



Preferencje kulturalne mieszkańców województwa łódzkiego

RAPORT KOŃCOWY



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



Spis treści

1. Opis badania.....	5
2. Preferencje kulturalne mieszkańców województwa łódzkiego (z wyłączeniem Łodzi).....	6
2.1. Preferowane miejsca spotkań mieszkańców w przestrzeni publicznej.....	6
2.2. Zorganizowane formy aktywności	10
2.3. Kultura zinstytucjonalizowana.....	14
2.3.1. Znajomość oferty kulturalnej regionu.....	14
2.3.2. Uczestnictwo.....	20
2.3.3. Ocena oferty kulturalnej.....	24
2.3.4. Znajomość oferty kulturalnej Łodzi.....	26
2.3.5. Korzystanie z oferty kulturalnej poza województwem.....	27
2.3.6. Źródła informacji o ofercie kulturalnej.....	29
2.4. Internet a kultura.....	30
2.4.1. Internet – źródło informacji o ofercie kulturalnej.....	30
2.4.2. Internet a aktywność kulturalna mieszkańców województwa.....	35
2.4.3. Ocena informacyjnej funkcji Internetu na obszarze kultury.....	36
2.5. Ekonomia kultury.....	36
2.5.1. Wydatki mieszkańców województwa łódzkiego na kulturę.....	36
2.5.2. Preferowane wydarzenia kulturalne.....	37
2.5.3. Czynniki negatywnie wpływające na uczestnictwo w kulturze.....	38
2.5.4. Kultura a rozwój regionu – opinie mieszkańców	39
2.6. Analiza aktywności i preferencji kulturalnych mieszkańców Piotrkowa i Skierniewic.....	39
2.7. Metryczka.....	42
3. Preferencje kulturalne mieszkańców Łodzi.....	43
3.1. Preferowane miejsca spotkań mieszkańców w przestrzeni publicznej.....	43
3.2. Kultura zinstytucjonalizowana.....	50
3.2.1. Znajomość oferty kulturalnej regionu.....	50
3.2.2. Uczestnictwo w kulturze.....	55
3.2.3. Ocena oferty kulturalnej.....	62
3.2.4. Korzystanie z oferty kulturalnej poza województwem.....	64





3.2.5 Źródła informacji o ofercie kulturalnej.....	65
3.3 Internet a kultura.....	68
3.3.1 Internet – źródło informacji o ofercie kulturalnej.....	68
3.3.2 Internet a aktywność kulturalna mieszkańców Łodzi.....	72
3.3.3 Ocena informacyjnej funkcji Internetu na obszarze kultury.....	72
3.4 Ekonomia kultury.....	74
3.4.1 Wydatki mieszkańców Łodzi na kulturę.....	74
3.4.2 Preferowane wydarzenia kulturalne.....	76
3.4.3 Czynniki negatywnie wpływające na uczestnictwo w kulturze.....	77
3.4.4 Kultura a rozwój regionu – opinie mieszkańców	78
4.Preferencje kulturalne mieszkańców województwa łódzkiego (podobieństwa i różnice).....	79
4.1 Preferowane miejsca spotkań mieszkańców w przestrzeni publicznej.....	79
4.2 Kultura zinstytucjonalizowana.....	81
4.2.1 Uczestnictwo w życiu kulturalnym.....	82
4.2.2 Źródła informacji o wydarzeniach kulturalnych.....	94
4.3 Internet a kultura.....	101
4.4 Ekonomia kultury.....	106
4.4.1. Wydatki badanych na kulturę.....	106
4.4.2 Preferowane wydarzenia kulturalne.....	110
4.4.3. Kultura a rozwój regionu – opinie badanych.....	114
5.Struktura przebadanej próby.....	116
6.Analiza wizualno-przestrzenna.....	118
6.1 Region.....	118
6.2.Łódź.....	122
7.Podsumowanie i wnioski badaczy.....	127
8.Załączniki.....	130





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 przestrzeń, 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, 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.

¹ Zaczerpnięte ze Strategii Rozwoju Województwa.





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.

Kolejne części raportu dotyczyć będą:

- Preferencji kulturalnych mieszkańców województwa łódzkiego
- Preferencji kulturalnych mieszkańców Łodzi
- Porównania sytuacji na wsi, w miastach i w Łodzi
- Analizy przestrzeni kulturalnej województwa

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





Preferencje kulturalne mieszkańców województwa łódzkiego (z wyłączeniem Łodzi)

Zarówno część dotycząca województwa, jak i Łodzi odzwierciedla strukturę kwestionariusza, oddając kolejność zadawanych pytań. Taka organizacja materiału pozwoli czytającemu śledzić na bieżąco pytania kwestionariuszowe (kwestionariusze w załączniku) i odpowiedzi podawane przez respondentów.

PREFEROWANE MIEJSCA SPOTKAŃ MIESZKAŃCÓW W PRZESTRZENI PUBLICZNEJ

Badanie, jak już wspomniano, rozpoczęliśmy od przestrzennych upodobań respondentów. Zastanawialiśmy się, czy mieszkańcy województwa mają swoje ulubione miejsca lub instytucje, w których często się spotykają. Przede wszystkim interesowało nas, jakiego rodzaju są to miejsca. Pozostawiliśmy respondentom dowolność odpowiedzi, nie chcąc poddawać im z góry żadnych pomysłów.

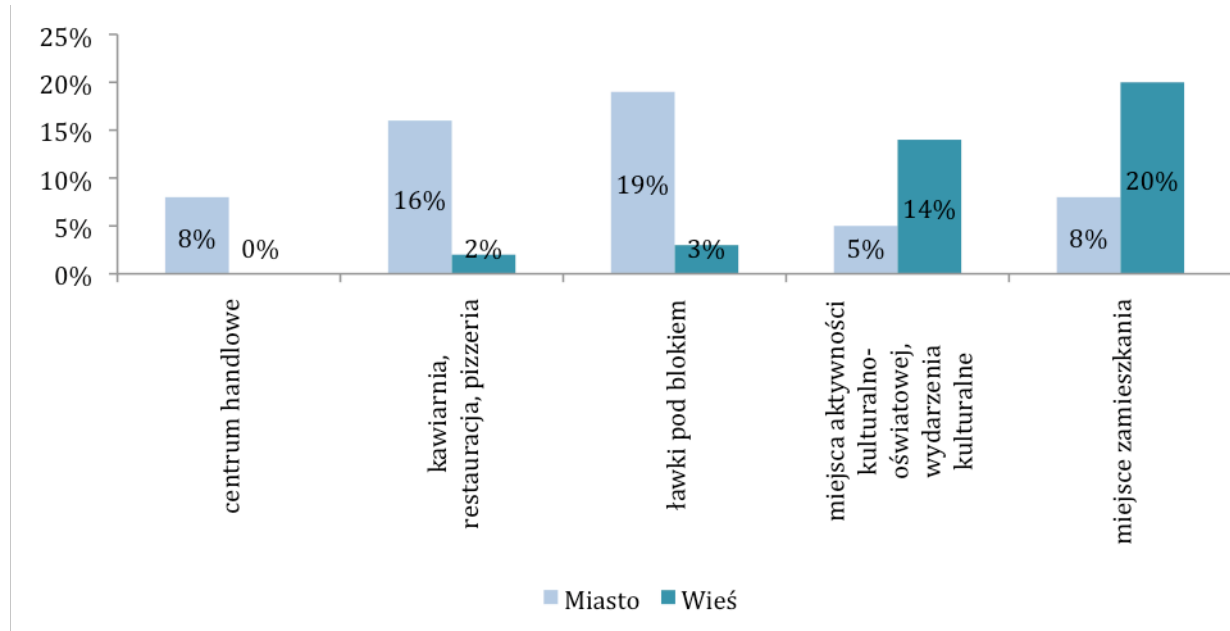
Okazało się, że zdaniem respondentów młodzież najczęściej spotyka się „na łonie natury”. 32% badanych wskazało miejsca takie, jak: park, las, staw, zalew lub działka. Popularne okazały się także miejsca, gdzie można uprawiać sport czy spędzić aktywnie czas, a zatem boiska, orliki, skateparki, baseny, siłownie oraz stadiony (27% wskazań). Popularne okazały się również spotkania w przestrzeniach miejskich, 26% badanych wskazało na różnorodne miejsca tego typu, wśród nich: place, rynki, starówki, ulice, deptaki, amfiteatry, place zabaw, przystanki, okolice sklepów, kościoły i cmentarze. Puby, bary, piwiarnie, a także dyskoteki oraz kluby (a zatem typowe miejsca rozrywki) to typy 19% respondentów. 13% badanych uznało, że młodzież spotyka się po prostu w swoich mieszkaniach lub domach, a 11% stwierdziło, że do tego rodzaju spotkań służą ławki pod blokiem. Zaledwie co 10 badany był zdania, że takim spotkaniom służą miejsca aktywności kulturalno-oświatowej (jak świetlice, szkoły, miejskie ośrodki kultury i domy kultury) czy same wydarzenia kulturalne (różne festyny, imprezy kulturalne czy sportowe). 10% respondentów stwierdziło, że młodzież spotyka się w kawiarniach, restauracjach, pizzeriach, a zaledwie 4% wskazało na centra handlowe w miastach w województwie łódzkim. Opinie te zróżnicowane są pod względem pochodzenia respondentów. Mieszkańcy miast jako miejsca spotkań młodzieży częściej wskazują centra handlowe, lokale komercyjne i ławki w okolicy miejsca zamieszkania, zaś mieszkańcy wsi częściej wyrażają opinię, że młodzież spotyka się we własnych domach, w miejscach aktywności kulturalno-oświatowej czy podczas wydarzeń kulturalnych².

² Są to zależności przeciętne i dość silne. Odpowiednio $VK=0,23; 0,26; 0,29; 0,22; 0,23$.





Wykres nr 1. Miejsca spotkań młodzieży zdaniem mieszkańców miast i wsi w regionie



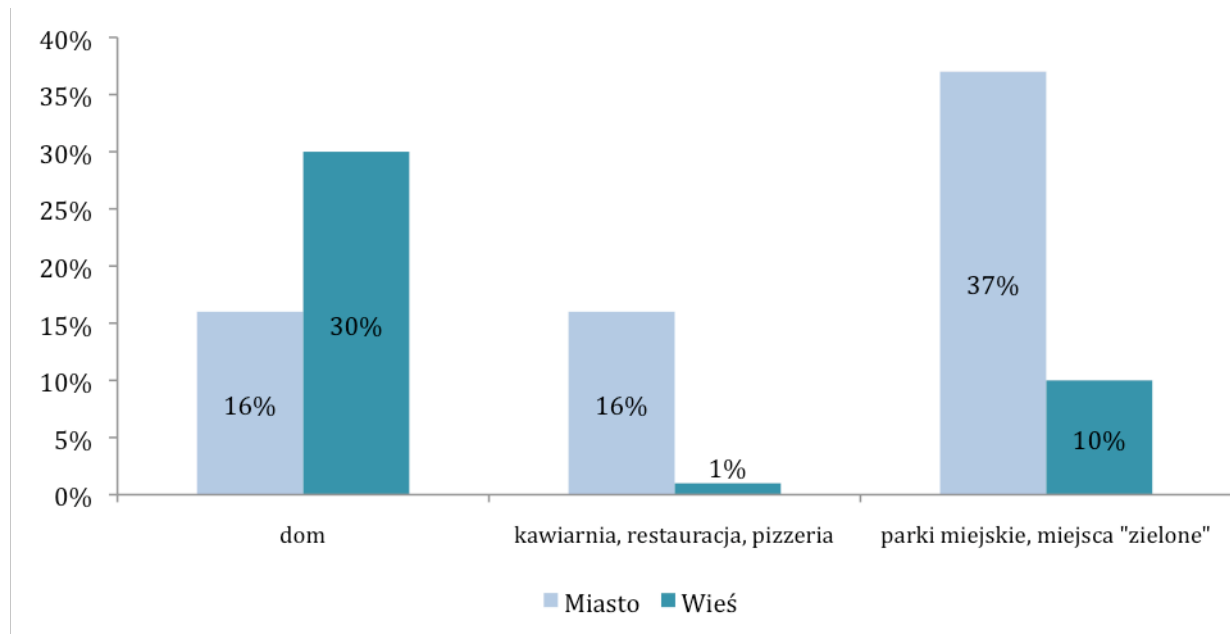
Nieco inne miejsca spotkań wybierane są, według badanych, przez osoby starsze. Jednak i w tym przypadku największą popularnością cieszą się miejsca „zielone” i działki (24%). Po 23% respondentów jest zdania, że osoby dorosłe spotykają się we własnych domach i mieszkaniach lub w różnorodnych miejscach w przestrzeni miejskiej. Do takich miejsc zaliczają się także kościoły czy cmentarze, jednak warto je wyróżnić, ponieważ miejsca te zostały wspomniane przez 20% badanych. Dorośli także spotykają się w najbliższej okolicy miejsca zamieszkania, a zatem na ławkach, na osiedlu, pod blokiem (tak uznało 14% badanych). 9% respondentów wyraziło opinię, że miejscami spotkań osób dorosłych są również kawiarnie, herbaciarnie i restauracje, natomiast znacznie mniej dorosłych niż młodzieży wybiera do tego celu puby, bary czy piwiarnie (8% wskazań). Także 8% badanych (czyli jeszcze mniejszy odsetek niż w przypadku młodzieży) stwierdziło, że takimi miejscami są placówki kulturalno-oświatowe, koła zainteresowań lub siedziby stowarzyszeń. Najrzadziej, według badanych, osoby dorosłe wybierają aktywną formę spędzania czasu (3%). Czynnikiem różnicującym opinie respondentów na temat miejsc spotkań ludzi dorosłych jest również miejsce zamieszkania. Mieszkańcy miast częściej wskazują na lokale komercyjne oraz parki miejskie i inne miejsca „zielone”, a mieszkańcy wsi na własny dom³.

³ Są to zależności: słaba (VK=0,20), dość silna (VK=0,27) oraz silna (VK=0,32).





Wykres nr 2. Miejsca spotkań osób starszych zdaniem mieszkańców miast i wsi w regionie



Chcieliśmy się dowiedzieć od mieszkańców województwa, czy w okolicach ich miejsca zamieszkania znajdują się takie miejsca spotkań, które sami respondenci sobie zorganizowali i zaaranżowali i w których lubią przebywać. 28% badanych przyznało, że takie miejsca istnieją. Większość badanych uznała jednak, że nie ma takich miejsc, bądź też nie wiedzą o ich istnieniu (łącznie 72% badanych).

Do takich oddolnie zorganizowanych spotkań mieszkańcy wykorzystują bardzo różnorodne przestrzenie, często w instytucjach już istniejących, np. szkołach (sale gimnastyczne, boiska przyszkolne), bibliotekach, domach kultury, remizach strażackich czy też prywatnych pubach, lokalach gastronomicznych. Wykorzystywane są też przestrzenie otwarte, np. okolice stawów, rzek, zalewów, parki i ławki w parkach oraz elementy przestrzeni miejskiej: place, rynki, starówki, deptaki. Badani zwracają uwagę, że takim spotkaniom służą organizacje, stowarzyszenia i związki, kluby młodzieżowe, koła gospodyń wiejskich, klub emerytów, organizacje przykościelne, ale także Uniwersytet Trzeciego Wieku czy kluby sportowe.

Zakładaliśmy, że odpowiedzi na dwa pierwsze pytania w przypadku części respondentów mogą być relacją z ich własnych doświadczeń, w przypadku innych rezultatem obserwacji cudzych zachowań (kiedy młodzi wypowiadali się na temat aktywności starszych i odwrotnie). Okazało się, że nie ma istotnego statystycznie związku deklarowanych odpowiedzi z wiekiem – zarówno młodzi, jak i starsi odpowiadali podobnie. Nie mogliśmy tego przewidzieć, projektując badanie, postanowiliśmy więc w kolejnym pytaniu zapytać wprost, gdzie najchętniej spotykają się ze znajomymi sami badani? Znakomita większość z nich wybiera na takie spotkania własny dom lub mieszkanie (68%), gdyż czują się oni tam najlepiej, twierdzą, że panuje wtedy miła atmosfera (30%). 13% osób przyznaje, że zostają w domu, gdyż nie mają innych możliwości, brakuje im miejsc, do których mogliby wyjść. 8% twierdzi, że tak jest im wygodniej, łatwiej, a kolejne 6% respondentów najbardziej lubi spotykać się z przyjaciółmi w domu, bo najważniejsze jest dla nich dobre towarzystwo, a nie miejsce spotkania. Zaledwie 5%





badanych zwraca uwagę, że o wyborze domu decydują kwestie finansowe, 4% wskazuje na możliwości, które daje tak zorganizowane spotkanie. 2% zostaje w domu ze względu na podeszły wiek. Właśnie osoby starsze częściej niż młodsze wybierały taką formę spotkań ze znajomymi⁴. W grupie najmłodszej 48% badanych stwierdziło, że najczęściej spotyka się ze znajomymi w domu, podczas gdy w grupie najstarszej tę formę spotkań preferuje 73% osób. Na wybór miejsca spotkań z przyjaciółmi ma też wpływ fakt posiadania lub nieposiadania dzieci. Osoby mające potomstwo częściej spotykają się ze znajomymi w domu⁵ (74% rodziców, a 56% w przypadku osób nieposiadających dzieci).

33% badanych lubi spędzać czas z przyjaciółmi w komercyjnych lokalach usługowych, jak np. kawiarnie czy restauracje, ze względu na panującą w nich miłą atmosferę (16%), ciekawą ofertę proponowaną w takich miejscach (5%), dobre towarzystwo (5%), łatwą dostępność i dobrą lokalizację (4%), ale także z powodu braku alternatywy (4%) i kwestii finansowych (2%). Nie jest zaskakujące, że na lokale komercyjne częściej⁶ wskazywały osoby młodsze i w średnim wieku (około 40% z osób młodszych, do 24 roku życia, 47% osób w wieku 25–34 lata oraz 44% osób mieszcących się w przedziale 35–44 lata) niż osoby starsze (27% osób w wieku 45–54 lat, 21% – 55–64 lata i 15% – 65 lat i więcej). Lokale usługowe są też częściej wybierane przez osoby bezdzietne⁷ (47% tych osób) niż przez osoby mające dzieci (26% z nich).

Znacznie rzadziej badani aranżują miejsca spotkań we własnym zakresie (12%). Ci, którzy tak robią, także motywują swoją decyzję ich miłą atmosferą (5%), łatwością dostępu (2%), brakiem innych możliwości (2%), towarzystwem, które się w nich spotyka (1%), możliwościami, jakie dają takie zaaranżowane przez siebie miejsca (1%) oraz kwestiami finansowymi (1%).

Respondenci wybierają też na użytek takich spotkań: miejsca publiczne (10%) – głównie ze względu na klimat takich miejsc (5%) oraz dobre towarzystwo (2%); centra handlowe (11%) – gdyż lubią te obiekty, dobrze się w nich czują (4%) oraz ze względu na ich bogatą ofertę (2%); kościoły i instytucje przykościelne (9%), ze względu na panujące w nich spokój i atmosferę (3%), brak innych możliwości (2%) czy odpowiednie towarzystwo (2%). 8% respondentów wybiera inne miejsce spotkań, np. działki czy parki, gdyż są one łatwo dostępne (2%), panuje tam luźna, odpowiadająca badanym atmosfera (2%) oraz dają one różne możliwości spędzenia wolnego czasu (2%).

Większość badanych (67%) stwierdziło też, że w ich miejscu zamieszkania brakuje miejsc, w których mogliby spotkać się ze znajomymi, dla 30% jest ich wystarczająco dużo, a jedynie 3% uznało, że takich miejsc jest zbyt wiele. Częściej na ich brak narzekają mieszkańcy wsi (76% z nich) niż mieszkańcy miast (61% z nich)⁸.

Jakich miejsc głównie brakuje badanym? 50% z nich uznała, że najbardziej brakuje im lokali gastronomicznych – kawiarni, restauracji czy pizzerii. 36% respondentów chętnie widziałaby w swojej miejscowości więcej miejsc

⁴ Zależność jest słaba, VK=0,20.

⁵ Zależność jest słaba, VK=0,20.

⁶ Zależność jest słaba, VK=0,20.

⁷ Zależność jest przeciętna, VK=0,23

⁸ Zależność jest przeciętna, VK=0,21.





związanych z rozrywką – dyskotek, dancinów, klubów bilardowych czy też kin. Puby, bary lub pijalnie piwa to obiekty, których brakuje 27% badanych. Na brak placówek kulturalno-oświatowych (m.in. galerii, muzeów, teatrów, domów kultury czy kół zainteresowań) wskazało 16% osób, a 15% chętnie widziałoby w swojej miejscowości więcej miejsc przystosowanych do spotkań w przestrzeni publicznej, w tym również terenów „zielonych”. 13% respondentów narzeka na brak miejsc służących rekreacji czy do uprawiania sportu, a 5% przypomina, że przydałoby się więcej placówek z ofertą dla ludzi starszych czy dzieci.

ZORGANIZOWANE FORMY AKTYWNOŚCI

Jedynie 33% mieszkańców województwa potwierdziło, że w ich miejscowości są organizacje czy stowarzyszenia działające na rzecz aktywizacji społeczności lokalnej. Większość tych osób (64%) uznała, że działają one sprawnie, 21% uważa, że mogłyby działać lepiej, a zaledwie 4% osób stwierdziło, że ich działania nie są widoczne.

Działania tych stowarzyszeń lepiej oceniane są przez osoby posiadające dzieci (69% rodziców ocenia, że funkcjonują one sprawnie, podczas gdy taką samą ocenę wystawia 52% osób bezdzietnych), natomiast osoby nieposiadające dzieci częściej zwracają uwagę, że organizacje te mogłyby działać lepiej (takie zdanie wyraża 41% z nich, przy jedynie 13% rodziców)⁹.

Jakie konkretne działania zauważyli zatem mieszkańcy? Wiele z tych organizacji działa na rzecz dzieci – organizuje im zajęcia teatralne, plastyczne, muzyczne, ale też pomaga w wyjazdach wakacyjnych czy organizuje czas w wakacje. Organizacje oferują też spotkania dla seniorów, integrują społeczność lokalną, działają na rzecz promocji miejscowości, organizują wycieczki i wyjazdy turystyczne, ale też spotkania z artystami, muzykami czy podróżnikami. Niektóre z organizacji oferują pomoc materialną i rzeczową, prowadzą zbiórki na rzecz remontu zabytków w miejscowości czy też na inne ważne cele. Dużą część działalności takich organizacji zajmuje organizacja różnorodnych imprez, koncertów, festynów, a także spotkań okolicznościowych, jak „opłatki”, sylwestery, dni dziecka. Mieszkańcy województwa mogą też rozwijać w nich swoje liczne zainteresowania, np. kulinarne, wędkarskie, turystyczne, mają możliwość nauczyć się podczas organizowanych kursów tańca, śpiewu czy języków obcych czy też zacząć uprawiać sport, gdyż część z nich organizuje tego rodzaju zajęcia. Badani wspomnieli także o działalności religijnej oraz społeczno-pomocowej (np. na rzecz rodzin w ciężkiej sytuacji czy z problemem uzależnienia od alkoholu).

Respondenci potwierdzają, że w swoich miejscowościach mają możliwość uczestniczenia w różnego rodzaju działaniach związanych z kulturą czy działaniach na rzecz danej społeczności. 65% osób przyznaje, że w ich miejscowościach istnieją ochotnicze straże pożarne, 55% wie o działaniu chórów, 46% o działaniu zespołów pieśni i tańca, zespołów ludowych, a 44% o działaniu zespołów muzycznych. 27% respondentów słyszało o zespołach teatralnych, a niemal 20% o różnych grupach zainteresowań. 15% badanych stwierdza, że w ich miejscowościach funkcjonują także nieformalne grupy artystyczne.

⁹ Zależność jest silna, VK=0,33.





Oferta miast w województwie łódzkim, jak wynika z odpowiedzi respondentów, jest dużo bogatsza niż oferta na wsiach. Mieszkańcy miast częściej deklarują, że w ich miejscowościach istnieją chóry, zespoły teatralne, zespoły pieśni i tańca, grupy zainteresowań, nieformalne grupy artystyczne i zespoły muzyczne. Na wsiach widać większą aktywność ochotniczych straży pożarnych¹⁰.

Tabela nr 1 Czy w Pana/Pani miejscowości istnieją określone inicjatywy kulturalne?

Inicjatywa	% badanych			Siła związku (VK)
	potwierdzających – ogółem	Miasto	Wieś	
Chór	55%	70%	38%	0,32
Zespół teatralny	27%	46%	7%	0,43
Zespół pieśni i tańca, zespół ludowy	46%	58%	30%	0,29
Grupy zainteresowań	20%	29%	8%	0,27
Nieformalne grupy artystyczne	15%	23%	7%	0,24
Ochotnicze straże pożarne	65%	55%	76%	0,25
Zespoły muzyczne	44%	65%	20%	0,45

Mimo to niewiele osób korzysta z możliwości udziału w tych inicjatywach. Najwięcej osób przyznało, że należy do różnych grup zainteresowań (zaledwie 8%) oraz do chóru – 7%.

¹⁰ Zależności mają różną siłę od przeciętnych, przez dość silne do silnych.





Tabela nr 2. Przynależność do inicjatyw kulturalnych

Inicjatywa	% respondentów
Chór	7%
Zespół teatralny	1%
Zespół pieśni i tańca, zespół ludowy	2%
Grupy zainteresowań	8%
Nieformalne grupy artystyczne	1%
Ochotnicze straże pożarne	5%
Zespoły muzyczne	2%

Niewielu z badanych zadeklarowało też chęć przynależności do poszczególnych inicjatyw, gdyby istniały one w ich miejscowościach. Największa grupa badanych (17%) chciałaby przynależać do grup i kółek zainteresowań, 11% wyraża chęć przynależności do ochotniczej straży pożarnej, po 7% osób chciałoby przynależać do zespołów muzycznych czy do grup artystycznych. 6% zapisałaby się do zespołu ludowego, ewentualnie do zespołu tanecznego, a odpowiednio 5% i 4% osób rozważyłoby dołączenie do chóru czy zespołu teatralnego.

Mieszkańcy województwa zostali też poproszeni o zastanowienie się, co byłoby najbardziej potrzebne w ich miejscowości, aby ożywiło się życie towarzysko-kulturalne. Badani mogli wskazać jeden, najważniejszy według nich czynnik. Największy odsetek respondentów (28%) postawił na zwiększenie środków finansowych na kulturę, 22% uznało, że w ich miejscowości przydałoby się więcej miejsc, gdzie mogłyby się odbywać wydarzenia kulturalne. 16 na 100 respondentów przyznało, że potrzebne jest większe zaangażowanie mieszkańców, a taki sam odsetek badanych optuje za powstaniem nowych lokali gastronomicznych – miejsc, w których można byłoby się spotkać ze znajomymi, napić się herbaty i coś zjeść. Jedynie 7% mieszkańców zauważa potrzebę stworzenia nowych miejsc w przestrzeni publicznej – bardziej przyjaznych dla mieszkańców – gdzie można byłoby przysiąść, odpocząć czy po prostu mile spędzić czas. Zaledwie 6% badanych postawiłoby na bardziej intensywną promocję.

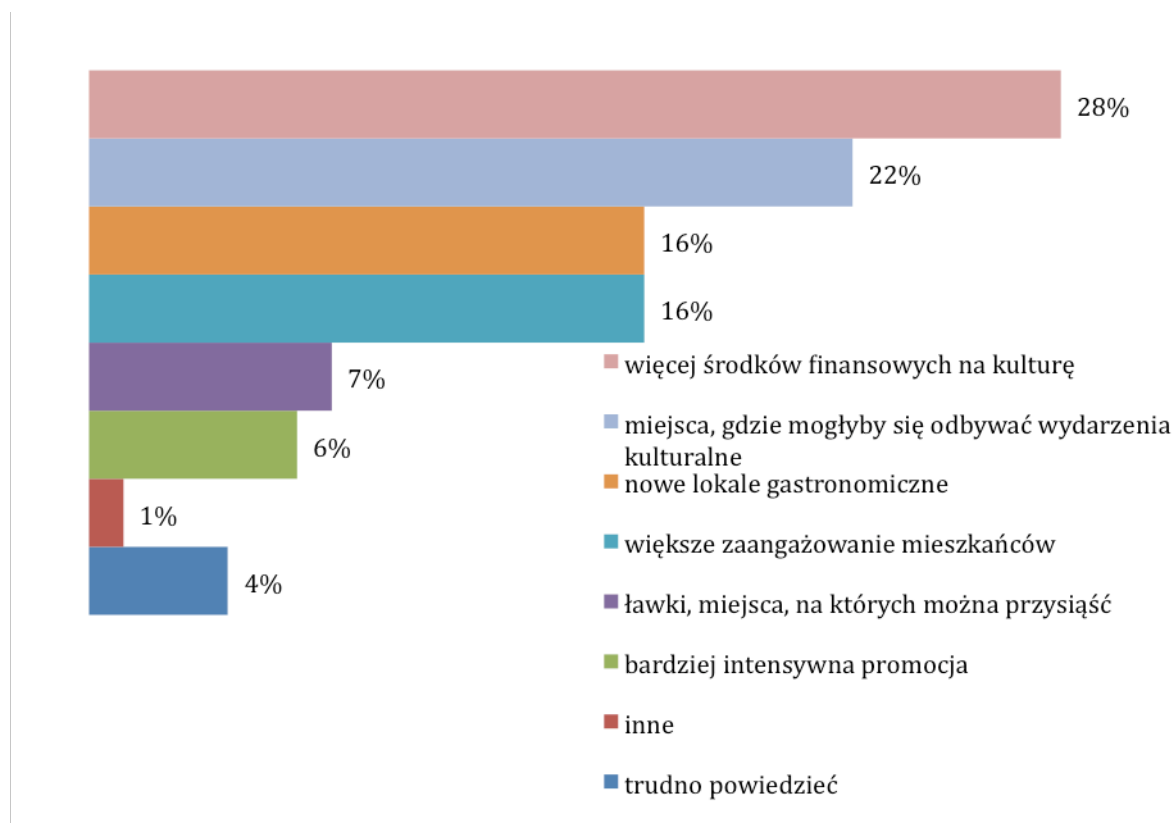




Tabela nr 3. Co jest najbardziej potrzebne, aby ożywić życie kulturalne w Pana/Pani miejscowości?

Co byłoby najbardziej potrzebne, aby ożywić życie kulturalne w Pana/Pani miejscowości?	% wskazań ogółem	Miasto	Wieś
Więcej środków finansowych	28%	16%	12%
Miejsca, gdzie mogłyby się odbywać wydarzenia kulturalne	22%	11%	11%
Większe zaangażowanie mieszkańców	16%	9%	7%
Lokale, w których można coś zjeść, napić się kawy	16%	7%	9%
Ławki, miejsca, w których można przysiąść na świeżym powietrzu	7%	4%	3%
Bardziej intensywna promocja niektórych wydarzeń	6%	5%	1%

Wykres nr 3. Co jest najbardziej potrzebne, żeby ożywić życie towarzysko-kulturalne w Pana/Pani miejscowości?





KULTURA ZINSTYTUCJONALIZOWANA

ZNAJOMOŚĆ OFERTY REGIONU

Gdzie najczęściej biorą udział w życiu kulturalnym mieszkańcy województwa łódzkiego? Zdecydowana większość badanych (74%) na pierwszym miejscu stawia własny dom/mieszkanie, gdzie spędza czas, oglądając telewizję, czytając czy korzystając z komputera. 22% osób najczęściej bierze udział w życiu kulturalnym w swojej miejscowości, najbliższej okolicy (24% mieszkańców miast oraz 21% mieszkańców wsi). Jedynie 4% korzysta z oferty poza swoją miejscowością. Minimalnie częściej¹¹ własny dom wybierają mieszkańcy wsi (77% przy 70% mieszkańców miast

Dlaczego największa część potrzeb kulturalnych mieszkańców zaspokajana jest właśnie w taki sposób? Az 40% respondentów stwierdza, że nie ma możliwości, aby inaczej uczestniczyć w życiu kulturalnym. 29% badanych właśnie taki sposób obcowania z kulturą uważa za najbardziej atrakcyjny, a 19% osób jest na tyle zadowolonych z formy, w jakiej uczestniczy w życiu kulturalnym, że nie mają one motywacji, aby zaspokajać swoje potrzeby kulturalne w inny sposób czy w innym miejscu.

Badani zostali też zapytani o to, jakie wydarzenie czy przedsięwzięcie uważają za najbardziej atrakcyjne w województwie łódzkim. W odpowiedzi wymieniali szereg imprez, które można pogrupować w kilka typów wydarzeń: festiwale, imprezy kulturalne, imprezy miejskie/gminne, imprezy organizowane przez podmioty prywatne, koncerty, obiekty przyrodnicze i miejsca służące rekreacji, rewitalizacja/remonty, wydarzenia religijne, wydarzenia sportowe, wydarzenia teatralne oraz inne wydarzenia. Przykłady zawiera poniższa tabela.

Tabela nr 4. Najbardziej atrakcyjne wydarzenia/przedsięwzięcia w województwie łódzkim¹²

Rodzaj wydarzenia/przedsięwzięcia	Przykłady
Festiwale	Łódź: Festiwal 4 Kultur, Festiwal Sztuk Przyjemnych i Nieprzyjemnych, Festiwal Nauki i Techniki, Warsztaty Gospel, Łódzkie Spotkania Baletowe, 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 Region: Open Hair Festival w Sieradzu, festiwale w Piotrkowie Trybunalskim, Festiwal Zalewajki w Radomsku, Festiwal Filharmonii: Kolory Polski
Imprezy kulturalne	Łódź: Noc Muzeów, ŁESK 2016, wystawy artystyczne na świeżym powietrzu (np. przy ulicy Piotrkowskiej), Masa Krytyczna, Trawniki Kultury, Letnisko Księży

¹¹ Zależność jest jednak bardzo słaba $VK=0,10$.

¹² Tu, podobnie jak w kolejnych tabelach zawierających wypisy z odpowiedzi respondentów, nazwy własne podawane są tak, jak zostały zapisane w kwestionariuszach. Autorzy raportu poprawiali jedynie literówki.





Imprezy miejskie/gminne	<p>Młyn, wycieczki PTTK po regionie, po Łodzi prowadzone przez Alicję Jabłońską, Polówki Letnie</p> <p>Region: Szlak Hubala, Rekonstrukcje Historyczne</p> <p>Łódź: Dni Łodzi, Sylwester w Łodzi, Targi Budownictwa, Jarmark Wojewódzki, Dni Piotrkowskiej, Parada Wolności</p> <p>Region: zbieranie bursztynów i pokazy lotnicze w Konopnicy, WOŚP, turniej w Łęczycy, dożynki w Spale, Targi na Styku Kultur, Jarmark Spalski, Dni Strykowa, Dni Bratoszewic, targi rolnicze w Bratoszewicach, festyny, Święto Truskawki, Dni Radomska, Dni Kleszczowa, zakończenie lata w Radomsku, Święto Kwiatów, Owoców i Warzyw w Skierniewicach, obchody Bożego Ciała w Łowiczu, festyn rycerzy, imprezy związku łowieckiego, np. Hubertus Spalski</p>
Imprezy organizowane przez podmioty prywatne	<p>Łódź: imprezy w Manufakturze, plaża w Manufakturze, Lato z Dwójką, inicjatywy w Manufakturze</p> <p>Łódź: 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>
Koncerty	<p>Region: Juwenalia, koncerty w Uniejowie</p> <p>Łódź: Dzień Dziecka w ZOO</p>
Obiekty przyrodnicze/rekreacja	<p>Region: termy Uniejów, Solpark w Kleszczowie, Góra Kamięńsk</p> <p>Łódź: odnawianie kamienic przy ul. Piotrkowskiej, plany renowacji Placu Wolności, Manufaktura, plany odnowienia Piotrkowskiej</p>
Rewitalizacja/remonty	<p>Łódź: Festiwal Kultury Chrześcijańskiej</p>
Wydarzenia religijne	<p>Region: IX Kongres Odnowy w Duchu Świętym (ziemia łowicka), pielgrzymki, wycieczki organizowane przez kościół</p> <p>Łódź: piłka siatkowa w Atlas Arenie, derby łódzkie, zawody deskorolkowe Vans, walka bokserska w Łodzi, Eurobasket 2011, otwarcie i zamknięcie sezonu snowbordowego organizowanego przez sklepy Burak i Trip, łódzka liga Darta</p>
Wydarzenia sportowe	<p>Region: mecze na stadionie GKS Bełchatów, zawody strażackie, mecze ligowe siatkówki, zawody w piłkę nożną</p> <p>Łódź: Spotkania w Teatrze Małym, premiery w teatrach, Teatr Wielki, sezon operowy</p>
Wydarzenia teatralne	<p>wystawy psów na "Starcie", wystawa ogrodnicza w Skierniewicach, złoty samochodowe, motocyklowe</p>
Inne	

Jakie wydarzenie czy przedsięwzięcie jest atrakcją w poszczególnych miejscowościach? Co, zdaniem respondentów, stanowi o atrakcyjności ich miejsca zamieszkania? Mieszkańcy województwa wymieniali konkretne imprezy, festiwale i wydarzenia kulturalne odbywające się w ich miejscowościach, ale też zwracali uwagę na walory przyrodnicze oraz wydarzenia np. o charakterze sportowym. Znalazły się również osoby, które





twierdziły, że w ich miejscowościach nic się nie dzieje. Wyróżnione przez nas kategorie wydarzeń/przedsięwzięć oraz przykłady imprez, które do nich można zaliczyć, zawiera poniższa tabela.

