



questionmark.pl



Preferencje kulturalne mieszkańców Łodzi

RAPORT KOŃCOWY



**Regionalny
Kongres
Kultury
2011**

PATRONAT HONOROWY:

Ministerstwo
Kultury
i Dziedzictwa
Narodowego



Wojewoda Łódzki
Jolanta Chełmińska

WSPÓLORGANIZACJA:



NARODOWE
CENTRUM
KULTURY

ORGANIZACJA:



Łódzkie



URZĄD MIASTA ŁODZI

REALIZACJA:



ŁÓDZKI
DOM
KULTURY

WSPÓŁPRACA:



Filharmonia
łódzka
im. Artura
Rubinsteina



Opis badania

Raport przedstawia wyniki przeprowadzonego od lipca do września 2011 roku badania *preferencji kulturalnych mieszkańców województwa łódzkiego*. Badanie zostało zlecone na potrzeby Regionalnego Kongresu Kultury 2011 organizowanego przez Urząd Marszałkowski w Łodzi oraz Urząd Miasta Łodzi. Badanie zrealizowano w ramach środków Narodowego Centrum Kultury w ramach programu Obserwatorium Kultury www.obserwatoriumkultury.nck.pl. W jego ramach zrealizowano sześćset wywiadów kwestionariuszowych, a także zrobiono kilkadziesiąt fotografii miejsc wskazanych przez respondentów jako przestrzenie, w których toczy się szeroko rozumiane życie kulturalne. Projekt wykonany został przez Biuro Badań Społecznych „Question Mark”.

W ramach głównej części badania przeprowadzono wywiady kwestionariuszowe zrealizowane w domach respondentów. Badanie obejmuje zarówno mieszkańców miast, jak i wsi. Dobór respondentów ma charakter kwotowy. Próba odzwierciedla strukturę populacji województwa pod względem wieku (struktura populacji od 16 roku życia) i płci. Dodatkową zmienną, którą badacze kontrolowali, było wykształcenie. Nie zdecydowano się, by próba była reprezentatywna również pod tym względem. Spowodowane zostało to chęcią uniknięcia zbyt dużej liczby wywiadów realizowanych z respondentami poniżej średniego wykształcenia, którzy stanowią najliczniejszą grupę w województwie. Dlatego też zastosowano równy podział na respondentów z wyższym, średnim i niższym niż średnie wykształceniem. Dobór respondentów odbywał się na poziomie powiatu. Do badania wybrano więc miasta na prawach powiatu: Łódź, Piotrków Trybunalski i Skierniewice. Piotrków Trybunalski został wybrany jako ponadregionalny biegun wzrostu, a Skierniewice jako biegun regionalny¹. Oba ośrodki wybrano celowo, by sprawdzić, jaką rolę kulturotwórczą spełniają one w województwie oraz, w jakiej relacji pozostają do Łodzi. Poza wyżej wymienionymi, do badania wybrano sześć innych powiatów. W oparciu o przeprowadzony deskresearch, do badania wybrano po dwa powiaty o różnym potencjale kulturalnym. Potencjał ten określono z uwagi na liczbę funkcjonujących w nich domów kultury, zespołów artystycznych i muzeów oraz liczbę użytkowników bibliotek przypadających na tysiąc mieszkańców. Badanie zrealizowano w powiatach radomszczańskim i skierniewickim, jako tych, które wypadły najslabiej; sieradzkim i łaskim, które prezentują się najlepiej; w kutnowskim i zgierskim, gdzie osiągnięty wynik był przeciętny (szczegółowy dobór próby w powiatach w aneksie). W badaniu łódzkim dodatkową zmienną kontrolowaną przez badaczy była zamieszkiwana przez respondentów dzielnica. Próba oddawała strukturę liczebności mieszkańców województwa na poziomie powiatów. Spośród sześciuset kwestionariuszy, 180 zrealizowano w Łodzi, 210 planowano zrealizować w innych miastach i tyle samo we wsiach województwa łódzkiego. Wobec problemów realizacyjnych, w niewielkim stopniu zmodyfikowano strukturę próby (szczegóły w rozdziale poświęconym strukturze). Badanie przeprowadzono przy użyciu dwu wersji kwestionariusza – osobnych dla Łodzi i dla reszty województwa. Większa część pytań w obu kwestionariuszach pokrywała się, część jednak pozostała różna. Decyzję taką podjęto po badaniu pilotażowym,

¹ Zaczepnięte ze Strategii Rozwoju Województwa.



które dowiodło, że mieszkańcy Łodzi mają mgliste pojęcie na temat życia kulturalnego województwa i pytania na ten temat nie przynoszą pożądaných informacji, a w dodatku irytują respondentów.

Kwestionariusz obejmował 45 pytań wspólnych dla Łodzi i reszty województwa, z czego 31 pytań stanowiły pytania zamknięte (niektóre z nich wielokrotnie złożone), a 14 pytań miało charakter otwarty (respondenci sami podawali odpowiedzi, a nie dokonywali wyboru z już istniejących kategorii). Dodatkowo część łódzka obejmowała 3 pytania (z czego 2 były pytaniami otwartymi), natomiast dedykowana województwu zawierała 8 pytań dodatkowych (w tym 2 otwarte). Kwestionariusz dzielił się na cztery części: kultura a przestrzeń, kultura zinstytucjonalizowana, kultura a sieć, ekonomika kultury (kwestionariusze w załączniku). W badaniu staraliśmy się wyjść poza wąskie, zinstytucjonalizowane spojrzenie na kulturę. Dlatego wywiad rozpoczynają pytania związane z aktywnością przestrzenną respondentów. Wyszliśmy z założenia, że pytanie o zachowania mieszkańców województwa, miejsca w których lubią przebywać, w których spotykają się ze znajomymi, powie nam więcej o ich preferencjach kulturalnych niż zapytanie wprost o ich potrzeby. Tym bardziej, że w morzu potrzeb mieszkańców województwa te związane z kulturą często nie są nawet uświadamiane lub są rozumiane bardzo wąsko, jedynie jako działania mieszczące się w obszarze tzw. kultury wysokiej.

W kwestionariuszu znalazły się zatem pytania dotyczące miejsc, w których spontanicznie spotykają się mieszkańcy danego powiatu/okolicy, miejsc tworzonych przez mieszkańców oddolnie oraz pytania o instytucje kultury, które respondenci znają z okolicy miejsca swego zamieszkania. W oparciu o te pytania wybrano miejsca, wskazywane przez respondentów najczęściej. Zadaniem ankieterów było dotarcie do nich i stworzenie dokumentacji wizualnej w postaci fotografii, które posłużyły do stworzenia zarysu analizy wizualnej i przestrzennej ww. miejsc.

Badanie przygotował i opracował wyniki zespół pięciu badaczy, a prace w terenie przeprowadziło około trzydziestu ankieterów.



Preferencje kulturalne mieszkańców Łodzi

Po zapoznaniu się z preferencjami mieszkańców miast i wsi województwa łódzkiego, przyjrzyjmy się, jakich odpowiedzi udzielili naszym ankietnikom mieszkańcy stolicy województwa. Gdzie zatem najczęściej spontanicznie spotyka się młodzież mieszkająca w Łodzi?

PREFEROWANE MIEJSCA SPOTKAŃ MIESZKAŃCÓW W PRZESTRZENI PUBLICZNEJ

Młodzi ludzie z Łodzi najczęściej spotykają się ze sobą w miejskiej przestrzeni publicznej, czyli na wszelkiego rodzaju placach i rynkach, w bramach kamienic i pod osiedlowymi sklepikami jak również na placach zabaw, w centrum miasta i na głównych ulicach Łodzi. Taka odpowiedź była udzielana przez respondentów najczęściej i podało ją 25% badanych. Kolejnym, prawie równie popularnym miejscem do spontanicznych spotkań młodych są parki miejskie, stawy i skwery, takie jak np. park na Zdrowiu, Park Julianowski, Stawy Jana, Park Młodości, górka widzewska oraz zalew przy ulicy Liściastej. Takiej odpowiedzi udzieliło 24% badanych. 16% respondentów wskazało na ławki przed blokami jako spontaniczne miejsce spotkań ludzi młodych. Osoby z wykształceniem poniżej średniego pięć razy częściej niż osoby z wykształceniem średnim wskazywały na ławki pod blokiem jako miejsce spontanicznych spotkań ze znajomymi. 27% z osób z wykształceniem podstawowym lub niższym oraz z wykształceniem zasadniczym zawodowym wskazało właśnie na ławki pod blokami, podczas gdy takiej odpowiedzi udzieliło jedynie 5% osób z wykształceniem średnim. Również jednak dość wysoki procent osób z wykształceniem wyższym (19%) wskazał na ławki przed blokami jako spontaniczne miejsce spotkań ze znajomymi. Takie zaskakujące rozłożenie odpowiedzi może wynikać z formy pytania. Respondenci byli pytani o młodzież w ogóle, nie o siebie samych. Być może część opowiadała o własnych doświadczeniach, a część o obserwacjach. 13% badanych uznało, że młodzi najczęściej spontanicznie spotykają się w pubach, barach oraz klubach, 12%, że są to miejsca rekreacji czy aktywności sportowej, takie jak siłownie, baseny, boiska, skateparki i orliki. Również 12% badanych uznało, iż są to lokale gastronomiczne, jak kawiarnie, pizzerie oraz wszelkiego rodzaju restauracje, a 9%, że młodzi spotykają się spontanicznie w centrach handlowych, np. Galerii Łódzkiej, Manufakturze czy Porcie Łódź. Warto zauważyć, że w centrach handlowych miejsc spotkań młodzieży upatrywała raczej płęć żeńska. 15% kobiet wskazało na centra handlowe, takie jak Port Łódź, Manufaktura oraz Galeria Łódzka jako na miejsca, gdzie spontanicznie spotykają się ludzie młodzi. Odsetek kobiet jest tutaj 3 razy wyższy niż procent mężczyzn, który wyniósł jedynie 3%. Najrzadziej pojawiającą się odpowiedzią były miejsca aktywności kulturalno-oświatowej, czyli wszelkiego rodzaju świetlice, miejskie ośrodki kultury czy kluby młodzieżowe i spółdzielnie, na które wskazało jedynie 2% respondentów.



Tabela nr 22. Gdzie spotykają się ludzie młodzi a wykształcenie

Wykształcenie	Centrum handlowe	Lokale gastronomiczne	Ławki przed blokiem	Miejsca aktywności kulturalno-oświatowej	Przestrzeń publiczna	Miejsca rekreacji	Parki miejskie, stawy, skwery	Pub, bar, klub	Nie ma takich miejsc
Poniżej średniego	7%	7%	27%	4%	27%	13%	25%	14%	2%
Średnie	12%	12%	5%	2%	24%	14%	24%	10%	0
Wyższe	11%	18%	19%	0	26%	11%	28%	16%	2%

Starsi Łodzianie natomiast najczęściej spontanicznie spotykają się w parkach miejskich oraz miejscach związanych z przyrodą – takich, w których można pospacerować. Do takich miejsc zaliczają się wszelkiego rodzaju parki, np. Park Julianowski, park na Zdrowiu oraz obecne tam ogród zoologiczny oraz botaniczny, Stawy Jana, Park Młodości, Park Staromiejski oraz Palmiarnia i Lunapark. Taka odpowiedź była udzielana przez respondentów najczęściej i wskazało na nią aż 41% badanych. Częściej padała z ust mężczyzn (17%) niż kobiet (10%). Drugą najczęściej udzielaną odpowiedzią były miejsca związane z okolicami miejsca zamieszkania, czyli własne domy, ogródki, miejsca pod blokami i klatki schodowe. Takiej odpowiedzi udzieliło 24% respondentów. 12% badanych uznało, że najczęstszym miejscem spontanicznych spotkań ludzi starszych jest przestrzeń publiczna miasta, czyli miejsca takie, jak rynki, skwery, sklepiki osiedlowe, bramy, place zabaw, centrum miasta oraz główne ulice, a 14% badanych za takie miejsca uznało kościoły oraz cmentarze. Najrzadziej pojawiającą się odpowiedzią były lokale gastronomiczne, takie jak kawiarnie, restauracje oraz pizzerie (jedynie 3% badanych), które pojawiły się jedynie w odpowiedziach respondentek (żaden mężczyzna nie wskazał powyższej odpowiedzi), oraz puby, bary, kluby i pijalnie piwa, na które wskazało 4% badanych. Prawie równie rzadko badani wymieniali miejsca aktywności kulturalno-oświatowej, takie jak świetlice, domy kultury, kluby i spółdzielnie (jedynie 4% z grupy respondentów powyżej 54 roku życia), oraz miejsca specjalnie przeznaczone dla osób starszych, jak Klub Seniora i Emeryta, Klub Samotnych Serc, Stowarzyszenie Osób Starszych oraz Uniwersytet Trzeciego Wieku (6%).

Zapytaliśmy mieszkańców Łodzi, czy w ich okolicy istnieją miejsca zorganizowane, zaaranżowane przez samych Łodzian? Prawie 3/4 respondentów nie potwierdza, że takie miejsca istnieją – albo nie wie o istnieniu takowych



(17%), albo uważa wręcz, że miejsca, które byłyby wybrane przez samych mieszkańców i przez nich zorganizowane, w których łodzianie lubią przebywać, po prostu nie istnieją w najbliższej okolicy ich zamieszkania. (57%). Jedynie 25% badanych deklaruje istnienie takich przestrzeni. Wśród badanych, którzy wskazali na istnienie miejsc wybranych i zorganizowanych przez samych mieszkańców, najczęściej wymieniane były obszary w parkach, w pobliżu stawów oraz skwerów. Takiej odpowiedzi udzieliło 40% badanych, którzy wskazali na istnienie takich miejsc. Drugą najczęściej pojawiającą się odpowiedzią były lokalizacje zorganizowane w pobliżu miejsca zamieszkania, jak ogrody pod blokami czy wręcz własne domy. Na takie punkty wskazało 29% badanych. Trzecią najczęściej pojawiającą się odpowiedzią były miejsca zorganizowane w miejskiej przestrzeni publicznej (20% badanych), czyli wszelkiego rodzaju place, rynki, bramy, itp. 43% osób z wykształceniem zasadniczym zawodowym, podstawowym lub niższym wskazało taką lokalizację (place, rynki, murki, bramy, ulice, deptaki, centrum miasta, główne ulice, okolice sklepów osiedlowych). Tylko 12% respondentów z wykształceniem średnim wskazało na miejską przestrzeń publiczną, a wśród osób z wykształceniem wyższym ten odsetek był jeszcze niższy i wynosił jedynie 7%.

16% badanych wskazało na miejsca z ofertą dla osób starszych, czyli Kluby Seniora i Emeryta czy Uniwersytet Trzeciego Wieku, a 13% respondentów wspomniało o terenach rekreacyjnych i przeznaczonych do aktywności sportowej, takich jak baseny, siłownie, boiska, orliki, skateparki i stadiony. Odpowiedziami wskazywanymi najrzadziej były imprezy kulturalne i rozrywkowe oraz lokale gastronomiczne typu pizzerie, kawiarnie i restauracje (po 2% respondentów wskazało właśnie na te miejsca). Rzadko również pojawiały się odpowiedzi wskazujące na puby, bary czy kluby (7% respondentów). Jedynie osoby pomiędzy 45 a 54 rokiem życia wskazały na miejsca, gdzie sprzedawany jest alkohol, czyli wszelkiego rodzaju pijalnie, bary i puby jako lokalizacje, gdzie znajdują się miejsca spotkań wybrane przez samych mieszkańców, które oni sami zorganizowali i w których lubią przebywać. Żaden z respondentów z innych kategorii wiekowych nie wybrał takiej właśnie lokalizacji.

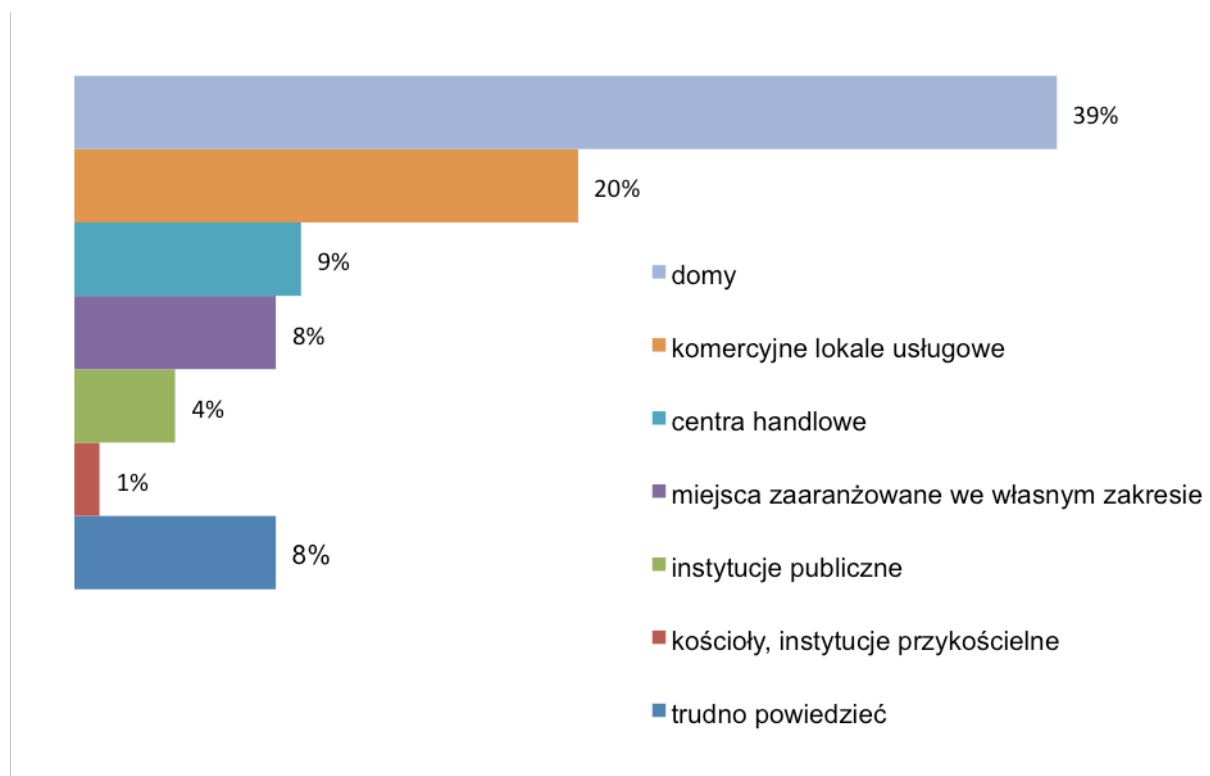
Aż 55% badanych z Łodzi, którzy wskazali na istnienie miejsc wybranych i zaaranżowanych przez samych mieszkańców, w których mieszkańcy lubią przebywać, uważa, że łodzianie wybierają je ze względu na takie walory jak: atmosfera, cisza, spokój, możliwość odpoczynku czy bliskość przyrody. Była to najczęściej pojawiająca się odpowiedź. Drugą najbardziej popularną odpowiedzią była bliskość i łatwość dojazdu, na które wskazało 19% badanych. Taki sam odsetek respondentów opowiedział się również za tym, że wybór tych miejsc jest związany z przedstawianą tam ofertą, czyli rozrywką i sprzedażą alkoholu. 12% badanych wskazało na istnienie konkretnego celu jako powodu do organizacji oraz przebywania w takich właśnie miejscach. Tylko 5% badanych uważa, iż przebywanie łodzian w takich miejscach jest związane z brakiem innych możliwości spotkań i rozrywki, również 5% sądzi, że ludzie nie mają pieniędzy na inne zajęcia.

