

Badanie publiczności gdańskich instytucji kultury

RAPORT Z BADANIA

grudzień 2018 r.

SPIS TREŚCI

I WPROWADZENIE.....	3
II METODOLOGIA	4
III CHARAKTERYSTYKA PRÓBY	7
IV WYNIKI BADAŃ	8
1. Uczestnicy wydarzeń	8
2. Profil odwiedzających a typ wydarzeń	14
3. Sposób dotarcia na wydarzenie	17
4. Osoby towarzyszące.....	19
5. Moment decyzji o uczestnictwie.....	22
6. Motywacja uczestnictwa	24
7. Ocena wizyty i miejsca	28
8. Źródła czerpania informacji o wydarzeniach kulturalnych	42
9. Uczestnictwo w kulturze	45
10. Częstotliwość uczestnictwa w kulturze	53
11. Współodwiedzanie – analiza sieci	54
V PODSUMOWANIE I WNIOSKI.....	66
VI SPIS WYKRESÓW	73
VII SPIS TABEL	75
VIII SPIS GRAFIK	76

II METODOLOGIA

CELE



Analiza publiczności gdańskich instytucji kultury miała na celu poznanie:

- struktury demograficznej publiczności,
- preferencji związanych z uczestnictwem w kulturze instytucjonalnej,
- źródeł informacji o wydarzeniach kulturalnych,
- motywacji i wrażeń związanych z uczestnictwem w wydarzeniach kulturalnych,
- proporcji między wizytami turystów i mieszkańców,
- wspólnej publiczności i jej przepływów pomiędzy instytucjami w Gdańsku.

Badanie nie dotyczyło samej frekwencji podczas wydarzeń, ale różnych typów działań kulturalnych, badanych częściowo odrębnymi kwestionariuszami, także w językach obcych.

TECHNIKA



Wywiady z publicznością gdańskich instytucji kultury realizowane były za pomocą techniki TAPI (Tablet Assisted Personal Interview). Oznacza to, że ankieterzy wykonywali wywiady bezpośrednio przy użyciu tabletów.

Do zalet techniki TAPI należą:

- kontrola poprawności danych i prawidłowej ścieżki wywiadu,
- unikanie błędów wprowadzania danych,
- szybkie tempo spływu danych z terenu (24-godzinna synchronizacja),
- kontrola czasu i tempa realizacji wywiadu,
- możliwość zastosowania materiałów multimedialnych (logotypów/plakatów/filmików),
- wygoda realizacji krótkich wywiadów dzięki tabletom (brak konieczności podłączenia).

ZASIĘG BADANIA



Badanie obejmowało instytucje kultury zlokalizowane w Gdańsku. Wszystkie wywiady przeprowadzane były podczas wydarzeń odbywających się na terenie Gdańska.

TERMIN REALIZACJI



Pomiar odbywał się od 02. sierpnia do 30. listopada 2018 r. Wywiady realizowano podczas wybranych wydarzeń, które odbywały się w wymienionych miesiącach.

WAŻENIE DANYCH



Do zważenia zbioru danych wykorzystano dane instytucji z 2017 r. dotyczące liczby odwiedzających w danym miejscu. Dzięki takiemu zabiegowi udziału poszczególnych gdańskich instytucji kultury w próbie całkowitej odzwierciedlają faktyczne proporcje odwiedzających dla wszystkich odwiedzających instytucji.

Wartości procentowe pokazane w raporcie są wartościami ważonymi, liczebności natomiast odzwierciedlają wartość nominalną (rzeczywistą – nieważoną).

ISTOTNOŚCI



Wszystkie testy statystyczne zostały wykonane na poziomie istotności $\alpha=0,05$. Oznacza to, że z prawdopodobieństwem 95% można stwierdzić, że dane różnice rzeczywiście istnieją, a w 5% są one wynikiem losowości, wynik jest fałszywie dodatni (wskazują, że efekt jest, a w rzeczywistości go nie ma). Jeśli test nie wykaże, że różnice są istotne statystycznie, należy przyjąć, że pod względem statystycznym wyniki dla grup są sobie równe.

Na prezentowanych w niniejszym raporcie tabelkach i wykresach pojawiają się następujące oznaczenia:

- znaki „+” oraz „-” oznaczają statystycznie istotne różnice od ogółu,
- w tabelach kolor zielony oznacza wynik statystycznie istotnie wyższy od ogółu, natomiast kolor czerwony mówi o wyniku statystycznie istotnie niższym od ogółu,
- 0% oznacza, że wynik mieści się w zakresie od 0,1 do 0,49%,
- umieszczenie w komórce tabeli tylko znaku „-” oznacza brak wskazań.

PRZEPROWADZONE ANALIZY



HIERARCHICZNA ANALIZA REGRESJI

Określa kierunek i siłę związku między zmiennymi. Współczynnik standaryzowany β przyjmuje wartości od -1 do 1. Jest on przydatny w porównywaniu poszczególnych zmiennych ujętych w modelu. Im wyższa bezwzględna wartość współczynnika tym ważniejsza w wyjaśnianiu efektu jest ta zmienna. Współczynnik niestandaryzowany B, wskazuje o ile zwiększy się wartość zmiennej zależnej przy wzroście lub spadku wartości zmiennej niezależnej o 1. Ujemne wartości oznaczają, że kiedy wartość jednej zmiennej rośnie, to drugiej maleje. Natomiast wartości dodatnie współczynników oznacza, że wraz ze wzrostem jednej wartości rośnie też wartość drugiej zmiennej. Regresja pozwala określić wspólny efekt kilku zmiennych na zmienną wyjaśnianą, zdefiniować i porangować predyktory od najsilniejszego, mającego największy wpływ, do najmniej ważnego, szacować wpływ zestawów zmiennych na zmienną wyjaśnianą.

W tym badaniu, zmienną zależną jest prawdopodobieństwo polecenia odwiedzonego miejsca znajomym/rodzinie. Zmienne niezależne zostały włączone w trzech blokach. Pierwszy określał zmienne takie jak płeć, sytuację finansową oraz wiek, drugi blok stanowiły ocena rozpoczęcia wydarzenia oraz godziny otwarcia instytucji. Trzeci segment zmiennych obejmował ocenę wizyty.

ANALIZA REGRESJI LOGISTYCZNEJ

Jest to model statystyczny pozwalający przewidzieć prawdopodobieństwo wystąpienia danego zjawiska na podstawie włączonych do modelu zmiennych niezależnych. W obecnym badaniu zmienną zależną było uczestnictwo w wydarzeniach kulturalnych¹. Zmiennymi niezależnymi były dane demograficzne, takie jak wiek, płeć, sytuacja zawodowa oraz sytuacja materialna.

Na podstawie analizy, wyliczono iloraz szans $\text{Exp}(B)$, oraz R^2 Nagelkerkego. Pierwszy wskaźnik wskazuje o ile większe bądź mniejsze jest prawdopodobieństwo uczestniczenia w danym wydarzeniu kulturalnym. Natomiast R^2 mówi o tym, jaki procent wariacji (całkowitego efektu) wyjaśniają zmienne włączone do modelu, a ile procent wyjaśniane jest przez czynniki nieuwzględnione w analizie.

ANALIZA SIECI

Ten rodzaj analizy koncentruje się na relacjach pomiędzy elementami sieci: punktami, węzłami oraz ogniwami. Analizowane właściwości sieci to: liczba powiązań, ukierunkowanie, odwzajemnienie powiązań, przechodniość powiązań, centralność, gęstość powiązań, siła powiązań, pośredniczenie i równoważność.

W analizie sieci nacisk kładzie się na relacje i ich wzorce, z których wynikają szanse i ograniczenia dla węzłów sieci.



¹ Uczestnictwo w wydarzeniu zakodowano: 1 – uczestniczył w wydarzeniu, 0 – nie uczestniczył w wydarzeniu.

III CHARAKTERYSTYKA PRÓBY

RESPONDENCI

Respondentami byli uczestnicy wydarzeń organizowanych przez wybrane gdańskie instytucje kultury. Podczas wydarzeń przeprowadzono wywiady z N=2032 respondentami. Do badania zapraszano co 3-cią osobę opuszczającą instytucję (dobór systematyczny).

INSTYTUCJE KULTURY

W badaniu wzięło udział 19 instytucji kultury. Poniższa tabela przedstawia liczebności zrealizowanych wywiadów na wydarzeniach organizowanych przez każdą z nich:

Tabela 1. Liczebności przeprowadzonych wywiadów w poszczególnych instytucjach

Instytucja	Liczba (N)
Centrum Hewelianum	133
Centrum Sztuki Współczesnej Łaźnia	72
Europejskie Centrum Solidarności	222
Gdańska Galeria Miejska	104
Gdański Teatr Szekspirowski	116
Klub Żak	120
Miejski Teatr Miniatura	104
Muzeum Narodowe w Gdańsku	105
Nadbałtyckie Centrum Kultury	101
Narodowe Muzeum Morskie	100
Opera Bałtycka	108
Teatr Wybrzeże	120
Wojewódzka i Miejska Biblioteka	148
Muzeum Archeologiczne	50
Muzeum Gdańska	109
Gdański Archipelag Kultury	101
Schola Cantorum Gedanensis	50
Cappella Gedanensis	68
Instytut Kultury Miejskiej	101
RAZEM	2032



IV WYNIKI BADAŃ

1. Uczestnicy wydarzeń

Jaki jest profil publiczności gdańskich instytucji kultury? Przeanalizowano dane dotyczące tej grupy pod kątem cech społeczno-demograficznych, takich jak: płeć, wiek oraz miasto zamieszkania. Dzięki zebranych danym, w charakterystyce respondentów uwzględniono również takie cechy jak: sytuacja zawodowa i finansowa.

PŁEĆ

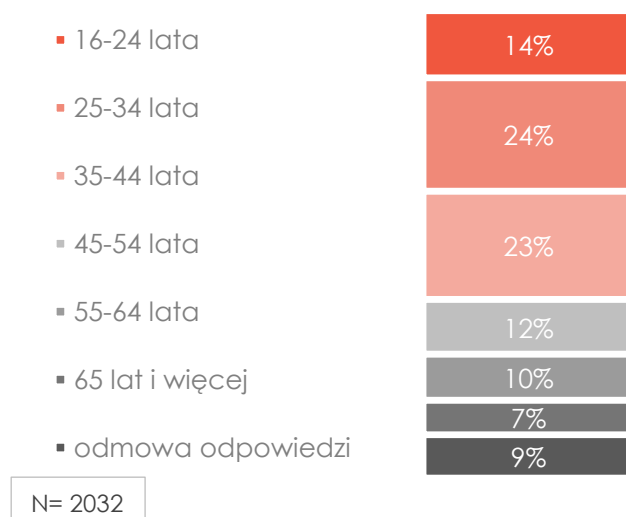
Profil publiczności jest zróżnicowany pod względem płci. Zdecydowaną większość odpowiadających stanowią kobiety (62%).

Grafika 1. Płeć respondentów

**WIEK**

Najliczniejszą kategorią osób biorących udział w badaniu, biorąc pod uwagę wiek, jest grupa w wieku 25-34 lata (24%). Spory odsetek stanowią również osoby w przedziale wiekowym 35-44 lata (23%) oraz najmłodsza kohorta 16-24 lata (14%). Nieco mniej osób odpowiadających na pytania zawarte w kwestionariuszu charakteryzuje się wiekiem w przedziale 45-54 lata (12%). Kolejną grupę pod względem liczebności stanowi publiczność w wieku 55-64 lata (10%). Najstarsi respondenci, tj. w wieku 65 lat i więcej tworzą odsetek próby wynoszący 7%.

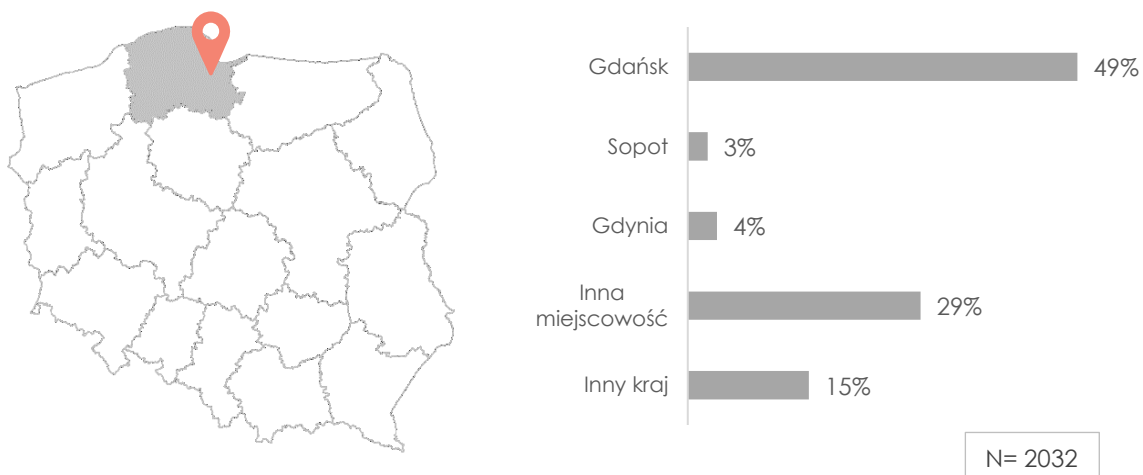
Wykres 1. Wiek respondentów

**MIEJSCE ZAMIESZKANIA**

Badanie przeprowadzane było podczas wydarzeń kulturalnych organizowanych przez wybrane instytucje. Największą grupę – niemal połowę odwiedzających stanowią mieszkańcy Gdańska (49%). Niewielki odsetek publiczności tworzą mieszkańcy Gdyni (4%) oraz Sopotu (3%). Dość liczną grupą są osoby, które przybyły na wydarzenia

kulturalne z innych niż wymienione miejscowości w Polsce (29%) – najczęściej są to odwiedzający z Warszawy (niemal jedna piąta odwiedzających z innych miast).

Wykres 2. Miejsce zamieszkania respondentów



Wśród badanych znajdują się również osoby mieszkające za granicą (15%). Największe grupy obcokrajowców stanowią Niemcy (13%) oraz respondenci z Wielkiej Brytanii (10%).

