

**PRZEDSTAWIENIE WYNIKÓW BADANIA ANKIETOWEGO
NA TEMAT: SAVOIR-VIVRE W ŚRODKACH KOMUNIKACJI MIEJSKIEJ
W WARSZAWIE – OPINIE I DEKLARACJE UŻYTKOWNIKÓW**

MARIA KUBACKA
(FRAGMENT PRACY DYPLOMOWEJ)

z podziękowaniami dla wszystkich osób, które wzięły udział w badaniu

Badanie zostało przeprowadzone na przełomie maja i czerwca 2009 roku zarówno za pośrednictwem Internetu, jak i papierowej formy ankiety. Za pomocą portalu internetowego www.ebadania.pl dla osób przeprowadzających badania ankietowe stworzyłam elektroniczną wersję ankiety w postaci strony internetowej. Przyporządkowany do niej link¹ zamieściłam na forum internetowym Gazety Stołecznej dotyczącym komunikacji miejskiej² z prośbą o wypełnienie ankiety osoby często korzystające z transportu publicznego w Warszawie. Link do stworzonej w ten sposób ankiety przesłałam również e-mailem do niespełna 100 znajomych osób w różnym wieku zamieszkujących Warszawę i okolice. Natomiast papierową wersję ankiety rozdawałam w miejscu pracy, na zajęciach dodatkowych, w szkole językowej, do której uczęszczam, a także osobom mieszkającym w mojej okolicy. Każdy z respondentów wypełniał ankietę samodzielnie tj. bez zadawania pytań przez ankietera.

Za pośrednictwem Internetu ankietę wypełniło 80 osób, zaś pozostałe 20 dostałam w wersji papierowej.

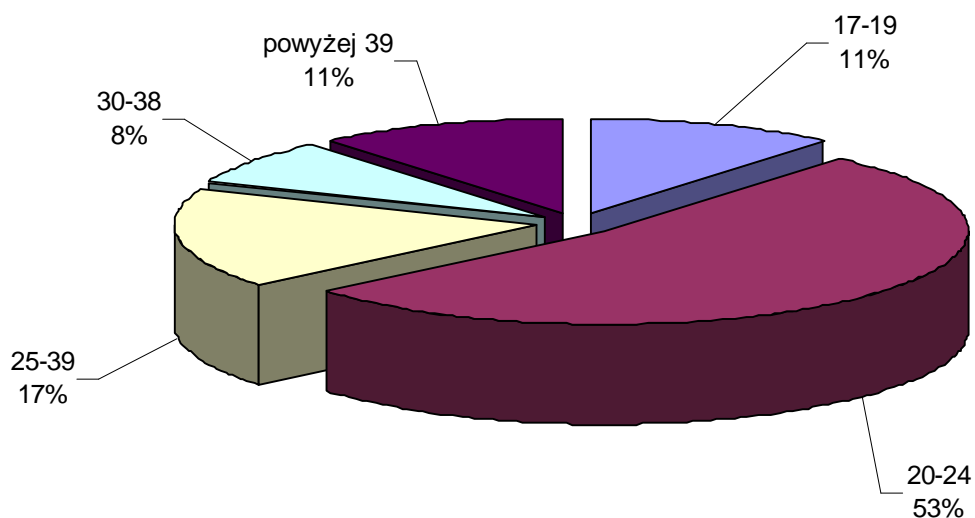
Próba badawcza i jej charakterystyka

W badaniu wzięło udział dokładnie sto osób: 63 kobiety i 37 mężczyzn. Ankietowanych podzieliłam na pięć grup wiekowych: od 17 do 19 lat (osoby, które nie rozpoczęły studiów), od 20 do 24 lat (osoby w wieku studenckim), od 25 do 30 lat, od 30 do 38 lat oraz powyżej 39 lat (w roku 1989 miały min. 20 lat). Niespełna połowa

¹ Link do ankiety to: <http://www.ebadania.pl/a2cb8a1cbb00c3f8>

² Link do tematu otworzonego na forum internetowym:
http://forum.gazeta.pl/forum/w,484,96554182,96554182,Dobre_wychowanie_w_srodkach_komunikacji_miejskiej.html

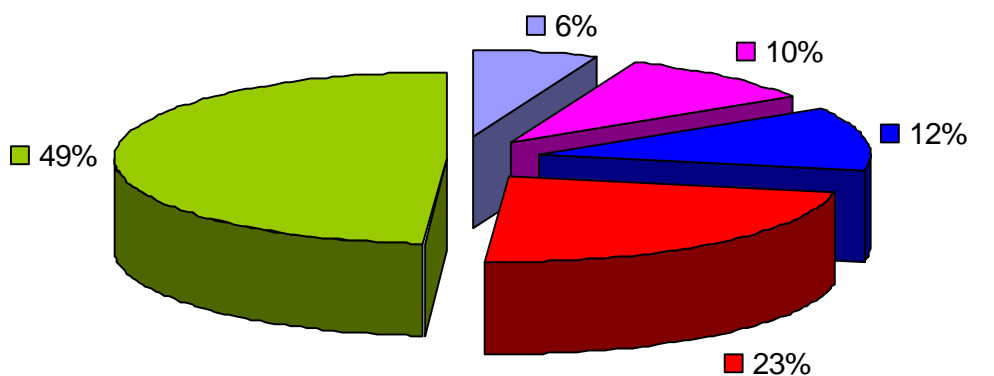
respondentów jest w wieku pomiędzy 20 a 24 rokiem życia, ponieważ najczęściej moich znajomych, do których skierowałam ankietę, znajduje się właśnie w tym przedziale wiekowym. Najmniej liczną grupę stanowią osoby pomiędzy 30 i 38 rokiem życia (8%). Poniższy Wykres 1 przedstawia udział procentowy pięciu grup badanych.



Wykres 1. Wiek respondentów

Źródło: badania własne

Prawie połowa respondentów jest właśnie w trakcie studiów (49%), drugą najliczniejszą grupę stanowią osoby z wykształceniem wyższym (23%), a najmniej jest ankietowanych, którzy ukończyli jedynie gimnazjum. Wykształcenie badanych obrazuje poniższy Wykres 2.

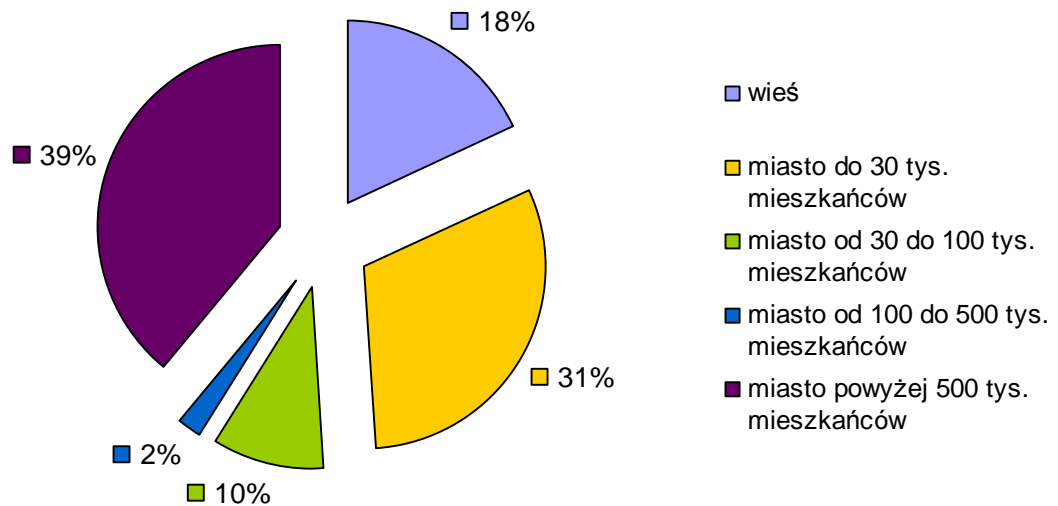


■ gimnazjalne ■ średnie ■ pomaturalne/policealne ■ wyższe ■ w trakcie studiów

Wykres 2. Wykształcenie respondentów

Źródło: badania własne

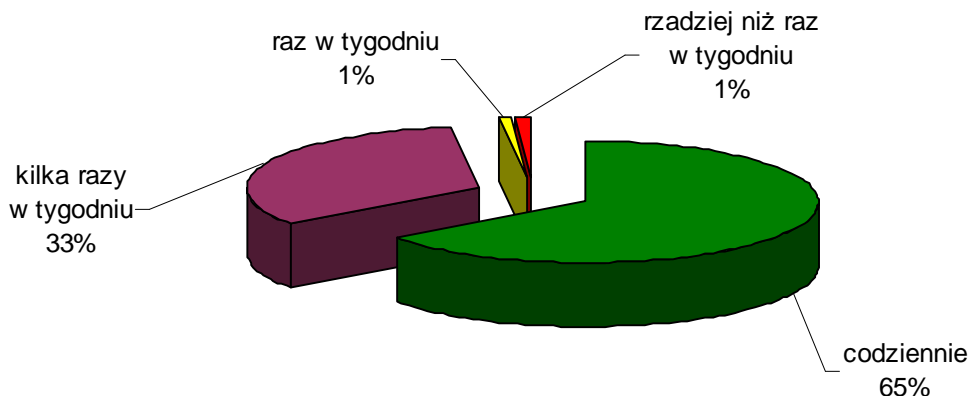
Wykres 3 przedstawia miejsce zamieszkania respondentów do ukończenia przez nich 10. roku życia. Najliczniejszą grupę (39%) stanowiły osoby mieszkające wówczas w mieście powyżej 500 tys. mieszkańców (była to najprawdopodobniej Warszawa, gdyż to w tym mieście mieszka obecnie najwięcej moich znajomych, do których skierowałam się z prośbą o wypełnienie ankiety). Natomiast najmniej liczna jest grupa ankietowanych, którzy wychowywali się w mieście od 100 do 500 tys. mieszkańców.



