



Wielka Ankieta o Ślōnskij Godce

Adrian Górecki

Bernadeta Prandzioch-Górecka

Wprowadzenie

W 2018 roku przeprowadziliśmy wśród naszych odbiorców internetową ankietę dotyczącą ślōnskij godki. Chcieliśmy dowiedzieć się w jakim stopniu posługują się etnolektem śląskim – jak oceniają swoje umiejętności, co sprawia im największą trudność i czy chcieliby doskonalić się w tym obszarze. Zapytaliśmy także o to jak mieszkańcy Górnego Śląska postrzegają kampanie medialne po śląsku oraz na ile śląski obecny jest według nich w przestrzeni publicznej. Na następnych stronach prezentujemy wyniki naszych badań.



GRUPA BADANA:
2278 osób



METODA BADANIA:
ankieta internetowa

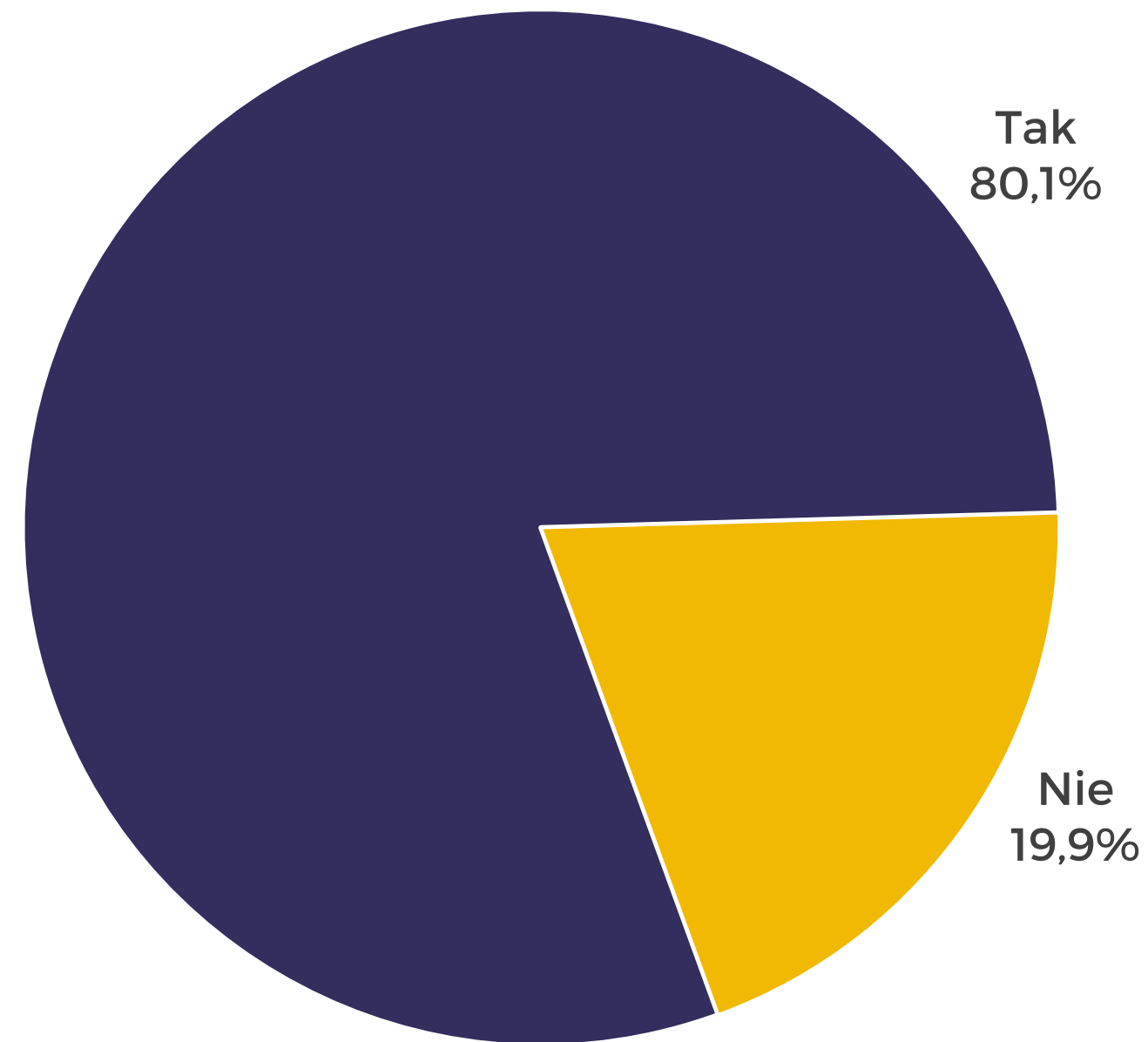
CZĘŚĆ 1

Używanie ślōnskij godki

Czy postugujesz się śląskim?

Na pierwsze pytanie, które brzmiało: „Czy postugujesz się śląskim?”, 4/5 badanych odpowiedziało, że tak, a 1/5 – nie.