DZIELNICA GDAŃSKA

Osoby mieszkające w Gdańsku zostały zapytane o zamieszkiwaną dzielnicę. Największą reprezentacją publiczności są mieszkańcy dzielnicy Gdańsk Chełm (12%). Wywiady przeprowadzono również z licznymi przedstawicielami Gdańska Śródmieście (11%) i Gdańska Piecki – Migowo (8%). Badani ze Śródmieścia, dzielnicy Gdańsk Aniołki oraz z Letnicy są najsilniejszymi grupami reprezentującymi swoje dzielnice (po 0,5% wszystkich mieszkańców dzielnicy). Szczegółowe dane zawarto w poniższej tabeli:

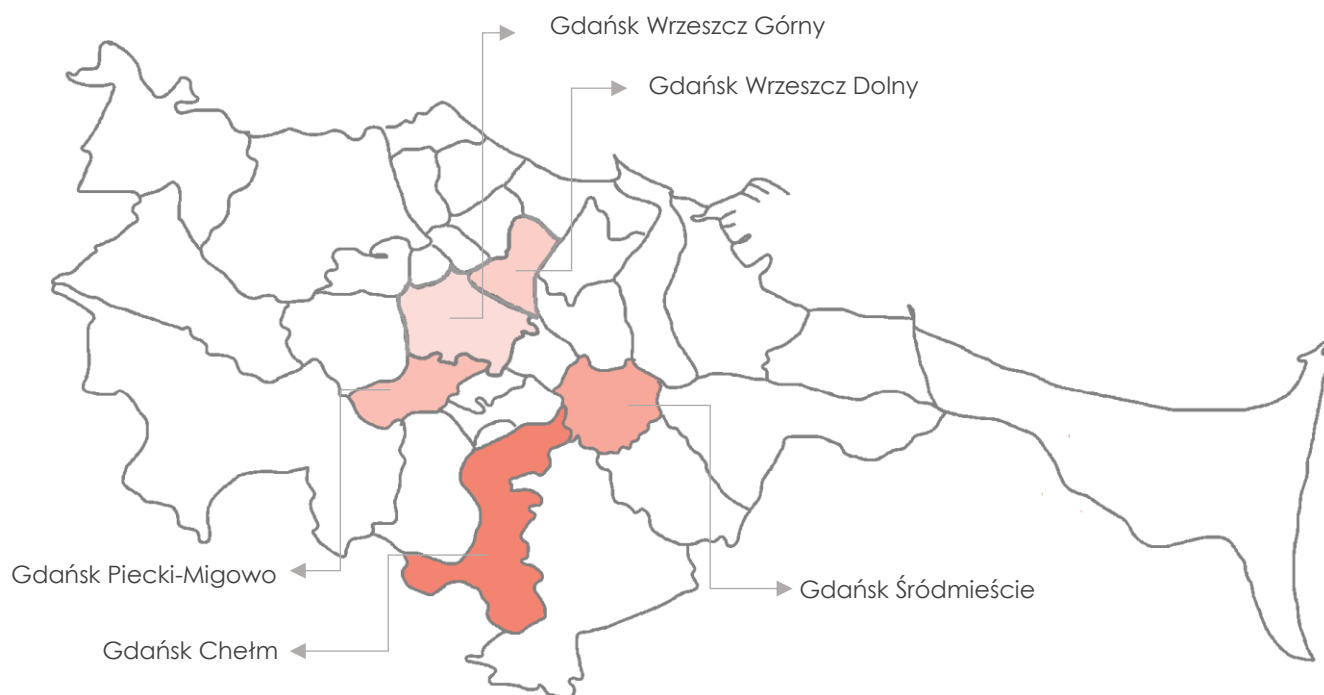
Tabela 2. Dzielnice Gdańska zamieszkałe przez respondentów

	% publiczności	% mieszkańców dzielnicy
Chełm	11,8%	0,3%
Śródmieście	10,7%	0,5%
Piecki - Migowo	8,4%	0,4%
Wrzeszcz Dolny	6,8%	0,4%
Wrzeszcz Górny	6,4%	0,4%
Oliwa	5,2%	0,4%
Ujeścisko - Łostowice	4,5%	0,2%

	% publiczności	% mieszkańców dzielnicy
Przymorze Wielkie	4,3%	0,2%
Orunia - Św. Wojciech - Lipce	4,2%	0,4%
Siedlce	4,2%	0,4%
Jasień	3,2%	0,2%
Żabianka - Wejhera - Jelitkowo - Tysiąclecia	3,0%	0,2%
Nowy Port	2,7%	0,4%
Osowa	2,5%	0,2%
Stogi	2,4%	0,3%
Przymorze Małe	2,3%	0,2%
Brzeźno	2,2%	0,2%
Zaspa - Młyniec	1,9%	0,2%
Aniołki	1,8%	0,5%
Suchanino	1,7%	0,2%
Strzyża	1,6%	0,4%
Zaspa - Rozstaje	1,2%	0,1%
Kokoszki	1,2%	0,2%
Matarnia	1,2%	0,3%
Przeróbka	0,9%	0,3%
Olszynka	0,7%	0,3%
Młyniska	0,6%	0,2%
Brętowo	0,5%	0,1%
Letnica	0,5%	0,5%
Wzgórze Mickiewicza	0,5%	0,2%
Krakowiec - Górki Zachodnie	0,3%	0,2%

	% publiczności	% mieszkańców dzielnicy
VII Dwór	0,3%	0,1%
Wyspa Sobieszewska	0,2%	0,1%
Rudniki	0,1%	0,1%

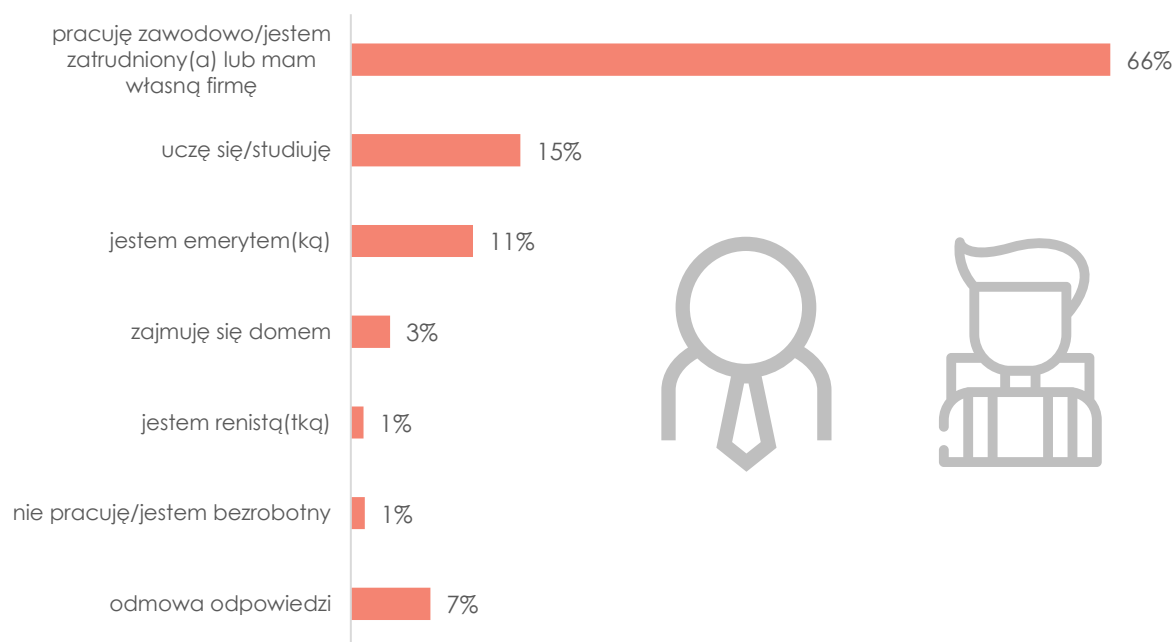
Grafika 2. Dzielnice Gdańska



SYTUACJA ZAWODOWA

Publiczność gdańskich instytucji kultury tworzą przede wszystkim osoby pracujące zawodowo/zatrudnione lub posiadające firmę (66%). Dużo niższy odsetek odwiedzających przypada na uczniów/studentów (15%) oraz emerytów (11%). Biorąc pod uwagę sytuację zawodową, najmniej liczne są grupy osób zajmujących się domem (3%), rencistów (1%) oraz osób bezrobotnych (1%).

Wykres 3. Sytuacja zawodowa respondentów

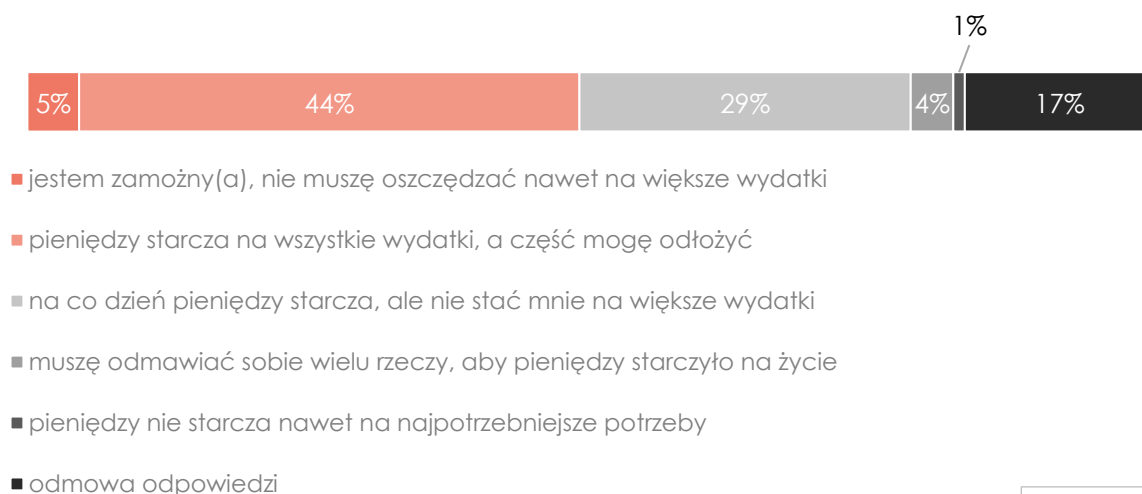


SYTUACJA FINANSOWA

N= 2032

Osoby odwiedzające badane instytucje najczęściej są w dobrej sytuacji finansowej. Niemal połowa respondentów deklaruje, że pieniędzy starcza im na wszystkie wydatki, a część mogą odłożyć (44%). 29% odpowiadających uważa, że na co dzień starcza im pieniędzy, ale nie stać ich na większe wydatki (29%). Co dwudziesta osoba badana jest zamożna i nie musi oszczędzać pieniędzy nawet na większe wydatki (5%). Najmniejszy odsetek badanych stanowią osoby mniej zamożne. 4% respondentów uważa, że musi odmawiać sobie wielu rzeczy, aby pieniędzy starczyło na życie. U 1% badanych pieniędzy nie starcza nawet na najpotrzebniejsze wydatki.

Wykres 4. Sytuacja finansowa respondentów

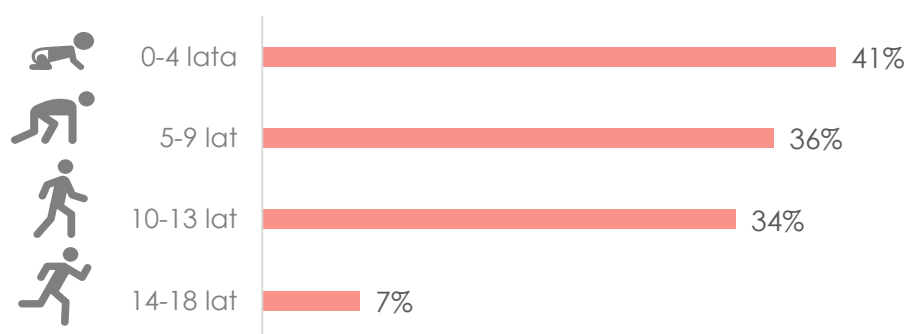


N= 2032

WIEK DZIECKA

Podczas wydarzeń organizowanych z myślą o dzieciach, ankieter przeprowadzał wywiady z ich rodzicami/opiekunami. W kwestionariuszu pojawiło się pytanie o wiek dziecka, z którym respondent przyszedł na wydarzenie. Największą grupę dzieci, które przysły ze swoimi opiekunami na wydarzenie stanowią te w przedziale wiekowym 0-4 lata (41%). Drugą pod względem liczebności grupą wiekową są dzieci od 5 do 9 lat (36%). Na wydarzenia kulturalne przyszło prawie tyle samo dzieci nieco starszych, w wieku 10-13 lat (34%). Najmniej liczną grupę stanowili przedstawiciele grupy 14-18 lat (7%).

Wykres 5. Wiek dzieci, które przybyły na wydarzenie dla dzieci



N= 106

WIZYTA TURYSTYCZNA

Wszyscy respondenci zostali zapytani o to, czy ich wizyta w danej instytucji jest wizytą turystyczną. Publiczność gdańskich instytucji kultury podzieliła się w tym aspekcie niemal na pół – 44% odpowiadających potwierdziło, że ich obecność na wydarzeniu jest wynikiem wizyty turystycznej. Aż 91% osób odwiedzających wystawy stałe stanowią turyści. Pozostali respondenci odwiedzają częściej wydarzenia artystyczne (87%), wydarzenia dedykowane dzieciom (85%) oraz konferencje/wykłady/debaty/spotkania autorskie (78%). Analiza porównawcza pokazała, że nie istotnych różnic pomiędzy osobami, które mieszkają poza granicami Trójmiasta a turystami.

Grafika 3. Wizyty turystyczne



2. Profil odwiedzających a typ wydarzeń

PŁEĆ A TYP WYDARZEŃ

Publiczność gdańskich instytucji kultury tworzą w większości kobiety. Największy odsetek kobiet występuje wśród uczestników konferencji, debat, wykładów oraz spotkań autorskich (73%) oraz wystaw czasowych (70%).