Wykres 3. Miejsce zamieszkania respondentów do ukończenia przez nich 10. roku życia

Źródło: badania własne

Zdecydowana większość ankietowanych pasażerów korzysta z publicznych środków transportu w Warszawie codziennie (65%), jedna trzecia kilka razy w tygodniu. Tylko 2% stanowią osoby podróżujące nią raz w tygodniu lub rzadziej. Częstotliwość korzystania ze środków komunikacji miejskiej w stolicy obrazuje znajdujący się poniżej Wykres 4.



Wykres 4. Częstotliwość podróżowania respondentów środkami komunikacji miejskiej w Warszawie

Źródło: badania własne

Zachowania niepożądane w środkach komunikacji miejskiej w Warszawie

Jedno z dwóch rozbudowanych pytań ankiety zawierało zestaw 17 zachowań w środkach komunikacji publicznej niezgodnych ze współczesnymi poradnikami *savoir-vivre*'u. Wybrałam je po przeprowadzeniu analizy prasy, forów internetowych oraz obserwacji uczestniczącej, aby respondenci mogli odnieść się do zachowań faktycznie występujących w warszawskiej komunikacji miejskiej, a nie tylko do teoretycznych przykładów książkowych.

Ankietowani mieli za zadanie zaznaczyć, jak często spotykają się z każdym z wymienionych przeze mnie zachowań. Mogli wybrać jedną spośród pięciu odpowiedzi skali rangowej: bardzo często, często, czasami, bardzo rzadko oraz nigdy. Poniższa tabela przedstawia zbiorcze zestawienie 17 zachowań wraz udziałem procentowym odpowiedzi.

ZACHOWANIE	ODPOWIEDZI					
	bardzo często	często	czasami	bardzo rzadko	nigdy	brak odp.
niegrzeczne zachowania kierowców w stosunku do pasażerów	2%	7%	35%	49%	6%	1%
niegrzeczne zachowania kontrolerów biletów wobec pasażerów	5%	12%	35%	29%	18%	-
palenie papierosów na przystankach w obecności innych oczekujących	45%	31%	19%	4%	1%	-
brak ustępowania miejsca starszym przez młodzież	26%	30%	36%	7%	-	1%
zajmowanie miejsca po lewej stronie schodów ruchomych blokując w ten sposób przejście innym (w metrze)	41%	28%	23%	6%	2%	-
brak przestrzegania higieny osobistej przez współpasażerów, a konsekwencji nieprzyjemne zapachy	30%	46%	18%	5%	1%	-
roszczeniowa postawa osób starszych wobec młodszych w kwestii ustępowania miejsca	30%	28%	30%	11%	1%	-
picie alkoholu	4%	16%	49%	30%	1%	-

głośne rozmowy przez telefon komórkowy	22%	37%	32%	9%	-	-
przepychanie się bez słowa „przepraszam”	24%	42%	25%	9%	-	-
głośne słuchanie muzyki	21%	44%	26%	7%	2%	-
zbyt głośne rozmowy	15%	30%	37%	16%	2%	-
stanie przy drzwiach utrudniające przejście wysiadającym	29%	40%	22%	8%	-	1%
picie i jedzenie w pojazdach	19%	22%	38%	18%	3%	-
niestosowne zachowywanie się par	7%	12%	38%	33%	10%	-

Tabela 1. Zestawienie 17 nieprawidłowych zachowań w środkach komunikacji miejskiej wraz udziałem procentowym odpowiedzi respondentów

Źródło: badanie własne

Najczęściej ankietowani spotykają się w warszawskich środkach komunikacji miejskiej z pchaniem się do wejścia pojazdu, zanim wysiądą inni (49% respondentów), a także z paleniem papierosów na przystankach w obecności innych oczekujących (45%) i zajmowaniem miejsca po lewej stronie schodów ruchomych w metrze (41%).

Najwięcej odpowiedzi „często” ankietowani przyporządkowali takim zachowaniom jak brak przestrzegania higieny osobistej przez pasażerów, a w konsekwencji niemiłe zapachy (46%), a także głośnemu słuchaniu muzyki (44%) i przepychaniu się bez słowa „przepraszam” (42%).

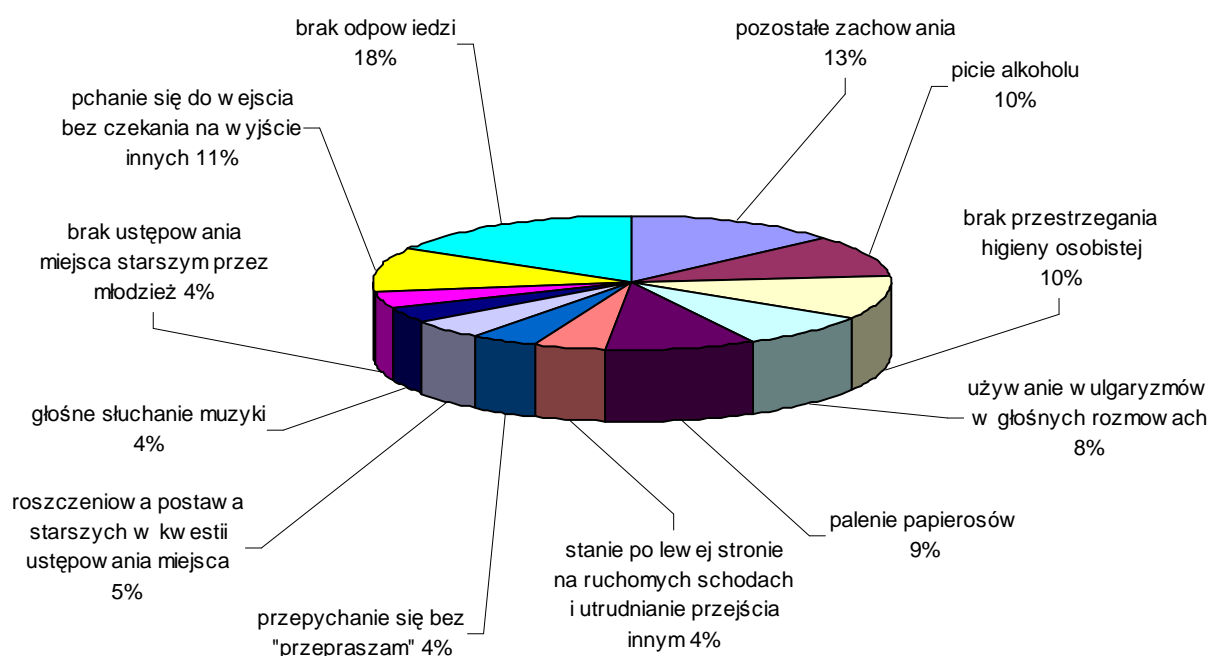
Odpowiedź „bardzo rzadko” 49% respondentów przyporządkowało niegrzecznym zachowaniom prowadzących pojazdy wobec pasażerów i był to najwyższy wynik w tej kategorii. Zaraz po nim kolejnymi było niestosowne zachowywanie się par (33%) oraz picie alkoholu w środkach komunikacji miejskiej.

Najrzadziej respondenci w środkach transportu publicznego w Warszawie obserwują niegrzeczne zachowania kontrolerów biletów wobec pasażerów (18% ankietowanych wybrało odpowiedź „nigdy”), niestosowne zachowywanie się par (10%) oraz niegrzeczne zachowania prowadzących pojazdy wobec pasażerów (6%).