Zapytaliśmy więc respondentów o ich własne preferencje odnośnie wyboru miejsca spotkań. Łodzianie najczęściej spędzają czas ze znajomymi we własnych domach. Taką formę spotkań zadeklarowało aż 39% respondentów. Drugim ulubionym miejscem spotkań ze znajomymi są komercyjne lokale usługowe, takie jak kawiarnie czy pizzerie. Taką formę spotkań zadeklarowało 20% badanych. Następnie łodzianie wybierali centra handlowe oraz miejsca zaaranżowane we własnym zakresie (odpowiednio 9% i 8%). Miejscami, gdzie mieszkańcy Łodzi najrzadziej spotykają się ze znajomymi, są instytucje publiczne przeznaczone do takich celów oraz kościoły i instytucje przykościelne (odpowiednio 4% i 1%).



Im starsi respondenci, tym trudniej jest im określić miejsce spotkań ze znajomymi. Wśród najmłodszych respondentów, odsetek niezdecydowanych wyniósł jedynie 13% i wykazywał tendencję rosnącą, osiągając 64% u osób między 54 a 65 rokiem życia. Ludzie młodzi o wiele częściej niż ludzie starsi wybierają na miejsce spotkań komercyjne lokale usługowe oraz centra handlowe. Natomiast ludzie starsi preferują spotkania we własnych domach. Najmłodszy respondenci (pomiędzy 16 a 24 rokiem życia) najczęściej spędzają czas ze znajomymi w komercyjnych lokalach usługowych typu pizzerie i kawiarnie. Aż 44% respondentów z tej kategorii wiekowej wskazało na taki sposób spędzania czasu ze znajomymi. 22% respondentów z tej samej kategorii wybrało centra handlowe i była to druga najczęściej wybierana odpowiedź. Ponad połowa badanych (56%) w grupie wiekowej 25–34 lata, wskazała na komercyjne lokale usługowe, jako miejsca najczęstszych spotkań ze znajomymi. Najwięcej badanych, bo 25% respondentów w wieku 35–44, wybrało centra handlowe. Najczęstszym wyborem wśród badanych w wieku 45–54 lata były miejsca zaaranżowane we własnym zakresie i własne domy (po 15%). Kolejną najczęściej wybieraną odpowiedzią były komercyjne lokale usługowe (12%). Najczęstszą odpowiedzią na to samo pytanie wśród badanych w wieku 55–64 były komercyjne lokale usługowe i własne domy (po 9%). Badani w wieku powyżej 65 lat najczęściej wybierali własne domy, na które wskazało 16% respondentów w tej kategorii wiekowej.

Wykres nr 12. Najczęstsze miejsca spotkań ze znajomymi



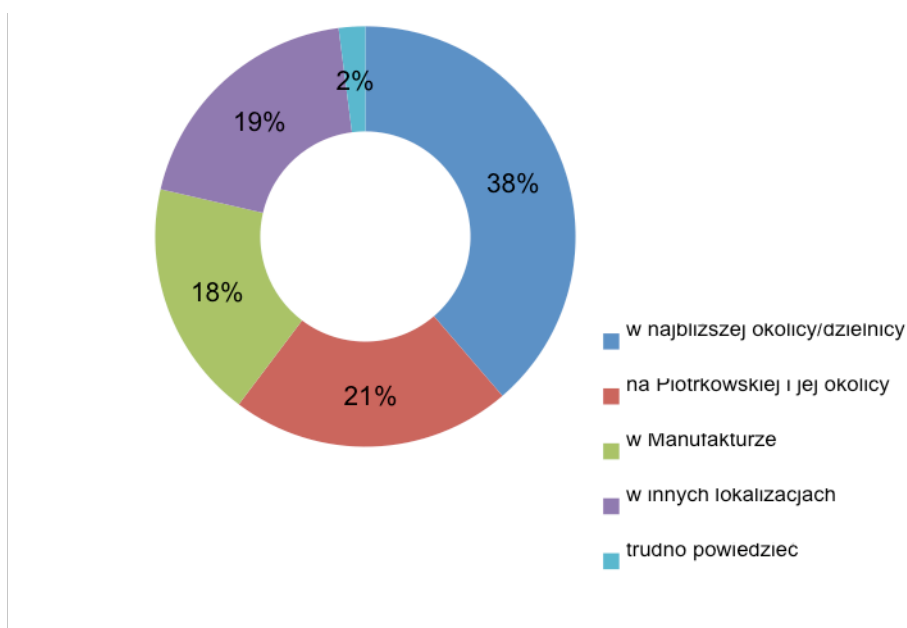
Łodzianie najczęściej wybierają wyżej wymienione miejsca ze względu na ich walory, takie jak: miła atmosfera panująca w danym obiekcie, jego nowoczesność, stosowność do tego rodzaju spotkań, jak również ze względu na ich kameralny charakter, ciszę, spokój, urodę ich lokalizacji i bliskość przyrody. Była to odpowiedź, która pojawiała się najczęściej – wskazało na nią 24% badanych. Drugim najczęściej podawanym powodem wybierania konkretnych miejsc na użytek spotkań ze znajomymi była oferta danego obiektu, czyli proponowany program rozrywkowy, możliwość zakupu alkoholu i oferta gastronomiczna – na te czynniki wskazało 17%



badanych. Trzecią najczęściej powtarzającą się odpowiedzią były przyzwyczajenie, sentyment i wygoda (14% badanych). Najbardziej podawanym powodem wyboru poszczególnych lokalizacji była spontaniczność i przypadkowość, na którą wskazało jedynie 2% respondentów. Prawie równie rzadko (2%) padały odpowiedzi związane z brakiem możliwości spotkania w innych miejscach. Dość rzadko jako powody wyboru danego miejsca łodzianie wspominali również o bliskości, wygodzie i dobrym dojeździe (7%). 12% badanych wskazało, że ich wybór jest ukierunkowany przez kwestie finansowe (nie stać ich na inne miejsca), 12% zwróciło uwagę na inne czynniki, takie jak opieka nad osobą chorą lub niepełnosprawną oraz posiadanie dzieci. Ostatnia odpowiedź trzy razy częściej padała z ust kobiet niż mężczyzn. 9% badanych wybiera miejsca do spotkań ze znajomymi w oparciu o swoje indywidualne preferencje.

Ponieważ spodziewaliśmy się, że domy respondentów mogą wziąć górę w ich wyborach miejsc spotkań, w kolejnym pytaniu sprowokowaliśmy ich, by wskazali miejsca, w których spędzają czas poza domem. Pytani najczęściej wskazywali na najbliższą okolicę lub dzielnicę. Aż 38% badanych w Łodzi wskazało na właśnie taką formę spędzania wolnego czasu poza domem. Częstości rozkładały się bardzo równomiernie w przypadku innych miejsc wskazanych w kwestionariuszu i wynosiły odpowiednio: 21% dla ulicy Piotrkowskiej i jej okolicy, 18% dla Manufaktury, 19% dla innych lokalizacji niewyszczególnionych w kwestionariuszu. Tymi innymi lokalizacjami były różnego rodzaju parki (Park Staszica, Poniatowski, Arturówek, Stawy Jana), działki oraz inne miejsca zielone (np. ogród botaniczny, zoo, Palmiarnia), jak również Port Łódź, Księży Młyn oraz mieszkania członków rodziny oraz przyjaciół.

Wykres nr 13. Gdy wychodzi Pan/Pani z domu w czasie wolnym, częściej spędza Pan/Pani czas:



Najmłodszy respondenci z Łodzi (16–24 lata) najczęściej spędzają czas wolny na ulicy Piotrkowskiej i w jej okolicy i taką odpowiedź podała prawie połowa (48%) badanych z tej kategorii wiekowej. Drugim ulubionym miejscem spędzania wolnego czasu według najmłodszych okazała się Manufaktura, na którą wskazało 24% badanych. Po



12% respondentów między 16, a 24 rokiem życia wskazało na najbliższą okolicę/dzielnice oraz inne lokalizacje. Taką samą kolejność, z udziałem procentowym 33%, 24%, 18%, ustalili respondenci mieszcący się w kolejnym przedziale wiekowym, (25–34 lata). Wśród starszych respondentów istnieje tendencja odwrotna. Preferują własną okolicę lub inne lokalizacje niż centrum miast.

Tabela nr 23 Wiek a miejsce spędzania czasu wolnego

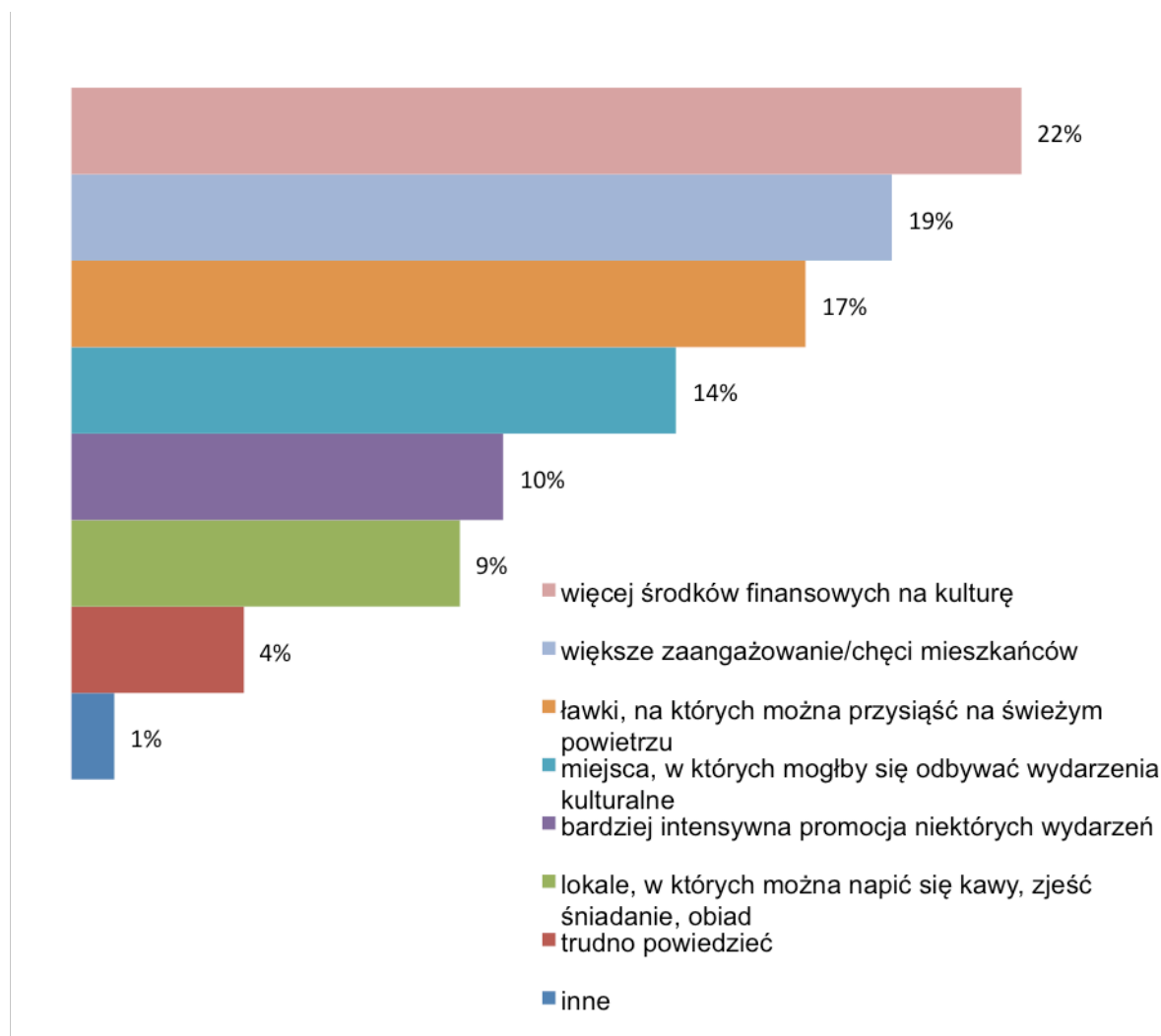
Wiek	%					Trudno powiedzieć
	W najbliższej okolicy/dzielnicy	Na Piotrkowskiej i w jej okolicy	W Manufakturze	W innych lokalizacjach		
16-24	12%	48%	24%	12%	4%	
25-34	18%	33%	24%	24%	1%	
35-44	25%	20%	20%	30%	5%	
45-54	44%	11%	19%	19%	7%	
55-64	70%	12%	9%	9%	0%	
Powyżej 65	57%	7%	13%	23%	0%	

W uzasadnieniu wyboru miejsca, w którym respondenci z Łodzi przebywają w czasie wolnym poza domem, najczęściej pojawiały się odpowiedzi związane z ofertą obiektu (rozrywka, zakupy, sprzedaż alkoholu oraz oferta gastronomiczna), na które wskazało 27% badanych, oraz związane z lokalizacją danego miejsca, jego bliskością i łatwością dojazdu (22%). Trzecim najczęściej podawanym powodem wyboru miejsc odwiedzanych w czasie wolnym były walory wynikające z ich lokalizacji, takie jak bezpieczeństwo, możliwość samodzielnego dotarcia, ich uroda, bliskość natury i świeże powietrze. Po 16% respondentów wybiera takie miejsca ze względu na wygodę oraz inne czynniki, takie jak: choroba, wiek starszy, opieka nad osobą chorą lub niepełnosprawną, posiadanie dzieci oraz praca. 7% badanych kieruje się w swoim wyborze towarzystwem i wybiera miejsca, w których może spotkać przyjaciół lub rodzinę. Ponad 3 razy więcej osób z wykształceniem poniżej średniego, niż z pozostałych przedziałów wykształcenia, uzasadnia wybór miejsca, w którym spędza czas wolny poza domem, możliwością spotkania w nim przyjaciół lub członków rodziny. Takiej odpowiedzi udzieliło 14% osób z tej kategorii, podczas gdy tylko 4% łodzian z wykształceniem średnim i 4% łodzian z wykształceniem wyższym tak właśnie uzasadniało swój wybór. 6% łodzian wybiera miejsce ze względu na możliwość rekreacji, spacerów i uprawiania sportów. Odpowiedź ta cztery razy częściej była wskazywana przez mężczyzn niż kobiety. Łodzianie najrzadziej uzasadniali wybór miejsca, w którym przebywają w czasie wolnym poza domem, przypadkową lub spontaniczną decyzją (1%), popularnością danego miejsca (1%) oraz kwestiami finansowymi (4%).



W pytaniu dotyczącym środków, które mogłyby przyczynić się do ożywienia życia towarzysko-kulturalnego w miejscu zamieszkania respondenta, łodzianie najczęściej wskazywali na większe nakłady finansowe na kulturę (22%). Jakkolwiek prawie równie często badani wskazywali również na większe zaangażowanie mieszkańców (19%) oraz zwiększenie liczby ławek i stworzenie miejsc, w których można by przysiąść na świeżym powietrzu (17%). 14% respondentów wyraziło opinię, że aby ożywić życie towarzysko-kulturalne niezbędne są miejsca, gdzie mogłyby się odbywać różnego rodzaju wydarzenia kulturalne. 10% respondentów opowiedziało się za bardziej intensywną promocją niektórych wydarzeń i prawie tyle samo badanych (9%) stwierdziło, że do ożywienia życia towarzysko-kulturalnego niezbędne są komercyjne lokale usługowe, gdzie można napić się kawy lub zjeść posiłek. 4% respondentów odpowiedziało, że trudno powiedzieć, a 1% wskazało inne.

Wykres nr 14. Co Pana/Pani zdaniem byłoby potrzebne w miejscu, w którym Pan/Pani mieszka, aby ożywić życie towarzysko-kulturalne?