Tabela 3. Płeć a typ odwiedzanych wydarzeń

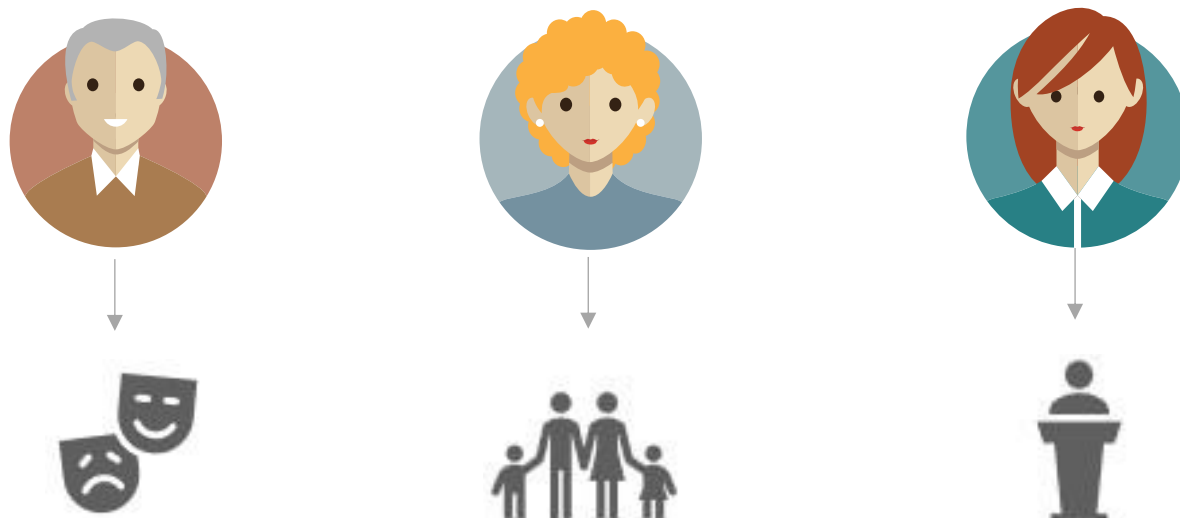
	kobiety	mężczyźni	N
Ogółem	62%	38%	2032
Wydarzenia artystyczne (koncert/spektakl)	67%+*	33%-	1092
Wydarzenia dedykowane dzieciom	68%	32%	106
Wystawy stałe	50%-	50%+	304
Wystawy czasowe	70%+	30%-	160
Konferencje, wykłady, debaty, spotkania autorskie, spotkania	73%+	27%-	370

*znaki „+”/kolor zielony oraz „-”/kolor czerwony oznaczają statystycznie istotne różnice od ogółu

WIEK A TYP WYDARZEŃ

Zdecydowana większość seniorów wybiera wydarzenia artystyczne, tj. koncerty czy spektakle (65%). Wydarzenia dedykowane dzieciom są odwiedzane najchętniej przez kohortę 35-44 lata (41%) oraz 25-34 lata (40%). Konferencje, wykłady, debaty i spotkania autorskie są wydarzeniami, na które przychodzi najmłodsza grupa wiekowa (14%).

Grafika 4. Wiek a typ wydarzeń



MIEJSCE ZAMIESZKANIA A TYP WYDARZEŃ

Zgodnie z przewidywaniami, najwięcej odwiedzających gdańskie instytucje kultury stanowią osoby mieszkające w Gdańsku (49%). Gdańszczanie tworzą największą grupę odwiedzających w przypadku wydarzeń artystycznych (73%), wydarzeń dedykowanych dzieciom (75%) oraz konferencji, debat i spotkań autorskich (72%). Wystawy stałe odwiedzają przybysze z innych niż Trójmiasto miejscowości w Polsce (50%) oraz zza granicy (36%). Wystawy czasowe natomiast odwiedzane są przez turystów z innych miejscowości w kraju (50%).

Tabela 4. Miejsce zamieszkania a typ odwiedzanych wydarzeń

	Gdańsk	Sopot	Gdynia	Inna miejscowość w Polsce	Za granicą	N
Ogółem	49%	3%	4%	29%	15%	2032
Wydarzenia artystyczne (koncert/spektakl)	73%+*	3%	7%+	15%-	3%-	1092
Wydarzenia dedykowane dzieciom	75%+	9%+	3%	12%+	1%-	106
Wystawy stałe	13%-	1%-	0%-	50%+	36%+	304
Wystawy czasowe	36%-	3%	4%	40%+	18%	160
Konferencje, wykłady, debaty, spotkania autorskie, spotkania	72%+	3%	5%	18%-	2%-	370

*znaki „+”/kolor zielony oraz „-”/kolor czerwony oznaczają statystycznie istotne różnice od ogółu

SYTUACJA ZAWODOWA A TYP WYDARZEŃ

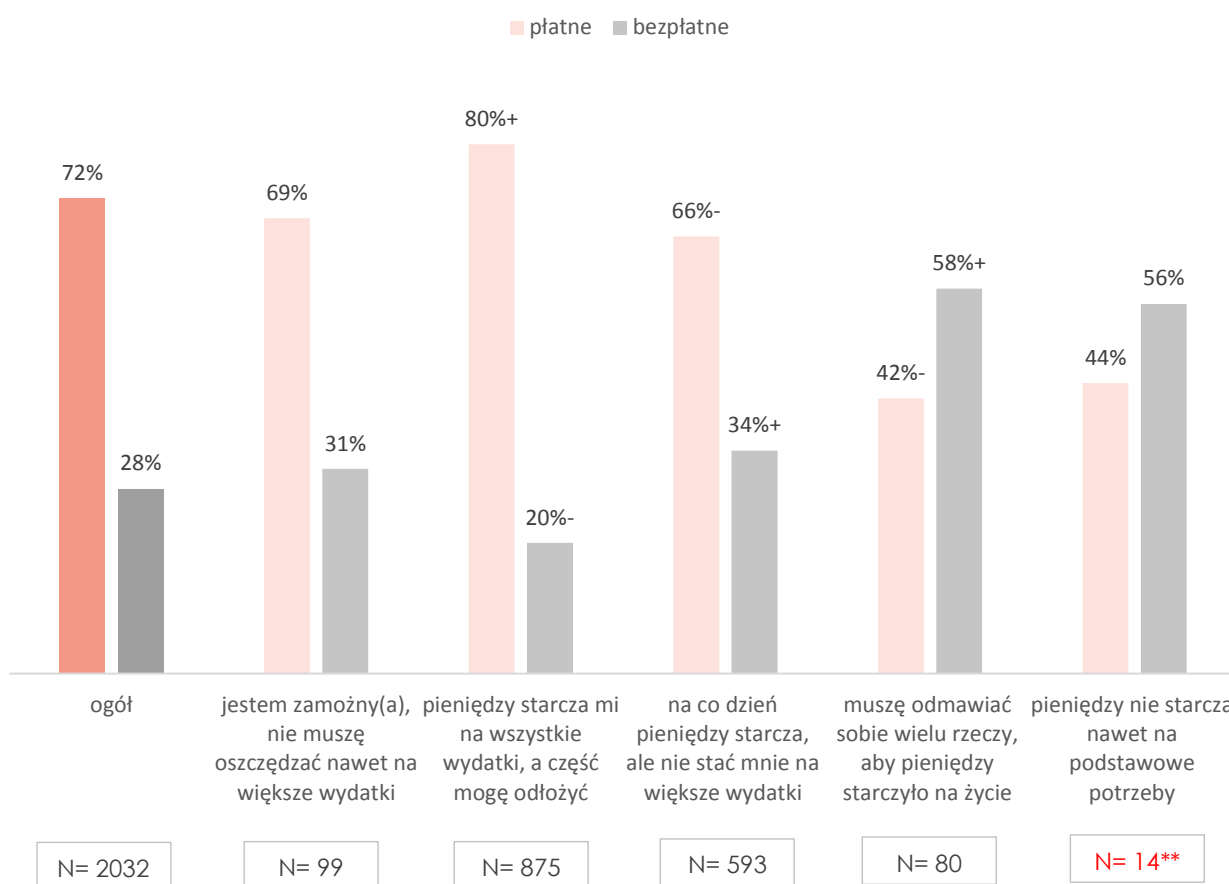
Publiczność gdańskich instytucji kultury tworzą w większości osoby pracujące zawodowo/zatrudnione lub prowadzące własną firmę (66%). 77% odwiedzających wystawy stałe stanowi właśnie ta grupa zawodowa. Konferencje, debaty, wykłady oraz spotkania autorskie są wydarzeniami, które zachęcają do przyścia głównie studentów i uczniów (29%), z kolei wydarzenia artystyczne (koncerty, spektakle) przyciągają emerytów (16%). Wydarzenia dedykowane dzieciom odwiedzają respondenci zajmujący się domem (9%) oraz osoby, które się uczą lub studiują (24%).

SYTUACJA FINANSOWA A TYP WYDARZEŃ

Niemal połowa respondentów dobrze ocenia swoją sytuację finansową twierdząc, iż pieniędzy starczy im na wszystkie wydatki, a część mogą odłożyć (44%). W ten sposób swoją sytuację ocenia ponad połowa publiczności, która odwiedza wystawy stałe (56%).

Biorąc pod uwagę sytuację finansową respondentów warto dodać, że najsilniejszą grupą, która uczestniczy w płatnych wydarzeniach kulturalnych są ci, którym pieniędzy starcza na wszystkie wydatki, a część mogą odłożyć (80%). Zgodnie z przewidywaniami, ponad połowa respondentów (58%), którzy muszą odmawiać sobie wielu rzeczy, aby pieniędzy starczyło im na życie, uczestniczy w wydarzeniach bezpłatnych. W przypadku osób zamożnych, które nie muszą oszczędzać nawet na większe wydatki, nie zaobserwowano istotnych statystycznie różnic w odniesieniu do faktu odpłatności za uczestnictwo w wydarzeniu.

Wykres 6. Odpłatność za wydarzenie a sytuacja finansowa*



*na wykresie nie pokazano odpowiedzi „odmowa odpowiedzi”

** dane dotyczące osób, którym pieniędzy nie starcza nawet na podstawowe potrzeby należy traktować informacyjne z bardzo dużą ostrożnością ze względu na niską liczebność takich respondentów (N<30)

Warto dodać, iż na wydarzenia płatne przychodzą głównie mężczyźni (75%), turyści (91%) oraz osoby z kohort 25-34 lata (77%) oraz 45-54 lata (80%), a także pracownicy, osoby czynne zawodowo lub posiadające własną działalność gospodarczą (77%).

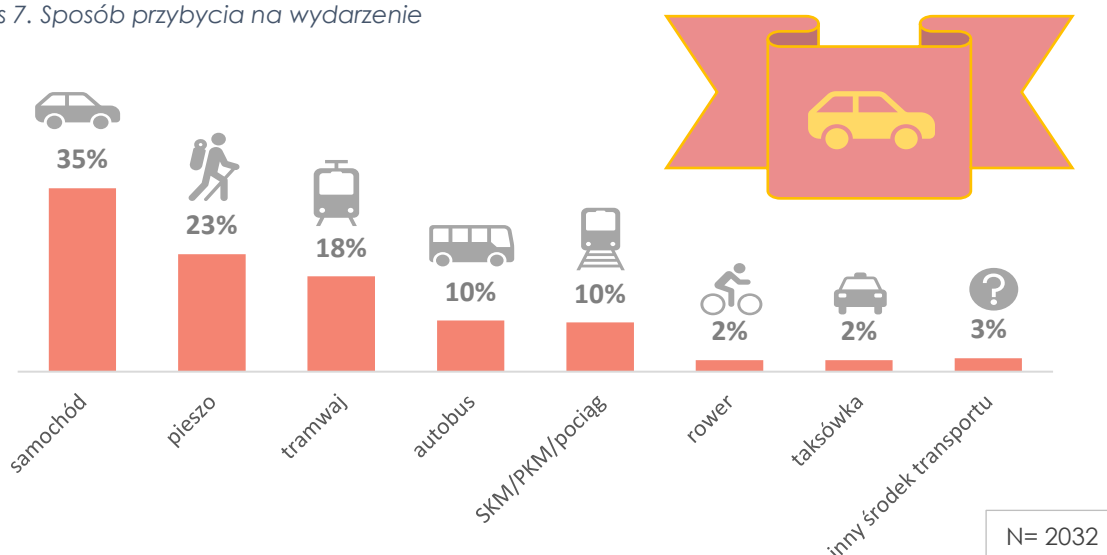


78% mężczyzn oraz **91%** turystów przyszło na płatne wydarzenia kulturalne

3. Sposób dotarcia na wydarzenie

Respondenci zostali poproszeni o odpowiedź na pytanie dotyczące sposobu dotarcia na wydarzenie. Wśród ogółu badanych 35% wskazało na przybycie samochodem. Prawie co czwarta osoba przyszła na wydarzenie pieszo (23%), a 18% przyjechało tramwajem. Co dziesiąty widz skorzystał natomiast z autobusu oraz SKM/PKM/pociągu (po 10%). Najmniej osób wybrało rower i taksówkę (po 2%).

Wykres 7. Sposób przybycia na wydarzenie



Przebycie całej drogi na wydarzenie pieszo częściej deklarują mężczyźni (26%). Kobiety natomiast częściej wybierają podróż tramwajem (20%). Wśród najmłodszych osób (z grupy wiekowej 16-24 lata) częściej wybierano autobus i SKM/PKM/pociąg (po 17%). Najstarsza grupa (65 lat i więcej) na wydarzenia przybywa korzystając najczęściej z tramwaju (29%). Prawie połowa osób w wieku 35-44 lata przyjeżdża do instytucji samochodem (48%).