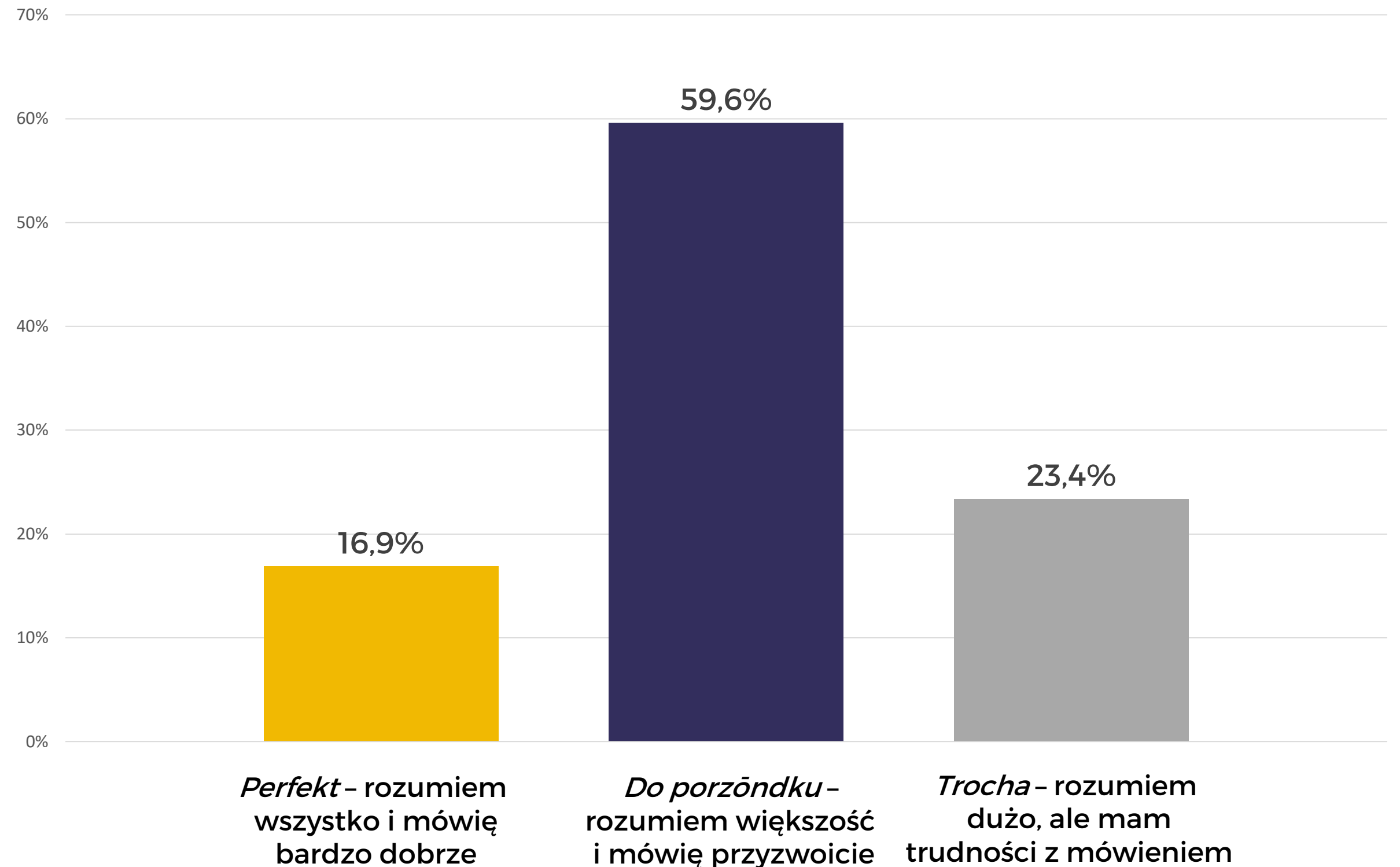
Kolejne pytania pozwoliły nam uszczegółowić jak respondenci oceniają swoje umiejętności w zakresie postugiwania się ślōnskōm godkōm.



Jak oceniasz swoje umiejętności postugiwania się śląskim?

Osoby, które w pierwszym pytaniu wskazały, że postugują się śląskim (n=1824), poprosiliśmy o ocenienie własnych umiejętności w tym zakresie:

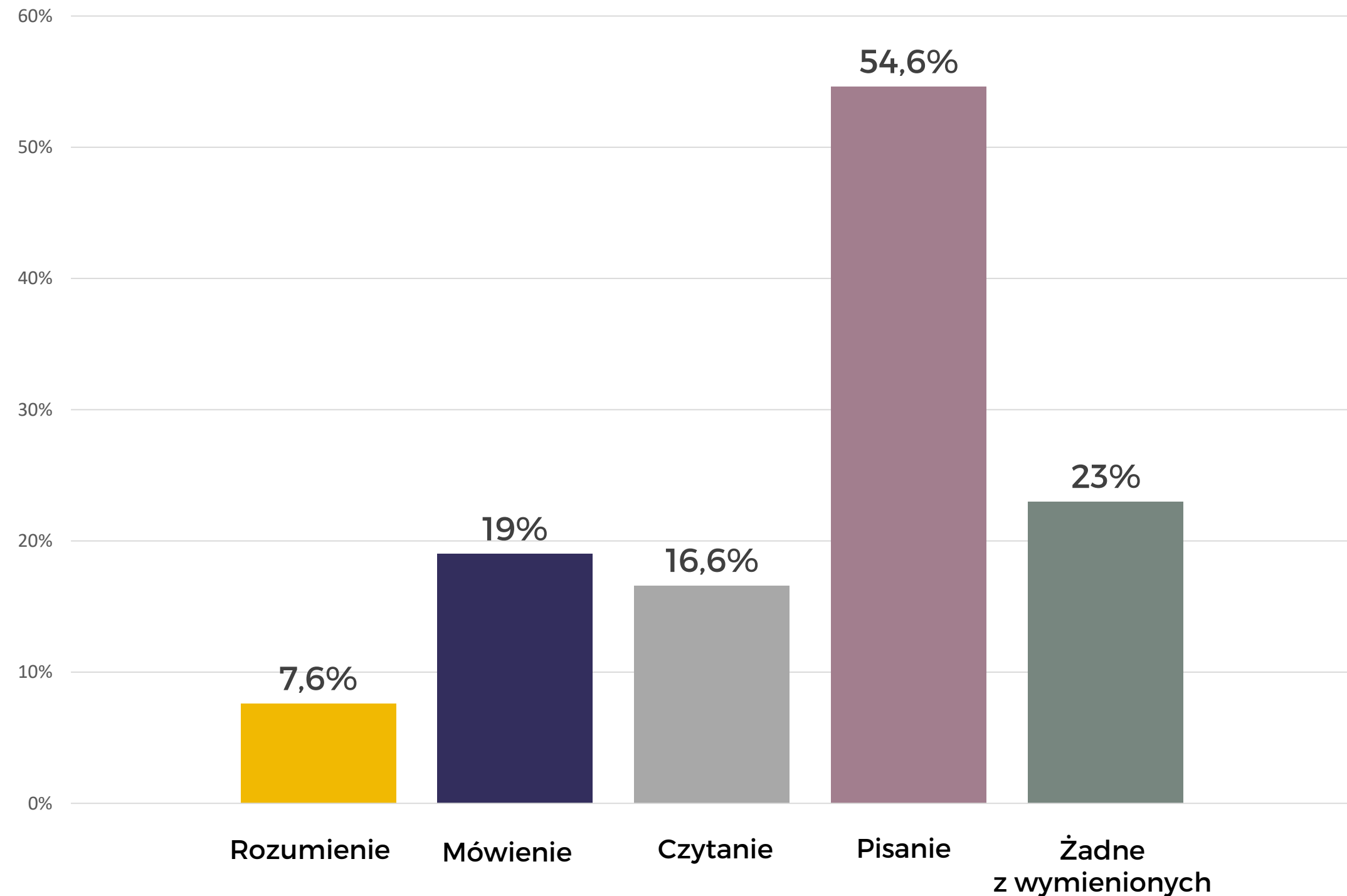
- 16,9% badanych uznało, że postuguje się śląskim *perfekt*, 59,6% badanych uważa, że postuguje się śląskim *do porzōndku*
 - 23,4% badanych uważa, że postuguje się śląskim *trocha*
- Pokazuje to, że Ślązacy chociaż używają śląskiego, mają jednak świadomość własnych niedostatków w tym zakresie. Nawet jeżeli nie postugują się śląskim biegle, to znakomita większość z nich posiada bierną znajomość śląskiego - rozumie śląski, chociaż go nie używa.