Wśród przedstawionych w pytaniu zachowań pięciu ankietowani nie przyporządkowali w ogóle kategorii „nigdy” – oznacza to, że łamanie tych reguł

dobrego wychowania jest na stałe wpisane w podróżowanie komunikacją miejską. Tymi zachowaniami są: brak ustępowania osobom starszym przez młodzież, pchanie się do wejścia nie czekając aż wysiądą inni, głośne rozmowy przez telefon komórkowy, przepychanie się bez słowa „przepraszam” oraz stanie przy drzwiach utrudniające przejście wysiadającym.

Oprócz określenia częstotliwości ww. zachowań prosiłam respondentów także o wymienienie 3 zachowań spośród 17 podanych, które wydają im się najbardziej niewłaściwe. Poniższy Wykres 5 przedstawia zestawienie 10 z nich, które ankietowani pasażerowie wymieniali najczęściej.



Wykres 5. Zestawienie zachowań w środkach komunikacji miejskiej, które respondenci wybrali jako 3 najbardziej nieprawidłowe

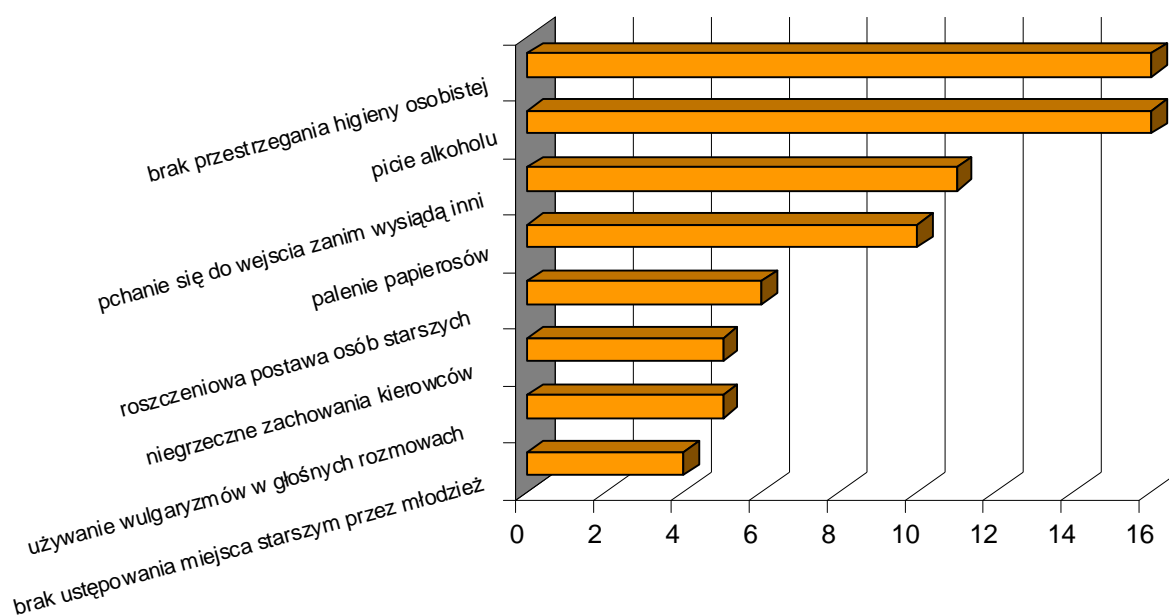
Źródło: badania własne

Ankietowani wśród 3 najbardziej niewłaściwych zachowań najczęściej wymieniali pchanie się do wejścia bez czekania, aż wysiądą inni (11%). Równie często typowali odpowiedzi: picie alkoholu oraz brak przestrzegania higieny w środkach komunikacji miejskiej (po 10%). 9% badanych osób najbardziej przeszkadza palenie

papierosów w obecności innych pasażerów, a 8% używanie wulgaryzmów w głośnych rozmowach. Należy dodać, iż dwa zachowania z czterech, które ankietowani wymienili jako najbardziej niewłaściwe, tj. palenie papierosów oraz picie alkoholu w środkach komunikacji miejskiej są obwarowane sankcjami prawnymi i karami pieniężnymi.

Jako najbardziej niewłaściwe zachowania w transporcie publicznym respondenci wymieniali również roszczeniową postawę ludzi starszych w kwestii ustępowania im miejsca (5%), a także głośne słuchanie muzyki, brak ustępowania miejsca osobom starszym przez młodzież, przepychanie się bez używania słowa „przepraszam” i stanie po lewej stronie ruchomych schodów utrudniające przejście osobom spieszącym się (po 4%).

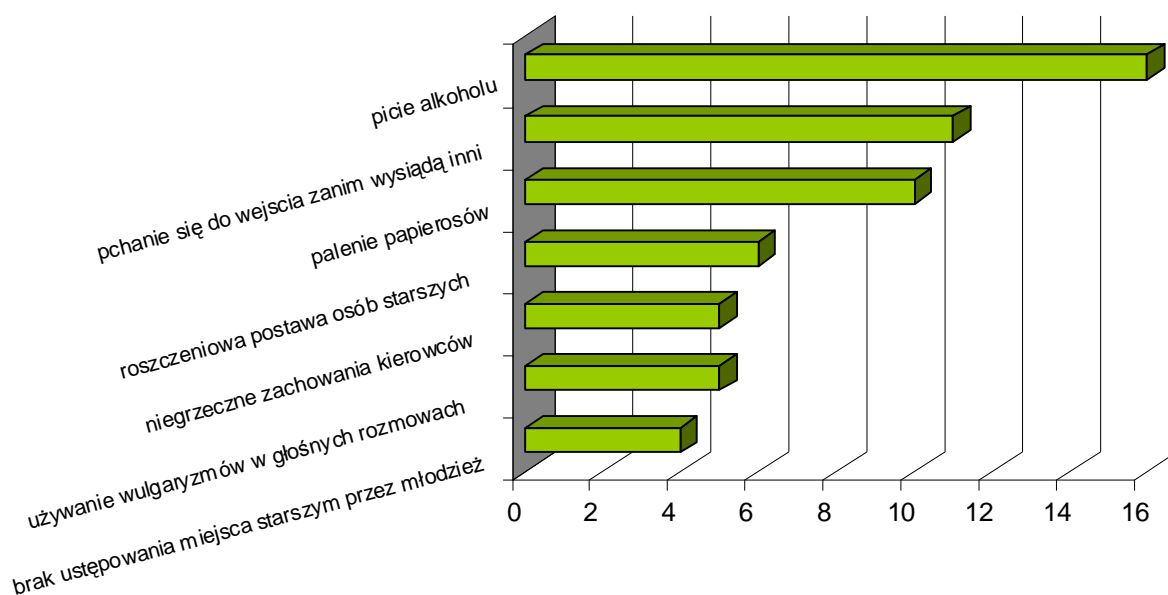
Kolejnym zadaniem respondentów było przyporządkowanie wybranym uprzednio 3 najbardziej niewłaściwym zachowaniom numerów od 1 do 3, gdzie cyfra 1 oznaczałaby zachowanie najbardziej niewłaściwe w ich mniemaniu. Poniżej prezentuję wykresy, jakim zachowaniom ankietowani przyporządkowali cyfrę 1, 2 i 3. W przypadku, gdy respondent umieścił tylko jedną odpowiedź, traktowałam to jako przyporządkowanie danemu zachowaniu cyfry 1.



Wykres 6. Zestawienie 8 najczęściej wybieranych zachowań w środkach komunikacji miejskiej, którym respondenci przyporządkowali cyfrę 1

Źródło: badania własne

Dwoma najbardziej niewłaściwymi zachowaniami, którym respondenci przyporządkowali cyfrę „1” są brak przestrzegania higieny osobistej oraz picie alkoholu w środkach komunikacji miejskiej (po 16%). Spory udział procentowy uzyskały również odpowiedzi: pchanie się do wyjścia, nie czekając, aż wysiądą inni (11%) oraz palenie papierosów w obecności innych pasażerów (10%).