Tabela 5. Sposób przybycia na wydarzenie a wiek



20%

kobiet przyjechało na wydarzenie tramwajem



26%

mężczyzn przyszło na wydarzenie pieszo

*znaki „+”/kolor zielony oraz „-”/kolor czerwony oznaczają statystycznie istotne różnice od ogółu

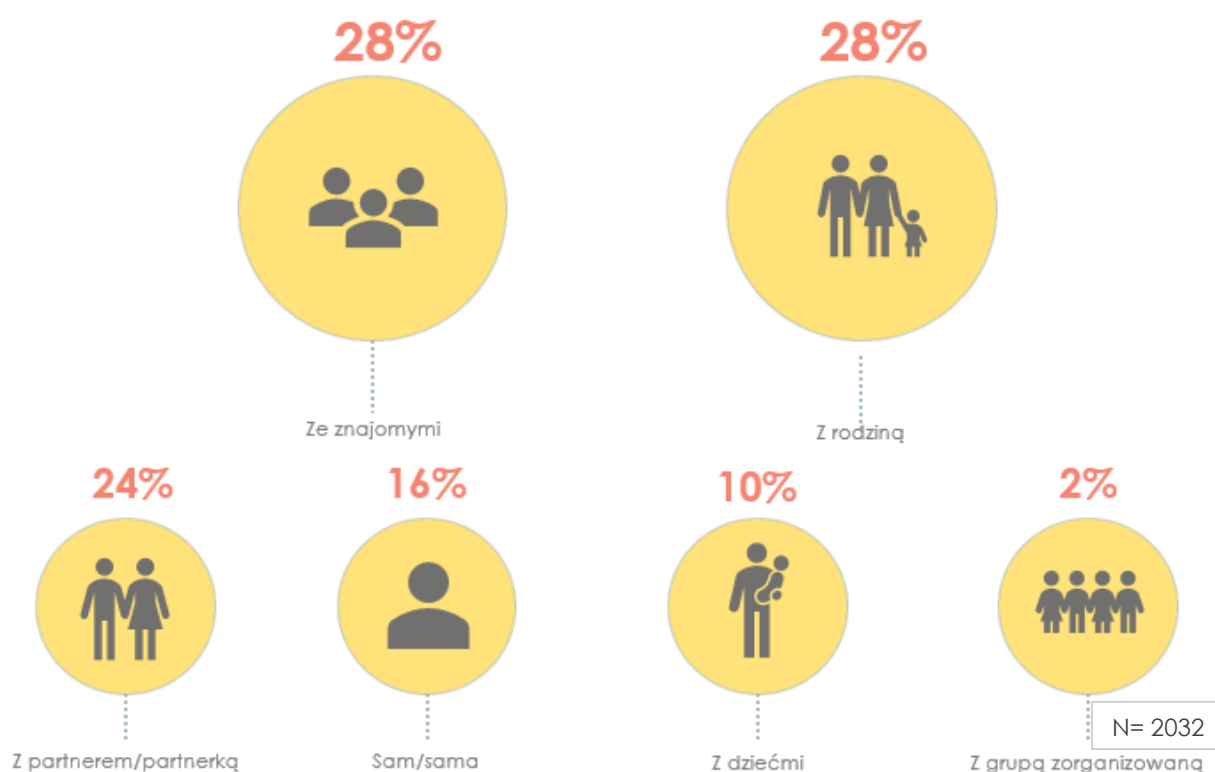
	ogół	16-24 lata	25-34 lata	35-44 lata	45-54 lata	55-64 lata	65+ lat
Samochód	35%	22%-*	33%	48%+	37%	39%	24%-
Pieszo	23%	17%-	25%	19%	26%	22%	28%
Tramwaj	18%	23%	18%	13%-	17%	19%	29%+
Autobus	10%	17%+	10%	5%-	11%	9%	13%
SKM/PKM	10%	17%+	10%	10%	7%	8%	5%-
Rower	2%	2%	2%	3%	2%	3%	--
Taksówka	2%	3%	3%	2%	2%	1%	3%
N	2032	370	500	445	215	174	152

Osoby pracujące zawodowo lub posiadające własną firmę przyjeżdżają na wydarzenia najczęściej samochodem (41%). Tramwaj wybierany jest przez emerytów (30%), natomiast uczniowie i studenci podróżują autobusem oraz SKM/PKM/pociągiem. Respondenci, którzy deklaruwali, że są w dobrej sytuacji finansowej (pieniędzy starcza im na wszystkie wydatki, a część mogą odłożyć) częściej przyjeżdżają do instytucji samochodem (39%). Ci, którym powodzi się nieco gorzej (na co dzień pieniędzy starcza, ale nie stać ich na większe wydatki) korzystają z tramwaju (23%). 37% osób, które muszą odmawiać sobie wielu rzeczy, żeby starczyło na życie, również przyjeżdża tym środkiem transportu. Warto dodać, że odwiedzający, którzy uczestniczą w wydarzeniach kulturalnych raz w tygodniu lub częściej, przychodzą na wydarzenia głównie pieszo (38%). Co czwarta osoba, która uczestniczy w kulturze 2-3 razy w miesiącu wybiera podróż tramwajem (24%).

4. Osoby towarzyszące

Gdańskie instytucje kultury są odwiedzane głównie przez osoby, które przyszły na wydarzenie z towarzystwem. Osoby towarzyszące to najczęściej znajomi i rodzina (po 28%) oraz partnerzy/partnerki (24%). Na wydarzenia kulturalne przyszło 16% osób bez towarzystwa, a co dziesiąty badany przyprowadził dzieci (10%).

Grafika 5. Osoby towarzyszące respondentów



Wizytę w instytucji kultury ze znajomymi częściej deklarowały kobiety (32%) oraz osoby, które nie są turystami (33%). Co trzeci turysta przybył na wydarzenie z rodziną (35%). Nieco mniej osób, które przybyły z wizytą turystyczną przyszło z partnerem/partnerką/mężem/żoną (30%).

Grafika 6. Osoby towarzyszące a płeć i miejsce zamieszkania



32%

kobiet deklaruje, że przyszło na wydarzenie ze znajomymi



28%

mężczyzn przyszło na wydarzenie z partnerem lub partnerką



33%

osób, które nie są turystami przyszło na wydarzenie ze znajomymi. Prawie tyle samo turystów przybyło z rodziną (**35%**) oraz z partnerem/partnerką (**30%**).

Prawie połowa najmłodszej grupy wiekowej (16 – 24 lata) przyszła na wydarzenie ze znajomymi (45%), natomiast co trzecia osoba z kohorty 25-34 lata zabrała ze sobą partnera lub partnerkę (32%). Nieco starsi respondenci (35-44 lata) na wydarzeniach kulturalnych spędzali czas z rodziną (44%) oraz z dziećmi (20%). Bez towarzystwa na wydarzenie przyszedł co czwarty badany w wieku 55 – 64 lata (26%), natomiast osoby z najstarszej grupy (65 lat i więcej) najczęściej przychodziły w towarzystwie znajomych (38%).

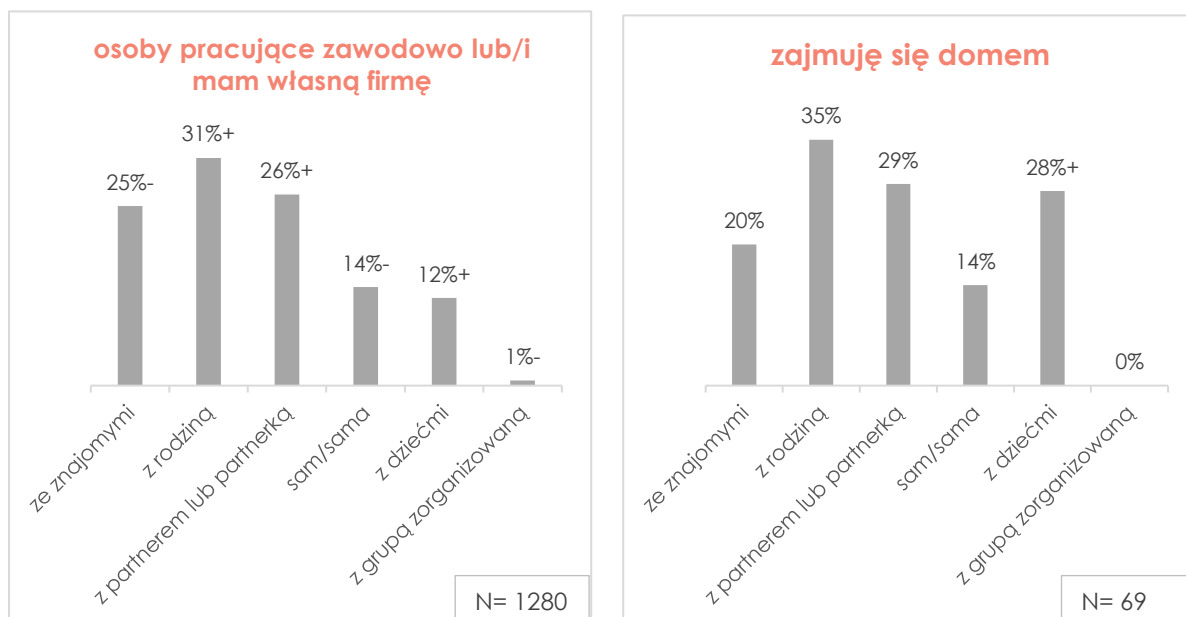
Tabela 6. Osoby towarzyszące a wiek respondentów

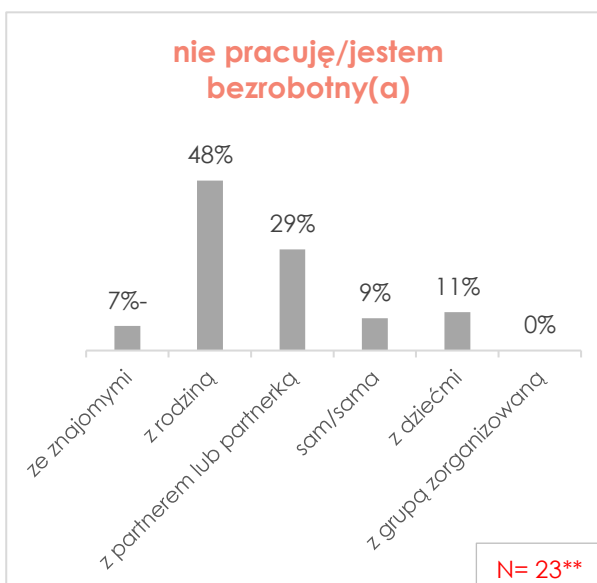
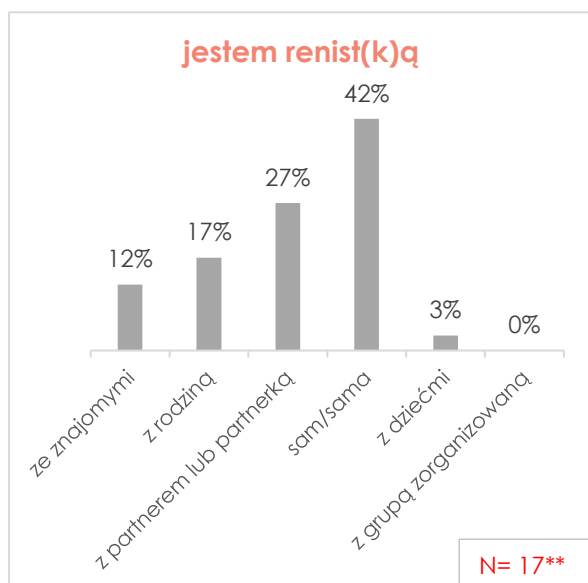
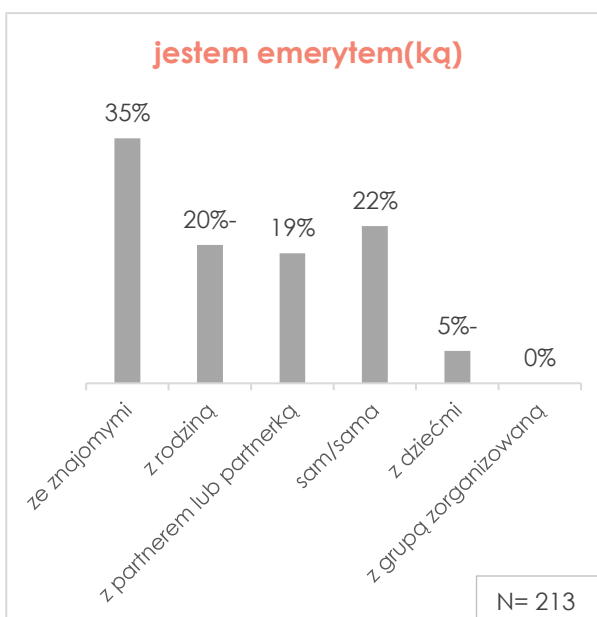
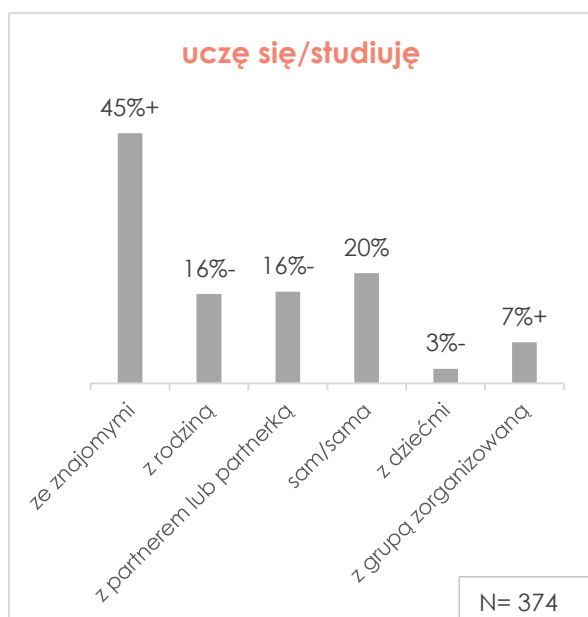
	ogół	16-24 lata	25-34 lata	35-44 lata	45-54 lata	55-64 lata	65+ lat
Sam/sama	16%	17%	15%	11%-**	17%	26%+	24%
Ze znajomymi	28%	45%+	31%	17%-	22%	18%-	38%+
Z rodziną	28%	16%-	25%	44%+	31%	25%	12%-
Z partnerem lub partnerką	24%	18%-	32%+	17%-	24%	31%	21%
Z dziećmi	10%	3%-	7%-	20%+	12%	4%-	6%
Z grupą zorganizowaną (np. wycieczka)	2%	8%+	--	0%-	2%	--	--
N	2032	370	500	445	215	174	152

*w tabeli nie uwzględniono odpowiedzi „odmowa odpowiedzi”; **znaki „+”/kolor zielony oraz „-”/kolor czerwony oznaczają statystycznie istotne różnice od ogółu

Osoby pracujące zawodowo najchętniej przychodzą na imprezy kulturalne z rodziną (31%), znajomymi (26%) oraz z dziećmi (12%). Prawie co trzecia osoba zajmująca się domem przyszła z dziećmi, a uczniowie i studenci ze znajomymi (45%) lub/i z grupą zorganizowaną (7%).