Liczba badanych: n=1824

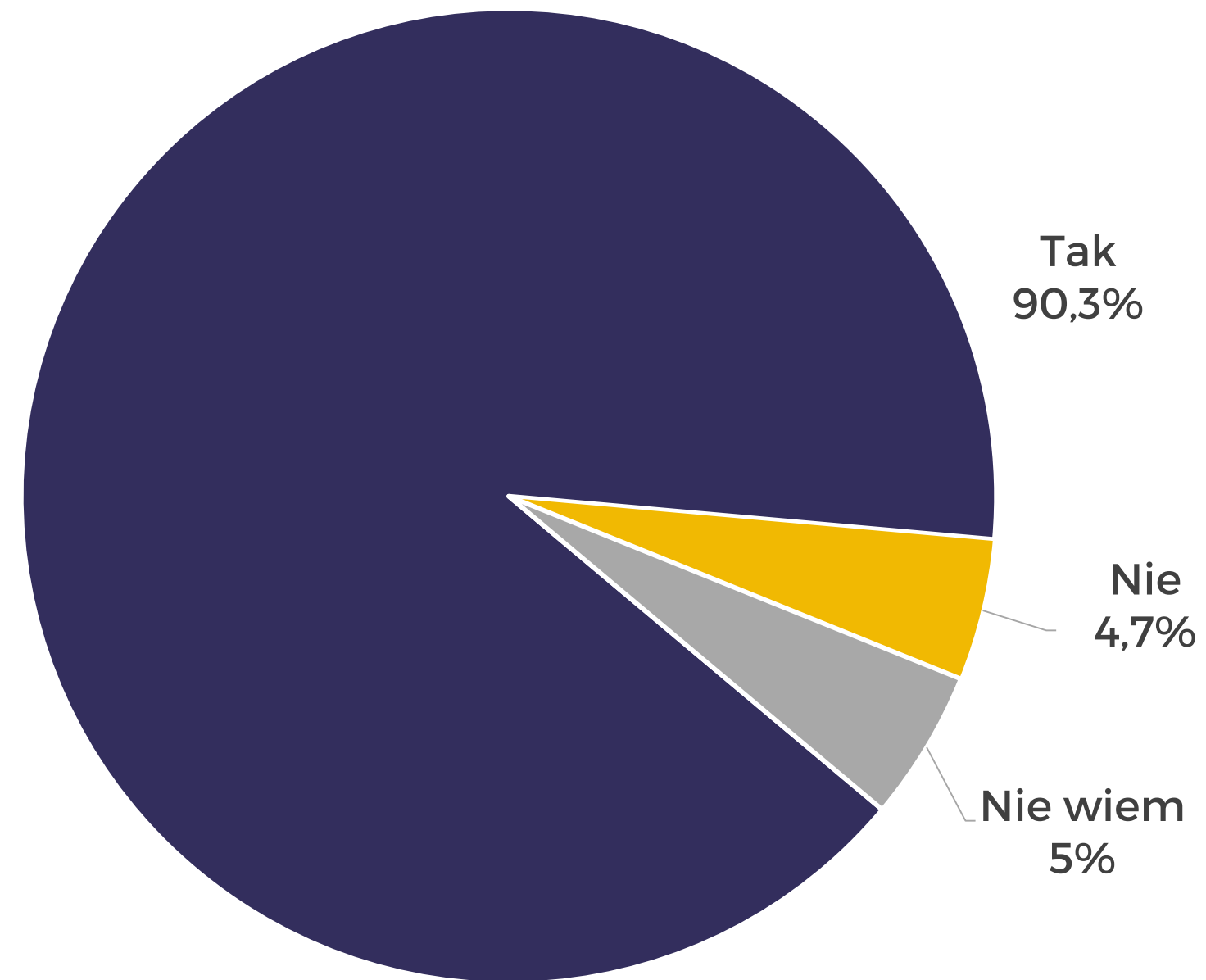
Co sprawia Ci najwięcej trudności w ślōnskij godce?

