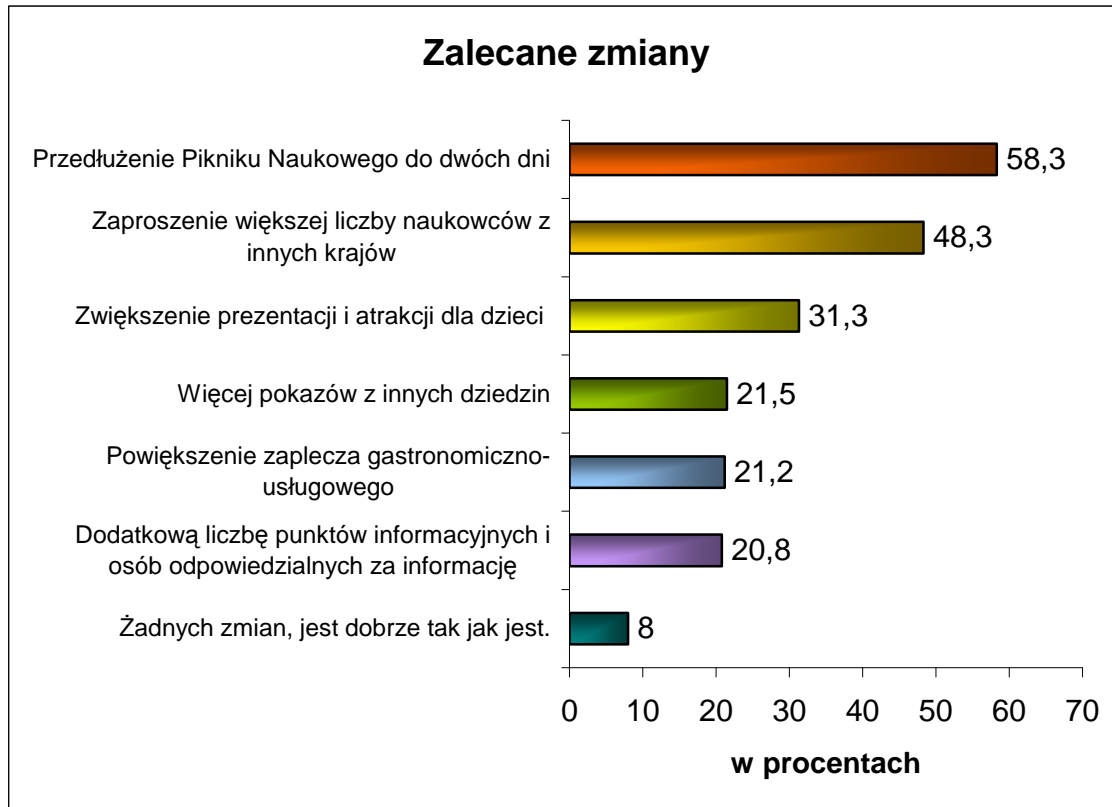
Odpowiedzi:	Procent
zdecydowanie tak	47,7%
raczej tak	41,9%
raczej nie	2,1%
zdecydowanie nie	1,0%
trudno powiedzieć	7,3%
<b>Ogółem</b>	<b>100%</b>

Tabela nr 20

Dane zawarte w tabeli nr 20 potwierdzają wnioski płynące z odpowiedzi na pozostałe pytania zadane w badaniu. Goście nie tylko pozytywnie oceniają imprezę, chętnie na nią wracają, dzielą się wrażeniami ze swoimi znajomymi, ale przede wszystkim prawie 90% respondentów deklaruje zamiar ponownego odwiedzenia imprezy (zsumowany procent odpowiedzi „zdecydowanie tak” oraz „raczej tak”). Piknik, co potwierdzają odpowiedzi na kolejne pytanie, kojarzy się zatem pozytywnie i uczestnicy nie żałują, że wzięli w nim udział.