Tabela nr 5. Najbardziej atrakcyjne wydarzenia/przedsięwzięcia w miejscowościach zamieszkania respondentów

Rodzaj wydarzenia/przedsięwzięcia	Przykłady
Festiwale	Festiwal Interakcje w Piotrkowie Trybunalskim, Open Hair Festival w Sieradzu, Ogólnopolski Festiwal Muzyki Rockowej „Zderzak” w Zgierzu, festiwal filmów autorskich „Agrafka” w Zgierzu
Imprezy miejskie/lokalne	Dni Piotrkowa Trybunalskiego, Jarmark Dominikański, dni Piotrkowa, Rol-szansa – wystawa rolnicza w Piotrkowie, gry miejskie organizowane przez CIT w Piotrkowie Trybunalskim, Święto Truskawki w Buczku, festyny rodzinne, Dożynki w Dzierżąnej, Dni Bratoszewic, Lato z radiem, Dni Radomska, Święto Zalewajki w Radomsku, Jarmark Łaski, jarmark zdrowia w Zgierzu, święto chleba i golonki, Etnosfera (Skierniewice), Święto Kwiatów, Owoców i Warzyw w Skierniewicach, Dni Zgierza, zakończenie wakacji w Zgierzu
Imprezy organizowane przez podmioty prywatne	Atrakcje w Zgierskim Centrum Handlowym
Rekreacja, imprezy na wolnym powietrzu	tereny zielone, deptaki spacerowe, stawy okoliczne, rajdy rowerowe, dużo terenów leśnych, cisza, Park Krajobrazowy, lasy, cisza, spokój
Wydarzenia kulturalne	koncerty w amfiteatrze miejskim w Piotrkowie Trybunalskim, Akcja „Wyciągamy dzieci z bramy” w Piotrkowie Trybunalskim, Imieniny Piotrków w Piotrkowie Trybunalskim, Dni Muzyki Romskiej w Radomsku, Teatr im. S. Jaracza – Scena w Piotrkowie Trybunalskim, koncerty w Szkole Muzycznej w Piotrkowie, Spektakle teatralne wystawiane na Rynku Starego Miasta w Piotrkowie, Trybunały Kabaretowe w Piotrkowie Trybunalskim, wystawa fotograficzna w Zgierzu
Wydarzenia sportowe	aeroklub Piotrków – strefa zrzutów, Góra Kamieński, sala gimnastyczna w szkole, boisko (gry sportowe), staw (wędkarstwo), turnieje piłki nożnej, mecze na Malince – piłka plażowa – turniej
Zabytki/atrakcyjne obiekty	Fara w Sieradzu, klasztory w powiecie sieradzkim, zabytkowe kościoły, odnowiony 500-letni zabytkowy kościół w Radomsku, chata tatarska w powiecie radomszczańskim, strefa ekonomiczna w Radomsku, promocja miasta tkaczy (Zgierz), klasztor franciszkanów w Radomsku
Inne	wycieczki Żydów na cmentarz żydowski w Łodzi, wystawa psów rasowych w Łodzi, stacja PKP w Kolumnie, wybory rady gminy, wójta, do sejmiku i senatu w Radomsku





Zadaniem respondentów było także rozstrzygnięcie, co w naszym regionie zasługuje na uznanie oraz rozpropagowanie w Europie. Za najbardziej cenne uznali oni zabytki i architekturę (41%) oraz tradycję i kulturę ludową regionu (20%). 19% badanych uznało jednak, że nie ma takiej rzeczy, którą warto promować. Kolejne miejsca zajęły niektóre imprezy organizowane w naszym województwie (15%), artyści, pisarze, aktorzy muzycy z naszego regionu (12%) oraz zespoły (teatralne, operowe, orkiestrowe, muzyczne) – 7%.Warto też podkreślić, że bardziej sceptyczni byli mieszkańcy wsi niż miasta, którzy dwukrotnie częściej wątpili w to, że województwo łódzkie ma się czym pochwalić w Europie (odpowiedziało tak 26% mieszkańców wsi oraz 13% mieszkańców miast w regionie)¹³.

Badani dopytani o to, co konkretnie można by promować, wymienili szereg zabytków, wydarzeń, osób czy zespołów, z których są dumni. Nie zapomnieli też o tradycji ludowej, mocno zakorzenionej zwłaszcza w regionach łowickim, opoczyńskim czy piotrkowskim. Szczegółowe zestawienie zawiera poniższa tabela.

Tabela nr 6. Co zasługuje na rozpropagowanie w Europie?

Rodzaj wydarzenia zasługującego na rozpropagowanie w Europie	Przykłady
Zabytki, architektura	architektura cmentarna, kolegiata w Tumie, kościoły i cmentarze w Piotrkowie, Opactwo Cystersów w Sulejowie, drewniany kościółek w Spale, cmentarz żydowski (Kirkut), kościół w Bratoszewicach, Klasztor, Kościół Lambert, kolegiata łaska; Ulica Piotrkowska, Manufaktura, Księży Młyn, stare kamienice w Łodzi, Pałac Poznańskiego, Biała Fabryka, Lipce Reymontowskie, Studzienna, Poświętne, wioska Małszyce, stare fabryki w Łodzi i okolicach, zamek w Bykach, zamek w Łęczycy, fabryka na ul. Kamiennej w Łodzi, zamek w Piotrkowie Trybunalskim, wieża ciśnień w Piotrkowie, Rynek w Piotrkowie, Groty Nagórzyce, Szlak Romański – m.in. Sulejów-Podklasztorze, Stare Miasta w różnych miejscowościach, Zamek w Opocznie, Domy tkaczy w Zgierzu, Pałac Rzewuskich w Bratoszewicach, chata Tatarska w Stobiecku Miejskim, Dwór w Nieborowie (Arkadia), pałacyki przedwojenne, Pałac Jabłońskich, Zamek w Oporowie
Nasze zespoły (teatralne, operowe, orkiestrowe, muzyczne)	orkiestra Filharmonii Łódzkiej, zespół teatralny Teatru Jaracza, NTK Nietykalni, grupy baletowe Teatru Wielkiego, Zespoły taneczne Teatru Wielkiego – Domingo, zespoły: Tune i Alegorya, zespoły regionalne (łowicki, opoczyński, zespół Boruta, zespół Sieradzanie), orkiestra dęta
Artyści, aktorzy, pisarze, muzycy, plastycy pochodzący z województwa łódzkiego	Andrzej Sapkowski, Waldemar Zawodziński, Jacek Nowotarski, W. Mazurski, Julian Tuwim, Władysław Reymont, Borys Szybc, OSTR, Kamp, Bart, Michał Urbaniak, Antoni Cierplikowski, Magda Wasyluk, Rafał Królikowski, Sławomir Śniegocki, Bronisław Wrocławski, Henryk Frąckiewicz
Imprezy kulturalne organizowane w województwie	Festiwal Dialogu 4 Kultur, Open Hair Festival, YAPA, spotkania poetycko-literackie w Łęczycy, spotkania autorskie z pisarzami w bibliotekach, Juwenalia w Łodzi, dożynki (Spała, Zgierz, Dzierżążnia, powiat łaski), Święto Truskawki w Buczku, lato na ludowo w Łasku, Dni Radomska, zakończenie lata w Zgierzu, zlot motocyklistów w Jankowie, Dni Kleszczowa, Święto Kwiatów, Owoców i Warzyw w Skierniewicach, koncert Pink Floyd, koncerty w Manufakturze, koncert Nataszy Urbańskiej
Tradycja regionu, kultura ludowa	tradycje ludowe Łowicza, kultura łagiewnicka, opoczyńska, tradycje ziemi piotrkowskiej i opoczyńskiej, potrawy kulinarne, dania regionalne

¹³ Zależność jest przeciętna, VK=0,24.





Instytucje kultury	Filharmonia, Muzeum Włókiennictwa – Biała Fabryka, Muzea łódzkie, Teatr Wielki, muzea w Łowiczu
Obiekty przyrodnicze	Teren po Kopalni Bełchatów, Zalew Sulejowski, Park Krajobrazowy, kopalnia odkrywkowa

Badani mieli wyraźny problem z wymienieniem przykładowych, znanych sobie ośrodków kultury w swojej miejscowości (choć tu względnie najmniejszy), w powiecie czy w województwie. Przykłady instytucji, które są znane mieszkańcom województwa, zawierają poniższe tabele (nr 7, 8, 9). Kłopot sprawiła też respondentom ocena wymienionych instytucji. Najbardziej pozytywnie została oceniona oferta kulturalna, jaką zapewniają placówki w województwie (58% badanych jest zadowolona lub raczej zadowolona), prawie 30% osób nie potrafiło wymienić żadnej instytucji lub nie wiedziało, jak ocenić te wymienione. 41% respondentów wystawiło pozytywną notę instytucjom z powiatu (także 30% osób nie potrafiło wymienić/ocenić tych instytucji). Stosunkowo najgorzej wypadła ocena instytucji kultury z miejscowości, w których mieszkają badani – 36% osób uznało ofertę kulturalną instytucji lokalnych pozytywnie, a 46% negatywnie, 18% ponownie nie miało zdania.

Mieszkańcy wsi bardziej przychylnie ocenili instytucje kultury w powiecie (52% mieszkańców wsi jest zadowolona z funkcjonowania instytucji kultury w powiecie, przy 29% mieszkańców miast)¹⁴, natomiast mieszkańcy miast częściej pozytywnie oceniali ofertę kulturalną instytucji w ich miejscowościach (42% pozytywnych not, przy 28% takich samych ocen w przypadku mieszkańców wsi)¹⁵.

Tabela nr 7. Jakie zna Pan/Pani ośrodki kultury w Pana/Pani miejscowości?

Rodzaj ośrodków (placówek) kultury w miejscowości	Przykłady
Domy kultury	Miejskie Ośrodki Kultury w Zgierzu, Radomsku, Sieradzu, Kutnie, Złoczewie Piotrkowie Trybunalskim, Młodzieżowe Domy Kultur w Zgierzu, Radomsku, Sieradzu, Skierniewicach, Klub Garnizonowy w Łasku, Dom Kultury i Seniora w Łodzi, świetlice w Piotrkowie Trybunalskim, Zgierzu, Skierniewicach, powiat radomszczański, powiat łaski, Ośrodek Działań Artystycznych w Piotrkowie Trybunalskim
Instytucje kulturalno-oświatowe	Hufce harcerskie Łodzi, biblioteka w Piotrkowie Trybunalskim, Zgierzu, Bratoszewicach, Przedborzu, Radomsku, Kutnie
Kino	Muza w Radomsku
Muzea, obiekty wystawiennicze	Muzeum w Radomsku, Muzeum Miasta Zgierza, Muzeum Regionalne, Galeria u Panien w Piotrkowie Trybunalskim, Galeria OFF w Piotrkowie Trybunalskim
Teatry	Teatr Orfa, scena Teatru Jaracza w Sieradzu
Zabytki	Kościół Panien Dominikanek w Piotrkowie Trybunalskim
Inne	"Mamma Mia" – pizzeria w Sieradzu, kościoły oraz remizy strażackie w wielu miejscowościach województwa łódzkiego

¹⁴ Zależność jest dość silna, VK=0,29.

¹⁵ Zależność jest silna, VK=0,33.



**Tabela nr 8. Jakie zna Pan/Pani ośrodki kultury w Pana/Pani powiecie?**

Rodzaj ośrodków (placówek) kultury w powiecie	Przykłady
Domy kultury	Dom Kultury w Strykowie, Dom Kultury w Łasku, Dom Ludowy w Łasku, Gminny Ośrodek Kultury – Stryków, Ośrodek Kultury w Buczku, Koło Gospodyń w Dzierżąnej, Klub Garnizonowy w Łasku
Kina	Kino Muza w Radomsku
Kościóły	Kościół w Łasku
Muzea	Muzeum – Głowno, Muzeum Regionalne
Ośrodki sportowe	MOSiR w Piotrkowie Trybunalskim, Kutnie

Tabela nr 9. Jakie zna Pan/Pani ośrodki kultury w województwie łódzkim?

Rodzaj ośrodków (placówek) kultury w województwie	Przykłady
Domy kultury	DK w Wiśniowej Górze, w Piotrkowie Trybunalskim, w Pabianicach, MOK Rzgów, w Zduńskiej Woli, ŁDK
Muzea	Muzeum w Lipcach Reymontowskich, Muzeum Ziemi Łowickiej, skansen w Łowiczu, Muzeum Miejskie w Sieradzu, Muzeum Miejskie w Pabianicach, Muzeum Miasta Zgierza, Muzeum w Opocznie, skansen rzeki Pilicy, Muzeum Włókiennictwa w Łodzi, ms, ms2 w Łodzi, Muzeum Ludowe w Przedborzu
Organizacje	Caritas, Instytut Sadownictwa w Skierniewicach, Regionalna Organizacja Turystyczna Województwa Łódzkiego
Rekreacja, parki	termy Uniejów, aquapark Fała, Nowa Gdynia, park w Nałęczowie, Safari w Borysewie
Rozrywka	Manufaktura, Galeria Łódzka, Jazzga w Łodzi, multipleksy – Cinema City, Silver Screen, IMAX, kino Bałtyk, Atlas Arena, festyny w Woli Rakowej, Brójcach, Kurowicach
Teatry i filharmonie	Teatr Wielki w Łodzi, Teatr Jaracza, Teatr Nowy, Filharmonia Łódzka
Zabytki (świeckie, sakralne)	Zamek w Łęczycy, zamek w Oporowie, starówka w Piotrkowie Trybunalskim, Księża Młyn, kościół w Spale





UCZESTNICTWO

Interesowało nas także, jak często mieszkańcy województwa uczestniczą w imprezach kulturalnych organizowanych w województwie łódzkim, w powiecie czy w ich miejscu zamieszkania.

Najbardziej popularne są wśród mieszkańców imprezy organizowane lokalnie, w ich miejscu zamieszkania. 24% badanych wzięło w nich udział wielokrotnie lub kilka razy, a 38% raz czy dwa razy. Trzeba jednak zauważyć, że ciągle dość wysoki jest odsetek osób, które w tym roku nie wzięły udziału w żadnej z imprez w swojej miejscowości – 29%. Częściej w imprezach organizowanych na poziomie lokalnym uczestniczą mieszkańcy miast niż mieszkańcy wsi. 31% mieszkańców miast brała udział w takich wydarzeniach kilka razy lub częściej (jedynie 16% mieszkańców wsi robiła to równie często), a 45% zdarzyło się uczestniczyć w tych imprezach raz czy dwa razy (28% mieszkańców wsi). 45% mieszkańców wsi nie uczestniczyło w żadnej z imprez w ich miejscowości (16% mieszkańców miast)¹⁶. Jedną z przyczyn takiej sytuacji może być mniejsza liczba imprez organizowanych w ośrodkach wiejskich.

W imprezach powiatowych kilka i więcej razy wzięło udział 19% respondentów, 24% uczestniczyło w takich imprezach raz lub dwa razy w tym roku, a aż 41% osób nie brało udziału wcale.

45% respondentów nie było zainteresowanych także imprezami na poziomie całego województwa. 20% badanych wzięło udział w tegorocznych wydarzeniach raz lub dwa razy, a 24% kilka lub więcej razy.

Daje się zauważyć, że wydarzenia cieszące się dużą popularnością wśród badanych, to przede wszystkim „Dni” różnych miast, a także festyny czy jarmarki oraz imprezy organizowane przez centra handlowe. Popularne są również łódzkie festiwale i te organizowane lokalnie. Respondenci uczestniczyli też w różnego rodzaju imprezach związanych z rolnictwem czy naturą oraz w dożynkach, biesiadach, odpustach organizowanych przez parafie.

¹⁶ Zależność jest silna, $VK=0,35$.



**Tabela nr 10a. W jakich wydarzeniach brał Pan/Pani udział w tym roku?**

Rodzaj wydarzenia/przedsięwzięcia	Przykłady
'Dni' różnych miast	Łowicza, Łodzi, Tomaszowa Mazowieckiego, Piotrkowa, Radomska, Sieradza, Bratoszewic, Spały, Warty, Widawy, Jarmark Wojewódzki, Jarmark Spalski a także Dni Chleba i Golonki
Festiwale	Kolory Polski organizowany przez Filharmonię Łódzką, Międzynarodowy Festiwal Solistów i Lalkarzy, Festiwal Muzyki Organowej i Kameralnej, Festiwal Dialogu Czterech Kultur, Międzynarodowy Przegląd Sztuk Teatralnych, ŁÓPTA, Fashion Week, Festiwal Mediów, Piotrków – Festiwal Kapel Podwórkowych, Interakcje w Piotrkowie Trybunalskim, Open Hair w Sieradzu
Wydarzenia filmowe	Seanse, połówki letnie w Łodzi, tydzień kina hiszpańskiego w kinie Cytryna, Sputnik, Przegląd kina Europejskiego w ŁDK, kino Geneva, kino letnie nad zalewem, ENEMF
Imprezy kulturalne	Noc Muzeów, Spacerownik, Letnisko Księża Młyn, Ekologie Miejskie, Juwenalia, spacer po mieście [CIT, PTTK], domy kultury – wydarzenia, wykłady, Zjazd zespołów folklorystycznych, polonijnych, YAPA
Imprezy organizowane przez podmioty prywatne	Centra handlowe – Manufaktura – WOŚP, Moto Serce, Dzień Frankofonii, Piknik Naukowy, Dzień Matki
Imprezy miejskie/gminne	sylwester na Placu Wolności, Kabaret Ani Mru Mru w klubie garnizonowym, Dzień Dziecka na Zdrowiu, festyny
Koncerty	Manufaktura, Port Łódź, Atlas Arena, koncerty organizowane przez MOK i 'Agrafkę' (klub w Zgierzu)
Obiekty przyrodnicze	ZOO, Stawy Jana, Wystawa Tulipanów w ogrodzie botanicznym
Imprezy rolnicze	Dni Jabłka – Słubice, odpusty, dożynki – w Rzgowie, w Spale, w Dzierżąnej, festyny okolicznościowe, biesiady, festyn powiatowy w Jedlnie, Święto Kwiatów, Owoców i Warzyw w Skierniewicach, Święto Truskawki
Wydarzenia sportowe	Atlas Arena, mecze siatkówki, zawody w piłkę nożną, II Olimpiada Sportowa Banku PKOBP w Spale, rajdy samochodów terenowych, Malinka – turniej piłki plażowej, zawody deskorolkowe Vans
Teatralne – spektakle, wydarzenia	Teatr Wielki, Teatr im. Stefana Jaracza, Teatr Mały, Teatr Arlekin, Teatr Powszechny, spotkania baletowe, Spotkania Teatralne PWSFTviT i Teatr Nowy, Scena Teatru im. Stefana Jaracza w Sieradzu





Imprezy, w których uczestniczyli mieszkańcy województwa łódzkiego różniły się od siebie w zależności od powiatu. Tabela poniżej zawiera kompletny wykaz imprez, w których uczestniczyli badani, z podziałem na powiaty:

Tabela 10b. Imprezy w których brali udział respondenci z podziałem na powiaty

Powiat	Imprezy, w których brali udział mieszkańcy
Zgierski	<p>Miasto: dożynki, Dni Zgierza, Puszczenie wianków na Stawach Jana w Łodzi, przegląd kina Europejskiego w ŁDK, Koncert w Galerii Manhattan, Konwent Komiksu w ŁDK, Dni Zgierza, wydarzenia w Manufakturze, Dni Łodzi, Noc Muzeów, marsz z okazji rocznicy uchwalenia Konstytucji 3go Maja i złożenie kwiatów, sztuki teatralne, występy w Filharmonii, wizyty w muzeach i galeriach sztuki, koncerty w Atlas Arenie, Festiwal Sztuk Przyjemnych i Nieprzyjemnych w Teatrze Powszechnym, imprezy w parku miejskim w Zgierzu, spotkania baletowe, letnie imprezy plenerowe, Dni Główna, Dni Spały, Dni Chleba i Golonki, WOŚP, Dni Wielunia, Ogień – Główno, Wystawa psów, Światowy Dzień Walki z AIDS, Noc Świętojańska</p> <p>Wieś: Dzień Dziecka, Dni Bratoszewic, Filharmonia, Dni Strykowa, występy w Manufakturze, dożynki, Dni Zgierza, YAPA, Liga Dart, promocja piwa, koncerty organizowane przez MOK i Agrafkę, projekt P.I.W.O. – Juwenalia, ENEMF, Dni Łodzi, zawody motocyklowe w Strykowie, Dni Główna, Dożynki w Swędowie, Turnieje golfowe w Woli Błędowej, popisy strażackie, koncert zespołu Perfekt</p>
Łaski	<p>Miasto: Święto Truskawki, Jarmark Łaski, koncert w Porcie Łódź, sylwester na rynku w Łasku, dyskoteka w szkole, Dożynki, Dni Pabianic, Dni Zduńskiej Woli, Kabaret Ani Mru Mru w klubie garnizonowym, Dni Łodzi, Bełchatowa, Sieradza, mecze</p> <p>Wieś: Święto Truskawki, Jarmark Łaski, festyny, Dni Zelowa, Wernisaże, wystawy, koncerty, Dożynki, Lato na Ludowo</p>
Radomszczański	<p>Miasto: Dni Policji, Dni Radomska, Dni Zalewajki, Festyn szkolny, seanse kinowe, okoliczne festyny (Częstochowa, Jedlno, kościelne), mecz piłkarski, zawody wędkarskie, pielgrzymka rowerowa, wiejskie wesele, dożynki, widowiska kabaretowe, zawody sportowe o puchar wójta w Kietlinie, Dni Bełchatowa, występy sióstr Kabzińskich</p> <p>Wieś: Złoty motocyklistów w Jankowie, Dni Radomska, okoliczne festyny (powiatowe i gminne, w Jedlnie, Kodrębie, okolicznościowe), pokaz obrazu "Bitwa pod Grunwaldem", koncerty, święto ludowe (powiatowe), dożynki, pielgrzymki, koncerty kapel wiejskich, seanse kinowe</p>
Sieradzki	<p>Miasto: Dni Sieradza, wystawa psów, Open Hair, Jarmark Sieradzki, Dni Łasku, Dni Zduńskiej Woli, Fashion Week, Targi Urszulańskie, Dzień Matki w Manufakturze, wystawa fotograficzna, Malinka – turniej piłki plażowej, Dni Łodzi, Wizyta w teatrze, filharmonii, wernisaże, koncert zespołu KAMP, Koncert Dody w Porcie Łódź, Dni Zgierza, WOŚP, Dni Złoczewa, męskie granie w Porcie</p> <p>Wieś: Dni Sieradza, Open Hair, Dni Zduńskiej Woli, Jarmark w Sieradzu, WOŚP, koncert uczestników X Faktor w Porcie Łódź i inne koncerty w Porcie Łódź, Zakończenie lata w Sieradzu, pokaz mody w Porcie, festiwal muzyki filmowej w Łodzi, festiwale rodzinne, dożynki, jarmark w Burzeninie, Dni Łodzi, Dni Łasku, Dni Brzeźna, Dni Warty, Dni Zduńskiej Woli, jarmark urszuliński</p>
Skierniewicki	<p>Miasto: złoty motocykli, przeglądy kapel wiejskich, dzień Reymonta, występy w Lipcach Reymontowskich, Święto Kwiatów, Owoców i Warzyw, kino letnie nad zalewem, targi staroci, targi kolekcjonerskie, koncerty na rynku, konkurs DJ-ów</p> <p>Wieś: Święto Owoców, Kwiatów i Warzyw, Dzień Reymonta, Dni Makowa (majówka), dotyk, Dożynki, Kolory Polski (Filharmonia Łódzka), koncert zespołu Dżem w Skierniewicach, Dni Łowicza, Skierniewic, Boże Ciało w Łowiczu</p>
Kutnowski	<p>Miasto: Boże Ciało w Łowiczu, biesiada folklorystyczna w Żychlinie, nocnik – Łeczyca, festyny rodzinne, kutnowska majówka, koncert Andrzeja Rosiewicza, Katarzyny Kowalskiej, Święto Kwiatów, festyn "Dzień dziecka", Majówka, festyny, pikniki, koncerty plenerowe, festiwale muzyczne i kabaretowe, Stacja Kutno, Święto Róży, festyny rodzinne, Noc Muzeów, letni festiwal muzyczny – spotkania operowe, koncert organowy, maraton filmowy, WOŚP, Dni Kutna, Festiwal Szaloma Asza, Festiwal Ognia, Koncerty plenerowe, targi mieszkaniowe</p> <p>Wieś: jarmarki, imprezy masowe – Gala Eski, Majówka w Kutnie, festyn szkolny, kino w Plocku, Zjazd rycerski w Łęczycy, WOŚP, koncerty plenerowe, festyny z okazji dnia dziecka, Święto Roli w Strzelcach</p>

36% badanych chciało wziąć udział w imprezach organizowanych w województwie, lecz nie udało im się zrealizować tego zamiaru. Głównymi powodami takiego obrotu spraw były: brak czasu (dla 28%), impreza odbywała się za daleko (dla 22%, nieco częściej powód ten podawali mieszkańcy wsi), obowiązki (dla 22%, częściej dla mieszkańców miast), brak towarzystwa (dla 10%, częściej dla mieszkańców miast) oraz zbyt duże koszty (dla 7%).





Tabela nr 11. Co przeszkodziło badanym we wzięciu udziału w wydarzeniach kulturalnych

Z jakich powodów badani nie wzięli udziału w wydarzeniu?	%	Miasto	Wieś
Brak czasu	28%	15%	13%
Odbywało się za daleko	22%	9%	13%
Inne obowiązki	22%	16%	6%
Brak towarzystwa	10%	8%	2%
Zbyt duże koszty	7%	4%	3%
Brak biletów	1%	1%	0%

Uczestnictwo w kulturze przybiera różne formy. Zapytaliśmy badanych, jak często w ciągu ostatnich 12 miesięcy podejmowali określone działania. Okazuje się, że najbardziej popularną aktywnością jest oglądanie filmu w telewizji (79% badanych robi to bardzo często), 36% osób więcej niż 5 razy w ciągu ostatniego roku oglądało też film na komputerze, a 37% wychodziło do restauracji czy kawiarni. Warto zauważyć, że 71% badanych nie było w ciągu roku w teatrze, 61% w galerii czy muzeum, 46% nie wzięło udziału w żadnej imprezie kulturalnej lub festiwalu, 45% nie było na koncercie, a 44% w ciągu ostatniego roku nie było nawet w kinie. Nie ma też znaczących różnic w częstotliwości uczestnictwa pomiędzy mieszkańcami miast i wsi. Mieszkańcy miast nieco częściej uczestniczą jedynie w koncertach oraz biorą udział w imprezach kulturalnych i festiwalach¹⁷.

Tabela nr 12. Częstotliwość uczestnictwa w określonych formach życia kulturalnego

Podejmowane działanie	Ani razu			Raz			Dwa lub trzy razy			Cztery lub pięć razy			Więcej niż pięć razy		
	Ogółem	Miasto	Wieś	O	M	W	O	M	W	O	M	W	O	M	W
Wizyta w kinie	44	42	45	18	18	19	18	17	19	7	7	8	8	12	3
Wizyta w teatrze	71	70	72	14	15	13	7	7	8	2	4	0	1	1	0
Wizyta w galerii/muzeum	61	60	62	20	24	16	12	11	13	1	1	1	1	1	1

¹⁷ Zależność dość silna (VK=0,29) oraz przeciętna (VK=0,22).





Udział w koncercie	45	34	58	20	28	12	19	23	15	7	7	6	4	6	2
Udział w imprezie kulturalnej/festiwalu	46	39	54	24	32	15	19	20	17	4	3	5	2	2	2
Oglądanie filmu w telewizji	4	1	5	1	0	3	4	5	3	7	7	7	79	82	77
Granie w gry komputerowe	54	53	55	6	6	7	7	9	5	7	9	5	21	20	23
Oglądanie filmu na komputerze	41	36	44	5	6	5	8	9	7	5	5	4	36	40	33
Udział w jarmarku, pikniku	32	31	32	31	35	27	24	23	26	3	2	4	4	4	4
Wyjście do dyskoteki, na dancing	58	55	61	11	12	9	10	11	9	5	6	5	11	13	9
Wyjście do restauracji, kawiarni	23	20	26	10	12	8	16	13	20	8	7	9	37	43	31

Zapytaliśmy badanych, ile książek przeczytali lub przesłuchali w formie audiobooków, w ciągu ostatnich 6 miesięcy. 31% osób nie przeczytało ani nie przesłuchało żadnej książki. 3% zaczęło jedną, ale jeszcze nie skończyło jej czytać. Jednak 23% badanych pochwaliło się dorobkiem 4 i więcej książek. Jedną książkę udało się przeczytać 12% respondentów, dwie przeczytało 14% z nich, a po 3 książki sięgnęło 12% badanych.

Skąd badani biorą książki? Najwięcej osób wypożycza je z biblioteki (42%), bądź pożyczają od znajomych czy rodziny (32%). 28% respondentów kupuje nowe papierowe książki, a jedynie 3% kupuje audiobooki. Ponadto badani wyszukują książki w sieci (7%), kupują je w wersji cyfrowej (2%), a także kupują je w antykwariatach/komisach (4%).

OCENA OFERTY KULTURALNEJ

Poprosiliśmy mieszkańców województwa, aby ocenili ofertę kulturalną na trzech poziomach: całego województwa, powiatu, w którym mieszkają oraz miejscowości, w której mieszkają. Najlepiej wypadła oferta kulturalna województwa – 37% osób wystawiło jej ocenę dobrą lub bardzo dobrą, a przeciętnie oceniło ją kolejne 30% osób. Jedynie 1 na 10 osób oceniła ją jako słabą i bardzo słabą (mieszkańcy miast oraz wsi byli zgodni w ocenie tej oferty). 20% mieszkańców było skłonnych wystawić ocenę dobrą i bardzo dobrą ofercie kulturalnej powiatu, w którym mieszkają, jednak większość respondentów oceniła ją jako przeciętną (35%) oraz słabą (21%). Ofertę powiatową lepiej oceniali mieszkańcy wsi niż miast – 22% respondentów pochodzenia wiejskiego





oceniło ją dobrze i bardzo dobrze, a wśród mieszkańców miast takie noty wystawiło 14% z nich¹⁸. Zarówno w przypadku poziomu wojewódzkiego, jak i powiatowego ponad 20% badanych (odpowiednio 22% oraz 24%) nie potrafiło ocenić oferty kulturalnej. Najgorzej ponownie wypadła oferta kulturalna na poziomie lokalnym. Ocenę bardzo dobrą i dobrą wystawiło jej jedynie 16%, 32% oceniło tę ofertę jako przeciętną, a aż 43% jako słabą i bardzo słabą (9% nie miało zdania). Jednak mieszkańcy miast mieli przeciętnie lepsze zdanie o ofercie kulturalnej ich miejscowości niż mieszkańcy wsi. 18% respondentów z miast wystawiło ocenę dobrą lub bardzo dobrą (12% mieszkańców wsi), 40% oceniło tę ofertę przeciętnie (24% mieszkańców wsi), a opinię negatywną wyraziło 32% mieszkańców miast i 52% mieszkańców wsi¹⁹.

Jak badani oceniają poszczególne obszary oferty kulturalnej w województwie łódzkim? Wyszczególnionych zostało 14 obszarów, które oceniane były w 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. Warto zauważyć, że od 22% do 34% badanych nie potrafiła wystawić swojej oceny w poszczególnych obszarach²⁰.

Łódź wypada nieco lepiej od innych miast i województwa w ogóle, jednak nie jest to przewaga bardzo znacząca. Bardzo dobrze został oceniony repertuar kin, oferta gastronomiczna oraz centra handlowe.

Tabela nr 13. Ocena oferty kulturalnej w poszczególnych obszarach na skali od 1 do 6, gdzie 6 to ocena najslabsza, a 6 – najlepsza

Obszary do oceny	Miasta w		
	Łódź	województwie	Województwo
Poziom			
Repertuar kin	5	3	4
Repertuar teatrów	4	3	3
Koncerty	4	3	4
Imprezy kulturalne, festiwale	4	4	4
Pikniki, festyny, jarmarki	4	4	4

¹⁸ Zależność jest dość silna, VK=0,28.

¹⁹ Zależności jest dość silna, VK=0,29.

²⁰ Poziom Łodzi: 25% badanych nie potrafiło ocenić repertuaru kin, 29% repertuaru teatrów, 28% koncertów, 27% imprez kulturalnych, 25% pikników, festynów, 23% oferty gastronomicznej, 23% terenów rekreacyjnych, 28% galerii, muzeów, 34% kawiarenek internetowych, 34% skateparków, 24% centrów handlowych, 32% sal zabaw dla dzieci, 34% kółek zainteresowań, 26% targów, giełd; Poziom miast w województwie: 27% badanych nie potrafiło ocenić repertuaru kin, 32% repertuaru teatrów, 29% koncertów, 28% imprez kulturalnych, 24% pikników, festynów, 22% oferty gastronomicznej, 24% terenów rekreacyjnych, 29% galerii, muzeów, 33% kawiarenek internetowych, 34% skateparków, 25% centrów handlowych, 31% sal zabaw dla dzieci, 31% kółek zainteresowań, 24% targów, giełd;





Oferta gastronomiczna, kluby, puby, kawiarnie, restauracje	5	4	4
Tereny rekreacyjne	4	3	4
Galerie, muzea	4	4	4
Kawiarenki internetowe	4	4	4
Skateparki	3	2	2
Centra handlowe	5	4	4
Salę zabaw dla dzieci	3	3	3
Kółka zainteresowań, pracownie, w których można nauczyć się podstaw plastyki/muzyki/fotografii	4	3	3
Targi, giełdy	4	4	4

ZNAJOMOŚĆ OFERTY KULTURALNEJ ŁODZI

Czy mieszkańcom województwa znane są wydarzenia kulturalne, które odbywają się w Łodzi? Jakiego rodzaju są to wydarzenia? Wydaje się, że najbardziej znane w regionie są łódzkie festiwale oraz koncerty oraz wydarzenia kulturalne organizowane przez instytucje prywatne (jak np. Manufaktura, Port Łódź, Atlas Arena), popularne są też wydarzenia „miejskie” – rocznica nadania Łodzi praw miejskich, Jarmark Wojewódzki, Dni Łodzi. Badani odwiedzają stolicę województwa także, aby pójść do kina czy do teatru albo wziąć udział w imprezie sportowej.

Tabela nr 14. Wydarzenia/przedsięwzięcia kulturalne w Łodzi znane mieszkańcom regionu

Rodzaj wydarzeń/przedsięwzięcia	Przykłady
Festiwale	Sztuk Przyjemnych i Nieprzyjemnych, Działka, Komiksu, Kolory Polski, Spotkania baletowe, Festiwal Dobrego Smaku, Festiwal Nauki i Techniki, Camerimage, Międzynarodowy Festiwal Solistów i Lalkarzy, Festiwal Kultury Chrześcijańskiej, Festiwal Czterech Kultur, Festiwal Piosenki Żydowskiej w Teatrze Jaracza, Zjazd Zespołów Folklorystycznych Polonijnych, Tydzień Mody, Festiwal Wina, Festiwal Flamenco, YAPA, Innovation w Arenie





Imprezy miejskie	Rocznica nadania Łodzi praw miejskich, WOŚP, Jarmark Wojewódzki, Dni Łodzi, Sylwester na Placu, Imieniny Poznańskiego, Dni Europejskie, Dni Ziemi Łódzkiej, Targi [Jubilerskie, Budowlane]
Inne wydarzenia kulturalne	Noc Muzeów, Masa Krytyczna, Imprezy organizowane na Księżym Młynie, Trawniki Kultury, Parada Wolności, Letnisko Księży Młyn, Puszczenie wianków na Stawach Jana, Dni kultury żydowskiej
Koncerty, imprezy organizowane przez podmioty prywatne	Geyer Music Factory, koncert Radia Zet w Manufakturze, koncert urodzinowy w Manufakturze, koncert Moniki Brodki, koncerty na Stawach Jana, koncert Myslovitz, w centrach handlowych – Port Łódź (piątkowe, finaliści X Factor), koncert chopinowski, koncert Shakiry w Atlas Arenie, Łódzkie Spotkania Jazzowe w Teatrze Wielkim, retransmisja Oper w Filharmonii Łódzkiej, koncert na Stawach Jana – Kari Remi, koncert Radia RMF w Manufakturze, koncerty muzyki poważnej w Łagiewnikach, koncert Gregorian, Dzień Dziecka w Manufakturze, pikniki
Spacery, wycieczki	Wycieczki, np. śladami Reymonta, Spacery po Łodzi, Wycieczki z Aliną Jabłońską
Wydarzenia filmowe	Seanse filmowe w łódzkich kinach, premiery
Wydarzenia sportowe	Julianów – sztuki walki dla młodzieży, Mistrzostwa Europy w Piłce Siatkowej, mecz rugby, Walka z Gołotą, Gala Boksu Zawodowego, Euro Basket 2011, mecz piłkarski, zawody deskorolkowe Vans
Wydarzenia teatralne	Spektakle w łódzkich teatrach – Szalone Nożyczki, My Fair Lady, Janda w Teatrze Wielkim

KORZYSTANIE Z OFERTY KULTURALNEJ POZA WOJEWÓDZTWEM

Do jakich miast lubią wyjeżdżać mieszkańcy województwa łódzkiego? Przede wszystkim do innych ośrodków miejskich w województwie łódzkim: największą popularnością cieszy się Łódź, ale badani często udają się też do stolic powiatów województwa: Piotrkowa Trybunalskiego, Bełchatowa, Opoczna, Łowicza, Wielunia, Skierniewic, Kutna, Zgierza, Pabianic, Brzezina, Sieradza, Zduńskiej Woli, Łowicza, Łasku, Rawy Mazowieckiej, Radomska. Inne odwiedzane miejscowości w województwie to: Aleksandrów Łódzki, Drzewica, Głowno, Przedbórz, Stryków, Uniejów, Żychlin. Należy pamiętać, że wybór ten (szczególnie w ostatnim przypadku) może być podyktowany doborem badanych powiatów. Badani wymieniają też miejscowości, do których udają się na wypoczynek w okresie wakacyjnym. Z miejscowości nadmorskich są to: Gdańsk, Gdynia, Sopot, Koszalin, Mieleno, Kołobrzeg, Ustka, Trzebiatów, Gryfice; z ośrodków położonych nad jeziorami: Giżycko, Olsztyn, Mikołajki, Ślesin, Szczytno, Mrągowo; w górach: Zakopane. Popularnym województwem jest kujawsko-pomorskie, w którym badani odwiedzają: Toruń, Bydgoszcz, Ciechocinek, Chodecz. Respondenci odwiedzają także duże polskie miasta: Warszawę, Kraków, Wrocław, Katowice. Inne odwiedzane miasta to: Kielce, Płock, Częstochowa, Ostrów Wielkopolski, Kędzierzyn-Koźle, Kalisz, Gostynin.

Wielu badanych przyznało jednak, że nie wyjeżdża poza swoją miejscowość.

29% badanych korzystało w ostatnim roku z oferty kulturalnej poza województwem łódzkim. Mieszkańcy województwa wyjeżdżali, aby odwiedzić galerie handlowe, wziąć udział w imprezach organizowanych w innych miastach (dni miast), imprezach powiatowych czy gminnych, w koncertach i festiwalach, aby zwiedzić skanseny, obejrzeć spektakl teatralny lub operowy, odwiedzić muzea, wziąć udział w wydarzeniach filmowych czy





sportowych. Niektórzy z respondentów do wyjazdów związanych z kulturą zaliczyli również pobyty w sanatoriach i uzdrowiskach.