Następnie pytaliśmy, co sprawia odbiorcom najwięcej trudności w ślōnskij godce. Ślōnski przez wiele lat funkcjonował w zasadzie wyłącznie w formie mówionej, nie był w żaden sposób skodyfikowany, rzadko go zapisywano. Nie dziwi zatem, że ponad połowa badanych (54,6%) wskazała, że najwięcej trudności sprawia im właśnie pisanie po ślōnsku. Z pewnością przyczynia się do tego również fakt, że ślōnski wciąż zapisywany jest na kilka różnych sposobów, choć coraz większą popularnością cieszy się tzw. *ślōbikorzowy szrajbōnek*. Blisko jedna czwarta osób (23,4%) zadeklarowała, że nie ma problemów z żadnym z wymienionych obszarów.



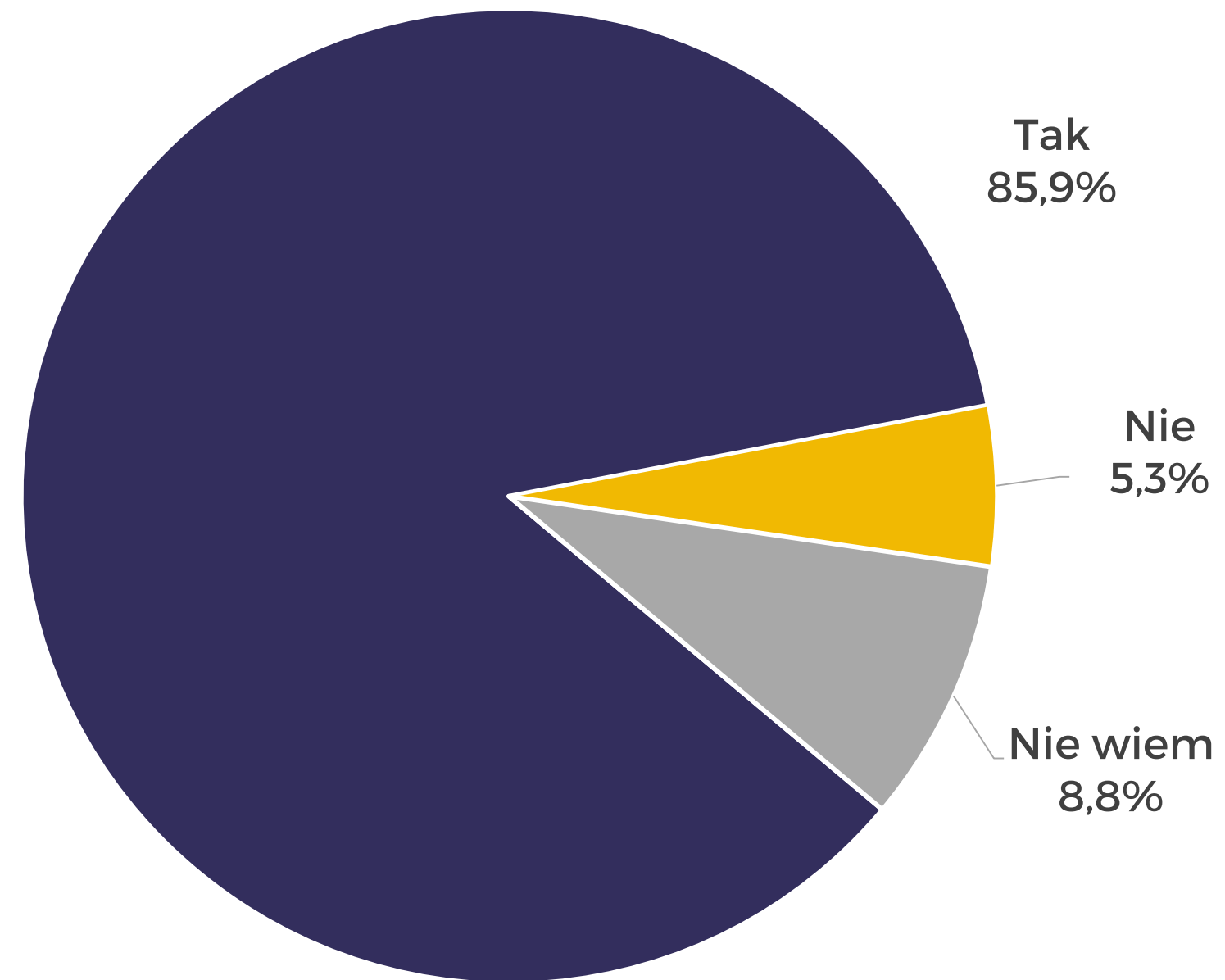
Czy chciałbyś lepiej mówić po śląsku?

Osoby, które zadeklarowały, że posługują się ślōnskōm godkōm, zapytaliśmy także, czy chciałyby lepiej mówić po śląsku. Aż 90,3% osób zadeklarowało, że chciałoby poprawić swoje umiejętności w tym obszarze, co pokazuje, że istnieje ogromna potrzeba edukacji w zakresie języka śląskiego.



Czy chciałbyś nauczyć się mówić po śląsku?

Pozostałych uczestników ankiety, a więc osoby, które zadeklarowały, że nie posługują się śląskim, zapytaliśmy czy chciałby się go nauczyć. W tej grupie również zdecydowana większość zadeklarowała chęć nauki – aż 85,9% osób. Zaledwie 5,3% respondentów wskazało, że nie jest zainteresowanych nauką śląskiego.