Warto w tym miejscu wspomnieć o komentarzach, jakie towarzyszyły udzielaniu odpowiedzi na to pytanie. Osoby wybierające odpowiedź „trudno powiedzieć” zwykle dodawały: „jeżeli dożyję”, „jeśli będę w mieście” itp. Można zatem śmiało stwierdzić, że 7,3% wskazań na odpowiedź „trudno powiedzieć” nie stanowi oceny negatywnej, a jedynie dowód ostrożności w planowaniu.

### XIII. Zalecane zmiany



Wykres nr 6

W pytaniu o zalecane zmiany można było wskazać kilka odpowiedzi.

Najczęściej zalecaną zmianą jest „Przedłużenie Pikniku Naukowego do dwóch dni”. Tak wysoki procent wskazań na tę odpowiedź jest zgodny z pozostałymi danymi uzyskanymi w badaniu. Goście bardzo pozytywnie oceniają imprezę, wracają na nią w kolejnych latach, doceniają różnorodność prezentowanych pokazów. Człowieka ma skłonność powracać do tego, co mu się podoba i przyjemnie kojarzy. Przedłużenie imprezy do dwóch dni dałoby szansę przybycia na Piknik tym gościom, którzy nie dysponują całym wolnym weekendem, a tylko jednym dniem.

Zalecenie przedłużenia imprezy do dwóch dni nie dziwi też, jeżeli weźmiemy pod uwagę motywy przyjscia na Piknik (m.in. chęć poszerzenia wiedzy) oraz fakt, że goście często narzekali na zatłoczenie, utrudniające obserwowanie wszystkich atrakcji. Przymuszczalnie przedłużenie imprezy „rozproszyłoby” tłum i stworzyło wygodniejsze warunki do oglądania pokazów.

„Zaproszenie większej liczby naukowców z innych krajów” to druga co do częstości wskazań propozycja (48,3%). Może to wynikać z faktu, że namioty innych krajów były dla odwiedzających dużą atrakcją, wyróżniały się spośród krajowych. Goście byli zaintrygowani tym, co przywieźli ze sobą zagraniczni naukowcy. Można zaryzykować stwierdzenie, że obecność cudzoziemców na Pikniku intryguje i zwiększa prestiż imprezy.

Zalecenie „zwiększenia prezentacji i atrakcji dla dzieci” dowodzi, że rodzice doceniają edukacyjny wymiar Pikniku. Można przypuszczać, iż te pokazy, które były przeznaczone dla dzieci, spotkały się z pozytywnym przyjęciem. Rodzice chcą zatem, aby było ich jeszcze więcej. Badani, którzy zaznaczali tę odpowiedź, często dodawali, że tłok uniemożliwiał spokojne przyglądanie się prezentacjom, a dzieciom przykro było czekać, aż będą mogły przybliżyć się do stolików w namiotach.

Osoby, które zaznaczyły odpowiedź „Więcej pokazów z innych dziedzin”, poproszone o wymienienie z jakich konkretnie, wskazywały te, z których poszerzyły swoją wiedzę (patrz: Wykresy nr 7 oraz 8, str. 25 -26))

## XIV. Plusy i Minusy 10-ego Pikniku Naukowego

Badani mieli możliwość wypowiedzieć się, co podobało im się na Pikniku najmniej, a co najbardziej.

Wśród „plusów” 10-ego Pikniku Naukowego, wymienionych przez gości znajdowały się:

- Różnorodność stanowisk oraz pokazów
- Pogodna, życzliwa atmosfera
- Dobre przygotowanie naukowców i kompetencje osób w namiotach
- Pokazy dla dzieci
- Możliwość współuczestniczenia w eksperymentach, ich „namacalność”
- Akcesoria multimedialne oraz sprzęt wykorzystywany do pokazów
- Rozdawane upominki
- Pokazy na scenie
- Idea oraz forma Pikniku Naukowego

Wśród „minusów” wymieniane były:

- Zatłoczenie, hałas
- Słaba widoczność wnętrza namiotów (związana z tłokiem i słabym oświetleniem)
- Niskie podesty w namiotach, ograniczające widoczność pokazów
- Bliskie rozmieszczenie namiotów, ścisk
- Słaba informacja, brak drogowskazów do stanowisk
- Hałas na scenie zagłuszający pokazy w sąsiednich namiotach
- W dużych namiotach brak przewodnika
- Brak czasu na dokładne zwiedzenie wszystkich stanowisk
- Statyczne, nudne stanowiska „tylko z plakatami”
- Kolejki do atrakcyjnych dla dzieci stanowisk
- Brak miejsc na odpoczynek
- Zaplecze sanitarne: mało toi-toi, zapchane śmietniki
- Brak stojaków na rowery
- Sprzedaż alkoholu
- Gastronomia – intensywny zapach sprzedawanych potraw (pojawiały się sugestie wydzielenia „ogródka gastronomicznego”)

Powyższy spis „plusów” oraz „minusów” pokazuje, iż gościom podoba się wszystko to, co wiąże się z przekazem Pikniku Naukowego: prezentacje naukowe, różnorodność tematyczna stanowisk, możliwość brania udziału w doświadczeniach, kontakt z naukowcami – specjalistami.

„Minusy” dotyczą kwestii organizacyjno – technicznych, nie zaś prezentowanych na Pikniku treści.

## XV. Podsumowanie

Celem badania było poznanie:

- a) profilu społeczno - demograficznego gości imprezy
- b) motywów przybycia gości na Piknik oraz ich oczekiwań wobec Pikniku
- c) oceny Pikniku przez gości - ogólnej oraz szczegółowej, dotyczącej wybranych elementów (organizacji, atrakcyjności imprezy, doboru pokazów, mocnych i słabych stron Pikniku)

Chodziło również o weryfikację następujących hipotez:

1. Doświadczenia wyniesione z Pikniku Naukowego mają dodatni wpływ na poziom wiedzy gości, co przekłada się na wzrost chęci do samodzielnego poszerzania zdobytej wiedzy.
2. Udział w Pikniku Naukowym wpływa na sposób postrzegania przez gości roli nauki we współczesnym społeczeństwie.

Wyniki badania pokazują, że na Piknik Naukowy przychodzą w większości ludzie do 30-ego roku życia (58,1%). Liczną grupę stanowią osoby uczące się - 46,2% to uczniowie lub studenci.

Goście Pikniku są bardzo dobrze wykształceni – aż 76,3% deklaruje posiadanie przynajmniej średniego wykształcenia. Warszawiacy stanowią prawie 75% wszystkich gości.

Wśród powodów przyścia na imprezę najczęściej wskazywana jest „chęć spędzenia ciekawie sobotniego dnia” – 58,35%, oraz „chęć poszerzenia wiedzy” – 50,05%. Co trzeci badany wskazuje na różnorodność pokazów. Piknik jest postrzegany jako impreza rodzinna – 35,4% badanych określa siebie „rodzinna wyprawa na Piknik”.

Wyniki badania 10-ego Pikniku Naukowego pokazują, że jest on bardzo pozytywnie oceniany (średnia ocena = 4,96). Goście chętnie tu wracają - 47,5% tegorocznych gości to osoby, które odwiedzają Piknik kolejny raz.

Piknik spełnia zadanie popularyzowania nauki - 76,8% badanych gości odczuwa wzrost poziomu wiedzy, a 57,3% zmienia pod wpływem Pikniku zdanie na temat roli nauki w społeczeństwie. 100% ankietowanych przyznaje, że Piknik Naukowy to dobry sposób na propagowanie nauki w społeczeństwie.

Goście często deklarują, że po wizycie na Pikniku chętnie obejrzą program popularnonaukowy (83,8%), wysłuchają podobnej audycji w radiu (60,95), pójdą na wystawę lub do muzeum (71%).