Tabela nr 15. Wydarzenia kulturalne oraz instytucje kultury poza województwem łódzkim odwiedzane przez badanych

Rodzaj wydarzenia, typ instytucji odwiedzanej poza województwem	Przykłady
ośrodki zdrowotne	zabiegi w sanatorium, Ciechocinek
galerie handlowe	Galeria Jurajska
impresy miejskie/powiatowe/gminne	Dni Miasta (Toruń, Płock, Ustka), Sylwester na rynku we Wrocławiu, piknik gminny we Władysławowie, jarmark we wsi Krzywogoniec, Jarmark Dominikański, odpust w Słubicach, Dni Gostynia, Dni Darłowa, festyn w Sochaczewie, Dni Konina, Dni Sochaczewa, Majówka Prusa w Nałęczowie, Święto Pstrąga w Złotym Potoku, piknik w Wałczu, Dni i noce Szczytna
koncerty, festiwale	Orange Music Festival w Warszawie, Poznań – koncert ATB, Filharmonia Rzeszowska, Opera Śląska, Kraków (koncert z okazji beatyfikacji Jana Pawła II), Rykowisko w Węgorzewie, Woodstock, Festiwal Eska Music w Bydgoszczy, Lato z Radiem Zet (Bałtyk, Koszalin, Gdańsk), Festyn Karaoke w Łazach, koncert muzyki cygańskiej w Ciechocinku, Koncert OSTR w Warszawie, Warszawa – festiwal teatralny, Festiwal Poli Negri w Lipnie, Nienormatograf w Białymstoku, Tauron Nowa Muzyka Festival w Katowicach, koncert w Kazimierzu Dolnym, Coke Live Music Festival – Kraków
Skanseny	Skansen w Sanoku, park archeologiczny w Biskupinie, wioska mongolska koło Słupska
spektakle teatralne, opera	Warszawa – sztuka „Nędznicy”, Teatr Roma w Warszawie, Wrocław – filharmonia, Teatr Polski, występy w Operze i Operetce Wrocławskiej, Teatr w Częstochowie, filharmonia w Częstochowie
wizyty w muzeach, obiektach wystawienniczych	Muzeum Powstania Warszawskiego, Kołobrzeg – Muzeum Wojska, Warszawa – Centrum Kopernika, Muzeum Latarni Morskiej w Jarosławcu, Międzyzdroje – Muzeum Figur Woskowych, Muzeum w Sanoku, Galeria Beksińskiego, Muzeum Narodowe w Szczecinie, Wystawa obrazów, Kielce – Muzeum Narodowe, Muzeum w Pszczynie, Park Miniatur w Inowładzie koło Oświęcimia, muzea na Mazurach Świnoujście – zwiedzanie portu, Kazimierz Dolny – zwiedzanie miasta, Żywiec – lądowisko samolotów, zabytki Żywca (wytwórnia piwa Żywiec), Góry Świętokrzyskie, rezerwaty żubrów, Rogów – zwiedzanie zabytków i starego miasta, Częstochowa – zwiedzanie klasztoru, Jantar – zwiedzanie, wycieczki krajoznawcze do Kazimierza, Olsztyna, Sandomierza, wycieczki w Tatry Wysokie, Bieszczady, do Wrocławia, zwiedzanie Łazienek i Pałacu Kultury w Warszawie, Góry Stołowe, Giżycko, DinoZatorLand – Zator k. Katowic, Dinopark w Łebie, Poznań
wycieczki krajoznawcze	Częstochowa – zwiedzanie klasztoru, Jantar – zwiedzanie, wycieczki krajoznawcze do Kazimierza, Olsztyna, Sandomierza, wycieczki w Tatry Wysokie, Bieszczady, do Wrocławia, zwiedzanie Łazienek i Pałacu Kultury w Warszawie, Góry Stołowe, Giżycko, DinoZatorLand – Zator k. Katowic, Dinopark w Łebie, Poznań
wydarzenia filmowe	premiery w Warszawie, Kino w Arkadii, noce filmowe
wydarzenia sportowe	Beach Soccer w Jantarze, Skocznia narciarska w Wiśle, Łagiewniki – pokazy jazdy konnej, Rajdy Samochodowe k. Wrześni, Złot Motocyklistów
Inne	gry uliczne na dworcu centralnym, imprezy okolicznościowe, kabarety





Bardzo niewiele osób, bo tylko 5%, skorzystało w ciągu ostatniego roku z oferty kulturalnej poza granicami Polski. Zwiedzali oni miasta europejskie i pozaeuropejskie, a w nich odwiedzali liczne instytucje kultury: muzea, galerie, teatry. Celem części wypraw były koncerty muzyczne – zarówno muzyki popularnej, jak i klasycznej.

Tabela nr 16. Zagraniczne wydarzenia kulturalne oraz instytucje kultury odwiedzane przez badanych

Rodzaj wydarzenia, typ instytucji odwiedzanej poza krajem	Przykłady
Miasta – zwiedzanie	Szwecja – Sztokholm, Włochy – muzea, kościoły, wieże, wyjazd dla dzieci z rodzinnego domu dziecka do Holandii (Zoo, plaża, Lunapark), Dubrownik (Chorwacja) – zwiedzanie średniowiecznych budowli miasta, wycieczki krajoznawcze, historyczne, Turcja, Kreta, Kostaryka, Paryż, Lion – zwiedzanie, Bernburg (Niemcy) – zwiedzanie zabytków i zamku, zwiedzanie starego miasta w Budapeszcie, zwiedzanie Egiptu, Piramidy-Egipt, Aqua city (Słowacja), Berlin – zwiedzanie Bramy Brandenburskiej, Alexander Platz, Hiszpania – zwiedzanie Białego Miasta Mias, Katedry w Granadzie, areny byków, meczetu w Cordobie, Gibraltaru i licznych zabytków w Maladze
Obiekty kulturalne	Teatry w Londynie, Edynburgu, Birmingham, Muzeum starożytności w Kairze, Muzeum Sztuki w Wiedniu, Muzeum Mosfilmu w Moskwie, Teatry w Gissen, Neue Opera House we Frankfurcie, Muzeum Narodowe i Muzeum Picassa w Barcelonie, Dublin – Museum of Irish Heritage, Galery of Dublin, Muzeum Górnictwa i Broni – Lincoln (Wielka Brytania), Muzeum Seksu, Hiszpania – Prado (wystawa portretów), Luwr, muzeum w Splicie (Chorwacja), muzeum w Pradze
Wydarzenia kulturalne	Koncert symfoniczny w zamku pod Dreznem, koncerty muzyki poważnej w Gissen, Święto Światła w Paryżu, Dublin – Dzień św. Patryka, koncert post-punkowej kapeli z USA, Palaisdes Congres – koncert Michoda, Dni Florencji, Niemcy – Festiwal Piwa, Rock on ring – Niemcy, Kino w Danii, Dni Miast, różne koncerty zagranicznych gwiazd (np. Rihanny w Niemczech)

ŹRÓDŁA INFORMACJI O OFERCIE KULTURALNEJ

W jaki sposób najczęściej nasi badani dowiadują się o interesujących ich imprezach kulturalnych w kraju, województwie czy ich mieście/powiecie? O imprezach o charakterze ponadlokalnym (wojewódzkim czy krajowym) mieszkańcy województwa łódzkiego najczęściej czerpią informacje z telewizji (odpowiednio 57% i 70%). Ważnym medium na poziomie wojewódzkim jest też prasa (42%). Natomiast najpopularniejszym źródłem informacji na poziomie lokalnym jest prasa lokalna (50% wskazań). Duża część badanych (42%) o różnych wydarzeniach lokalnych dowiaduje się po prostu od sąsiadów, znajomych czy rodziny. 33% respondentów korzysta z Internetu, aby znaleźć informacje o imprezach o charakterze ponadlokalnym, a 25% również w Internecie szuka doniesień o imprezach lokalnych. Szczegółowy rozkład popularności poszczególnych źródeł informacji przedstawia Tabela nr 17.





Tabela nr 17 Źródła informacji o wydarzeniach kulturalnych

Źródło informacji Poziom	Województwo	Powiat/miasto	Kraj
	(% wskazań)		
Prasa (lokalna)	42%	<u>50%</u>	20%
Radio	35%	26%	<u>37%</u>
Telewizja	57%	39%	<u>70%</u>
Od sąsiadów, znajomych, kogoś z rodziny	30%	<u>42%</u>	23%
Samodzielnie	10%	11%	<u>12%</u>
Plakaty, afisze, bilbordy na ulicach	24%	<u>35%</u>	12%
Ogłoszenia w kościółce	5%	<u>6%</u>	3%
Internet	<u>33%</u>	25%	<u>33%</u>
Ulotki rozdawane na ulicy	6%	<u>11%</u>	4%
Ulotki przynoszone do domu, znajdowane w skrzynce	5%	<u>8%</u>	3%

KULTURA A INTERNET

INTERNET – ŹRÓDŁO INFORMACJI O OFERCIE KULTURALNEJ

Internet nie znalazł się w czołówce środków masowego przekazu, dostarczających respondentom informacji o wydarzeniach kulturalnych. Do korzystania z Internetu przyznaje się jednak dużo więcej badanych, bo 64%, z czego 75% posiada stałe łącze w swoim mieszkaniu.

Zapytaliśmy użytkowników Internetu, jak często korzystają z niego, aby wyszukać informacje o interesujących ich kulturalnych wydarzeniach ogólnościatowych, krajowych, wojewódzkich, powiatowych, dziejących się w ich mieście oraz mających miejsce w Łodzi.

Ponad 40% respondentów przyznało, że szuka takich informacji często i bardzo często na trzech poziomach: wojewódzkim (43%), własnej miejscowości (42%) oraz łódzkim (41%). Natomiast rzadko i bardzo rzadko robi to odpowiednio 35%, 28% oraz 33% badanych. 37% mieszkańców województwa bardzo często i często w





Interneecie zasięga też informacji o wydarzeniach na szczeblu powiatowym, a 1/3 przyznaje, że często zdarza im się poszukiwać tam wiadomości także o wydarzeniach na szczeblu krajowym (34%) oraz ogólnopolskim (31%).

Warto zauważyć, że użytkownicy Internetu z miast dwukrotnie częściej niż ci pochodzący ze wsi wyszukują w sieci informacji o interesujących wydarzeniach kulturalnych odbywających się w ich miejscowości (54% mieszkańców miast oraz 28% mieszkańców wsi szuka informacji bardzo często i często)²¹.

Jakie portale, strony internetowe są wybierane przez mieszkańców województwa łódzkiego jako źródło informacji na temat kultury? Uzależnione jest to od rodzaju poszukiwanych informacji oraz od miejsca zamieszkania. Listę alfabetyczną serwisów wymienianych przez badanych przedstawia Tabela nr 18. Na jej podstawie widać, że im szerszy poziom, którego dotyczą poszukiwania badanych, tym mniej są one skonkretyzowane i tym mniej konkretnych nazw serwisów wymieniają badani. Zdecydowanie najwięcej nazw (52) pojawia wśród serwisów, których badani używają do szukania informacji o wydarzeniach kulturalnych na poziomie lokalnym.

Tabela nr 18. Lista stron i portali internetowych, na których badani szukają informacji o wydarzeniach kulturalnych

L.p.	Lokalne	Województwo	Kraj	Świat
1.	7dni.com	allegro.pl	cgm.pl	allegro.pl
2.	aktivist.pl	dziejesie.pl	eskarock.pl	bbc.com
3.	allegro.pl	dzienniklodzki.pl	facebook.pl	dziennik.pl
4.	citylodz.pl	eskarock.pl	fakt.pl	eskarock.pl
5.	cojestgrane.pl	facebook.pl	gazeta.pl	facebook.pl
6.	dziejesie.pl	gazeta.lodz.pl	google.pl	fakt.pl
7.	e-piotrkow.pl	gazeta.pl	independent.pl	gazeta.pl
8.	e-skierniewice.pl	google.pl	interia.pl	google.pl
9.	eglowno.pl	interia.pl	koncertomania.pl	interia.pl
10.	eskalodz.pl	kultura.pl	Nasza-klasa.pl	koncertomania.pl
11.	facebook.pl	mojemiaszolodz.pl	nasze.fm	newsweek

²¹ Zależności jest silna $VK=0,31$.





12.	ftb.pl	nasza-klasa.pl	o2.pl	onet.pl
13.	gazeta.lodz.pl(forum "Poznajemy Łódź")	nasze.fm	onet.pl	polskatravel.pl
14.	google.com	naszemiasto.pl	polskatravel.pl	skyscraper city
15.	HaloŁódź	onet.pl	portal Gazety Wyborczej	strona określonego wydarzenia
16.	interia.pl	planero.pl	przeglądarki internetowe	The Times w sieci
17.	itpiotrkow.pl	przez wyszukiwarke	rzeczpospolita	ticketonline
18.	kultura.pl	radiolodz.pl	strona określonego wydarzenia	tlen.pl
19.	lask.prv.pl	reymont.pl	strony miast, gazet	tvn24.pl
20.	lodzartcenter.com	rotwl.pl	ticketonline	wieszcodobre.pl
21.	lodz.pl	strona Manufaktury	tvn24.pl	wikipedia.pl
22.	Łaski serwis samorządowy	strona Teatru Wielkiego	wieszcodobre.pl	wp.pl
23.	mamawlodzi.pl	strona urzędu miasta i urzędu marszałkowskiego (Łódź)	wp.pl	yahoo.com
24.	mojemiesto.pl	strona Wiadomości Regionalnych	youtube.com	youtube.pl
25.	mojpiotrkow.pl	strony lokali gastronomicznych		zeit
26.	nasze.fm	strony urzędów miejskich		
27.	naszemiasto.pl	tvn24.pl		
28.	naszeradomsko.pl	wp.pl		
29.	naszpiotrkow.pl	wyborcza.pl/lodz		
30.	nocnytrans.pl			
31.	onet.pl			
32.	panorama łaska			





33. piotrkow.pl
34. radomsko.pl
35. radomsko24.pl
36. skierniewickie.pl
37. strefabiletow.pl
38. strona Gazety Radomszczańskiej
39. strona gminy Łask
40. strona łaskiego DK
41. strona łódzkich wiadomości
42. strona miasta Łodzi
43. strona miasta Zgierza
44. strona NTL
45. strona Urzędu Miasta Radomska
46. strona www Agrafki
47. strony instytucji kulturalnych
48. sulejow.pl
49. wp.pl
50. wyborcza.pl/lodz
51. youtube.com
52. zgierz.pl

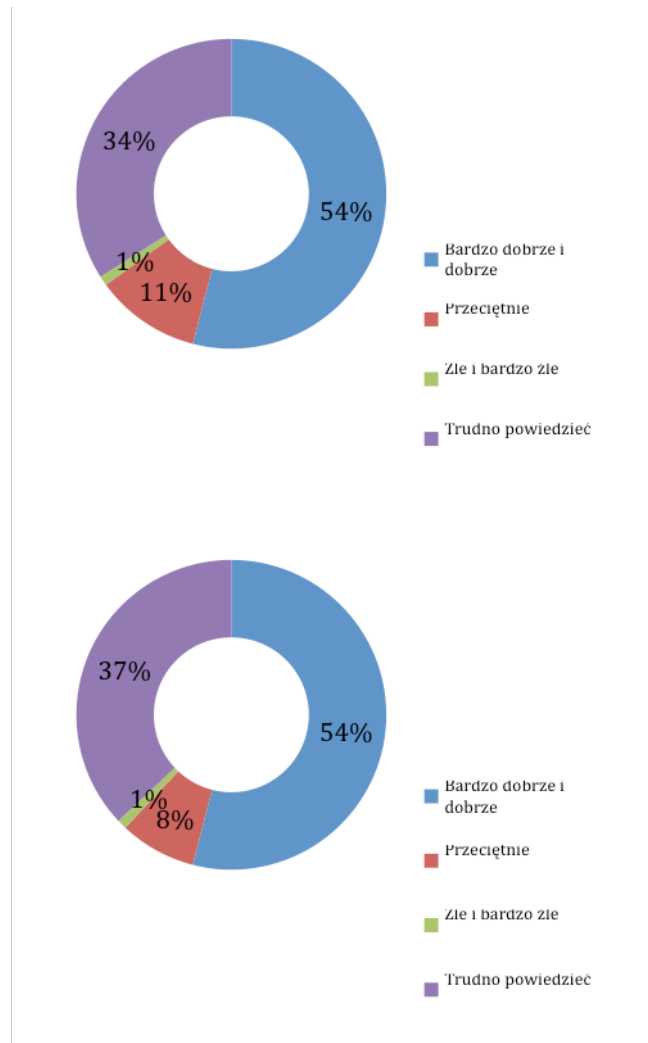
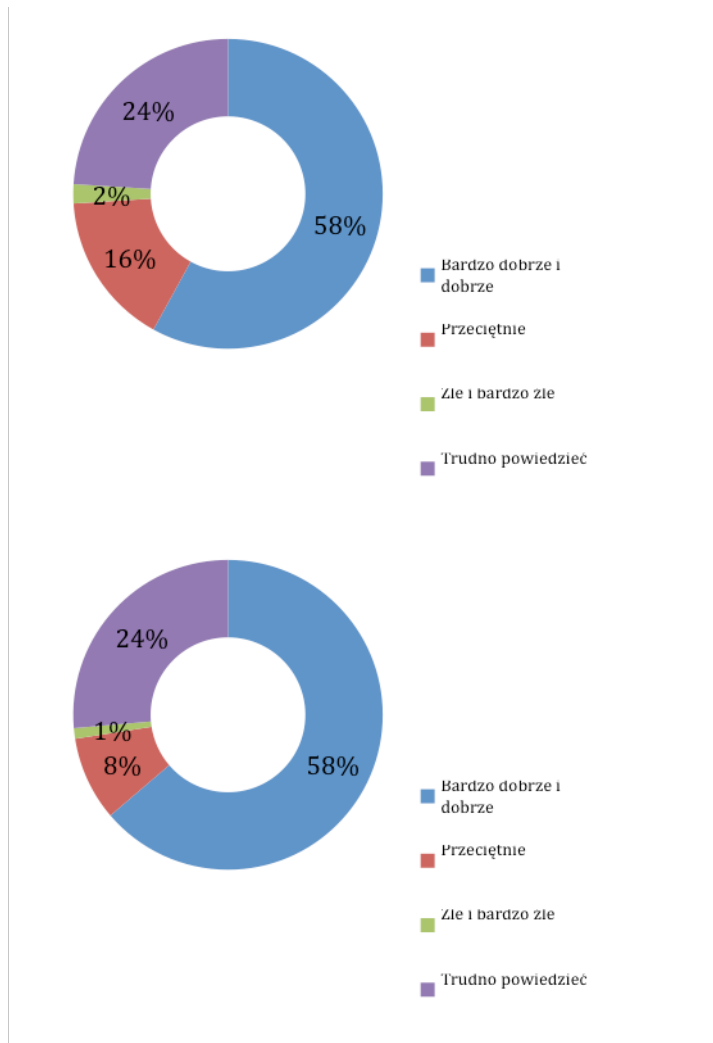




Serwisy, z których korzystają badani, są też przez nich bardzo dobrze oceniane, choć stosunkowo dużo jest też osób niezdecydowanych.

Wykres nr 4. Ocena serwisów lokalnych

Wykres nr 5. Ocena serwisów – województwo



Wykres nr 6. Ocena serwisów – kraj

Wykres nr 7. Ocena serwisów – świat

Poprosiliśmy też użytkowników Internetu, aby określili, w jaki sposób najczęściej znajdują informacje w sieci – na jakich rodzajach stron czy jakimi kanałami otrzymują informacje o wydarzeniach kulturalnych? Aż 82% znajduje te informacje na portalach i w serwisach ogólnoinformacyjnych, 63% otrzymuje je bezpośrednio od znajomych poprzez e-mail czy czat, blisko połowa korzysta z portali i serwisów kulturalnych, a po 47% badanych wykorzystuje do tego serwisy społecznościowe, jak np. facebook, czy opisy umieszczane przez znajomych w komunikatorach internetowych. 38% respondentów odwiedza bezpośrednio strony internetowe instytucji kultury.

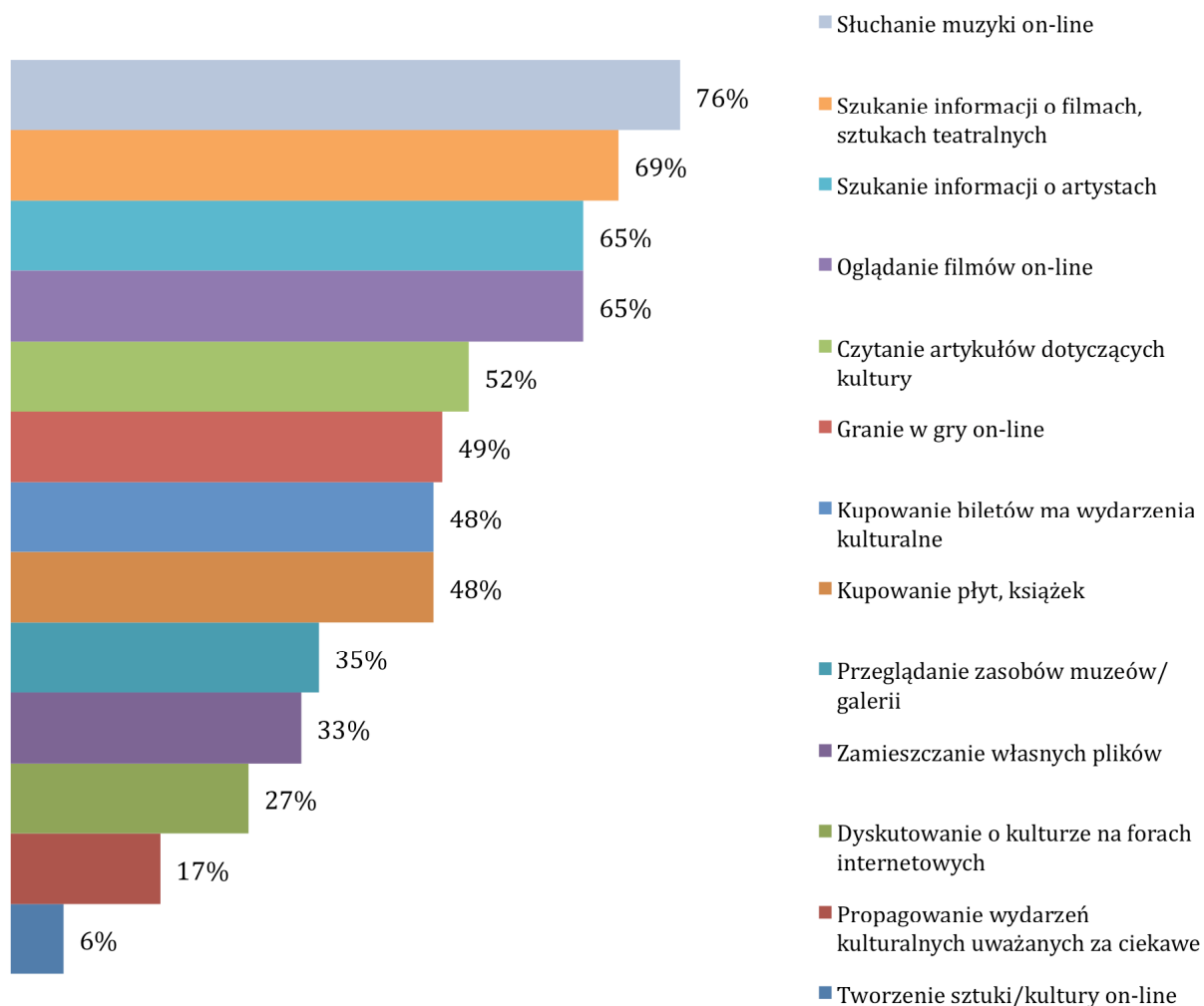




INTERNET A AKTYWNOŚĆ KULTURALNA MIESZKAŃCÓW WOJEWÓDZTWA

Czy badani, korzystając z Internetu, biorą aktywny udział w życiu kulturalnym? Zapytaliśmy mieszkańców województwa łódzkiego, do jakich celów związanych z kulturą używają Internetu. 75% badanych korzysta z Internetu, aby słuchać muzyki on-line, a 69% szuka informacji o filmach, sztukach teatralnych czy dziełach sztuki. Niewiele mniej (po 65%) szuka także informacji o artystach oraz ogląda filmy on-line. 51% deklaruje, że w Internecie czyta artykuły dotyczące kultury. Prawie połowie badanych zdarzyło się też kupować w sieci płyty czy książki oraz bilety na wydarzenia kulturalne (po 48%). Prawie co drugi badany gra w gry on-line (49%). 35% respondentów zadeklarowało, że zdarza im się przeglądać zasoby muzeów, galerii czy też szukać informacji o nich; taki sam odsetek badanych zamieszcza własne pliki w Internecie. Nieco mniejszą popularnością cieszą się dyskusje na temat kultury na forach internetowych (27% bierze w nich udział), 17% respondentów propaguje w sieci wydarzenia kulturalne, które uważa za ciekawe. Tylko 6% używa Internetu, aby tworzyć własne dzieła on-line.

Wykres nr 9. Korzystanie z Internetu a udział w życiu kulturalnym





OCENA INFORMACYJNEJ FUNKCJI INTERNETU NA OBSZARZE KULTURY

Zastanawialiśmy się, czy mieszkańcy województwa łódzkiego czują się dobrze poinformowani o nadchodzących imprezach kulturalnych, a zatem czy media w wystarczającym stopniu przekazują tego typu informacje. Najbardziej pozytywnie oceniane są informacje dotyczące wydarzeń na poziomie wojewódzkim – 43% badanych ocenia media bardzo dobrze i dobrze, 34% wystawia im ocenę przeciętną, a negatywne oceny przyznało tylko 9% respondentów. Nieco uboższe informacje docierają do mieszkańców województwa na temat wydarzeń powiatowych – 45% badanych ocenia przekazy medialne jako przeciętne, 28% jako bardzo dobre lub dobre, a 15% ma o nich negatywną opinię. Najgorzej wypadają pod tym względem informacje dostarczane o wydarzeniach lokalnych (oceny są najbardziej podzielone) – 33% respondentów ocenia te informacje jako przeciętne, 29% sądzi, że są one złe lub bardzo złe, ale 24% ma w tym względzie skrajnie różną opinię i wystawia mediom ocenę bardzo dobrą lub dobrą. Informacje lokalne są też lepiej oceniane przez mieszkańców miast niż przez mieszkańców wsi. 32% respondentów z miast ocenia te przekazy jako dobre i bardzo dobre, podobnie czyni 16% badanych mieszkających na wsi. Ci drudzy wystawiają zaś dwukrotnie więcej ocen negatywnych (41%, przy 20% ocen negatywnych ze strony mieszkańców miast)²².

EKONOMIKA KULTURY

WYDATKI MIESZKAŃCÓW WOJEWÓDZTWA ŁÓDZKIEGO NA KULTURĘ

Niektóre formy uczestnictwa w życiu kulturalnym, wymagają dysponowania środkami finansowymi. Zastanawialiśmy się, jak radzą sobie z tym mieszkańcy województwa łódzkiego. Na jaką formę uczestnictwa w kulturze wydają najczęściej?

50% mieszkańców województwa łódzkiego najczęściej wydaje na wyjścia do lokali gastronomicznych. Popularne są także wyjścia do kina (35% wskazań), a 21% respondentów wydaje najczęściej na książki. 11% badanych przeznaczają największe kwoty na udział w koncertach oraz na inne atrakcje kulturalne. Dla 7% osób największy wydatek to zakup filmów na DVD, a dla 6% zakup płyt z muzyką. 5% i mniej badanych wskazało na wyjścia do teatru, wyjścia do filharmonii, opery, udział w festiwalach czy zakup gier komputerowych. Aż 20% badanych nie potrafiło ocenić, na co przeznaczają największe kwoty.

Badani zostali też poproszeni o zsumowanie swoich miesięcznych wydatków na kulturę. Okazało się, że 43% mieszkańców województwa wydaje miesięcznie na kulturę do 50 zł (przeważają tu mieszkańcy wsi – 51% z nich wydaje do 50 złotych miesięcznie), 34% przeznaczają na kulturę około 51–100 zł. 20% respondentów przeznaczają na ten cel od 100 do 300 zł, a powyżej 300 zł wydaje jedynie 3% badanych.

²² Zależność jest silna, VK=036.





Wykres nr 10. Na jaką formę uczestnictwa w kulturze wydaje Pan/Pani najwięcej?

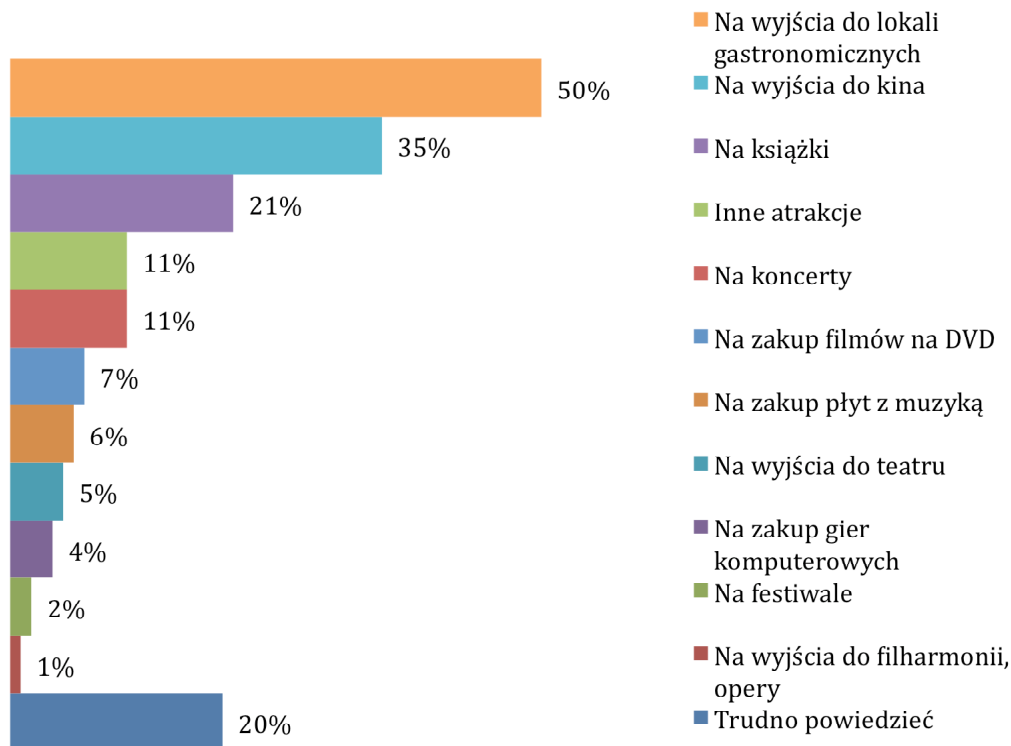


Tabela nr 19. Wydatki miesięczne na „kulturę”

Wydatki miesięczne w złotych	% wskazań	Miasto	Wieś
Poniżej 50	43%	38%	51%
51–100	34%	38%	29%
101–300	20%	22%	17%
Powyżej 300	3%	2%	3%

PREFEROWANE WYDARZENIA KULTURALNE

W jakich imprezach mieszkańcy województwa łódzkiego uczestniczą najchętniej? Imprezy najbardziej popularne to festyny i jarmarki (38% respondentów uczestniczy w nich najchętniej). Niemal równie chętnie badani wybierają się do kina (35%), a 20% lubi też uczestniczyć w koncertach polskich gwiazd. 16% respondentów dobrze bawi się podczas widowisk kabaretowych, a 12% podczas koncertów klubowych. 1 na 10 badanych chętnie chodzi do teatru. Po 6% respondentów najchętniej wybiera się do galerii sztuki, na koncerty światowych gwiazd lub pokazy

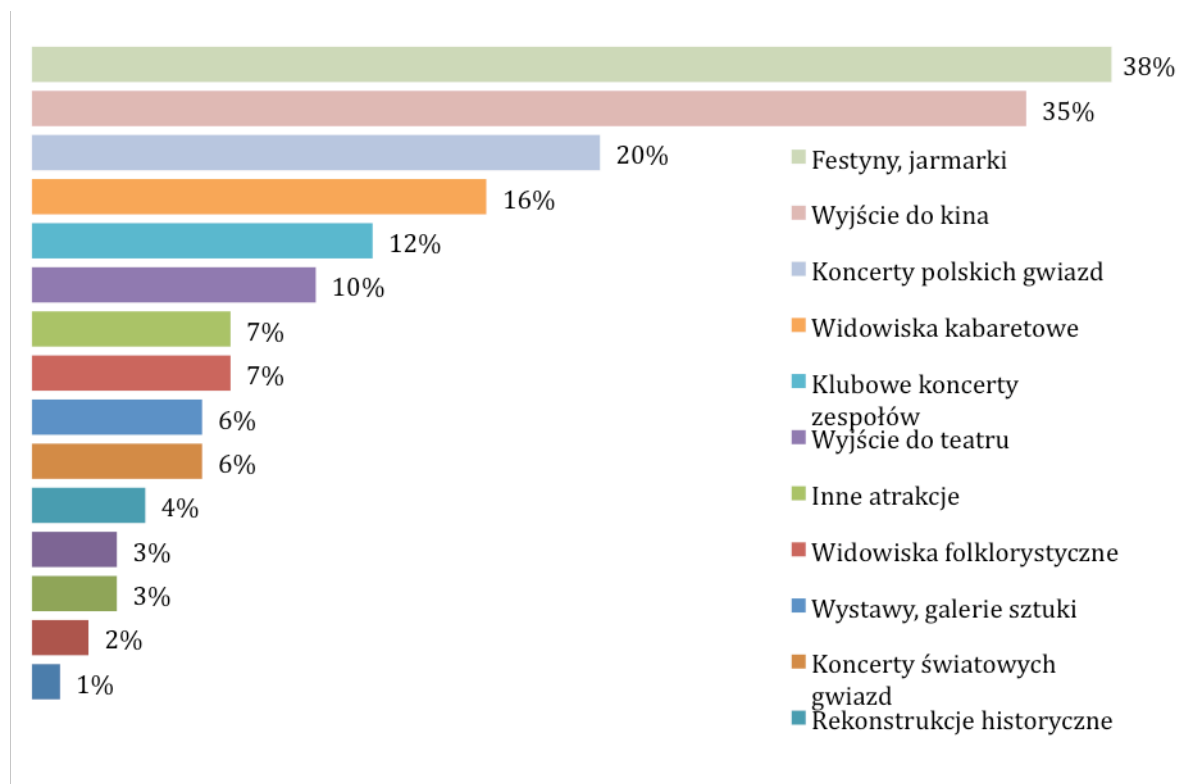




lotnicze. Poniżej 5% osób wskazało na rekonstrukcje historyczne (4%), operę (3%), festiwale filmowe (3%), koncerty w filharmonii (2%) i festiwale teatralne (1%).

Mieszkańcy miast preferują koncerty (zwłaszcza polskich gwiazd – dwukrotnie większy odsetek mieszkańców miast niż mieszkańców wsi)²³, festiwale filmowe, wyjścia do kina (38% mieszkańców miast oraz 32% mieszkańców wsi)²⁴ i do teatru, a także pokazy lotnicze i rekonstrukcje historyczne. Podczas gdy mieszkańcy wsi wolą festyny, jarmarki, widowiska folklorystyczne czy kabaretowe²⁵.

Wykres nr 11. W jakich imprezach najchętniej Pan/Pani uczestniczy?



CZYNNIKI NEGATYWNE WPŁYWAJĄCE NA UCZESTNICTWO W KULTURZE

Chcieliśmy się dowiedzieć, co przede wszystkim przeszkadza badanym w uczestnictwie w imprezach kulturalnych. Najczęściej respondenci wskazywali na brak czasu (33%), a na drugim miejscu uplasował się brak pieniędzy (24%). Trzeci w kolejności problem, na jaki wskazywali mieszkańcy województwa, to brak imprez, w których chętnie by uczestniczyli (18%). 8% badanych narzekało także na brak osób, z którymi mogliby się udać na różne wydarzenia, 5% na skomplikowany dojazd do najciekawszych atrakcji, a 3% na brak informacji o imprezach oraz zamknięty, uniemożliwiający udział charakter niektórych interesujących wydarzeń. 6% respondentów nie miało zdania na ten temat.

²³ Zależności są przeciętne od $VK=0,20$ do $0,23$.

²⁴ Zależność jest na granicy słabej i przeciętnej, $VK=0,20$.

²⁵ Wszystkie pozostałe zależności mają charakter przeciętny.





Mieszkańcy miasta i wsi byli zgodni co do podstawowych czynników, które przeszkadzają im w uczestnictwie w imprezach kulturalnych, choć mieszkańcy wsi minimalnie częściej wskazywali na brak czasu niż mieszkańcy miast, a ci drudzy minimalnie częściej od osób pochodzących ze wsi podawali brak pieniędzy oraz brak osób do towarzystwa.

Tabela nr 20. Co przeszkadza w uczestnictwie w imprezach kulturalnych?

Co przeszkadza w uczestnictwie w imprezach kulturalnych?	% wskazań	Miasto	Wieś
Brak czasu	33%	31%	34%
Brak pieniędzy	24%	27%	21%
Brak imprez	18%	19%	17%
Brak osób do towarzystwa	8%	10%	6%
Skomplikowany, złożony dojazd	5%	5%	5%
Brak informacji	3%	3%	3%
Ekskluzywny charakter imprez	3%	3%	3%

KULTURA A ROZWÓJ REGIONU – OPINIE MIESZKAŃCÓW

Na ile ważna jest kultura w społeczeństwie? Czy rozwój województwa łódzkiego powinien być oparty przede wszystkim na kulturze? Większość mieszkańców województwa łódzkiego zgodziła się z tym, że kultura powinna decydować o rozwoju województwa (56%), a 36% badanych uważa, że jest to zły pomysł, 8% nie ma w tej kwestii zdania.

Analiza aktywności i preferencji kulturalnych mieszkańców Piotrkowa i Skierniewic

Mieszkańcy Piotrkowa Trybunalskiego jako miejsca spotkań ludzi młodych wymieniają deptak – „Krzywdę”, Centrum Handlowe Focus oraz rynek. Część młodzieży spotyka się także na ławkach przy blokach, placach zabaw, w pubach i klubach czy kawiarniach. Osoby dorosłe, zdaniem piotrkowian, preferują park miejski, ale także deptak „Krzywdę”, targ, giełdę oraz, podobnie jak młodzi, ławki przy blokach.

Ci piotrkowianie, którzy znają miejsca spotkań wybrane i zaaranżowane przez samych mieszkańców, wspominają głównie o skateparku przy OSiRze, niektórzy wymieniają też ławki pod blokiem czy place zabaw.





Zdaniem mieszkańców, aby ożywić życie towarzysko-kulturalne w Piotrkowie Trybunalskim trzeba przeznaczyć więcej środków finansowych na kulturę, ale również sami mieszkańcy powinni się bardziej zaangażować. Brakuje też miejsc, gdzie mogłyby się odbywać wydarzenia kulturalne.

Miasta, do których podróżują mieszkańcy Piotrkowa, to przede wszystkim Łódź, Bełchatów i Opoczno, a poza województwem łódzkim – Rzeszów, Koszalin oraz Mielno. Połowa badanych z Piotrkowa korzysta także z oferty kulturalnej poza województwem łódzkim. Wybierają się oni wtedy do Filharmonii Rzeszowskiej, Opery Śląskiej, do Krakowa i Częstochowy (na koncerty), muzeów w Kielcach, Kołobrzegu, Jarosławcu czy Pszczynie. Odwiedzane są też miejscowości nadmorskie: Łeba – dinopark, Słupsk – wioska mongolska w okolicach miasta, rezerwat żubrów. Jeden z badanych wziął udział w rajdach samochodowych koło Wrześni.

Piotrkowianie dość przeciętnie oceniają ofertę swojego miasta (9 osób ocenia ją przeciętnie, 7 wystawia słabe noty, a 4 osoby oceniają ją dobrze). Jakie wydarzenia odbywające się w Piotrkowie i okolicach decydują o atrakcyjności tego regionu? Piotrkowianie wymienili kilka imprez. Znane są Trybunały Kabaretowe, Festiwal „Interakcje”, akcja „Wyciągamy dzieci z bramy” czy Imieniny Piotrków i Dni Piotrkowa Trybunalskiego. Niektórzy wskazują na „Strefę Zrzutów” – imprezę aeroklubu w Piotrkowie Trybunalskim, Jarmark Dominikański, Festiwal Kapel Podwórkowych, festyn w Sulejowie-Podklasztorzu czy gry miejskie organizowane przez Centrum Informacji Turystycznej. Wspominane są też koncerty muzyki kameralnej, Dni Muzyki Romskiej, scena Teatru im. S. Jaracza w Piotrkowie czy wystawa rolnicza Rol-szansa.