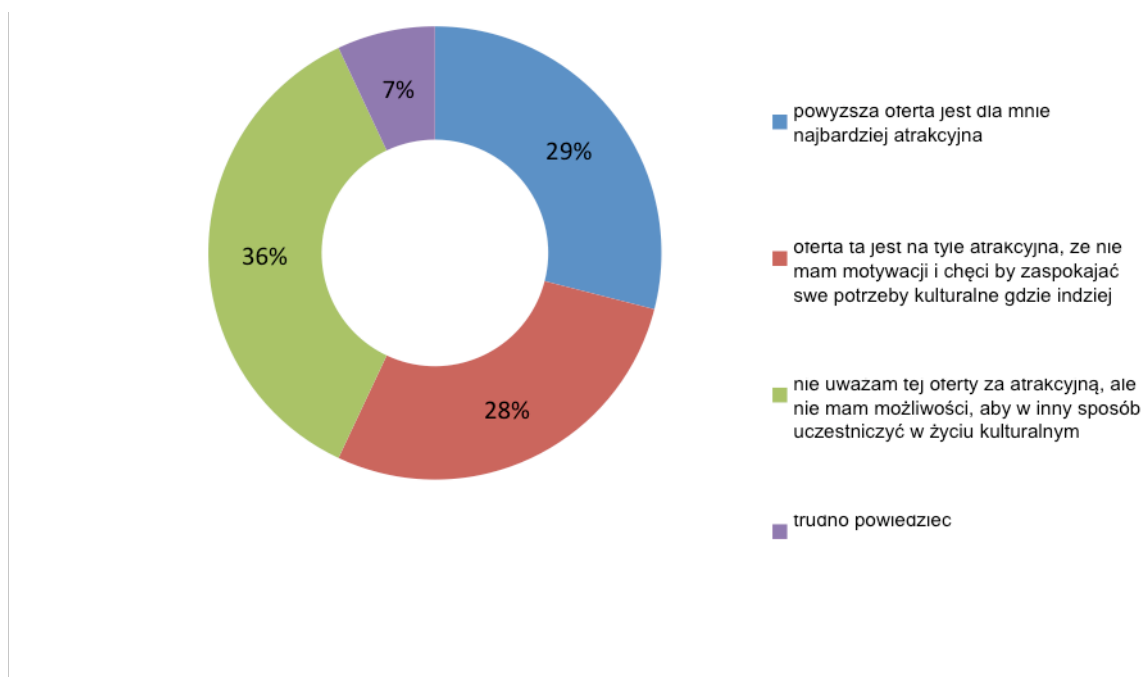


KULTURA ZINSTYTUCJONALIZOWANA ZNAJOMOŚĆ OFERTY KULTURALNEJ REGIONU

Zapytaliśmy Łodzian, gdzie najczęściej biorą udział w życiu kulturalnym w kontekście województwa. Pozostawiliśmy respondentom wybór jednej z czterech opcji: dom, miasto, województwo i miejsca poza województwem. Spodziewaliśmy się, że respondenci mogą najczęściej wskazywać na okolicę i województwo. Chcieliśmy jednak sprawdzić, czy inne odpowiedzi również będą się pojawiać. Na ile Łodzianie są otwarci na ofertę innych województw, na ile są domatorami. I tym razem dom okazał się być najpopularniejszą opcją – aż 74% Łodzian wskazało właśnie własny dom, jako miejsce, w którym najczęściej biorą oni udział w życiu kulturalnym poprzez oglądanie telewizji, używając komputera oraz czytając. Drugą najczęściej udzielaną na to pytanie odpowiedzią (23% badanych Łodzian) była Łódź. Jedynie 3% respondentów deklaruje, że najczęściej bierze udział w życiu kulturalnym poza Łodzią. Chociaż pozostałe wybory nie dziwią, przyzwyczajenie do pozostawania w domu respondentów wydaje się bardzo silne.

W uzasadnieniu wyboru miejsca, w którym badani najczęściej biorą udział w życiu kulturalnym, najczęściej respondenci (36%) przyznają, że nie uważają oferty, którą wybrali, za atrakcyjną, ale nie dysponują innymi możliwościami. Zdania są jednak mocno podzielone. Drugą najczęściej pojawiającą się odpowiedzią było uzasadnienie, że właśnie wybrana oferta jest najbardziej atrakcyjna (29%). Równie często badani przyznawali, iż jest ona dla nich na tyle atrakcyjna, że nie mają motywacji i chęci, aby zaspokajać swoje potrzeby gdzieś indziej (28%).

Wykres nr 15. Dlaczego największa część Pana/Pani potrzeb zaspokajana jest w miejscu wskazanym wcześniej?



Badani z Łodzi zostali zapytani o to, które z wydarzeń lub przedsięwzięć jest dla nich najbardziej atrakcyjne w województwie oraz w najbliższej okolicy miejsca ich zamieszkania. Wymienili oni szereg imprez, które można pogrupować w kilka typów wydarzeń: festiwale, imprezy kulturalne, imprezy miejskie, imprezy organizowane



przez podmioty prywatne, koncerty, obiekty przyrodnicze i miejsca służące rekreacji, rewitalizacja/remonty, wydarzenia religijne, wydarzenia sportowe, wydarzenia teatralne oraz inne wydarzenia. Większość wydarzeń, o których wspominali respondenci, odbywa się na terenie Łodzi, jedynie niewielki odsetek dotyczył imprez, wydarzeń oraz przedsięwzięć poza Łodzią. Przykłady wydarzeń zawiera poniższa tabela.

Tabela nr 24. Wydarzenia najbardziej atrakcyjne w województwie łódzkim

Rodzaj wydarzenia/przedsięwzięcia	Przykłady
Festiwale	<p>Województwo: Festiwal Dialogu 4 Kultur, Festiwal Sztuk Przyjemnych i Nieprzyjemnych, Łódzkie Spotkania Baletowe, Warsztaty Gospel, Festiwal Dobrego Smaku, Innovation w Atlas Arenie, Sputnik, Festiwal Kultury Chrześcijańskiej, Festiwal Muzyki Żydowskiej, Festiwal Muzyki Jazzowej, Fashion Week, Festiwal Graffiti, Fotofestiwal, Boat-City Festival, Festiwal filmów hiszpańskich w kinie Charlie, Juwenalia, Camerimage</p>
Imprezy kulturalne	<p>Okolice: festiwal historyczny w Arturówku</p> <p>Województwo: Noc Muzeów, ŁESK2016, wystawy artystyczne na świeżym powietrzu (np. przy ulicy Piotrkowskiej), Masa Krytyczna, Trawniki Kultury, Letnisko Księży Młyn, wycieczki PTTK po regionie, wycieczki po Łodzi prowadzone przez Alicję Jabłońską, Polówki Letnie</p>
Imprezy miejskie	<p>Województwo: Dni Łodzi, Sylwester w Łodzi, Targi Budownictwa, Jarmark Wojewódzki, Dni Piotrkowskiej, Parada Wolności, zbieranie bursztynów w Konopnicy, wystawy artystyczne na świeżym powietrzu (ulica Piotrkowska)</p> <p>Okolice: imprezy dla dzieci pod CH Real, festyny osiedlowe, Dni Widzewa</p>
Imprezy organizowane przez podmioty prywatne	<p>Województwo: imprezy w Manufakturze, plaża w Manufakturze, Lato z Dwójką, inicjatywy w Manufakturze</p> <p>Okolice: imprezy organizowane przez harcerzy</p>
Koncerty	<p>Województwo: Geyer Music Factory, Koncerty w Atlas Arenie, Koncerty w Manufakturze, koncerty zespołów w klubach, koncerty w Filharmonii, comiesięczne koncerty w Pałacu Poznańskiego, koncert Shakiry, koncert Teatru "Buffo", Thirty Seconds to Mars w Atlas Arenie, piątkowe koncerty w Porcie Łódź</p> <p>Okolice: Koncerty na Stawach Jana, koncerty organizowane przez okoliczne Domy Kultury</p>
Obiekty przyrodnicze/rekreacja	<p>Województwo: Dzień Dziecka w ZOO,</p> <p>Okolice: Dzień Dziecka na Sielance, Święto Tulipanów</p>
Rewitalizacja/remonty	<p>Województwo: odnawianie kamienic przy ul. Piotrkowskiej, plany renowacji Placu Wolności, Manufaktura, plany odnowienia Piotrkowskiej</p> <p>Województwo: Festiwal Kultury Chrześcijańskiej</p>
Wydarzenia religijne	<p>IX Kongres Odnowy w Duchu Świętym (ziemia łowicka), pielgrzymki, wycieczki organizowane przez kościoł</p>



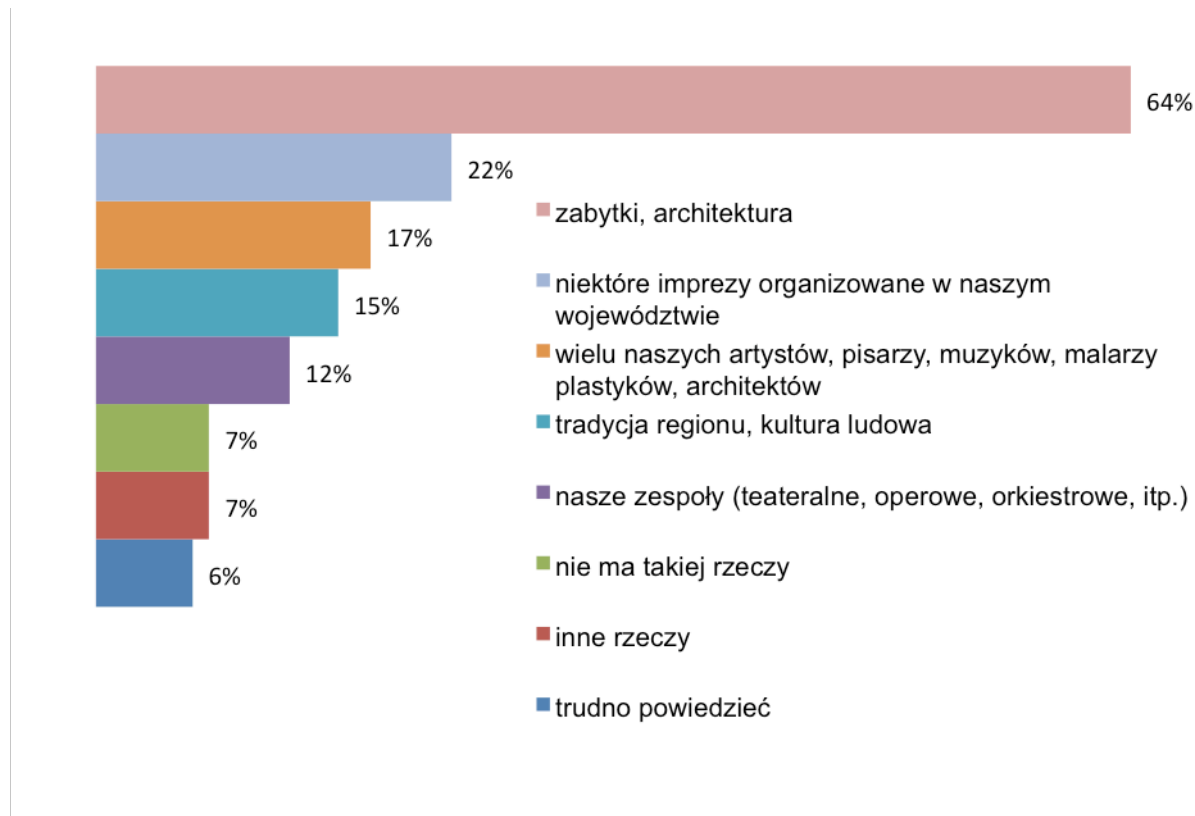
Wydarzenia sportowe	Województwo: piłka siatkowa w Atlas Arenie, derby łódzkie, zawody deskorolkowe Vans, walka bokserska w Łodzi, Eurobasket 2011, otwarcie i zamknięcie sezonu snowboardowego organizowanego przez sklepy Burak i Trip, łódzka liga Darta, mecze na stadionie GKS Belchatów, zawody strażackie, mecze ligowe siatkówki, zawody w piłkę nożną Okolice: Orliki, mecze na stadionie Widzewa
Wydarzenia teatralne	Województwo: Spotkania w Teatrze Małym, premiery w teatrach, Teatr Wielki, sezon operowy Województwo: wystawy psów na "Starcie", wystawa ogrodnicza w Skierniewicach, zloty samochodowe, motocyklowe
Inne	Okolice: Dom Kultury Widzew, Dom Kultury Ariadna na Niciarnianej, Dom Kultury na Lokatorskiej, Galeria Retkińska

Dowiedziawszy się jak i gdzie spędzają czas łodzianie, pragnęliśmy poznać ich opinie na temat walorów regionu. Wśród emanacji życia kulturalnego województwa, które zasługują na uznanie i rozpropagowanie w Europie, 64% łodzian wskazało na zabytki oraz architekturę. Drugą najczęściej wybieraną odpowiedzią były niektóre imprezy organizowane w naszym województwie (22% badanych). 17% respondentów wskazało na łódzkich artystów, pisarzy, malarzy plastyków oraz architektów jako wartych uznania w skali europejskiej. Jedynie 15% respondentów uważa, że na uznanie i rozpropagowanie na kontynencie zasługuje tradycja oraz kultura ludowa regionu łódzkiego. 12% respondentów, w odpowiedzi na to samo pytanie, wskazało zespoły teatralne, operowe, orkiestrowe, itd. Co warto podkreślić, jedynie 7% respondentów jest zdania, że w regionie łódzkim nie ma ani jednej rzeczy zasługującej na uznanie i rozpropagowanie w Europie.

Dwie z zaproponowanych kategorii zdecydowanie bardziej przypadły do gustu kobietom niż mężczyznom. Prawie dwa razy więcej kobiet niż mężczyzn wskazało na niektóre imprezy organizowane w województwie łódzkim jako na rzecz, która zasługuje na uznanie i rozpropagowanie w całej Europie. Odsetek kobiet wyniósł 28%, a mężczyzn 15%. Ponad dwa razy więcej kobiet niż mężczyzn, w odpowiedzi na to samo pytanie, wskazało na tradycje regionu i kulturę ludową województwa łódzkiego. Odsetek kobiet wyniósł 19%, a mężczyzn 9%. W przypadku pozostałych kategorii nie pojawiły się tak zdecydowane różnice między odpowiedziami przedstawicieli obu płci. Respondenci, konkretyzując swoje wypowiedzi, podawali ul. Piotrkowską, Manufakturę, Księży Młyn, imprezy takie, jak Festiwal Dialogu 4 Kultur, Fashion Week, przywoływali nazwiska Andrzeja Sapkowskiego, Borysa Szyca, Katarzyny Kobro, Juliana Tuwima, Władysława Reymonta. Sporadycznie wymieniano również miejsca spoza Łodzi: zamek w Łęczycy, kolegiatę w Tumie, Lipce Reymontowskie.



Wykres nr 16. Co w naszym regionie zasługuje na uznanie, rozpropagowanie w całej Europie?



Większe trudności nastęrczyła respondentom ocena placówek kulturalnych i ich oferty. Aż 40% respondentów z Łodzi nie ma zdania na temat oferty placówek kulturalnych na terenie całego województwa łódzkiego (była to najczęściej wskazywana odpowiedź). 38% badanych stwierdziło, że są zadowoleni z oferty, którą przedstawiają placówki kulturalne na terenie województwa, podczas gdy stosunek jedynie 16% okazał się przeciwny.

W pytaniu dotyczącym zadowolenia z oferty placówek kulturalnych w najbliższej okolicy miejsca zamieszkania bardzo wysoki procent respondentów z Łodzi (aż 37%) nie miał w tej kwestii zdania, była to najczęściej wskazywana odpowiedź. Wśród respondentów, którzy odpowiedzieli inaczej niż „trudno powiedzieć”, częstości rozłożyły się bardzo równomiernie – 28% badanych zapewniło, że są zadowoleni z oferty proponowanej przez placówki kultury w najbliższej okolicy, podczas gdy 26% respondentów pozostaje niezadowolonych.

Odpowiedzi układały się inaczej w związku z miejscowością zamieszkania (w tym przypadku Łodzią). Tutaj jedynie 16% respondentów nie miało zdania. Aż 59% badanych wyraziło opinię, że są zadowoleni z oferty placówek kulturalnych w Łodzi. 22% respondentów odpowiedziało, iż nie są z niej zadowoleni, z tego jedynie 5% wyraziło zdecydowane niezadowolenie.

Cechą różnicującą opinie okazało się wykształcenie. Osoby z wykształceniem średnim i wyższym częściej niż osoby z wykształceniem poniżej średniego są zadowolone z oferty kulturalnej przedstawionej przez placówki kulturalne na terenie miasta Łodzi. Podczas gdy z osób z wykształceniem wyższym zadowolonych jest 69% podobnie jak z wykształceniem średnim, wśród osób z wykształceniem niższym jedynie 45%. Osoby należące do ostatniej kategorii są częściej wręcz niezadowolone z oferty proponowanej przez placówki kulturalne w Łodzi (32%). Niewiele niższy procent osób niezadowolonych odnajdujemy również wśród łódzian z wykształceniem



wyższym, jest to 26%. Najmniejszy odsetek osób niezadowolonych jest natomiast wśród respondentów z wykształceniem średnim – jedynie 12%.