Wykres 8. Osoby towarzyszące a sytuacja zawodowa*





*na wykresach nie pokazano odpowiedzi „odmowa odpowiedzi”

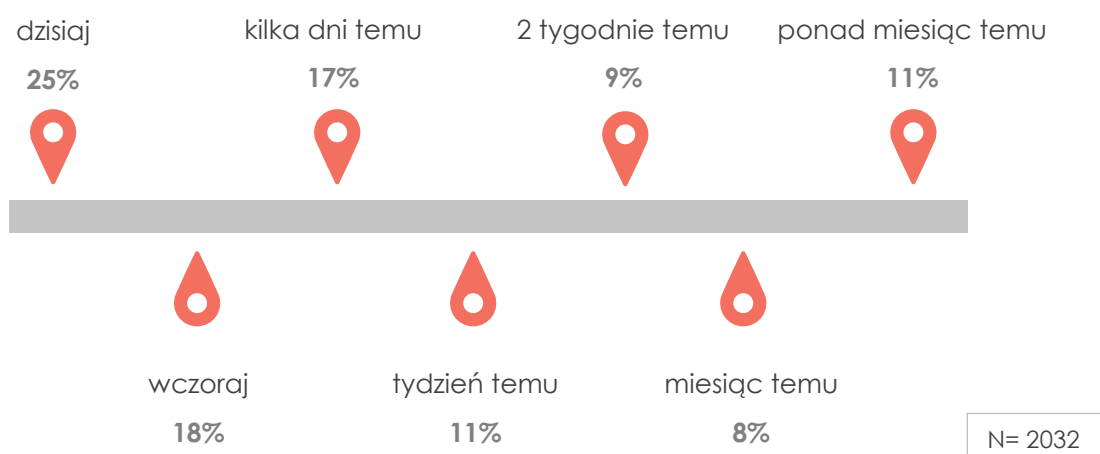
** wykresy przedstawiające dane dotyczące osób towarzyszących rencistów i osób bezrobotnych należy traktować informacyjne z bardzo dużą ostrożnością ze względu na niską liczebność takich respondentów (N<30)

Respondenci, którzy zadeklarowali, że pieniędzy starczy im na wszystkie wydatki, a część mogą odłożyć przychodzą na wydarzenia z rodziną, znajomymi (po 30%) oraz z dziećmi (12%). Widzowie w nieco gorszej sytuacji finansowej (na co dzień pieniędzy starczy, ale nie stać mnie na większe wydatki) najchętniej odwiedzają wydarzenia kulturalne w towarzystwie znajomych (36%). Prawie połowa osób, które muszą odmawiać sobie wielu rzeczy, aby pieniędzy starczyło na życie, również przychodzi ze swoimi znajomymi (44%). Warto dodać, że osoby, które uczestniczą w wydarzeniach kulturalnych bardzo często (tj. raz w tygodniu lub częściej) najczęściej uczestniczą w kulturze same (33%).

5. Moment decyzji o uczestnictwie

Jedna czwarta badanych podjęła decyzję o przyjeździe na wydarzenie w dniu, w którym się ono odbywało (25%). Prawie co piąty uczestnik zdecydował o przyjeździe w przeddzień wydarzenia (18%), a nieco mniej osób kilka dni przed (17%). Tydzień przed wydarzeniem decyzję podjęło 11% badanych, tyle samo osób zdecydowało ponad miesiąc przed wydarzeniem. 9% respondentów podjęło decyzję o uczestnictwie dwa tygodnie przed, a jedynie 8% miesiąc przed imprezą.

Grafika 7. Moment decyzji o uczestnictwie w wydarzeniu*



*na grafice nie pokazano odpowiedzi „trudno powiedzieć” oraz „odmowa odpowiedzi”

Mężczyźni okazali się bardziej spontaniczni – 29% z nich decyzję o odwiedzeniu instytucji podjęło tego samego dnia. Turyści takie postanowienie poczynili między kilka dni a miesiąc przed wydarzeniem (kilka dni przed – 19%, tydzień przed – 14%, 2 tygodnie przed – 11%, miesiąc przed – 10%). Co ciekawe, w przypadku osób, które nie są turystami, moment decyzji zapadał w dniu wydarzenia lub w dniu je poprzedzającym (odpowiednio 31% i 24%). Biorąc pod uwagę wiek, decyzję spontanicznie podejmowała grupa wiekowa 25-34 lata (30%). Dużo wcześniej wizytę w instytucji zaplanowali uczestnicy w wieku 45-54 lat (22%). Osoby w dobrej sytuacji finansowej (pieniędzy starcza na wszystkie wydatki, a część mogą odłożyć) decyzję o przyjeździe na wydarzenie gdańskich instytucji podejmowały najczęściej tego samego dnia, w którym miało się odbyć wydarzenie (9%)

Tabela 7. Moment decyzji a wiek*

	ogół	16-24 lata	25-34 lata	35-44 lata	45-54 lata	55-64 lata	65+ lat
Dzisiaj	25%	30%	30%+**	26%	20%	18%	14%-
Wczoraj	18%	18%	20%	21%	16%	21%	12%
Kilka dni temu	17%	12%-	16%	18%	14%	21%	22%

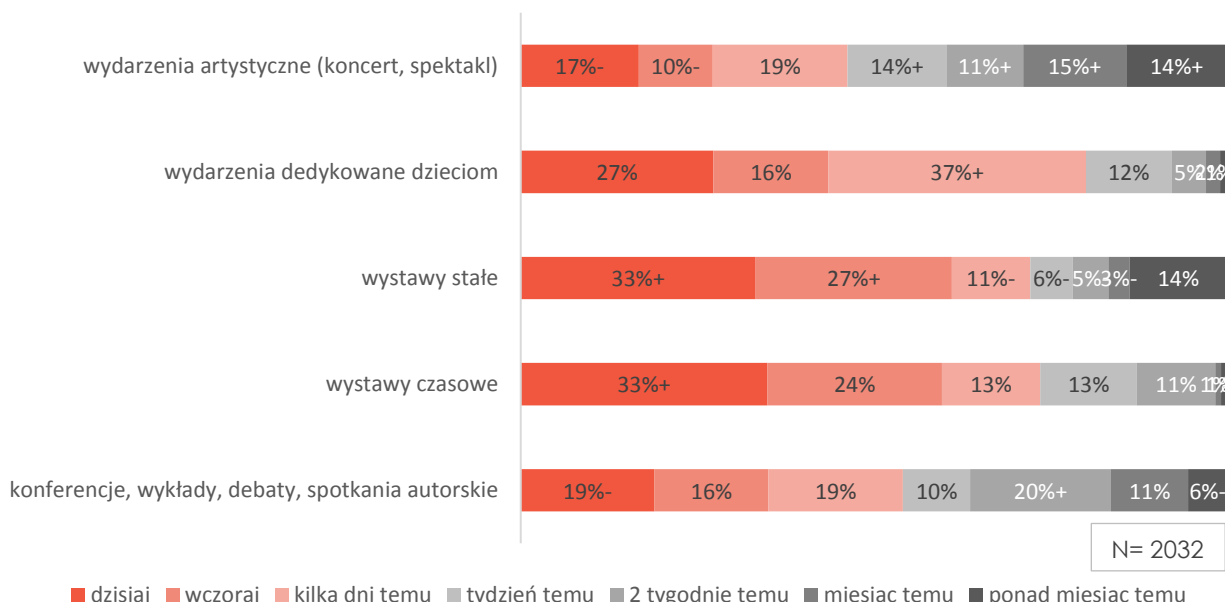
Tydzień temu	11%	12%	8%-	11%	10%	13%	18%
2 tygodnie temu	9%	12%	11%	6%-	5%	7%	14%
Miesiąc temu	8%	11%	6%	6%	10%	11%	7%
Ponad miesiąc temu	11%	6%-	8%	12%	22%+	10%	11%
N	2032	370	500	445	215	174	152

*w tabeli nie uwzględniono odpowiedzi „trudno powiedzieć” oraz „odmowa odpowiedzi”

**znaki „+”/kolor zielony oraz „-”/kolor czerwony oznaczają statystycznie istotne różnice od ogółu

Analiza momentu podjęcia decyzji w przełamaniu na typ odwiedzanych wydarzeń pokazuje, że wydarzenia artystyczne (koncerty, spektakle) planowane są z co najmniej tygodniowym wyprzedzeniem (14% - tydzień temu, 11% - 2 tygodnie temu, 15% - miesiąc temu, 14% - ponad miesiąc temu). Uczestnicy wydarzeń dedykowanych dzieciom decydują się przyjść na takie kilka dni wcześniej - 37%), natomiast odwiedzający wystawy stałe podejmują raczej spontaniczną decyzję dotyczącą wizyty (33% - dzisiaj, 27% - wczoraj). Podobnie sytuacja wygląda w przypadku odwiedzania wystaw czasowych (33% - dzisiaj). Co piąta osoba (20%), która uczestniczy w konferencji, debacie wykładzie lub spotkaniu autorskim, decyduje się na przyjście 2 tygodnie przed organizowanym wydarzeniem.

Wykres 9. Moment decyzji a typ wydarzenia*



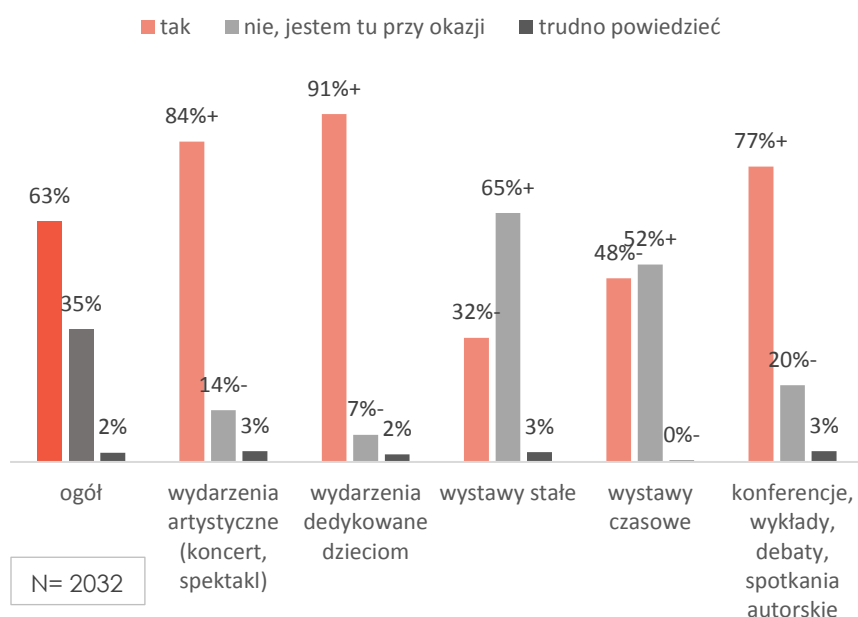
*na wykresie nie uwzględniono odpowiedzi „trudno powiedzieć” oraz „odmowa odpowiedzi”

Co ciekawe, turyści stanowią część publiczności, która decyzję o uczestnictwie w wydarzeniu podejmuje spontanicznie, tj. w dniu wydarzenia (31%) lub jeden dzień przed (24%). Większość osób, które przyjeżdżają z wizytą turystyczną (65%) jest na wydarzeniu przy okazji (przyjechali do miasta w innym celu niż udział w wydarzeniu kulturalnym).

6. Motywacja uczestnictwa

63% respondentów przyznało, że przyjechali specjalnie na wydarzenie, podczas którego przeprowadzano z nimi wywiady. Takiej odpowiedzi udzieliła większość kobiet (68%). Również osoby, które nie są turystami znalazły się na wydarzeniu nieprzypadkowo (84%). Celowość przyjscia na dane wydarzenie charakteryzowała publiczność wydarzeń artystycznych (84%), dedykowanych dzieciom (91%) oraz konferencji, wykładów, debat i spotkań autorskich (77%).

Wykres 10. Motywacja uczestnictwa w wydarzeniu



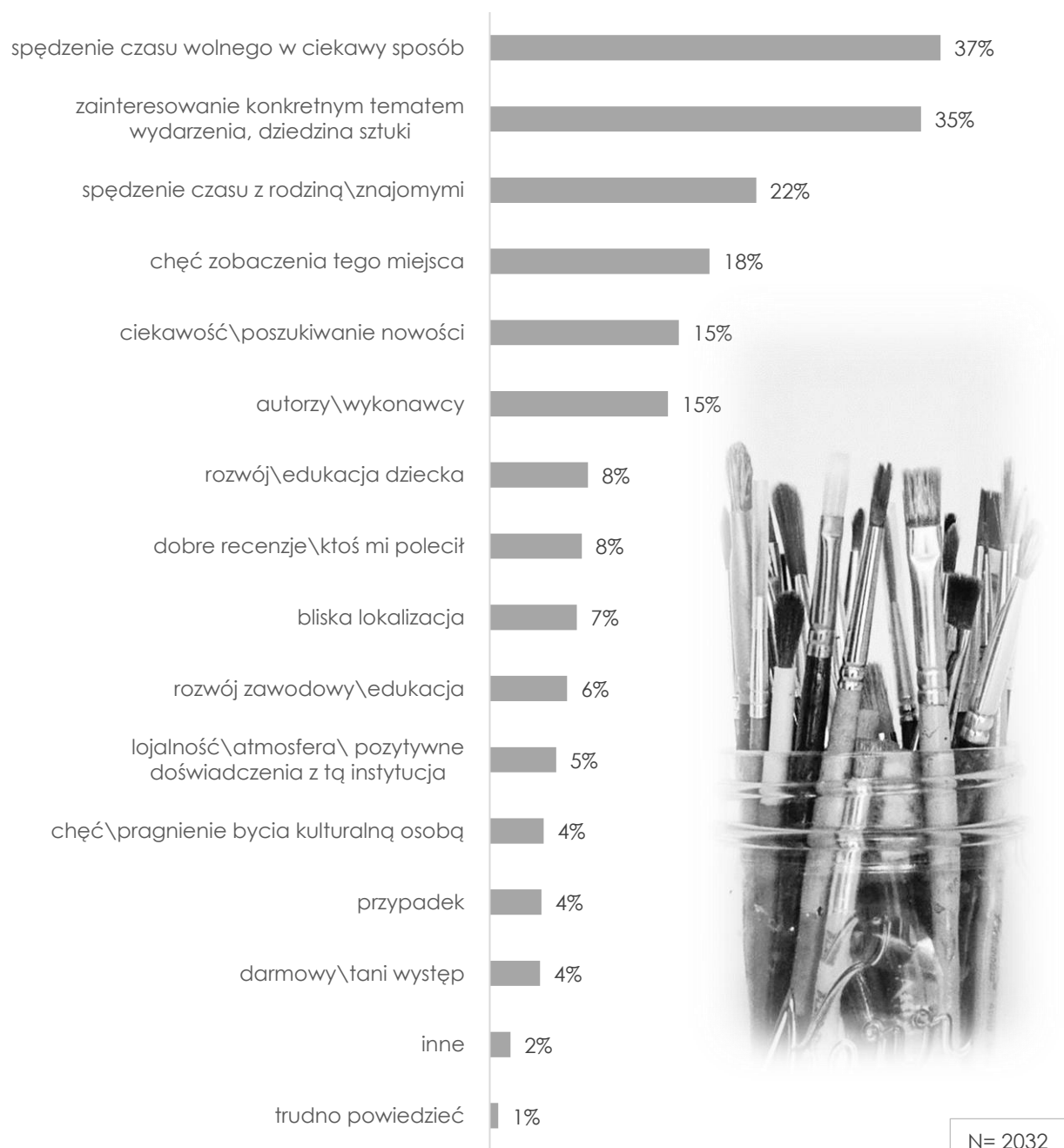
Dane dotyczące wieku wskazują na to, że tylko osoby w wieku 65 lat i więcej przyszły specjalnie na dane wydarzenie (76%). Tym samym biorąc pod uwagę sytuację zawodową, takimi osobami są emeryci (75%). Aż 81% osób, które są w złej sytuacji finansowej (muszą odmawiać sobie wielu rzeczy, żeby starczyło na życie) celowo przyszło na dane wydarzenie.