Młodzi mieszkańcy Skierniewic, zdaniem badanych, spotykają się nad zalewem, na placach zabaw lub w skateparku. Odwiedzają też dyskoteki, piwiarnie oraz lokale gastronomiczne. Nieco inne miejsca wybierają osoby starsze. Według respondentów ulubionymi miejscami spotkań tej grupy są: staw na osiedlu Widok w Skierniewicach, park, działka czy restauracje. Jedna osoba wskazała też na Klub „Konstancja” – filię Miejskiego Ośrodka Kultury w Skierniewicach.

Miejsca wskazywane przez badanych jako te zaaranżowane do spotkań przez samych mieszkańców Skierniewic pokrywają się z tymi, które zostały powyżej wymienione. Są to: skatepark, staw na osiedlu Widok, zalew, ogródki działkowe, ławki przy blokach.

Mieszkańcy Skierniewic mają zróżnicowane opinie na temat tego, co mogłoby spowodować ożywienie życia kulturalnego w mieście. Ich zdaniem, przydałyby się miejsca, w których można by przysiąść na świeżym powietrzu, oraz bardziej intensywna promocja niektórych wydarzeń. Dostrzegają również potrzebę stworzenia nowych miejsc, gdzie mogłyby się odbywać wydarzenia kulturalne, a także zorganizowania większych środków finansowych na kulturę oraz większego zaangażowania mieszkańców.

Popularnym i lubianym przez mieszkańców jest Święto Kwiatów, Owoców i Warzyw. Było ono wymieniane najczęściej jako to, które stanowi o atrakcyjności Skierniewic i najbliższych okolic. Pojedyncze osoby wymieniły





też Festiwal EtnoSfera, odbywający się w Młodzieżowym Centrum Kultury w Skierniewicach, Targi Kolekcjonerów (także w MCK) oraz Turniej DJ-ów, organizowany na Rynku w Skierniewicach.

Niewielu skierniewiczian zdecydowało się na ocenę oferty kulturalnej naszego województwa. Ci, którzy wyrazili swoją opinię, ocenili tę ofertę jako przeciętną. Słabiej w oczach respondentów wypadły same Skierniewice. Przeważały opinie, że oferta kulturalna miasta jest słaba i bardzo słaba oraz przeciętna. Żaden z badanych nie ocenił jej jako dobrą lub bardzo dobrą.

Badani ze Skierniewic najczęściej twierdzili, że nie odwiedzają żadnych innych miast. Niemal równie często wskazywali na Warszawę jako kierunek, który obierają. Nieco rzadziej odwiedzają Łódź.

Badani korzystający z oferty kulturalnej poza województwem łódzkim (mniej niż połowa respondentów ze Skierniewic) przyznają, że wyjeżdżają poza region, aby pójść do teatru, kina, muzeum czy na koncert. Inne miejsca, które skłaniają ich do wyjazdu, to galerie handlowe oraz ZOO.





METRYCZKA

W regionalnej części badania wzięło udział 420 respondentów z województwa łódzkiego dobranych w sposób kwotowy według płci, wieku oraz miejsca zamieszkania. Kontrolowana była też zmienna wykształcenia. Wśród badanych znalazło się 54% kobiet, 46% mężczyzn. 55% mieszkańców miast, 45% mieszkańców wsi. 68% badanych posiadało dzieci. 36% osób posiadało wykształcenie zasadnicze zawodowe, podstawowe lub niższe, 36% wykształcenie średnie, a 28% wykształcenie wyższe. Osoby poniżej 24 roku życia stanowiły 14% badanych, osoby w wieku 25–34 to 19% respondentów, 35–44-latkowie stanowili 17%, 1/5 badanych była w wieku 45–54 lat, a 30% respondentów to ludzie w od 55 roku życia (16% – 55–64 lat, oraz 14% powyżej 64 roku życia).

Tabela nr 21. Struktura przebadanej próby

Wiek	Płeć			
	Kobiety		Mężczyźni	
	%	liczba osób	%	liczba osób
16–24 lat	6%	25	8%	35
25–34 lat	9%	38	10%	42
35–44 lat	9%	36	8%	35
45–54 lat	10%	41	10%	43
55–64 lat	10%	40	6%	26
65 i więcej lat	10%	42	4%	17
Ogółem	54%	222	46%	198





Preferencje kulturalne mieszkańców Łodzi

Po zapoznaniu się z preferencjami mieszkańców miast i wsi województwa łódzkiego, przyjrzyjmy się, jakich odpowiedzi udzielili naszym ankietantom 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.

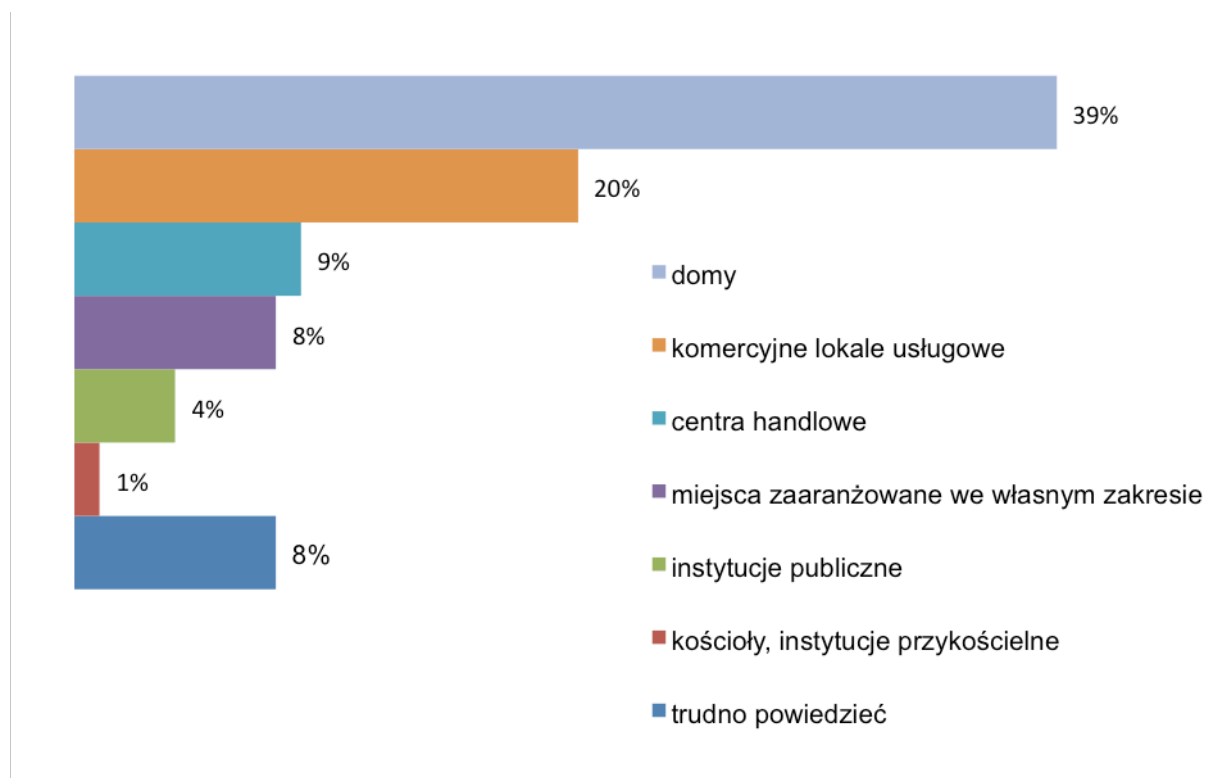
Zapytaliśmy więc respondentów o ich własne preferencje odnośnie wyboru miejsca spotkań. Łodzianie najczęściej spędzają czas ze znajomymi we własnych domach. Taką formę spotkań zadeklarowało aż 39% respondentów. Drugim ulubionym miejscem spotkań ze znajomymi są komercyjne lokale usługowe, takie jak kawiarnie 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

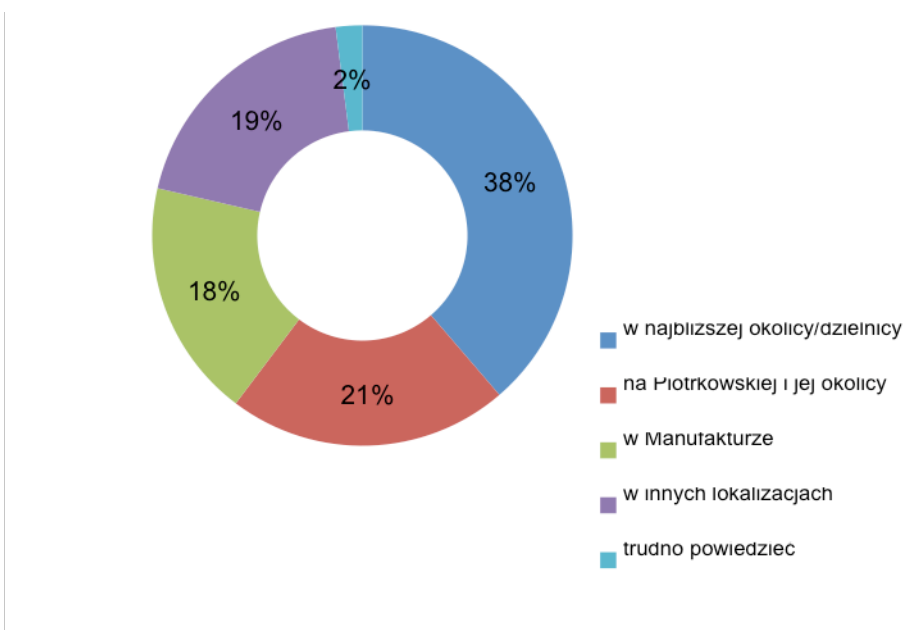




program rozrywkowy, możliwość zakupu alkoholu i oferta gastronomiczna – na te czynniki wskazało 17% badanych. Trzecią najczęściej powtarzającą się odpowiedzią były przyzwyczajenie, sentyment i wygoda (14% badanych). Najrzadziej podawanym powodem wyboru poszczególnych lokalizacji była spontaniczność i 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	%				
	W najbliższej okolicy/dzielnicy	Na Piotrkowskiej i w jej okolicy	W Manufakturze	W innych lokalizacjach	Trudno powiedzieć
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.

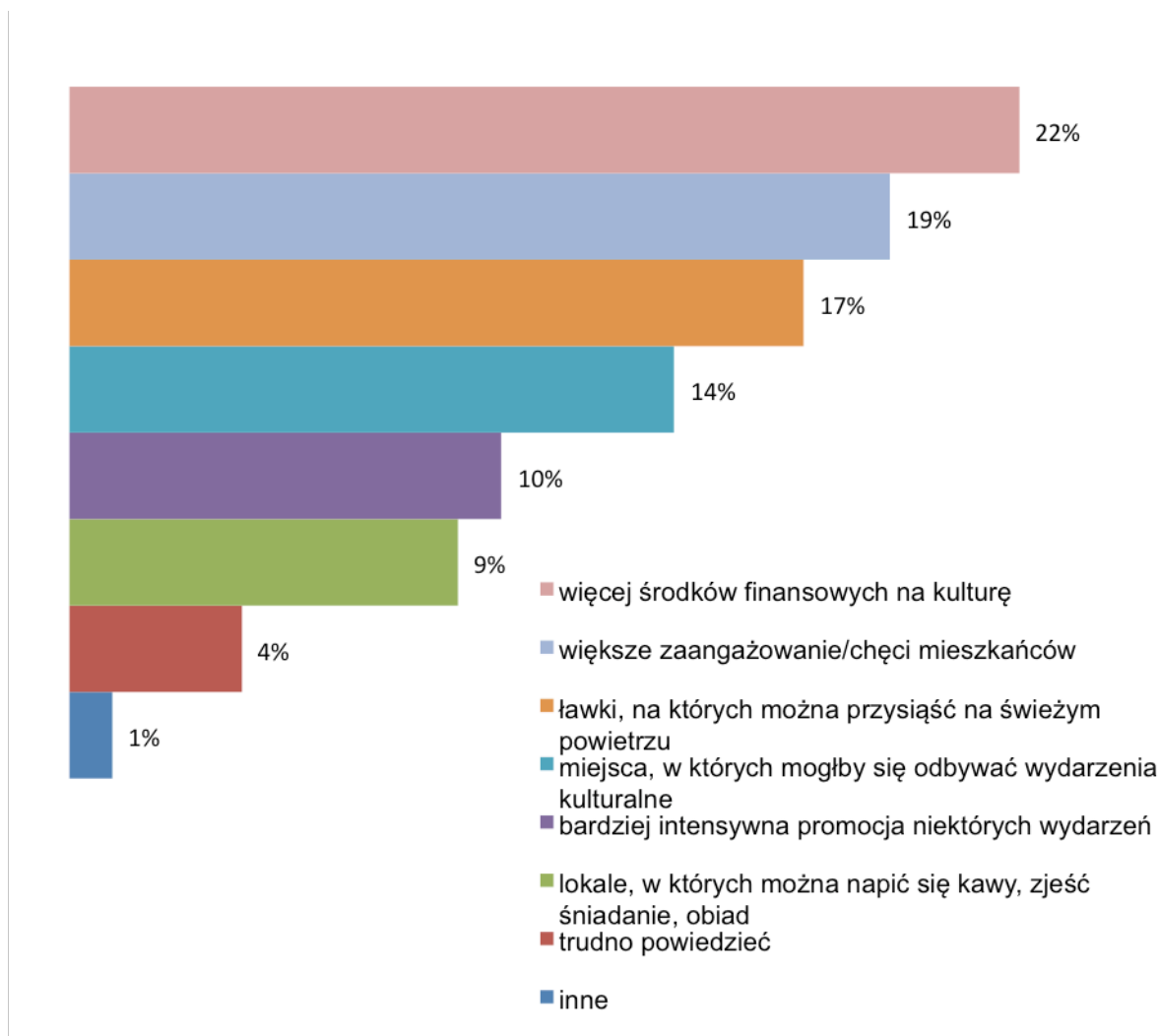




Odpowiedź ta cztery razy częściej była wskazywana przez mężczyzn niż kobiety. Łodzianie najrzadziej uzasadniali wybór miejsca, w którym przebywają w czasie wolnym poza domem, przypadkową lub spontaniczną decyzją (1%), popularnością danego miejsca (1%) oraz kwestiami finansowymi (4%).

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.

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



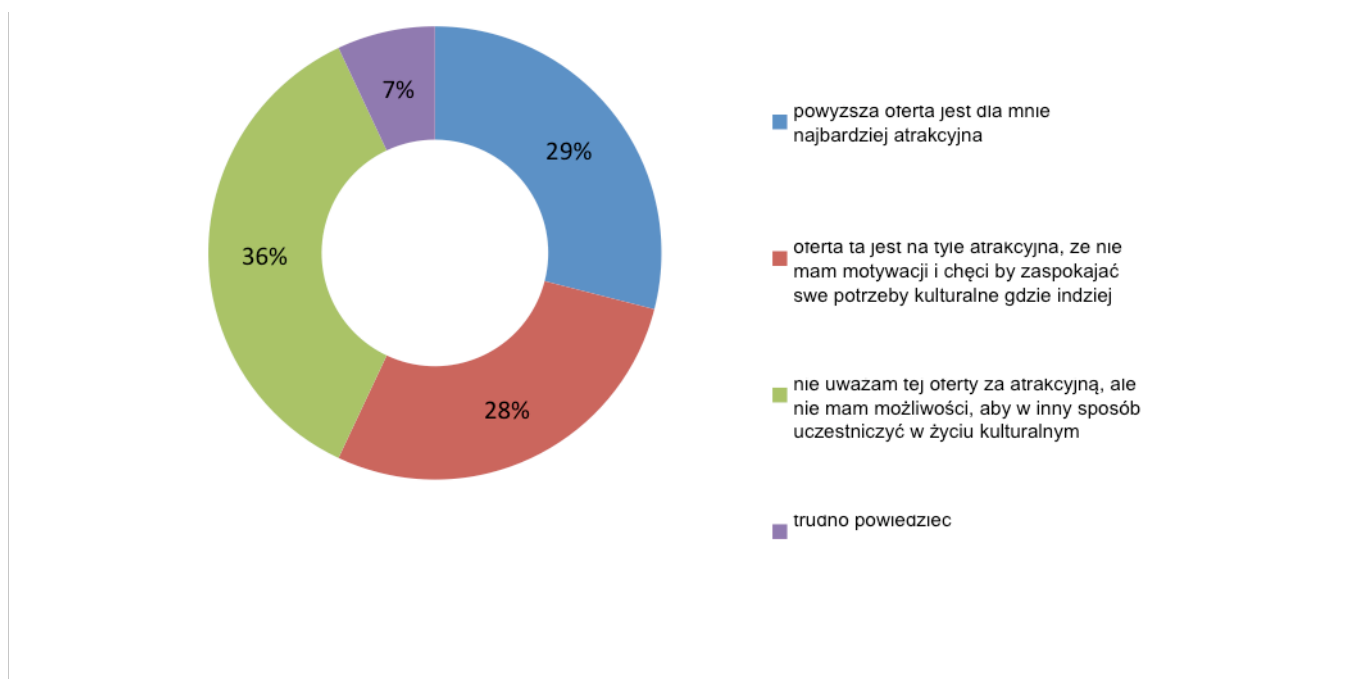


KULTURA ZINSTYTUCJONALIZOWANA ZNAJOMOŚĆ OFERTY KULTURALNEJ REGIONU

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. Choć 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

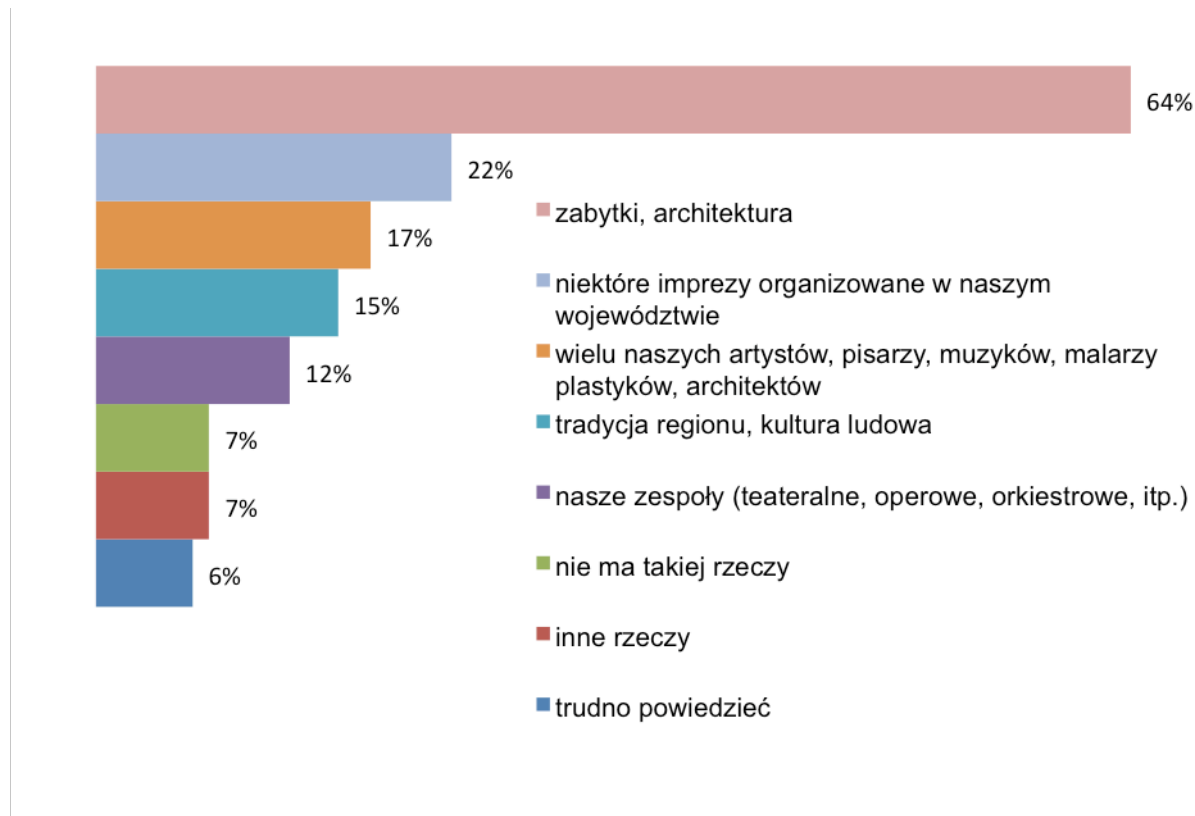
Dowiedziawszy się jak i gdzie spędzają czas łodzianie, pragnęliśmy poznać ich opinie na temat walorów regionu. Wśród emanacji życia kulturalnego województwa, które zasługują na uznanie i rozpropagowanie w Europie, 64% łodzian wskazało na zabytki oraz architekturę. Drugą najczęściej wybieraną odpowiedzią 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 chciało 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 imprezie 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.

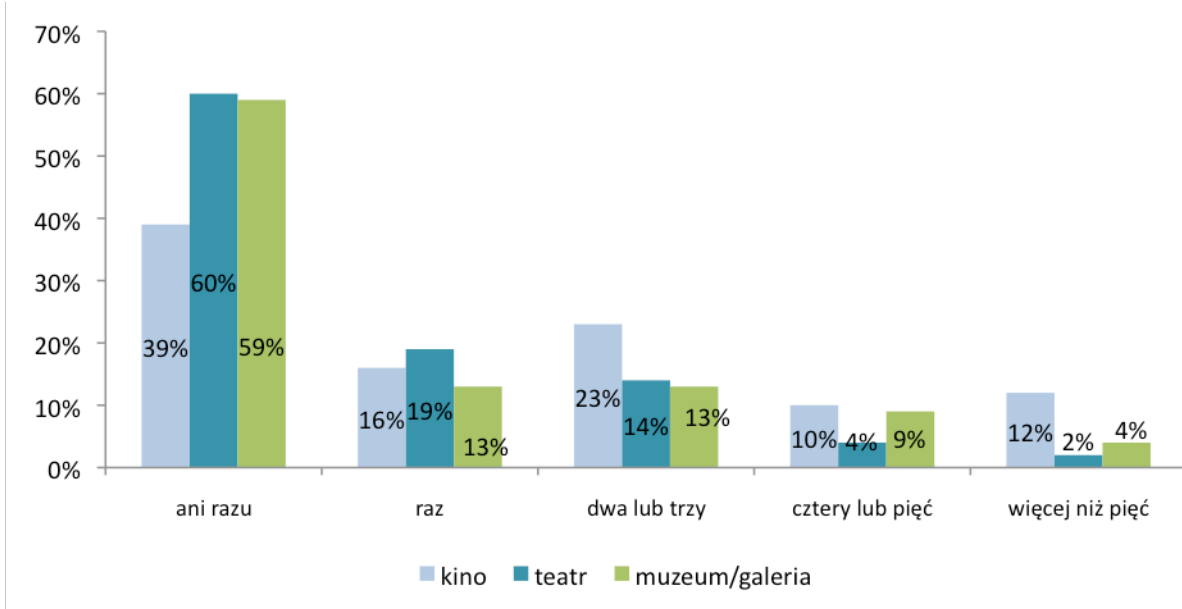
36% respondentów z Łodzi przyznało, że chociaż raz w ciągu ostatnich 12 miesięcy było na dancingu lub dyskotecie. W tym 8% respondentów uczestniczyło w tego typu rozrywce tylko raz, 8% dwa lub trzy, 5% cztery lub pięć, a 15% więcej niż pięć razy. 64% respondentów z Łodzi deklaruje, że w przeciągu ostatniego 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%).

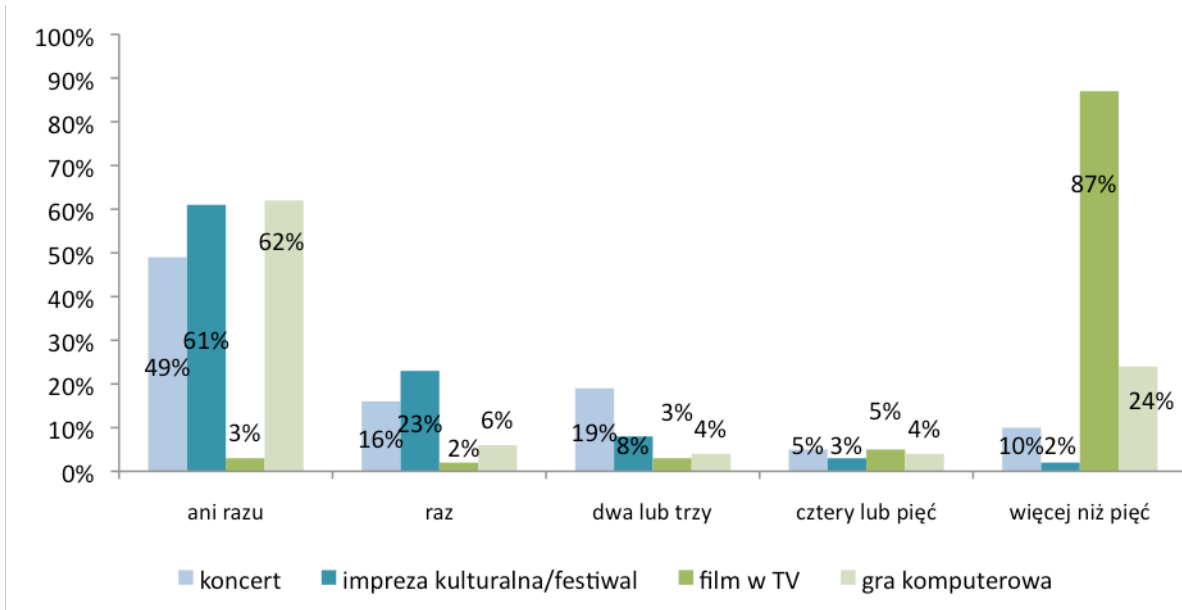




Wykres nr 16. Jak często w ciągu ostatnich 12 miesięcy był Pan/Pani w:

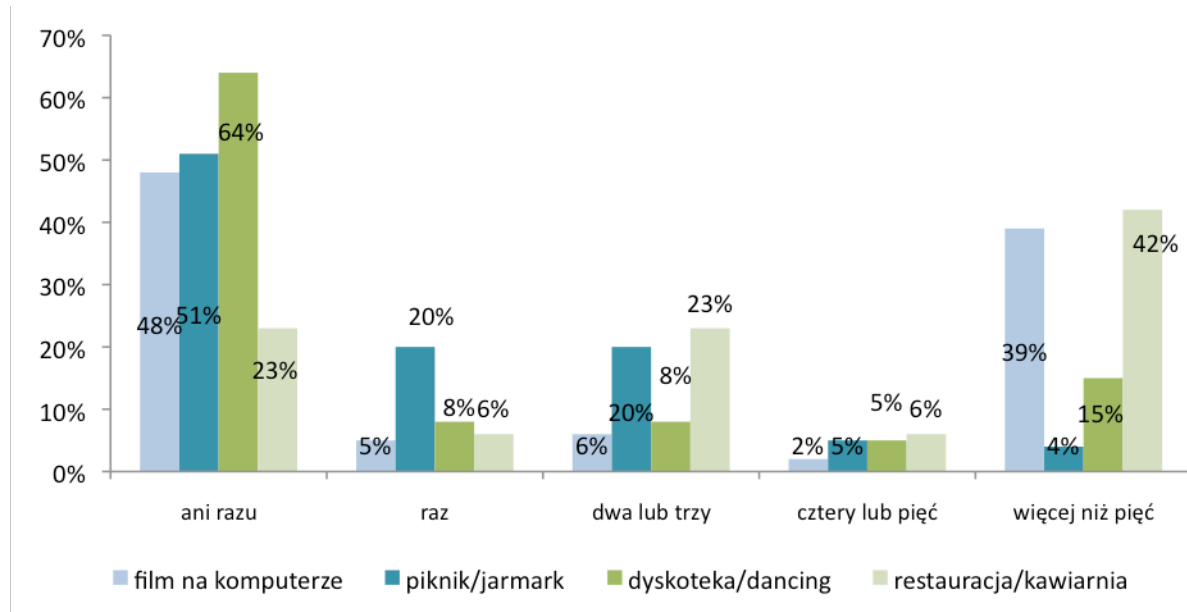


Wykres nr 17. Jak często w ciągu ostatnich 12 miesięcy był Pan/Pani w:





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



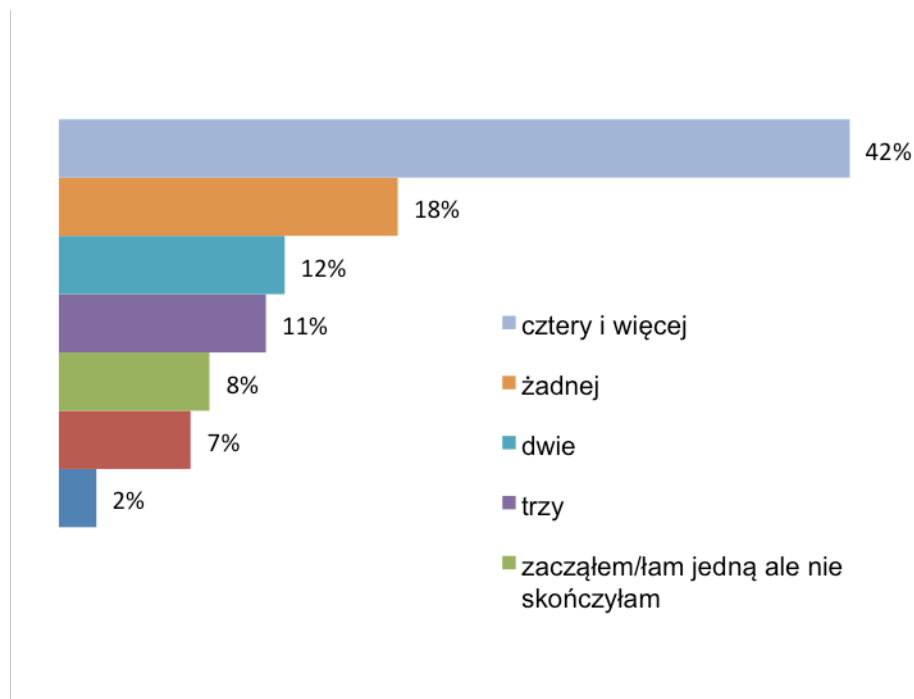
Z przedstawionych powyżej danych wynika, że Łodzianie najchętniej korzystają z takich rozrywek kulturalnych, jak wizyty w kinie, na koncercie, oglądanie filmów w telewizji i na komputerze oraz wyjścia do komercyjnych lokali usługowych. Najrzadziej natomiast uczestniczą w festiwalach i imprezach kulturalnych 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?



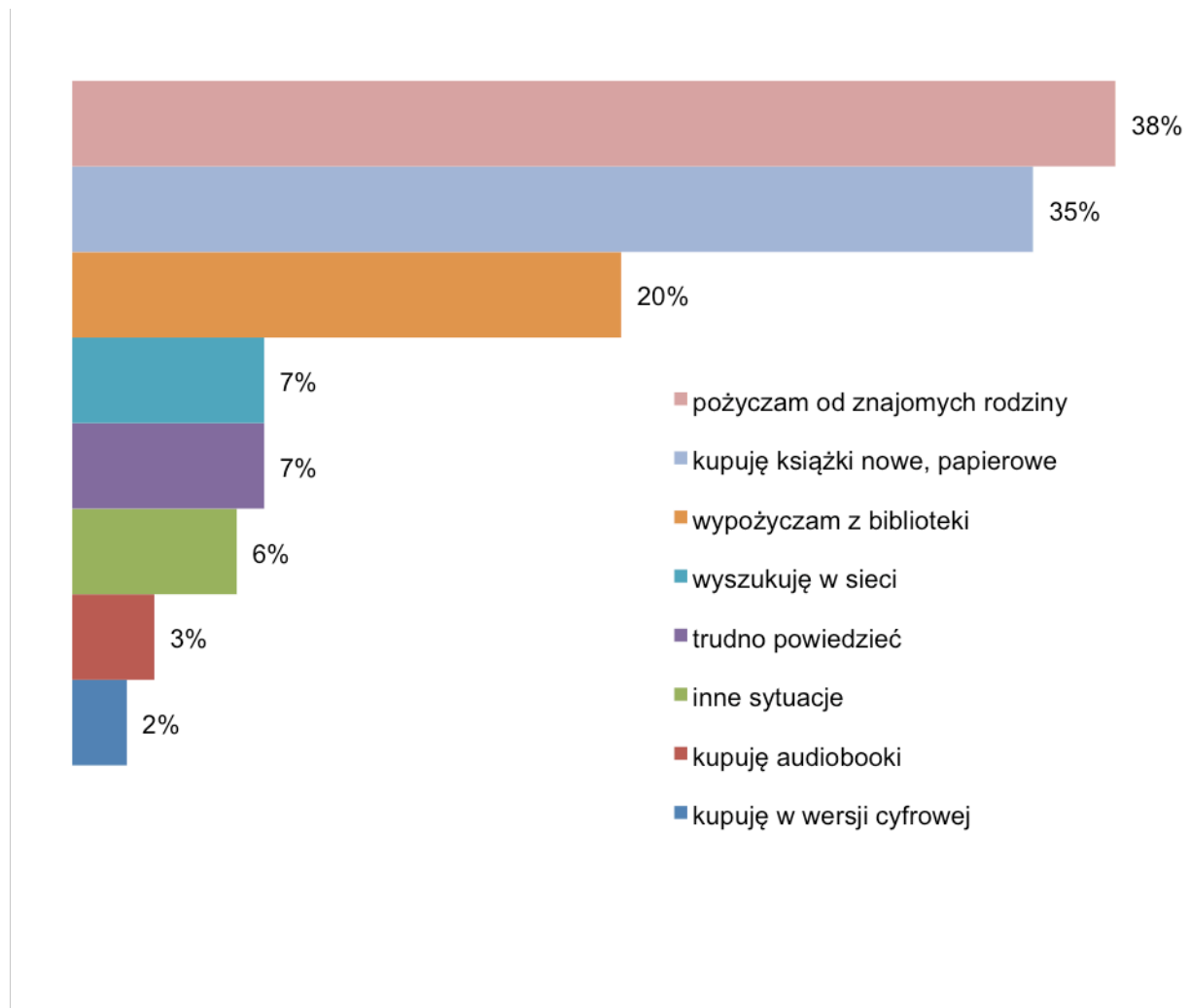
58% osób z wykształceniem wyższym deklaruje, że przeczytało co najmniej 4 książki w ciągu ostatniego pół roku, podczas gdy 13% przeczytało trzy książki. Tylko 10% osób w tej kategorii przyznaje się do nieprzeczytania ani jednej pozycji. Wśród respondentów z wykształceniem średnim również największy odsetek 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 byli 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



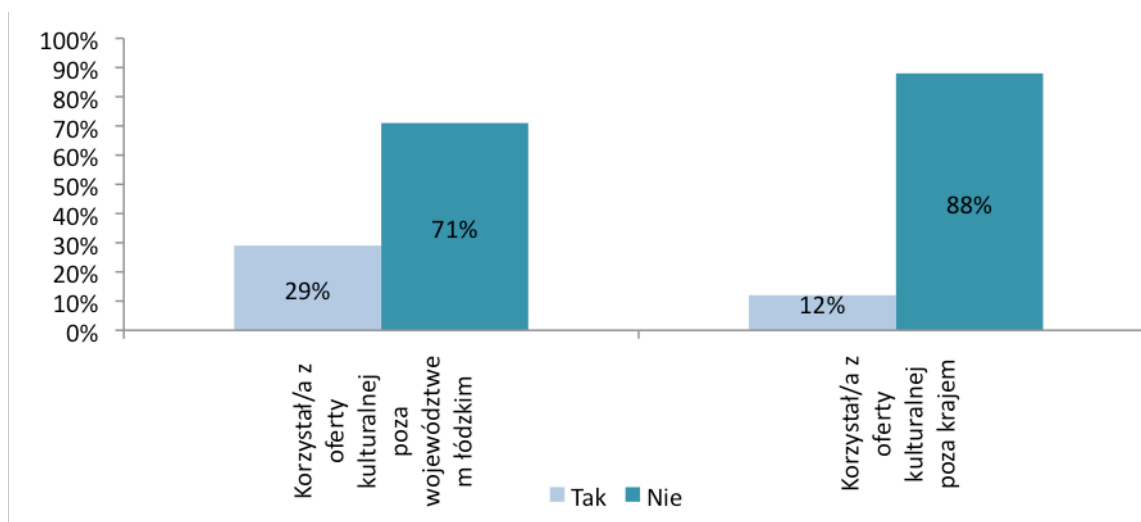


Skateparki	3
Centra handlowe	5
Sale zabaw dla dzieci	3
Kółka zainteresowań, pracownie, w których można nauczyć się podstaw plastyki/muzyki/fotografii	4
Targi, giełdy	4

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 najmłodsi 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	Województwo (% wskazań)	Miasto	Kraj
Poziom			
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 wypowiadania 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 | | | |

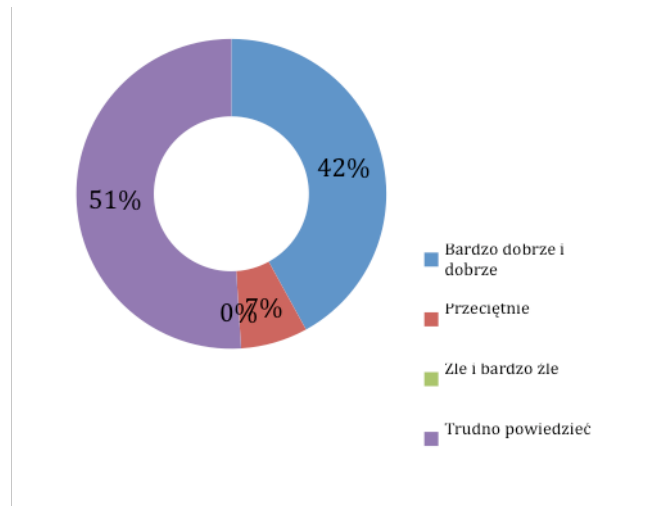
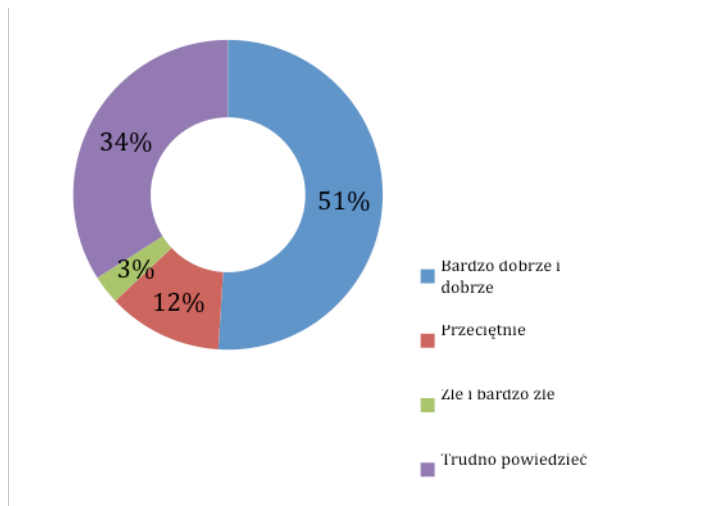




Serwisy, z których korzystają badani, są też przez nich zazwyczaj bardzo dobrze oceniane, choć stosunkowo dużo jest też osób, które nie miały w tym względzie zdania.