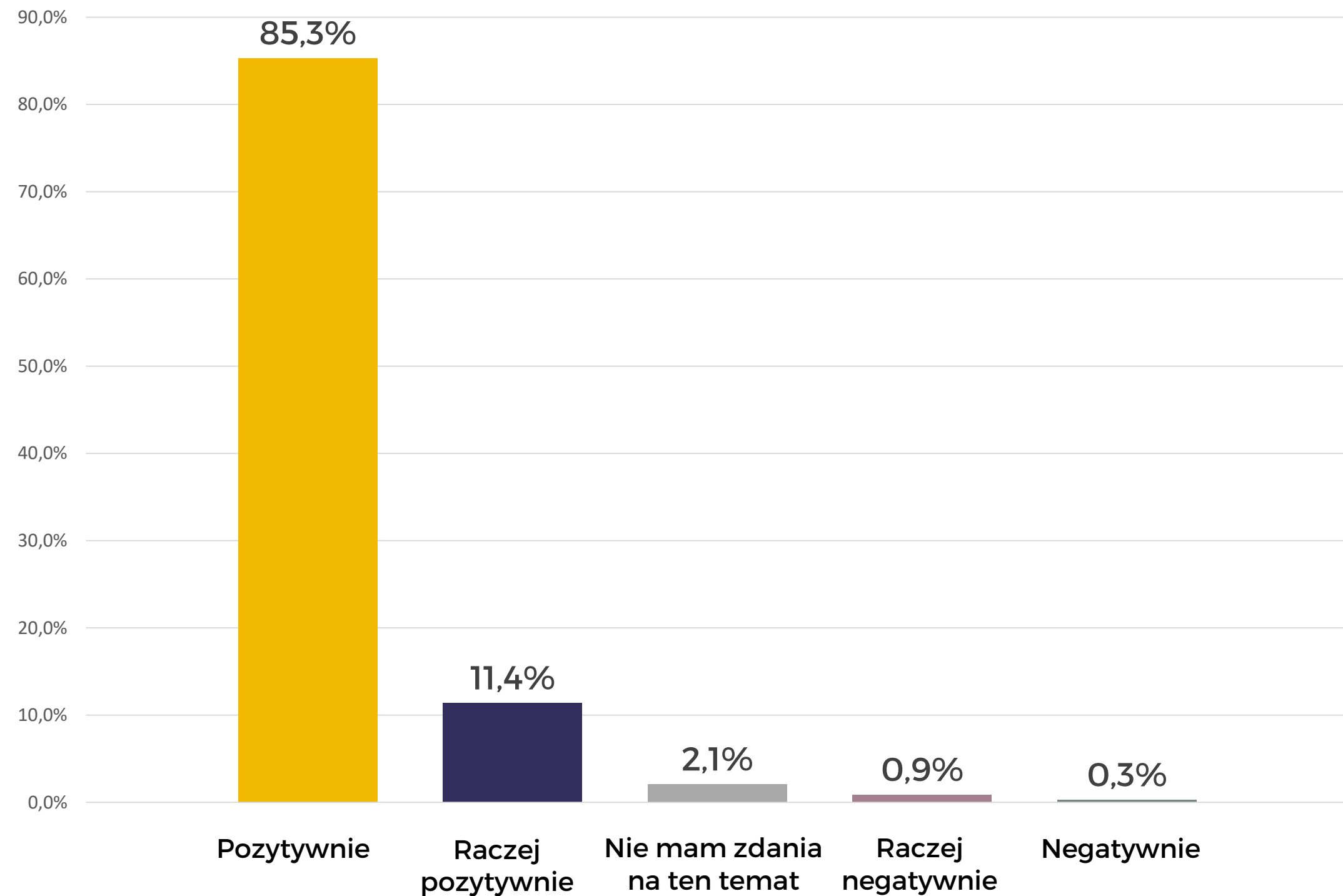


CZĘŚĆ 2

Ślōnsko godka w kampaniach reklamowych

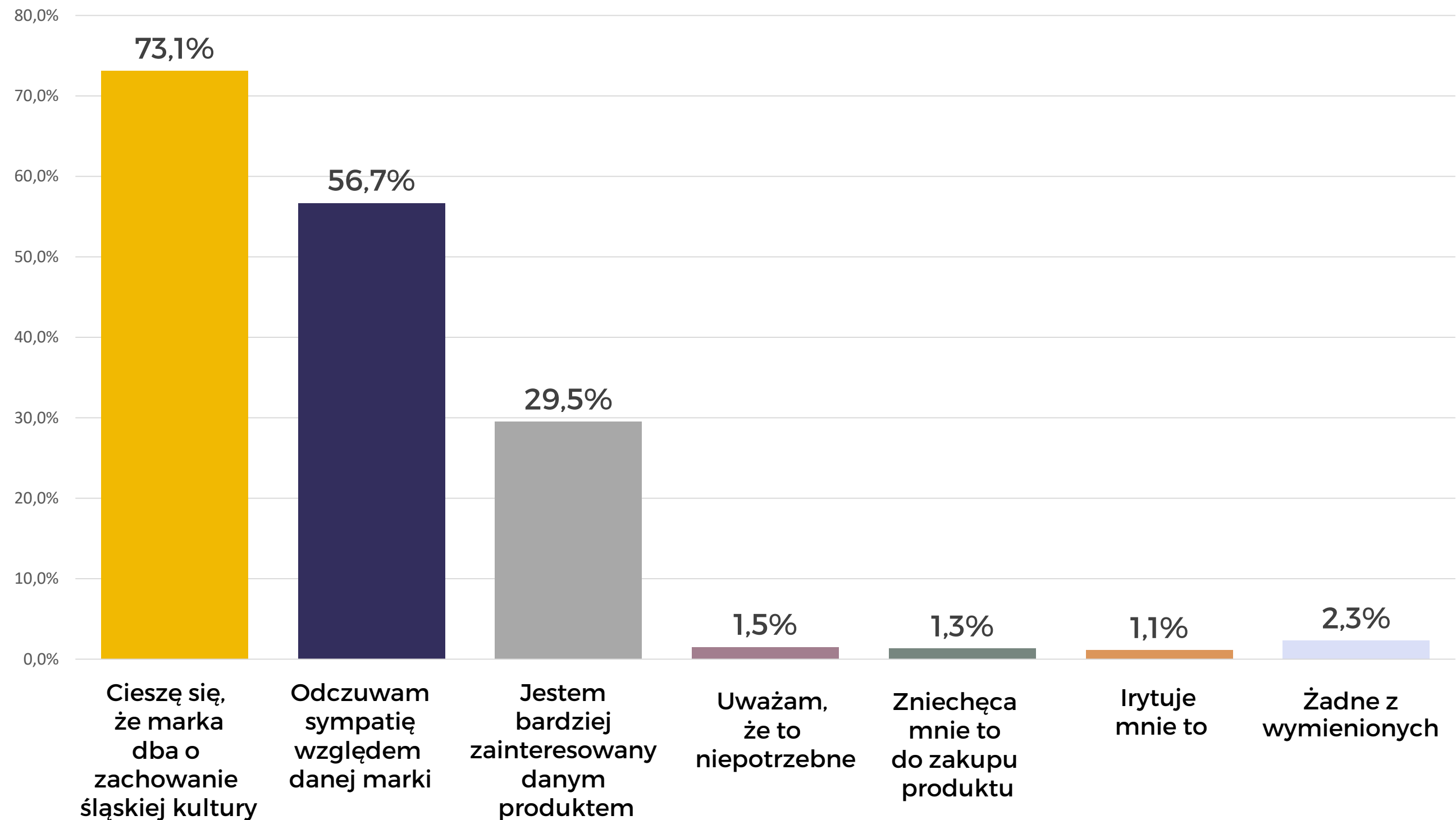
Jak odbierasz kampanie reklamowe po śląsku?