Grafika 8. Celowość przybycia na wydarzenie a płeć i miejsce zar



Najczęstszą motywacją do przyścia na wydarzenie kulturalne jest spędzenie wolnego czasu w ciekawy sposób (37%). Podobny odsetek osób jest zainteresowany konkretnym tematem wydarzenia, dziedziną sztuki (35%). Spędzenie czasu z rodziną lub/i znajomymi jako powód uczestnictwa w wydarzeniu wskazało 22% badanych. Jedna piąta chciała natomiast zobaczyć miejsce, w którym odbywa się wydarzenie (18%), a 15% publiczności przychodzi z powodu ciekawości/poszukiwania nowości oraz ze względu na autorów/wykonawców.

Wykres 11. Motywacja przybycia na wydarzenie



Płeć nie różnicuje motywacji uczestnictwa w wydarzeniu. Jedynie chęć zobaczenia danego miejsca była istotnie częściej wybierana przez mężczyzn (22%) niż przez kobiety. Mieszkańcy Trójmiasta częściej niż osoby z innych miejscowości przychodzili ze względu na

autorów/wykonawców (22%). Ważnym dla nich powodem była również lojalność, atmosfera czy też pozytywne doświadczenie z daną instytucją (7%). Turyści najczęściej wskazywali na motywację w postaci chęci zobaczenia miejsca (34%) oraz ciekawości, poszukiwania nowości (20%). Ponad połowa najstarszych widzów (65 lat i więcej) przychodzi do instytucji kultury ze względu na zainteresowanie konkretnym tematem wydarzenia, dziedziną sztuki (56%). Niewiele mniej osób z grupy wiekowej 55-64 lata wskazuje na taką samą motywację (47%). Dobre recenzje to powód, który jest wskazywany przez 16% odpowiadających w wieku 35-44 lata. Najmłodszy widzowie (16–24 lata) istotnie częściej niż inne grupy wiekowe przychodzą do instytucji ze względu na darmowy wstęp (9%).

Tabela 8. Motywacja przybycia na wydarzenie a wiek*

	ogół	16-24 lata	25-34 lata	35-44 lata	45-54 lata	55-64 lata	65+ lat
Spędzenie czasu wolnego w ciekawy sposób	37%	41%	41%	36%	37%	30%	33%
Zainteresowanie konkretnym tematem wydarzenia, dziedziną sztuki	35%	33%	31%	31%	34%	47%+**	56%+
Chęć zobaczenia tego miejsca	22%	20%	25%	26%	22%	13%-	18%
Ciekawość, poszukiwanie nowości	18%	13%-	21%	18%	17%	24%	12%
Autorzy, wykonawcy	15%	17%	16%	18%	16%	11%	8%-
Rozwój, edukacja dziecka	15%	17%	14%	11%	16%	18%	19%
Dobre recenzje, ktoś mi polecił	8%	1%-	7%	16%+	7%	4%	7%
Bliska lokalizacja	8%	8%	9%	7%	5%	6%	12%
Rozwój zawodowy, edukacja	7%	9%	9%	4%-	5%	7%	8%
Lojalność, atmosfera, pozytywne doświadczenia z tą instytucją	6%	10%	7%	4%-	8%	3%-	7%
Chęć, pragnienie bycia kulturalną osobą	5%	3%	5%	4%	10%	8%	6%
Przypadek	4%	4%	5%	3%	6%	5%	4%
Darmowy, tani wstęp	4%	9%+	6%	3%	4%	3%	3%
N	2032	370	500	445	215	174	152

*w tabeli nie uwzględniono odpowiedzi „inne” oraz „trudno powiedzieć”

**znaki „+”/kolor zielony oraz „-”/kolor czerwony oznaczają statystycznie istotne różnice od ogółu

Studenci i uczniowie częściej niż inni przychodzą na wydarzenie, ponieważ chcą spędzić w ciekawy sposób czas wolny (44%) oraz rozwinąć się zawodowo lub nauczyć czegoś (10%). Emeryci z kolei najczęściej zainteresowani są konkretnym tematem wydarzenia lub dziedziną sztuki (54%). Jedna czwarta osób pracujących zawodowo podczas odwiedzania instytucji kultury, chce natomiast spędzić czas z rodziną lub/i znajomym (24%). 20% osób z tej grupy zawodowej podkreśliło chęć zobaczenia danego miejsca. Co dziesiąty pracujący przyszedł, ponieważ chce zadbać o rozwój/edukację dziecka (10%). Taki powód przybycia wskazało również 22% respondentów zajmujących się domem.

24%

osób pracujących zawodowo lub/i posiadających własną firmę przyszło na wydarzenie, ponieważ chce spędzić czas z

22%

osób zajmujących się domem przyszło na wydarzenie ze względu na rozwój/edukację dziecka

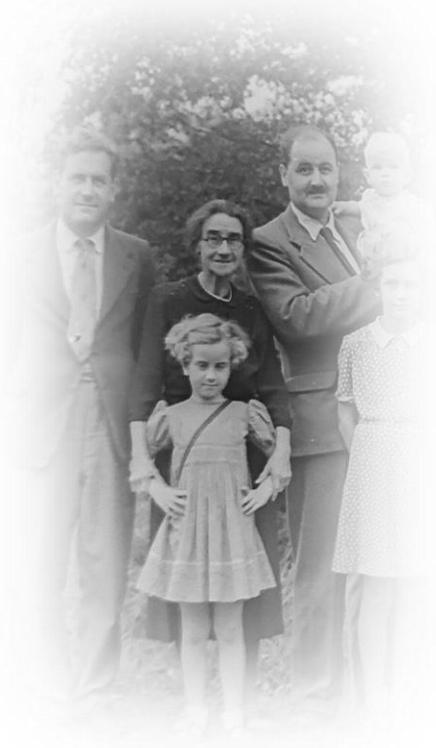
44%

Uczniów i studentów chce podczas wydarzenia spędzić czas wolny w ciekawy sposób

54%

Emerytów pojawiło się ze względu na zainteresowanie konkretnym tematem wydarzenia, dziedziną sztuki

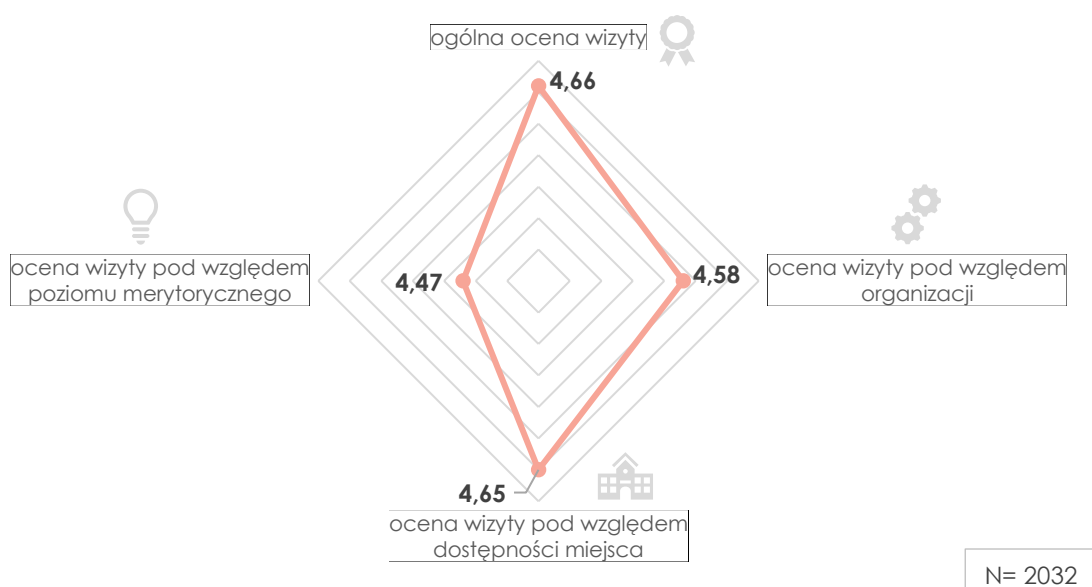
Sytuacja finansowa w niewielkim stopniu różnicuje motywację przybycia na wydarzenie. Osoby zamożne, tj. takie, które nie muszą oszczędzać nawet na większe wydatki, istotnie częściej niż inni przyszli na wydarzenie ze względu na lojalność, atmosferę oraz pozytywne doświadczenia z daną instytucją (15%). Spędzenia czasu z rodziną/znajomymi było główną motywacją dla osób, którym na co dzień starcza pieniędzy, ale nie stać ich na większe wydatki (26%). Warto dodać, że ponad połowa osób (52%), które uczestniczą w kulturze bardzo często (raz w tygodniu lub częściej) odwiedzają wydarzenia ze względu na zainteresowanie konkretnym tematem, dziedziną sztuki.



7. Ocena wizyty i miejsca

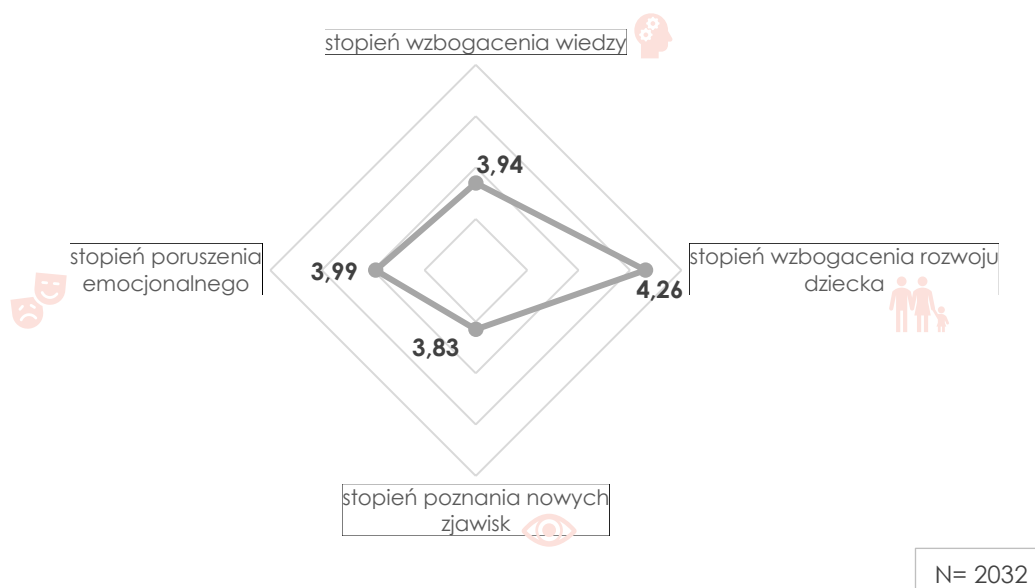
Wprowadzając do szczegółowej analizy poszczególnych aspektów, poniżej uwzględniono ich zbiorcze zestawienie. Jak wynika z poniższego wykresu najwyższą notę badani przypisali ogólnej ocenie wizyty – na pięciostopniowej skali (1 „zdecydowanie źle”, 2 „raczej źle”, 3 „ani źle ani dobrze”, 4 „raczej dobrze”, 5 „zdecydowanie dobrze”) średnia wyniosła 4,66, co oznacza, że wydarzenia odbierane są przez publiczność pozytywnie. Na zbliżonym poziomie oceniono także dostępność miejsca, czyli dojazd czy łatwość poruszania się po budynku (4,65). Okazuje się, że wydarzenia oferowane przez gdańskie instytucje charakteryzują się w opinii badanych również wysokim poziomem organizacji (4,58). Aspektem ocenionym nieco niżej jest natomiast poziom merytoryczny.

Wykres 12. Ocena wizyty pod względem: organizacji, dostępności miejsca oraz poziomu merytorycznego



Analogicznej analizie zbiorczej dokonano w przypadku pytań o stopień odczuwania poszczególnych aspektów w kontekście wydarzeń kulturalnych (ocena na skali 1 „bardzo małym”, 2 „raczej małym”, 3 „ani małym ani dużym”, 4 „raczej dużym”, 5 „zdecydowanie dużym”). Uczestnicy najwyżej pod tym względem ocenili stopień wzbogacenia rozwoju dziecka (w przypadku wydarzeń dedykowanych dzieciom) – 4,26, a następnie poruszenie emocjonalne (3,99), wzbogacenie wiedzy (3,94) oraz stopień poznania nowych zjawisk (3,83). Zauważyć należy zatem, iż wydarzenia częściej wywołują u publiczności emocje niż przyczyniają się do zdobycia wiedzy czy poznania nowych rzeczy.

