

COMUNITĂȚI DIN BUCUREȘTI

- O IMAGINE DE ANSAMBLU -



bucurești
2021
CAPITALA
EUROPEANĂ
A CULTURII
ORAȘ CÂRDIOAT



FUNKY
CITIZENS

COMUNITĂȚILE DIN BUCUREȘTI

– O imagine de ansamblu –

CUPRINS

Analiza calitativă: cum își petrec bucureștenii timpul liber

Analiza cantitativă: Bucureștiul Factual

Anexe: răspunsuri focus group

Prefață:

Analiza de față e compusă din două mari capitole: o analiză calitativă prin metoda focus group-ului și o serie de date cantitative reunite sub numele de „Bucureștiul factual” și. Primul capitol surprinde o imagine de ansamblu asupra profilului socio-demografic al cetățenilor Bucureștiului, evidențiind pe cât posibil specificul fiecărui sector.

ANALIZA CALITATIVĂ

Fie că o știu sau nu, bucureștenii sunt deja agregați în diverse comunități, în funcție de diferite criterii. Zona în care locuiesc în oraș precum și traseul lor zilnic către locul de muncă dictează deja un anumit tip de comportament. **Scopul analizei** e înțelegerea modului în care e folosit orașul (pentru petrecerea timpului liber), pentru a putea aduce produsul (cultural) acolo unde sunt consumatorii.

Metodologie

Participanții care au manifestat interes față de subiectul focus group-urilor s-au autoselectat să participe la cercetare prin răspunsul afirmativ la invitație. Prin faptul că au ales să răspundă la întrebări legate de consumul cultural și de folosirea orașului, respondenții s-au arătat și interesați de aceste subiecte, ceea ce înseamnă că am vorbit direct cu grupuri reprezentative pentru acest tip de consum/comportament. Limitările metodologice ale acestor grupuri, date de structura pe sexe (grupul -35 exclusiv

masculin, iar grupul 35-55 exclusiv feminin), localizarea rezidențială (nimeni din vestul orașului) ori de statutul activ în piața muncii (grupul 55+ numai

pensionari), nu afectează în mod decisiv rezultatele cercetării, conform evaluării sociologului.

IDEI PRINCIPALE REIEȘITE DIN CELE 3 FOCUS-GROUP-URI:

Petrecerea timpului liber se face mai degrabă în centrul orașului, cu familia și/sau prietenii (pe baza intereselor comune). Este destul de neclară limitarea conceptuală a timpului liber; funcțional, însă, participanții au definit timpul liber ca fiind lipsit de alte obligații (weekend, respectiv orele de după serviciu, comisioane, piață). Tot funcțional, participanții au delimitat centrul față de cartiere mai degrabă prin accesibilitate și atractivitate, decât prin istoricul său sau poziționarea în spațiu.

Scopul petrecerii timpului liber pare să fie relaxarea, însă o parte importantă a relaxării o constituie stimularea simțurilor „adormite.”

Consumul de cultură pare să fie o modalitate de relaxare, însă preferința pare să meargă spre socializare (discuții cu prietenii). Cultura pare să fie întinsă pe un continuum, de la cea „cultă” (operă, filarmonică) la cea „populară” (concerte pop-rock, festivaluri etno), iar obiceiurile de consum par să fie influențate de interesele pe care le au în comun cu familia și prietenii (eventuale subiecte de discuție în timpul socializării). Teatrele și muzeele sunt plasate pe la mijlocul scalei, în timp ce cărțile și filmele par să facă parte din consumul cultural de acasă.

Se pot distinge segmentări interesante în funcție de vârstă, educație, experiență și curiozitate.

Probabil că accesibilitatea atrage petrecerea timpului liber (și consumul de cultură) spre centrul orașului. Deși este identificat un „premium” de centru (cel puțin 10% mai scump), banii nu par să constituie o barieră. Dimpotrivă, evenimentele gratuite din cartiere (concerte sau alte manifestări de cultură „populară” sponsorizate mai ales de primărie) sunt văzute cu scepticism (problema nu e neapărat cheltuirea banului public, ci încărcătura politică/politizată).

Explorând modalitățile de petrecere a timpului liber cu care se mândresc bucureștenii (pentru că le-ar recomanda celor veniți din afara orașului sau a țării), **liniștea parcurilor și tumultul cluburilor de noapte par să fie cele mai apreciate.** Participanții la focus group-uri și-ar dori mai multă curățenie în oraș, mai multă coordonare privind informarea despre evenimente culturale ce au loc și, foarte important, îmbunătățirea accesului la obiective și evenimente culturale, prin mijloacele de transport în comun și infrastructura pentru biciclete.

Explorând lipsurile orașului, în privința petrecerii timpului liber, persoanele intervievate au identificat nevoia de **mai multe muzee tematice și festivaluri pe teme „exotice,” alături de baze sportive și teatre de cartier.**

Evenimentele culturale trebuie să țină seamă și de calendarul școlar, și de nevoia de cultură în perioadele de vacanță (pe perioada verii, de exemplu), respectiv să ofere facilități de tipul biletelor multiple (de familie sau de grup).

CLIVAJUL: CENTRUL ORAȘULUI VERSUS CARTIERE

Indiferent de grupa de vârstă, participanții au o viziune de monolit asupra centrului, pe care nu-l definesc geografic sau cultural, ci mai degrabă funcțional. Criteriile la care au recurs participanții pentru a identifica spațiul numit „centrul orașului” sunt accesibilitatea și atractivitatea--punctele de reper din centru sunt accesibile cu orice mijloace de transport, oricând; există puncte de atractivitate (teatre sau cinematografe consacrate, ateneul,

opera) care sunt percepute ca fiind în centru și pentru că sunt accesibile. Astfel, deși Piața Romană este destul de îndepărtată de centrul geografic al orașului, ea este percepută ca fiind „în centru,” cu acces la metrou și un reper atractiv, precum Cinema Studio, dar Teatrul Evreiesc nu este perceput „în centru,” deși este chiar în centrul orașului, pentru că nu este ușor accesibil, ba chiar este ecranat de blocuri nou-construite.

INFRASTRUCTURA DE TRANSPORT ȘI INFORMARE

Cartierele se disting de centru prin lipsă de atractivitate (cu excepția parcurilor), respectiv prin accesibilitate redusă, având în vedere că majoritatea traseelor MTC (mijloace de transport în comun) trec prin centru. Astfel, în viziunea participanților, relaționarea centru-cartiere depinde într-o foarte mare măsură de infrastructura de transport în comun. Toate grupele de vârstă preferă MTC pentru deplasarea dintr-o parte în alta a orașului, cu accent pe metrou, MTC de suprafață și, ocazional, taxiuri; tinerii (-35) utilizează bicicleta ca alternativă la MTC, iar adulții (35-55) se

ajută (dar nu depind) de automobile; vârstnicii (55+) utilizează MTC doar pentru a ieși din cartier, la anumite ocazii. O observație complementară se referă la infrastructura de informare, mijloacele cele mai utilizate părănd să le fie accesibile doar tinerilor, în timp ce ele le-ar fi mult mai utile adulților și vârstnicilor. Tinerii se informează astfel pe internet, de la radio sau prin „scanarea” de afișe/fluturași și alte tipuri de anunțuri (ce apar preponderent în centru), pe când cei de peste 35 de ani folosesc internetul în mai mică măsură și

nu ajung foarte des în centru fără un scop precis.

TIMPUL LIBER

Perspectiva timpului necesar pentru deplasarea dintr-o parte în alta a orașului afectează nu doar distincțiile centru-cartiere, ci și modalitatea de definire a „timpului liber.” Astfel, participanții consideră drept timp liber doar orele/zilele în care nu au angajamente legate de muncă, educație, familie. Alocarea unui timp special pentru transportul dintr-o parte în alta a orașului pare să inhibe inițiativele de a explora cartierele, dacă acestea nu au nimic atractiv de oferit, așa încât „centrul” este foarte la îndemână pentru petrecerea timpului liber imediat după orele de serviciu. Mai ales tinerii (-35) își petrec timpul liber în centru, pornind de la comoditatea proximității față de locul de muncă (accesibilitate) și alegerea spontană a ofertei „culturale” (atractivitatea evenimentelor, manifestărilor), deși toate grupele de vârstă pun accent mai ales pe componenta de socializare a timpului liber.

Adulții și vârstnicii sunt mai selectivi în privința petrecerii timpului liber, căutând și planificând „consumul cultural” în

DEFINIȚII PENTRU CULTURĂ

Participanții au avut dificultăți în a defini „cultura,” însă au identificat cu ușurință varietățile de consum cultural prezentate în timpul discuțiilor. În locul unei

funcție de diverse criterii. Centrul rămâne cel mai atractiv și pentru aceste grupe de vârstă, mai ales prin reputația/calitatea manifestărilor culturale găzduite în centru. Fără a respinge consumul spontan de manifestări culturale în petrecerea timpului liber, respectiv fără a detronea prioritatea socializării asociate cu consumul de cultură, adulții și vârstnicii sunt mai curioși, doresc mai multă varietate în privința modalităților de petrecere a timpului liber; totuși, dacă experiența culturală nu le este pe plac, și aceștia se retrag în zona de confort a experiențelor cunoscute, sigure, a căror repetabilitate produce mai degrabă plăcere. Este un pic neclar dacă timpul petrecut pentru documentarea ofertei de manifestări culturale și pentru selecția evenimentelor este perceput drept timp liber, dar este important de remarcat că lipsa infrastructurii de informare poate conduce la percepția unei slabe calități a ofertei culturale, mai ales pe perioada verii. Oferta nu lipsește neapărat, dar informarea despre ofertă este mai anevoioasă, ceea ce produce percepția penuriei de oferte.

clasificări categorice între ce este și ce nu este „cultură,” indiferent de grupa de vârstă, participanții au arătat preferință pentru un continuum care pornește de la

extrema „cultă” (operă, filarmonică, teatru, galerii de artă), trecând prin zona „populară” (cinema, concerte pop/rock, festivaluri stradale), până la extrema „subcultură” (muzică populară, lăutărească, *gay pride*), cu unele variații surprinzătoare (parade militare, proteste/marșuri/manifestații politice, dar și arhitectură urbană/de exterior ori

nevoia de basme/cercuri de lectură). Oarecum de așteptat, cultura „cultă” și unele manifestări ieșite din tipare (arhitectura) sunt asociate exclusiv cu centrul orașului (ceea ce contribuie la atractivitate), în timp ce „subcultura” este asociată în principal cu cartierele, mai ales cu parcurile (concerte).

LOCURI IDEALE PENTRU CONSUMUL CULTURAL

Discuția despre parcuri a scos la iveală câteva aspecte interesante despre cum percep oamenii poziționarea acestora pe harta mentală a orașului. Pe lângă centru, participanții din toate grupele de vârstă au identificat parcul drept un mijloc de petrecere a timpului liber în care consumul de cultură își are un loc bine stabilit. Parcurile sunt, în general, accesibile (astfel, Herăstrău este perceput ca fiind „în centru,” deși toată lumea acceptă că este mai departe decât Cișmigiu, dar în ambele parcuri se poate ajunge cu metroul; prin contrast, Tineretului nu este perceput în centru, deși are acces la metrou, iar Carol își face loc în mentalul colectiv doar dacă apare explicit într-o întrebare). Lipsa de accesibilitate șterge sau îndepărtează unele locuri din zona socială „de centru” a Bucureștiului. Cu toate acestea, participanții de toate vârstele au obiectat cu privire la utilizarea parcurilor mai degrabă în scopuri electorale, de către primarii care organizează acolo manifestări de o calitate culturală

îndoielnică, pentru care cheltuiesc bani publici care ar putea fi utilizați mult mai eficient în edificarea unor teatre de cartier sau a unor muzee cu tematici neexplorate încă.

Astfel, parcurile ar trebui să fie folosite mai degrabă pentru evenimente culturale apolitice (și prezentate astfel) mai degrabă decât pentru manifestări cultural-politice sezoniere, organizate de către primării. Evenimentele nu au nevoie de o organizare grandioasă, ceea ce în general duce la ideea de centralizare și subordonare față de o autoritate (politică), ci ar putea fi mult mai difuze - precum *street artists*, muzicieni, desenatori, etc, plasați în anumite colțuri ale parcurilor; prezența de *street artists* este considerată un plus pentru participanții la cercetare. Pentru folosirea acestora la maximul de potențial ar putea fi luată în calcul și o variantă de eliberare de permise de către ArCuB sau Primăria Municipiului București, după modelul folosit în multe orașe occidentale.

CONCLUZII

Bucureștenii caută să-și petreacă timpul liber în locuri care sunt accesibile și oferă evenimente atractive. Deocamdată, aceste locuri se află aglomerate în centrul orașului, datorită limitărilor infrastructurii de transport în comun. Petrecerea timpului liber este concentrată spre socializare, iar evenimentele culturale sunt mai degrabă un pretext pentru socializarea dinaintea, din timpul sau de după consumul cultural. Deocamdată, oferta cea mai atractivă de manifestări culturale este concentrată tot în centrul orașului. Centrul, în sine, este perceput ca un monolit/conglomerat de locuri și puncte

de reper unde se ajunge ușor și rapid, fiind lipsit de subdiviziuni cu trăiri, identități ori povești distincte. Această stare de fapt poate fi explicată prin faptul că centrul este în special utilizat de tineri, cărora le lipsesc reperele istorice, arhitecturale, culturale ale orașului, respectiv mai degrabă neutilizat de vârstnicii care ar avea cunoștințele despre identitatea și istoria acelor repere urbane.