W drugiej części badania skupiliśmy się na kampaniach reklamowych po śląsku. Zapytaliśmy ankietowanych w jaki sposób odbierają tego typu działania. Praktycznie wszyscy respondenci zadeklarowali, że kampanie reklamowe po śląsku są przez nich odbierane pozytywnie (85,3%) bądź raczej pozytywnie (11,4%). Pokazuje to, że ślḗscy odbiorcy bardzo ceniḗ takie inicjatywy podejmowane przez marki.



Jakie emocje budzi w Tobie ślōnsko godka używana w reklamach?

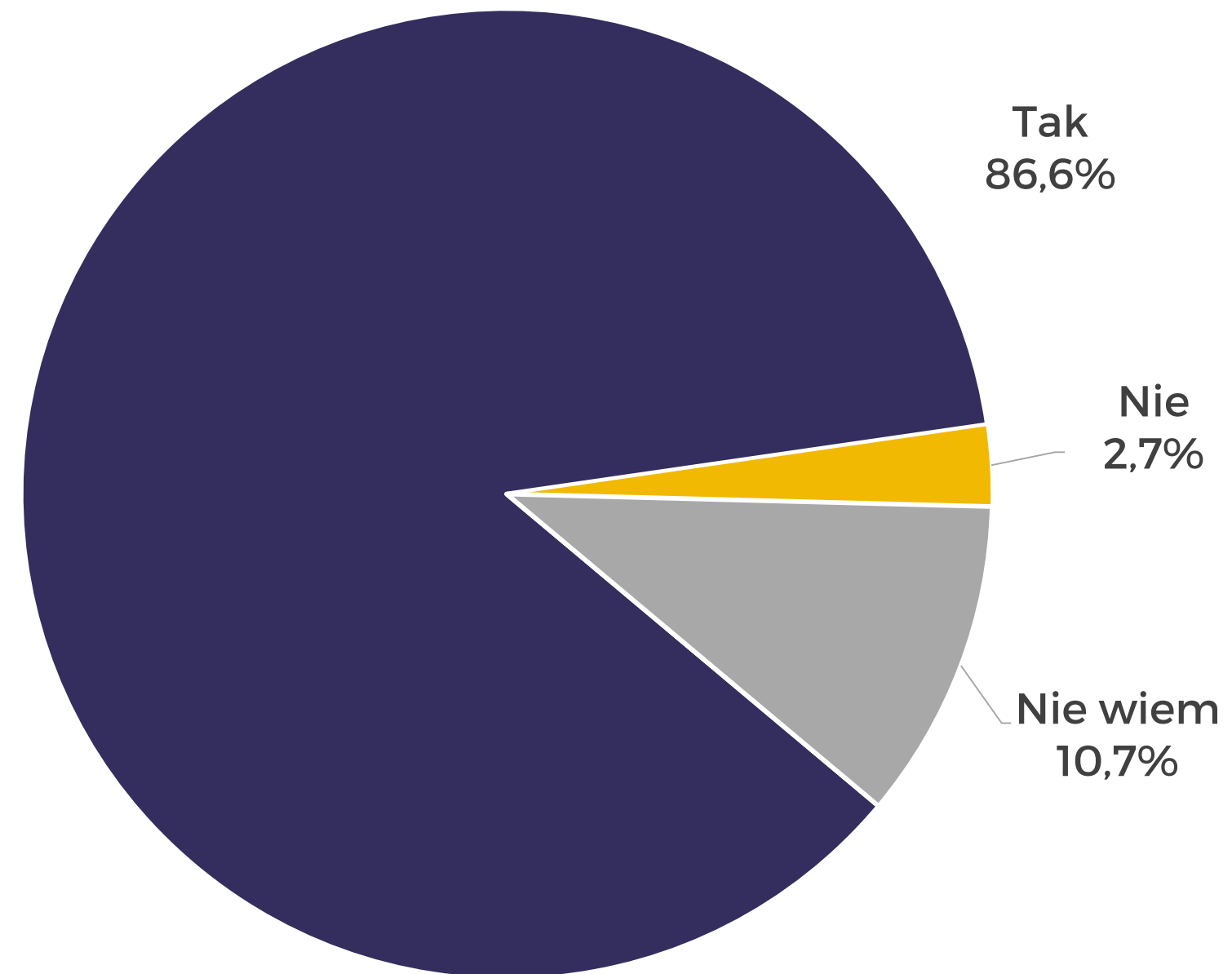
Sprawdziliśmy również, jakie emocje budzi w odbiorcach ślōnsko godka używana w reklamach. Respondenci mogli zaznaczyć więcej niż jedną odpowiedź. Większość osób cieszy się, że marka dba o zachowanie śląskiej kultury (73,1%) i odczuwa sympatię względem danej marki (56,7%). Blisko jedna trzecia ankietowanych zadeklarowała, że jest bardziej zainteresowana produktem, który reklamowany jest po śląsku. Negatywne emocje związane z odbiorem reklam po śląsku były deklarowane przez ankietowanych w nielicznych przypadkach (<2% wskazań).