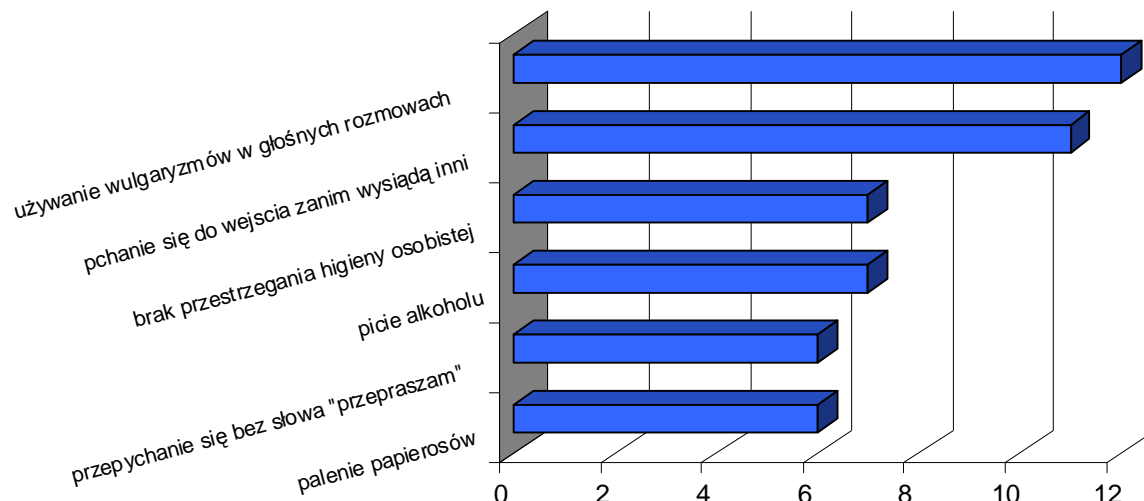


Wykres 7. Zestawienie 7 najczęściej wybieranych zachowań w środkach komunikacji miejskiej, którym respondenci przyporządkowali cyfrę 2

Źródło: badania własne

Najwięcej respondentów przyporządkowało cyfrę „2” zachowaniom: palenie papierosów (12%) oraz pchanie się do wyjścia zanim inni opuszczą pojazd (10%). 8% ankietowanych na drugim miejscu wśród najbardziej niewłaściwych zachowań umieściło brak przestrzegania higieny osobistej, picie alkoholu oraz używanie wulgaryzmów w głośnych rozmowach.

Używanie wulgaryzmów w głośnych rozmowach to najczęściej wybierana przez respondentów odpowiedź, której przyporządkowali cyfrę „3” – zaznaczyło ją 12% ankietowanych. Niespełna tyle samo badanych wskazało pchanie się do wejścia nie czekając, aż wysiądą inni pasażerowie – 11%. Graficzne przedstawienie odpowiedzi respondentów na to pytanie przedstawia Wykres 8.



Wykres 8. Zestawienie 6 najczęściej wybieranych zachowań w środkach komunikacji miejskiej, którym respondenci przyporządkowali cyfrę 3

Źródło: badania własne

Waga reguł dot. zachowania w komunikacji miejskiej prezentowanych poradnikach savoir-vivre'u

Drugim rozbudowanym pytaniem w ankiecie było określenie przez respondentów, jak ważne są dla nich reguły prezentowane w poradnikach dobrych manier. Nie zadałam jednak tego pytania wprost, gdyż wielu z ankietowanych prawdopodobnie zniekształciłoby swoje odpowiedzi, aby wyjść na osobę „lepiej wychowaną”. Zadałam więc pytanie o wagę szeregu zachowań pożądanых, zaczerpniętych ze współczesnych poradników savoir-vivre'u³, bez zawarcia w pytaniu informacji, że pochodzą one z tego typu książek.

Respondenci mieli przyporządkować do każdego z wymienionych zachowań jedną odpowiedź ze skali rangowej: bardzo ważne, ważne, obojętne, mało istotne, w ogóle nieistotne. Poniższa tabela przedstawia zbiorcze zestawienie 18 zachowań wraz z ilością odpowiedzi ankietowanych wyrażoną w procentach.

³ Wszystkie reguły wyszczególnione są w Rozdziale 3 niniejszej pracy.

ZACHOWANIE	ODPOWIEDZI					
	bardzo ważne	ważne	obojętne	mało istotne	w ogóle nieistotne	brak odp.
pierwszeństwo osób wysiadających wobec wsiadających	67%	32%	1%	-	-	-
pomoc przy wsiadaniu/wysiadaniu osobom starszym/inwalidom	51%	41%	7%	1%	-	-
przepuszczanie przodem osób starszych	20%	51%	25%	2%	2%	-
przepuszczanie przodem kobiet przez mężczyzn	12%	47%	29%	4%	8%	-
ustępowanie miejsca osobom starszym/inwalidom	44%	46%	8%	-	1%	1%
ustępowanie miejsca kobietom przez mężczyzn	6%	23%	46%	13%	9%	3%
zdejmowanie plecaka w pojeździe, aby nie przeszkadzał innym	34%	46%	14%	5%	1%	-
używanie zwrotów „przepraszam” i „dziękuję” przez pasażerów	43%	43%	11%	3%	-	-
ściszenie głośnych dzwonek w telefonach komórkowych podczas podróży	7%	21%	36%	22%	14%	-
posiadanie ważnego biletu na przejazd	40%	37%	16%	6%	1%	-
unikanie czytania gazety „przez ramię”	3%	15%	39%	21%	22%	-
unikanie śmiecenia	51%	36%	6%	1%	1%	-
unikanie jedzenia i picia w pojazdach	2%	21%	42%	18%	16%	-
prowadzenie niezbyt głośnych rozmów, aby nie absorbowały innych	16%	39%	34%	7%	4%	-
nieużywanie wulgaryzmów	49%	36%	11%	4%	-	-
unikanie żucia gumy	1%	7%	24%	16%	52%	-
unikanie przez pary pocałunków	5%	10%	41%	26%	18%	-
śłuchanie muzyki tak, aby nie przeszkadzała innym pasażerom	22%	38%	27%	10%	3%	-

Tabela 2. Zestawienie 18 pożądaných zachowań w środkach komunikacji miejskiej wraz udziałem procentowym odpowiedzi respondentów

Źródło: badanie własne

Ankietowani określili, że najbardziej istotne jest dla nich przestrzeganie zasady, iż pierwszeństwo mają osoby wysiadające wobec wsiadających do pojazdu (67%). Wśród trzech najważniejszych zachowań pożądanых znalazły się także pomoc przy wsiadaniu i wysiadaniu osobom starszym/inwalidom oraz unikanie śmiecenia (po 51%).

Wśród zachowań, którym respondenci nadali rangę „ważne” najczęściej pojawiała się przepuszczanie przodem osób starszych (51%), przepuszczanie kobiet przez mężczyzn (47%) oraz ustępowanie miejsca osobom starszym/inwalidom i zdejmowanie plecaka w pojeździe, aby nie przeszkadzał innym (po 46%).

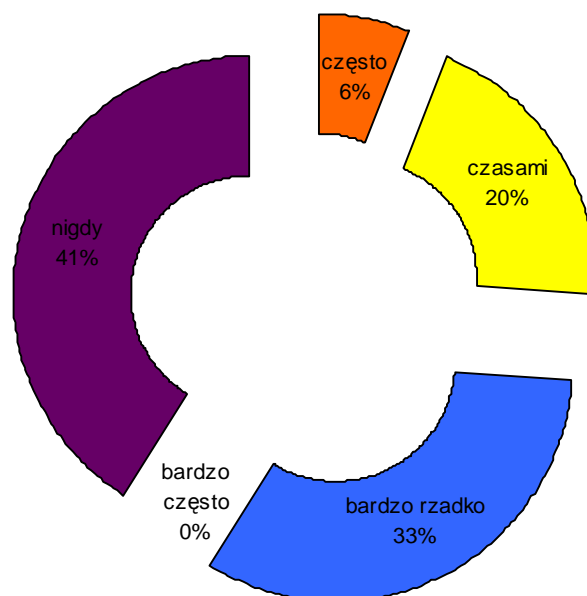
Najbardziej obojętne jest dla ankietowanych ustępowanie miejsca kobietom przez mężczyzn (46%), unikanie picia i jedzenia w pojazdach (42%) oraz unikanie przez pary pocałunków (41%).

Wśród zachowań, które są dla respondentów w ogóle nieistotne najwięcej odpowiedzi znalazło się przy takich zachowaniach jak unikanie żucia gumy (52%), unikanie czytania gazety „przez ramię” (22%) oraz unikanie przez pary pocałunków (18%).

Wśród 18 prezentowanych w pytaniu zachowań cztery nie uzyskały żadnej odpowiedzi w kategorii „w ogóle nieistotne”, a więc ich przestrzeganie jest dla wszystkich ankietowanych w jakimś stopniu ważne – są to: pierwszeństwo wysiadających wobec wsiadających, pomoc przy wsiadaniu i wysiadaniu osobom starszym/inwalidom, używanie zwrotów „przepraszam” i „dziękuję” przez pasażerów oraz nieużywanie wulgaryzmów.

Kontrola społeczna w środkach komunikacji miejskiej w Warszawie

Znając już wyniki dotyczące hierarchii zachowań niepożądanych przez ankietowanych pasażerów oraz częstotliwość ich występowania chciałam zbadać, jak często, i czy w ogóle, osoby badane przeciwdziałają rozpowszechnianiu się złych wzorców poprzez zwracanie uwagi współpasażerom. W tym celu zadałam respondentom 2 pytania – jedno, w którym mieli określić jak często upominają innych w środkach transportu zbiorowego oraz drugie – otwarte, gdzie mieli napisać, na jakie konkretne zachowania reagują. Wykres 9 przedstawia procentowy udział odpowiedzi respondentów pytania zamkniętego.