Petrecerea timpului liber și consumul de cultură în București sunt forțate în centrul orașului de o sumă de factori:

- majoritatea locurilor de muncă sunt în proximitatea/vecinătatea centrului, ceea ce pune presiune pe creșterea ofertei tot în centru;
- infrastructura de transport în comun face cartierele mai puțin accesibile decât centrul, ceea ce crește atractivitatea ofertei din centru;
- documentarea și planificarea consumului de cultură depinde de o infrastructură de informare care, la rândul său, expune cu precădere oferta din centru;
- tinerii, care au accesul cel mai rapid/facil la mijloacele de informare, sunt consumatori mai degrabă spontani ai ofertei culturale din centru;
- adulții, cu acces moderat la informare, dar cu autonomie sporită în privința transportului, își planifică în detaliu consumul cultural, mai degrabă în centru;
- vârstnicii, cu acces limitat la mijloacele de informare și dependenți de mijloacele de transport în comun, consumă doar ocazional (și foarte bine planificat) cultură, însă o fac tot în centru;
- disponibilitatea consumului de cultură pare să nu fie limitată de resursele financiare, ci doar de (lipsa de) timp sau rezistență (sănătate), în ceea ce privește infrastructura de transport, respectiv doar de (lipsa de) curiozitate sau spontaneitate, în ceea ce privește infrastructura de informare.

RECOMANDĂRI

Centrul orașului trebuie degrevat de aglomerarea ofertelor de petrecere a timpului liber, prin crearea unor alternative de transport care să ocolească centrul și,

astfel, să extindă accesibilitatea și atractivitatea către cartierele adiacente primului inel intern (Ștefan cel Mare, Mihai Bravu, [pauză], Viilor, Panduri, Basarab,

Titulescu, Iancu de Hunedoara). Odată realizată această „centură de cultură,” infrastructura de transport în comun va putea sprijini accesibilitatea, disponibilitatea și planificarea/curiozitatea față de petrecerea timpului liber și consumul de cultură în alte locuri decât centrul orașului (mai cu seamă în zona Tineretului, Carol, Uranus, Panduri). Această „centură de cultură” nu trebuie neapărat să funcționeze permanent, dar mai ales în momentele de maxim interes cultural pentru București, precum „noaptea muzeelor” sau „noaptea caselor”.

Mai mult, ar fi necesară o politică de stimulare a apariției lăcașurilor culturale de-a lungul acestei „centuri,” astfel încât calea de rulare și mijloacele de transport în comun să faciliteze degrevarea centrului. Astfel de „pionieri culturali” din cartierele adiacente „centurii” ar trebui „premiati” cu organizarea/găzduirea unor evenimente culturale care să atragă publicul înspre noii poli de consum. Având în vedere că majoritatea bucureștenilor folosesc MTC, ar trebui ca biletul de intrare la evenimentele organizate pe noua „centură de cultură” să includă o gratuitate pe liniile nou înființate de transport în comun. Nu în ultimul rând, tocmai pentru că majoritatea bucureștenilor utilizează MTC, acestea ar trebui să devină cei mai importanți vectori ai infrastructurii de informare cu privire la manifestările și evenimentele culturale din oraș. Informarea în interiorul MTC ar avea marele beneficiu că atinge oameni ce se declară interesați de oferta culturală, dar nu au acces la mijloacele cele mai prevalente de comunicare - în special

vârstnicii, care nu au acces la fel de mare la internet, nu obișnuiesc să asculte radiourile din FM sau nu petrec timp foarte mult pentru explorare în centrul orașului.

Centrul orașului, odată degrevat de consumul de cultură „populară,” cel mai adesea asociată cu socializarea, se va putea concentra pe consolidarea consumului de cultură „cultă,” în edificiile tradițional asociate acestui gen cultural (operă, filarmonică, teatru), și pe dezvoltarea identității istorice/culturale a celor mai importante repere arhitecturale. Astfel, centrul ar putea deveni spațiul de manifestare a unor tururi ghidate (și povestite?) despre istoria multi-etnică a vechilor cartiere care sunt acum etichetate drept „centru” (monolitic, aglomerat, lipsit de repere identitare). Una dintre concluziile importante ale focus group-urilor este faptul că bucureștenii sunt interesați de istoria culturală a Bucureștiului, însă aceasta nu le este accesibilă - în special celor care se mută în București la maturitate. Aceștia nu au o percepție a diferitelor subidentități ale centrului (Cartierul Evreiesc, Cartierul Armenesc, Cartierul German etc), de aceea nu pot aprecia la adevăratul potențial nuanțele de arhitectură sau de cultură locală ce ar putea fi identificate în aceste locuri. Marele dezavantaj ale tururilor ghidate în București este tocmai faptul că acestea sunt percepute ca fiind destinate în special turiștilor și mai puțin localnicilor. Drept urmare, o soluție mai bună ar fi plasarea de plăcuțe sau însemne explicative (eventual și hărți explicative pentru sub-identitățile culturale pentru cartierele din

centru) în aceste locuri, cu eventuala trimitere către un website ce ar putea reda explicațiile mai în detaliu, unde ar putea fi găsite inclusiv trimiteri către tururi ghidate, special pentru localnici, nu pentru turiștii străini.

Nu în ultimul rând, aducerea ofertei de petrecere a timpului liber mai aproape de periferie va putea conduce la creșterea consumului cultural și în cartiere, unde se simte nevoia de teatre și muzee, care să

completeze oferta slab calitativă de concerte gratuite. Mulți dintre consumatorii de cultură din București (actuali sau potențiali) ar prefera deplasări mai scurte și mai „locale” pentru consumul lor cultural. Această situație se potrivește cu precădere oamenilor mai vârstnici, care preferă să stea aproape de casă pentru a evita oboseala, deplășările epuizante sau aglomerația/agitația ce ar putea fi găsită în centrul orașului.

BUCUREȘTIUL FACTUAL

Pentru a înțelege cum se raportează la cultură bucureștenii, e necesar să ne concentrăm atenția și spre câțiva indicatori socio-demografici relevanți. Am ales să evidențiem patru paliere, fiecare defalcate pe sexe: **grupe de vârstă, stare civilă, educație, religie**. În afară de aceste paliere, am cules date despre ocuparea forței de muncă și învățământ. Am tratat, pe rând, fiecare din cele 6 sectoare + Ilfov.

SECTOARELE:



Administrativ vorbind, Bucureștiul e împărțit în sectoare încă din secolul XIX, când existau patru sectoare: galben, negru, albastru, verde. În 1950 s-a trecut la o segmentare de inspirație sovietică, Bucureștiul având acum opt raioane (inclusiv unul care purta numele primului lider al URSS - V.I. Lenin). Cele opt raioane s-au transformat în opt sectoare în 1965, iar de-abia din 1979 capitala a rămas cu 6 sectoare, plus sectorul agricol Ilfov (fost județ). **În prezent**, fiecare sector conține câteva cartiere, care sunt mult mai relevante din punct de vedere al identității locuitorilor lor. În comparație cu cartierele, granițele sectoarelor par trasate oarecum arbitrar. Chiar și administrația locală a început să recunoască rolul cartierelor, amplasând indicatoare rutiere către acestea, pentru

o mai bună orientare în trafic.

Sectorul 1: Dorobanți, Băneasa, Pipera, Floreasca

Sectorul 2: Pantelimon, Colentina, Iancului, Tei

Sectorul 3: Vitan, Dudești, Titan, Balta Albă, Centru Civic

Sectorul 4: Berceni, Giurgiului, Olteniței, Tineretului, Văcărești

Sectorul 5: Giurgiului, Ferentari, Rahova, Ghencea, Cotroceni

Sectorul 6: Giulești, Drumul Taberei, Militari, Crângași

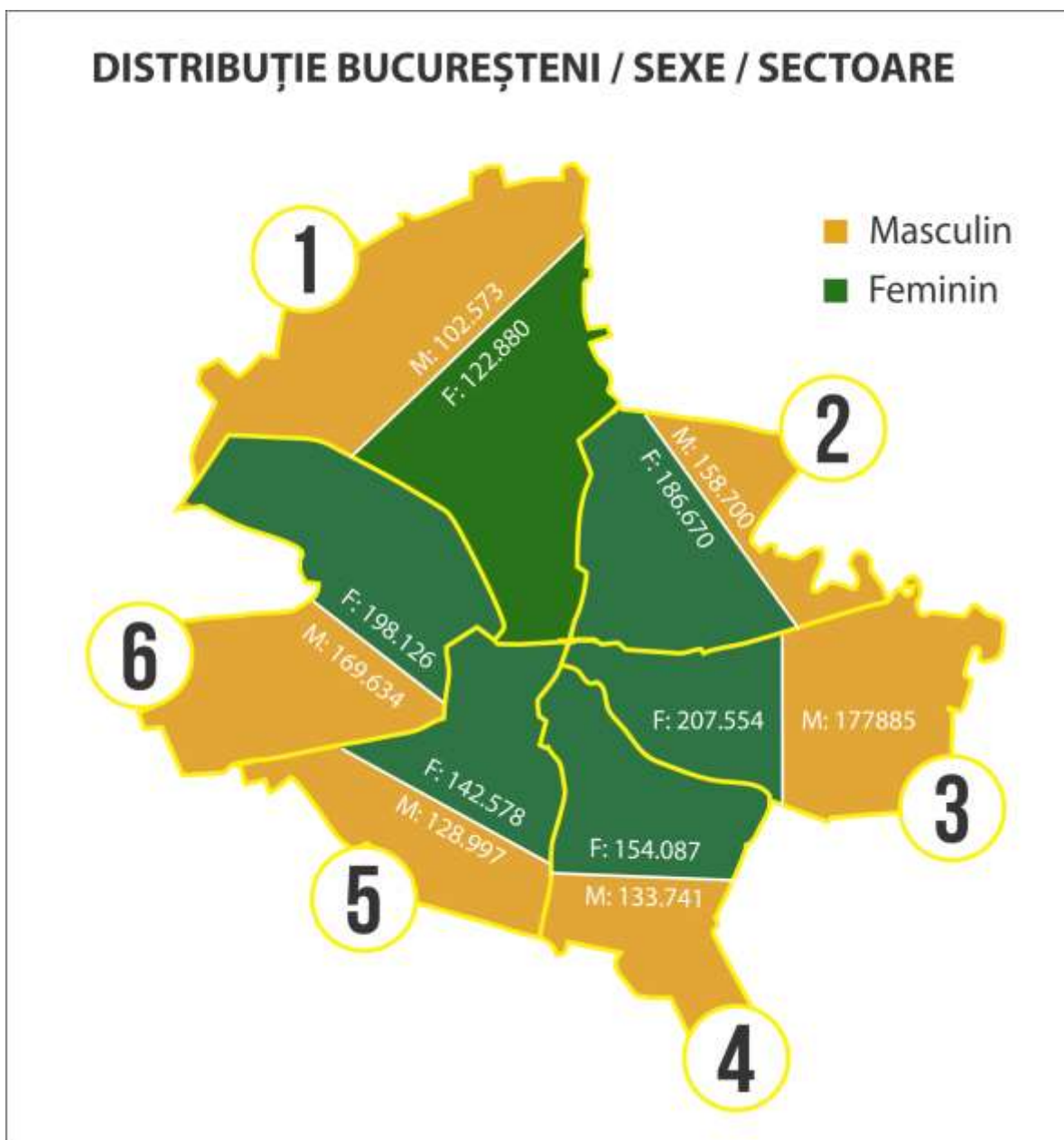
POPULAȚIE

Puțini bucureșteni se identifică cu sectorul din care fac parte, poate și pentru că împărțirea pe sectoare e relativ nouă, dar și pentru că nu există interes (și nici nevoie, alta decât în preajma alegerilor locale) pentru consolidarea

unei conștiințe commune de sector. Cartierele par a fi însă mult mai relevante pentru cei care vor să se revendice dintr-un loc anume.

Astăzi, trei sectoare din București (3, 6 și 2) depășesc 300.000 de locuitori și sunt comparabile, ca număr de locuitori, cu orașe de top din țară: Iași, Cluj-Napoca, Timișoara Constanța, Craiova. Cu aproape 400.000 de rezidenți, sectorul 3 este mai populat decât orice alt oraș din țară (după București, firește). E de

asemenea demn de notat și lipsa unei formațiuni administrative care să gestioneze centrul orașului, care în prezent e împărțit între sectoarele existente. Din punct de vedere al distribuției populației pe sexe, rămâne valabil faptul că femeile sunt mai numeroase decât bărbații.



OCUPAREA FORȚEI DE MUNCĂ

Doar 1,92% din bucureșteni sunt șomeri, conform statisticilor AMOFM pentru luna iunie 2015. În comparație, doar județele Ilfov și Timiș stau mai bine, cu 1,34, respectiv 1,35% rată a șomajului. La capătul celălalt al clasamentului se situează județele Teleorman și Vaslui, cu 11,06, respectiv 10,06%.