Tabela nr 25. Zadowolenie z oferty placówek kulturalnych w Łodzi a wykształcenie

Wykształcenie	Tak	Raczej tak	Raczej nie	Nie	Trudno powiedzieć
Poniżej średniego	17%	28%	26%	6%	23%
Średnie	23%	46%	7%	5%	19%
Wyższe	27%	42%	21%	5%	5%

70% osób w kategorii wiekowej 45–54 lata jest zadowolonych z oferty kulturalnej, którą przedstawiają placówki kulturalne w Łodzi. Jest to najwyższy odsetek badanych w porównaniu z innymi kategoriami wiekowymi. Również 61% osób w wieku 65 i powyżej oraz 60% w wieku 55–64 zadeklarowało zadowolenie z prezentowanej przez placówki kulturalne oferty. Nieco mniej, ale ciągle ponad połowa osób z młodszych roczników również ocenia ją pozytywnie (60% najmłodszych badanych, 58% badanych w wieku 25–34 oraz 58% w wieku 35–44). Respondenci młodszy są zatem bardziej krytyczni wobec oferty łódzkiej instytucji kultury, rzadziej niż roczniki starsze są z niej zadowoleni, jednak we wszystkich grupach osoby zadowolone przeważają nad osobami niezadowolonymi.

Tabela nr 26. Zadowolenie z oferty placówek kulturalnych w Łodzi a wiek

Wiek	%				
	Tak	Raczej tak	Raczej nie	Nie	Trudno powiedzieć
16–24	25%	35%	25%	11%	4%
25–34	21%	37%	27%	3%	12%
35–44	11%	47%	21%	11%	10%
45–54	31%	39%	15%	0%	15%
55–64	14%	46%	14%	3%	23%
Powyżej 65	29%	32%	3%	7%	29%



UCZESTNICTWO W KULTURZE

Rodzi się pytanie, czy oceny respondentów podyktowane są ich doświadczeniem? Czy poparte są udziałem w wydarzeniach kulturalnych? Zdecydowana większość respondentów z Łodzi, w przeciągu ostatniego roku ani razu nie brała udziału w wydarzeniach/imprezach kulturalnych organizowanych w województwie łódzkim (z wyłączeniem tych na terenie miasta Łodzi) i jest to aż 69% badanych. Jedynie 27% respondentów zadeklarowało uczestnictwo w imprezach na terenie województwa (z wyłączeniem Łodzi), w tym 3% badanych wskazało na wielokrotny udział w imprezach, 9% uczestniczyło kilka razy, a 14% raz lub dwa.

Jeżeli chodzi o imprezy na terenie miasta Łodzi, większość badanych (58%) zadeklarowała, że w przeciągu ostatniego roku chociaż raz uczestniczyła w imprezie/wydarzeniu kulturalnym na terenie miasta. 13% wskazało na wielokrotne uczestnictwo, 21% badanych zadeklarowało kilkakrotny udział w takich wydarzeniach, a 24% jedno- lub dwukrotny. Osoby z wykształceniem wyższym prawie dwa razy częściej niż osoby z wykształceniem podstawowym lub niższym oraz zasadniczym zawodowym biorą udział w imprezach organizowanych w Łodzi. 47% osób z wykształceniem najniższym zadeklarowało, że w ciągu ostatniego roku nie uczestniczyło w ogóle w imprezach organizowanych w Łodzi, podczas gdy wśród respondentów z wykształceniem wyższym ten odsetek wyniósł 25%.

Respondenci z wyższym wykształceniem znacznie częściej niż inni deklarują wielokrotny lub kilkakrotny udział w imprezach na terenie Łodzi. Wśród łodzian z wykształceniem wyższym jest to 53%, podczas gdy w grupie mieszkańców z wykształceniem średnim tylko 25% i tyle samo wśród łodzian z wykształceniem poniżej średniego. Istnieje również zależność między aktywnością kulturalną a wiekiem ankietowanych. Nie zaskakuje, że wraz z wiekiem aktywność łodzian pod tym względem spada. Aż 60% najstarszych respondentów nie uczestniczyło ani razu w imprezach kulturalnych organizowanych na terenie Łodzi, przy jedynie 14% takich deklaracji w grupie najmłodszej. Ponad połowa osób młodych (54% badanych najmłodszych oraz 54% osób w wieku 25–34) to najbardziej aktywni uczestnicy imprez kulturalnych, podczas gdy starsi respondenci znacznie rzadziej przyznawali, że brali udział w tegorocznych imprezach kulturalnych kilka razy i częściej (po 30% 35–44-latków oraz 45–54-latków, 21% osób w wieku 55–64 oraz jedynie 15% osób najstarszych).

**Tabela nr 27 Wpływ wieku na aktywność kulturalną**

Na terenie Łodzi		%			
Wiek	Tak, wielokrotnie	Tak, kilka razy	Raz, czy dwa	Ani razu	Nie pamiętam
16–24	29%	25%	29%	14%	3%
25–34	17%	37%	17%	23%	6%
35–44	5%	25%	40%	30%	0
45–54	19%	11%	22%	44%	4%
55–64	5%	16%	22%	46%	11%
Powyżej 65	6%	9%	22%	60%	3%

Częstości rozkładały się bardzo równo w odpowiedzi na pytanie o chęć udziału w imprezach na terenie Łodzi oraz całego województwa łódzkiego w przeciągu ostatnich 12 miesięcy. 45% badanych zadeklarowało, że w ciągu ostatniego roku odbyły się imprezy, w których chcieli wziąć udział, ale tego nie zrobili, podczas gdy bardzo podobny odsetek respondentów (46%) zadeklarował, iż takich wydarzeń nie było.

Wśród łodzian, którzy przyznali, że w ostatnim roku odbywały się imprezy, na które chcieli pójść, ale tego nie zrobili, najczęstszym powodem takiej decyzji był brak czasu, który zadeklarowało 27% badanych. 18% respondentów wskazało na konieczność wypełnienia innych obowiązków w czasie trwania imprezy, a 17% na zbyt drogie bilety wstępu. Jedynie 3% badanych nie poszło na dane wydarzenie ze względu na brak biletów oraz ten sam odsetek respondentów nie zrobił tego z powodu zbytniego oddalenia miejsca, w którym odbywała się impreza (były to najrzadziej pojawiające się odpowiedzi). 9% badanych nie udało się na imprezę, w której chcieli wziąć udział, gdyż nie mieli oni z kim się tam wybrać, a 19% respondentów podało inne odpowiedzi, wśród których znalazły się: choroba badanych, niesprzyjająca pogoda czy posiadanie małych dzieci.

Pytaliśmy uczestników badania o ich udział w imprezach kulturalnych. Chcieliśmy jednak doprecyzować pozyskiwane informacje. Większość respondentów z Łodzi (61%) zadeklarowała, że chociaż raz w przeciągu ostatnich 12 miesięcy była w kinie. W tym 16% badanych w kinie było tylko jeden raz, 23% dwa lub trzy, 10% cztery lub pięć, a 12% więcej niż pięć razy. 39% respondentów w ogóle nie wybrało się do kina w przeciągu ostatniego roku. Grupa ta w największej mierze rekrutuje się z osób w przedziale wiekowym 55–64 lat. Osoby w tym wieku bywają w kinie rzadziej nie tylko niż młodzież, ale i starsi respondenci. 69% z nich wcale nie było w kinie w przeciągu ostatnich 12 miesięcy, wśród grupy 65+ odsetek ten wynosi 66%. Respondenci z wykształceniem poniżej średniego prawie cztery razy częściej niż łodzianie z wykształceniem wyższym przyznawali, że w ogóle nie byli w kinie w przeciągu ostatnich 12 miesięcy. Podczas gdy wśród osób z pierwszej wymienionej kategorii było to 61%, wśród łodzian z wykształceniem wyższym jedynie 17%. Odsetek łodzian z wykształceniem średnim, którzy w ogóle nie byli w kinie w ciągu ostatnich 12 miesięcy, wynosił 39%.



Respondenci z wykształceniem wyższym (20%) również prawie trzy razy częściej niż osoby z wykształceniem zasadniczym zawodowym oraz podstawowym i niższym (7%) i 2 razy częściej niż badani z wykształceniem średnim (9%) byli w kinie więcej niż 5 razy w ciągu ostatniego roku. Respondenci z wykształceniem wyższym oraz z wykształceniem średnim ponad dwa razy częściej niż osoby z wykształceniem zasadniczym zawodowym oraz podstawowym i niższym byli w kinie dwa lub trzy razy w ciągu ostatniego roku. Z danych wynika, że chodzenie do kina i wykształcenie silnie ze sobą korelują i im wyższe wykształcenie tym częstsze wizyty w kinach.

39% respondentów z Łodzi zadeklarowało, że chociaż raz w ciągu ostatniego roku było w teatrze. W tym 19% badanych wybrało się do teatru tylko raz, 14% dwa lub trzy, 4% cztery lub pięć razy, a 2% w ciągu ostatnich 12 miesięcy było w teatrze więcej niż 5 razy. Aż 60% badanych w ogóle nie wybrało się do teatru w ciągu ostatniego roku. Osoby z wykształceniem wyższym (35%) dwa razy rzadziej niż osoby z wykształceniem średnim (67%) oraz niższym (79%) deklarują, że nie były w ciągu ostatniego roku w teatrze. Istnieje więc silna korelacja pomiędzy wykształceniem a chodzeniem do teatru – im wyższe wykształcenie respondenta tym częstsze tam wizyty.

Podobnie jak w przypadku teatru prezentuje się kwestia wizyt w muzeum lub galerii sztuki. Jedynie 40% respondentów z Łodzi zadeklarowało, że było w muzeum lub galerii chociaż raz w przeciągu ostatnich 12 miesięcy. W tym 13% było w muzeum lub galerii sztuki tylko raz, również 13% dwa lub trzy, 9% cztery lub pięć i jedynie 4% więcej niż pięć razy. 59% badanych nie wybrało się do muzeum lub galerii sztuki w ciągu ostatnich 12 miesięcy. Osoby z wykształceniem średnim (61%) oraz niższym (74%) znacznie częściej niż respondenci z wykształceniem wyższym (43%) deklarują, że nie były w ciągu ostatniego roku w muzeum czy galerii sztuki. Również większy odsetek osób z wykształceniem wyższym niż pozostałych respondentów deklaruje, że częściej (kilkakrotnie) odwiedziły muzeum lub galerię sztuki,.

Częstości odnośnie uczestnictwa w koncertach rozkładają się bardzo równomiernie. 49% respondentów z Łodzi nie było na koncercie w ciągu ostatnich 12 miesięcy, podczas gdy 50% zadeklarowało, że chociaż raz brało udział w takim wydarzeniu w przeciągu ostatniego roku. W tym 16% respondentów uczestniczyło w nim tylko raz, 19% dwa lub trzy, 5% cztery lub pięć razy, a 10% powyżej pięciu. Pojawia się tu zależność między wykształceniem a częstotliwością uczestnictwa w koncertach. Osoby z wykształceniem średnim (45%) oraz niższym (67%) znacznie częściej niż respondenci z wykształceniem wyższym (37%) deklarują, że nie były w ciągu ostatniego roku na koncercie. Również większy odsetek osób z wykształceniem wyższym niż respondentów z innych kategorii wykształcenia deklaruje, iż były na koncercie częściej – dwa lub trzy oraz powyżej pięciu razy

37% respondentów deklaruje uczestnictwo w festiwalu lub imprezie kulturalnej w przeciągu ostatniego roku. W tym 23% brało udział w takim wydarzeniu tylko raz, 8% dwa lub trzy, 3% cztery lub pięć, a 2% więcej niż pięć razy. 61% badanych w ogóle nie brało w tym czasie udziału w imprezach kulturalnych lub festiwalach. Podobnie jak w przypadku poprzednich pytań, osoby z wykształceniem średnim (61%) oraz niższym (77%) znacznie częściej niż respondenci z wykształceniem wyższym (49%) przyznają, że nie byli w ciągu ostatniego roku na



impresie kulturalnej lub festiwalu. Znamiennym jest, że ponad 3/4 respondentów z wykształceniem poniżej średniego w ogóle nie brało udziału w takich imprezach w przeciągu ostatniego roku, podczas gdy odsetek respondentów z wykształceniem wyższym stanowi prawie połowę badanych w tej kategorii.

Zdecydowana większość respondentów (97%) deklaruje natomiast, że w ciągu ostatnich 12 miesięcy oglądała film w telewizji, w tym ogromna większość (87%) powtórzyła tę czynność więcej niż 5 razy i były to głównie kobiety. Odsetek kobiet dla tej kategorii wyniósł 92%, a dla mężczyzn 81%. 2% badanych oglądało film w telewizji tylko raz, 3% dwa lub trzy, a 5% cztery lub pięć razy. Jedynie 3% badanych deklaruje, że nie obejrzało ani jednego filmu w telewizji w przeciągu ostatniego roku.

Większość respondentów z Łodzi (62%) twierdzi, że w ciągu ostatnich 12 miesięcy nie grała w grę komputerową. 38% przyznaje się do takiej aktywności, z czego 24% badanych grało ponad pięć razy w ciągu ostatniego roku. 6% respondentów zrobiło to tylko raz, 4% dwa lub trzy, a 4% cztery lub pięć razy.

52% badanych z Łodzi deklaruje, że chociaż raz w ciągu ostatniego roku oglądali film na komputerze, w tym 5% badanych oglądało w ten sposób film tylko raz, 6% dwa lub więcej, 2% cztery lub pięć razy, a 39% badanych więcej niż pięć. 48% badanych twierdzi, że ani razu nie oglądało filmu na komputerze.

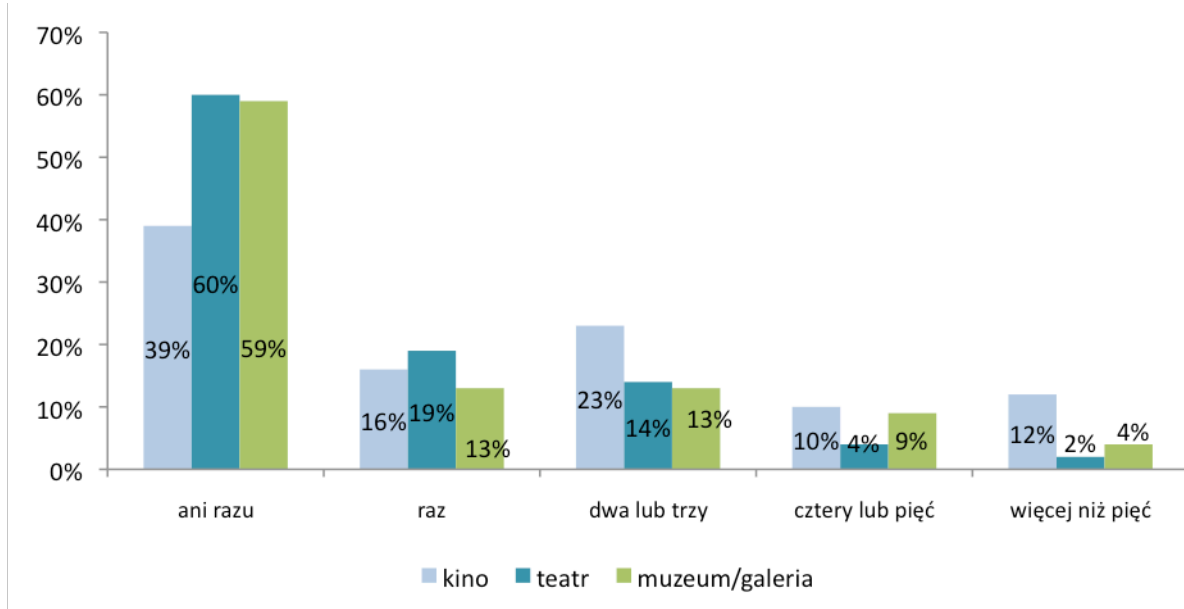
Połowa badanych z Łodzi (49%) zadeklarowała, że w ciągu ostatniego roku przynajmniej raz uczestniczyła w pikniku lub jarmarku, w tym 20% przynajmniej raz, 20% dwa lub trzy, 5% cztery lub pięć, a 4% więcej niż pięć razy. 51% badanych zadeklarowało, iż w ciągu ostatnich 12 miesięcy w ogóle nie brało udziału w wydarzeniach tego typu.

36% respondentów z Łodzi przyznało, że chociaż raz w ciągu ostatnich 12 miesięcy było na dancingu lub dyskotecie. W tym 8% respondentów uczestniczyło w tego typu rozrywce tylko raz, 8% dwa lub trzy, 5% cztery lub pięć, a 15% więcej niż pięć razy. 64% respondentów z Łodzi deklaruje, że w przeciągu ostatniego roku w ogóle nie było na dancingu lub dyskotecie. To panowie częściej spędzają swój wolny czas w ten sposób. 69% spośród wszystkich biorących udział w badaniu kobiet ani razu nie było w okresie ostatnich 12 miesięcy w tego rodzaju lokalu, podczas gdy odsetek wszystkich mężczyzn składających taką deklarację wynosi 57%.