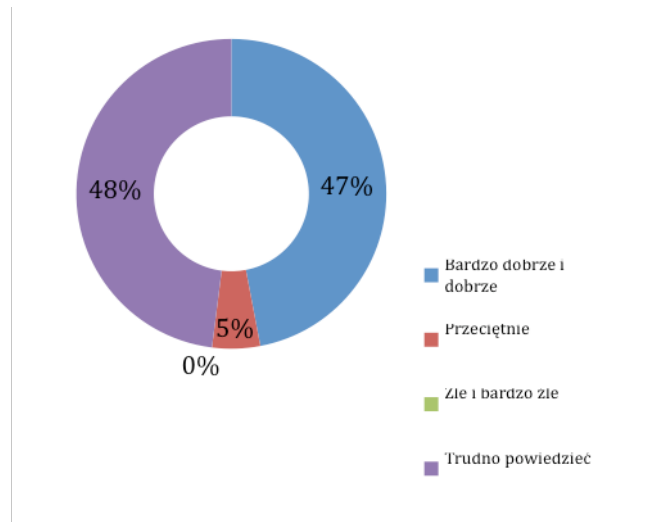
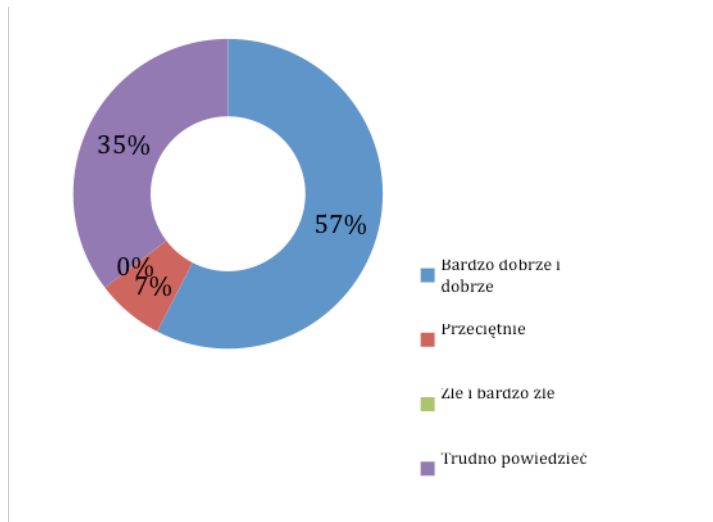
Wykres nr 23. Ocena serwisów lokalnych

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 dowiadyuje 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 Łódzian 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).

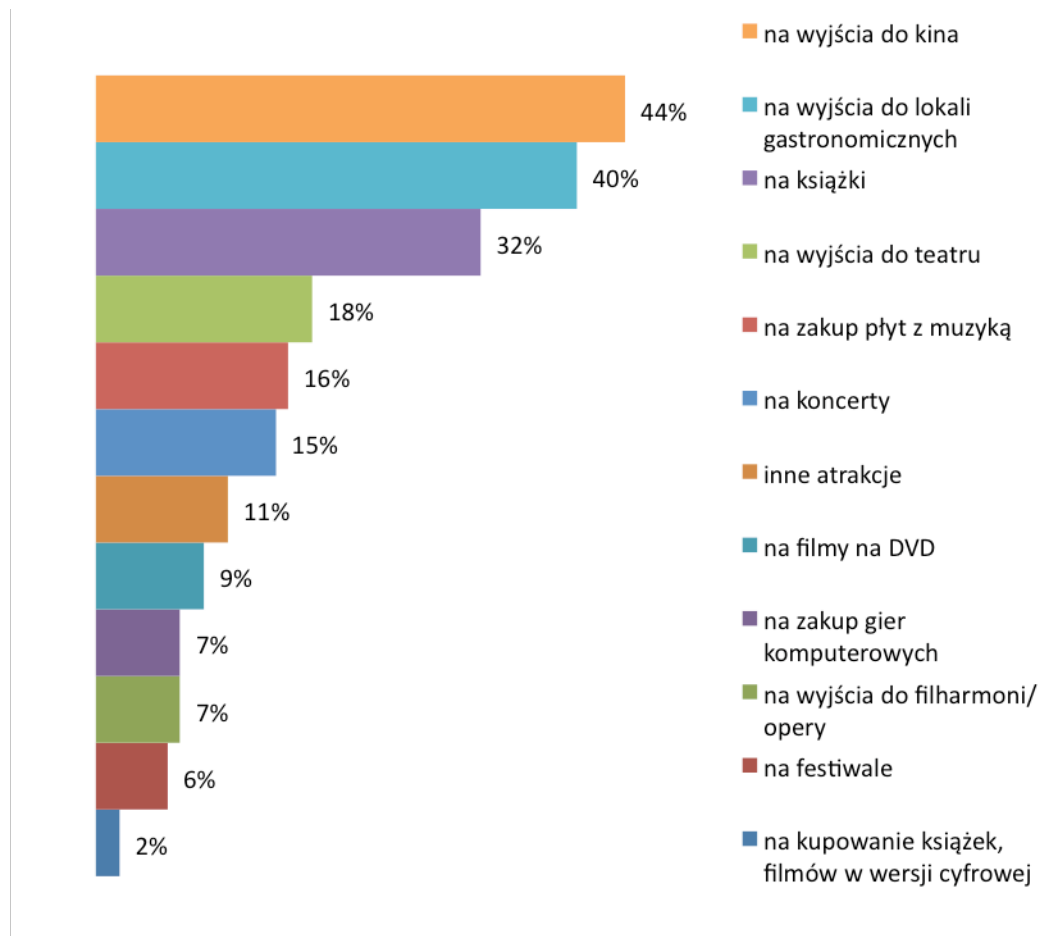
Najmniej z form uczestnictwa w kulturze Łódzianie wydają na kupowanie muzyki, filmów i książek w wersji cyfrowej przez Internet. Wydatki na taką formę uczestnictwa w kulturze deklaruje jedynie 2% badanych. Bardzo niski odsetek badanych został również odnotowany w wydatkach na takie formy uczestnictwa 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 pieniądze, 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 znalazł 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 Łodzian 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.

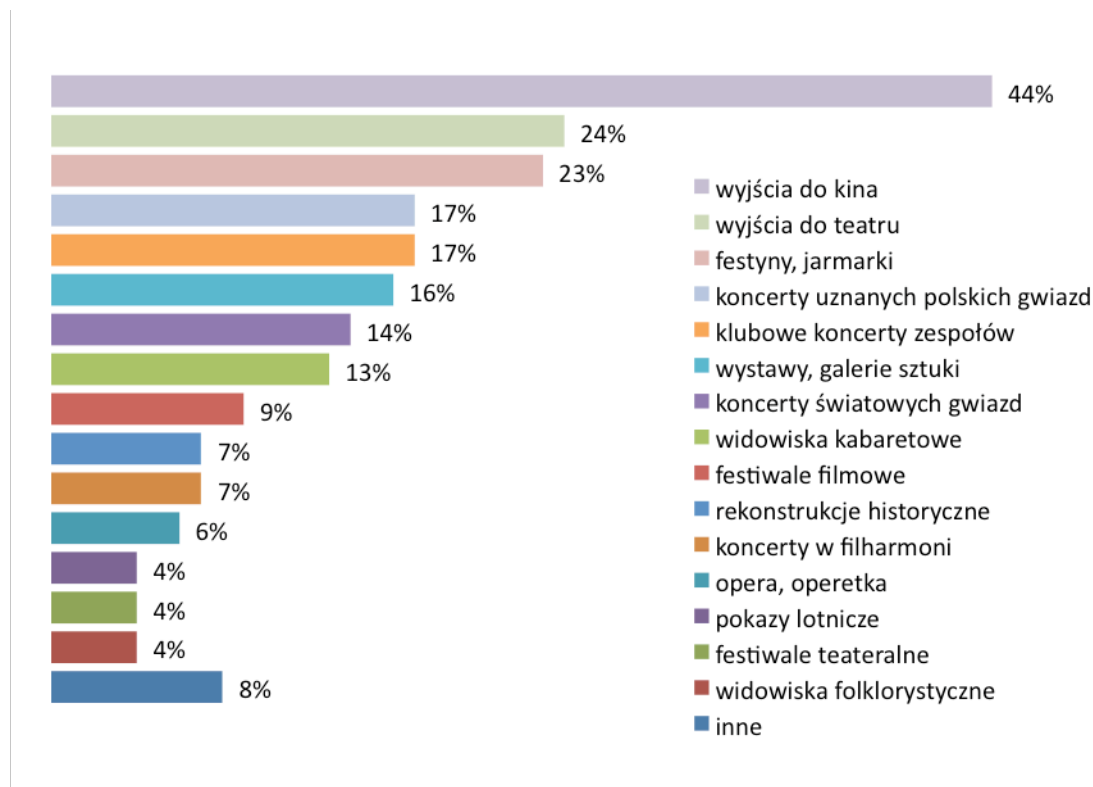




Aż 25% badanych z wykształceniem wyższym deklaruje, że z imprez kulturalnych najchętniej uczestniczy w wystawach i uczęszcza do galerii sztuki. Jest to 3,5 raza więcej niż u osób z wykształceniem poniżej średniego, wśród których odsetek ten wyniósł jedynie 7%. Odsetek wśród respondentów z wykształceniem 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 przedstawiciele starszych grup wiekowych.

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



CZYNNIKI NEGATYWNE WPŁYWAJĄCE NA UCZESTNICTWO W KULTURZE

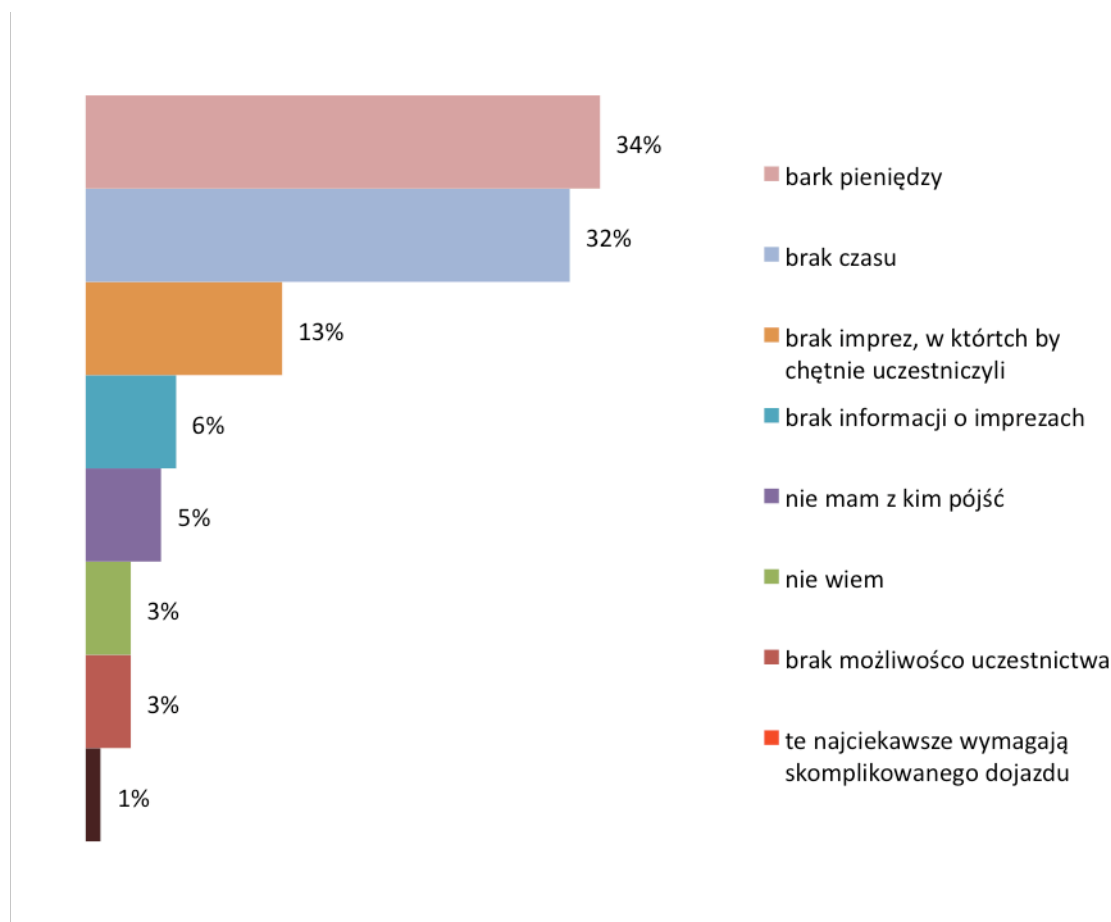
Łodzianom najbardziej w uczestnictwie w imprezach kulturalnych przeszkadza brak pieniędzy. Była to odpowiedź najczęściej wybierana przez badanych i wskazało ją 34% respondentów. Drugą najczęściej wybieraną odpowiedzią był brak czasu, na który wskazało 32% badanych. Najmniej łodzianom w uczestnictwie 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.





Preferencje kulturalne mieszkańców województwa łódzkiego (podobieństwa i różnice)

W ostatniej części postaramy się pokazać, jakie są podobieństwa i różnice w preferencjach kulturalnych mieszkańców województwa łódzkiego, zwłaszcza ze względu na miejsce zamieszkania naszych badanych oraz takie cechy społeczno demograficzne jak: wiek, wykształcenie, płeć czy posiadanie dzieci.

PREFEROWANE MIEJSCA SPOTKAŃ MIESZKAŃCÓW W PRZESTRZENI PUBLICZNEJ

Wiemy już, że mieszkańcy województwa zostali poproszeni o zastanowienie się, co byłoby najbardziej potrzebne w ich miejscowości, aby ożywiło się życie towarzysko-kulturalne. Badani mogli wskazać jeden, najważniejszy według nich, czynnik. 27% mieszkańców całego województwa łódzkiego wskazało na więcej środków finansowych i był to najczęściej wybierany warunek zarówno wśród mieszkańców Łodzi, jak i innych miast w województwie i mieszkańców wsi (choć łodzianie minimalnie rzadziej wskazywali na ten czynnik). Co do dalszej kolejności czynników mogących wpłynąć na ożywienie życia kulturalnego nie było już takiej zgodności. Łodzianie chcieliby widzieć więcej zaangażowania wśród samych mieszkańców, tymczasem respondentom spoza Łodzi (zwłaszcza mieszkańcom wsi) najbardziej przydałyby się nowe miejsca, w których mogłyby odbywać się wydarzenia kulturalne (co łodzianie postawili dopiero na 4 miejscu). Jako trzeci najważniejszy czynnik łodzianie wskazują potrzebę stworzenia miejsc, w których można przysiąść na świeżym powietrzu (np. ławek, tzw. małej architektury), co nie jest szczególnie ważne dla osób spoza Łodzi. Szczegółowy rozkład odpowiedzi znajduje się w poniższej tabeli.

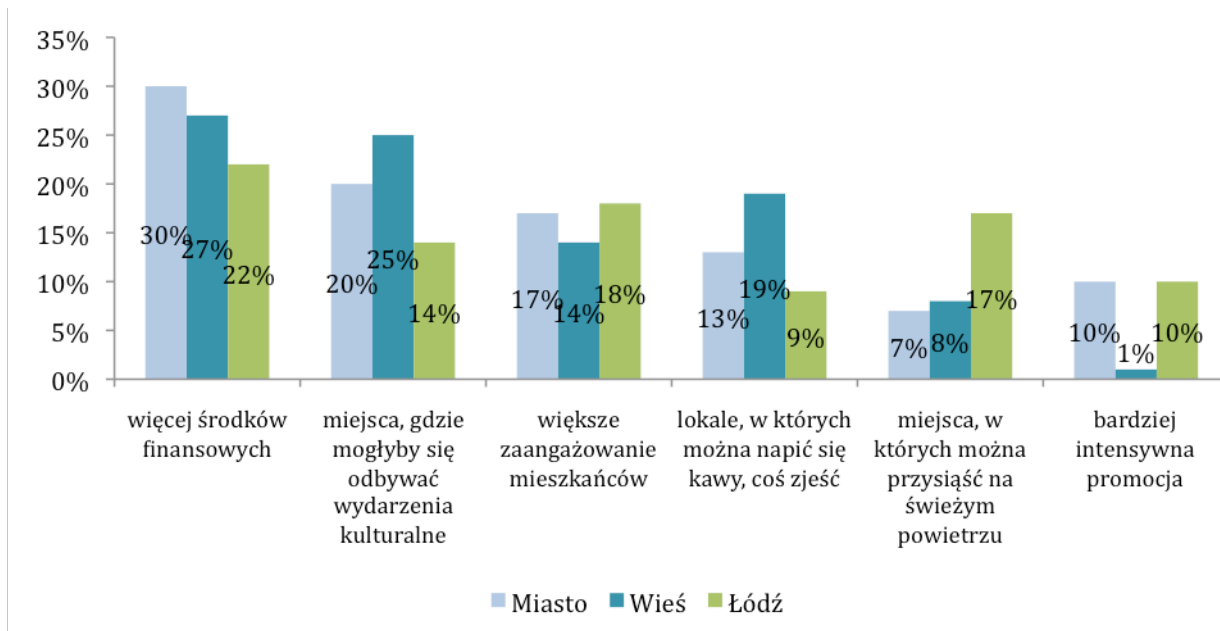
Tabela nr 28. Co jest najbardziej potrzebne, aby ożywić życie kulturalne w Pana/Pani miejscowości? (porównanie)

Co byłoby najbardziej potrzebne, aby ożywić życie kulturalne w Pana/Pani miejscowości?	% wskazań	Miasta (bez Łodzi)	Wieś	Łódź
Więcej środków finansowych	27%	30%	27%	22%
Miejsca, gdzie mogłyby się odbywać wydarzenia kulturalne	20%	20%	25%	14%
Większe zaangażowanie mieszkańców	17%	17%	14%	18%
Lokale, w których można coś zjeść, napić się kawy	14%	13%	19%	9%
Ławki, miejsca, w których można przysiąść na świeżym powietrzu	10%	7%	8%	17%
Bardziej intensywna promocja niektórych wydarzeń	7%	10%	1%	10%





Wykres nr 30. Co jest najbardziej potrzebne, żeby ożywić życie towarzysko-kulturalne w Pana/Pani miejscowości?



Wiek badanych w niewielkim stopniu różnicuje opinie respondentów na temat tego, co mogłyby ożywić życie kulturalne w ich miejscowości. Większość grup wiekowych jest zgodna co do tego, że najbardziej potrzebne są dodatkowe środki finansowe. Jedynie badani w wieku 35–44 lat częściej niż na środki finansowe wskazywali na miejsca, w których mogłyby odbywać się wydarzenia kulturalne, inaczej też typowali najstarsi respondenci, którzy w większym zaangażowaniu mieszkańców upatrywali najważniejszego czynnika, który pobudzić mógłby życie kulturalno-towarzystwo w ich miejscowościach (znacznie rzadziej czynnik ten wskazywali ludzie młodzi). Ludzie starsi nieco częściej niż ludzie młodzi szukali też pomysłu na ożywienie życia kulturalnego poprzez organizację miejsc, w których można by przysiąść na świeżym powietrzu, najmłodszy zaś chcieliby, aby powstały nowe lokale, w których można coś zjeść, napić się kawy czy herbaty.

Tabela nr 28.2. Co jest najbardziej potrzebne, aby ożywić życie kulturalne w Pana/Pani miejscowości? (porównanie według wieku badanych)

Co byłoby najbardziej potrzebne, aby ożywić życie kulturalne w Pana/Pani miejscowości?	Wiek badanych					
	16–24	25–34	35–44	45–54	55–64	65 i więcej
Więcej środków finansowych	26%	28%	22%	31%	31%	21%
Miejsca, gdzie mogłyby się odbywać wydarzenia kulturalne	20%	27%	32%	16%	15%	8%





Większe zaangażowanie mieszkańców	11%	16%	8%	18%	21%	26%
Lokale, w których można coś zjeść, napić się kawy	21%	12%	11%	15%	9%	15%
Ławki, miejsca, w których można przysiąść na świeżym powietrzu	11%	6%	11%	7%	13%	16%
Bardziej intensywna promocja niektórych wydarzeń	6%	9%	8%	10%	5%	3%

KULTURA ZINSTYTUCJANALIZOWANA

Zadaniem respondentów było rozstrzygnięcie, co w naszym regionie zasługuje na uznanie oraz rozpropagowanie w Europie. Za najbardziej cenne uznali oni zabytki i architekturę (48%) oraz tradycję i kulturę ludową regionu (19%). 17% respondentów wskazało na niektóre imprezy organizowane w naszym województwie. 15% badanych nie dostrzega jednak niczego, co warto byłoby promować. Kolejne miejsca zajęli: artyści, pisarze, aktorzy i muzycy z naszego regionu (13%) oraz nasze zespoły (teatralne, operowe, orkiestrowe, muzyczne) – 9%. Warto też podkreślić, że bardziej sceptyczni byli mieszkańcy wsi niż miast w regionie czy samej Łodzi. Aż 26% badanych pochodzących ze wsi wątpiło w to, że województwo łódzkie ma się czym pochwalić w Europie, natomiast takie samo zdanie wyraziło dwukrotnie mniej mieszkańców miast w regionie oraz tylko 7% łodzian²⁶. Łodzianie nieco częściej niż badani spoza Łodzi sądzili, że możemy pochwalić się zabytkami lub architekturą. Zaś mieszkańcy miast w regionie częściej dostrzegali walory tradycji naszego województwa, naszej kultury ludowej.²⁷

Tabela nr 29. Co w naszym regionie zasługuje na rozpropagowanie w Europie? (porównanie)

Co w naszym regionie zasługuje na uznanie, rozpropagowanie w całej Europie?	% wskazań (ogółem)	Miasta (bez Łodzi)	Wieś	Łódź	Siła związku (V Kramera)
Zabytki, architektura	48%	44%	37%	64%	0,19
Tradycja regionu, kultura ludowa	19%	24%	17%	15%	0,17
Niektóre imprezy organizowane w naszym województwie	17%	16%	14%	22%	0,15

²⁶ Zależność jest przeciętna, VK=0,23.

²⁷ Zależności są jednak słabe.





Nie ma takiej rzeczy	15%	13%	26%	7%	0,23
Wielu naszych artystów	13%	14%	9%	17%	0,15
Nasze zespoły (teatralne, operowe, muzyczne)	9%	10%	4%	12%	0,16

Badani mieli wyraźny problem z wymienieniem przykładowych ośrodków kultury, które znają ze swojej miejscowości (choć tu względnie najmniej), w powiecie czy w województwie. Przykłady instytucji, które są znane mieszkańcom województwa, zawierają tabele na wcześniejszych stronach tego raportu (tabele nr 7, 8 i 9 na stronach 17–18). Kłopot sprawiła też respondentom ocena wymienionych instytucji. Instytucje kultury w powiatach/najbliższej okolicy zostały najlepiej ocenione przez mieszkańców wsi²⁸ (51% z nich wyraziło pozytywną opinię, przy 30% łodzian oraz 29% mieszkańców miast z regionu; warto dodać, że zarówno łodzianie, jak i mieszkańcy innych miast mieli tu duży problem z oceną – ponad 40% odpowiedzi „trudno powiedzieć”). Odwrotną sytuację obserwujemy, gdy przychodzi do oceny instytucji kultury w miejscowości zamieszkania respondentów. Tu najbardziej pozytywne oceny wystawiają łodzianie (62% z nich) oraz mieszkańcy miast w regionie (prawie 40% z nich). Mieszkańcy wsi w znacznie mniejszym stopniu są zadowoleni z instytucji kultury w ich miejscowościach (28% z nich wyraża o nich pozytywną opinię)²⁹.

UCZESTNICTWO W ŻYCIU KULTURALNYM

Gdzie najczęściej biorą udział w życiu kulturalnym mieszkańcy województwa łódzkiego? Zdecydowana większość badanych (74%) na pierwszym miejscu stawia własny dom/własne mieszkanie, gdzie spędza czas oglądając telewizję, czytając czy używając komputera. Minimalnie częściej³⁰ własny dom wybierają mieszkańcy wsi (77% przy 70% mieszkańców miast oraz 73% mieszkańców Łodzi). Dom wybierany był częściej przez osoby posiadające dzieci niż osoby bezdzietne (79% z nich wskazało tę formę na pierwszym miejscu, przy 63% osób bezdzietnych)³¹. 23% osób najczęściej bierze udział w życiu kulturalnym w swojej miejscowości, najbliższej okolicy (24% łodzian, 23% mieszkańców miast oraz 21% mieszkańców wsi). Jedynie 3% korzysta z oferty poza swoją miejscowością.

Dlaczego największa część potrzeb kulturalnych mieszkańców zaspokajana jest właśnie w taki sposób? Mieszkańcy województwa łódzkiego są tutaj zgodni. Aż 39% respondentów stwierdza, że nie ma możliwości, aby inaczej uczestniczyć w życiu kulturalnym. 29% badanych właśnie taki sposób uczestniczenia w kulturze uważa za najbardziej atrakcyjny, a 22% osób jest na tyle zadowolonych ze sposobu, w jaki uczestniczy w kulturze, że nie ma motywacji, aby zaspokajać swoje potrzeby kulturalne w inny sposób czy w innym miejscu.

Interesowało nas także, jak często mieszkańcy województwa uczestniczą w imprezach kulturalnych organizowanych w województwie łódzkim, w powiecie czy w swoim miejscu zamieszkania.

²⁸ Zależność jest przeciętna, VK=0,21.

²⁹ Zależność jest dość silna, VK=0,29.

³⁰ Zależność jest jednak bardzo słaba VK=0,10.

³¹ Zależność jest przeciętna, VK=0,21.





Najbardziej popularne są wśród mieszkańców imprezy organizowane lokalnie, w ich miejscu zamieszkania. 27% badanych wzięło w nich udział wielokrotnie lub kilka razy, a 33% raz czy dwa razy. Trzeba jednak zauważyć, że ciągle dość wysoki jest odsetek osób, które w tym roku nie wzięły udziału w żadnej z imprez w swojej miejscowości – 32%. Łodzianie i mieszkańcy miast dwukrotnie częściej niż mieszkańcy wsi biorą udział w imprezach organizowanych w miejscowości ich zamieszkania³². Mieszkańcy wsi stosunkowo rzadko uczestniczyli w tym roku w imprezach kulturalnych (ponad 40% z nich nie uczestniczyło w żadnej imprezie), a jeśli już brali udział w wydarzeniach kulturalnych to najczęściej, były to imprezy powiatowe, a później wojewódzkie.

Osoby z wyższym wykształceniem nieco częściej niż osoby z wykształceniem średnim oraz zasadniczym zawodowym i niższym uczestniczyły w tym roku w imprezach organizowanych w województwie. Kilka razy i częściej uczestniczyło w imprezach wojewódzkich 28% osób z wyższym wykształceniem, ponad dwukrotnie mniej (13%) osób z wykształceniem średnim oraz 15% osób z najniższym poziomem wykształcenia. Podobnie wygląda uczestnictwo w imprezach organizowanych w powiecie. 22% osób z wyższym wykształceniem uczestniczyło w nich kilka razy i częściej (przy 18% badanych z pozostałych grup wykształcenia)³³. Warto też zauważyć, że w obu przypadkach największą grupę osób, które ani razu nie wzięły udziału w imprezach kulturalnych w tym roku, stanowią osoby z wykształceniem zasadniczym zawodowym lub niższym (63% z nich nie wzięła ani razu udziału w imprezie wojewódzkiej, a 52% w imprezie powiatowej).

Posiadanie dzieci utrudniło badanym uczestnictwo w imprezach powiatowych. Prawie połowa rodziców (47%) nie wzięła udziału w żadnej z takich imprez, przy 31% osób bezdzietnych, które także nie mogły wziąć w nich udziału³⁴.

Tabela nr 30. Czy w tym roku uczestniczył/a Pan/Pani w imprezach organizowanych w naszym województwie?

	% wskazań			Miasta (bez Łodzi)			Wieś			Łódź		
	Kilka razy i częściej	Raz, dwa razy	Ani razu	Kilka razy i częściej	Raz, dwa razy	Ani razu	Kilka razy i częściej	Raz, dwa razy	Ani razu	Kilka razy i częściej	Raz, dwa razy	Ani razu
W województwie	19%	18%	52%	21%	22%	42%	21%	17%	42%	12%	14%	69%
W powiecie	19%	24%	41%	14%	24%	41%	21%	24%	41%	-	-	-
W miejscowości, w której Pan/i mieszka	28%	33%	32%	31%	45%	16%	16%	28%	45%	34%	24%	37%

³² Zależność jest na granicy przeciętnej i dość silnej, VK=0,25.

³³ Zależności mają jednak charakter słaby, VK<0,20.

³⁴ Zależność jest przeciętna, VK=0,21.





39% badanych chciało jednak wziąć udział w imprezach organizowanych w województwie, lecz nie udało im się tego zamiaru zrealizować. Głównymi powodami takiego obrotu spraw były: brak czasu (dla 27%), obowiązki (dla 20%), impreza odbywała się za daleko (15%), zbyt duże koszty (dla 11%) oraz brak towarzystwa (dla 10% badanych). Powody podawane przez poszczególne grupy mieszkańców województwa różnią się jednak od siebie. Co prawda brak czasu doskwierał wszystkim respondentom, jednak na inne obowiązki jako na główną przyczynę najczęściej wskazują mieszkańcy miast w regionie. Mieszkańcom wsi natomiast najbardziej przeszkadza, że takie wydarzenia odbywają się za daleko od ich miejsca zamieszkania. Co ciekawe, to łodzianie częściej niż pozostałe grupy zwracają uwagę na zbyt duże koszty udziału w różnych imprezach. Dodatkowo, można zaobserwować, że to ludzie młodzi (do 24 lat oraz 25–34 lata – po 41%) najczęściej narzekają na brak czasu, a ludzie w średnim wieku na dodatkowe obowiązki (35–44 lata – 32%)³⁵. Na te same dwa czynniki częściej zwracają uwagę osoby nieposiadające dzieci³⁶.

Tabela nr 31. Z jakich powodów badani nie wzięli udziału w wydarzeniu?

Z jakich powodów badani nie wzięli udziału w wydarzeniu?	% wskazań ogółem	Miasta (bez Łodzi)	Wieś	Łódź
Brak czasu	27%	26%	30%	27%
Inne obowiązki	20%	27%	14%	18%
Odbywało się za daleko	15%	17%	30%	3%
Zbyt duże koszty	11%	7%	6%	17%
Brak towarzystwa	10%	14%	5%	9%
Brak biletów	1%	1%	0%	3%

Okazuje się, że najbardziej popularną aktywnością kulturalną wśród badanych jest oglądanie filmu w telewizji (ponad 80% mieszkańców miast oraz prawie 90% łodzian ogląda filmy bardzo często). Badani więcej niż 5 razy do roku wychodzą też do restauracji czy kawiarni – po 42% łodzian i mieszkańców innych miast oraz 1/3 badanych ze wsi. Częstym zajęciem jest również oglądanie filmów na komputerze (po 40% łodzian i mieszkańców miast oraz 33% mieszkańców wsi).

Warto zauważyć, że duża grupa badanych (70% badanych spoza Łodzi oraz 60% łodzian) nie była ani razu w ciągu ostatniego roku w teatrze. Minimalnie częściej niż badani spoza Łodzi uczęszczają do teatru łodzianie (20% z nich była w teatrze raz, a 14% dwa lub trzy razy, podczas gdy taką samą aktywność deklaruje o 5–7

³⁵ Zależność jest przeciętna, VK=0,22.

³⁶ Zależność jest przeciętna, VK=0,24.





punktów procentowych mniej osób spoza Łodzi). Około 60% z każdej grupy mieszkańców nie odwiedziło także w ciągu ostatnich 12 miesięcy galerii czy muzeum. I w tym przypadku nieco bardziej aktywni okazali się być Łodzianie. Mieszkańcy miast w województwie częściej niż pozostali uczestniczyli za to w koncertach, choć i te wydarzenia nie zostały odwiedzone przez prawie połowę (49%) Łodzian, 58% mieszkańców wsi oraz 34% mieszkańców miast. Podobnie wygląda to w przypadku festiwali czy imprez kulturalnych, w których ani razu nie uczestniczyło 62% badanych z Łodzi, 54% osób pochodzących ze wsi oraz 39% mieszkańców miast regionu. Wśród mieszkańców regionu bardziej niż wśród Łodzian popularne są jarmarki, festyny czy pikniki. Blisko 2/3 badanych spoza Łodzi (64% z miast oraz 65% ze wsi) wzięło w nich udział przynajmniej raz, a podobną deklarację złożyła mniej niż połowa (49%) Łodzian³⁷.

Tabela nr 32. Częstość uczestnictwa w poszczególnych obszarach kultury a miejsce zamieszkania

Podejmowane działanie	Ani razu			Raz			Dwa lub trzy razy			Cztery lub pięć razy			Więcej niż pięć razy		
	Miasto	Wieś	Łódź	M	W	Ł	M	W	Ł	M	W	Ł	M	W	Ł
Wizyta w kinie	42	45	39	18	19	16	17	19	23	7	8	10	12	3	12
Wizyta w teatrze	70	72	60	15	13	20	7	8	14	4	0	4	1	0	2
Wizyta w galerii/muzeum ³⁸	60	62	59	24	16	13	11	13	13	1	1	9	1	1	4
Udział w koncercie ³⁹	34	58	49	28	12	16	23	15	19	7	6	5	6	2	10
Udział w imprezie kulturalnej/festiwalu	39	54	62	32	15	23	20	17	8	3	5	2	2	2	3
Oglądanie filmu w telewizji	1	5	3	0	3	2	5	3	3	7	7	4	82	77	88
Granie w gry komputerowe	53	55	62	6	7	6	9	5	4	9	5	4	20	23	24
Oglądanie filmu na komputerze	38	44	48	5	5	5	9	7	6	5	4	2	39	33	39
Udział w jarmarku, pikniku	31	32	51	35	27	20	23	26	20	2	4	5	4	4	4

³⁷ Większość zależności przedstawionych w tabeli ma charakter słaby, $VK < 0,20$.

³⁸ Zależność jest na granicy słabej i przeciętnej, $VK = 0,20$.

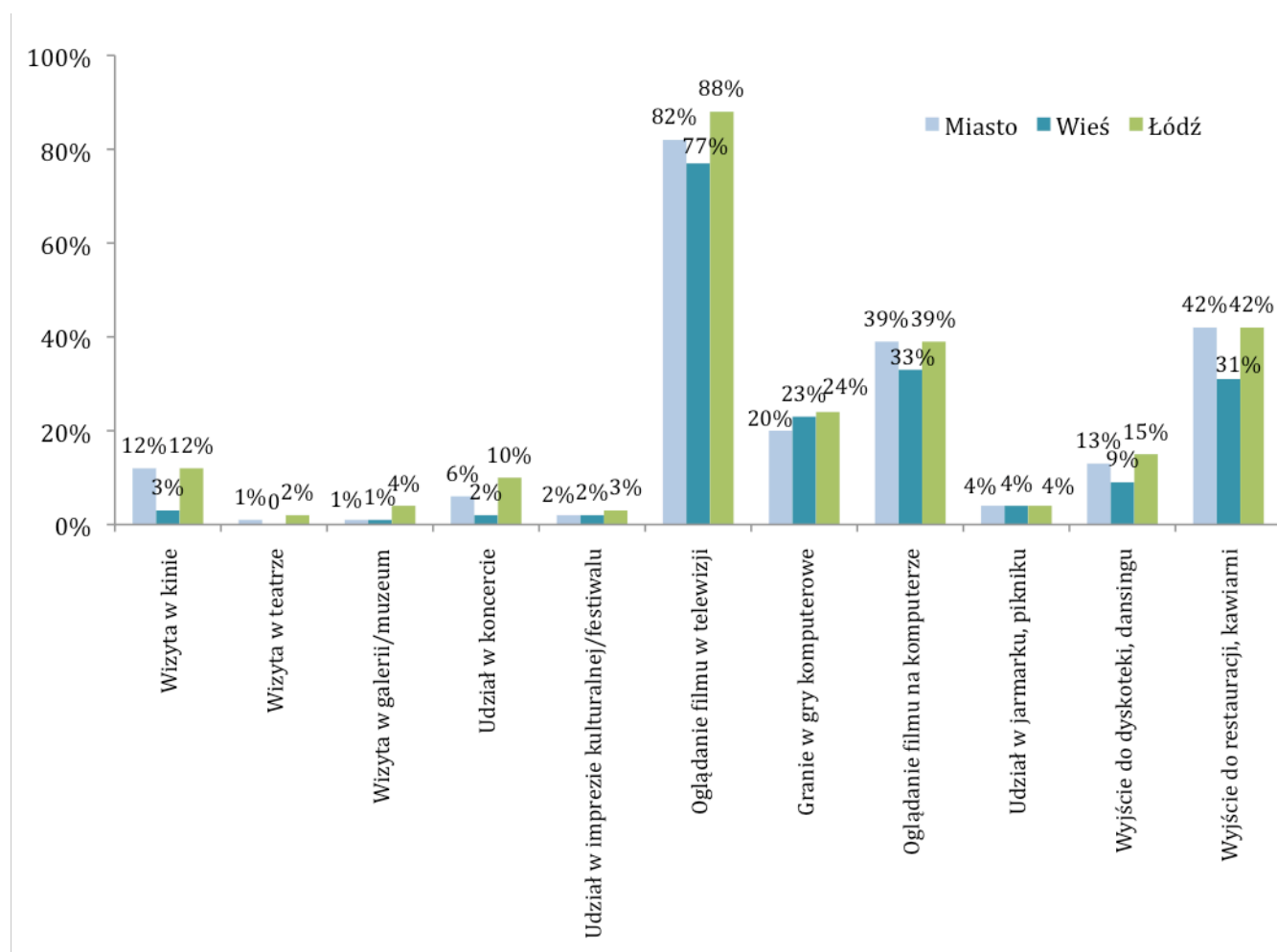
³⁹ Zależność jest przeciętna, $VK = 0,21$.