Pensionari

Cele mai populate sectoare (2, 3, 6) au și cel mai mare număr de pensionari, iar cea mai mare pensie medie se găsește în sectorul 1 – 1182 lei. Sectorul 2 are un număr mare de pensionari IOVR (invalidi, veterani) – 448, față de următorul clasat, sectorul 1, care are 358.

	Sector 1	Sector 2	Sector 3	Sector 4	Sector 5	Sector 6
Numărul mediu de pensionari						
Pensionari de asigurări sociale	63534	97568	98805	73411	58562	94272
Beneficiari de ajutor social	6	10	12	8	6	5
Pensionari IOVR (invalidi, veterani)	45	57	33	38	24	40
Pensia medie lunară						
Pensionari de asigurări sociale	1182	1036	1000	985	875	1041
Beneficiari de ajutor social	163	214	201	205	215	179
Pensionari IOVR (invalidi, veterani)	358	448	285	292	282	293

Șomeri

Conform datelor de la Agenția Municipală pentru Ocuparea Forței de Muncă din București (AMOFM), sectorul 1 are cel mai mic număr de șomeri (2786), pe când sectorul 3 are cel mai mare număr, aproape dublu (5075). Indiferent de sector, numărul femeilor aflate în șomaj este mereu mai mare decât cel al bărbaților. Sectorul 3 are însă cel mai mare număr de șomeri cu studii superioare, pe când sectorul 5 cel mai puțin.

	Sector 1	Sector 2	Sector 3	Sector 4	Sector 5	Sector 6
Șomeri înregistrați	2786	3421	5075	3888	3027	3873
femei	1393	1825	2757	2091	1578	2108

bărbați	1393	1596	2318	1797	1449	1765
Nivel de instruire superior	851	678	1473	988	601	1140
femei	470	406	882	618	383	710
bărbați	381	272	591	370	218	430

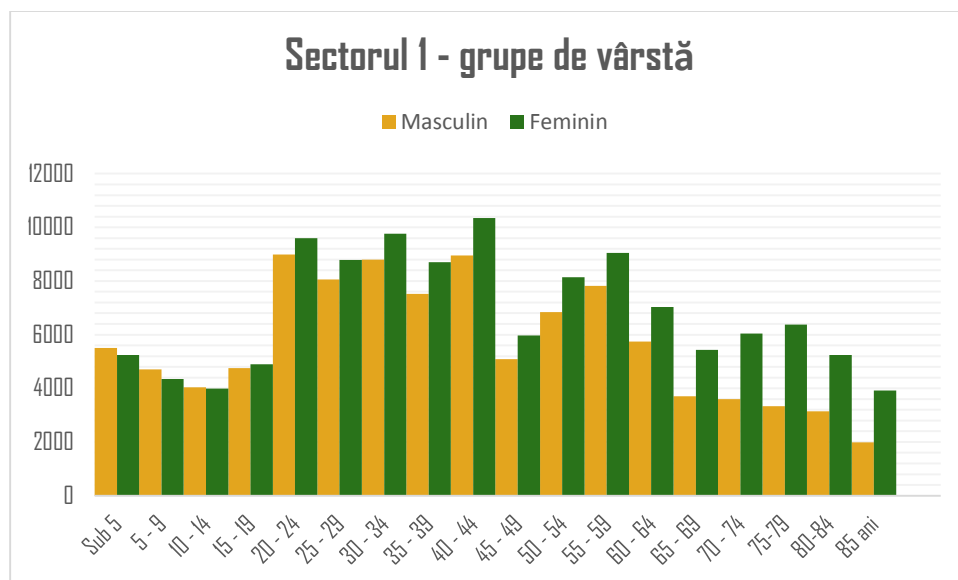
ÎNVĂȚĂMÂNT

Cele mai multe grădinițe se află în sectoarele 1 și 3 (41, respectiv 38), iar cele mai puține în sectorul 5 – 26. Sectorul 2 are cei mai mulți copii înscriși în ciclu de învățământ primar și gimnazial, iar sectorul 4 cei mai puțini. Sectorul 2 e pe locul al doilea și la învățământul liceal, cu 16123 liceeni, puțin în urma sectorului 1, care are 16386. Sectoarele 5 și 4 au sub zece mii de liceeni.

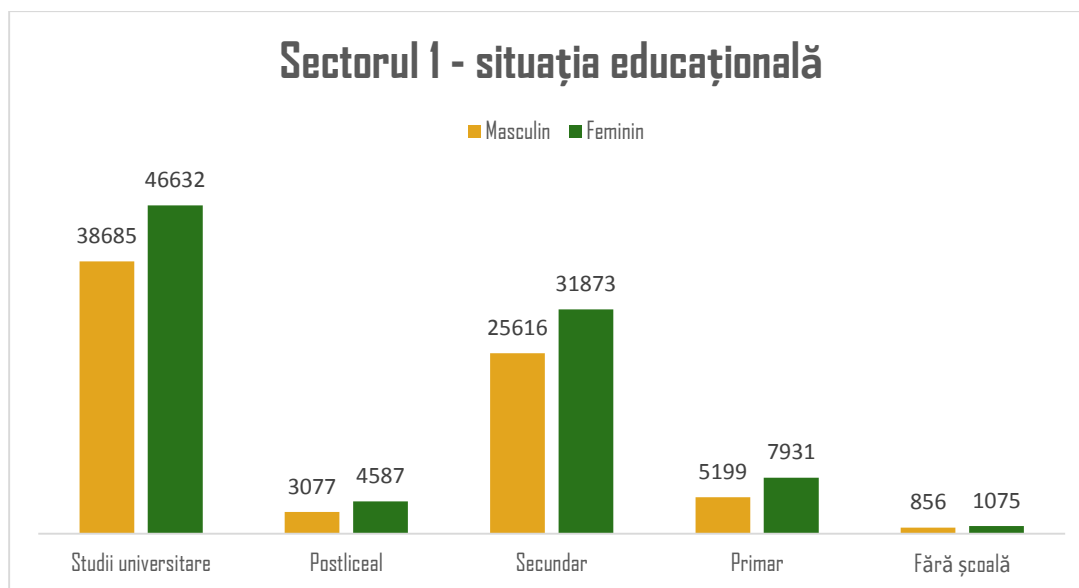
	Sector 1	Sector 2	Sector 3	Sector 4	Sector 5	Sector 6
Preșcolar						
Nr. unități	41	33	38	41	26	38
Copii înscriși	6982	8273	9080	7980	6419	8308
Personal didactic	493	521	500	471	350	583
Primar și gimnazial						
Nr. unități	27	31	31	23	27	30
Copii înscriși	19575	23642	22848	19504	19704	20328
Personal didactic	1330	1345	1389	1208	1020	1146
Liceal						
Nr. unități	28	25	24	15	9	17
Copii înscriși	16386	16123	13170	8358	9630	12309
Personal didactic	1323	1032	746	579	492	759

SECTORUL 1

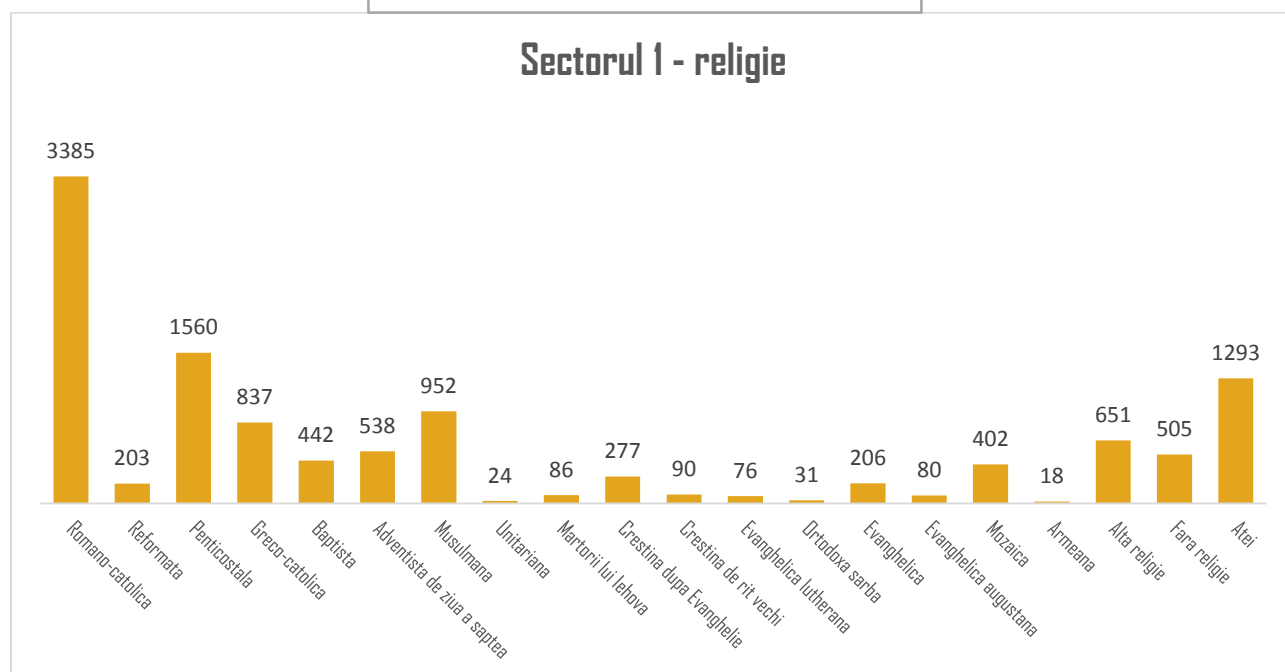
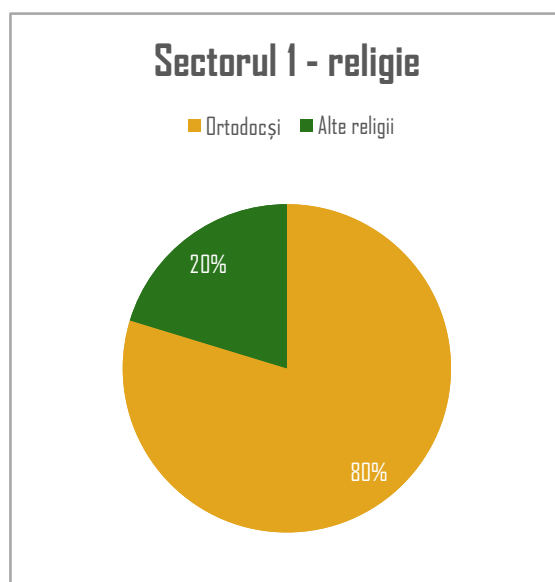
GRUPE DE VÂRSTĂ