Liczba badanych: n=2278

Czy chciałbyś większej liczby kampanii po śląsku?

Zapytaliśmy także ankietowanych, czy życzyliby sobie, żeby powstawało więcej kampanii reklamowych po śląsku. Zdecydowana większość respondentów chciałaby, żeby tak było (86,6%). Zaledwie 2,7% badanych osób zadeklarowało, że nie chce większej liczby śląskich kampanii reklamowych. Z pewnością marki powinny wziąć pod uwagę te deklaracje, które jasno pokazują, że odbiorcy są zainteresowani tego typu treściami i chcieliby, aby marki kierowały do nich komunikaty reklamowe po śląsku.

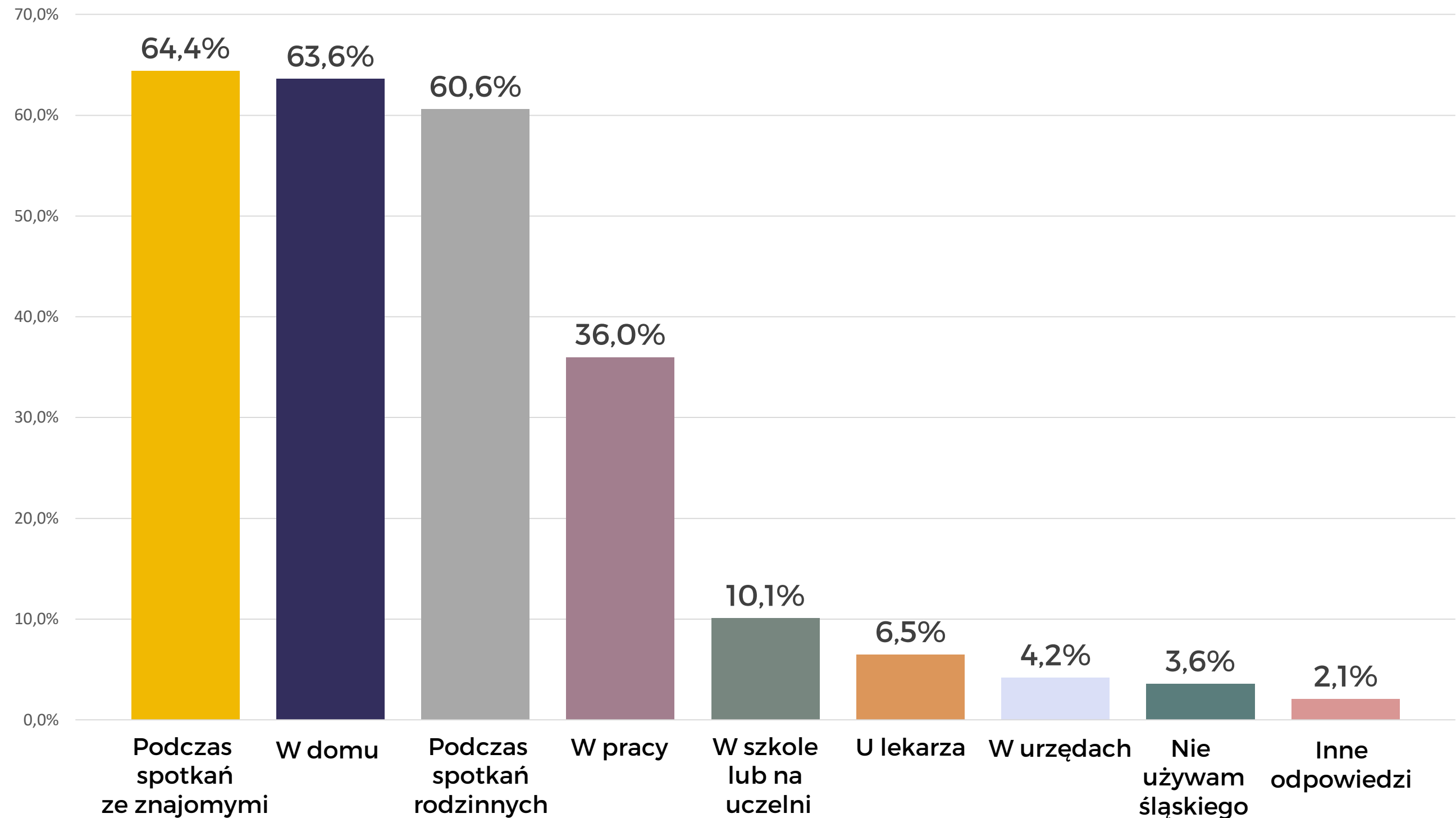


CZĘŚĆ 3

Ślōnsko godka w przestrzeni prywatnej i publicznej

Gdzie najczęściej stykasz się ze śląskim?