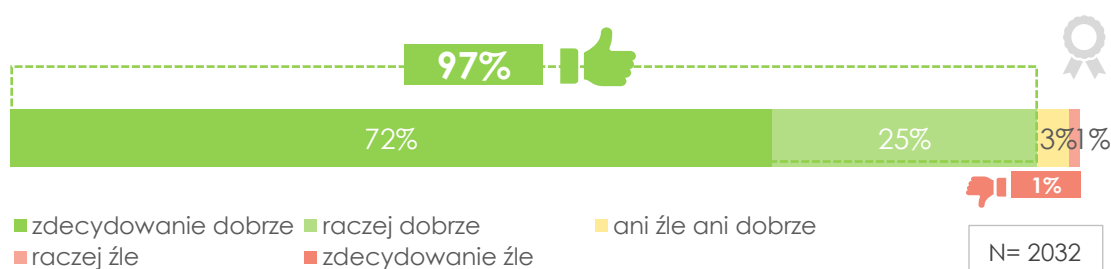
Wykres 13. Ocena stopnia wzbogacenia wiedzy, rozwoju dziecka oraz stopnia poruszenia emocjonalnego



OGÓLNA OCENA WIZYTY

Respondenci gdańskich instytucji kultury biorący udział w badaniu zostali poproszeni o ogólną ocenę odbytej wizyty. Uzyskane wyniki wskazują, że wydarzenia oceniane są bardzo wysoko – na pięciostopniowej skali (1-zdecydowanie źle, 2-raczej źle, 3-ani dobrze ani źle, 4-raczej dobrze, 5-zdecydowanie dobrze) średnia wyniosła **4,66**. W przełożeniu na poszczególne oceny 97% badanych oceniło wizytę pozytywnie, 3% neutralnie, natomiast jedynie 1% negatywnie.

Wykres 14. Ogólna ocena wizyty



Warto zaznaczyć, że nieco wyższą średnią ocenę wizyty odnotowano wśród kobiet (4,69) niż wśród mężczyzn (4,62) oraz wśród turystów (4,71) niż w przypadku mieszkańców Gdańska, Gdyni i Sopotu (4,62).

Analizując wyniki w podziale na cechy społeczno-demograficzne nie odnotowano większych różnic. Jednakże warto zaznaczyć, że osoby starsze wyżej oceniały wizyty w instytucjach (45-54 lata: 4,71; 55-64 lata: 4,77) niż młodszy uczestnicy (16-24 lata: 4,61; 25-34 lata: 4,60).


Analogicznie ma to przełożenie na sytuację zawodową respondentów i ich ocenę – nieco wyższą średnią odnotowano w przypadku emerytów i rencistów.

OCENA WIZYTY POD WZGLĘDEM ORGANIZACJI

Poza oceną ogólną badani zostali poproszeni o dokonanie oceny wizyty pod względem organizacji, czyli dostępności informacji, przebiegu wydarzenia, obsługi widza itd. W tym aspekcie średnia ocena na skali pięciostopniowej wyniosła **4,58**, co oznacza, iż uczestnicy nie mają większych zastrzeżeń w tym zakresie. 93% badanych wyraziło opinię pozytywną, 6% neutralną, natomiast jedynie 2% negatywną.

Analiza pod względem cech społeczno-demograficznych wykazała jednak istotne różnice w ocenie w przypadku płci. Okazuje się, że wizyty w instytucjach kultury pod względem organizacyjnym lepiej oceniają kobiety (średnia 4,63) niż mężczyźni (4,51).

Tabela 9. Ocena wizyty pod względem organizacji a płeć

		Zdecydowa nie dobrze	Raczej dobrze	Ani źle ani dobrze	Raczej źle	Zdecydowa nie źle	średnia
Ogółem (N=2032)		67%	25%	6%	1%	1%	4,58
 Płeć	Mężczyźni	60%*	32%+	8%	1%	0%	4,51
	Kobiety	72%+	22%*	5%	1%	1%	4,63

*znaki „+”/kolor zielony oraz „-”/kolor czerwony oznaczają statystycznie istotne różnice od ogółu

Zaznaczyć należy, że odpowiedzi udzielane przez respondentów nie różnicują się istotnie w przypadku miejsca zamieszkania (uczestnicy z Trójmiasta 4,6 vs uczestnicy spoza 4,57), wieku (choć najwyższą notę odnotowano wśród rencistów – 4,84) czy sytuacji finansowej.






OCENA WIZYTY POD WZGLĘDEM DOSTĘPNOŚCI MIEJSCA

Średnia ocena wizyty pod względem dostępności miejsca, czyli dojazdu, wejścia czy łatwości poruszania się po budynku, wyniosła **4,65**, co oznacza, że infrastruktura instytucji nie generuje większych problemów odwiedzającym. Ponad 90% respondentów wyraziło w tym względzie opinie pozytywną (95% wskazań na „zdecydowanie dobrze” i „raczej dobrze”), 4% neutralną, a jedynie 1% negatywną.

Nieco wyższą ocenę odnotowano wśród kobiet, niż mężczyźni (4,69 vs 4,59), a także wśród osób wieku 45-54 lata (4,76 – respondenci ci zdecydowanie częściej niż inni wskazywali na odpowiedź „zdecydowanie dobrze”). Zauważyć również należy, iż wraz z lepszą oceną sytuacji finansowej respondenci nieco lepiej oceniali wydarzenia pod względem dostępności miejsca, co może wiązać się z odległością od instytucji kultury i wynikającym z tego powodu kosztem

dojazdu lub wstępu. Wyjątkiem są osoby wskazujące, iż w ich gospodarstwie domowym pieniędzy nie starcza nawet na najpotrzebniejsze potrzeby (4,68).

Dostępność miejsca była dobrze oceniana również przez turystów. Ponad 95% osób z tej grupy co najmniej raczej dobrze ocenia wizytę pod tym względem (96% wskazań na „raczej dobrze” i „zdecydowanie dobrze”).

	jestem zamożna, nie muszę oszczędzać nawet na większe wydatki	4,77
	pieniędzy starcza na wszystkie wydatki, a część mogę odłożyć	4,66
	na co dzień pieniędzy starcza, ale nie stać mnie na większe wydatki	4,63
	muszę odmawiać sobie wielu rzeczy, aby pieniędzy starczyło na życie	4,62
	pieniędzy nie starcza nawet na najpotrzebniejsze potrzeby	4,68

* nie uwzględniono odmowy odpowiedzi

Najwyższą ocenę pod względem dostępności miejsca w odniesieniu do typów wydarzeń odnotowano w przypadku wystaw czasowych (4,73).

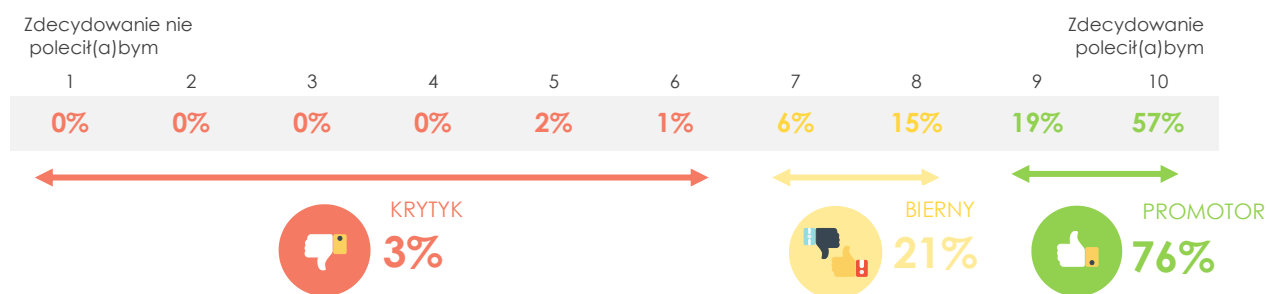
Tabela 10. Ocena wizyty pod względem dostępności miejsca a typ wydarzenia

	Średnia ocena wizyty pod względem dostępności miejsca
Ogółem (N=2032)	4,65
Wystawy czasowe	4,73
Wystawy stałe	4,68
Wydarzenia artystyczne (koncerty, spektakle)	4,65
Konferencje, wykłady, debaty, spotkania autorskie	4,62
Wydarzenia dedykowane dzieciom	4,48

MOŻLIWOŚĆ POLECENIA INNYM

Z przeprowadzonego badania wynika, że 7 na 10 badanych poleciłoby miejsce, w którym uczestniczyło w wydarzeniu kulturalnym. Odmiennego zdania było jedynie 3% respondentów, natomiast 21% wskazało na postawę pasywną w tym zakresie. Na dziesięciostopniowej skali średnia wyniosła zatem **9,02**, co świadczy o wysokim zadowoleniu odbiorców z wydarzeń gdańskich instytucjach kultury. Dla lepszego zrozumienia opisywanych wyników na skali dziesięciostopniowej postawy podzielono na trzy grupy: krytyk (oceny od 1 do 6), bierny (oceny od 7 do 8) oraz promotor (od 9 do 10).

Wykres 15. Możliwość polecenia wydarzenia innym



Analizując uzyskane wyniki pod względem cech społeczno-demograficznych badanych zaznaczyć należy, iż znacznie częściej znajomym/rodzinie wydarzenia byłyby skłonne polecić kobiety niż mężczyźni (9,12 vs 8,87), a także osoby mieszkające na terenie Trójmiasta niż poza nim (9,06 vs 8,97). Jednocześnie warto zaznaczyć, iż w przypadku wieku osoby najmłodsze (16-24 lata) częściej niż inne grupy przyjmowały postawę bierną (27%), natomiast rzadziej jako promotor (68%). Odwrotna sytuacja widoczna jest wśród osób w wieku 55-64 lat (postawa bierna 10%, promotor 86%).

Tabela 11. Polecanie wydarzeń a płeć i miejsce zamieszkania

	PŁEĆ		MIEJSCE ZAMIESZKANIA		OGÓŁEM
	KOBIETA	MĘŻCZYŻNA	TRÓJMIASTO	POZA TRÓJMIASTEM	
KRYTYK	4%	3%	4%	3%	3%
BIERNY	16%-	27%+	18%-	24%+	21%
PROMOTOR	80%+	69%-	79%+	73%-	76%
ŚREDNIA	9,12	8,87	9,06	8,97	9,02

Bardziej skłonni do polecenia wydarzeń kulturalnych są na ogół renciści, emeryci oraz osoby zajmujące się domem (postawa promotora odpowiednio: 84%, 81%, 80%). Odwrotna tendencja widoczna jest w przypadku uczniów/studentów (68%) oraz osób bezrobotnych (65%).

Analiza pod względem typów wydarzeń wykazała, że najbardziej skłonna do poleceń wydarzeń kulturalnych jest widownia wydarzeń dedykowanych dzieciom (9,11) oraz wydarzeń artystycznych (9,07). Najniższe noty odnotowano w przypadku wystaw stałych (9,05), konferencji, wykładów, debat i spotkań autorskich (9,00) oraz wystaw czasowych (8,66). Szczegółowe dane przedstawiono w poniższej tabeli.

Tabela 12. Możliwość polecenia innym wydarzenia a jego typ

	Średnia
Ogółem (N=2032)	9,02
Wydarzenia dedykowane dzieciom	9,11
Wydarzenia artystyczne (koncerty, spektakle)	9,07

Wystawy stałe	9,05
Konferencje, wykłady, debaty, spotkania autorskie	9,00
Wystawy czasowe	8,66

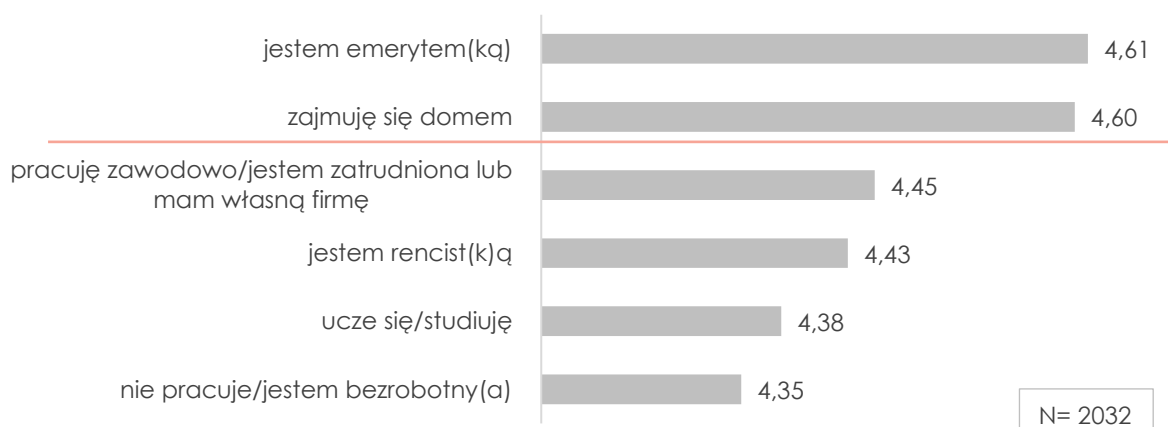
OCENA WIZYTY POD WZGLĘDEM POZIOMU MERYTORYCZNEGO

Uczestnicy wydarzeń wysoko ocenili ich poziom merytoryczny – na pięciostopniowej skali uzyskano średnią na poziomie **4,47**. W przełożeniu na procentowy rozkład odpowiedzi wskazać należy, iż blisko 90% badanych oceniło poziom merytoryczny zdecydowanie dobrze lub raczej dobrze (89%), a jedynie 1% udzieliło negatywnej odpowiedzi (pozostałe 10% to postawa neutralna). Uzyskane wyniki wskazują, iż odbiorcy są zadowoleni z treści przekazywanych podczas organizowanych wydarzeń.

W przypadku oceny poziomu merytorycznego nie zaobserwowano różnic pod względem miejsca zamieszkania (Trójmiasto 4,48 vs spoza Trójmiasta 4,46), jednakże wyniki różnicują się w zakresie wieku oraz sytuacji zawodowej. Podobnie jak we wcześniej opisywanych kryteriach, tak i w przypadku merytoryki najwyższe noty przypisywały osoby w wieku 65 lat i więcej (średnia 4,59). Osoby z tej grupy wiekowej częściej niż inni wskazywali na oceny pozytywne (odpowieź „zdecydowanie dobrze” i „raczej dobrze”). Najniższe noty odnotowano natomiast wśród młodej części publiczności: 25-34 lata (średnia z ocen wyniosła 4,39) oraz 16-24 lata (4,42).

Istotne różnice pod względem ocen odnotowano także w przypadku sytuacji zawodowej respondentów. Merytorykę wydarzeń najwyżej oceniali emeryci (częściej niż w innych grupa odnotowywano wskazania na odpowiedź „zdecydowanie dobrze”) oraz osoby zajmujące się domem. Poniżej ogólnej średniej (4,47) odnotowano wskazania wśród osób pracujących, rencistów, studentów/uczniów oraz bezrobotnych.