## XVI. Rekomendacje

### A. Reklama

Co trzecia osoba (34,1%) wśród źródeł informacji o Pikniku wymienia znajomych. Jak widać, ludzie rozmawiają ze sobą o Pikniku, a tym samym reklamują go. 47,5% procent gości to osoby, które odwiedzają imprezę kolejny raz. Można przypuszczać, że wiele z tych osób powiedziało znajomym o swojej wcześniejszej wizycie na Pikniku i zachęcało do wspólnej wyprawy w tym roku. Znajomi potrafią skłonić do podjęcia różnego rodzaju działań, ich słowa są traktowane wiarygodnie. Przy planowaniu kampanii reklamowej w przyszłym roku, warto zastanowić się nad zaproszeniem publicznie znanych i lubianych osób, cieszących się prestiżem w społeczeństwie, do promowania idei Pikniku. Warto też wykorzystać informację, że goście chętnie wracają na kolejne edycje imprezy.

Drugim co do częstości wskazań źródłem informacji było radio (21,3%). Jak pokazują ogólnopolskie badania mediów (prasa, radio, telewizja, Internet), wykonane przez firmę Estymator w ramach projektu EstyMedia.pl w listopadzie i grudniu 2005 roku na reprezentatywnej próbie 666 osób w wieku od 14 do 79 lat, tylko 11% Polaków nie słucha radia. Zatem fakt, że radio było drugim najczęściej wskazywanym źródłem informacji o Pikniku nie dziwi. Ważne jest, aby pełniej wykorzystać potencjał tego medium. Stacje o zasięgu ogólnopolskim mogą być skutecznie wykorzystywane do propagowania idei Pikniku.

Reklama zamieszczona w internecie i Rzeczypospolitej skierowana jest do określonej grupy ludzi. Z internetu korzystają najczęściej ludzie młodzi, do 30 roku życia, w większości z wyższym wykształceniem, dobrze sytuowani i otwarci na nowe technologie. Właśnie ta grupa była najliczniej obecna na 10-ym Pikniku Naukowym (58,1%).

Tegoroczna kampania informacyjna o Pikniku Naukowym wykorzystywała szeroki wachlarz nośników reklamy. Wśród powodów przyjscia na imprezę, „przekonująca reklama” była jednak wskazywana zaledwie przez 7,61% gości. To pokazuje, że potencjał reklamowy nie został jeszcze w pełni wykorzystany przez organizatorów. Pokazuje również, iż goście mają inne powody przyjscia na Piknik niż tylko reklama. Warto przypomnieć, że jedynie 1,5% badanych wybrało „przekonującą reklamę” jako główny powód przyjscia.

## **B. Budowanie lojalności Piknikowiczów**

Prawie 90% ankietowanych deklaruje zamiar przyścia na Piknik w przyszłym roku. Skoro tak wielu ludzi deklaruje „na gorąco” ponowne odwiedzenie imprezy, można podjąć kroki w celu przypominania o niej w dłuższym okresie. Warto zastanowić się nad stworzeniem np. „Karty Wiernego Piknikowicza”, na której będzie miejsce na stemple poświadczające uczestnictwo. Ta inicjatywa sprzyjałaby budowaniu lojalności gości i uatrakcyjniła imprezę.

W ciągu roku, na antenie Radia Bis, można organizować konkursy sprawdzające wiedzę słuchaczy, przyznawać punkty za prawidłowe odpowiedzi, a po odbiór nagród zaprosić na Piknik Naukowy. Pytania konkursowe można też zamieszczać we wszystkich mediach, w których reklamowany jest Piknik. Taka akcja powinna się rozpocząć na kilka miesięcy przed kolejną edycją imprezy. Ważne jest, aby Piknik Naukowy nie był kojarzony tylko i wyłącznie z wydarzeniem jednodniowym, ale był postrzegany jako powtarzalny, trwały projekt. To pomoże budować markę Pikniku i zwiększy rozpoznawalność i świadomość imprezy.

Inicjatywy typu: „Karta Wiernego Piknikowicza”, konkursy przedpiknikowe sprawią, że idea Pikniku będzie miała szanse dotrzeć do większej liczby osób i zostać zapamiętana. Angażowanie Piknikowiczów w różnego rodzaju konkursy jeszcze przed imprezą to sposób na zwiększenie aktywności gości, zachęcenie nowych osób do odwiedzin, a także okazja do potwierdzenia wizerunku Pikniku jako imprezy dynamicznej i ciekawej.