Wyjście do dyskoteki, na dancing	55	61	64	12	9	8	11	9	8	6	5	5	13	9	15
Wyjście do restauracji, kawiarni	21	26	23	12	8	6	14	20	23	7	9	6	42	31	42

Wykres nr 31. Najczęstsze formy uczestnictwa w kulturze a miejsce zamieszkania



Częstotliwość uczestnictwa w różnych wydarzeniach kulturalnych jest zależna zarówno od wykształcenia, wieku, jak i faktu posiadania/nieposiadania dzieci. Ogólnie rzecz biorąc, bardziej aktywnymi uczestnikami są osoby z wyższym wykształceniem, osoby młode lub w średnim wieku oraz te, które nie posiadają dzieci. Osoby z wyższym wykształceniem częściej chodzą do kina (50% z nich była w kinie dwa, trzy razy lub częściej w ciągu ostatnich 12 miesięcy, przy 40% osób ze średnim wykształceniem oraz 24% osób z wykształceniem zasadniczym zawodowym lub niższym), teatru (45% badanych z wyższym wykształceniem odwiedziło teatr przynajmniej raz, 26% respondentów ze średnim wykształceniem, 16% z najniższym poziomem wykształcenia) czy do restauracji, kawiarni (55% osób z wyższym wykształceniem odwiedziło restaurację lub kawiarnię





przynajmniej raz, 37% osób ze średnim wykształceniem oraz 1/4 badanych z wykształceniem zasadniczym zawodowym i niższym)⁴⁰.

Dominującymi uczestnikami życia kulturalnego są też osoby młode (do 24 roku życia) oraz te w wieku 25–34 lata. Częściej chodzą one do kina (21% najmłodszych zadeklarowało, że było w kinie więcej niż 5 razy, podczas gdy takiej odpowiedzi udzieliło tylko 5% i mniej przedstawicieli starszych roczników), na koncerty (13% najmłodszych, 10% osób w wieku 25–34, a 6% i mniej osób z najstarszych roczników), grają w gry komputerowe (41% osób do 24 roku życia oraz 33% w wieku 25–34 lata gra w gry bardzo często, podczas gdy 88% osób powyżej 64 lat oraz 74% osób w wieku 55–64 lata nie grała w gry komputerowe w ogóle), oglądają filmy na komputerze (ponad 60% zarówno grupy najmłodszej, jak i z przedziału 25–34 lata), chodzą na dyskoteki (37% najmłodszych, 1/5 badanych z przedziału 25–34 lata) lub wychodzą do restauracji i kawiarni (61% respondentów w wieku 25–24 lata i 51% najmłodszych)⁴¹.

Dwa razy więcej osób młodych (po 11% osób do 24 lat oraz w wieku 25–34 lata) niż ludzi najstarszych (5% osób mających 65 lat i więcej) 4 razy i częściej wzięło w ciągu ostatnich 12 miesięcy udział w pikniku czy jarmarku⁴². Zatem w obszarach kultury, w których częstotliwość uczestnictwa w kulturze okazała się zależna od wieku badanych, to ludzie młodzi są bardziej aktywni niż ludzie ze starszych roczników.

Tabela nr 33.1. Wpływ wieku na częstotliwość uczestnictwa w kulturze

Podejmowane działanie	Więcej niż pięć razy w ciągu ostatnich 12 miesięcy						Siła związku
	Jak często? (% respondentów)	Do 24 lat	25–34	35–44	45–54	55–64	
Wizyta w kinie	21%	15%	13%	5%	2%	3%	0,27
Udział w koncercie	13%	10%	6%	1%	3%	2%	0,20
Granie w gry komputerowe	42%	34%	19%	20%	12%	8%	0,23
Oglądanie filmu na komputerze	67%	65%	46%	24%	21%	10%	0,31
Wyjście do dyskoteki, na dancing	38%	22%	11%	3%	3%	3%	0,28

⁴⁰ Wszystkie te zależności są przeciętne, VK=0,21 (kino), 0,20 (teatr), 0,22 (restauracja).

⁴¹ Zależności także mają charakter przeciętny, VK=0,22 (kino), 0,20 (koncert), 0,20 (gry komputerowe), 0,24 (filmy na komputerze), 0,23 (dyskoteka), 0,21 (restauracja).

⁴² Zależności także mają charakter dość silny, VK=0,27 (kino), 0,28 (dyskoteka), przeciętny, VK=0,20 (koncert), 0,23 (gry komputerowe), 0,25 (restauracja) oraz silny, VK=0,31 (filmy na komputerze oraz piknik, jarmark).





Wyjście do restauracji, kawiarni	52%	64%	47%	37%	22%	17%	0,25
Wizyta w teatrze	0	1%	0	2%	1%	2%	0,07
Wizyta w galerii, muzeum	4%	6%	1%	0	2%	0	0,17
Wyjście na imprezę kulturalną, festiwal	4%	4%	1%	2%	1%	1%	0,15
Oglądanie filmu w TV	77%	85%	90%	84%	83%	89%	0,10
Udział w pikniku, jarmarku	7%	6%	4%	1%	3%	3%	0,31

Tabela nr 33.2. Wpływ wieku na częstotliwość uczestnictwa w kulturze

Podejmowane działanie	Cztery i pięć razy w ciągu ostatnich 12 miesięcy						Siła związku	
	Jak często? (% respondentów)	Do 24 lat	25–34	35–44	45–54	55–64		65 i więcej
Wizyta w kinie		14%	17%	11%	5%	3%	1%	0,27
Udział w koncercie		9%	7%	11%	4%	2%	6%	0,20
Granie w gry komputerowe		11%	8%	9%	7%	3%	1%	0,23
Oglądanie filmu na komputerze		8%	6%	5%	9%	7%	4%	0,31
Wyjście do dyskoteki, na dancing		9%	7%	8%	5%	1%	2%	0,28
Wyjście do restauracji, kawiarni		6%	9%	11%	8%	8%	3%	0,25
Wizyta w teatrze		4%	4%	2%	2%	2%	2%	0,07
Wizyta w galerii, muzeum		8%	4%	2%	4%	2%	2%	0,17
Wyjście na imprezę kulturalną, festiwal		6%	7%	2%	2%	2%	1%	0,15
Oglądanie filmu w TV		8%	6%	5%	9%	7%	4%	0,10
Udział w pikniku, jarmarku		4%	5%	1%	7%	4%	2%	0,31





Tabela nr 33.3. Wpływ wieku na częstotliwość uczestnictwa w kulturze

Podejmowane działanie	Trzy razy i rzadziej w ciągu ostatnich 12 miesięcy						Siła związku	
	Jak często? (% respondentów)	Do 24 lat	25–34	35–44	45–54	55–64		65 i więcej
Wizyta w kinie		41%	47%	51%	42%	27%	23%	0,27
Udział w koncercie		45%	54%	43%	42%	29%	24%	0,20
Granie w gry komputerowe		16%	11%	24%	14%	9%	3%	0,23
Oglądanie filmu na komputerze		13%	9%	14%	23%	9%	9%	0,31
Wyjście do dyskoteki, na dancing		25%	29%	27%	15%	11%	11%	0,28
Wyjście do restauracji, kawiarni		32%	18%	33%	29%	32%	27%	0,25
Wizyta w teatrze		33%	24%	30%	25%	24%	21%	0,07
Wizyta w galerii, muzeum		41%	37%	44%	25%	19%	24%	0,17
Wyjście na imprezę kulturalną, festiwal		49%	49%	54%	39%	32%	26%	0,15
Oglądanie filmu w TV		11%	6%	5%	5%	5%	1%	0,10
Udział w pikniku, jarmarku		51%	59%	64%	54%	43%	48%	0,31



**Tabela nr 33.4. Wpływ wieku na częstotliwość uczestnictwa w kulturze**

Podejmowane działanie	Wcale nie uczestniczyli w ciągu ostatnich 12 miesięcy						Siła związku	
	Jak często? (% respondentów)	Do 24 lat	25–34	35–44	45–54	55–64		65 i więcej
Wizyta w kinie		24%	22%	26%	49%	69%	72%	0,27
Udział w koncercie		33%	28%	40%	53%	66%	69%	0,20
Granie w gry komputerowe		32%	47%	48%	60%	76%	88%	0,23
Oglądanie filmu na komputerze		18%	22%	33%	45%	68%	80%	0,31
Wyjście do dyskoteki, na dancing		28%	43%	54%	78%	85%	83%	0,28
Wyjście do restauracji, kawiarni		11%	9%	10%	26%	37%	53%	0,25
Wizyta w teatrze		64%	72%	67%	71%	73%	74%	0,07
Wizyta w galerii, muzeum		47%	53%	52%	71%	77%	74%	0,17
Wyjście na imprezę kulturalną, festiwal		42%	41%	43%	57%	65%	72%	0,15
Oglądanie filmu w TV		5%	3%	1%	3%	5%	6%	0,10
Udział w pikniku, jarmarku		38%	31%	31%	39%	50%	46%	0,31

Badani, którzy nie posiadają dzieci, częściej wybierają się do kina (73% z nich było tam przynajmniej raz w ciągu ostatnich 12 miesięcy przy 45% osób z dziećmi), do galerii i muzeum (49% z nich odpowiedziało w ten sposób, przy 29% osób posiadających dzieci), na koncert (odpowiednio 67% i 41%). Częściej także uczestniczą w festiwalach (przynajmniej raz w ciągu roku – 55% i 39%), ponad dwukrotnie częściej chodzą do dyskoteki (60% do 24%), a także nieco częściej wybierają się do restauracji (86% z nich była przynajmniej raz w ciągu roku, podobną deklarację złożyło 67% rodziców)⁴³.

⁴³ Zależności mają różną siłę: od przeciętnej (gry komputerowe, festiwal, muzeum, galeria) przez dość silne (koncert, restauracja) do silnych (kino, film na komputerze, dyskoteka).



**Tabela nr 34. Posiadanie dzieci a częstotliwość uczestnictwa w kulturze**

Podejmowane działanie	Przynajmniej raz w ciągu ostatnich 12 miesięcy		Siła związku
	Jak często? (% respondentów)	Ma dzieci	
Wizyta w kinie	45	73	0,36
Wizyta w galerii, muzeum	29	49	0,25
Udział w koncercie	41	67	0,28
Udział w imprezie kulturalnej, festiwalu	39	55	0,25
Granie w gry komputerowe	33	54	0,22
Oglądanie filmu na komputerze	44	73	0,31
Wyjście do dyskoteki, na dancing	24	60	0,40
Wyjście do restauracji, kawiarni	67	86	0,28

Jakimi czytelnikami są mieszkańcy województwa? Okazuje się, że najwięcej książek w ciągu ostatnich 6 miesięcy przeczytali łodzianie – 42% z nich sięgnęło po 4 i więcej książek (przy niemal dwukrotnie mniejszym odsetku mieszkańców miast – 24%, i wsi – 22%). Mieszkańcy regionu najczęściej deklarowali, że nie przeczytali ani jednej książki (29% mieszkańców miast w województwie oraz 35% mieszkańców wsi)⁴⁴.

Bardziej pilnymi czytelnikami okazały się być kobiety – 35% przeczytało 4 lub więcej książek, przy 20% mężczyzn. Mężczyźni za to częściej deklarowali, że nie przeczytali żadnej książki (36% mężczyzn, 21% kobiet)⁴⁵. Czytelnictwo wypada też lepiej wśród osób z wyższym wykształceniem. 41% badanych, którzy ukończyli szkołę wyższą, przyznaje się do przeczytania 4 lub więcej książek, podobnie odpowiedziało 28% osób z wykształceniem średnim oraz 20% osób z wykształceniem zasadniczym zawodowym lub niższym. Ta ostatnia grupa badanych najczęściej deklaruje, że nie przeczytała żadnej książki (42% z nich, a po 20% badanych z pozostałych grup).

⁴⁴ Zależność jest na granicy słabej i przeciętnej, VK=0,20.

⁴⁵ Zależność jest przeciętna, VK=0,21.





Mieszkańcy województwa mieli także ocenić ofertę kulturalną województwa łódzkiego na trzech poziomach: całego województwa, powiatu, w którym mieszkają⁴⁶, oraz zamieszkiwanej przez siebie miejscowości. Najlepiej wypadła oferta kulturalna województwa – 35% osób wystawiło jej ocenę dobrą lub bardzo dobrą, a przeciętnie oceniło ją kolejne 30% osób. Jedynie 1 na 10 osób oceniła ją jako słabą i bardzo słabą (mieszkańcy miast oraz wsi byli zgodni w ocenie tej oferty). 20% mieszkańców była skłonna wystawić ocenę dobrą i bardzo dobrą dla oferty kulturalnej powiatu, w którym mieszkają, jednak większość respondentów oceniła ją jako przeciętną (35%) oraz słabą (21%). Zarówno w przypadku poziomu wojewódzkiego, jak i powiatowego ponad 20% badanych nie potrafiła ocenić oferty kulturalnej. Nieco lepiej niż oferta kulturalna powiatów została oceniona oferta miejscowości zamieszkiwanych przez respondentów⁴⁷. Ocenę bardzo dobrą i dobrą wystawiło jej 24% badanych, 32% oceniło ją jako przeciętną, a aż 36% jako słabą i bardzo słabą (8% nie miało zdania). Najlepiej ofertę miejsca zamieszkania ocenili łodzianie, najgorzej – mieszkańcy wsi⁴⁸.

Tabela nr 35. Ocena oferty kulturalnej miejscowości a miejsce zamieszkania

Ocena oferty kulturalnej zamieszkiwanej miejscowości	%	Miasta (bez Łodzi)		
		Wies	Łódź	
Bardzo dobra i dobra	24%	19%	12%	41%
Przeciętna	32%	39%	24%	31%
Słaba i bardzo słaba	36%	34%	55%	21%
Trudno powiedzieć	8%	8%	10%	7%

Badani z całego województwa zostali także poproszeni o wymienienie maksymalnie trzech wydarzeń kulturalnych w Łodzi, o których słyszeli lub brali w nich udział. 25% respondentów nie potrafiło wymienić żadnego wydarzenia, 42% podało tylko jedno wydarzenie, a 59% ograniczyło się do podania dwóch wydarzeń. Mieszkańcy województwa stworzyli w sumie listę 79 wydarzeń łódzkich, o których słyszeli lub brali w nich udział⁴⁹. W tym miejscu zaprezentujemy te wydarzenia, które wymieniane były najczęściej. Wariant 1 – klasyfikacja wydarzeń wymienianych jako pierwsze w kolejności (34% osób, które je wymieniło, jedynie o nich słyszało, a nie brało w nich udziału), Wariant 2 – to klasyfikacja wydarzeń wymienianych jako drugie w kolejności (27% osób, które wymieniły drugie wydarzenie, tylko o nich słyszały, a nie brały w nich udziału), Wariant 3 – to klasyfikacja wydarzeń wymienianych jako trzecie w kolejności (14% respondentów, którzy je wskazali tylko o nich słyszało, a nie brało w nich udziału). W tabeli nr 36 widać zatem, że najbardziej znanymi wydarzeniami są Dni

⁴⁶ Oprócz mieszkańców miast na prawach powiatu.

⁴⁷ Tu jednak trzeba zaznaczyć, że ogólną ocenę podniosły bardziej pozytywne oceny wystawiane przez łodzian. Na podstawie analizy jedynie odpowiedzi badanych z regionu, dokonanej w poprzedniej części raportu, okazało się, że oferta kulturalna na poziomie lokalnym wypadła najsłabiej.

⁴⁸ Zależność jest dość silna, VK=0,29.

⁴⁹ Pełna alfabetyczna lista wydarzeń znajduje się w załączniku do raportu.





Łodzi, Festiwal Łódź 4 Kultur oraz koncerty i festyny, które odbywają się w Manufakturze⁵⁰ – niezależnie od tego, na którym miejscu były wymieniane. Można zatem stwierdzić, że o Dniach Łodzi wie około 22% badanych (133 osoby), Festiwal Łódź 4 Kultur znany jest około 11% respondentów (65 osób), a wydarzenia w Manufakturze co dziesiątej osobie, która wzięła udział w badaniu.

Tabela nr 36. Wydarzenia kulturalne w Łodzi

Znane respondentom wydarzenia kulturalne w Łodzi	Wariant 1 Liczba osób	Wariant 2 Liczba osób	Wariant 3 Liczba osób
Dni Łodzi	80	38	15
Festiwal Łódź 4 Kultur	33	21	11
Koncerty i festyny w Manufakturze	23	24	12
Fashion Week	17	19	10
Noc Muzeów	17	7	6
Koncert Radia Zet w Manufakturze	15	11	6
Imprezy, które już nie odbywają się w Łodzi (Camerimage)	13	8	2
Jarmark Wojewódzki	12	10	3
Koncerty w CH Port Łódź (piątkowe koncerty, koncert finalistów X Factor)	12	6	2
Koncert Dody w CH Port Łódź	11	9	5
„Męskie Granie” koncert	10	9	7
Imprezy siatkarskie w Atlas Arenie	9	3	3

⁵⁰ Konkretnie wydarzenia kulturalne mające miejsce w Manufakturze zostały wyodrębnione w oddzielne kategorie. W tej kategorii zgrupowane są imprezy, których respondenci nie potrafili nazwać, ale kojarzyli je z miejscem, w którym się odbywają, czyli z Manufakturą.





Kino letnie w łódzkich parkach, „Polówka”	2	2	5
Fotofestiwal	2	6	7

Czy mieszkańcy województwa łódzkiego korzystają z oferty kulturalnej poza województwem? 30% respondentów zadeklarowało, że uczestniczy w wydarzeniach kulturalnych poza naszym regionem. Niemal identycznie odpowiedzieli zarówno mieszkańcy regionu, jak i Łodzi. Nieco inaczej przedstawia się sytuacja w przypadku zagranicznej oferty kulturalnej. Minimalnie częściej poza granice Polski wyjeżdżają łodzianie (12% z nich), a najrzadziej mieszkańcy pochodzący ze wsi (3% z nich)⁵¹.

Bardziej mobilne są osoby z wyższym wykształceniem. 43% z nich deklaruje, iż korzysta z oferty kulturalnej poza województwem, podczas gdy w przypadku osób z wykształcenie średnim jest to 29% i 17% w przypadku badanych z wykształceniem zasadniczym zawodowym i niższym⁵². Natomiast 15% respondentów z wyższym wykształceniem uczestniczy także w wydarzeniach kulturalnych poza granicami Polski (w pozostałych grupach jest to 5% – wykształcenie średnie, oraz 3% – zasadnicze zawodowe i niższe)⁵³.

Tabela nr 37. Korzystanie z oferty kulturalnej poza województwem łódzkim oraz poza krajem a miejsce zamieszkania

Korzystanie z oferty kulturalnej poza województwem łódzkim	% wskazań ogółem	Miasta (bez Łodzi)	Wieś	Łódź
TAK	29%	29%	29%	28%
NIE	71%	71%	71%	72%
Korzystanie z oferty kulturalnej poza krajem				
TAK	7%	7%	3%	12%
NIE	93%	93%	97%	88%

ŹRÓDŁA INFORMACJI O WYDARZENIACH KULTURALNYCH

Nie ma znaczących różnic pomiędzy mieszkańcami województwa w sposobie, w jaki najczęściej dowiadują się o interesujących imprezach kulturalnych w województwie, powiecie czy kraju. Telewizja jest najczęstszym źródłem informacji dla badanych o imprezach wojewódzkich oraz krajowych (minimalnie częściej o wydarzeniach kulturalnych dowiadują się w ten sposób osoby powyżej 45 roku życia), a prasa lokalna to najpopularniejsze

⁵¹ Zależność jest jednak słaba, $VK < 0,20$.

⁵² Zależność jest przeciętna, $VK = 0,23$.

⁵³ Zależność jest na granicy słabej i przeciętnej.





źródło informacji o imprezach powiatowych czy odbywających się w miejscowości zamieszkiwanej przez respondentów (choć badani często dowiadują się o wydarzeniach kulturalnych również od znajomych lub kogoś z rodziny – 41%, oraz z telewizji – 40%). Prasa jako źródło informacji regionalnych i lokalnych częściej służy osobom w średnim wieku, a informacje o wydarzeniach krajowych znajdują tam przeważnie osoby starsze. Najbardziej po prasę sięgają w tym celu młodzi⁵⁴. Najmłodsze zaś grupy badanych minimalnie częściej niż starsze o wydarzeniach kulturalnych dowiadują się od znajomych lub rodziny.

Internet jako źródło informacji o wydarzeniach kulturalnych w województwie i w kraju wykorzystuje 1/3 badanych (odpowiednio 32% oraz 34%), a w powiecie czy w miejscowości zamieszkania – 28%. Częściej korzystają z tego źródła informacji osoby młode (do 24 lat oraz 25–34 lat) niż te z pozostałych grup wiekowych. Dowiadują się one częściej tą drogą zarówno o wydarzeniach w województwie, w powiecie, jak i w kraju⁵⁵. Nie zaobserwowaliśmy, aby wiek znacząco różnicował korzystanie z pozostałych źródeł informacji o wydarzeniach kulturalnych. Szczegółowe rozkłady procentowe zawierają tabela nr 39.1–39.10.

Tabela nr 38. Źródła informacji o wydarzeniach kulturalnych

Źródło informacji	Poziom		
	Województwo (% wskazań)	Powiat/miasto	Kraj
Prasa (lokalna)	39%	<u>47%</u>	20%
Radio	33%	25%	<u>34%</u>
Telewizja	55%	40%	<u>68%</u>
Od sąsiadów, znajomych, kogoś z rodziny	30%	<u>41%</u>	25%
Samodzielnie	9%	11%	<u>11%</u>
Plakaty, afisze, bilbordy na ulicach	23%	<u>34%</u>	13%
Ogłoszenia w kościele	3%	<u>5%</u>	2%
Internet	<u>32%</u>	28%	<u>34%</u>
Ulotki rozdawane na ulicy	5%	<u>10%</u>	3%
Ulotki przynoszone do domu, znajduwane w skrzynce	4%	<u>7%</u>	2%

⁵⁴ Związki te są jednak bardzo słabe lub słabe, VK znacznie poniżej wartości 0,20.

⁵⁵ Zależności mają charakter przeciętny, VK=0,22 (województwo), 0,21 (powiat), 0,24 (kraj).





Tabele nr 39.1–39.10. Wiek a korzystanie z różnych źródeł informacji o wydarzeniach kulturalnych

Tabela nr 39.1. Wiek a Internet jako źródło informacji kulturalnych

Internet jako źródło informacji o wydarzeniach kulturalnych			
Wiek	Województwo	Powiat/ Miasto	Kraj
Do 24	49%	46%	55%
25–34	47%	40%	49%
35–44	39%	28%	37%
45–54	29%	25%	30%
55–64	18%	16%	20%
65 i więcej	10%	10%	10%

Tabela nr 39.2. Wiek a prasa jako źródło informacji kulturalnych

Prasa (lokalna) jako źródło informacji o wydarzeniach kulturalnych			
Wiek	Województwo	Powiat/ Miasto	Kraj
Do 24	28%	31%	9%
25–34	29%	40%	13%
35–44	44%	50%	20%
45–54	51%	62%	25%
55–64	43%	45%	26%
65 i więcej	40%	49%	25%





Tabela nr 39.3. Wiek a radio jako źródło informacji kulturalnych

Wiek	Radio jako źródło informacji o wydarzeniach kulturalnych		
	Województwo	Powiat/ Miasto	Kraj
Do 24	35%	19%	31%
25–34	43%	28%	36%
35–44	28%	33%	34%
45–54	34%	27%	45%
55–64	27%	19%	26%
65 i więcej	27%	22%	28%

Tabela nr 39.4. Wiek a telewizja jako źródło informacji kulturalnych

Wiek	Telewizja jako źródło informacji o wydarzeniach kulturalnych		
	Województwo	Powiat/ Miasto	Kraj
Do 24	42%	27%	57%
25–34	50%	36%	62%
35–44	53%	45%	67%
45–54	63%	47%	81%
55–64	60%	41%	70%
65 i więcej	60%	44%	67%





Tabela nr 39.5. Wiek a sąsiedzi, znajomi, rodzina jako źródło informacji kulturalnych

Wiek	Sąsiedzi, znajomi, rodzina jako źródło informacji o wydarzeniach kulturalnych		
	Województwo	Powiat/ miasto	Kraj
Do 24	44%	46%	32%
25–34	37%	46%	32%
35–44	26%	38%	25%
45–54	25%	36%	22%
55–64	27%	44%	21%
65 i więcej	26%	39%	21%

Tabela nr 39.6. Wiek a plakaty, afisze, bilbordy jako źródło informacji kulturalnych

Wiek	Plakaty, afisze, bilbordy jako źródło informacji o wydarzeniach kulturalnych		
	Województwo	Powiat/ miasto	Kraj
Do 24	31%	39%	14%
25–34	21%	34%	13%
35–44	25%	33%	17%
45–54	24%	34%	12%
55–64	21%	34%	10%
65 i więcej	17%	29%	10%





Tabela nr 39.7. Wiek a ogłoszenia w kościele jako źródło informacji kulturalnych

Wiek	Ogłoszenia w kościele jako źródło informacji o wydarzeniach kulturalnych		
	Województwo	Powiat/ miasto	Kraj
Do 24	5%	4%	1%
25–34	3%	2%	1%
35–44	2%	5%	3%
45–54	3%	6%	4%
55–64	1%	5%	0
65 i więcej	8%	7%	2%

Tabela nr 39.8. Wiek a ulotki rozdawane na ulicy jako źródło informacji kulturalnych

Wiek	Ulotki rozdawane na ulicy jako źródło informacji o wydarzeniach kulturalnych		
	Województwo	Powiat/ miasto	Kraj
Do 24	8%	16%	5%
25–34	5%	7%	5%
35–44	7%	14%	5%
45–54	6%	10%	2%
55–64	1%	8%	2%
65 i więcej	5%	6%	2%





Tabela nr 39.9. Wiek a ulotki przynieszone do domu jako źródło informacji kulturalnych

Wiek	Ulotki przynieszone do domu jako źródło informacji o wydarzeniach kulturalnych		
	Województwo	Powiat/ miasto	Kraj
Do 24	5%	7%	2%
25–34	3%	4%	2%
35–44	1%	4%	2%
45–54	8%	11%	3%
55–64	4%	10%	2%
65 i więcej	2%	4%	1%

Tabela nr 39.10. Wiek a samodzielne szukanie informacji o wydarzeniach kulturalnych

Wiek	Samodzielne szukanie informacji o wydarzeniach kulturalnych		
	Województwo	Powiat/ miasto	Kraj
Do 24	12%	11%	8%
25–34	14%	19%	19%
35–44	10%	14%	10%
45–54	8%	9%	10%
55–64	5%	5%	6%
65 i więcej	6%	7%	9%

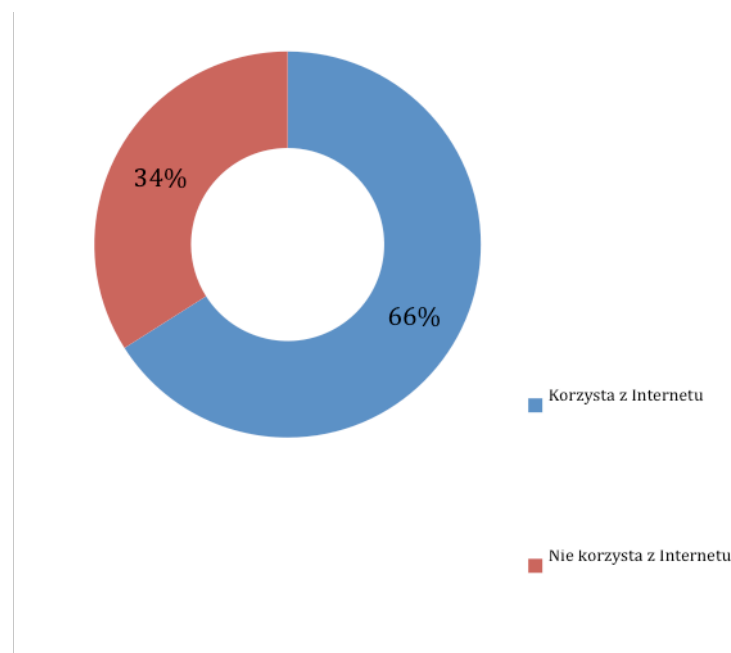




INTERNET A KULTURA

66% badanych potwierdza, że korzysta z Internetu. Minimalnie częściej do Internetu sięgają łodzianie (71% z nich) oraz mieszkańcy miast w regionie (66%) niż mieszkańcy wsi (62%). Podobnie sytuacja przedstawia się, jeśli chodzi o posiadanie Internetu przez badanych we własnym mieszkaniu. 76% użytkowników Internetu posiada dostęp do sieci w domu, z czego częściej taką możliwość mają mieszkańcy miast w regionie i Łodzi (odpowiednio 80% i 79%) niż mieszkańcy wsi (69%)⁵⁶. Zarówno korzystanie z Internetu, jak i posiadanie łącza u siebie w domu częściej deklarują osoby z wyższym wykształceniem (85% z nich korzysta z sieci, a 86% użytkowników ma Internet w domu). Z Internetu korzysta zaś 68% osób ze średnim wykształceniem (78% z nich ma łącze w domu) oraz 48% badanych z wykształceniem zasadniczym zawodowym lub niższym (63% z nich ma łącze w domu)⁵⁷. Możemy również zaobserwować, że częściej Internetu używają osoby przed 45 rokiem życia (ponad 80% osób z grup powyżej 24 lat, 25–34, oraz 35–44 lata, wobec 64% badanych w wieku 45–54, 49% – 55–64 lata, oraz 1/4 osób najstarszych)⁵⁸. Blisko 90% użytkowników Internetu do 45 roku życia deklaruje też posiadanie łącza w domu, podobne deklaracje składa 75% osób w wieku 45–54, 59% osób w wieku 55–64 oraz 35% najstarszych użytkowników Internetu⁵⁹. Do korzystania z sieci przyznaje się też 59% badanych posiadających dzieci oraz 81% osób, które dzieci nie mają⁶⁰.

Wykres nr 32.1. Korzystanie z Internetu



⁵⁶ Zależność jest jednak słaba, $VK < 0,20$.

⁵⁷ Zależności są: silna, $VK = 0,31$ – przy korzystaniu z Internetu, oraz przeciętna, $VK = 0,22$ – posiadanie łącza internetowego w domu.

⁵⁸ Zależność jest silna, $VK = 0,48$.

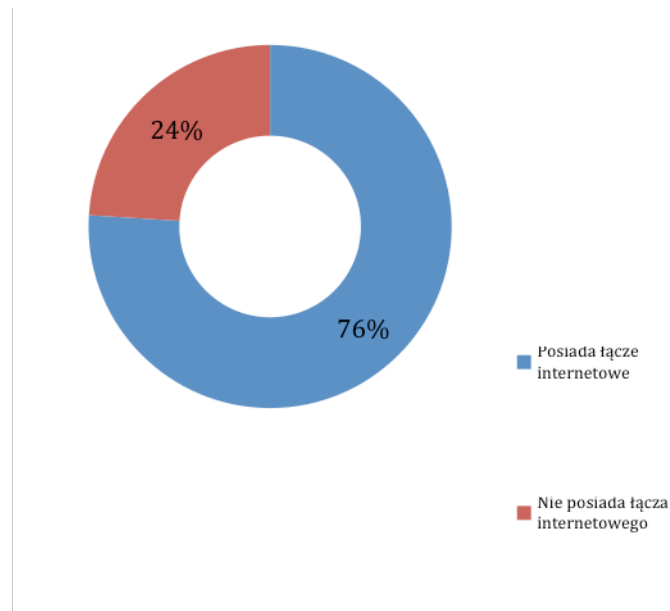
⁵⁹ Obserwujemy również silną zależność, $VK = 0,43$.

⁶⁰ Zależność jest przeciętna, $VK = 0,22$.





Wykres nr 32.2. Posiadanie łącza internetowego w domu



Zapytaliśmy użytkowników Internetu, jak często korzystają z niego, aby wyszukać informacje o interesujących wydarzeniach kulturalnych ogólnokrajowych, wojewódzkich, powiatowych, dziejących się w ich mieście oraz mających miejsce w Łodzi.

Ponad 40% respondentów przyznało, że szuka takich informacji często i bardzo często na dwóch poziomach: własnej miejscowości (43%) oraz łódzkim (41%). Natomiast rzadko i bardzo rzadko robi to odpowiednio 31% oraz 32% badanych. 39% mieszkańców województwa bardzo często i często zasięga też w Internecie informacji o wydarzeniach na szczeblu wojewódzkim, a 33% przyznaje, że często zdarza im się poszukiwać wiadomości także o wydarzeniach na szczeblu powiatowym, krajowym oraz ogólnokrajowym. Warto zauważyć, że użytkownicy Internetu z miast regionu oraz z Łodzi częściej niż mieszkańcy wsi szukają w Internecie informacji dotyczących wydarzeń kulturalnych we własnej miejscowości (52% badanych z miast oraz 48% łódzian, wobec 29% mieszkańców wsi)⁶¹. Mieszkańcy miast w regionie także częściej niż mieszkańcy wsi wyszukują informacji o interesujących wydarzeniach w Łodzi (43% respondentów z miast robi to bardzo często i często, przy 38% badanych ze wsi)⁶².

Zastanawialiśmy się, z jakich stron czy portali internetowych czerpią badani informacje o wydarzeniach kulturalnych oraz, jak oceniają oni funkcjonowanie serwisów, z których korzystają. Listę tych serwisów podaliśmy w części drugiej tego raportu. W tym miejscu chcemy przyjrzeć się, jak funkcjonalność serwisów na poszczególnych poziomach oceniali mieszkańcy Łodzi, miast w regionie oraz mieszkańcy wsi. Badani są raczej zgodni co do oceny portali, z których korzystają, szukając informacji o wydarzeniach kulturalnych o charakterze krajowym czy ogólnokrajowym. Około połowy respondentów z miast (56%), Łodzi (47%) oraz ze wsi (53%) ocenia te serwisy bardzo dobrze lub dobrze w odpowiedzi na pytanie o ich funkcjonalność przy szukaniu

⁶¹ Zależność jest przeciętna, VK=0,24.

⁶² Jednak ta zależność jest na granicy słabej i przeciętnej, VK=0,20.





wydarzeń na poziomie ogólnosiwiatowym, a blisko 60% badanych wystawia wysokie oceny funkcjonalności tych serwisów przy szukaniu wydarzeń o charakterze krajowym (59% – miasta, 57% – Łódź, 57% – wieś). Różnice w ocenach pojawiają się przy ocenie funkcjonalności serwisów, które służą do szukania wydarzeń o charakterze wojewódzkim oraz lokalnym. Najlepsze oceny wystawiają w obu przypadkach mieszkańcy miast w regionie (ponad 67% bardzo dobrze i dobrze ocenia serwisy z wiadomościami lokalnymi, a 62% z wojewódzkimi), podczas gdy wśród mieszkańców wsi wysoko ocenia je 51% i 45%. Oceny pozytywne serwisom wojewódzkim najrzadziej wystawiają łodzianie (42%), także wśród nich znajduje się największy procent osób w tej kwestii niezdecydowanych (50%)⁶³.

Tabela nr 40. Ocena portali internetowych a miejsce zamieszkania

Ocena stron/portali internetowych, z których badani czerpią informacje nt. wydarzeń kulturalnych - lokalne	% wskazań (ogółem)	Miasta (bez Łodzi)	Wieś	Łódź
BARDZO DOBRA I DOBRA	56%	67%	45%	51%
PRZECIĘTNA	15%	17%	16%	12%
ZŁA I BARDZO ZŁA	2%	1%	4%	3%
TRUDNO POWIEDZIEĆ	27%	15%	35%	34%

Ocena stron/portali internetowych, z których badani czerpią informacje nt. wydarzeń kulturalnych – wojewódzkie	%	Miasta (bez Łodzi)	Wieś	Łódź
BARDZO DOBRA I DOBRA	51%	62%	46%	42%
PRZECIĘTNA	10%	12%	10%	8%
ZŁA I BARDZO ZŁA	1%	1%	0	0
TRUDNO POWIEDZIEĆ	38%	25%	44%	50%

Ocena stron/portali internetowych, z których badani czerpią informacje nt. wydarzeń kulturalnych – krajowe	%	Miasta (bez Łodzi)	Wieś	Łódź
BARDZO DOBRA I DOBRA	58%	59%	57%	57%
PRZECIĘTNA	8%	13%	3%	7%

⁶³ Obie zależności mają charakter przeciętny, VK=0,21 oraz 0,20.





ZŁA I BARDZO ZŁA	1%	1%	0	0
TRUDNO POWIEDZIEĆ	33%	27%	40%	36%
Ocena stron/portali internetowych, z których badani czerpią informacje nt. wydarzeń kulturalnych – ogólnooświatowe				
	%	Miasta (bez Łodzi)	Wieś	Łódź
BARDZO DOBRA I DOBRA	52%	56%	53%	47%
PRZECIĘTNA	7%	12%	3%	5%
ZŁA I BARDZO ZŁA	1%	1%	0	0
TRUDNO POWIEDZIEĆ	40%	31%	44%	48%

Poprosiliśmy też użytkowników Internetu, aby określili, w jaki sposób najczęściej znajdują informacje w sieci: na jakich rodzajach stron czy jakimi kanałami otrzymują informacje o wydarzeniach kulturalnych? Aż 83% znajduje te informacje na portalach i w serwisach ogólnoinformacyjnych, 61% otrzymuje je bezpośrednio od znajomych poprzez e-mail czy czat, 46% respondentów wykorzystuje do tego opisy umieszczone przez znajomych w komunikatorach internetowych, 45% używa serwisów społecznościowych jak np. facebook czy nasza-klasa (częściej z takiej drogi korzystają najmłodszy respondenci – do 24 lat – 66% z nich, niż badani z pozostałych grup wiekowych: 25-34 lata – 53%, 35-44 lata – 42%, 45-54% - 30% oraz 24% badanych w wieku 55-64 i 26% najstarszych)⁶⁴, a 44% korzysta z portali i serwisów kulturalnych. 36% respondentów odwiedza bezpośrednio strony internetowe instytucji kultury. Nie zaobserwowaliśmy w tym przypadku różnic pomiędzy mieszkańcami województwa.