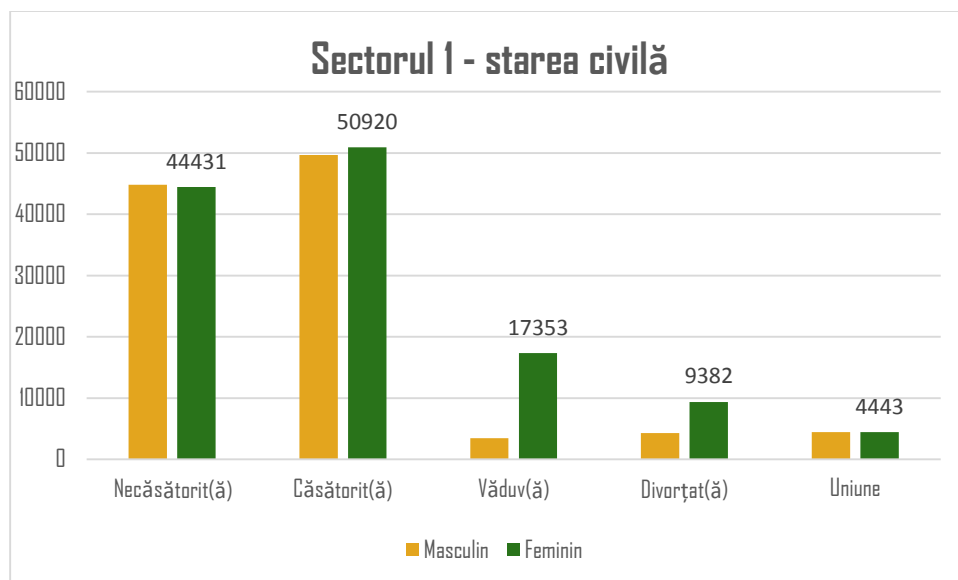
EDUCAȚIE



RELIGIE

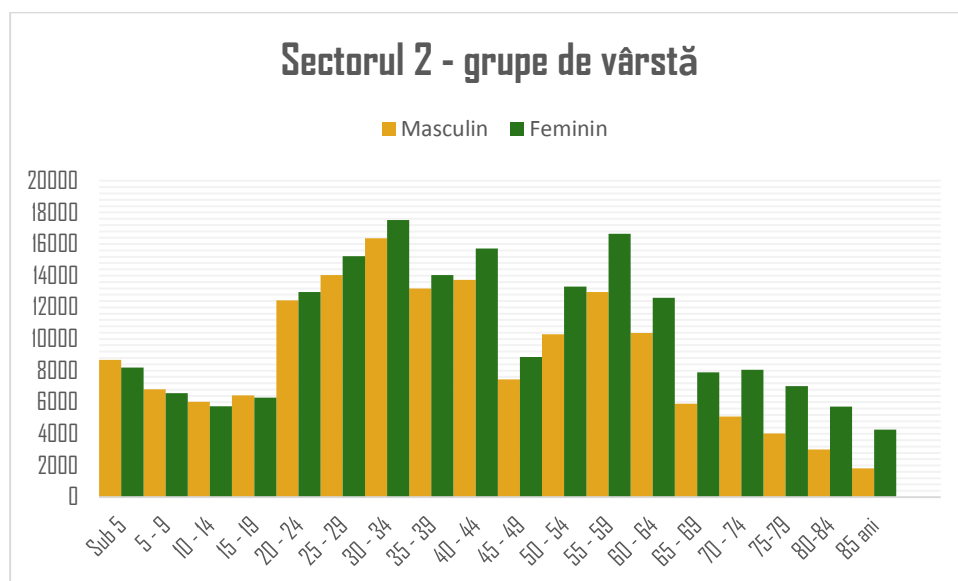


STARE CIVILĂ



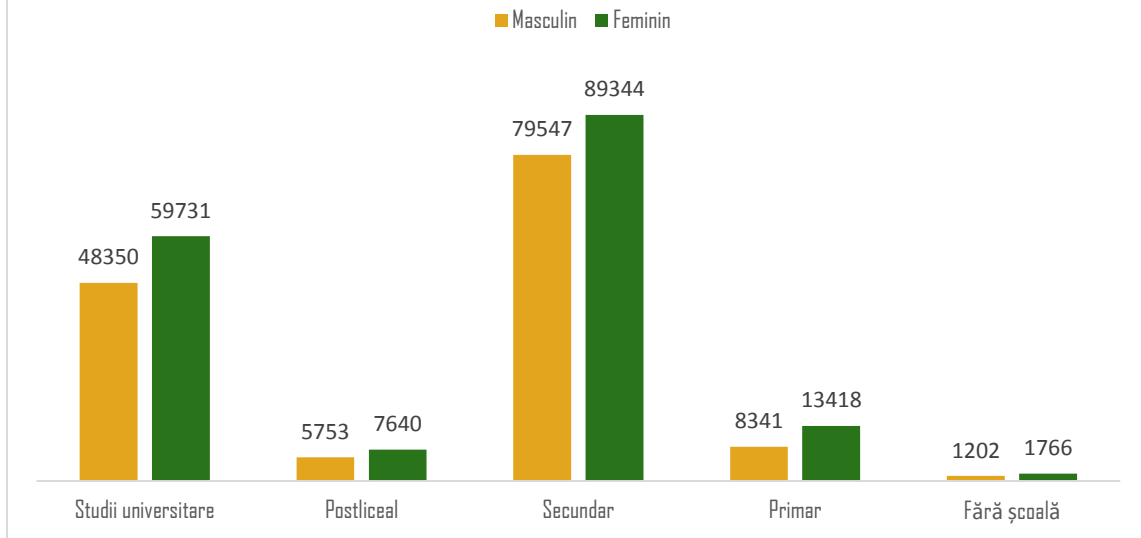
SECTORUL 2

GRUPE DE VÂRSTĂ



EDUCAȚIE

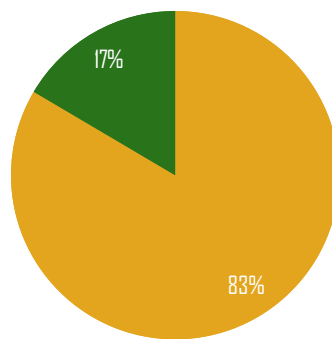
Sectorul 2 - situația educațională



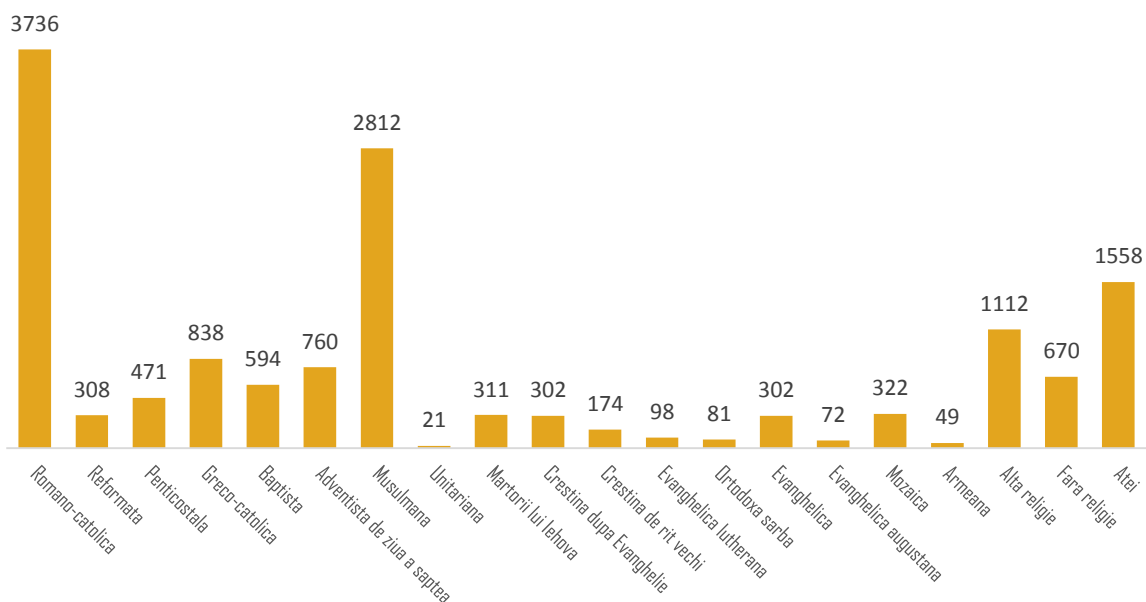
RELIGIE

Sectorul 2 - religie

■ Ortodocși ■ Alte religii

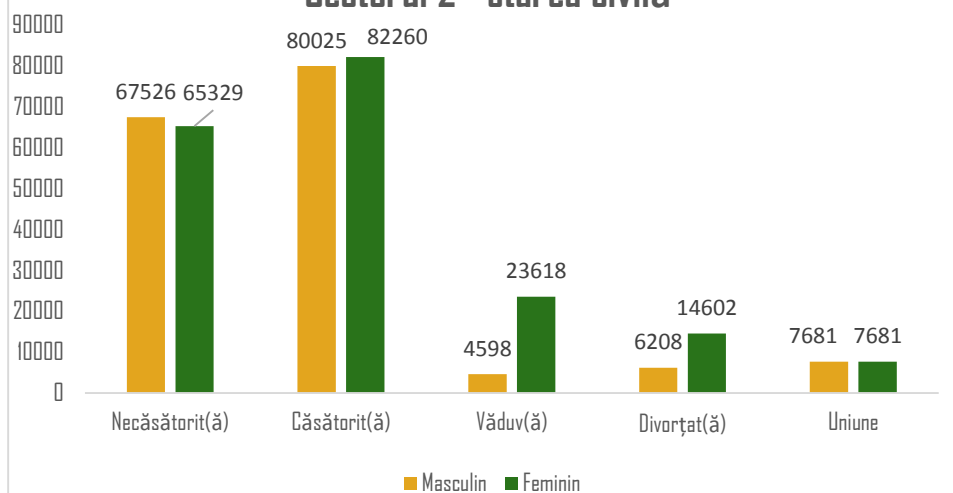


Sectorul 2 - religie



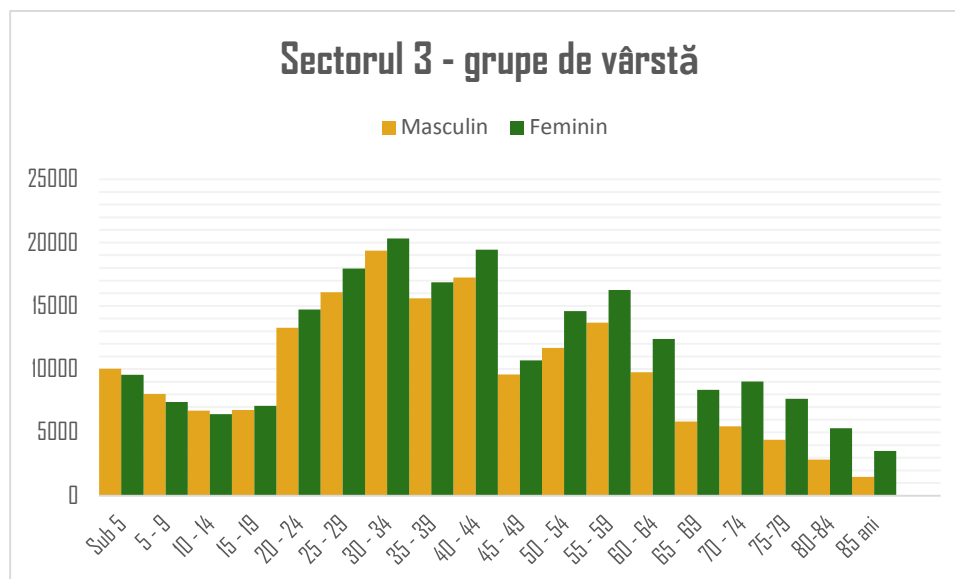
STARE CIVILĂ

Sectorul 2 - starea civilă

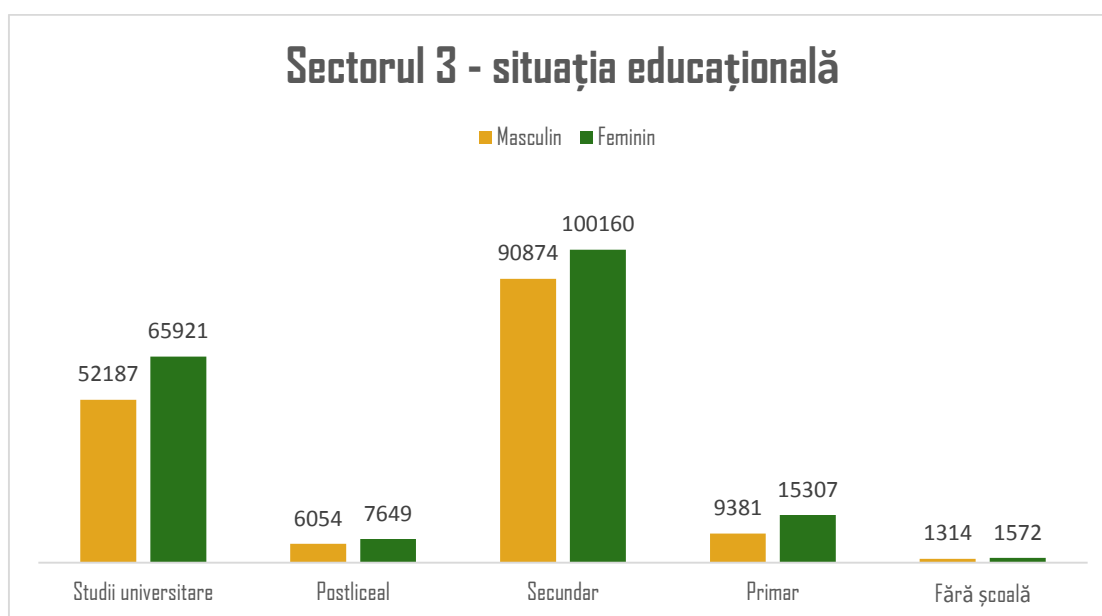


SECTORUL 3

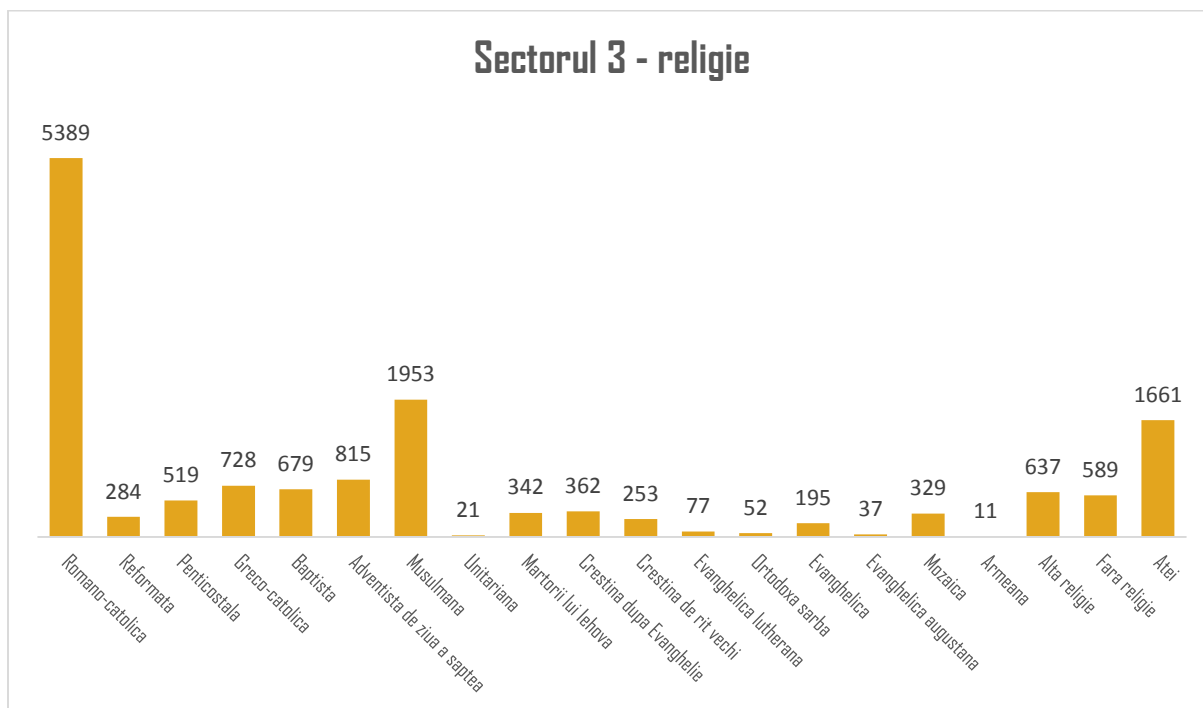
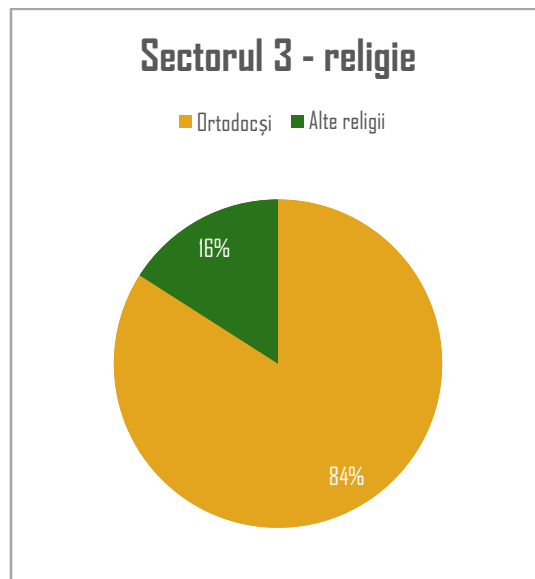
GRUPE DE VÂRSTĂ