## C. Dotarcie do dzieci

Grupą gości wartą osobnego omówienia są dzieci. 16% ankietowanych to osoby do 15 roku życia. Co trzeci badany (31,3%) wśród zalecanych zmian wymienia „zwiększenie prezentacji i atrakcji dla dzieci”. 35,4% badanych określa siebie jako „rodzinną wyprawę na Piknik”. Co piąty (22,7%) wśród powodów przyjscia wskazuje „chęć przybliżenia dzieciom nauki”.

Tych danych nie można lekceważyć. Jak widać, dzieci stanowią silną motywację do odwiedzin na Pikniku, mają wpływ na sposób spędzania wolnego czasu przez całą rodzinę. Rodzice traktują imprezę jako ciekawą alternatywę dla formalnej edukacji szkolnej, chcą pokazać swoim pociechom naukę od innej strony i w nieco odmienny sposób, niż robią to nauczyciele. Dzieci chętnie się na to godzą.

Warto zastanowić się nad promowaniem Pikniku w miejscach często odwiedzanych przez dzieci, np. domy kultury, szkoła, kino. Badania rynkowe pokazują, że w dzisiejszym społeczeństwie dzieci mają ogromny wpływ na decyzje konsumenckie rodziny oraz sposób spędzania wolnego czasu. Dotarcie do dzieci oznacza zwykle jednocześnie dotarcie do całej rodziny.

Nie można tu pominąć edukacyjno – wychowawczej funkcji Pikniku. Dbając o odpowiednio przystosowane dla dzieci prezentacje i atrakcje, można kształtować zainteresowania najmłodszych gości, poszerzać ich horyzonty, a tym samym, wychowywać nowe pokolenia. Dzieci stanowią bardzo wdzięczną grupę odbiorców. Jeżeli raz uda się zdobyć ich zainteresowanie oraz przychylność, można spodziewać się odwiedzin na kolejnych edycjach imprezy.

Planując przyszłoroczną kampanię informacyjną warto zaprosić do współpracy nauczycieli, jako osoby cieszące się zwykle zaufaniem zarówno dzieci, jak i rodziców. Pośrednia forma reklamy, np. w postaci konkursów naukowych z nagrodami, organizowanych dla całych szkół, pomoże zwiększyć świadomość istnienia imprezy i będzie niezwykle atrakcyjną formą propagowania nauki.

## XVII. Podziękowania

Badanie zostało zrealizowane przez Zespół Warsztatów Analiz Socjologicznych.

Przy opracowywaniu Raportu udział wzięli:

Anna Siewruk – koordynator Projektu Badawczego

Magdalena Fac

Paweł Grabczak

Anna Kuczyńska

Wioletta Szkaradowska

Aleksander Z. Ziolo.

Szczególne podziękowania należą się Jackowi Cieślowskiemu oraz Annie Krupce.

Przygotowanie niniejszego Raportu nie byłoby możliwe bez zaangażowania Zespołu Ankieterów, przeprowadzającego wywiady z gośćmi Pikniku Naukowego.

Wszystkim osobom zaangażowanym w realizację badania serdecznie dziękujemy.

## **Podsumowanie badania 10 Pikniku Naukowego BIS Polskiego Radia.**

**3 czerwca 2006, Rynek Nowego Miasta i Podzamcze, Warszawa**

Warsztaty Analiz Socjologicznych zaprojektowały i przeprowadziły badanie 10 Pikniku Naukowego BIS Polskiego Radia.

Celem badania było poznanie:

- d) profilu społeczno - demograficznego gości imprezy
- e) motywów przybycia gości na Piknik oraz ich oczekiwań wobec Pikniku
- f) oceny Pikniku przez gości - ogólnej oraz szczegółowej, dotyczącej wybranych elementów.