Wykres 9. Jak często respondenci zwracają uwagę nieprawidłowo zachowującym się pasażerom

Źródło: badania własne

Zdecydowana większość respondentów nigdy nie reaguje na niepożądane zachowania innych pasażerów (41%) lub zwraca im uwagę bardzo rzadko (33%). Jedna piąta badanych deklaruje, że upomina nieprawidłowo zachowujących się współpasażerów czasami, tylko 6% wybrała odpowiedź „często”, natomiast żaden z ankietowanych nie zaznaczył odpowiedzi „bardzo często”.

W pytaniu otwartym, w którym respondenci mieli wymienić sytuacje, kiedy zwracają innym pasażerom uwagę, ankietowani najczęściej pisali o używaniu wulgaryzmów i nieprzepuszczaniu wysiadających z pojazdu (po 8 osób). 7 osób zadeklarowało, iż upomina współpasażerów, gdy spotyka się z paleniem papierosów, zwłaszcza w pojeździe, a 6 respondentów – gdy inni przepychają się do wyjścia. 5 osób reaguje, gdy współpasażerowie nie zdejmą plecaka bądź blokują przejście bagażem, a 2 osoby – gdy inni kładą swój bagaż na siedzeniu obok, uniemożliwiając reszcie pasażerów skorzystania z miejsca siedzącego.

Respondenci zwracają również uwagę innym pasażerom, aby ustąpili miejsce stojącym obok osobom potrzebującym (2 ankietowanych), a zwłaszcza osobom starszym (3 osoby), inwalidom (2 osoby) i kobietom w ciąży (1 osoba).

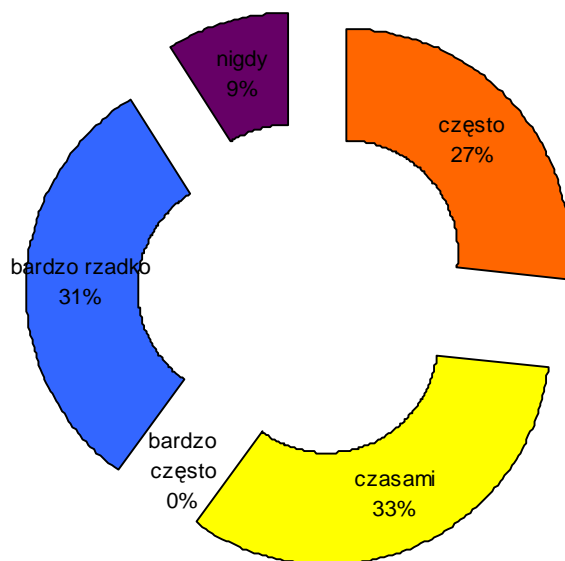
4 osoby badane deklarują, iż zwracają uwagę osobom stojącym w drzwiach i utrudniającym innym wysiadanie z pojazdu, tyle samo prosi innych o przesuwanie się wgłąb pojazdu, aby ułatwić dostanie się do środka jak największej ilości osób oczekujących. Natomiast 3 respondentów odpowiedziało, iż reaguje na zbyt głośne słuchanie muzyki w środkach komunikacji miejskiej oraz stanie po lewej stronie schodów ruchomych w metrze. Tyle samo osób upomina współpasażerów, gdy tamci przepychają się bez słowa „przepraszam”.

Respondenci przyznawali, iż zwracają uwagę innym w środkach komunikacji miejskiej również na śmiecenie, kładzenie butów na siedzeniu, picie alkoholu, pchanie się do wejścia pojazdu, nieprzestrzeganie higieny osobistej, prowadzone kłótnie, głośne rozmowy, a także roszczeniową postawę osób starszych, zamykanie pasażerów w drzwiach przez kierowców, czy też kiedy niekulturalnie rozmawiają z prowadzącymi pojazdy i zwracają im uwagę na złe prowadzenie pojazdu. Trzech ankietowanych deklaruje, że reaguje, gdy spotyka się z chamstwem i brakiem szacunku wobec innych osób – w takich przypadkach przypominają, *„iż nie są jedynymi pasażerami i żeby podporządkowali się ogółowi”*.

W kolejnych dwóch pytaniach ankiety respondenci mieli określić, jak często są świadkami publicznego zwracania uwagi pasażerom środków komunikacji publicznej przez innych podróżujących oraz na jakie zachowania oni reagują.

Podobnie jak w poprzednim pytaniu ankiety żaden z badanych nie wybrał odpowiedzi „bardzo często”. 60% respondentów zadeklarowało, że często (27%) lub czasami (33%) spotyka się z upominaniem innych pasażerów. 31% ankietowanych zaznaczyła odpowiedź „bardzo rzadko”, a 9% „nigdy”. Znajdujący się poniżej Wykres 10 przedstawia udział procentowy odpowiedzi respondentów.

Na uwagę zasługuje fakt, iż porównując odpowiedzi respondentów na dwa pytania dotyczące kontroli społecznej w środkach komunikacji miejskiej w Warszawie, można zauważyć tendencję, iż ankietowani częściej widzą reakcje na nieprawidłowe zachowania niż sami zwracają uwagę innym podróżującym.



Wykres 10. Jak często respondenci widzą, że pasażerowie zwracają uwagę na nieprawidłowe zachowania innych

Źródło: badania własne

Zdecydowana większość respondentów w pytaniu otwartym dotyczącym zachowań, które są publicznie potępiane przez pasażerów, wymieniła zwracanie uwagi na ustąpienie miejsca starszym osobom – odpowiedziały tak 33 osoby. Niektóre z nich dodawały, że najczęściej strofują dzieci i młodzież osoby starsze, a także grupa nazywana w żargonie młodzieżowym „moherami”. Respondenci przyznają także, że podczas podróży środkami komunikacji miejskiej w Warszawie są świadkami zwracania uwagi innym pasażerom na ustępowanie miejsca kobietom ciężarnym (2 osoby) czy też zwalnianie miejsca ogólnie, bez określania konkretnie uprzywilejowanych osób (13 respondentów).

16 ankietowanych osób odpowiedziało, że pasażerowie zwracają uwagę innym na przepychanie się i potrącanie, głównie do wyjścia z pojazdu. 14 respondentów przyznaje, iż widzi podczas podróży komunikacją miejską reagowanie podróżujących na zbyt głośne rozmowy współpasażerów, a także połączone z nimi głośne śmianie się czy używanie wulgaryzmów (12 osób).

12 respondentów spotkało się z upominaniem pasażerów stojących przy drzwiach i uniemożliwiającym w ten sposób wyjście bądź wejście do pojazdu. 3 osoby odpowiedziały, iż były świadkami zwracania uwagi współpasażerom, aby nie tłoczyli się przy wejściu, lecz przechodzili w głąb środka komunikacji miejskiej w celu zmieszczenia się do niego większej ilości pasażerów.

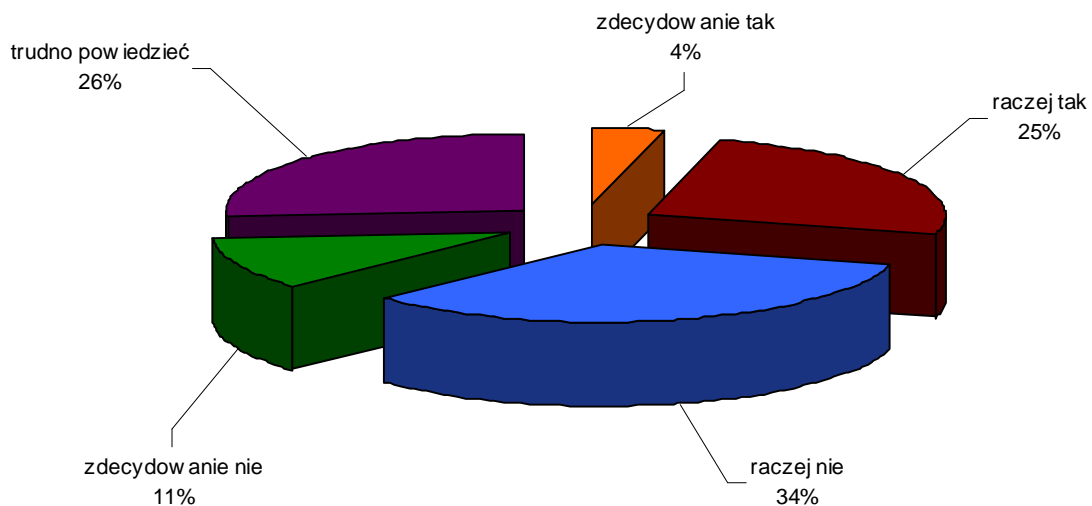
Ankietowani przyznają również, że spotykają się z uwagami innych pasażerów w sytuacjach, gdy któryś z podróżujących nie zdejmuje plecaka i potraça nim współpasażerów (7 osób), kiedy ktoś pali na przystanku lub w pojeździe (4 osoby), a także gdy ma miejsce spożywanie alkoholu (5 osób). Jeden z respondentów dodaje jednak, iż karcenie innych pasażerów pijących alkohol odbywa się tylko w dzień, gdyż w nocy jest to bardzo niebezpieczne.