Czy badani korzystając z Internetu, biorą aktywny udział w życiu kulturalnym? Zapytaliśmy mieszkańców województwa łódzkiego (użytkowników Internetu), do jakich celów związanych z kulturą używają Internetu. Okazuje się, że i w tym przypadku nie ma znaczących różnic pomiędzy użytkownikami Internetu ze względu na ich miejsca zamieszkania. 74% badanych korzysta z Internetu, aby słuchać muzyki on-line, a 67% szuka informacji o filmach, sztukach teatralnych czy dziełach sztuki. Niewiele mniej (po 63%) szuka także informacji o artystach oraz ogląda filmy on-line. 55% deklaruje, że w Internecie czyta artykuły dotyczące kultury. Prawie połowie badanych zdarzyło się też kupować w sieci płyty czy książki oraz bilety na wydarzenia kulturalne (po 47%). Także 47% badanych przyznało, że zdarza im się grać w gry on-line. 38% respondentów zadeklarowała, że zdarza im się przeglądać zasoby muzeów, galerii czy też szukać informacji o nich; a 33% badanych zamieszcza własne pliki w Internecie. Nieco mniejszą popularnością cieszą się dyskusje na temat kultury na forach internetowych (24% bierze w nich udział), a 21% propaguje w sieci wydarzenia kulturalne, które uważa za ciekawe. Tylko 7% używa Internetu, aby tworzyć własne dzieła on-line. Na rodzaj aktywność badanych w

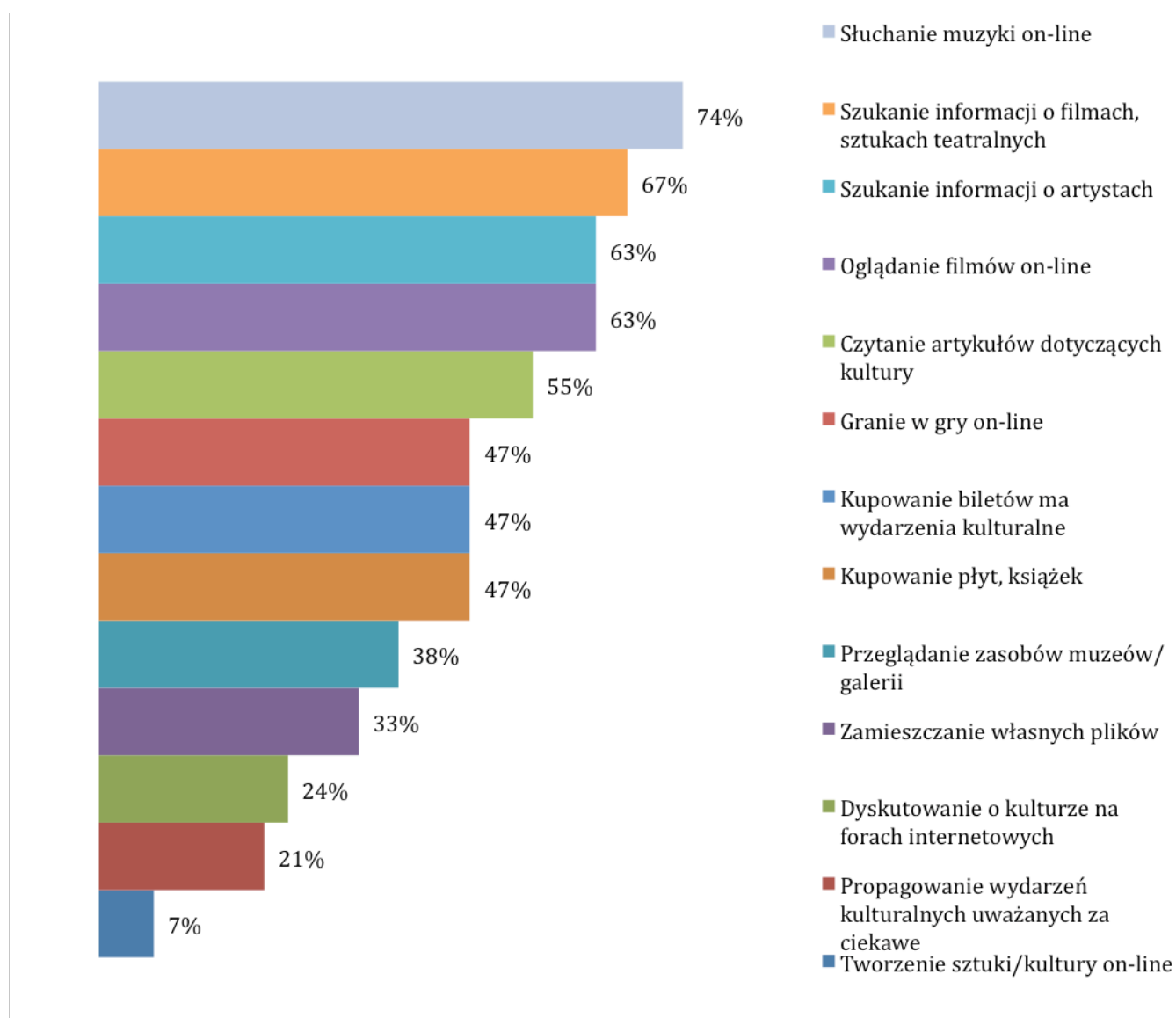
⁶⁴ Zależność jest przeciętna, VK=0,22.





Internetu ma zaś wpływ ich wiek. Młodszy respondenci przeciętnie częściej zamieszczają własne pliki w sieci (54% osób do 24 lat oraz 41% osób w wieku 25-34, 27% osób z grupy 35-44 lata, po 22% osób w wieku 45-54 oraz powyżej 64 roku życia, 12% osób w wieku 55-64 lata)⁶⁵, kupują lub rezerwują bilety na wydarzenia kulturalne (prawie 60% badanych do 34 roku życia, 53% z grupy 35-44 lata oraz około 30% z pozostałych grup wiekowych)⁶⁶. Znacznie częściej zaś badani do 44 lat słuchają w sieci muzyki (97% osób najmłodszych, 84% 25-34-latków oraz 75% 35-44-latków, a około 50% z grup pozostałych)⁶⁷ czy też oglądają filmy on-line (76% badanych najmłodszych, 75% 25-34-latków, 71% 35-44-latków a 46% 45-54-latków, 29% 55-64-latków oraz 47% osób najstarszych).⁶⁸

Wykres nr 32. Korzystanie z Internetu a udział w życiu kulturalnym



⁶⁵ Zależność jest przeciętna, VK=0,20.

⁶⁶ Zależność jest przeciętna, VK=0,20

⁶⁷ Zależność dość silna, VK=0,28

⁶⁸ Zależność na granicy przeciętnej i dość silnej, VK=0,25





Zastanawialiśmy się, czy mieszkańcy województwa łódzkiego czują się dobrze poinformowani o nadchodzących imprezach kulturalnych, a zatem czy media w wystarczającym stopniu przekazują tego typu informacje. Najbardziej pozytywnie oceniane są informacje dotyczące wydarzeń na poziomie wojewódzkim – 41% badanych w tym zakresie ocenia media bardzo dobrze i dobrze, 33% wystawia im ocenę przeciętną, a negatywną opinię ma tylko 11% respondentów. Nieco bardziej ubogie informacje docierają do mieszkańców województwa na temat wydarzeń powiatowych – 41% badanych ocenia przekazy medialne jako przeciętne, 29% jako bardzo dobre lub dobre, a 16% ma w tej kwestii negatywną opinię. Opinie dotyczące informacji dostarczanych o wydarzeniach lokalnych są najbardziej podzielone – 32% respondentów ocenia je dobrze i bardzo dobrze, 31% jako przeciętne, 26% sądzi, że są one złe lub bardzo złe. Informacje lokalne dotyczące imprez kulturalnych są lepiej oceniane przez mieszkańców Łodzi (48% pozytywnych ocen) oraz mieszkańców miast w województwie (31%) niż przez mieszkańców wsi – w tym przypadku tylko 16% z nich wyraziło pozytywną opinię⁶⁹.

EKONOMIKA KULTURY

WYDATKI BADANYCH NA KULTURĘ

Mieszkańcy województwa łódzkiego mieli wskazać maksymalnie trzy formy uczestnictwa w kulturze, na które wydają najwięcej. Czy miejsce zamieszkania różnicuje wydatki „na kulturę” mieszkańców województwa łódzkiego? Okazuje się, że w niewielkim stopniu. Przyjrzyjmy się szczegółowo poszczególnym rodzajom wydatków. W przypadku łodzian nieco inaczej układa się struktura wydatków na kulturę niż w dwóch pozostałych grupach. Łodzianie deklarują, że najwięcej wydają na wyjścia do kina (43%), podczas gdy wydatki na tę formę uczestnictwa w kulturze w pozostałych grupach znalazły się na drugim miejscu. Mieszkańcy miast w regionie oraz mieszkańcy wsi najwięcej wydają na wyjścia do lokali gastronomicznych (odpowiednio 53% oraz 46%). We wszystkich trzech grupach na trzecim miejscu uplasowały się wydatki na książki (bardziej zdecydowanie wskazywali na ten wydatek łodzianie – 32% badanych z Łodzi oraz po 21% respondentów z miast oraz ze wsi). Wśród łodzian struktura wydatków wydaje się być bardziej zróżnicowana niż w pozostałych grupach, przez co obserwujemy większy odsetek osób, które jako swoje największe wydatki „na kulturę” wskazały wyjścia do teatru czy zakup płyt z muzyką. Mieszkańcy regionu minimalnie częściej niż łodzianie wskazywali jako jeden ze swoich głównych wydatków na kulturę zakup muzyki, filmów czy książek w wersji cyfrowej przez Internet⁷⁰.

⁶⁹ Zależność jest dość silna, $VK=0,28$.

⁷⁰ Wszystkie zależności mają jednak charakter słaby, $VK<0,20$.





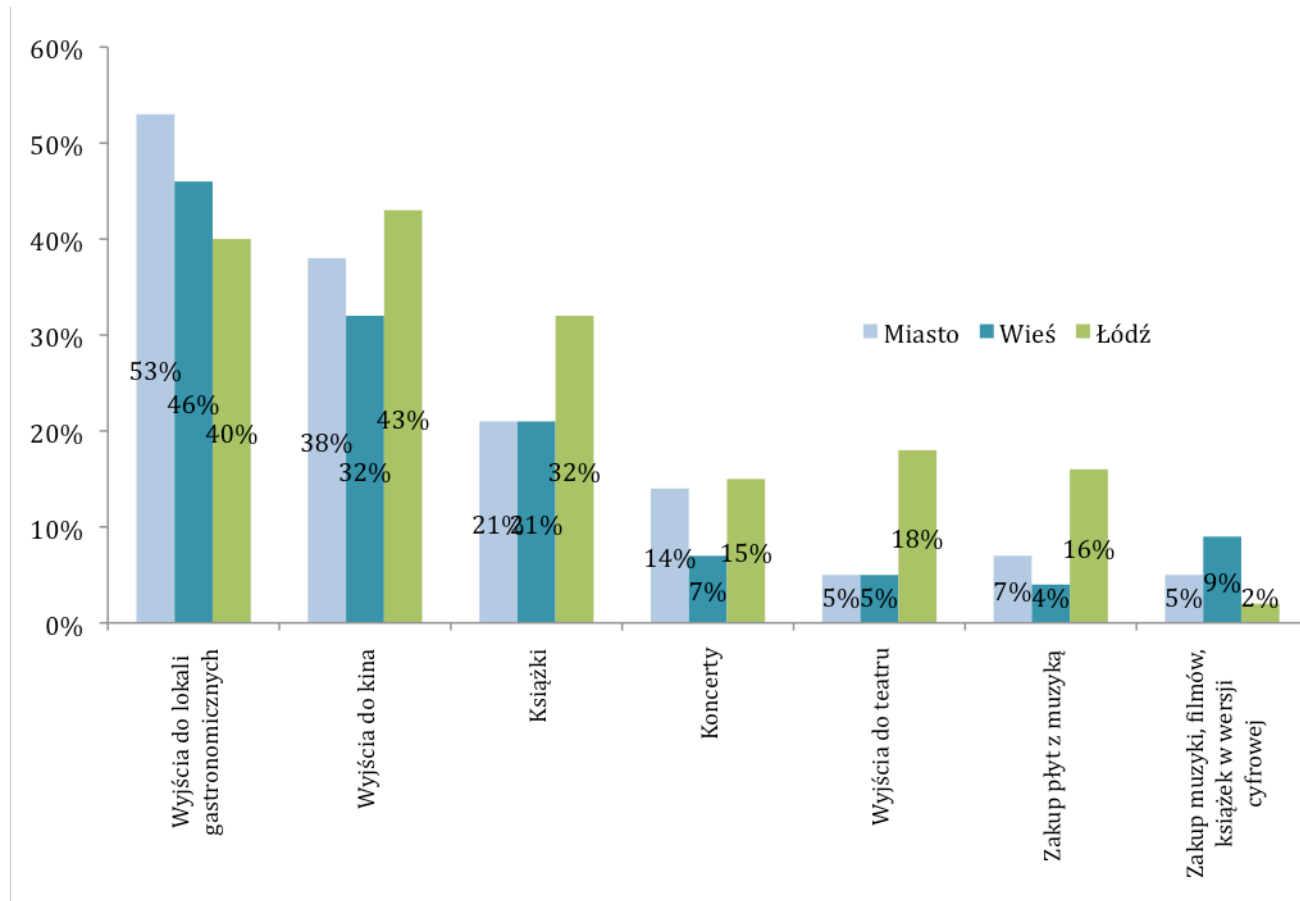
Tabela nr 41. Wydatki na określoną formę uczestnictwa w kulturze a miejsce zamieszkania

Na jaką formę uczestnictwa w kulturze wydajesz najczęściej?	% wskazań ogółem	Miasta (bez Łodzi)	Wieś	Łódź
Wyjścia do lokali gastronomicznych	47%	53%	46%	40%
Wyjścia do kina	38%	38%	32%	43%
Książki	25%	21%	21%	32%
Koncerty	12%	14%	7%	15%
Wyjścia do teatru	9%	5%	5%	18%
Zakup płyt z muzyką	9%	7%	4%	16%
Filmy na DVD	8%	8%	6%	9%
Zakup muzyki, filmów, książek w wersji cyfrowej przez Internet	5%	5%	9%	2%
Zakup gier komputerowych	5%	4%	4%	7%
Udział w festiwalach	3%	2%	2%	6%
Wyjścia do filharmonii, opery	2%	1%	1%	7%





Wykres nr 33. Wydatki na określoną formę uczestnictwa w kulturze a miejsce zamieszkania



Ciekawie układa się zależność pomiędzy wiekiem a trzema obszarami „kultury”, na które respondenci wydają najwięcej. Im młodszy respondenci, tym częściej wybierają wyjścia do lokali gastronomicznych oraz wyjścia do kina jako ich główny rodzaj wydatków na kulturę. Tymczasem na książki więcej wydają respondenci starsi i w średnim wieku. Szczegóły przedstawia tabela nr 41.

Tabela nr 42. Wiek a wydatki na „kulturę”

Na jaką formę uczestnictwa w kulturze wydajesz najczęściej?	Wiek a wydatki na „kulturę”						Siła związku
	16–24	25–34	35–44	45–54	55–64	65 i więcej	
Wyjścia do lokali gastronomicznych	62%	60%	57%	47%	31%	24%	0,22
Wyjścia do kina	60%	50%	49%	29%	21%	18%	0,24
Książki	19%	25%	27%	26%	28%	23%	0,16

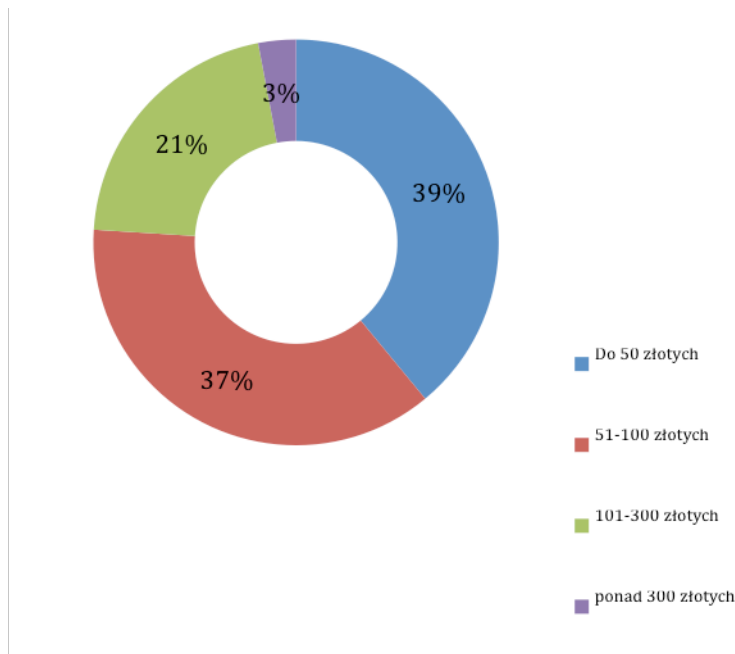




Jakie sumy są miesięcznie przeznaczane przez naszych badanych na kulturę? 76% respondentów wydaje miesięcznie nie więcej niż 100 zł, z czego 39% wydaje do 50 zł, a 37% przeznaczają na kulturę od 51 do 100 zł. 22% mieszkańców województwa deklaruje wydatki w granicach 101–300 zł, a jedynie 3% osób wydaje więcej niż 300 zł. Zróżnicowanie miesięcznych wydatków na kulturę przedstawia poniższa tabela. Pokazuje ona, że najmniejsze kwoty najczęściej deklarowali mieszkańcy wsi (49% z nich przy 32% Łódzian i 37% mieszkańców pozostałych miast), a od 101 do 300 złotych najczęściej z trzech wydzielonych grup mieszkańców na kulturę przeznaczają Łódzianie (28% z nich przy 22% mieszkańców innych miast oraz 16% mieszkańców wsi).

Nie ma znaczących różnic w kwotach wydawanych miesięcznie „na kulturę” pomiędzy poszczególnymi grupami wykształcenia. Minimalnie więcej (bo najczęściej od 51 do 100 zł) wydają osoby z wyższym wykształceniem. Nie widać również, aby wiek odgrywał duże znaczenie w zakresie wydatków na „kulturę”. Nieco mniej wydają osoby od 45 roku życia (respondenci w tym wieku przyznawali, że najczęściej miesięcznie wydają do 50 zł), natomiast badani z grup młodszych najczęściej miesięcznie przeznaczają na ten cel od 51 do 100 zł i nieco częściej niż osobom starszym zdarza im się wydać między 100 a 300 zł⁷¹.

Wykres nr 34. Miesięczne wydatki na kulturę w złotych



⁷¹ Zależności są jednak słabe, $VK < 0,20$.





Tabela nr 43. Miejsce zamieszkania a wydatki na kulturę

Wydatki na kulturę	Miejsce zamieszkania		
	Miasta (bez Łodzi)	Wieś	Łódź
Do 50 złotych	37%	49%	32%
51–100 złotych	39%	33%	37%
101–300 złotych	22%	16%	28%
Ponad 300 złotych	2%	3%	3%

Tabela nr 44. Wykształcenie a wydatki na kulturę

Wydatki na kulturę	Wykształcenie		
	Wyższe	Średnie	Zasadnicze zawodowe i niższe
Do 50 złotych	26%	44%	47%
51–100 złotych	44%	34%	33%
101–300 złotych	28%	20%	18%
Ponad 300 złotych	2%	3%	3%





Tabela nr 45. Wiek a wydatki na kulturę

Wydatki na kulturę	Wiek					
	16–24 lata	25–34 lata	35–44 lata	45–54 lata	55–64 lata	65 i więcej lat
Do 50 złotych	35%	26%	31%	43%	44%	60%
51–100 złotych	36%	41%	32%	40%	40%	30%
101–300 złotych	26%	31%	31%	15%	15%	10%
Ponad 300 złotych	3%	3%	6%	2%	1%	1%

PREFEROWANE WYDARZENIA KULTURALNE

A w jakich imprezach mieszkańcy województwa łódzkiego uczestniczą najchętniej? Imprezy najbardziej popularne to wyjścia do kina (38% respondentów uczestniczy w nich najchętniej). Niemal równie chętnie badani wybierają się na festyny czy jarmarki (34%), a 19% lubi też uczestniczyć w koncertach polskich gwiazd. 15% respondentów dobrze bawi się podczas widowisk kabaretowych, a 13% podczas koncertów klubowych. 14% badanych chętnie chodzi do teatru, 9% respondentów wybiera się najchętniej do galerii sztuki, 8% na koncerty światowych gwiazd, 6% uczestniczy w widowiskach folklorystycznych, a po 5% na festiwale filmowe, pokazy lotnicze oraz na rekonstrukcje historyczne. Poniżej 5% osób wskazało operę (4%), koncerty w filharmonii (4%) i festiwale teatralne (2%).

Mieszkańcy województwa różnią się jednak na tym polu. Podczas gdy ulubioną rozrywką kulturalną łódzian oraz mieszkańców miast w regionie są wyjścia do kina (odpowiednio 44% oraz 37% wskazało na tę odpowiedź)⁷², mieszkańcy wsi preferują uczestnictwo w festynach oraz jarmarkach (41% z nich)⁷³, a na drugim miejscu stawiają kino (32%). Jarmarki i festyny są z kolei stawiane na drugim miejscu przez mieszkańców miast w regionie. Drugie miejsce wśród odpowiedzi łódzian zajęły ex equo wyjścia do teatru⁷⁴ (24% z nich) oraz festyny i jarmarki (24%). Koncerty polskich gwiazd uplasowały się na trzecim miejscu wśród mieszkańców miast w regionie (26%) oraz wśród łódzian (17%), mieszkańcy wsi wolą uczestniczyć w widowiskach kabaretowych (17% mieszkańców wsi). Warto też zwrócić uwagę, że łódzianie nieco częściej niż respondenci spoza Łodzi wybierali również wizyty w galeriach sztuki czy na wystawach oraz uczestnictwo w koncertach światowych gwiazd⁷⁵.

⁷² Zależność jest jednak słaba, $VK < 0,20$.

⁷³ Zależność jest na granicy przeciętnej i dość silnej, $VK = 0,24$.

⁷⁴ Zależność jest przeciętna, $VK = 0,21$.

⁷⁵ Obie zależności są na granicy słabej i przeciętnej, $VK = 0,20$.





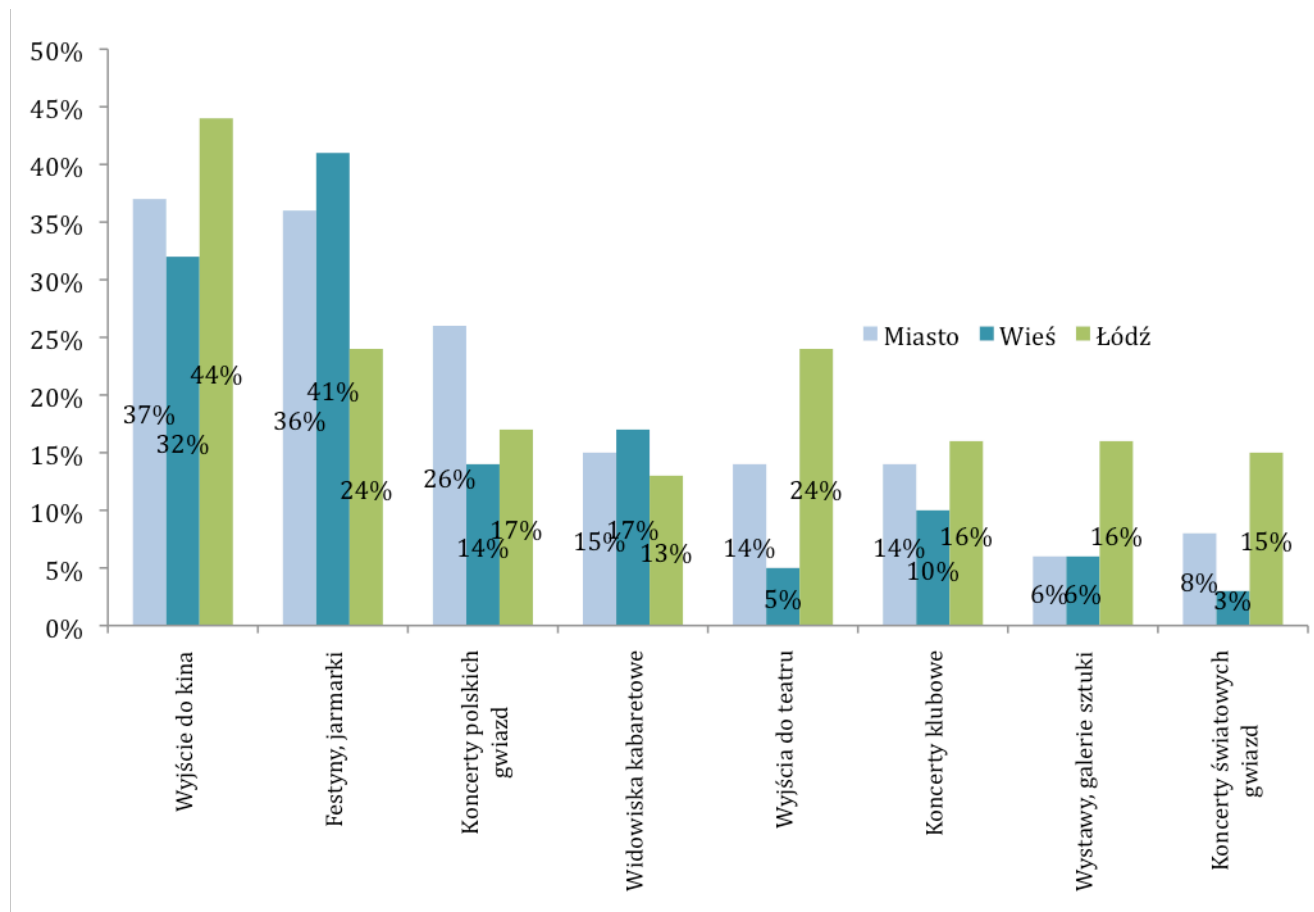
Tabela nr 46. Miejsce zamieszkania a ulubione imprezy kulturalne

W jakich imprezach najchętniej uczestniczysz?	% wskazań ogółem	Miasta (bez Łodzi)	Wieś	Łódź	Siła zależności (V Kramera)
Wyjście do kina	38%	37%	32%	44%	0,18
Festyny, jarmarki	34%	36%	41%	24%	0,24
Koncerty polskich gwiazd	19%	26%	14%	17%	0,19
Widowiska kabaretowe	15%	15%	17%	13%	0,18
Wyjścia do teatru	14%	14%	5%	24%	0,21
Koncerty klubowe	13%	14%	10%	16%	0,17
Wystawy, galerie sztuki	9%	6%	6%	16%	0,20
Koncerty światowych gwiazd	8%	8%	3%	15%	0,20
Widowiska folklorystyczne	6%	7%	8%	5%	0,18
Festiwale filmowe	5%	4%	2%	9%	0,19
Pokazy lotnicze	5%	8%	3%	4%	0,18
Rekonstrukcje historyczne	5%	6%	1%	7%	0,18
Opera, operetka	4%	4%	2%	6%	0,18
Koncerty w filharmonii	4%	3%	1%	7%	0,19
Festiwale teatralne	2%	1%	1%	4%	0,19





Wykres nr 35. Miejsce zamieszkania a ulubione imprezy kulturalne



Wiek badanych w niewielkim stopniu wpłynął na wybór imprezy, w której uczestniczą oni najchętniej. Respondenci poniżej 35 roku życia częściej niż starsi badani najchętniej uczestniczą w koncertach klubowych⁷⁶, koncertach polskich i światowych gwiazd. Najmłodszy respondenci przeciętnie częściej od pozostałych najchętniej udają się do kina (62% z nich) i można zaobserwować, że im starsi badani, tym rzadziej deklarują, że jest to ich ulubiona rozrywka kulturalna⁷⁷. Wśród respondentów w średnim wieku i starszych nieco bardziej niż w innych grupach wiekowych popularne są festyny i jarmarki⁷⁸.

Tabela nr 47. Wiek badanych a ulubione imprezy kulturalne

W jakich imprezach najchętniej uczestniczysz?	Wiek badanych					65 i więcej	Siła związku
	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64		
Wyjście do kina	62%	47%	42%	32%	30%	13%	0,22

⁷⁶ Zależność jest na granicy przeciętnej i dość silnej, VK=0,25, pozostałe to związki słabe, VK<0,20.

⁷⁷ Zależność jest przeciętna, VK=0,22.

⁷⁸ Jednak związek jest słaby, VK<0,20.





Festyny, jarmarki	21%	33%	34%	43%	35%	36%	0,16
Koncerty polskich gwiazd	24%	27%	21%	17%	18%	9%	0,14
Koncerty klubowe	30%	27%	10%	5%	5%	2%	0,25
Koncerty światowych gwiazd	13%	14%	10%	2%	6%	6%	0,15

Mieszkańcy Łodzi, miast w regionie i wsi byli dość zgodni co do podstawowych czynników, które przeszkadzają im uczestniczyć w imprezach kulturalnych, choć łodzianie za najważniejszą przeszkodę uznali brak pieniędzy (36%), co pozostali respondenci wskazali jako drugi najbardziej szkodliwy czynnik (miasta – 27%, wieś – 21%). Brak czasu to lider wśród mieszkańców miast w regionie (31% wskazań) oraz wsi (34%). Wskazało go również 33% łodzian. Co zrozumiałe, mieszkańcy regionu minimalnie częściej niż łodzianie narzekali na skomplikowany dojazd na interesujące ich imprezy (choć generalnie rzecz biorąc, nie był to wiodący czynnik, który utrudniał uczestnictwo badanym). Brak imprez to również kwestia zauważana częściej przez mieszkańców regionu (19% – miasta, 17% – wieś).

Tabela nr 48. Co przeszkadza w uczestnictwie w imprezach kulturalnych? Porównanie według miejsca zamieszkania.

Co przeszkadza w uczestnictwie w imprezach kulturalnych?	% wskazań ogółem	Miasto	Wieś	Łódź
Brak czasu	33%	31%	34%	33%
Brak pieniędzy	27%	27%	21%	36%
Brak imprez	17%	19%	17%	13%
Brak osób do towarzystwa	7%	10%	6%	5%
Skomplikowany, złożony dojazd	4%	5%	5%	1%
Brak informacji	4%	3%	3%	6%
Ekskluzywny charakter imprez	3%	3%	3%	3%
Trudno powiedzieć	5%	2%	11%	3%





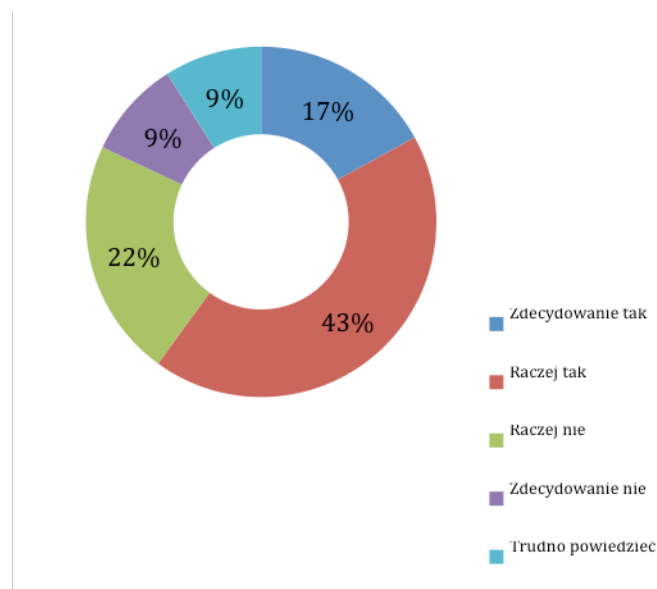
Zaobserwować można też, że to kobiety (32%) częściej niż mężczyźni (21%) twierdzą, że właśnie brak pieniędzy najbardziej przeszkadza im w uczestnictwie w imprezach kulturalnych. Mężczyźni z kolei częściej niż kobiety wskazują na brak czasu (39% mężczyzn oraz 28% kobiet).

Na brak pieniędzy na udział w imprezach kulturalnych narzekają bardziej osoby starsze, powyżej 54 roku życia (dla 33% z nich jest to podstawowa przeszkoda), niż osoby młodsze (brak pieniędzy przeszkadza 25% z nich). Proporcje odwracają się, gdy przyglądamy się, której z grup bardziej przeszkadza brak czasu. Dominują tu osoby młode i w średnim wieku (33% osób najmłodszych, 36% osób w wieku 25–34 lata, 38% 45–54-latków, jednak zdecydowanie dominują 35–44-latkowie – dla 51% z nich to główny czynnik, który przeszkadza im uczestniczyć w imprezach kulturalnych)⁷⁹.

KULTURA A ROZWÓJ REGIONU – OPINIE BADANYCH

Na ile ważna jest kultura w społeczeństwie? Czy rozwój województwa łódzkiego powinien być oparty przede wszystkim na kulturze? Większość mieszkańców województwa łódzkiego zgodziła się z tym, że kultura powinna decydować o rozwoju województwa (60%), a 31% badanych uważa, że jest to zły pomysł, 9% nie ma w tej kwestii zdania. Warto podkreślić, że nie obserwujemy tu znaczących różnic pomiędzy mieszkańcami województwa, choć największymi zwolennikami tego pomysłu są łodzianie (72% odpowiedzi „zdecydowanie tak” oraz „raczej tak”), za jest też 63% mieszkańców wsi oraz połowa mieszkańców miast w regionie.

Wykres nr 36. Czy rozwój województwa łódzkiego powinien być oparty przede wszystkim na kulturze?



⁷⁹ Zależności są jednak słabe, VK=0,17.





Tabela nr 49. Miejsce zamieszkania a opinia o roli kultury w rozwoju województwa łódzkiego

Czy rozwój województwa powinien być oparty na kulturze?	Miasta (bez Łodzi)	Wieś	Łódź
Zdecydowanie tak	14%	14%	25%
Raczej tak	36%	49%	47%
Raczej nie	29%	21%	12%
Zdecydowanie nie	12%	9%	6%
Trudno powiedzieć	9%	7%	10%

Struktura przebadanej próby

W badaniu wzięło udział 600 respondentów z województwa łódzkiego dobranych w sposób kwotowy według płci, wieku oraz miejsca zamieszkania⁸⁰. Kontrolowana była też zmienna wykształcenia⁸¹. 30% (180 wywiadów) stanowili mieszkańcy Łodzi, a 70% wywiadów (420 wywiadów) zostało przeprowadzonych z mieszkańcami wybranych w sposób celowy powiatów w województwie łódzkim⁸², w tym 38% respondentów pochodziło z miast województwa łódzkiego, a 32% było mieszkańcami wsi. Wśród badanych znalazło się 54% kobiet i 46% mężczyzn; 68% mieszkańców miast i 32% mieszkańców wsi; 67% badanych posiadało dzieci; 34% osób posiadało wykształcenie zasadnicze zawodowe, podstawowe lub niższe, 36% wykształcenie średnie, a 30% wykształcenie wyższe. Osoby poniżej 24 roku życia stanowiły 15% badanych, osoby w wieku 25–34 to 19% respondentów, 35–44-latkowie stanowili 15%, 19% badanych była w wieku 45–54 lat, a 1/3 respondentów to ludzie od 55 roku życia (17% – 55–64 lat, oraz 15% powyżej 64 roku życia).

Tabela nr 50. Struktura przebadanej próby⁸³

⁸⁰ W oparciu o dane GUS na koniec 2009 roku.

⁸¹ Chcieliśmy, aby udział osób z wykształceniem wyższym (licencjat i wyżej), średnim (ogólnym, technicznym, pomaturalnym), poniżej średniego (zasadnicze zawodowe i niższe) był zbliżony.

⁸² Powiaty zostały dobrane ze względu na ich potencjał kulturalny ustalony w oparciu o liczbę instytucji kultury w powiatach (liczbę gmin posiadających domy kultury, zespoły artystyczne, muzea, obiekty muzealne, izby muzealne oraz skanseny oraz liczbę gmin z określoną liczbą czytelników na tysiąc ludności – cechy te najbardziej różnicowały powiaty w województwie łódzkim). Zostały ustalone po dwa powiaty o najlepszym, przeciętnym oraz najslabszym potencjalne. W ten sposób weszły do badanej próby następujące powiaty: sieradzki, łaski, zgierski, kutnowski oraz radomszczański i skierniewicki.

⁸³ Struktura zrealizowanej próby odchyła się w niewielkim stopniu od struktury próby zakładanej. Zrealizowano o 3% mniej wywiadów na wsiach w województwie łódzkim niż zakładano oraz przebadano o 3% mniej osób najstarszych niż zakładano





Miejsce zamieszkania							
Wiek	Miasto		Wieś		Łódź		
	Kobiety	Mężczyźni	Kobiety	Mężczyźni	Kobiety	Mężczyźni	
	liczba	liczba	liczba	liczba	liczba	liczba	
16–24 lat	11	18	13	16	13	15	15%
25–34 lat	20	25	18	17	19	16	19%
35–44 lat	20	16	16	20	10	10	15% (14%)
45–54 lat	25	20	16	23	16	11	19% (17%)
55–64 lat	24	17	16	9	25	13	17%
65 i więcej lat	28	8	15	9	21	11	15% (18%)
Ogółem	128 (21%)	104 (17%)	94 (16%)	94 (16%)	104 (17%)	76 (13%)	100% –
	232 – 38% (35%)		188 – 32% (35%)		180 – 30%		600

(zwiększył się odpowiednio o 1% oraz 2% odsetek osób w wieku 35–44 oraz 45–54). Zachowana została struktura próby pod względem płci oraz zostały zachowane proporcje pomiędzy wywiadami zrealizowanymi w Łodzi (30%) oraz poza Łodzią (70%).





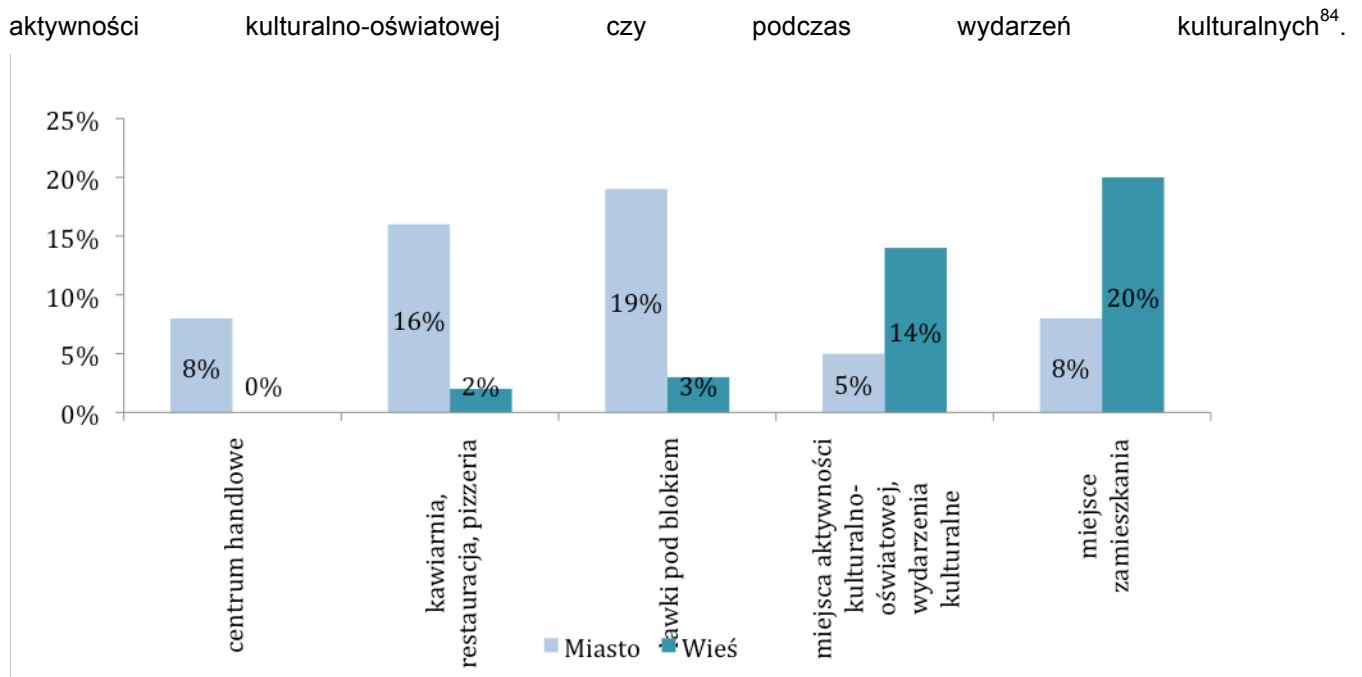
Analiza wizualno-przestrzenna

REGION

W ramach opisywanego badania podjęliśmy próbę szerszego spojrzenia na kulturę i jej powiązania z przestrzenią. Dlatego jego częścią była analiza wizualno-przestrzenna obszarów, na których prowadzone było badanie. Chcieliśmy zbadać związek przestrzeni z szeroko rozumianym życiem kulturalnym. W poniższej części raportu rozszerzymy dane ilościowe o jakościową analizę zdobytych podczas badania danych. Zapytaliśmy respondentów, gdzie w ich miejscach zamieszkania ludzie spotykają się spontanicznie.