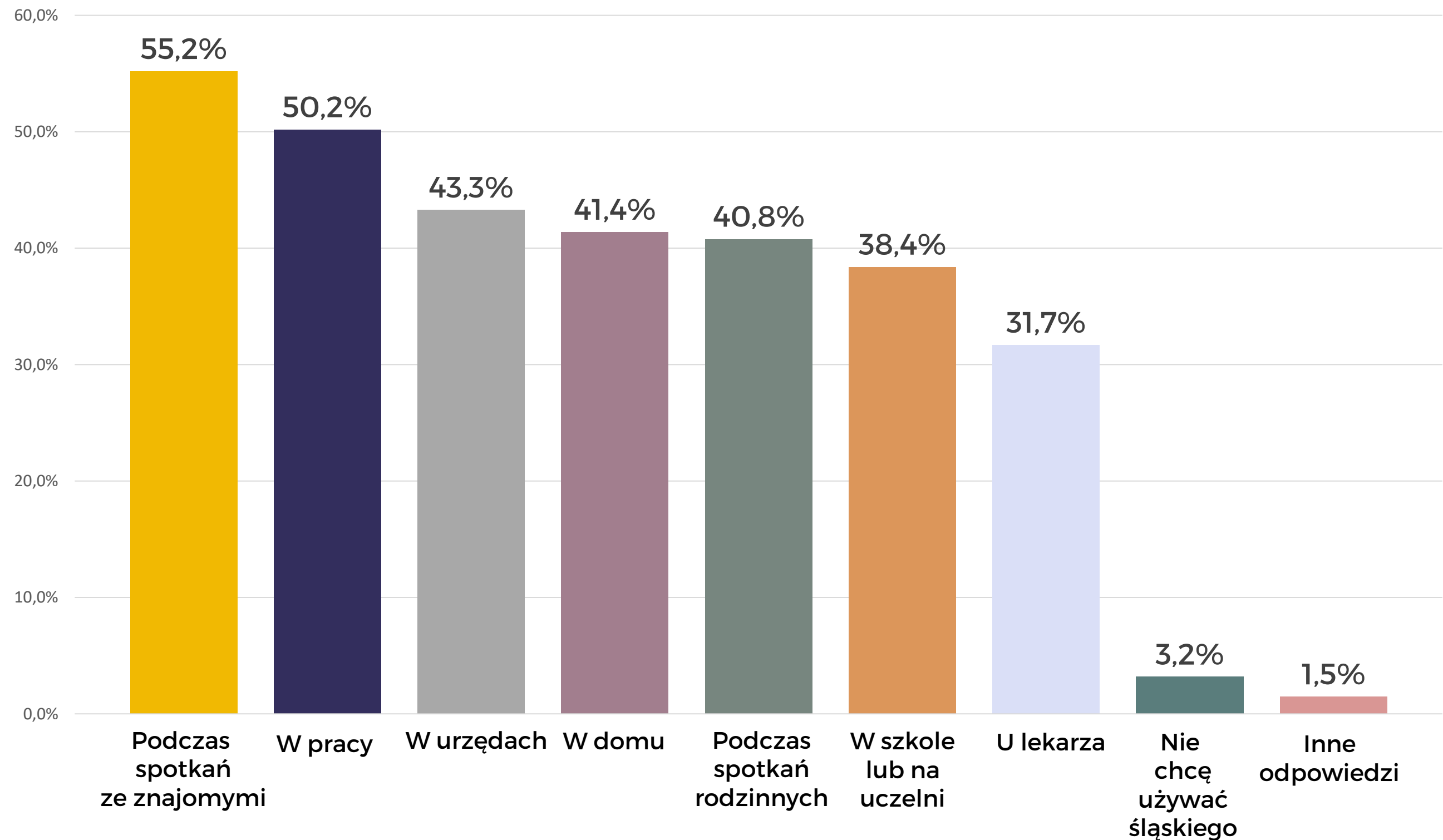
W ostatniej części ankiety skupiliśmy się na obecności ślōnskij godki w przestrzeni prywatnej i publicznej. Zapytaliśmy respondentów, gdzie najczęściej stykają się ze śląskim. Ankietowani mogli zaznaczyć dowolną liczbę odpowiedzi. Ze wskazań wynika jasno, że ślōnsko godka dominuje w przestrzeni prywatnej, domowej. Respondenci deklarowali, że ze śląskim najczęściej spotykają się podczas spotkań ze znajomymi (64,4%), z rodziną (60,6%) i w domu (63,6%). O wiele rzadziej śląski obecny jest w przestrzeni publicznej: w pracy (36% wskazań) i w szkole lub na uczelni (10,1%), u lekarza (6,5%) czy w urzędach (4,2%).



Liczba badanych: n=2278

Gdzie chciałbyś się móc swobodnie postugiwać śląskim?

Odsetek osób deklarujących, że chciałyby postugiwać się śląskim w pracy, w szkole lub na uczelni, w urzędach i u lekarza jest wyraźnie wyższy niż odsetek deklaracji stykania się ze śląskim w wymienionych miejscach. Największa różnica występuje w przypadku urzędów – zaledwie 4,2% respondentów zadeklarowało, że spotyka się tam z używaniem języka śląskiego, podczas gdy chciałoby tego 43,3% ankietowanych. Zatem respondenci wyraźnie wskazują, że życzyliby sobie większej obecności śląskiego zwłaszcza w przestrzeni publicznej.



Liczba badanych: n=2278

Podsumowanie

Najważniejsze wnioski, jakie płyną z przeprowadzonych badań, są następujące:

- respondenci zdecydowanie deklarowali chęć nauki i rozwijania swoich umiejętności posługiwania się językiem śląskim – widać tu ogromne zapotrzebowanie na edukację językową w zakresie śląskiego; większość badanych użytkowników śląskiego jest także świadoma tego w jakich obszarach potrzebują dodatkowej nauki
- zdecydowana większość ankietowanych pozytywnie odbiera wszelkie kampanie reklamowe tworzone po śląsku i deklaruje, że chciałaby, aby powstawało ich więcej – jest to z pewnością ważny sygnał dla marek, które rozważają zasadność tego typu działań; co więcej blisko 1/3 respondentów deklarowała większe zainteresowanie produktami reklamowanymi po śląsku
- ankietowani najczęściej stykają się ze ślōnskōm godkōm w przestrzeni prywatnej, znacznie rzadziej w przestrzeni publicznej; jednocześnie deklarują, że chcieliby móc swobodnie posługiwać się śląskim także w przestrzeni publicznej – w pracy, w szkole, na uczelni, w urzędach czy u lekarza.

Autorzy raportu:



Adrian Górecki



**Bernadeta
Prandzioch-Górecka**

Chcesz wykorzystać ślōnsko godka w swojej kampanii reklamowej?

Chciałbyś dotrzeć ze swoim komunikatem do śląskiego odbiorcy?

Skontaktuj się z nami – każdy, nawet najmniejszy projekt jest dla nas ważny i niepowtarzalny. Chętnie omówimy szczegóły współpracy i zaproponujemy najlepsze rozwiązania.

Kontakt:

Śląskie Biuro Językowe

PoNaszymu.pl

tel. 609 363 932

biuro@ponaszymu.pl

www.ponaszymu.pl