5 respondentów spotkało się ze zwracaniem uwagi pasażerom słuchającym zbyt głośno muzyki i z prośbami o ściszenie jej. 4 osoby odpowiedziały, iż widziały, gdy podróżni upominali współpasażerów, którzy nie przestrzegali zasady o pierwszeństwie wysiadających z pojazdu. Respondenci przyznają, iż byli również świadkami zwracania innym uwagi w takich przypadkach jak śmiecenie w pojeździe, niszczenie go, brak używania zwrotów grzecznościowych czy ustawianie się po lewej stronie schodów ruchomych uniemożliwiając przejście osobom spieszącym się (po 1 osobie).

Respondenci nie opisują jednak, w jaki sposób pasażerowie zwracają uwagę innym – czy są to kulturalne prośby czy też zaczepne rozpoczynanie dyskusji.

Akcje społeczne propagujące prawidłowe zachowania w środkach komunikacji miejskiej w Warszawie

W Warszawie co jakiś czas organizowane są, głównie przez Zarząd Transportu Miejskiego, akcje społeczne mające na celu propagowanie pożądanego zachowania pasażerów w środkach komunikacji miejskiej, które w znacznym stopniu poprawiłyby jakość podróżowania. W mojej ankiecie zadałam respondentom pytanie, czy uważają, że tego typu akcje, jak np. wspomniane w analizie prasy w Rozdziale 4 rozwieszenie zabawnych komiksów mających przypominać młodym ludziom o ustępowaniu miejsca starszym, są skuteczne. Procentowy udział odpowiedzi przedstawia poniższy Wykres 11.

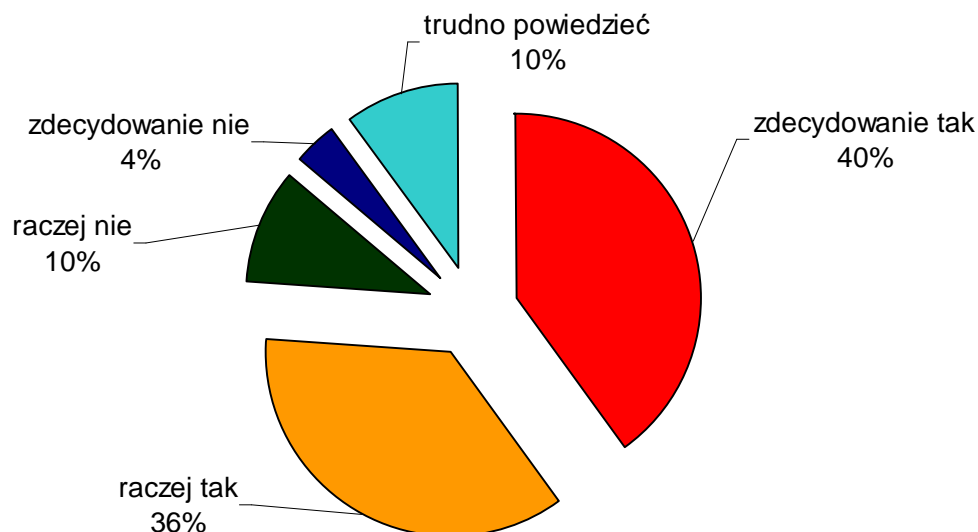


Wykres 11. Opinia respondentów na temat skuteczności organizowanych w Warszawie akcji społecznych mających na celu propagowanie dobrych obyczajów w komunikacji miejskiej
Źródło: badania własne

Tylko 4% badanych twierdzi, że kampanie społeczne zdecydowanie mają wpływ na zmianę zachowań pasażerów. 25% respondentów zaznaczyła odpowiedź „raczej tak”. Podobnej ilości, bo 26% ankietowanych, trudno było przyjąć jednoznaczne stanowisko w tej kwestii. Natomiast największy udział procentowy uzyskała odpowiedź „raczej nie” – 35%. 11% badanych zdecydowanie nie zgadza się, iż akcje propagujące prawidłowe zachowania w środkach komunikacji miejskiej w Warszawie są w ogóle skuteczne.

W kolejnym pytaniu respondenci mieli wypowiedzieć się, czy organizowanie kampanii społecznych w środkach komunikacji miejskiej jest potrzebne. Graficzne przedstawienie wyników obrazuje Wykres 12.

Mimo że co trzeci respondent w poprzednim pytaniu wybrał odpowiedź, iż organizowane kampanie społeczne raczej nie są skuteczne, to tylko 10% ankietowanych twierdzi, że raczej nie są one potrzebne. 76% badanych opowiedziało się za organizowaniem tego typu akcji w Warszawie, z czego 40% wybrało odpowiedź „zdecydowanie tak”, a 36% „raczej tak”. 10% respondentów trudno było zdecydować, za którą opcją się opowiedzieć. Tylko 4% uważa, że organizacja akcji społecznych w warszawskich środkach komunikacji miejskiej zdecydowanie nie jest potrzebna.

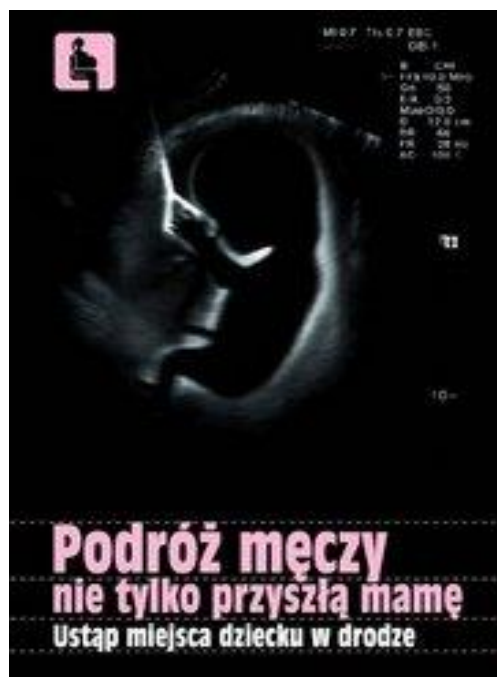


Wykres 12. Opinia respondentów na temat potrzeby organizowania w Warszawie akcji społecznych mających na celu propagowanie dobrych obyczajów w komunikacji miejskiej

Źródło: badania własne

Zdecydowana większość respondentów deklaruje, iż kampanie społeczne są potrzebne, ale prawie połowa z nich twierdzi, iż są one nieskuteczne. W kolejnym zadanym przeze mnie pytaniu otwartym ankietowani mieli zaproponować własne sposoby wpajania dobrych obyczajów w Warszawie. 14% badanych nie udzieliło odpowiedzi bądź napisało „nie wiem”. Kolejne 5% uważa, że nie da się wpłynąć na zmianę zachowań pasażerów, gdyż istnieje błędne koło – kulturalni podróżujący nie potrzebują tego typu akcji, a reszta kompletnie nie zwraca na nie uwagi. Ta część osób badanych nie wierzy, że można wpłynąć na zakorzenione w podświadomości sposoby zachowania pasażerów.

Jedna czwarta ankietowanych popiera dotychczasowe sposoby przypominania pasażerom o regułach dobrego wychowania, czyli rozwieszanie w środkach komunikacji miejskiej oraz na przystankach wywieszek, plakatów z dowcipnymi rysunkami i zabawnych komiksów ze scenkami obyczajowymi czy tzw. „vlepek” – małych karteczek z chwytliwymi hasłami. Proponuje się także wyświetlanie krótkich filmików na zamontowanych niedawno ekranach w metrze, w których promowano by dobre obyczaje w środkach transportu publicznego, zwłaszcza jak powinno się zachowywać wobec osób potrzebujących naszej pomocy, a także co może przeszkadzać współpasażerom.