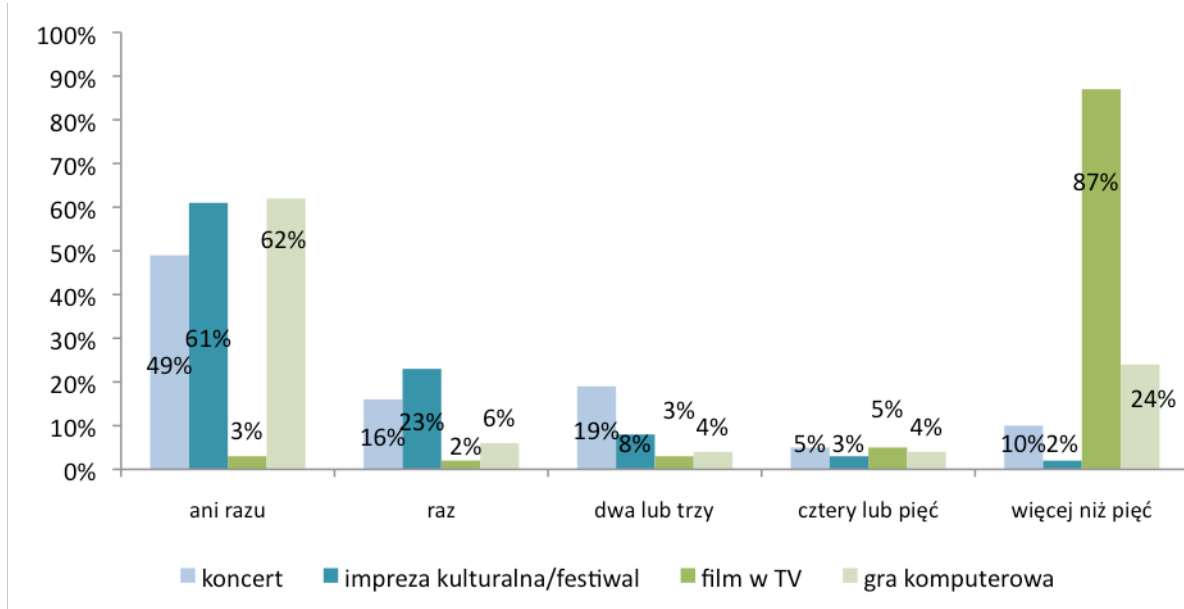
Zdecydowana większość respondentów z Łodzi (77%) deklaruje, iż w przeciągu ostatnich 12 miesięcy chociaż raz była w restauracji lub kawiarni. W tym 6% korzystało z takich lokali raz, 23% dwa lub trzy, 6% cztery lub pięć i aż 42% więcej niż pięć razy. Jedynie 23% badanych z Łodzi twierdzi, że nie było w restauracji lub kawiarni w ciągu ostatnich 12 miesięcy. 1/3 respondentów z wykształceniem zasadniczym zawodowym lub podstawowym i niższym (a dokładniej 33%) deklaruje, że w przeciągu ostatnich 12 miesięcy w ogóle nie była w restauracji i jest to odsetek wyższy w porównaniu z innymi kategoriami opartymi na wykształceniu. 25% respondentów z wykształceniem średnim deklaruje, że ani razu nie odwiedziło restauracji lub kawiarni w przeciągu ostatniego roku, podczas gdy odsetek badanych z wykształceniem wyższym wynosi w tym przypadku jedynie 12%. Również znacznie częściej respondenci z wykształceniem wyższym deklarują wielokrotne (więcej niż pięciokrotne) wyjścia do restauracji czy kawiarni. Wśród osób z wykształceniem wyższym było to aż 65%, podczas gdy odsetek tak odpowiadających respondentów w innych kategoriach był widocznie niższy (wykształcenie średnie – 34%, wykształcenie zasadnicze zawodowe, podstawowe lub niższe – 26%).



Wykres nr 16. Jak często w ciągu ostatnich 12 miesięcy był Pan/Pani w:

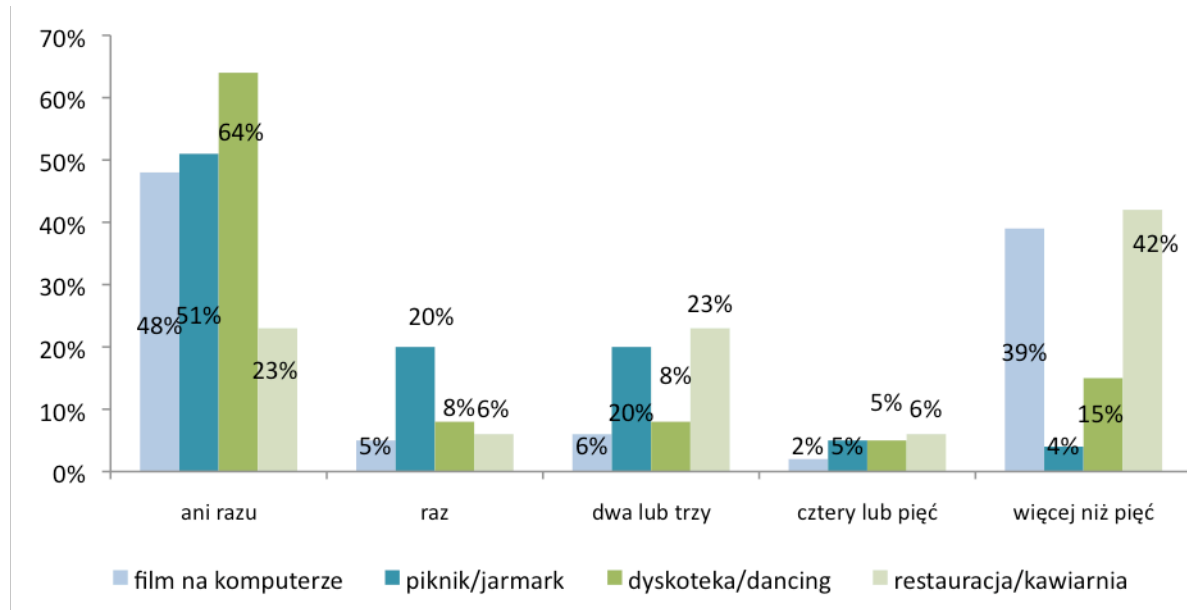


Wykres nr 17. Jak często w ciągu ostatnich 12 miesięcy był Pan/Pani w:





Wykres nr 18. Jak często w ciągu ostatnich 12 miesięcy był Pan/Pani w:

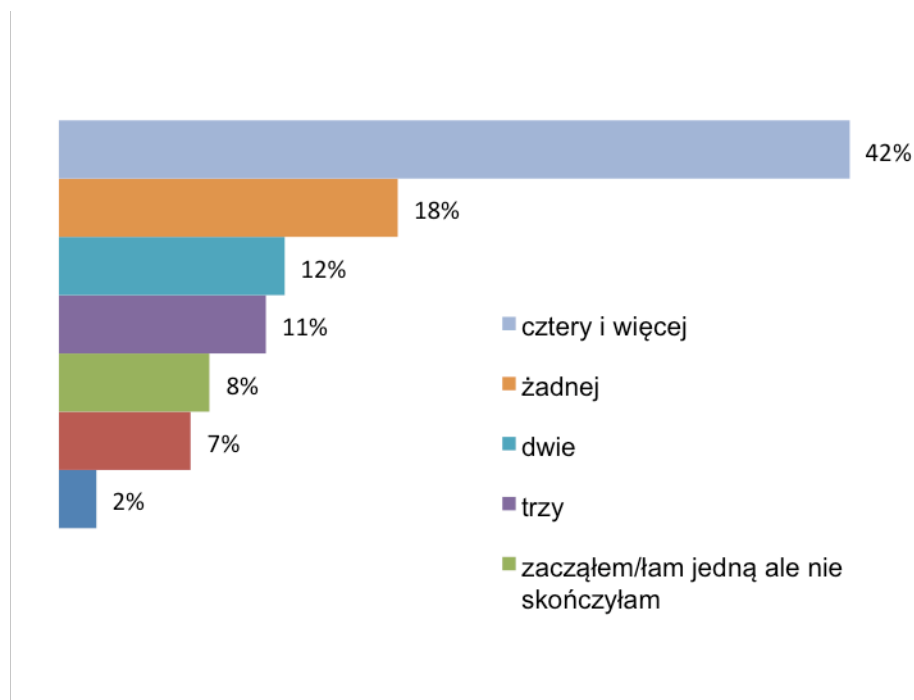


Z przedstawionych powyżej danych wynika, że Łodzianie najchętniej korzystają z takich rozrywek kulturalnych, jak wizyty w kinie, na koncercie, oglądanie filmów w telewizji i na komputerze oraz wyjścia do komercyjnych lokali usługowych. Najrzadziej natomiast uczestniczą w festiwalach i imprezach kulturalnych oraz korzystają z dyskotek i dancinów. Nie dziwi, że ludzie młodszy są bardziej aktywni od starszych we wszystkich kategoriach uczestnictwa. Warto jednak zauważyć, że najstarsza grupa (65+) wcale nie jest tą najmniej aktywną. Dzieje się tak jedynie w przypadku aktywności związanych z komputerem (gry, filmy) i wyjściami do lokali gastronomicznych. W pozostałych kategoriach okazuje się bardziej aktywna niż młodsza grupa wiekowa, a w przypadku udziału w festiwalach i koncertach zajmuje drugie miejsce po grupie 45–54-latków.

Ostatnie pytanie, związane z konkretnymi aktywnościami na obszarze szeroko rozumianej kultury, dotyczyło czytelnictwa książek. Większość, bo aż 80% respondentów z Łodzi deklaruje, iż przeczytało lub wysłuchało co najmniej jednej książki w ciągu ostatnich 6 miesięcy, w tym aż 42% przeczytało ich cztery lub więcej. 18% badanych przeczytało tylko jedną książkę, a 8% zaczęło jedną, ale nie skończyło. 12% respondentów przeczytało dwie książki, podczas gdy bardzo podobna liczba badanych (11%) deklaruje przeczytanie trzech pozycji. Jedynie 18% Łodzian przyznaje się do nieprzeczytania ani jednej książki w ciągu ostatniego pół roku.

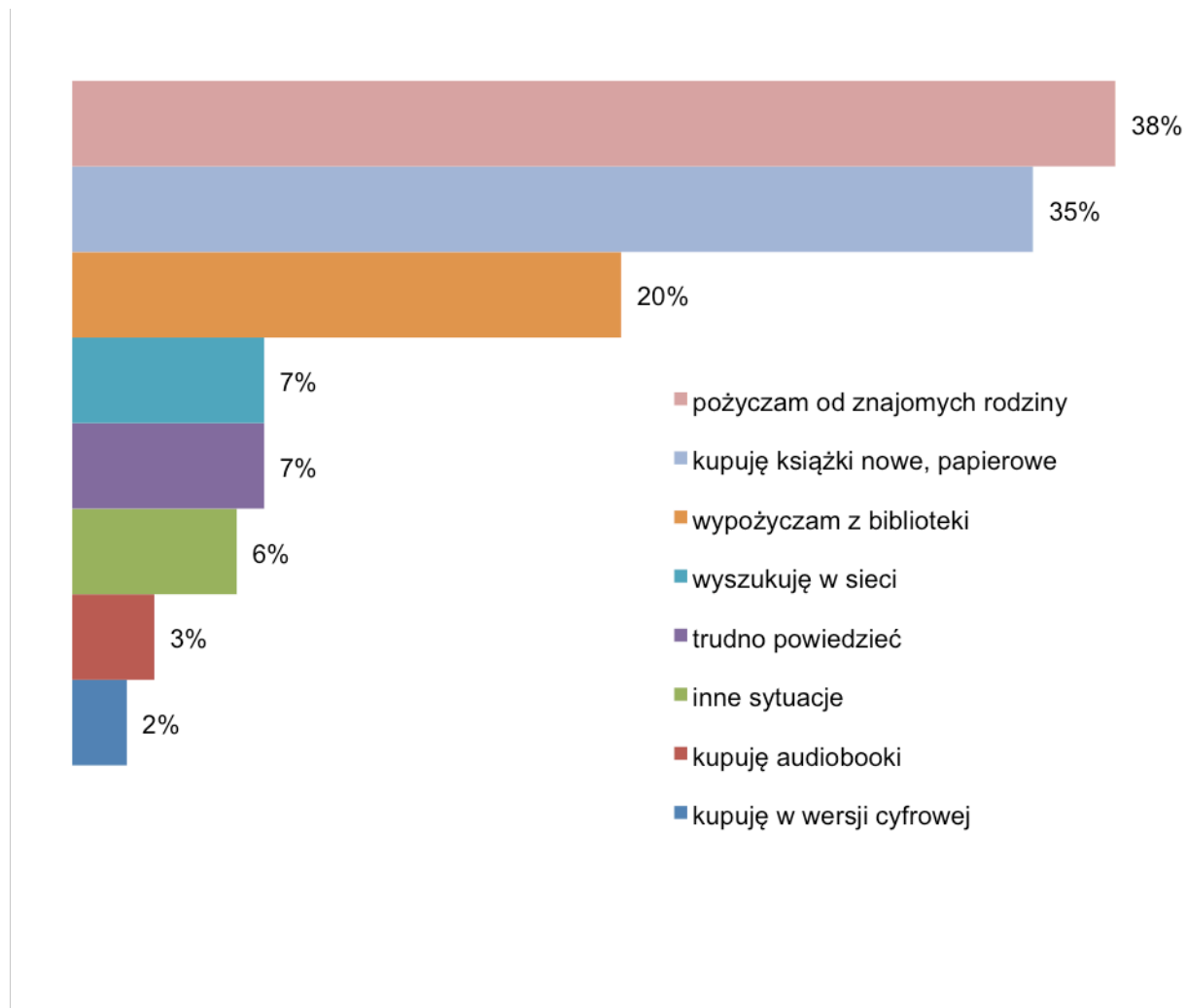


Wykres nr 19 Ile książek przeczytał Pan/Pani w ciągu ostatnich 6 miesięcy?



58% osób z wykształceniem wyższym deklaruje, że przeczytało co najmniej 4 książki w ciągu ostatniego pół roku, podczas gdy 13% przeczytało trzy książki. Tylko 10% osób w tej kategorii przyznaje się do nieprzeczytania ani jednej pozycji. Wśród respondentów z wykształceniem średnim również największy odsetek osób, bo 42% deklaruje, że przeczytał co najmniej 4 książki w przeciągu ostatnich 6 miesięcy, a 16% dwie książki. Jedynie 13% badanych z wykształceniem średnim nie przeczytało ani jednej książki w przeciągu ostatniego półrocza. Wśród osób z wykształceniem zasadniczym zawodowym oraz podstawowym i niższym najwyższy odsetek (33%) stanowią osoby, które nie przeczytały ani jednej książki w ciągu ostatniego półrocza. Prawie 1/4 badanych w tej kategorii (25%) deklaruje, że przeczytała co najmniej 4 książki, podczas gdy 12% – dwie.

Respondenci z Łodzi jako źródło, z którego zdobywają książki, najczęściej wskazywali rodzinę i znajomych (38% respondentów). 35% kupuje nowe książki w postaci papierowej. Trzecim, najczęściej wymienianym źródłem okazała się biblioteka, którą wskazało 20% badanych. Najrzadziej ankietowani zdobywali książki przez ich zakup w wersji cyfrowej.

Wykres nr 20. Skąd najczęściej bierze Pan/Pani książki?

Mężczyźni (7%) częściej niż kobiety (1%) deklarują, że audiobooki są dla nich najczęstszą formą kontaktu z literaturą. Aż 57% badanych z wykształceniem wyższym jako główny sposób zdobywania książek deklaruje zakup nowych, papierowych egzemplarzy. Jest to odsetek prawie dwa razy większy niż w przypadku respondentów z wykształceniem średnim (32%) i prawie trzy razy większy niż w przypadku osób z wykształceniem poniżej średniego (19%).

OCENA OFERTY KULTURALNEJ

Prosiłiśmy respondentów o ocenę wymienionych przez nich placówek kulturalnych, chcieliśmy jednak, by dokonali również oceny wskazanych przez nas instytucji i ogólnie oferty kulturalnej. Oceniając ofertę kulturalną województwa łódzkiego (z wyłączeniem miasta Łodzi), prawie 1/4 respondentów nie miała na ten temat zdania (23%), co może wynikać z faktu, że w ogóle z niej oni nie korzystają. Jedynie 29% respondentów oceniło ofertę kulturalną województwa pozytywnie, w tym tylko 4% respondentów dało ocenę bardzo dobrą, podczas gdy 25% zasugerowało ocenę dobrą. Najczęstszą odpowiedzią była przeciętna ocena oferty kulturalnej w województwie (30% respondentów). Negatywnie oceniło ją 17% badanych, w tym 13% respondentów uznało, że jest ona słaba, a 4%, że bardzo słaba. Najbardziej surowi okazali się 25–34-latkowie, którzy wystawili najwięcej negatywnych ocen, najłagodniejszej oceny dokonała najstarsza grupa wiekowa.



Przy ocenie oferty kulturalnej w Łodzi, możemy zauważyć, że większość respondentów ma o niej pozytywną opinię, oceniając ją jako dobrą lub bardzo dobrą (41%). W tym 9% badanych uznało ofertę w Łodzi za bardzo dobrą, a 33% za dobrą. Relatywnie wysoki odsetek respondentów przychylił się do oceny przeciętnej (30%). Łódzka oferta kulturalna otrzymała negatywną ocenę od 20% badanych, w tym 15% oceniło ją jako słabą, a 6% jako bardzo słabą. I w tym przypadku najsurowsi był 25–34-latkowie. W pozostałych grupach wiekowych przeważały oceny pozytywne. Z przytoczonych powyżej danych wynika, że większość respondentów z Łodzi ocenia ofertę kulturalną w województwie łódzkim i samej Łodzi dość pozytywnie, z przeważającymi ocenami dobrymi i przeciętnymi.

Jak badani z Łodzi oceniają poszczególne obszary oferty kulturalnej w swoim mieście? Wyszczególnionych zostało 14 obszarów, które oceniane były na skali od 1 do 6, gdzie 1 to ocena najniższa, a 6 ocena najwyższa. W tabeli znajduje się ocena najczęściej wskazywana przez badanych dla danego obszaru.

Łodzianie generalnie oceniali ofertę różnych obszarów kulturalnych jako bardzo dobrą lub dobrą. Wyjątkiem okazały się tutaj kawiarenki internetowe, w przypadku których najwięcej ocen było równych 2, oraz skateparki i sale zabaw dla dzieci, które najczęściej uzyskiwały ocenę 3.