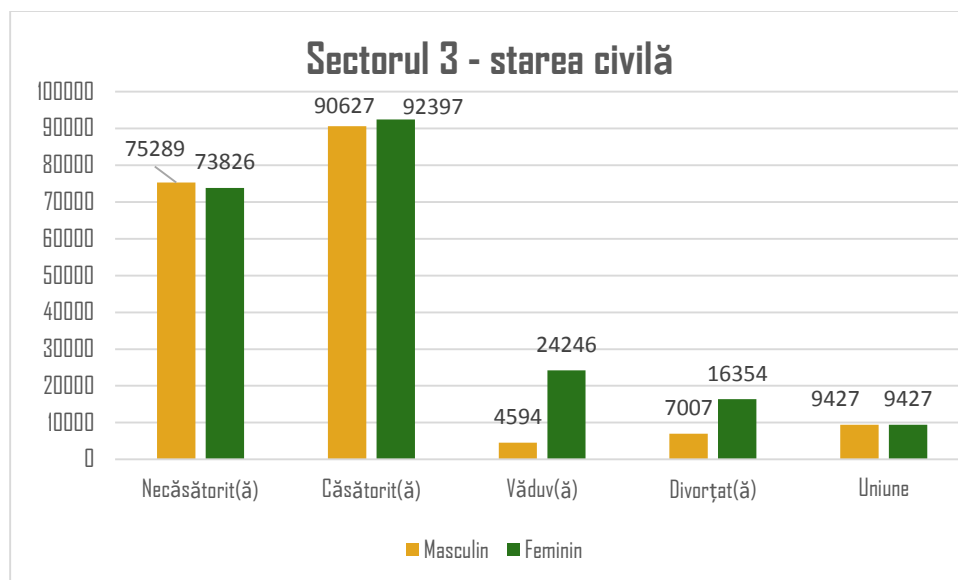
EDUCAȚIE



RELIGIE

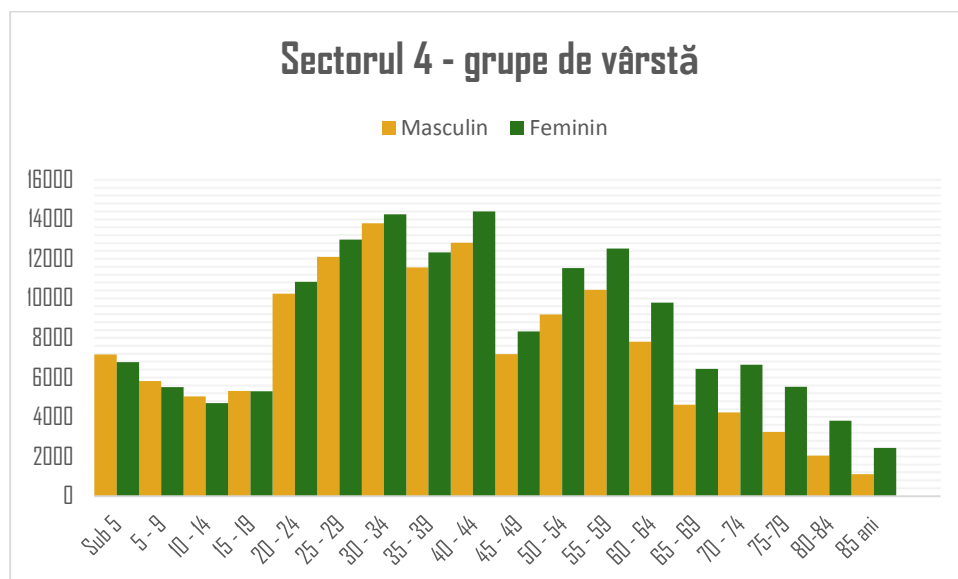


STARE CIVILĂ

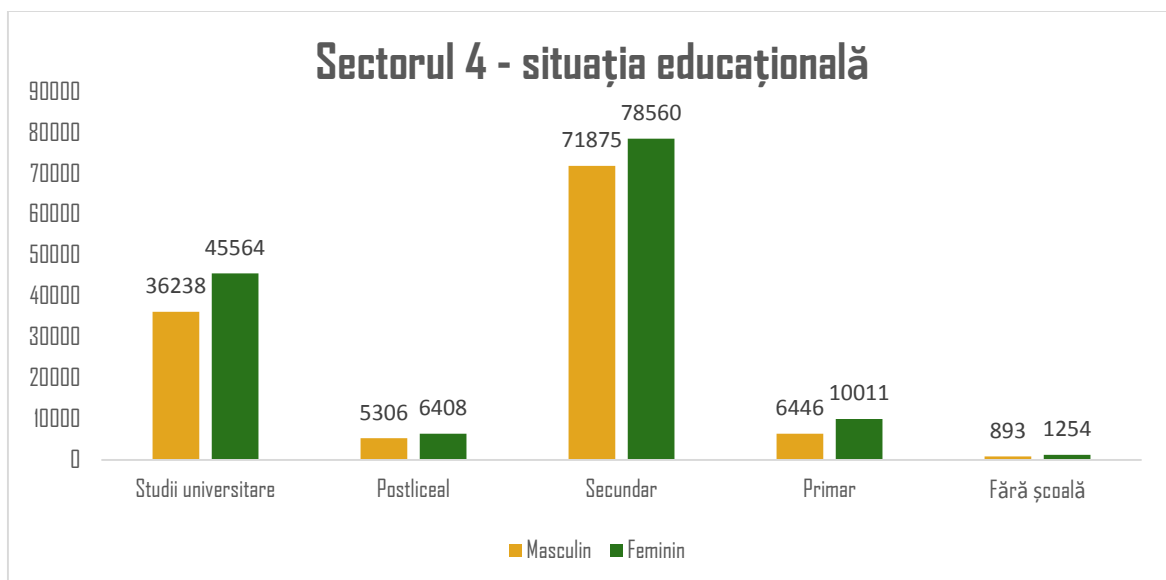


SECTORUL 4

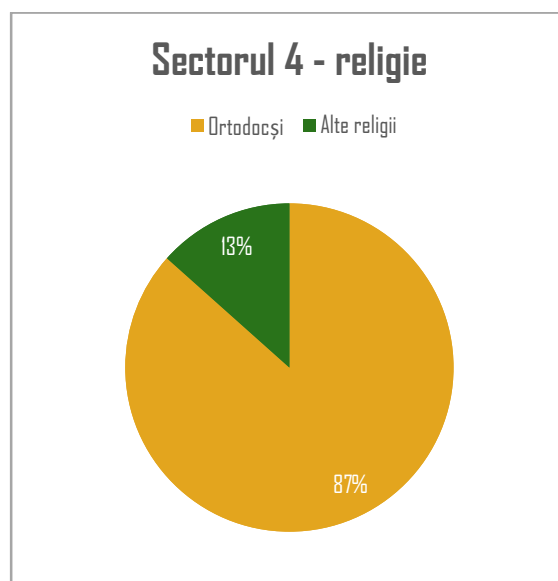
GRUPE DE VÂRSTĂ



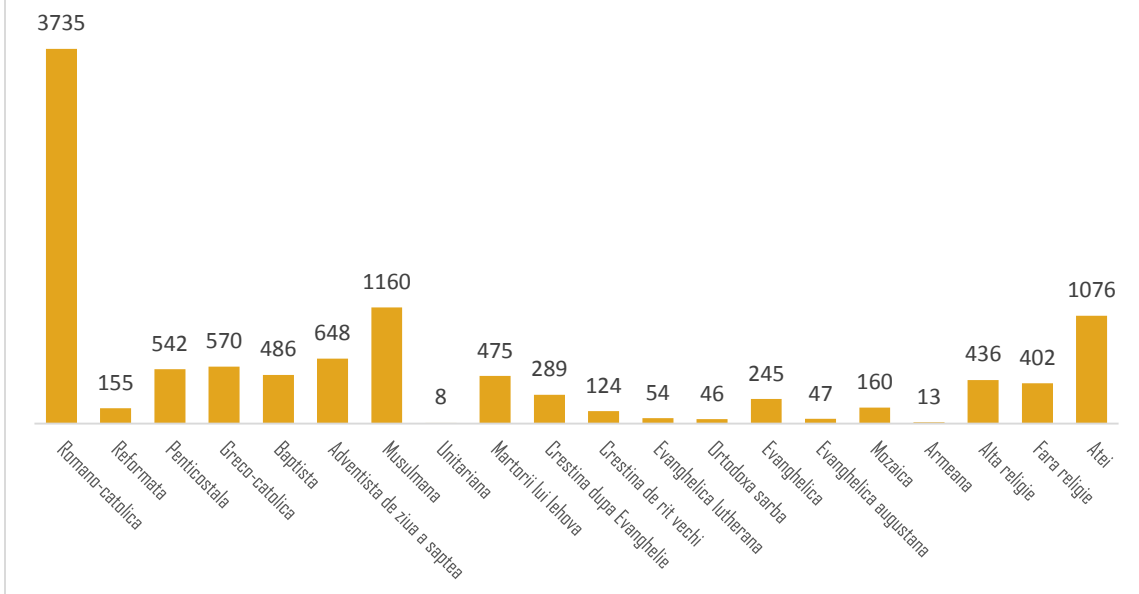
EDUCAȚIE



RELIGIE

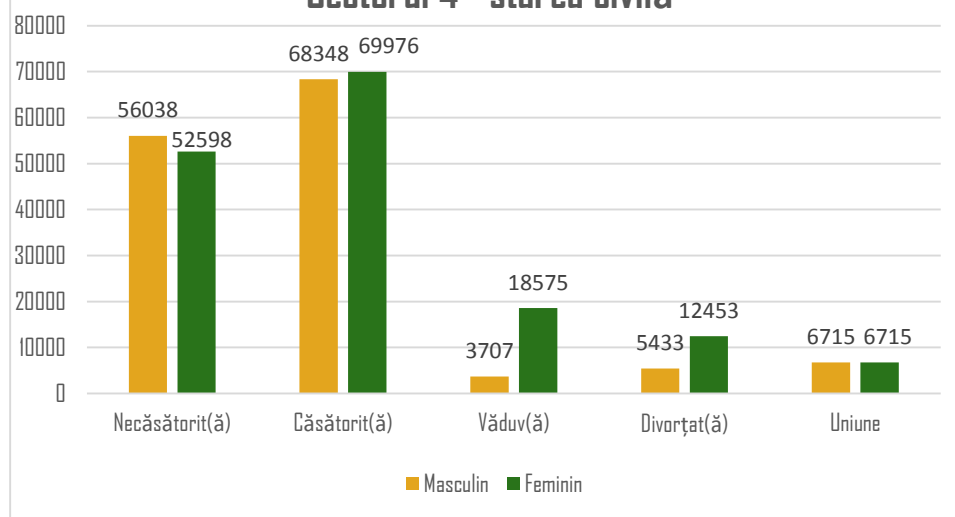


Sectorul 4 - religie



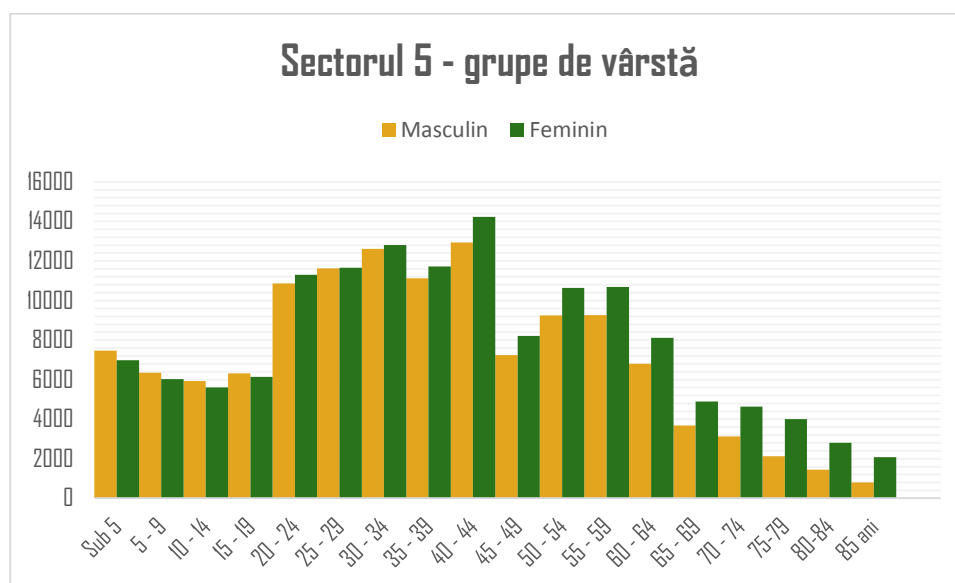
STARE CIVILĂ

Sectorul 4 - starea civilă