Chodziło również o weryfikację następujących hipotez:

- 1) Doświadczenia wyniesione z Pikniku Naukowego mają dodatni wpływ na poziom wiedzy gości, co przekłada się na wzrost chęci do samodzielnego poszerzania zdobytej wiedzy.
- 2) Udział w Pikniku Naukowym wpływa na sposób postrzegania przez gości roli nauki we współczesnym społeczeństwie.

Wyniki badania pokazują, że na Piknik Naukowy przychodzą w większości ludzie do 30-ego roku życia (58,1%). Liczną grupę stanowią osoby uczące się - 46,2% to uczniowie lub studenci. Goście Pikniku są bardzo dobrze wykształceni – aż 76,3% deklaruje posiadanie przynajmniej średniego wykształcenia. Warszawiacy stanowią prawie 75% wszystkich gości.

Wśród powodów przyjścia na imprezę najczęściej wskazywana jest „chęć spędzenia ciekawie sobotniego dnia” – 58,35%, oraz „chęć poszerzenia wiedzy” – 50,05%. Co trzeci badany wskazuje na różnorodność pokazów. Piknik jest postrzegany jako impreza rodzinna – 35,4% badanych określa siebie „rodzinna wyprawa na Piknik”.

Wyniki badania 10-ego Pikniku Naukowego pokazują, że jest on bardzo pozytywnie oceniany (średnia ocena = 4,96). Goście chętnie tu wracają - 47,5% tegorocznych gości to osoby, które odwiedzają Piknik kolejny raz. Prawie 90% ankietowanych deklaruje zamiar przyjścia na Piknik w przyszłym roku.

Piknik spełnia zadanie popularyzowania nauki - 76,8% badanych gości odczuwa wzrost poziomu wiedzy. Najczęściej dotyczy to takich dziedzin jak: fizyka – 53,4%, nowoczesne technologie – 41,9%, chemia – 36%, biologia – 27,5% oraz archeologia – 23,3%.

57,3% gości zmienia pod wpływem Pikniku zdanie na temat roli nauki w społeczeństwie. 100% ankietowanych przyznaje, że Piknik Naukowy to dobry sposób na propagowanie nauki w społeczeństwie. Goście często deklarują, że po wizycie na Pikniku chętnie obejrzą program popularnonaukowy (83,8%), wysłuchają podobnej audycji w radiu (60,95%), pójdą na wystawę lub do muzeum (71%).

Osoby, które przychodzą na imprezę, określają siebie jako „zainteresowanych konkretnymi stanowiskami i pokazami” (36,8%) oraz „rodzinna wyprawa na Piknik” (35,4%). Świadczy to o prawidłowym identyfikowaniu Pikniku jako przedsięwzięcia o charakterze naukowym, gdzie każdy znajdzie dla siebie coś ciekawego.

Najczęściej wskazywanym źródłem informacji o Pikniku są znajomi - 34,1%. Drugim co do częstości wskazań źródłem informacji było radio - 21,3%, trzecim billboardy – 19,1%, czwartym ulotki – 17,9%.

Goście pozytywnie oceniają imprezę i wśród zalecanych zmian na pierwszym miejscu stawiają „przedłużenie Pikniku Naukowego do dwóch dni” – 58,3%. Stanowiska przygotowane przez zagraniczne instytucje cieszą się dużym zainteresowaniem, zatem zrozumiałe jest, że drugą co do częstości wskazań (48,3%) zalecaną zmianą jest „zaproszenie większej liczby naukowców z innych krajów”. Kolejna to „zwiększenie prezentacji i atrakcji dla dzieci” – 31,3% badanych zauważa taką potrzebę.

Wyniki przeprowadzonego badania pokazują, że Piknik Naukowy jest przedsięwzięciem bardzo dobrze ocenianym. Goście pozytywnie odnoszą się do idei popularyzowania nauki w czasie całodniowej imprezy plenerowej. Wizyta na Pikniku jest dla nich okazją, aby ciekawie, rodzinnie spędzić dzień, a równocześnie poszerzyć swoją wiedzę i lepiej poznać warsztat pracy naukowca.