Tabela nr 28. Ocena obszarów oferty kulturalnej w Łodzi

Obszary do oceny	Łódź (ocena, która pojawiała się najczęściej)	
	Poziom	
Repertuar kin		5
Repertuar teatrów		4
Koncerty		4
Imprezy kulturalne, festiwale		4
Pikniki, festyny, jarmarki		4
Oferta gastronomiczna, kluby, puby, kawiarnie, restauracje		5
Tereny rekreacyjne		5
Galerie, muzea		5
Kawiarenki internetowe		2
Skateparki		3
Centra handlowe		5

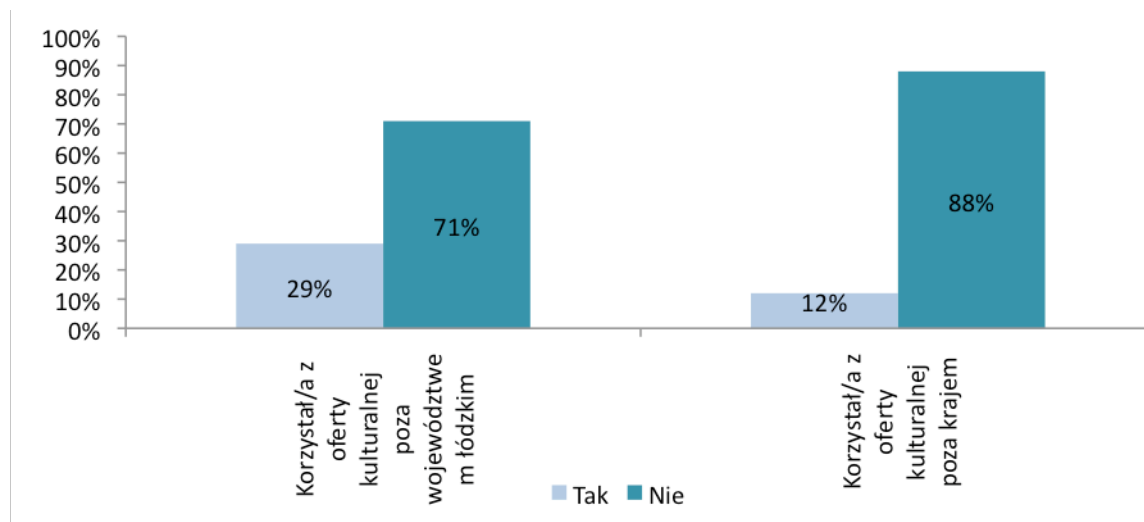


Sale zabaw dla dzieci	3
Kółka zainteresowań, pracownie, w których można nauczyć się podstaw plastyki/muzyki/fotografii	4
Targi, giełdy	4

KORZYSTANIE Z OFERTY KULTURALNEJ POZA WOJEWÓDZTWE

Spytaliśmy również, czy łodzianie, w poszukiwaniu wrażeń kulturalnych, udają się poza obszar województwa? Większość respondentów z Łodzi w przeciągu ostatniego roku nie korzystała z oferty kulturalnej poza województwem łódzkim i było to 71% badanych. Jedynie 29% respondentów deklaruje, że skorzystało z takiej możliwości w ciągu ostatnich 12 miesięcy. Największy odsetek wśród tej grupy znajduje się wśród respondentów w wieku 25–34 lat i wynosi aż 49%. Kolejną kategorią badanych, którzy najczęściej korzystają z oferty spoza województwa łódzkiego, są najmłodszy respondenci, pomiędzy 16 a 24 rokiem życia (36%). Wśród respondentów w wieku 45–54 lata odsetek ten wynosi 30%, zaś w przypadku osób w wieku 55–64 lata jest to 23% i 20% dla ludzi między 35 a 44 rokiem życia. Odsetek respondentów, którzy korzystają z oferty kulturalnej poza województwem łódzkim jest najmniejszy i wynosi 13%.

Wykres nr 21. Czy korzystał Pan/Pani z oferty kulturalnej poza województwem łódzkim/krajem?



Większość respondentów z Łodzi w przeciągu ostatniego roku nie korzystała również z oferty kulturalnej poza granicami Polski (aż 88% badanych). Jedynie 12% łodzian deklaruje, że skorzystało z takiej oferty w ciągu ostatnich 12 miesięcy – były to głównie osoby z wykształceniem wyższym, wśród których odsetek ten wyniósł 23%. Tymczasem wśród respondentów z wykształceniem średnim był on trzy razy niższy (8%), a wśród badanych z wykształceniem zasadniczym zawodowym oraz podstawowym i niższym aż 6 razy niższy (4%).



Najczęściej z oferty kulturalnej poza granicami kraju korzystają respondenci w wieku 25–34 lata – w ich grupie odsetek ten wynosi 29%. Odsetki w innych kategoriach wiekowych wyglądają bardzo podobnie i wynoszą: 7,1% dla respondentów w wieku 16–24, 5% w grupie 35–44 lat, 7,4% – 45–54, 8% – 55–64 oraz 9% dla badanych powyżej 65 roku życia.

ŹRÓDŁA INFORMACJI O OFERCIE KULTURALNEJ WOJEWÓDZTWO

Skąd mieszkańcy Łodzi czerpią informacje o wydarzeniach kulturalnych? Prym wiedzie telewizja. Łodzianie najczęściej dowiadują się o interesujących imprezach kulturalnych w województwie łódzkim (z wyłączeniem miasta Łodzi) z telewizji. Była to najczęściej wybierana odpowiedź i wskazało ją 50% badanych. Innymi często wykorzystywanymi źródłami wiedzy na temat imprez kulturalnych w województwie są dla respondentów: prasa lokalna (34%), sąsiedzi, znajomi lub osoby z rodziny (31%) oraz Internet (30%). Prawie połowa ankietowanych z wykształceniem wyższym (45%) o interesujących wydarzeniach/imprezach kulturalnych odbywających się w województwie dowiaduje się z internetu i jest to odsetek prawie dwa razy wyższy niż wśród osób badanych z wykształceniem poniżej średniego (25%) oraz badanych z wykształceniem średnim (22%).

Najrzadziej wykorzystywanym źródłem informacji o imprezach kulturalnych w województwie są dla respondentów z Łodzi ogłoszenia w kościele – takiej odpowiedzi nie zaznaczył żaden z badanych. Łodzianie bardzo rzadko sami szukają informacji na temat imprez (jedynie 7%), dowiadują się o nich z ulotek rozdawanych na ulicy (3%) oraz przynoszonych do domu lub znajdujących w skrzynce na listy (1%).

ŁÓDŹ

Również łodzianie o interesujących imprezach kulturalnych na terenie miasta najczęściej dowiadują się z telewizji. Była to najczęściej wybierana odpowiedź i wskazało ją 43% badanych. Były to głównie osoby ze średnim (50%) i niższym wykształceniem (52%). Odsetek osób z wykształceniem wyższym czerpiących informacje tą drogą jest dużo niższy i wynosi 29%.

Innymi popularnymi źródłami wiedzy na temat imprez w Łodzi są dla respondentów prasa lokalna (38%), sąsiedzi, znajomi lub osoby z rodziny (39%), plakaty afisze i bilbordy na ulicach (30%) oraz Internet, na który wskazało 32% badanych. Prawie połowa respondentów z wykształceniem wyższym (48%) deklaruje, że właśnie w ten sposób dowiaduje się o ciekawych wydarzeniach i imprezach kulturalnych na terenie miasta. Takiej samej odpowiedzi udzieliła 1/3 respondentów z wykształceniem zasadniczym zawodowym oraz podstawowym lub niższym (32%) oraz 19% respondentów z wykształceniem średnim.

Badani rzadko na własną rękę szukają informacji na temat różnych imprez i wydarzeń organizowanych w Łodzi (11%). Odsetek takich osób jest prawie cztery razy wyższy wśród badanych z wykształceniem wyższym (21%) niż wśród tych z wykształceniem poniżej średniego (5%) oraz średnim (6%). Jeszcze rzadziej respondenci dowiadują się o imprezach z ulotek rozdawanych na ulicy (8%) oraz tych przynoszonych do domów lub znajdujących w skrzynce na listy (3%). Najmniej popularnym źródłem informacji o imprezach kulturalnych w Łodzi są dla respondentów ogłoszenia w kościele, z których wiedzę czerpie jedynie 2% badanych.

Respondenci w wieku 25–34 lata częściej niż badani z innych kategorii wiekowych samodzielnie szukają informacji na temat ciekawych wydarzeń i imprez na terenie miasta Łodzi – ich odsetek wynosi 24%. Trochę



niższy procent (19%) odnajdujemy wśród osób w wieku 45–54 lat. Odsetki dla innych kategorii wiekowych wyglądają bardzo podobnie i wynoszą: 7% dla grupy 16–24 lata, 5% – 35–44 oraz 6% dla osób powyżej 65 roku życia. Odsetek badanych, którzy sami szukają informacji był najniższy wśród respondentów między 55 a 64 rokiem życia, gdzie wyniósł on 3%.

KRAJ

Łodzianie również o interesujących wydarzeniach kulturalnych na terenie kraju najczęściej dowiadują się z telewizji. Była to najczęściej wybierana odpowiedź i wskazało na nią 61% badanych. Innymi częstymi źródłami wiedzy na temat imprez w kraju są przede wszystkim Internet (35%), sąsiedzi, znajomi lub osoby z rodziny (30%) oraz radio (27%). Prawie połowa respondentów z wykształceniem wyższym (48%) deklaruje, że dowiaduje się o ciekawych wydarzeniach i imprezach kulturalnych na terenie kraju za pośrednictwem Internetu. Takiej samej odpowiedzi udzieliła prawie 1/3 respondentów z wykształceniem zasadniczym zawodowym oraz podstawowym lub niższym (28%) oraz prawie 1/3 respondentów z wykształceniem średnim (30%).

Najrzadziej wykorzystywanym źródłem informacji o imprezach kulturalnych w kraju są dla respondentów z Łodzi ogłoszenia w kościele – i w tym przypadku żaden z badanych nie wybrał tej opcji. Badani również rzadko na własną rękę szukają informacji na temat tego, co dzieje się w kraju (8%). Jeszcze rzadziej dowiadują się o imprezach w kraju z ulotek rozdawanych na ulicy (3%) oraz tych przynoszonych do domów lub znajdujących w skrzynce na listy (1%).

Kobiety częściej niż mężczyźni deklarują, że o imprezach zarówno wojewódzkich (odsetek kobiet wyniósł tutaj 58%, a mężczyzn 42%), jak i na szczeblu krajowym (odpowiednio 68% i 53%) dowiadują się z telewizji.

Tabela nr 29. W jaki sposób dowiaduje się Pan/Pani o interesujących imprezach kulturalnych w województwie, mieście, kraju?

Źródło informacji	Poziom		
	Województwo (% wskazań)	Miasto	Kraj
Prasa (lokalna)	34%	38%	18%
Radio	27%	21%	27%
Telewizja	50%	43%	61%
Od sąsiadów, znajomych, kogoś z rodziny	31%	39%	30%
Samodzielnie	7%	11%	8%
Plakaty, afisze, bilbordy na ulicach	20%	30%	14%



Ogłoszenia w kościele	0%	2%	0%
Internet	30%	32%	35%
Ulotki rozdawane na ulicy	3%	8%	3%
Ulotki przynoszone do domu, znajdujące w skrzynce	1%	3%	1%

KULTURA A INTERNET

Zdecydowana większość respondentów z Łodzi korzysta z Internetu (71%) oraz posiada stałe łącze internetowe w swoim mieszkaniu (69%). Jedynie 29% badanych deklaruje, że nie korzysta z Internetu, a 19%, że nie posiada stałego łącza w swoim mieszkaniu. Przy czym nie należy zapominać, że internet pozostaje zdecydowanie medium ludzi wykształconych. Bardzo wysoki odsetek, bo aż 90% respondentów z wykształceniem wyższym twierdzi, że korzysta z Internetu. Również bardzo wysoki odsetek badanych w tej samej kategorii (90%) deklaruje posiadanie w domu łącza internetowego. Odsetek osób z wykształceniem średnim oraz zasadniczym zawodowym, podstawowym lub niższym jest znacząco niższy i wynosi odpowiednio 63% oraz 60%. Co ciekawe chociaż tylko 60% osób z wykształceniem poniżej średniego utrzymuje, że korzysta z internetu, aż 71% deklaruje posiadanie w domu stałego łącza. Podobnie wygląda to u osób z wykształceniem średnim, gdzie 63% zadeklarowało korzystanie z Internetu, a aż 74% z nich posiadanie łącza.

INTERNET – ŹRÓDŁO INFORMACJI O OFERCIE KULTURALNEJ

34% respondentów z Łodzi, którzy korzystają z Internetu, często lub bardzo często robi to w celu wyszukania informacji na temat imprez/wydarzeń kulturalnych na szczeblu ogólnokrajowym. Widocznie wyższy odsetek badanych robi to rzadko lub bardzo rzadko – taką odpowiedź podało 45% badanych. Jedynie 13% badanych deklaruje, że wcale nie używa Internetu w tym celu.

Najczęściej do szukania informacji na temat wydarzeń na szczeblu ogólnokrajowym wykorzystują Internet respondenci z Łodzi. 39% badanych, którzy korzystają z Internetu, często lub bardzo często wyszukuje w nim informacji o wydarzeniach kulturalnych w kraju. Znacznie wyższy odsetek robi to rzadko lub bardzo rzadko (50%). Tylko 11% badanych w ogóle nie szuka w sieci wydarzeń na szczeblu ogólnokrajowym.

Respondenci z Łodzi stosunkowo rzadko używają Internetu do wyszukiwania informacji na temat interesujących wydarzeń kulturalnych na terenie województwa łódzkiego. Częste lub bardzo częste wyszukiwanie tego rodzaju informacji deklaruje 31% badanych, podczas gdy rzadkie lub bardzo rzadkie 50%. 19% łodzian wcale nie używa Internetu do wyszukiwania interesujących imprez/wydarzeń na terenie województwa.

Prawie 30% łodzian używa Internetu często lub bardzo często do wyszukiwania informacji o ciekawych wydarzeniach kulturalnych na terenie powiatu. Najczęściej wybieraną odpowiedzią w tym przypadku było jednak rzadko lub bardzo rzadko (46% badanych). Prawie 1/4 respondentów (a dokładniej 24%) korzystających z Internetu w ogóle nie używa go do wyszukiwania imprez na szczeblu powiatu.



48% łodzian korzystających z Internetu używa go do wyszukiwania informacji o ciekawych imprezach/wydarzeniach kulturalnych na terenie miasta Łodzi, podczas gdy 37% robi to rzadko lub bardzo rzadko. Jedynie 15% respondentów deklaruje, że w ogóle nie używa Internetu w tym celu.

Łodzianie najczęściej wyszukują przez Internet informacje na temat imprez/wydarzeń kulturalnych na szczeblu ogólnokrajowym i na terenie Łodzi. Najrzadziej natomiast na szczeblu powiatu. Aż 71% badanych z wykształceniem wyższym deklaruje czytanie zamieszczanych w sieci artykułów dotyczących kultury. Jest to odsetek wyższy niż w przypadku respondentów z innych kategorii – wśród badanych z wykształceniem średnim wynosi on 65%, a wśród osób z wykształceniem zasadniczym zawodowym, podstawowym i niższym jest to 41%. Pomimo, że odsetki w poszczególnych kategoriach są zróżnicowane, czytelnictwo artykułów na temat kultury zamieszczanych w sieci charakteryzuje się dość wysokim udziałem osób w każdej z nich.

Najczęściej wymienianym przez respondentów z Łodzi serwisem internetowym, z którego można czerpać informacje na temat wydarzeń kulturalnych na szczeblu lokalnym oraz wojewódzkim, jest serwis „Moje Miasto Łódź” (www.mmlodz.pl), z którego można dowiedzieć się o nadchodzących wydarzeniach na terenie Łodzi i województwa oraz przeczytać artykuły bądź obejrzeć zdjęcia z imprez, które już się odbyły. Portal umożliwia również pisanie blogów na temat kultury i wydarzeń kulturalnych, komentowanie zdjęć, artykułów i blogów oraz zamieszczanie różnego rodzaju ogłoszeń.

Kolejnym, również często wymienianym serwisem kulturalnym jest strona internetowa „Gazety Wyborczej” (gazeta.pl oraz lodz.gazeta.pl), która jednak, bardziej niż serwisem stricte kulturalnym, jest raczej serwisem informacyjnym. Strona ta informuje o wydarzeniach politycznych i społecznych z terenu miasta Łodzi, województwa, kraju oraz z zagranicy.

„Dzieje się” (www.dziejesie.pl) jest kolejnym serwisem internetowym, który niezwykle często powtarzał się w wypowiedziach respondentów z Łodzi. Podobnie jak „Moje Miasto Łódź”, portal „Dzieje się” informuje o nadchodzących wydarzeniach zarówno rozrywkowych, jak i kulturalnych na terenie miasta Łodzi i całego województwa. Daje on również możliwość wypowiedzenia się na ten temat na dostępnym na stronie forum. W przeciwieństwie do serwisu „Moje Miasto Łódź”, portal nie zamieszcza relacji czy zdjęć z odbytych już imprez.

Łodzianie często wymieniają również serwis internetowy „Halo Łódź” (www.halolodz.pl) oraz serwisy „Interia” (Interia.pl), „Wirtualna Polska” (wp.pl) oraz „Onet” (one.pl), z których najczęściej czerpią informacje na temat wydarzeń kulturalnych na terenie kraju oraz za granicą.