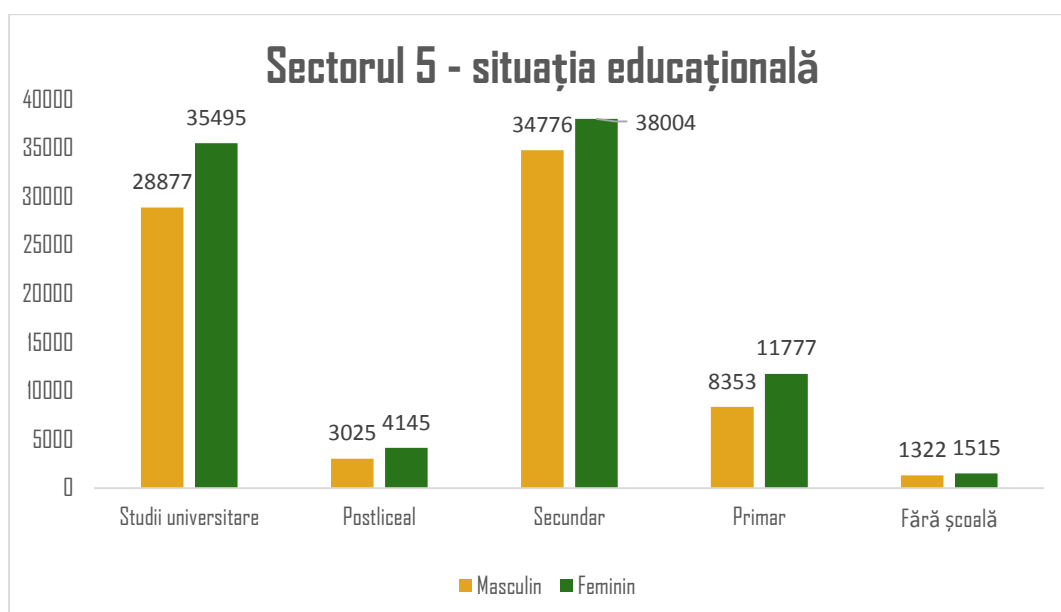


SECTORUL 5

GRUPE DE VÂRSTĂ



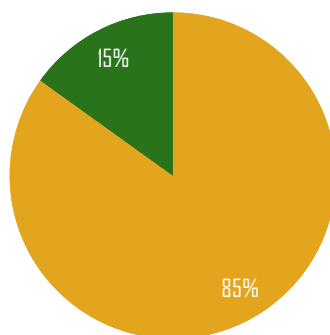
EDUCAȚIE



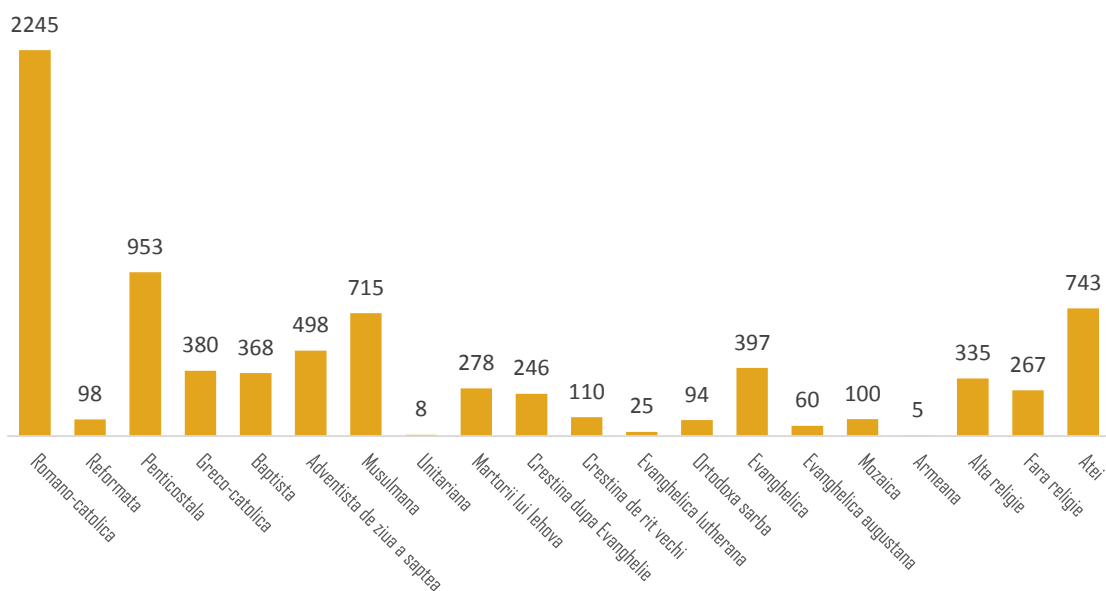
RELIGIE

Sectorul 5 - religie

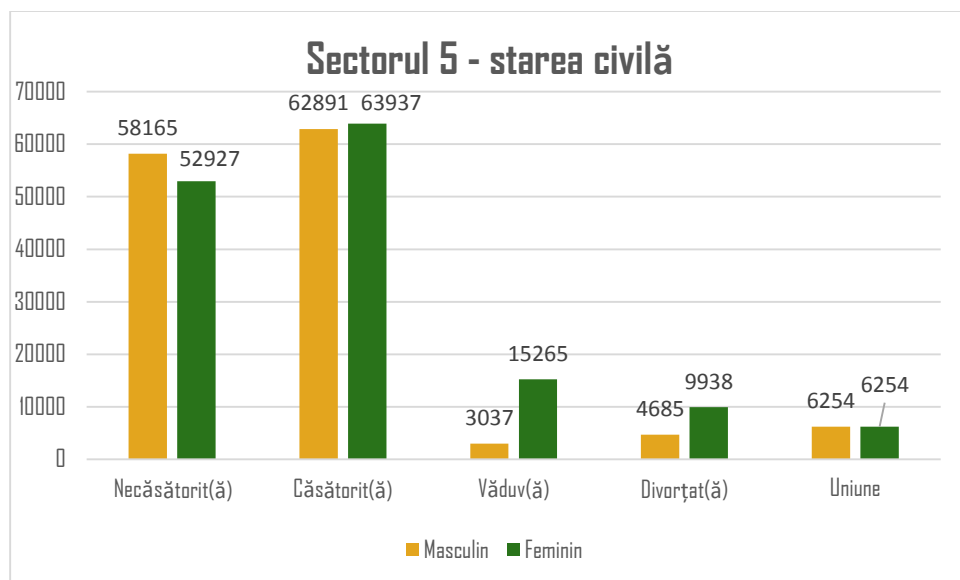
Ortodocși Alte religii



Sectorul 5 - religie

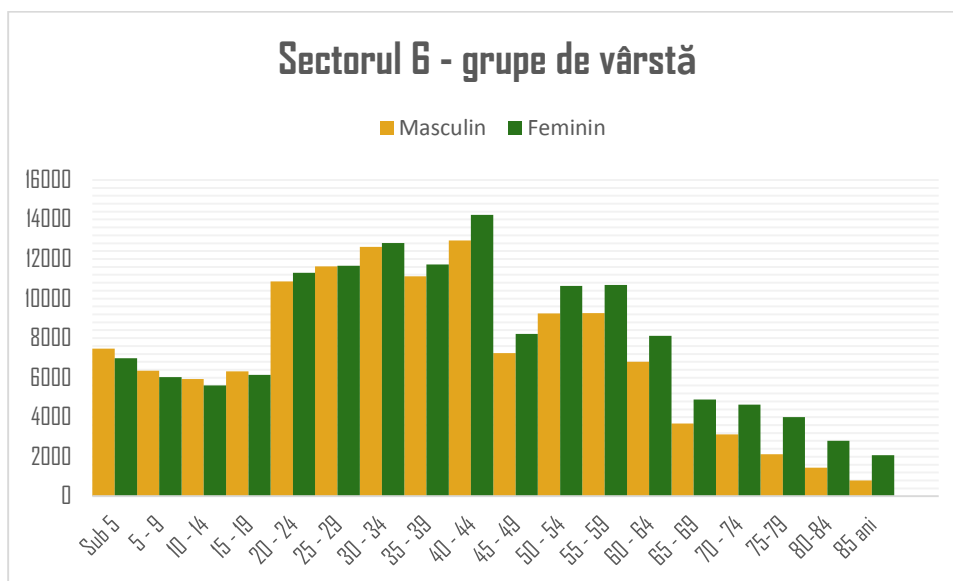


STARE CIVILĂ

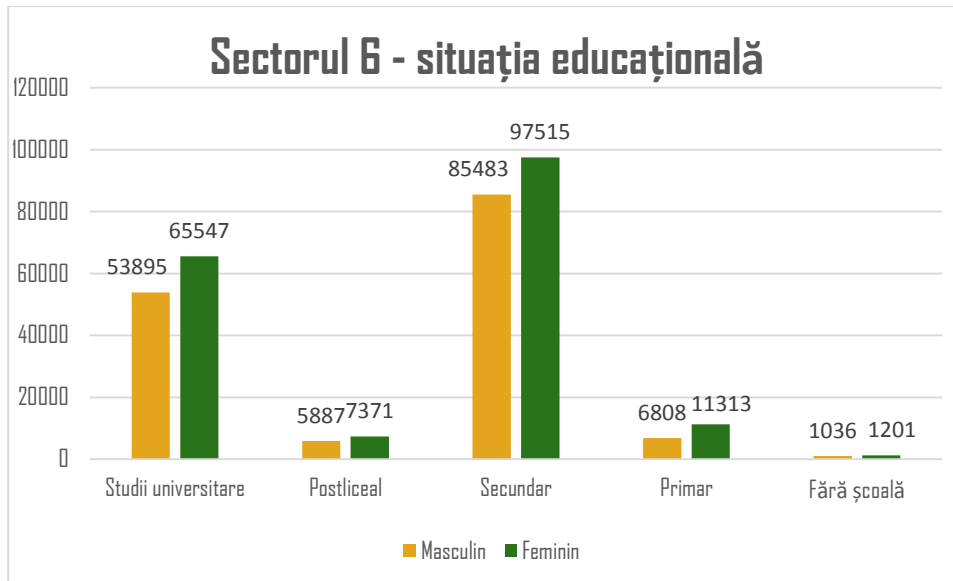


SECTORUL 6

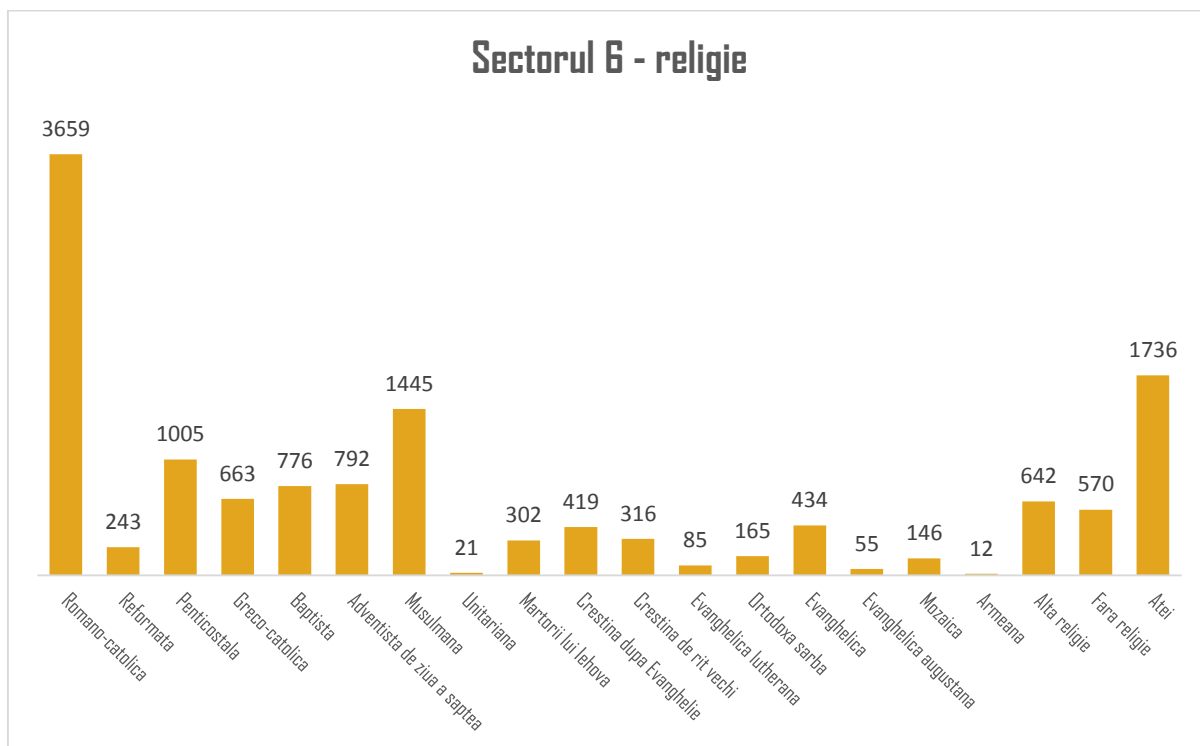
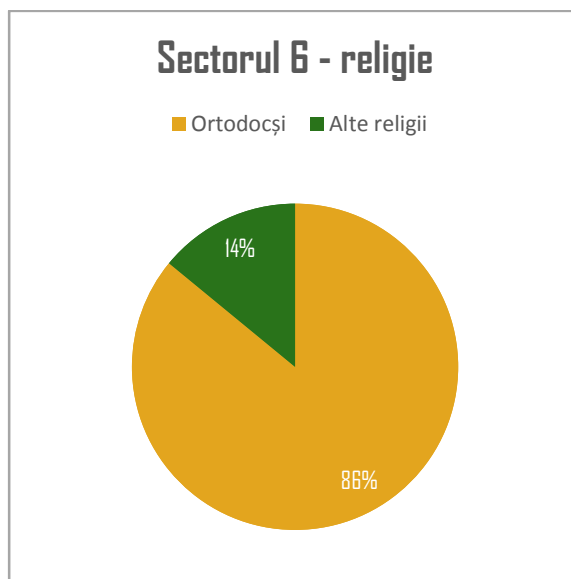