Rys. 1 i 2 Najczęściej kampanie społeczne są połączone z pomysłowym plakatem

Źródło: <http://www.infobus.pl/busblog/img/15/Bus1.jpg> (obraz z lewej),

<http://www.feminoteka.pl/images/news/Mamaustapmiejsce.jpg> (obraz z prawej)

Jedna trzecia respondentów mocno podkreśla rolę instytucji rodziny i szkoły jako te, w których przede wszystkim młody człowiek może nabyć pozytywne wzorce. Ankietowani często przypominają o dawaniu dobrego przykładu przez rodziców. Niektórzy z nich proponują szkolenia dla rodziców, aby mieli oni szansę uzupełnić swoje braki w wychowaniu i swoim dzieciom przekazywać jedynie słuszne wzorce. Natomiast do szkoły proponuje się wprowadzić nowe programy lekcji wychowawczych, także do przedszkoli, w których dzieci poznawałyby prawidłowe, powszechnie akceptowane zachowania.

Niespełna 20 % ankietowanych jest za tym, aby do kampanii społecznych włączyły się media, a zwłaszcza telewizja i prasa – zarówno młodzieżowa, jak i stołeczna. Respondenci proponują wyświetlanie reklam, czasem nawet kontrowersyjnych, które zmuszałyby do myślenia. Jeden z badanych proponuje zrobienie spotu reklamowego, w którym dość drastycznie pokazałoby podróż środkami komunikacji miejskiej bez przestrzegania przez pasażerów jakichkolwiek reguł. Respondenci wspominają także o udziale osób znanych publicznie w tego typu reklamach, aby stworzyć pewnego rodzaju „modę na dobre zachowanie”, co byłoby

możliwe jedynie z pomocą mediów. Jedną z wypowiedzi ankietowanych dotyczyła popularyzacji dobrych obyczajów w znanych serialach.

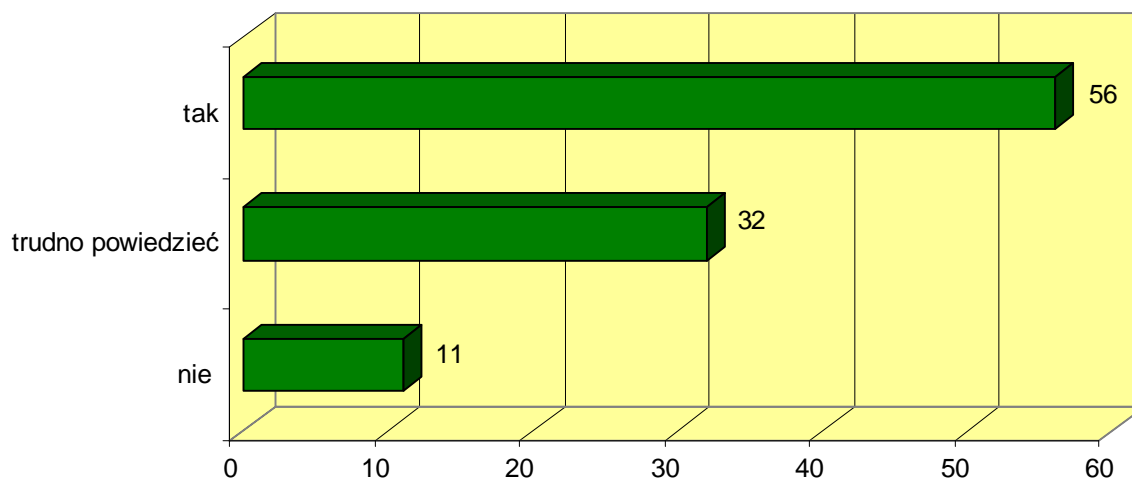
Respondenci proponują także innowacyjnych pomysłów kampanii społecznych dla młodzieży na szerszą skalę wzbogaconej o happeningi, wydarzenia kulturalne powiązane z eventami. Kolejnymi pomysłami są specjalne ulotki czy też obecne w wielu punktach miasta billboardy.

Kolejnym ze sposobów szerzenia dobrych obyczajów w komunikacji miejskiej w Warszawie są według respondentów jasno określone zakazy i nakazy oraz dokładnie określone kary pieniężne za ich złamanie. Jeden z ankietowanych proponuje nawet wprowadzenie policji do pojazdów, co miało już miejsce w zeszłym roku w Japonii. Respondenci zwracają również uwagę na upominanie pasażerów łamiących powszechnie uznawane zasady.

Wśród pomysłów ankietowanych zdarzały się również te bardziej niekonwencjonalne i nieco kontrowersyjne. I tak czytamy o tym, że *„do warszawiaka nie trafia nic oprócz odpowiedniego lania i mamy. Tak też trzeba w każdym autobusie/tramwaju/metrze zainstalować automatyczną mamę, która bije wałkiem po głowie”*. Kolejna osoba proponuje krótkie hasła płynące z głośników w pojazdach takich jak np. *„zobacz czy obok Ciebie nie stoi osoba, która wymaga ustąpienia miejsca”*. Jeszcze inni respondenci proponują rozdawanie mydła dla osób wyraźnie nieprzestrzegających higieny osobistej, zatrudnienie osób dających dobry przykład i zwracających na siebie uwagę, wprowadzenie wątków dobrego wychowania do gier komputerowych czy też stworzenie specjalnej strony internetowej, na którą można by było wgrywać filmiki nagrane za pomocą telefonów komórkowych, mające publicznie potępiać osoby łamiące reguły.

Wzorzec gentlemana w warszawskiej komunikacji miejskiej

Ostatnie pytanie części pierwszej przeprowadzonej ankiety dotyczyło opinii respondentów, czy w dzisiejszej Warszawie można spotkać w komunikacji miejskiej gentlemanów. Ponad połowa ankietowanych zaznaczyła odpowiedź „tak” (56%), natomiast 1/3 wybrała opcję „trudno powiedzieć” (32%). Poniższy Wykres 13 prezentuje graficzne przedstawienie odpowiedzi respondentów.



Wykres 13. Czy w warszawskiej komunikacji miejskiej jeżdżą gentlemani – opinia respondentów

Źródło: badania własne

Zadałam również pytanie otwarte, w którym ankietowani mieli określić, jak powinien zachowywać się mężczyzna w komunikacji miejskiej, aby można go było nazwać gentlemanem.

Ankietowani najczęściej jako zachowanie charakteryzujące gentlemana wymieniali ustępowanie miejsca osobom starszym, ze szczególnym naciskiem na starsze kobiety (32%). 23% respondentów twierdzi, że powinien on zwalniać miejsce wszystkim potrzebującym. Co ciekawe, aż 19% ankietowanych pisze, iż gentleman ma obowiązek ustąpienia miejsca kobiecie, bez względu na jej wiek. Jeden z badanych dodaje jednak, iż wyjątek stanowią młode dziewczęta zachowujące się agresywnie i wulgarnie. 11% respondentów uważa, że dzisiejszy gentleman powinien ustępować miejsca kobietom w ciąży, 6% – inwalidom i osobom niepełnosprawnym, a 4% – kobietom z dziećmi.

Gentleman naszych czasów powinien przy wejściu do środka komunikacji miejskiej przepuścić w drzwiach kobiety i osoby starsze – tak twierdzi 16% respondentów. Dobrze byłoby, aby pomógł we wniesieniu wózka, ciężkich pakunków, czy roweru, a także pomógł w ulokowaniu ciężkiego bagażu (14% odpowiedzi). Według 9% ankietowanych powinien także pomagać przy wchodzeniu i wychodzeniu z pojazdu osobom potrzebującym.

Cechami charakteryzującymi gentlemana są według respondentów uprzejmość, życzliwość, bycie miłym, kulturalnym, pomocnym i taktownym (17%). Nie powinien

on przeklinać (twierdzi tak 8% ankietowanych), przepychać się czy też głośno rozmawiać przez telefon komórkowy (2%). Dobrze by było, aby był pachnący i dobrze ubrany, przede wszystkim przestrzegał higieny osobistej (5% ankietowanych), używał zwrotów grzecznościowych takich jak „proszę”, „przepraszam” i „dziękuję”, był uśmiechniętym pasażerem (6%), a także – co ważne – mieć odwagę zwrócić uwagę osobom, które zachowują się niestosownie i łamią fundamentalne zasady dobrego wychowania w środkach komunikacji miejskiej (6%). Gentleman ma więc również rolę swoistego „strażnika dobrych obyczajów”. Jeden z ankietowanych pisze, iż powinien być wzorem dla innych.

Wśród wypowiedzi respondentów często przewija się wątek, iż gentleman powinien być osobą, która nie zwraca na siebie uwagi innych podróżujących, nie przeszkadza swoim zachowaniem innym, ma szacunek dla innych i współodczuwa. Tylko jeden z ankietowanych pisze, iż dobrze by było, aby zajął miłą rozmową współpasażerów.

2 osoby ze 100 respondentów napisało, iż pytanie o gentlemiana jest głupie, gdyż nie żyjemy już w XIX wieku, a w czasach silnego nacisku na równouprawnienie, które nie wymaga dobrego wychowania wyłącznie od mężczyzn.