Tabela poniżej zawiera alfabetyczną listę serwisów internetowych wymienianych przez badanych z terenu miasta Łodzi:

Tabela nr 30. Strony internetowe i portale, na których badani szukają informacji o wydarzeniach kulturalnych

L.p.	Lokalne	Województwo	Kraj	Świat
1.	Allegro.pl	allegro.pl	Activist.pl	Activist.pl
2.	aktivist.pl	dziejesie.pl	Facebook.pl	Facebook.pl
3.	Cojestgrane.pl	dzienniklodzki.pl	Gazeta.pl	Gazeta.pl
4.	citylodz.pl	eskalodz.pl	Google.pl	Google.pl



5.	dziejesie.pl	facebook.pl	independent.pl	independent.pl
6.	Dzienniklodzki.pl	gazeta.lodz.pl	interia.pl	interia.pl
7.	Eskalodz.pl	gazeta.pl	Onet.pl	Onet.pl
8.	facebook.pl	google.pl	Wp.pl	Wp.pl
9.	ftb.pl	interia.pl	Tvpkultura.pl	TVN24.pl
10.	Gazeta.lodz.pl	kultura.pl		
11.	Google.pl	mojemiaszolodz.pl		
12.	Halolodz.pl	onet.pl		
13.	Interia.pl	radiolodz.pl		
14.	Kultura.pl	reymont.pl		
15.	Lodzartcenter.com	rotwl.pl		
16.	Lodz.pl	strona Teatru Wielkiego		
17.	Lodzkie.pl	strona Urzędu Miasta i Urzędu Marszałkowskiego (Łódź)		
18.	Mamawlodz.pl	strony lokali gastronomicznych		
19.	Mmlodz.pl	wp.pl		
20.	Nocnytrans.pl	wyborcza.pl/lodz		
21.	Onet.pl			
22.	Poznajemy Łódź – forum internetowe			
23.	Radiolodz.pl			
24.	Strony instytucji kultury			
25.	Strony Urzędu miasta Łodzi			

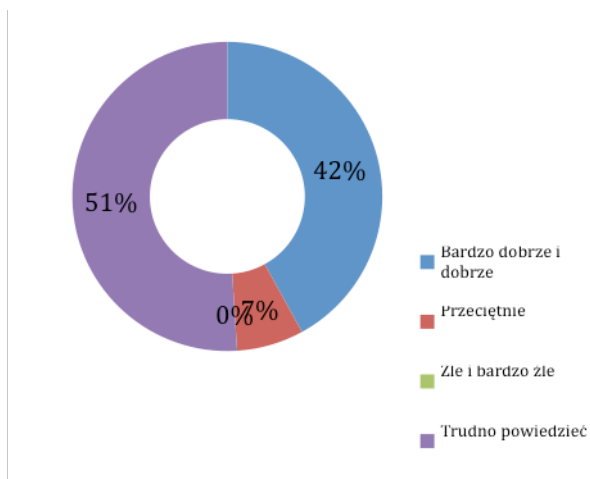
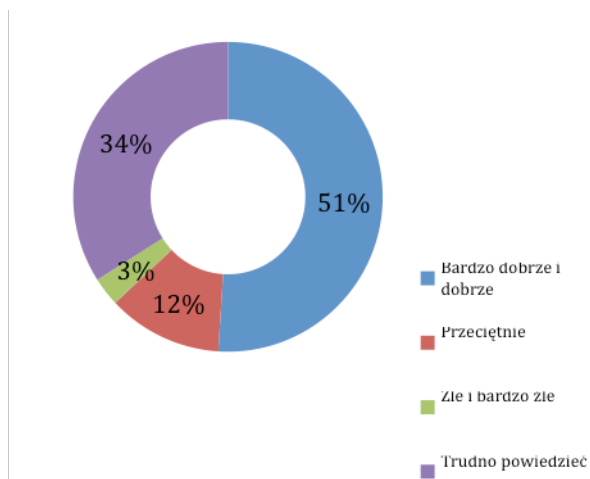


- 26. Sterfabletow.pl
- 27. Tvp.lodz.pl
- 28. Wyborcza.lodz.pl
- 29. Wp.pl

Serwisy, z których korzystają badani, są też przez nich zazwyczaj bardzo dobrze oceniane, choć stosunkowo dużo jest też osób, które nie miały w tym względzie zdania.

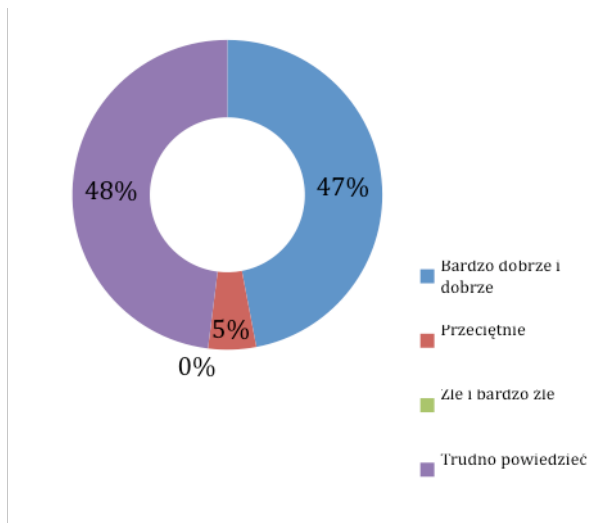
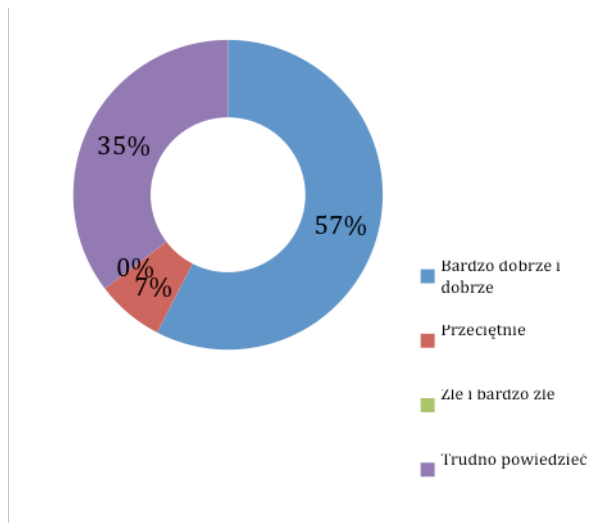
Wykres nr 23. Ocena serwisów lokalnych

Wykres nr 24. Ocena serwisów – województwo



Wykres nr 25. Ocena serwisów – kraj

Wykres nr 25. Ocena serwisów – świat





Zdecydowana większość korzystających z Internetu respondentów z Łodzi pozytywnie ocenia funkcjonowanie serwisów, z których można czerpać informacje na temat wydarzeń kulturalnych na szczeblu lokalnym i tych, które odbywają się w najbliższej okolicy. 51% badanych oceniło funkcjonowanie serwisów jako bardzo dobre lub dobre. Jedynie 3% badanych oceniło je źle, a 12% przeciętnie, aż 34% badanych nie miało na ten temat zdania. Najczęściej wybieraną odpowiedzią w ocenie funkcjonowania serwisów internetowych dostarczających informacje na temat wydarzeń kulturalnych na szczeblu wojewódzkim było „trudno powiedzieć”. Aż 51% badanych z Łodzi, którzy korzystają z Internetu, nie miało na ten temat zdania. 42% oceniło działanie serwisów jako bardzo dobre lub dobre, a jedynie 7% jako przeciętne. Żaden z respondentów nie zadeklarował negatywnej opinii na temat funkcjonowania serwisów internetowych na szczeblu wojewódzkim.

Zdecydowana większość badanych z Łodzi, którzy korzystają z Internetu, oceniła pozytywnie funkcjonowanie serwisów internetowych dostarczających informacje na temat wydarzeń kulturalnych na szczeblu ogólnokrajowym. Aż 57% respondentów uznało je za bardzo dobre lub dobre. 7% badanych oceniło działanie tych serwisów przeciętnie, a żaden nie zadeklarował opinii negatywnej. Również tutaj został odnotowany wysoki odsetek osób, które nie miały w tym względzie zdania (aż 35% badanych).

47% badanych z Łodzi, którzy korzystają z sieci, oceniło funkcjonowanie serwisów informacyjnych dostarczających wiadomości na temat wydarzeń kulturalnych na szczeblu ogólnokrajowym jako bardzo dobre lub dobre. Prawie połowa respondentów (48%) nie miała na ten temat zdania. Jedynie 5% oceniło funkcjonowanie tych serwisów przeciętnie, natomiast żaden z respondentów nie zadeklarował opinii negatywnej.

INTERNET A AKTYWNOŚĆ KULTURALNA MIESZKAŃCÓW WOJEWÓDZTWA

Korzystający z Internetu respondenci z Łodzi najczęściej używają go do słuchania muzyki on-line, co zadeklarowało aż 71% badanych. Drugą najczęściej wykonywaną czynnością w Internecie jest szukanie informacji o filmach lub dziełach sztuki, co zadeklarowało 65% respondentów. Kolejnymi czynnościami są szukanie informacji o artystach (61%), czytanie artykułów dotyczących kultury (62%) oraz oglądanie filmów on-line (59%). Najrzadziej łodzianie wykorzystują Internet do tworzenia sztuki lub kultury on-line (11%, głównie z najniższej grupy wiekowej). Innymi czynnościami, do których respondenci wykorzystują Internet w najmniejszym stopniu, są: dyskusowanie o kulturze na forach internetowych lub portalach społecznościowych (18%), propagowanie kultury bądź wydarzeń kulturalnych uważanych za ciekawe (28% rekrutowanych, głównie z dwu najmłodszych grup wiekowych) oraz zamieszczanie własnych plików (33%). Prawie połowa badanych używa Internetu, aby przeglądać zasoby muzeów, galerii czy szukać informacji o nich (43%), kupuje za jego pośrednictwem książki i płyty przez (45%), nabywa bądź rezerwuje bilety na wydarzenia kulturalne (47%) oraz gra w gry on-line (44%).

W przypadku większości działań w sieci, aktywność jest odwrotnie proporcjonalna do wieku. Wyniki w niektórych kategoriach przynoszą jednak zaskoczenie. Najwyższy odsetek osób, które dyskutują na forach internetowych i portalach społecznościowych, co nie jest zaskakujące, odnajdujemy wśród respondentów w wieku 16–24 (35%). Nieco tylko niższy procent takich osób, co może stanowić niespodziankę, rekrutuje się z najstarszych badanych (powyżej 65 roku życia) i wynosi 33%. Odsetek osób, które dyskutują o kulturze na forach lub portalach społecznościowych, wśród osób w wieku 25–34 oraz 45–54 jest podobny i wynosi odpowiednio 17% i 20%.





Żaden z respondentów w wieku 35–44 oraz 55–64 nie zadeklarował takiej formy aktywności w Internecie. Najwyższy odsetek osób czytających w Internecie artykuły dotyczące kultury odnajdujemy wśród respondentów w wieku 16–24 oraz 45–54 lata – odsetek ten wynosi po 85%. Także ponad połowa osób w wieku 25–34 (57%) deklaruje, że czyta w Internecie artykuły dotyczące kultury, podobnie czyni prawie połowa respondentów w wieku od 55 do 64 lat (44%). 39% spośród 65-latków i osób starszych również czyta tego rodzaju teksty w sieci.

Respondenci z Łodzi, szukając informacji na temat różnych wydarzeń kulturalnych w Internecie, najczęściej znajdują je na portalach i serwisach ogólnoinformacyjnych. Takiej odpowiedzi udzieliło aż 85% badanych korzystających z Internetu. 58% łodzian korzystających z sieci dowiaduje się również o różnych wydarzeniach bezpośrednio od znajomych, za pośrednictwem maili oraz czatów – jest to druga najczęściej wybierana odpowiedź. Najrzadziej respondenci z Łodzi znajdują informacje o wydarzeniach kulturalnych na stronach instytucji kultury. Tę odpowiedź wybrało jedynie 33% badanych. Drugą najmniej popularną opcją były portale i serwisy kulturalne, gdzie informacje o różnych wydarzeniach znajduje 36% badanych. 41% deklaruje, że wiadomości takie uzyskuje za pośrednictwem portalu społecznościowego Facebook, a 44% dzięki opisom znajomych w komunikatorach internetowych.

Dwa razy więcej respondentów z wykształceniem wyższym niż badanych z innych kategorii opartych na kryterium wykształcenia deklaruje, że szuka i znajduje informacje dotyczące różnych wydarzeń kulturalnych na stronach internetowych instytucji kultury – stanowią oni prawie połowę (46%) badanych w swojej kategorii. Dla porównania, wśród osób z wykształceniem średnim jest ich 24%, a z wykształceniem zasadniczym zawodowym, podstawowym lub niższym jedynie 20,6%.

OCENA INFORMACYJNEJ FUNKCJI INTERNETU NA OBSZARZE KULTURY

Jak generalnie łodzianie oceniają informacyjną funkcję mediów na obszarze kultury? Jedynie 29% badanych uważa, że media bardzo dobrze lub dobrze informują o odbywających się aktualnie imprezach kulturalnych na poziomie powiatu. Prawie taki sam odsetek badanych (30%) ocenił rolę informacyjną mediów na poziomie średnim, a 16% uznało ją za złą lub bardzo złą. Co warto podkreślić, prawie 1/5 respondentów nie miała na ten temat zdania (19%).

Na poziomie wojewódzkim najczęstszymi odpowiedziami na pytanie o ocenę stopnia, w jakim media informują na temat wydarzeń kulturalnych, były oceny bardzo dobre i dobre (36%). Źle lub bardzo źle stopień ten oceniło 14% badanych z Łodzi, a 14% uznało go za średni. Tutaj również relatywnie wysoki odsetek badanych (17%) nie miał w tej kwestii zdania.

48% respondentów z Łodzi uznało, że media bardzo dobrze lub dobrze informują o imprezach kulturalnych odbywających się na terenie Łodzi. Tylko 19% wystawiło w tej kwestii mediom złą ocenę, a 27% średnią.





EKONOMIKA KULTURY

WYDATKI MIESZKAŃCÓW WOJEWÓDZTWA ŁÓDZKIEGO NA KULTURĘ

Zapytaliśmy Łodzian o ich wydatki na kulturę. Respondenci z różnych form uczestnictwa w kulturze najczęściej wydają na wyjścia do kina (44% respondentów wybrało tę właśnie odpowiedź i jest to odpowiedź wybierana najczęściej), na wyjścia do lokali gastronomicznych (40% badanych) oraz na książki (32%). Bliski połowy odsetek respondentów z wykształceniem wyższym (57%) oraz średnim (45%) twierdzi, że najczęściej pieniędzy z wydatków na kulturę przeznaczają na wyjścia do kina. Odsetek respondentów z wykształceniem poniżej średniego jest w tym przypadku dużo niższy i wynosi 28%.

Prawie dwa razy więcej kobiet niż mężczyzn deklaruje, że najczęściej pieniędzy, ze wszystkich form uczestnictwa w kulturze, wydaje na książki. Może to sugerować, iż kobiety czytają więcej. Odsetek kobiet wyniósł tutaj 39%, podczas gdy w przypadku mężczyzn jest równy 22%. Istnieje tu również zależność z wykształceniem. Dwa razy więcej respondentów z wykształceniem wyższym (40%) niż tych z wykształceniem zasadniczym zawodowym, podstawowym i niższym (19%) deklaruje, że najczęściej pieniędzy wydaje właśnie na zakup książek. Nieco tylko niższy, niż w przypadku respondentów z wykształceniem wyższym, odsetek badanych z wykształceniem średnim również przeznaczają największą ilość pieniędzy na książki (35,9% badanych).

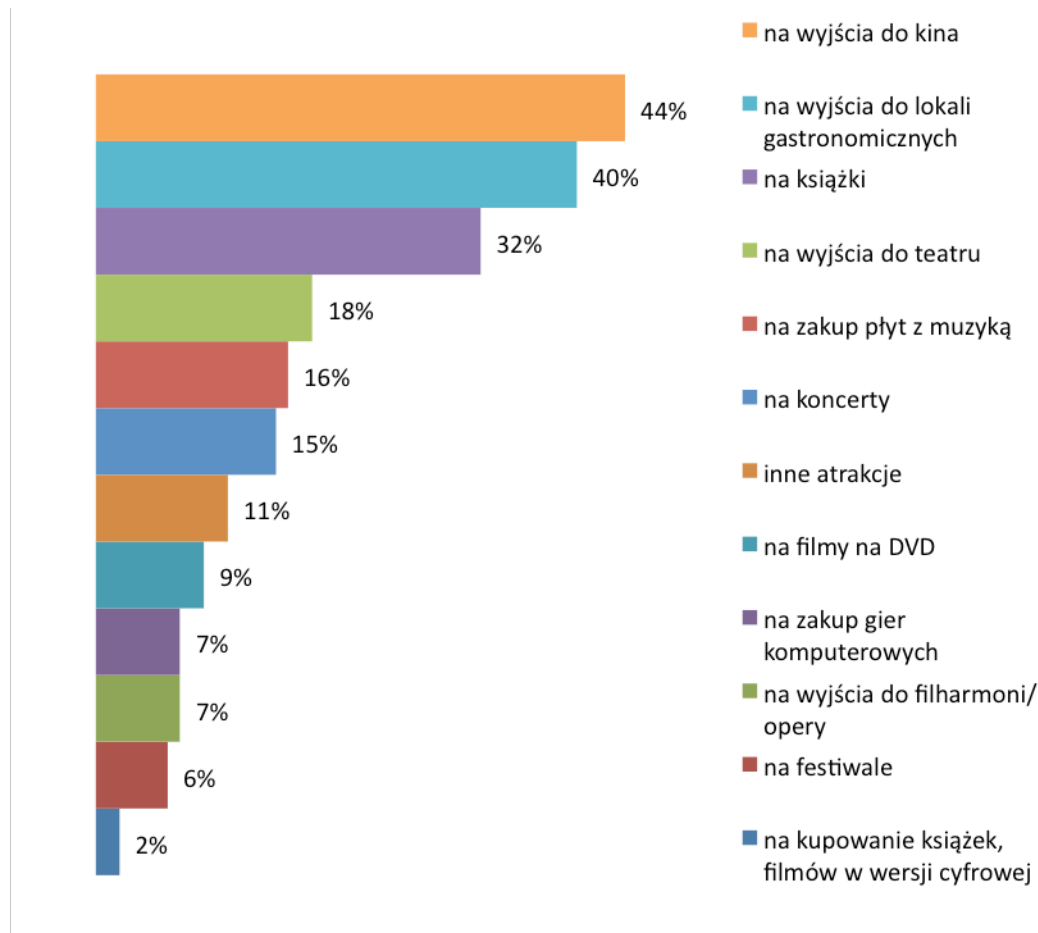
Najmniej z form uczestnictwa w kulturze Łodzianie wydają na kupowanie muzyki, filmów i książek w wersji cyfrowej przez Internet. Wydatki na taką formę uczestnictwa w kulturze deklaruje jedynie 2% badanych. Bardzo niski odsetek badanych został również odnotowany w wydatkach na takie formy uczestnictwa w kulturze jak: wyjścia do filharmonii i opery (7% – tej grupie najmniej osób rekrutuje się z najniższego przedziału wykształcenia, mianowicie 2% respondentów), festiwale (6%), kupowanie filmów na DVD (9%) oraz zakup gier komputerowych (7%).