Jak już wcześniej wskazywaliśmy w raporcie, okazało się, że zdaniem respondentów młodzież mieszkająca poza Łodzią najczęściej spotyka się w plenerze. Prawie 1/3 badanych wskazała na miejsca takie, jak: park, las, staw czy zalew oraz działka. Popularne okazały się także miejsca, gdzie można uprawiać sport czy spędzić aktywnie czas, a zatem boiska, orliki, skateparki, baseny, siłownie czy stadiony (27% wskazań). Często można także spotkać młodzież podczas spotkań w przestrzeniach związanych z infrastrukturą miejską – 26% badanych wskazało na różnorodne miejsca tego typu, wśród nich: place, rynki, starówki, ulice, deptaki, amfiteatry, place zabaw, przystanki, okolice sklepów, kościoły czy cmentarze. Puby, bary, piwiarnie, a także dyskoteki czy kluby (a zatem typowe miejsca rozrywki) to typy prawie 1/5 naszych respondentów. 13% badanych uznało, że młodzież spotyka się po prostu w swoich mieszkaniach czy domach, a 11% stwierdziło, że do tego typu spotkań służą ławki pod blokiem. Zaledwie co 10 badany był zdania, że takim spotkaniom służą miejsca aktywności kulturalno-oświatowej (jak świetlice, szkoły, miejskie ośrodki kultury lub domy kultury) czy same wydarzenia kulturalne (różne festyny, imprezy kulturalne czy sportowe). 10% respondentów stwierdziło, że młodzież spotyka się w kawiarniach, restauracjach, pizzeriach, a zaledwie 4% wskazało na centra handlowe w miastach w województwie łódzkim. Opinie te różnicuje miejsce pochodzenia respondentów. Mieszkańcy miast częściej wskazują na centra handlowe, lokale komercyjne i ławki w okolicy miejsca zamieszkania jako miejsca spotkań młodzieży, zaś mieszkańcy wsi częściej wyrażają opinię, że młodzież spotyka się we własnych domach, ale także w miejscach





Warto zauważyć, że mieszkańcy województwa łódzkiego zdają się eksplorować walory okolicy, w której mieszkają. Nie dziwi, że w miejscach, które mają więcej atrakcji do zaoferowania, opinie są bardziej podzielone. Mieszkańcy Piotrkowa Trybunalskiego na przykład często wskazywali na Centrum Handlowe Focus Mall, lokale gastronomiczne, ale i ławki pod blokiem. W każdym mieście, w którym istnieje nowoczesne centrum handlowe, zostało ono wymienione jako miejsce spontanicznych spotkań. Respondenci doceniają jednak również walory przyrodnicze w postaci rzek czy zalewów wodnych. W Głownie, wobec deklarowanego przez respondentów braku alternatyw, główną atrakcją zdecydowanie jest zalew wodny.

Nie wystąpiła zależność między miejscem zamieszkania a spędzaniem czasu na terenach zielonych. Różnica sprowadza się do tego, że w mieście respondenci wskazywali na parki i skwery, na wsi zaś typowali lasy. Podobnie brak jest zależności pomiędzy wyborem miejsc do rekreacji a miejscem zamieszkania.

O ile nie ma istotnych statystycznie różnic w głównych typowanych przez respondentów kategoriach, znaczące wydają się niektóre uplasowane na dalszych miejscach wybory. Na szczególną uwagę zasługuje dokonywany znacznie częściej przez mieszkańców wsi niż miast wybór miejsc aktywności kulturalno-oświatowej, takich jak świetlice, Miejskie Ośrodki Kultury, szkoły, kluby, koła zainteresowań, siedziby stowarzyszeń. Rodzi się pytanie, co jest przyczyną takiego stanu rzeczy? Zdaniem badaczy, w miastach, w których jest szersze spektrum możliwości, placówki powyższe nie stanowią atrakcji, więc nie są tak często, jak na wsiach, przez respondentów typowane. Na wsiach mamy do czynienia z sytuacją wprost przeciwną. Wobec braku alternatyw, choćby w postaci lokali gastronomicznych czy centrów handlowych, miejsca wspomnianej wyżej aktywności stanowią atrakcję. Alternatywę stanowi, wskazywany przez jeszcze liczniejszą grupę mieszkańców wsi, własny dom.

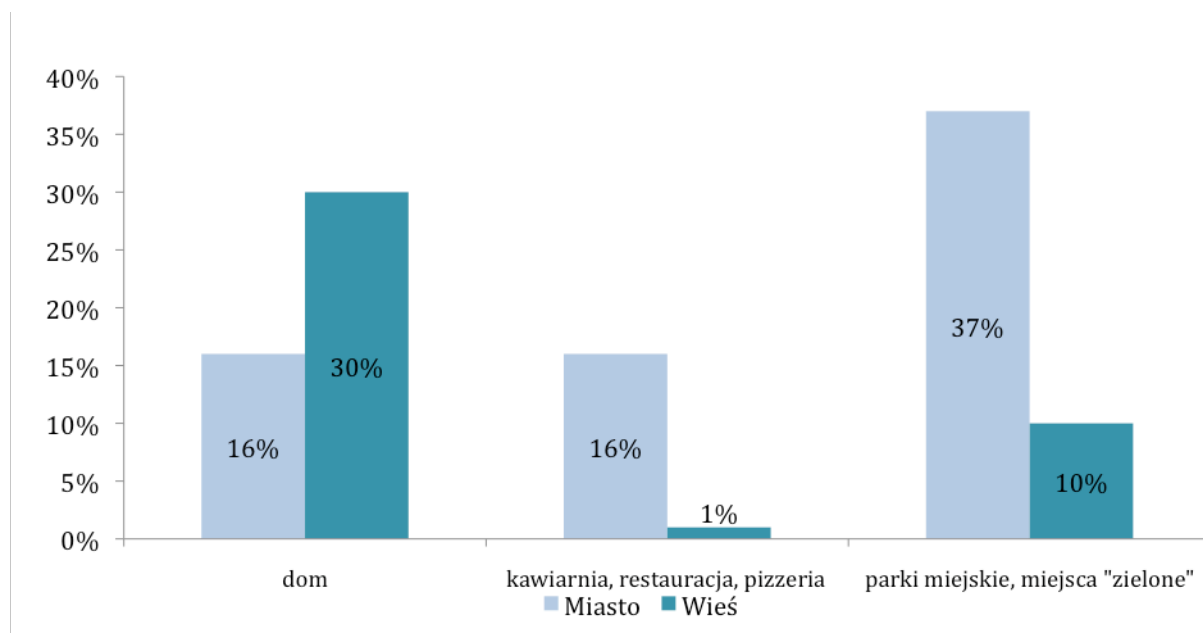
Nieco inne miejsca spotkań wybierane są, według badanych, przez osoby starsze, chociaż i wśród nich ciągle największą popularnością cieszą się miejsca „zielone” i działka (24%). Po 23% respondentów jest zdania, że

⁸⁴ Są to zależności przeciętne i dość silne. Odpowiednio $VK=0,23; 0,26; 0,29; 0,22; 0,23$.





osoby dorosłe spotykają się we własnych domach i mieszkaniach lub w różnorodnych miejscach w przestrzeni miejskiej. Do takich miejsc zaliczają się także kościół czy cmentarz, jednak warto wyróżnić tę kategorię, gdyż miejsca te zostały wspomniane przez 1/5 badanych. Dorośli także spotykają się w najbliższej okolicy miejsca zamieszkania, a zatem na ławkach, na osiedlu, pod blokiem (tak uznało 14% badanych). 9% respondentów wyraziło opinię, że miejscami spotkań dla osób dorosłych są także kawiarnie, herbaciarnie czy restauracje, natomiast znacznie mniej dorosłych niż młodzieży wybiera na takie spotkania puby, bary czy piwiarnie (8% wskazań). Także 8% badanych (czyli jeszcze mniejszy odsetek niż w przypadku młodzieży) stwierdziło, że takimi miejscami spotkań są placówki kulturalno-oświatowe, koła zainteresowań czy siedziby stowarzyszeń. Najbardziej, według badanych, osoby dorosłe wybierają aktywną formę spędzania czasu (3%). Miejsce zamieszkania różnicuje także opinie respondentów co do tego, gdzie spotykają się ludzie dorośli. Mieszkańcy miast częściej wskazują na lokale komercyjne oraz parki miejskie i inne miejsca „zielone”, a mieszkańcy wsi na własny dom⁸⁵. Również więc, w przypadku ludzi starszych, miejscem spontanicznych spotkań „bez okazji” jest dom. Dość zadziwiające może się wydawać, że mieszkańcy wsi stosunkowo rzadko, szczególnie w konfrontacji z mieszkańcami miasta, wskazują na spontaniczne spotkania „na łonie natury”. Można podejrzewać, że obszary zielone, plener stanowią dla nich element codziennej egzystencji, na który nie zwracają w ogóle uwagi, który nie stanowi dla nich wartości, jeśli rozpatrywać go w kontekście spotkań towarzyskich. Przeciwnie rzecz wygląda w przypadku mieszkańców miast, którzy preferują taki sposób spędzania czasu w szerszym gronie.



Chcieliśmy się dowiedzieć od mieszkańców województwa, czy w okolicach ich miejsca zamieszkania znajdują takie miejsca spotkań, które sami mieszkańcy sobie zorganizowali i zaaranżowali i w których lubią przebywać. W ten sposób chcieliśmy dociec na ile aktywni są mieszkańcy województwa łódzkiego – czy jedynie partycypują w dostarczanych im formach aktywności towarzysko-kulturalnej, czy również na własną rękę organizują swe aktywności na obszarze szeroko rozumianej kultury. Jedynie 28% badanych przyznało, że takie miejsca istnieją.

⁸⁵ Są to zależności: słaba (VK=0,20), dość silna (VK=0,27) oraz silna (VK=0,32).





Do takich oddolnie zorganizowanych miejsc spotkań mieszkańcy wykorzystują bardzo różnorodne przestrzenie, często w instytucjach już istniejących, np. szkołach (sale gimnastyczne, boiska przyszkolne), bibliotekach, domach kultury, remizach strażackich czy też prywatnych pubach, lokalach gastronomicznych. Wykorzystywane są też przestrzenie otwarte, np. okolice stawów, rzek, zalewów, parki i ławki w parkach oraz elementy przestrzeni miejskiej: place, rynki, starówka, deptak. Badani zwracają uwagę, że takim spotkaniom służą organizacje, stowarzyszenia i związki, kluby młodzieżowe, koła gospodyń wiejskich, klub emerytów, organizacje przykościelne, ale także Uniwersytet Trzeciego Wieku czy kluby sportowe.

Pełna lista miejsc organizowanych we własnym zakresie w załączniku.

Oczywiście powyższa lista nie może dać pełnego oglądu sytuacji w województwie, gdyż jest ograniczona przestrzennie do kilkunastu miejsc, w których przeprowadzono badanie. Wskazania respondentów są bardzo zróżnicowane. Od terenów zielonych, po lokale komercyjne. Odpowiedzi wskazują, jak istotną rolę dla wsi pełnią remizy, świetlice, Gminne Ośrodki Kultury, przy których działają np. Koła Gospodyń Wiejskich, różnego rodzaju towarzystwa, stowarzyszenia. Można sądzić, że placówki kultury wspomagają mieszkańców województwa w ich działaniach oddolnych.

Poza nieformalnym przestrzeniami spotkań, chcieliśmy przyjrzeć się przestrzeni zinstytucjonalizowanej. Jak widać z dotychczasowego opisu, dla respondentów nie ma wyraźnego podziału na obie te przestrzenie. Instytucje stwarzają bowiem respondentom przestrzeń do nieformalnych, spontanicznych działań. W mniejszych społecznościach ten podział wyraźnie zanika.

Respondenci byli poproszeni o wskazanie instytucji kultury. Badani mieli wyraźny problem z wymienieniem przykładowych ośrodków kultury, które znają ze swojej miejscowości (choć tu względnie najmniejszy), w powiecie czy w województwie. Przykłady instytucji, które są znane mieszkańcom województwa, zawierają poniższe tabele. Kłopot sprawiła też respondentom ocena wymienionych instytucji. Najbardziej pozytywnie została oceniona oferta kulturalna, którą zapewniają placówki w skali województwa (58% badanych jest zadowolona lub raczej zadowolona), prawie 30% osób nie potrafiło wymienić żadnej instytucji lub nie wiedziało, jak ocenić te wymienione. 41% respondentów wystawiło pozytywną notę instytucjom z powiatu (także w tym przypadku 30% osób nie potrafiło wymienić/ocenić tych instytucji). Stosunkowo najgorzej wypadła ocena instytucji kultury z miejscowości, w których mieszkają badani – 36% osób oceniło ofertę kulturalną instytucji lokalnych pozytywnie, a 46% negatywnie, 18% ponownie nie miało zdania.

Mieszkańcy wsi bardziej przychylnie ocenili instytucje kultury w powiecie (ponad połowa mieszkańców wsi jest zadowolona z funkcjonowania instytucji kultury w powiecie, przy 29% mieszkańców miast)⁸⁶, natomiast mieszkańcy miast częściej pozytywnie oceniali ofertę kulturalną instytucji w ich miejscowościach (42% pozytywnych not, przy 28% takich samych ocen ze strony mieszkańców wsi)⁸⁷.

Rodzaj ośrodków (placówek)

Przykłady

kultury w miejscowości

Domy kultury

Miejskie Ośrodki Kultury, Młodzieżowe Domy Kultur, Klub Garnizonowy, Dom Kultury i Seniora, świetlice, Ośrodek Działań Artystycznych, Dom Kultury "SEM"

⁸⁶ Zależność jest dość silna, VK=0,29.

⁸⁷ Zależność jest silna, VK=0,33.





Instytucje kulturalno-oświatowe	Hufce harcerskie, biblioteki
Kino	Muza
Muzea, obiekty wystawiennicze	Muzeum w Radomsku, Muzeum Miasta Zgierza, Muzeum Regionalne, Galeria u Panien w Piotrkowie Trybunalskim, Galeria OFF w Piotrkowie Trybunalskim
Teatry	Teatr Orfa, scena Teatru Jaracza w Sieradzu
Zabytki	Kościół Panien Dominikanek
Inne	"Mamma Mia" – pizzeria, kościół, remiza

Rodzaj ośrodków (placówek) kultury w powiecie	Przykłady
Domy kultury	Dom Kultury w Strykowie, Dom Kultury w Łasku, Dom Ludowy w Łasku, Gminny Ośrodek Kultury – Stryków, Ośrodek Kultury w Buczku, Koło Gospodyń w Dzierżąznej, Klub Garnizonowy
Kina	Kino Muza
Kościóły	Kościół w Łasku
Muzea	Muzeum – Głowno, Muzeum Regionalne
Ośrodki sportowe	MOSiR

Rodzaj ośrodków (placówek) kultury w województwie	Przykłady
Domy kultury	DK w Wiśniowej Górze, w Piotrkowie Trybunalskim, w Pabianicach, MOK Rzgów, w Zduńskiej Woli, ŁDK
Muzea	Muzeum w Lipcach Reymontowskich, Muzeum Ziemi Łowickiej, skansen w Łowiczu, Miejskie w Sieradzu, Miejskie w Pabianicach, Miasta Zgierza, w Opcznie, skansen rzeki Pilicy, Włókiennictwa w Łodzi, ms, ms2, Ludowe w Przedborzu
Organizacje	Caritas, Instytut Sadownictwa w Skierniewicach, Regionalna Organizacja Turystyczna Województwa Łódzkiego
Rekreacja, parki	termy Uniejów, aquapark Fala, Nowa Gdynia, park w Nałęczowie, Safari w Borysewie
Rozrywka	Manufaktura, Galeria Łódzka, Jazzga, multipleksy – Cinema City, Silver Screen, IMAX, kino Bałtyk, Atlas Arena, festyny w Woli Rakowej, Brójcach, Kurowicach





Teatry i filharmonie

Teatr Wielki w Łodzi, Teatr Jaracza, Teatr Nowy, Filharmonia Łódzka

Zabytki (świeckie, sakralne)

Zamek w Łęczycy, zamek w Oporowie, starówka w Piotrkowie Trybunalskim, Księży Młyn, kościół w Spale

ŁÓDŹ

Młodzi ludzie z Łodzi najczęściej spontanicznie spotykają się ze sobą w miejskiej przestrzeni publicznej, czyli na wszelkiego rodzaju placach i rynkach (kilkakrotnie pojawia się rynek Bałucki), 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 24,9% badanych z Łodzi. Powodzeniem cieszą się osiedlowe Żabki. Wśród respondentów z każdej dzielnicy przynajmniej raz padła ta nazwa sklepu. 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, Park przy ul. Piłsudskiego z basenem Anilana, park Słowackiego, park przy ul. 3 Maja, Par Sielanka i Rajdowa, górką widzewska oraz zalew przy ulicy Liściastej. Takiej odpowiedzi udzieliło 24,3% badanych. Wybór parku, czy terenu zielonego zależy od miejsca zamieszkania respondentów. Z reguły wskazywany jest najbliższy miejscu zamieszkania park. 16% respondentów wskazało na ławki przed blokami jako spontaniczne miejsce spotkań ludzi młodych w Łodzi. Osoby z wykształceniem poniżej średniego pięć razy częściej niż osoby z wykształceniem średnim wskazywały na ławki pod blokiem jako miejsce spontanicznych spotkań ze znajomymi. 26,8% z osób z wykształceniem podstawowym lub niższym oraz z wykształceniem zasadniczym zawodowym wskazało właśnie na ławki pod blokami, podczas gdy jedynie 5,2% osób z wykształceniem średnim udzieliło takiej odpowiedzi. Również jednak dość wysoki procent osób z wykształceniem wyższym (19,3%) 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 ich samych. Być może część opowiadała o własnych doświadczeniach, a część o obserwacjach.

12,7% badanych uznało, iż młodzi najczęściej spontanicznie spotykają się w pubach, barach oraz klubach. Padają tu nazwy osiedlowych barów takich jak Ruda Pub, pub Bumelant, Bazyliszek, Magnat, Faraon i Lech na Narutowicza przy Radiostacji. Poza osiedlowymi barami pojawiają się niesprecyzowane puby w centrum miasta. 11,6% badanych twierdzi, że są to miejsca rekreacji czy aktywności sportowej takie jak siłownie, baseny, boiska, skateparki i orliki. Również 11,6% badanych uznało, iż są to lokale gastronomiczne takie jak kawiarnie, pizzerie oraz wszelkiego rodzaju restauracje (wśród osiedlowych wymieniana jest Da Grasso przy Rondzie Lotników Lwowskich i Presto na ul. Bartoka na Widzewie) a 9,4% iż młodzi spotykają się spontanicznie w centrach handlowych takich jak Galeria Łódzka, Manufaktura czy Port Łódź. Warto zauważyć, że w centrach handlowych miejsc spotkań młodzieży upatrywała raczej płęć żeńska. 15% z wszystkich kobiet wskazało na centra handlowe takie jak Port Łódź, Manufaktura oraz Galeria Łódzka jako na miejsce gdzie spontanicznie spotykają się ludzie młodzi w Łodzi. Odsetek kobiet jest tutaj ponad 3 razy większy niż procent mężczyzn wskazujących na centra handlowe, który wyniósł jedynie 2,8%. 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 1,7% respondentów.





Starsi Łodzianie natomiast najczęściej spontanicznie spotykają się w parkach miejskich oraz miejscach związanych z przyrodą takich, w których można pospacerować. Do takich miejsc w Łodzi zaliczają się wszelkiego rodzaju parki na przykład 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 40,9% badanych. Częściej padała z ust mężczyzn (17,4%) niż kobiet (10,1%). Drugą najczęściej udzielaną odpowiedzią były miejsca związane z okolicami miejsca zamieszkania, czyli własne domy, ogródki, miejsca pod blokami i klatki schodowe. Takiej odpowiedzi udzieliło 24,3% respondentów. 12,2% badanych uznało iż 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 13,8% badanych za takie miejsca uznało kościoły oraz cmentarze. Najrzadziej pojawiającą się odpowiedzią były lokale gastronomiczne takie jak kawiarnie, restauracje oraz pizzerie (jedynie 2,8% badanych), które pojawiły się jedynie w odpowiedziach respondentek (żaden mężczyzna nie wskazał powyższej odpowiedzi) oraz puby, bary, kluby i pijalnie piwa, na które wskazało 3,9% badanych. Prawie równie rzadko badani wymieniali miejsca aktywności kulturalno-oświatowej takie jak świetlice, domy kultury, kluby i spółdzielnie (4,4%) oraz miejsca specjalnie przeznaczone dla osób starszych takie jak Klub Seniora i Emeryta, Klub Samotnych Serc, Stowarzyszenie Osób Starszych oraz Uniwersytet Trzeciego Wieku (5,5%).

Zapytaliśmy mieszkańców Łodzi również o to, czy w ich okolicy istnieją miejsca zorganizowane, zaaranżowane przez samych Łodzian? Większość respondentów nie wie o istnieniu takowych (16,6%) lub wręcz uważa, iż nie ma takich miejsc (53,6%) w najbliższej okolicy ich zamieszkania, które były by wybrane przez samych mieszkańców i przez nich zorganizowane, w których łodzianie lubią przebywać. Jedynie 24,9% badanych deklaruje istnienie takich miejsc.

Wśród badanych, którzy wskazali na istnienie miejsc wybranych i zorganizowanych przez samych mieszkańców, najczęściej wymieniane były miejsca w parkach, w pobliżu stawów oraz skwerów. Takiej odpowiedzi udzieliło 40% badanych z Łodzi, którzy wskazali na istnienie takich miejsc. Drugą najczęściej pojawiającą się odpowiedzią były lokalizacje zorganizowane w pobliżu miejsca zamieszkania jak ogrody pod blokami lub własne domy. Na takie punkty wskazało 28,9% badanych. Trzecią najczęściej pojawiającą się odpowiedzią były miejsca zorganizowane w miejskiej przestrzeni publicznej (20% badanych) czyli wszelkiego rodzaju place, rynki, bramy, itp. 42,9% osób z wykształceniem zasadniczym zawodowym, podstawowym lub niższym wskazało taką lokalizację (place, rynki, murki, bramy, starówka, ulice, deptaki, amfiteatry, centrum miasta, główne ulice, okolice sklepów osiedlowych) jako na miejsce gdzie znajdują się punkty wybrane i zorganizowane przez samych mieszkańców, w których lubią oni przebywać. Tylko 11,8% respondentów z wykształceniem średnim wskazało na przestrzeń publiczną, a wśród osób z wykształceniem wyższym ten odsetek był jeszcze niższy i wynosił jedynie 7,1%. 15,6% badanych wskazało na miejsca z ofertą dla osób starszych czyli Kluby Seniora i Emeryta czy Uniwersytet Trzeciego Wieku, a 13,3% respondentów wspomniało o terenach rekreacyjnych i aktywności sportowej, takich jak baseny, siłownie, boiska, orliki, skateparki i stadiony. (Pełna lista miejsc w załączniku)

Aż 54,8% badanych z Łodzi, którzy wskazali na istnienie miejsc wybranych i zaaranżowanych przez samych mieszkańców w których mieszkańcy lubią przebywać uważa, że łodzianie wybierają te miejsca ze względu na ich





takie walory jak atmosfera, cisza, spokój, możliwość odpoczynku czy bliskość przyrody. Była to najczęściej pojawiająca się odpowiedź. Drugą najczęściej pojawiającą się odpowiedzią była bliskość i łatwość w dojeździe, na którą wskazało 19% badanych. Taki sam odsetek respondentów opowiedział się również za tym, iż wybór tych miejsc jest związany z obecną tam ofertą, czyli rozrywką i sprzedażą alkoholu. 11,9% badanych wskazało na istnienie konkretnego celu jako powodu do organizacji oraz przebywania w takich właśnie miejscach. Tylko 4,8% badanych uważa, iż przebywanie łodzian w takich miejscach jest związane z brakiem innych możliwości spotkań i rozrywki oraz również 4,8% sądzi, iż ludzie nie mają pieniędzy na inne zajęcia.

W większości przypadków wskazane miejsca, nie są miejscami specjalnie zorganizowanymi, zaaranżowanymi przez ich bywalców, a jedynie wybranymi przez nich lokalizacjami. Oddolne działania związane są z działalnością Rad Osiedli i Wspólnot Mieszkaniowych. Powodzeniem wśród osób starszych cieszą się Kluby Seniora.

Poprosiliśmy również respondentów żeby wskazali ośrodki kultury, które znajdują w Łodzi. Wśród ich wskazań znalazły się:

centra handlowe	(Manufaktura, Galeria Łódzka, Port Łódź)
domy kultury	(ŁDK, MOK, Lokatorska, Energetyk, Pałac Młodzieży, MDK Moniuszki, Bratysławska, Krzemieniecka, Poleski Ośrodek Kultury, AoiO, Kubuś, Klub Garnizonowy, Dom Kultury i Seniora, świetlice, Widzewski Ośrodek Kultury Ariadna, Ośrodek Działań Artystycznych, Dom Kultury "SEM")
instytucje kulturalno-oświatowe	(Dom Związku Nauczycielska Polskiego, Łódź Art Center, Fundacja ul. Piotrkowskiej, hufce harcerskie, biblioteki)
kina	(Bałtyk, Polonia, Cinema City, SilverScreen)
muzea, obiekty wystawiennicze	(Włókiennictwa, Sztuki, ms2, Miasta Łodzi, Maszyn, Tradycji Niepodległościowej, Etnograficzne, galerie sztuki – Atlas, Galeria u Panien, Galeria OFF, Rondo)
ośrodki sportowe	(Hala Sportowa, KS Tęcza)
szkoły wyższe	(filmówka, akademia muzyczna)
teatry, opery, filharmonie	(Powszechny, Jaracza, Nowy, Wielki, Muzyczny, Filharmonia)
zabytki	(Pałac Poznańskiego, Księży Młyn, cerkiew przy Kilińskiego,)
inne	(Palmiarnia, ZOO, Fala, Lublinek, Da Grasso)

Poprosiliśmy również respondentów zarówno z Łodzi, jak i regionu o ocenę infrastruktury znanych im instytucji. Na poziomie lokalnym infrastrukturę instytucji kultury oceniło jedynie 40% badanych, a 60% nie potrafiło dokonać takiej oceny lub w ogóle nie wymieniło żadnej instytucji. W przypadku instytucji powiatowych ocenę wystawiło 7% respondentów, a infrastruktura instytucji wojewódzkich została oceniona przez 23% osób. Bazując na ocenach osób, które dokonały oceny widać, że nieco lepiej oceniane były instytucje w województwie, które najczęściej otrzymały notę bardzo dobrą. Infrastruktura instytucji kultury w miejscowości zamieszkania respondentów najczęściej oceniana była na czwórkę (19% wskazań).





Ocena infrastruktury instytucji kultury w województwie łódzkim	Instytucje w miejscowości	Instytucje powiatowe	Instytucje wojewódzkie
Niedostateczna	0%	0%	0%
Mierna	1%	1%	0%
Dostateczna	6%	2%	1%
Dobra	19%	3%	8%
Bardzo dobra	12%	1%	11%
Celująca	2%	1%	3%
Trudno powiedzieć lub nie podał instytucji	40%	92%	77%

Jak widać, dla większości respondentów pytanie to okazało się nazbyt kłopotliwe. Jak można wnioskować po niektórych wypowiedziach uchylających się od wyrażenia opinii, respondenci nie problematyzują kwestii infrastruktury, wyglądu, komfortu placówek.

Okazało się, że mieszkańcy województwa nie przykładają wielkiej wagi do wizualnego aspektu przestrzeni, w jakich się spotykają. Nie podejmują również wysiłku samodzielnej aranżacji przestrzeni. Wskazują miejsca, które są dla nich „urządzone” takie jak: lokale komercyjne, pomieszczenia w instytucjach lub podają nazwy parków, skwerów, placów, nie potrafiąc wskazać konkretnych, zaaranżowanych przez siebie miejsc w podanych lokalizacjach. Dlatego też trudno dokonać analizy wizualnej wskazanych przestrzeni. Pomimo nacisków ankierów, respondenci nie potrafili podać precyzyjnych lokalizacji. Być może udałoby się je otrzymać przy zastosowaniu innych metod badawczych np. wywiadów indywidualnych, technik obserwacyjnych. Ankierzy byli zmuszeni stworzyć bardzo ogólny materiał dokumentacyjny posiadający niewielką wartość badawczą.





\

Podsumowanie i wnioski badaczy

Przeprowadzone badanie potwierdziło, że myśleniem o kulturze rządzą stereotypy. Dla większości respondentów kultura jest kategorią odświętną. Części swoich działań takich, jak oglądanie telewizji, bywanie w lokalach gastronomicznych wcale nie utożsamiają z działaniem w obszarze kultury. Odświętność sprowadza się również do traktowania kultury z swego rodzaju namaszczeniem. Respondenci uważają, że potrzeba większych nakładów na kulturę, by ją ożywić, warto na niej oprzeć strategię rozwoju regionu, jednocześnie deklarują brak udziału w niej z różnych powodów. Namaszczenie to wiąże się z postawą bezrefleksyjną. Kultura jako taka kojarzy się z czymś podniosłym, bytem lepszym, któremu nie należy stawiać wymagań, dlatego respondentom trudno było wyrażać własne potrzeby, dokonywać ocen.

Pomimo pewnych sprzeczności w myśleniu respondentów o kulturze, trudności w pozyskaniu informacji, pewne kwestie nie budzą wątpliwości:

- Najczęstszą przestrzenią partycypacji badanych w kulturze są ich własne domy. Tendencja ta nasila się z wiekiem respondentów i dotyczy głównie osób od 45 roku życia. Mieszkańcy wsi minimalnie częściej niż mieszkańcy miast obcują z kulturą we własnych domach.
- Respondenci deklarują brak miejsc, w których można spędzać czas poza domem. Deficyt ten widoczny jest szczególnie na wsiach.
- Respondenci narzekają szczególnie na brak lokali gastronomiczno-rozrywkowych. Deficyt ten może być tym bardziej dotkliwy, że bywanie w takich miejscach jest jedną z ich najczęstszych form aktywności towarzysko-kulturalnej.
- Oglądanie telewizji jest najczęstszą formą nie tylko pozyskiwania informacji na temat wydarzeń kulturalnych, ale i sposobem partycypowania w kulturze. Telewizja wciąż wypada bardzo dobrze w konkurencji z Internetem.
- Zainteresowanie kulturą zdaje się być zależne od wieku i wykształcenia. Osoby młodsze i o wyższym wykształceniu rzadziej unikały odpowiedzi na pytania.
- Najbardziej popularne są wśród mieszkańców imprezy organizowane lokalnie, w ich miejscu zamieszkania. Trzeba jednak zauważyć, że ciągle dość wysoki jest odsetek osób, które w tym roku nie wzięły udziału w żadnej z imprez w swojej miejscowości. Łodzianie i mieszkańcy miast dwukrotnie częściej niż mieszkańcy wsi biorą udział w imprezach organizowanych w miejscowości ich zamieszkania.
- Duża grupa badanych (70% badanych spoza Łodzi oraz 60% łodzian) nie była ani razu w ciągu ostatniego roku w teatrze, choć minimalnie częściej do teatru uczęszczają łodzianie (20% z nich była w teatrze raz, a 14% dwa lub trzy razy, podczas gdy taką samą aktywność deklaruje kilka procent mniej osób spoza Łodzi).
- Około 60% z każdej grupy mieszkańców nie odwiedziło także w ciągu ostatnich 12 miesięcy galerii czy muzeum i znów nieco bardziej aktywni okazali się być łodzianie.
- Wśród mieszkańców regionu bardziej niż wśród łodzian popularne są jarmarki, festyny czy pikniki. Blisko 2/3 badanych spoza Łodzi (64% z miast oraz 65% ze wsi) wzięło w nich udział przynajmniej raz, a podobną deklarację złożyła mniej niż połowa (49%) łodzian.





- W ocenie badanych najlepiej prezentuje się oferta kulturalna województwa – 35% osób wystawiło jej ocenę dobrą lub bardzo dobrą. 20% mieszkańców była skłonna wystawić ocenę dobrą i bardzo dobrą dla oferty kulturalnej powiatu, w którym mieszkają. Nieco lepiej niż oferta kulturalna powiatów została oceniona oferta miejscowości zamieszkania respondentów. Ocenę bardzo dobrą i dobrą wystawiło 24% badanych. Najlepiej ofertę miejsca zamieszkania ocenili łodzianie, najgorzej – mieszkańcy wsi.
- Ulubiona rozrywka kulturalna łodzian oraz mieszkańców miast w regionie to wyjścia do kina (odpowiednio 44% oraz 37% wskazało na tę odpowiedź), natomiast mieszkańcy wsi preferują uczestniczyć w festynach oraz jarmarkach (41% z nich).
- Łodzianie deklarują, że najwięcej wydają na wyjścia do kina (43%), podczas gdy wydatki na tę formę uczestnictwa w kulturze wśród mieszkańców miast i wsi w regionie łódzkim znalazły się na drugim miejscu. Mieszkańcy miast w regionie oraz mieszkańcy wsi najwięcej wydają na wyjścia do lokali gastronomicznych (odpowiednio 53% oraz 46%). We wszystkich trzech grupach na trzecim miejscu uplasowały się wydatki na książki (bardziej zdecydowanie wskazywali na ten wydatek łodzianie – 32% badanych z Łodzi oraz po 21% respondentów z miast oraz ze wsi). Wśród łodzian struktura wydatków wydaje się być bardziej zróżnicowana niż w pozostałych grupach, przez co obserwujemy większy odsetek osób, które jako swoje największe wydatki „na kulturę” wskazały wyjścia do teatru czy zakup płyt z muzyką. Mieszkańcy regionu minimalnie częściej niż łodzianie wskazywali jako jeden ze swoich głównych wydatków na kulturę zakup muzyki, filmów czy książek w wersji cyfrowej przez Internet.
- 3/4 respondentów wydaje miesięcznie nie więcej niż 100 złotych, z czego 39% wydaje do 50 złotych, a 37% przeznacza na kulturę od 51–100 złotych. 1/5 mieszkańców województwa deklaruje wydatki w granicach 101–300 złotych, a jedynie 3% osób wydaje więcej niż 300 złotych. Najmniejsze kwoty najczęściej deklarowali mieszkańcy wsi (49% z nich przy 32% łodzian i 37% mieszkańców pozostałych miast), a od 101 do 300 złotych najczęściej z trzech grup mieszkańców na kulturę przeznaczają łodzianie (28% z nich przy 22% mieszkańców innych miast oraz 16% mieszkańców wsi).
- Najbardziej cenne w regionie łódzkim są: zabytki i architektura (48%), tradycja i kultura ludowa regionu (19%) oraz niektóre imprezy kulturalne organizowane w naszym województwie (17%). Zastępują one na rozpropagowanie w Europie. 15% badanych nie dostrzega jednak niczego, co warto byłoby promować. Bardziej sceptyczni w tej kwestii byli mieszkańcy wsi niż miast w regionie czy samej Łodzi. Łodzianie nieco częściej niż badani spoza Łodzi sądzili, że możemy pochwalić się zabytkami czy architekturą. Zaś mieszkańcy miast w regionie częściej dostrzegali walory tradycji naszego województwa, naszej kultury ludowej.
- Na ile ważna jest kultura w społeczeństwie? Czy rozwój województwa łódzkiego powinien być oparty przede wszystkim na kulturze? Większość mieszkańców województwa łódzkiego zgodziła się z tym, że kultura powinna decydować o rozwoju województwa (60%). Warto podkreślić, że nie obserwujemy tu znaczących różnic pomiędzy mieszkańcami województwa, choć największymi zwolennikami tego pomysłu są łodzianie (72% odpowiedzi zdecydowanie tak oraz raczej tak), za jest też 63% mieszkańców wsi oraz połowa mieszkańców miast w regionie.
- Mieszkańcy wsi chętniej niż mieszkańcy Łodzi korzystają z oferty instytucji kultury. Wśród łodzian wydaje się ona być niedoceniona. Można sądzić, że sytuacja ta wynika z bogatszej oferty komercyjnej w mieście.
- Z uwag ankietowanych wynika, że mieszkańcy wsi i małych miasteczek z większym entuzjazmem niż łodzianie opowiadali o wszelkich, podejmowanych u nich inicjatywach lokalnych.
- Życie kulturalne mieszkańców Łodzi skoncentrowane jest na mieście, zdaje się że wcale nie dostrzegają regionu i podejmowanych w nim inicjatyw, nie znają ich, nie uczestniczą.
- Atrakcją dla mieszkańców Łodzi, walorem, przestrzenią w której cetnie się spotykają i której zdaje się im brakować są tereny zielone. Na te natomiast w ogóle nie zwracają uwagi mieszkańcy regionu.





- Zdaniem badaczy pożądanym jest nawiązanie relacji stolica województwa – województwo na obszarze kultury i to nie tylko poprzez uprzywilejowanie mieszkańcom regionu korzystania z atrakcji łódzkich, ale i uświadomienie łódzianom walorów województwa, propagowanie odbywających się tam imprez, turystyki kulturalnej w regionie.
- Przeprowadzone badanie miało charakter ilościowy. Jego wyniki warto rozszerzyć o badania o charakterze jakościowym. Badacze sugerują w kolejnym kroku wykorzystanie metody wywiadu swobodnego ze standaryzowaną listą poszukiwanych informacji oraz zogniskowanego wywiadu grupowego tzw. fokusa. Badaniem tym mogliby być objęci mieszkańcy województwa – uczestnicy życia kulturalnego, ale i osoby zaangażowane w jego tworzenie (przedstawiciele stowarzyszeń, fundacji, założyciele kół zainteresowań etc.). Badania te pozwolą nie tylko poznać preferencje mieszkańców, ale pogłębią wiedzę o ich realnych potrzebach oraz być może pozwolą ustalić najwłaściwsze formy ich zaspokojenia.





Załączniki

Załącznik nr 1. Struktura próby na podstawie danych GUS na koniec 2009 roku.

Liczba wywiadów do przeprowadzenia w miastach i na wsiach ogółem (nie wliczając Łodzi, Piotrkowa i Skierniewic)

Miasta (bez Piotrkowa i Skierniewic)			Wieś		
Razem	M	K	Razem	M	K
174	80	94	210	104	106
24	15	9	36	19	17
34	20	14	36	19	17
24	10	14	36	19	17
34	15	19	36	19	17
34	15	19	30	15	15
24	5	19	36	13	23
174	80	94	210	104	106

Liczba wywiadów do przeprowadzenia w Piotrkowie i Skierniewicach

Piotrków			Skierniewice		
ogółem	m	k	ogółem	m	k
10%			7%		
21	10	11	15	7	8
3	2	1	2	1	1
4	2	2	3	2	1
3	1	2	2	1	1
4	2	2	3	1	2
4	2	2	3	1	2
3	1	2	2	0	2
21	10	11	15	7	8