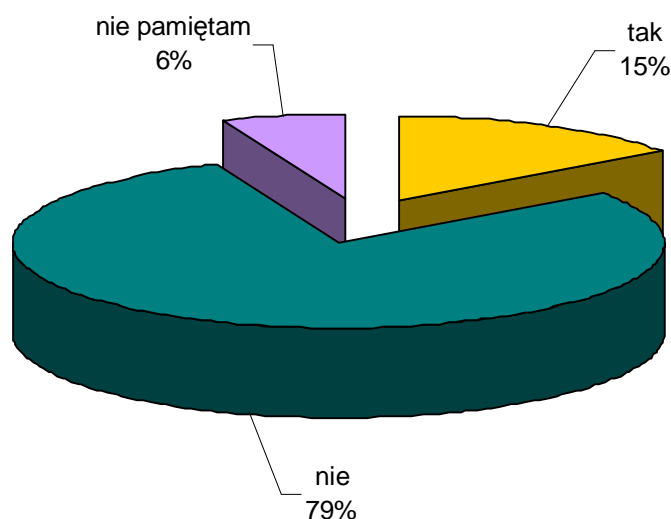
Popularność poradników savoir-vivre'u

Część druga mojej ankiety zawierała pytania dotyczące poradników savoir-vivre'u. Chciałam się dowiedzieć, ilu respondentów ma za sobą lekturę tego typu książek oraz jakie były przyczyny sięgnięcia po nie przez ankietowanych. Osoby, które nie czytały kodeksów dobrego wychowania pytałam o to, co skłoniłoby ich do zajrzenia w nie. Wykres 13 przedstawia procentowy udział odpowiedzi na pytanie, czy respondenci czytali poradniki savoir-vivre'u.

Aż 79% ankietowanych nie czytało poradników dobrego wychowania, nie pamięta tego 6% respondentów. Tylko 15% przyznaje, iż sięgnęło do kodeksów savoir-vivre'u.

Wśród powodów, dla których respondenci sięgnęli po poradniki savoir-vivre'u była przede wszystkim ciekawość i potrzeba wiedzy, jak należy zachować się w różnych sytuacjach, aby nie popełnić gafy czy też wyjaśnienie wątpliwości

dotyczących sposobu zachowania. Jedna z ankietowanych przyznaje, iż przeczytanie tego typu książki było sprawą wychowania i należało do dobrego tonu. Respondenci piszą także o takich przyczynach jak dostanie kodeksu dobrego wychowania w prezencie, wielka popularność książki Kamyczka w ówczesnych czasach, egzotyczny tytuł i ładna grafika, stanie książki na widoku czy przygotowanie zbiórki dla zuchów.



Wykres 14. Procentowy udział odpowiedzi na pytanie: czy respondenci czytali poradniki savoir-vivre'u

Źródło: badania własne

Najczęstszą odpowiedzią na pytanie, co skłoniłoby respondentów, którzy wcześniej nie czytali poradników savoir-vivre'u, do sięgnięcia po tego typu książkę, była ciekawość (20 osób). 6 ankietowanych jako powód wymienia ważne spotkanie z osobami nieznanymi na bankiecie lub przyjęciu, ważną kolację w pięciogwiazdkowym hotelu, udział w ważnym wydarzeniu kulturalnym czy też wizytę na salonach jednej z głów państwa lub znanej osoby. 2 osoby sięgnęłyby po kodeks dobrego wychowania gdy wybierałyby się za granicę do państw z innego kręgu kulturowego jak np. Japonia, aby zapoznać się zawczasu z regułami tam panującymi i nie popełnić gafy.

6 respondentów przyznaje, że z pewnością przeczytałoby poradnik dobrych manier gdyby dysponowali większą ilością wolnego czasu, a dla 7 osób motywacją byłoby posiadanie takiej książki lub jej lepsza dostępność. 7 ankietowanych zapoznałoby się z nim gdyby ktoś zwrócił im uwagę na niestosowne zachowanie, aby sprawdzić, co zrobili nie tak lub gdyby mieli wątpliwości jak się zachować

w konkretnej sytuacji. Natomiast 6 osób motywacją byłby własny rozwój i chęć pogłębienia wiedzy.

2 osoby przyznały, że po wypełnieniu mojej ankiety z pewnością sięgną po poradnik *savoir-vivre*'u, jedna z nich przyznała, że dowiedziała się o istnieniu takiej książki właśnie dzięki udziałowi w moim badaniu. Jeden z ankietowanych napisał, iż to warsztaty nt. dobrego wychowania pobudziły jej chęć do sięgnięcia po tego typu książkę.

3 respondentów do sięgnięcia po kodeks dobrego wychowania skłoniłyby tylko pieniądze, jeden z nich wymienia nawet sumę – 500 zł. Jeszcze inny stwierdza, że mogłaby go zachęcić jedynie kobieta.

Jeśli chodzi o szatę graficzną i treść poradników dobrych manier – respondenci sięgnęliby po nie, gdyby posiadał przyjemną formę, był rzetelnie napisany i posiadał atrakcyjną pierwszą stronę („*fajne laski na okładce :P*”).

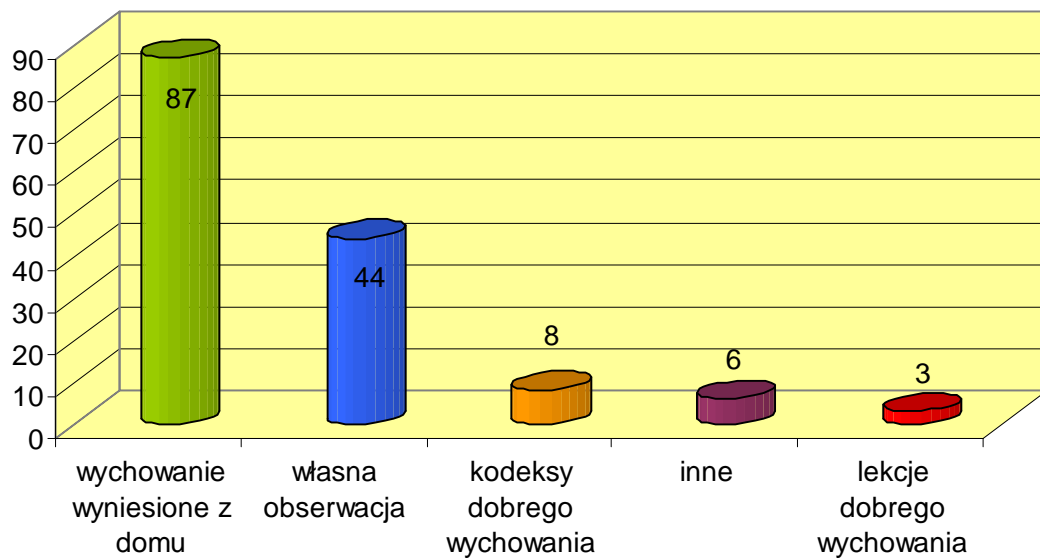
11 ankietowanych przyznaje, że nic nie zachęciłoby ich do sięgnięcia po kodeks dobrego wychowania, gdyż mają własny system wartości, ich poziom kultury osobistej jest na zadowalającym poziomie, a poza tym każdy autor poradnika ma inne zdanie i najlepsza jest własna intuicja połączona z empatią i świadomością, że nie żyjemy sami na świecie.

Aby sprawdzić, jak ważne w procesie przyswajania reguł zachowania w środkach komunikacji miejskiej były dla respondentów poradniki dobrego wychowania umieściłam w ankiecie pytanie o źródła wiedzy poprawnego postępowania w transporcie publicznym. Ankietowani mieli do wyboru 5 odpowiedzi: wychowanie wyniesione z domu, kodeksy dobrego wychowania, własna obserwacja, lekcje dobrego wychowania oraz możliwość dopisania własnej. Można było wybrać więcej niż jedną odpowiedź. Wykres 15 jest graficznym przedstawieniem udziału procentowego poszczególnych odpowiedzi.

Wiedzę z kodeksów *savoir-vivre*'u czerpało jedynie 8% respondentów. Najwięcej, bo 87% ankietowanych wyniosło ją w procesie wychowania z domu, kolejne 44% wie jak zachować się w środkach komunikacji miejskiej dzięki własnej obserwacji, a tylko 3% dzięki lekcjom dobrego wychowania.

Jako inne źródła wiedzy respondenci wymieniają szkołę, intelekt, zdrowy rozsądek wraz z własną moralnością i myśleniem, dzięki którym unikają zachowań

mogącym przeszkadzać im samym, by jak najmniej niewygodnie było im i innym na co dzień.



Wykres 15. Źródła wiedzy respondentów na temat poprawnego zachowania w środkach komunikacji miejskiej

Źródło: badania własne

Sulejówek, sierpień 2009 r.