GRUPE DE VÂRSTĂ



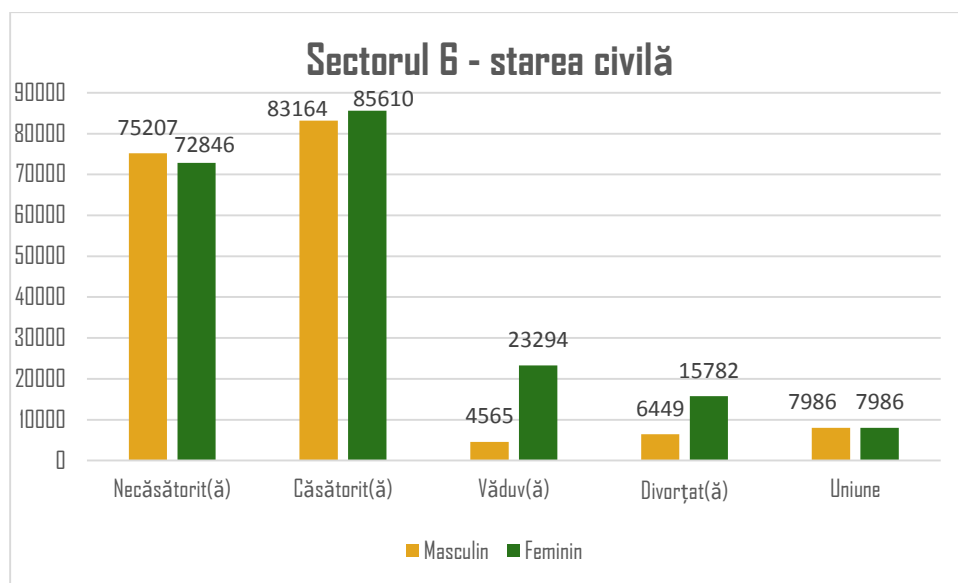
EDUCAȚIE



RELIGIE

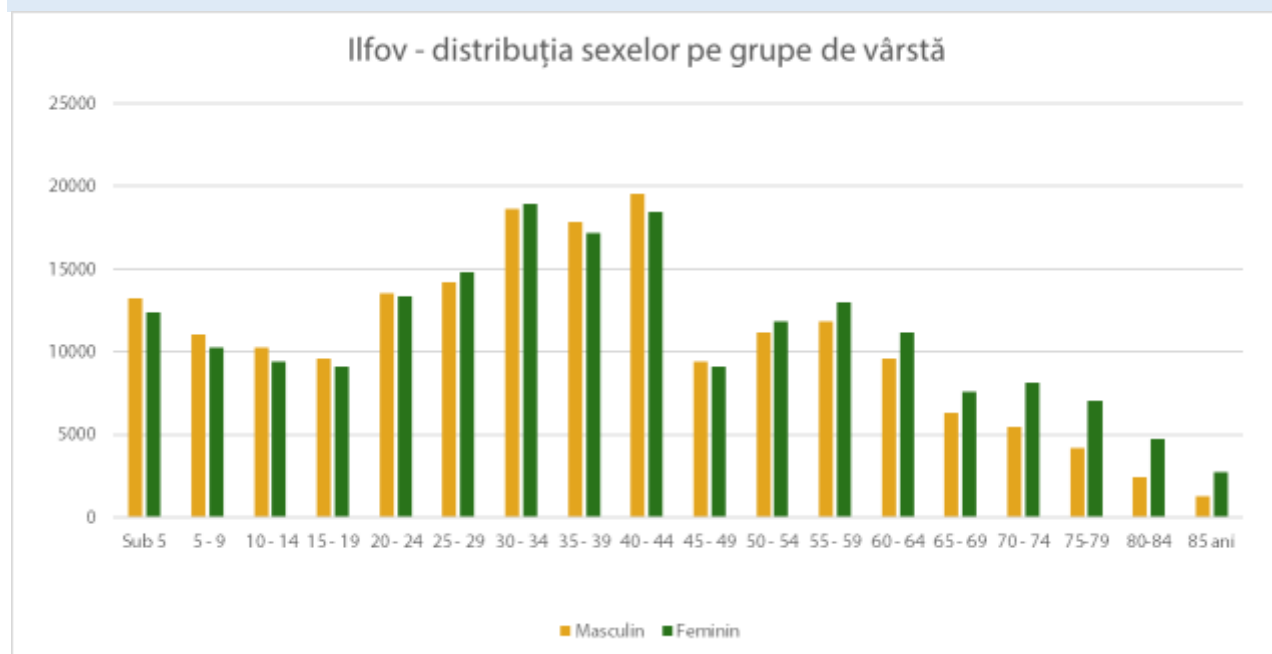


STARE CIVILĂ

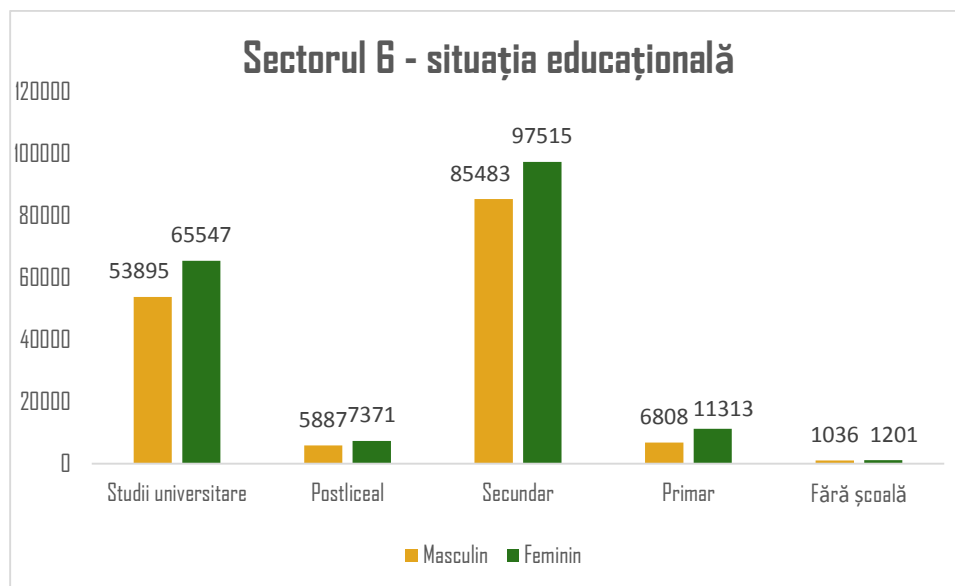


ILFOV

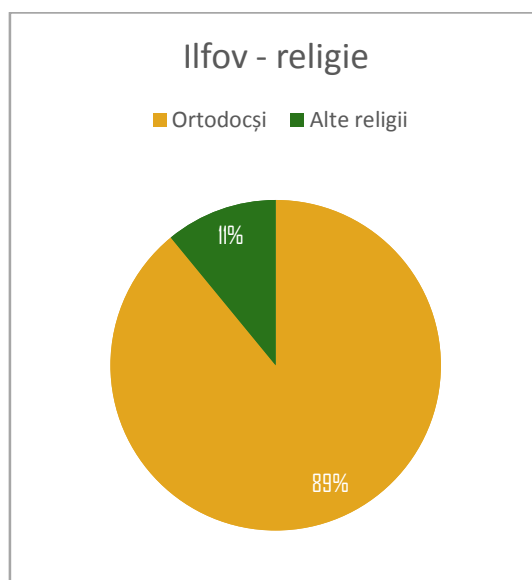
GRUPE DE VÂRSTĂ



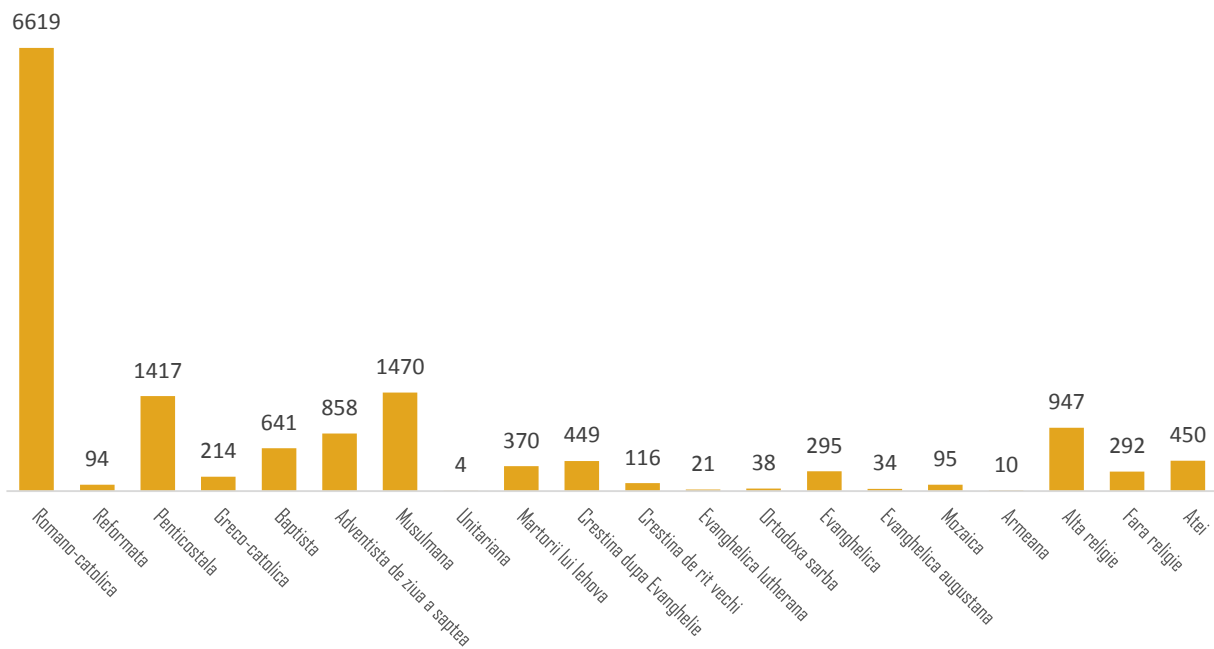
EDUCAȚIE



RELIGIE

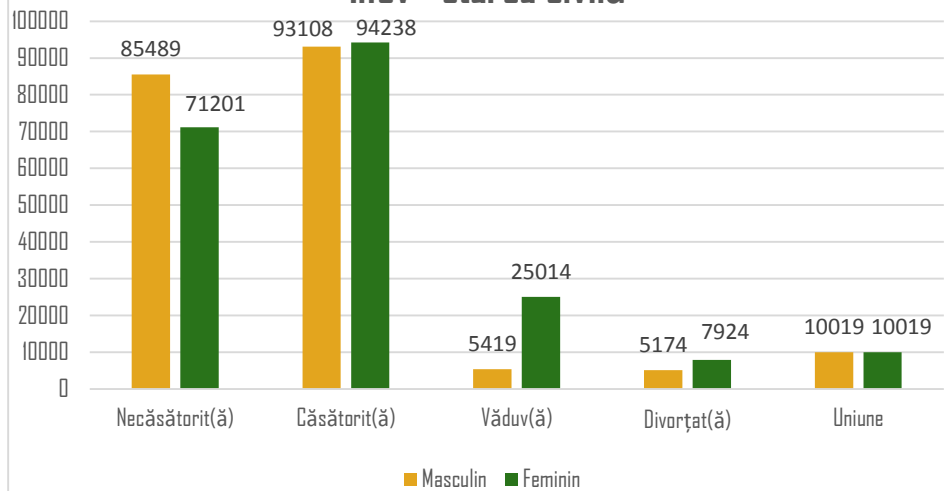


Ilfov - alte religii



STARE CIVILĂ

Ilfov - starea civilă



REZUMATUL RĂSPUNSURILOR LA ÎNTREBĂRI:

GRUPA DE VÂRSTĂ SUB 35 DE ANI

Probleme și caracteristici ale cartierelor

1. Timpul liber se definește ca perioada de weekend și cea de seară, după terminarea serviciului.
2. Timpul liber se petrece în special cu prietenii și familia, în discuții în oraș sau făcând sport, eventual mergând la concerte (rock, pop, instrumentală etc.).
3. Călătoriile în afara orașului sunt ocazionate de evenimente, sport, drumeții, dar nu sunt văzute ca o prioritate (deși pot oferi ocazia de a întâlni oameni noi și de a se bucura de liniște).
4. Cartierul nu este suficient de clar definit, însă e mai degrabă spațiul unde locuiesc, unde au copilărit, eventual unde muncesc.
5. Centrul nu este suficient de bine definit, însă eticheta „centrul vechi” ajută la concentrarea atenției asupra acelei zone. Acesta poate fi considerat până la Piața Romană, dar nu este neapărat clar (Parcul Herăstrău este des menționat, pare să fie considerat ca parte din centru, precum și Cișmigiu);
6. Majoritatea întâlnirilor au loc în centru, timpul liber se petrece în acea zonă, în locuri în care se poate discuta cu prietenii, preferabil la o bere. Ocazional, parcurile din cartiere pot reprezenta o atracție, dacă are loc un concert (fără să existe preferințe față de gratuități), respectiv dacă apare ceva nou, incitant (internetul este un concurent important față de activitățile offline, iar uneori și televizorul este preferat ca metodă de petrecere a timpului liber);
7. Deplasarea prin oraș se face cu mijloacele de transport în comun (autobuze, tramvaie, troleibuze, metrou) sau cu bicicleta. Taxiul este folosit doar ocazional.
8. Centrul este cu aproximativ 10% mai scump, însă acest lucru nu determină evitarea zonei în favoarea cartierelor, mai ales în condițiile în care este ușor de ajuns în centru din mai multe zone ale orașului. Singurul concurent identificat în cartiere este reprezentat de centrele comerciale;
9. Centrul este considerat aglomerat (și zgomotos în zonele în care există cluburi), perceput ca aparținând tinerilor, în timp ce cartierele sunt văzute ca fiind mai diversificate ca grupe de vârstă.

Prieteni și familie

1. Familia este văzută ca având un loc specific în viața fiecăruia, cu timp rezervat pentru petrecerea timpului.
2. Prietenii sunt în cea mai mare parte cei din copilărie, școală, liceu sau facultate. Prietenii noi sunt considerate a fi mai rare, păstrându-se la nivelul de cunoștințe.
3. Locul de întâlnire cu prietenii nu depinde de cartierul în care locuiesc sau de traseul zilnic. Un factor important este considerat timpul disponibil pentru aceste întâlniri, precum și momentul zilei.

4. Persoanele care continuă să locuiască în același cartier în care au copilărit văd în continuare prietenii din cartier ca fiind unele importante. În schimb, vecinii de bloc intră rareori în categoria prietenilor.
5. Cele mai importante la întâlnirile cu prietenii au fost considerate discuțiile cu aceștia, de obicei în locuri familiare.
6. În ceea ce privește recomandarea făcută unui străin (din alt oraș sau altă țară), au fost menționate în special: Centrul vechi, Mogoșoaia, Snagov, Herăstrău sau Muzeul satului, precum și zonele în care există cluburi.
7. Diferențele de preț între zone nu par a fi un factor decisiv, ci mai degrabă un sacrificiu pentru timpul petrecut alături de prieteni.
8. Liniștea sau armonia par să fie criteriile de selecție a locului ales pentru petrecerea timpului liber, urmat de noutate și accesibilitate, costurile fiind pe ultimul loc.

Cultură

1. Se face o diferențiere între cultura „cultă” (filarmonică, operă) și cea „populară” (film, muzică, festivaluri, cărți). De asemenea, atelierelor/workshopurile sunt văzute în special ca o modalitate de relaxare.
2. Există diferențe de consum de cultură între grupe de oameni (vârstă, educație), cauzate în special de interese sau experiențe diferite.
3. Informația despre cultură nu este una accesibilă. Oamenii își doresc o coordonare a modalităților de informare despre evenimente culturale (cu accent pe lipsuri), prin intermediul internetului (website sau aplicație consolidată) sau prin sms, panotaj stradal, radio fm și centre de informare existente în mai multe zone din oraș.
4. Există momente sau evenimente de care persoanele se pot bucura solitar, însă în general, alegerea acestora se face pe baza intereselor comune cu oamenii (familia, prietenii) cu care vor să își petreacă timpul liber.
5. În ceea ce privește lipsuri identificate în București, cel mai adesea sunt invocate: curățenia și liniștea, piste și parcurile pentru biciclete, spațiul pentru pietoni pe trotuare, bazele sportive în cartiere, parcurile de distracție, festivalurile „exotice”, muzeele mai diversificate (ex. cultura dacilor, fotografia și instrumentele ei, istoricul mașinilor).
6. Festivalurile minorităților sunt considerate a scoate în evidență în special senzaționalul și a cosmetiza problemele minorității.
7. La Noaptea Muzeelor, cele din centru sunt pline de vizitatori, în timp ce la cele din cartiere (precum Muzeul CFR), numărul acestora este semnificativ redus, motivul pentru această diferență fiind legat de infrastructura de transport în comun și de mijloacele de informare.

GRUPA DE VÂRSTA 35-55 DE ANI

Probleme și caracteristici ale cartierelor

1. Timpul liber este văzut ca o sumă a momentelor de relaxare, după terminarea serviciilor, a obligațiilor de familie și/sau comisiunilor (plăți de facturi, acte necesare casei etc.).
2. Timpul liber este unul planificat, evenimentele fiind selectate dintr-o ofertă mai largă. Timpul alocat selecției este de minim o oră și constă în special în căutarea pe site-uri

specializate sau alte surse de informații (ex. Șapte seri, B 24 fun, Metropotam, Gold fm, Arcub, Facebook etc.). Planificarea se poate face chiar cu 2-3 săptămâni înainte.

3. Criteriile de selecție invocate pentru alegerea modului de petrecere a timpului liber: să răspundă nevoilor (hobby sau relaxare), curiozității sau stimulării simțurilor „adormite” (inclusiv dezvoltare personală).
4. Călătoriile în afara orașului sunt ocazionate cel mai adesea de vacanțe sau alte evenimente ce țin de familie.
5. Centrul orașului este considerat mai ofertant decât cartierele, deși există zone din cartiere care oferă experiențe unice (expozițiile de fotografie din metrou, de exemplu).
6. Centrul este văzut ca fiind accesibil, atât din punctul de vedere al transportului, cât și a prețurilor. În același timp este identificată o lipsă a teatrelor în cartiere, evenimentele de tip concert sau festival nefiind suficiente.
7. Există persoane care preferă centrul, motivul arătat fiind că nevoia de atitudine/prestanță se educă prin accesul la un teatru cu reputație/prestigiu
8. Transportul preferat este cel cu mijloacele de în comun (suprafață și metrou), parțial completate cu mașina personală și doar ocazional cu taxiul.

Prieteni și familie

1. Prietenii sunt considerați în principal cei mai vechi, existând o reticență față de cei noi.
2. Sunt considerate importante interese comune, arătându-se nevoia de-a fi pe aceeași lungime de undă, pentru a putea trăi experiențele împreună și a le putea discuta.
3. Modul preferat de petrecere a timpului cu prietenii și familia constă, în principal, în socializare. Experiența culturală este uneori testată în avans, pentru a verifica dacă merită efortul alături de întreaga familie sau un grup de prieteni
4. Alegerea unui eveniment cultural ia în considerare cunoașterea celorlalte persoane alături de care participă, respectiv a gusturilor acestora.
5. Nevoia de dezvoltare personală se întâlnește cu oferta British Council.
6. Locul și calitatea acestuia primează asupra costului. Scopul identificat în petrecerea timpului liber este experiența inedită, relaxarea și împărtășirea acestora cu familia sau prietenii.
7. Locurile noi nu sunt văzute ca având potențialul de a crea prietenii noi.

Cultură

1. Cultura este văzută ca experiment multiplu-senzorial (ex. bucătăria și muzica)
2. Arhitectura reprezintă unul din elementele de interes atunci când vine vorba de cultură.
3. Moda, modul în care se-mbracă oamenii sunt considerate a fi lucruri ce țin de cultură.
4. Zone cu încărcătură culturală specific sunt considerate a fi: Cișmigiu, Matache, străduțele dintre Universitate și Unirii, zona Dudești, Carol, Herăstrău, precum și cele cu Cercul Militar, Muzeul Satului, Palatul Șuțu, Muzeul Țăranului, Palatul Regal, Casa Enescu, Muzeul Antipa.
5. Se consideră că anumite genuri de cultură se consumă de unul singur (lectură, poate artă), iar altele în grup (ex. concertele rock).
6. Este evidențiată nevoia de lărgire a orizonturilor, de cunoaștere.

7. Sunt evidențiate și festivalurile cu specific (inclusiv etnic, dar și ONG Fest), explorarea basmelor.
8. Este nevoie de teatre de cartier cu program și în vacanța elevilor, precum și de coerență în construcții, armonie urbană și curățenie

GRUPA DE VÂRSTA PESTE 55 DE ANI

Probleme și caracteristici ale cartierelor

1. Timpul liber e aproape indefinit, dar se referă la relaxare, ceea ce poate însemna chiar și făcutul pieței.
2. Modalitatea preferată de petrecere a timpului liber este socializarea, discuțiile despre diferite aspecte ale vieții (inclusiv la piață).
3. Alte modalități sunt: muzica simfonică, citit, rebus, discuții cu prietenii, la terasă ori pe băncuță, șah sau table.
4. Călătoriile în afara Bucureștiului sunt rare, ocazionate fie de munca la rudele de la țară, fie de mersul la băi sau în pelerinaje (ex. Arsenie Boca).
5. Parcurile de cartier sunt preferate, pentru accesibilitate (Carol, în cartier, Herăstrău sau Cișmigiu cu metroul).
6. Centrul este considerat a fi aglomerat și gălăgios.
7. Transportul în comun este gratuit și acoperă toate nevoile vârstei.
8. Centrul este văzut ca fiind mai degrabă pentru tineri, fiind totodată considerat mai scump, chiar dublu față de cartiere.

Prieteni și familie

1. Familia este prioritară, iar prietenii sunt mai degrabă cunoștințe vechi, poate unii dintre vecini.
2. Consideră fumatul a fi un obicei uneori deranjant.
3. Există clubul seniorilor și parcuri unde își petrec timpul, iar uneori merg în grup la teatru, în centru.
4. Pălăvrăgeala de bloc este fie îmbrățișată, fie respinsă. Există reticență la a cunoaște oameni noi.
5. Consideră că unul dintre cele mai importante lucruri e să aibă cu cine vorbi.

Cultură

1. Protestul poate fi considerat o formă de cunoaștere culturală. Nu în aceeași măsură cu filarmonica, dar poate fi luat în considerare.
2. Există grupuri care consumă diferite tipuri de cultură, după preț, educație, stil și dorință
3. Sunt considerate ca fiind cu specific local: Parlamentul, Cișmigiu, Cimitirul Bellu, Opera, parcul Herăstrău, Biblioteca Samsung, Teatrul Național, Hanul lui Manuc, Carul cu bere
4. Dorințele pentru București: curățenie, biblioteci de cartier, spectacole în cartiere (teatru, muzică ușoară, populară), festivaluri cu tematici (fiind ușor reticenți la minorități).