Ponad 4 razy więcej mężczyzn niż kobiet deklaruje, że wśród ich najwyższych wydatków na kulturę znajdują się wydatki na gry komputerowe, co może potwierdzać stereotyp, iż mężczyźni grają w gry znacznie częściej niż kobiety. Odsetek mężczyzn wyniósł tutaj 13%, a kobiet 3%. Jedynie 3% badanych z wykształceniem wyższym przyznaje, że najczęściej, z form uczestnictwa w kulturze, wydaje na gry komputerowe. Odsetek osób, które przeznaczają najczęściej pieniędzy, z tych wydawanych na kulturę, na gry komputerowe, jest stosunkowo niewielki w każdej z kategorii opartych na wykształceniu, możemy jednocześnie zauważyć, że procent ten jest największy wśród badanych z wykształceniem średnim i wynosi on 11%. Odsetek ten jest 1,5 raza większy od procentu respondentów z wykształceniem niższym oraz ponad trzy razy większy od tych z wykształceniem wyższym. Podobnie na udział w festiwalach i zakup filmów na DVD najczęściej wydają osoby z wykształceniem średnim. W przypadku festiwalu odsetek ten wśród badanych z tej kategorii wynosi 9% i jest on 1,5 raza większy od procentu respondentów z wykształceniem wyższym (7%) oraz aż 5 razy większy niż tych z wykształceniem zasadniczym zawodowym, podstawowym i niższym (jedynie 2% badanych w tej grupie). Również w zakupie płyt DVD największy udział mają badani z wykształceniem średnim. Odsetek wynosi tu 13% i jest 2,5 raza większy od procentu respondentów z wykształceniem wyższym (5%) oraz prawie 1,5 raza większy niż tych z wykształceniem zasadniczym zawodowym, podstawowym i niższym (9%).





Wykres nr 27. Na jaką formę uczestnictwa w kulturze wydaje Pan/Pani najwięcej?



18% badanych wydaje najwięcej pieniędzy na wyjścia do teatru. Odpowiedź tę najczęściej wybierali ludzie z wyższym wykształceniem. Aż 27% respondentów z tej grupy deklaruje, że najwięcej pieniędzy z wydatków związanych z kulturą przeznaczają na wyjścia do teatru. Jest to odsetek znacząco wyższy od odsetka badanych z innych kategorii opartych na kryterium wykształcenia. Wśród osób z wykształceniem zasadniczym zawodowym oraz podstawowym lub niższym wynosi on 11%, a ze średnim – 17%. Na kolejnej pozycji znaleźli się zakup płyt z muzyką (16%) i uczestnictwo w koncertach (15%). 11% badanych wydaje największe kwoty na inne formy uczestnictwa w kulturze, które jednak nie zostały tutaj wymienione.

Niektóre formy uczestnictwa w kulturze, takie jak wyjście do kina, na koncert, zakup gier komputerowych, wydają się bardziej warte inwestycji ludziom młodym, z dwu pierwszych grup wiekowych. Granica wieku przesuwają się w przypadku lokali gastronomicznych. Ponad połowa osób w wieku 25–34 (66%) oraz 35–44 (55%) z funduszy przeznaczonych na kulturę najwięcej wydaje na wyjścia do lokali gastronomicznych. Wyjście do teatru typowali głównie 55–64-latkowie. Najstarsza grupa wiekowa najwięcej wydaje na książki.





PREFEROWANE WYDARZENIA KULTURALNE

Ponieważ nie zawsze uczestnictwo w kulturze musi wiązać się z wydatkami, spytaliśmy Łódzian o ich ulubione formy partycypacji w kulturze. Imprezy/formy kultury, w których najchętniej uczestniczą respondenci z Łodzi, to wyjścia do kina. Była to odpowiedź najczęściej wybierana przez respondentów – wskazało ją aż 44% badanych. Ponad połowa respondentów z wykształceniem wyższym (53%) i nieco jedynie niższy odsetek tych z wykształceniem średnim (49%) zadeklarowało, że najchętniej z różnych imprez kulturalnych uczestniczy w seansach kinowych. Są to odsetki znacznie wyższe od procentu, który udzielił takiej odpowiedzi w grupie osób z wykształceniem zasadniczym zawodowym, podstawowym i niższym (30%).

Kolejnymi najczęściej wskazywanymi odpowiedziami były uczestnictwo w festynach i jarmarkach (23%) oraz wyjścia do teatru (24%). Bardzo podobne odsetki badanych z wykształceniem poniżej średniego (28%) oraz z wykształceniem średnim (27%) wskazały na festyny i jarmarki jako formy kultury, w których najchętniej uczestniczą. Odsetek respondentów z wykształceniem wyższym był tutaj prawie dwa razy niższy i wyniósł jedynie 15%. Przeciwnie rzecz się ma z wyjściami do teatru. 1/3 (33%) respondentów z wykształceniem wyższym deklaruje, że jest to ich ulubiona forma partycypacji w życiu kulturalnym. Jest to odsetek dwa razy wyższy od tego wśród badanych z wykształceniem zasadniczym zawodowym, podstawowym i niższym (16%) oraz 1,5 raza większy od tego w grupie badanych z wykształceniem średnim (22%).

Najrzadziej wskazywaną odpowiedzią na to pytanie były festiwale teatralne, w których chęć uczestnictwa wyraziło jedynie 4% badanych, w tym żaden z respondentów z wykształceniem zasadniczym zawodowym, podstawowym lub niższym. Najwięcej respondentów, którzy chętnie uczestniczą w takiej rozrywce, znalazło się wśród osób z wykształceniem wyższym (8%) i był to odsetek 2,5 raza większy od osiągniętego wśród badanych z wykształceniem średnim.

Prawie równie rzadko respondenci wskazywali na pokazy lotnicze (4%), widowiska folklorystyczne (4%), wyjścia do opery bądź operetki (6%), rekonstrukcje historyczne (7%), koncerty w filharmonii (7%) oraz festiwale filmowe (9%). Odsetek osób, które wskazały na festiwale filmowe jako na te, w których najchętniej uczestniczą, jest stosunkowo niewielki w każdej z kategorii opartych na kryterium wykształcenia. Możemy jednak jednocześnie zauważyć, że procent ten jest największy wśród badanych z wykształceniem wyższym i wynosi 15% i jest prawie 2 razy większy od procentu respondentów z wykształceniem średnim (8%) oraz prawie 5 razy większy niż procent osób z wykształceniem zasadniczym zawodowym, podstawowym i niższym (jedynie 4% badanych w tej grupie).

Po kilkanaście procent badanych wyraziło chęć uczestnictwa w takich imprezach, jak wystawy i wizyty w galeriach sztuki (16%), klubowe koncerty zespołów (17%), koncerty światowych gwiazd (14%), koncerty uznanych polskich gwiazd (17%) oraz widowiska kabaretowe (13%). 8% badanych wyraziło chęć uczestnictwa w innych imprezach niż te przedstawione powyżej.

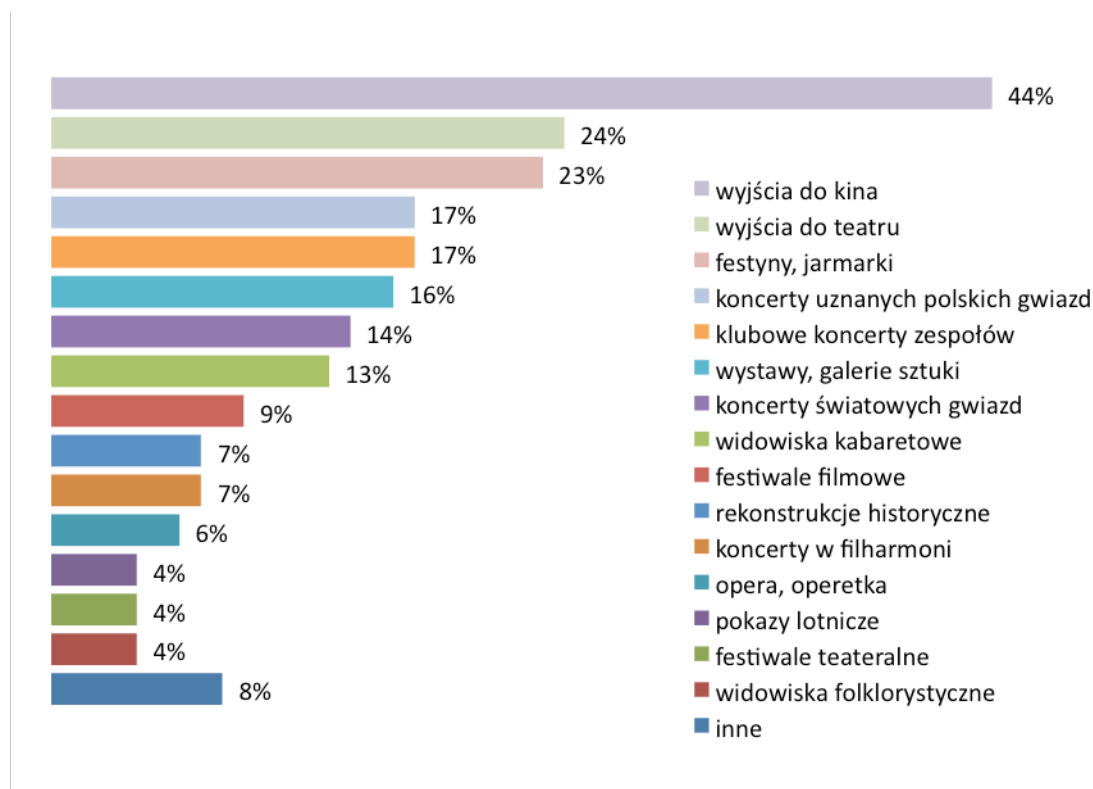




Aż 25% badanych z wykształceniem wyższym deklaruje, że z imprez kulturalnych najchętniej uczestniczy w wystawach i uczęszcza do galerii sztuki. Jest to 3,5 raza więcej niż u osób z wykształceniem poniżej średniego, wśród których odsetek ten wyniósł jedynie 7%. Odsetek wśród respondentów z wykształceniem średnim wyniósł w tym przypadku 14%, czyli znacznie mniej niż u tych z wykształceniem wyższym, ale dwa razy więcej niż wśród tych z zasadniczym zawodowym, podstawowym i niższym.

Koncerty stanowią atrakcję głównie dla ludzi młodych, do 44 roku życia. Przy czym najmłodszy częściej niż starsi wskazywali koncerty klubowe i zagraniczne, natomiast 35–44-latkowie najczęściej wybierali koncerty polskich gwiazd. Oferta festynów i jarmarków cieszy się największym powodzeniem wśród 45–54-latków i przedstawicieli starszych grup wiekowych.

Wykres nr 28. W jakich imprezach najchętniej Pan/Pani uczestniczy?



CZYNNIKI NEGATYWNE WPŁYWAJĄCE NA UCZESTNICTWO W KULTURZE

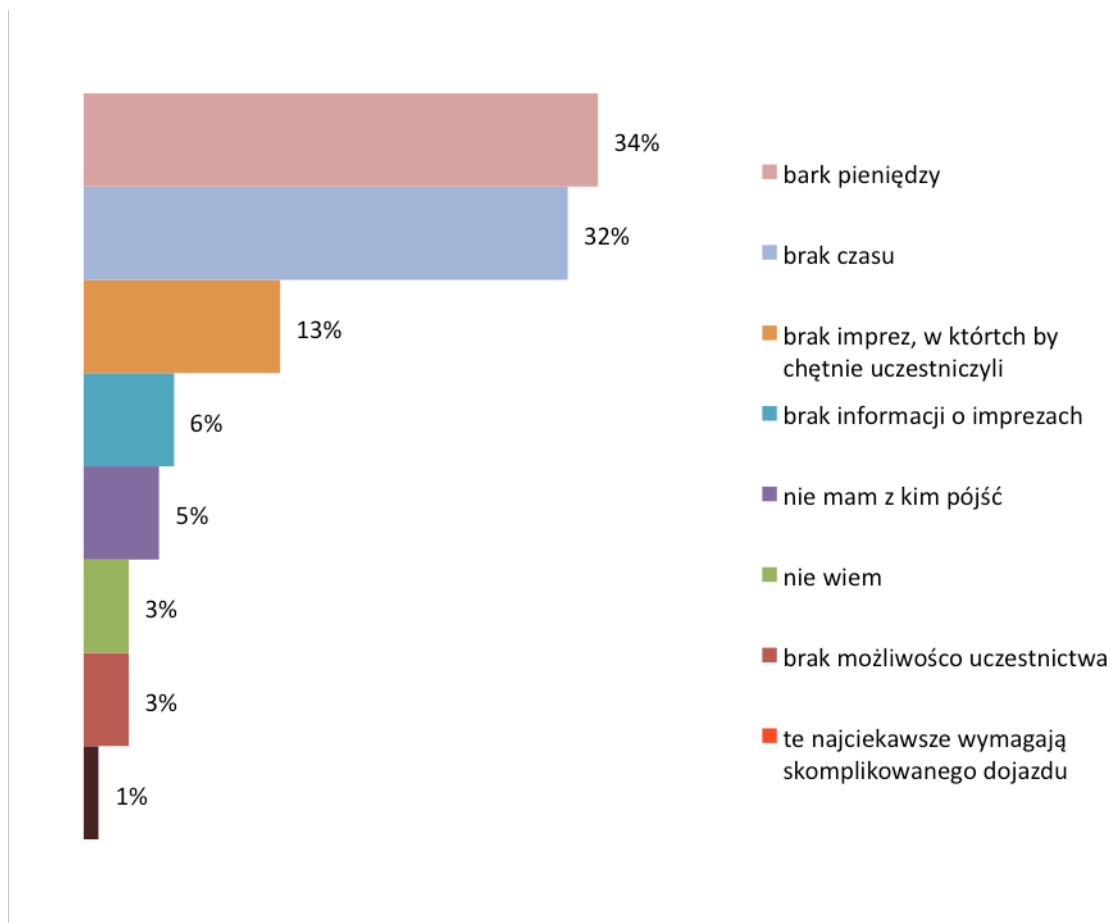
Łodzianom najbardziej w uczestnictwie w imprezach kulturalnych przeszkadza brak pieniędzy. Była to odpowiedź najczęściej wybierana przez badanych i wskazało ją 34% respondentów. Drugą najczęściej wybraną odpowiedzią był brak czasu, na który wskazało 32% badanych. Najmniej łodzianom w uczestnictwie w imprezach kulturalnych przeszkadza skomplikowany dojazd do miejsca, w którym odbywa się impreza (tę odpowiedź wybrał jedynie 1% badanych) oraz zamknięty charakter, ekskluzywność interesującego wydarzenia (3%). Na brak imprez, w których chętnie by uczestniczyli badani, wskazało 13%, na brak osoby, z którą badany mógłby się wybrać – 5%, na brak informacji – jedynie 6% badanych. Kobietom (44%) dwa razy częściej niż mężczyznom





(23%) w uczestnictwie w kulturze przeszkadza brak pieniędzy. Proporcje te odwracają się w przypadku czasu – w tym przypadku odsetek mężczyzn (43%) jest dwa razy wyższy niż kobiet (26%). Również dwa razy więcej mężczyzn (19%) niż kobiet (10%) wskazuje na brak imprez, w których chętnie by uczestniczyli. Z kolei 5 razy więcej kobiet (8%) niż mężczyzn (1%) jako czynnik powstrzymującym ich przed uczestnictwem w imprezach wskazuje brak towarzystwa. W pozostałych kategoriach proporcje kobiet i mężczyzn były bardzo zbliżone.

Wykres nr 29. Co Panu/Pani przede wszystkim przeszkadza w uczestnictwie w imprezach kulturalnych?



KULTURA A ROZWÓJ REGIONU – OPINIE MIESZKAŃCÓW

Na koniec zasięgnęliśmy opinii Łodzian w kwestii oparcia rozwoju województwa na kulturze. Zdecydowana większość respondentów z Łodzi uważa, że rozwój województwa łódzkiego powinien być oparty przede wszystkim na kulturze (72%). 25% badanych odpowiedziało na to pytanie „zdecydowanie tak”, a 47% było mniej zdecydowanych, odpowiadając „raczej tak”. Tylko 18% badanych uważa, że rozwój województwa powinien być oparty na czymś innym niż kultura, w tym 12% zadeklarowało umiarkowany sprzeciw, a 6% sprzeciw zdecydowany.