Wykres 16. Średnia ocena poziomu merytorycznego a sytuacja zawodowa respondentów*



*na wykresie nie uwzględniono odmowy odpowiedzi

Biorąc pod uwagę poziom merytoryczny, najwyżej zostały ocenione wydarzenia artystyczne (4,49). Na wysokich pozycjach plasowały się także wystawy stałe oraz czasowe (po 4,48).

Najniższe noty w tym zakresie odnotowano w przypadku wydarzeń dedykowanych dzieciom oraz wykładów, debat, konferencji, spotkań autorskich (po 4,41).

Tabela 13. Ocena poziomu merytorycznego a typ wydarzenia

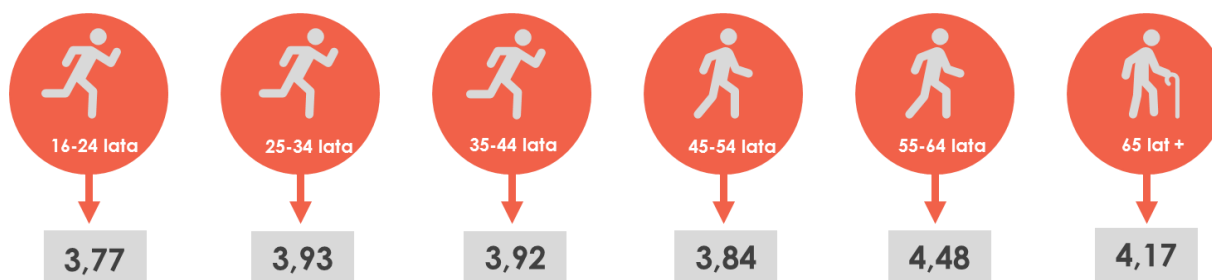
	Średnia
Ogółem (N=2032)	4,47
Wydarzenia artystyczne (koncerty, spektakle)	4,49
Wystawy stałe	4,48
Wystawy czasowe	4,48
Wydarzenia dedykowane dzieciom	4,41
Konferencje, wykłady, debaty, spotkania autorskie	4,41

WZBOGACENIE WIEDZY

Respondentów uczestniczących w konferencji/debacie/wykładzie lub spotkaniu autorskim poproszono o ocenę wydarzenia pod względem wzbogacenia ich wiedzy. Na skali pięciostopniowej uzyskano średnią **3,94**. Warto zaznaczyć, że 7 na 10 badanych wskazało, iż wizyta wzbogaciła ich wiedzę w stopniu bardzo dużym lub raczej dużym (72%), natomiast jedynie w opinii 8% stopień ten był bardzo mały lub raczej mały.

Nieco wyższy stopień wzbogacenia posiadanej wiedzy po wydarzeniu deklarowały kobiety niż mężczyźni (3,96 vs 3,87) oraz osoby spoza Trójmiasta (4,00 vs 3,92). Istotne różnice widoczne są jednak w przypadku wieku respondentów. Według deklaracji wydarzenia takie jak debaty, spotkania autorskie czy konferencje w największym stopniu wzbogacają wiedzę osób starszych: 55-64 lata - 4,48 oraz 65 lat i więcej - 4,17. Zdecydowanie rzadziej wskazania pozytywne w tym aspekcie odnotowano wśród najmłodszej grupy wiekowej, czyli osób w wieku 16-24 lata (3,77).

Grafika 9. Wzbogacenie wiedzy a wiek



*w grafice nie uwzględniono odmowy odpowiedzi

Jednocześnie warto zaznaczyć, że wzbogacenie wiedzy nieco częściej deklarowały osoby uczestniczące w wydarzeniach kulturalnych 2-3 razy w miesiącu (4,13) oraz raz w roku (4,36).

DOSTOSOWANIE DO POTRZEB DZIECI

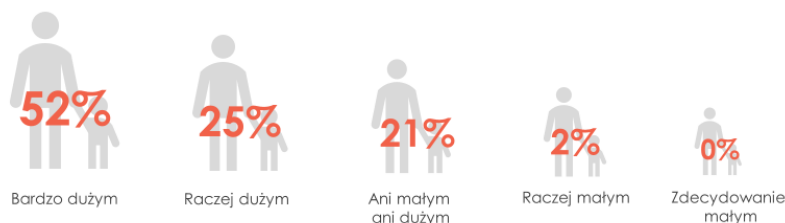
Z uwagi na fakt, iż instytucje organizują także wydarzenia dla najmłodszej grupy odbiorców w badaniu uwzględniono pytania dedykowane rodzicom na temat oferty kulturalnej z tego zakresu. Zaznaczyć jednak należy, że w trakcie realizacji badania na tego typu wydarzenia natrafiono jedynie w dwóch instytucjach: centrum Hewelianum oraz Centrum Sztuki Współczesnej Łaźnia. W pierwszej kolejności rodziców dopytano o dostosowanie wydarzeń do potrzeb dzieci. Na pięciostopniowej skali średnia ocena wyniosła **4,48**, co świadczy o tym, iż rodzice nie mają większych zastrzeżeń w tym zakresie. Zaznaczyć należy, że nie odnotowano żadnego wskazania negatywnego (87% wskazania pozytywne, 13% neutralne).

Zdecydowanie lepiej dostosowanie wydarzeń do potrzeb dzieci oceniły kobiety niż mężczyźni (4,60 vs 4,22). Nie odnotowano większych różnic w przypadku miejsca zamieszkania, wieku czy sytuacji zawodowej rodziców. Zaznaczyć jednak należy, że nieco większy stopień zadowolenia wykazywały osoby uczestniczące w wydarzeniach regularnie: 2-3 razy w miesiącu (4,50) lub raz w miesiącu (4,59).

WZBOGACENIE ROZWOJU DZIECKA

Rodziców poproszono także o wyrażenie opinii na temat wzbogacenia rozwoju dziecka poprzez wydarzenie, w którym uczestniczyło. Rodzice wysoko ocenili zorganizowane wydarzenia pod tym kątem – średnia wyniosła **4,26**.

Grafika 10. Wzbogacenie rozwoju dziecka



Nieco wyższy stopień wzbogacenia rozwoju dziecka odnotowano wśród rodziców płci żeńskiej (4,37 vs 4,04), jednak różnica nie jest znacząca. Należy jednocześnie zaznaczyć, że wyniki nie różnicują się istotnie w przełamaniu na inne cechy społeczno-demograficzne rodziców.

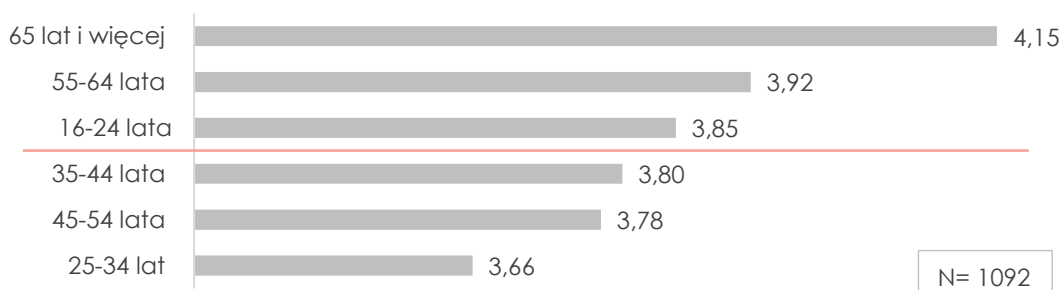
MOŻLIWOŚĆ POZNANIA NOWYCH ZJAWISK

Respondentów uczestniczących w wydarzeniach artystycznych (koncert, spektakl itd.) dopytano natomiast o to w jakim stopniu wydarzenie, w którym uczestniczyli przyczyniło się do poznania przez nich nowych zjawisk. Jak wynika z przeprowadzonego badania na pięciostopniowej skali badani ocenili wydarzenia pod tym względem na **3,83**.

Analogicznie jak w innych ocenianych aspektach tak i tutaj nieco wyższe noty możliwości poznania nowych zjawisk w trakcie wydarzeń kulturalnych przypisywały kobiety niż mężczyźni (3,89 vs 3,71).

Istotne różnice odnotowano w przypadku wieku. Jak się okazuje wydarzenia kulturalne organizowane przez gdańskie instytucje kultury przyczyniają się do poznawania nowych zjawisk przede wszystkim wśród dwóch dychotomicznych grup: osób starszych (55 lat i więcej) oraz młodych (16-24 lata). Nieco niższe oceny uzyskano w przypadku respondentów pomiędzy 25 a 54 rokiem życia. Analogicznie do wieku różnice dostrzegalne są także w sytuacji zawodowej respondentów – i tak najwyższe noty otrzymano w przypadku emerytów (4,06), rencistów (3,92) oraz osób uczących się lub studiujących (3,80). Jednakże wysoki odsetek pozytywnych wskazań odnotowano także w przypadku osób bezrobotnych (3,97).

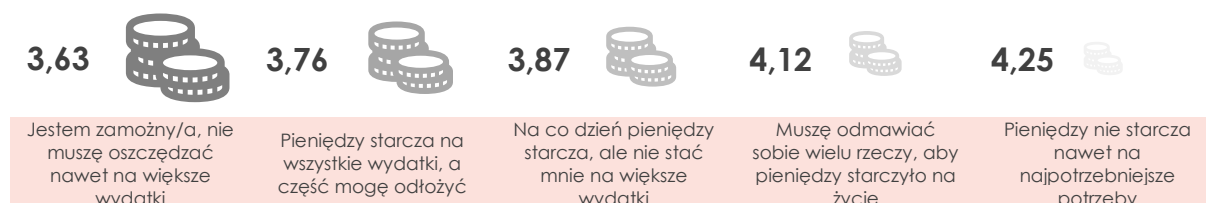
Wykres 17. Ocena możliwości poznania nowych zjawisk a wiek*



*na wykresie nie uwzględniono odmowy odpowiedzi

Zauważyć także należy, że wraz z lepszą sytuacją finansową respondentów spada ich ocena pod względem możliwości poznania nowych zjawisk podczas uczestnictwa w wydarzeniach kulturalnych. W związku z tą tendencją osoby, które uznały swoją sytuację finansową za bardzo dobrą (jestem zamożny/a, nie muszę oszczędzać nawet na większe wydatki) możliwość poznania nowych zjawisk oceniły na poziomie 3,63, natomiast badani, którym pieniędzy nie starcza na najpilniejsze potrzeby uznali wówczas, że wydarzenia, w których uczestniczyli dają im w dużo większym stopniu taką sposobność (4,25).

Grafika 11. Ocena wydarzenia a sytuacja finansowa*



*na grafice nie uwzględniono odmowy odpowiedzi

WYWOŁANE EMOCJE

Uczestników wydarzeń artystycznych dopytano także o wywołane u nich poruszenie emocjonalne. Na pięciostopniowej skali badani ocenili ten aspekt na **3,99**.

Analogicznie jak w innych ocenianych aspektach po raz kolejny kobiety częściej skłonne były wskazywać na odpowiedzi pozytywne („w bardzo dużym stopniu” lub „raczej dużym stopniu”) – 4,05 vs 3,87. Jak się okazuje, ocena sfery emocji skorelowana jest także z wiekiem, a co się z tym wiąże także z sytuacją zawodową. Na bardzo duże lub raczej duże poruszenie emocjonalne częściej niż inne grupy wskazywały osoby starsze – powyżej 55 lat (55-64 lata: średnia 4,23; 65 lat i więcej: 4,29). Odwrotna sytuacja widoczna jest w przypadku osób młodych (16-24 lata), których ocena waha się na poziomie 3,84. Uznać zatem należy, że wraz z wiekiem wzrasta stopień poruszenia emocjonalnego wśród odbiorców.

Grafika 12. Ocena wydarzenia a wiek respondentów*

16-24 lata	25-34 lata	35-44 lata	45-54 lata	55-64 lata	65 lat i więcej
3,82	3,84	3,96	4,00	4,23	4,29

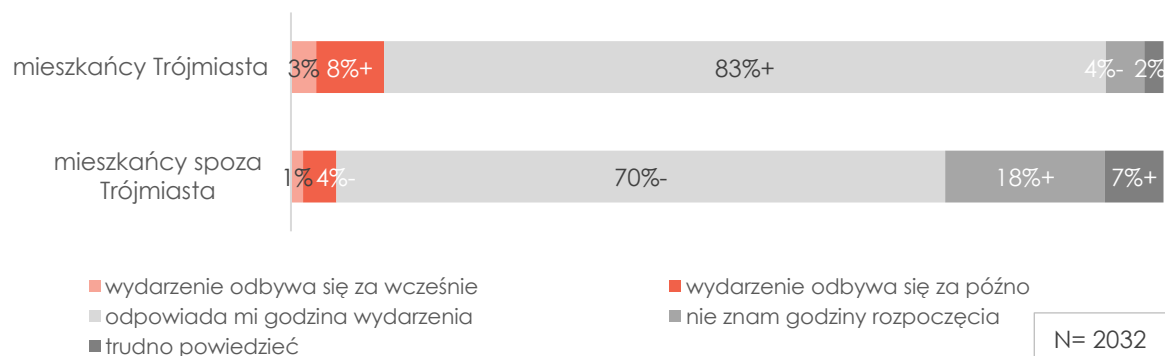
*na grafice nie uwzględniono odmowy odpowiedzi

W kontekście sytuacji zawodowej na największe poruszenie emocjonalne wskazywali emeryci i renciści (odpowiednio 4,30 i 3,97), a następnie osoby pracujące zawodowo (3,92), uczące się/studiujące (3,84), zajmujące się domem (3,75) i bezrobotne (3,65).

OCENA GODZINY ROZPOCZĘCIA WYDARZENIA

7 na 10 badanych uznało, że godzina rozpoczęcia wydarzenia, w którym uczestniczyli była odpowiednia (77%). Jedynie w opinii 2% godzina jest zbyt wczesna, a w 6% zbyt późna. Warto zauważyć, że 11% nie znało godziny rozpoczęcia wydarzenia, w którym uczestniczyli. Analizując rozkład odpowiedzi ze względu na płeć kobiety nieco częściej wskazywały, że dla nich godzina wydarzenia jest zbyt późna (7% vs 4% mężczyźni). Istotne znaczenie w tym kontekście ma miejsce zamieszkania respondentów. Uczestnicy wydarzeń kulturalnych zamieszkujących na terenie Trójmiasta częściej niż osoby spoza wskazywały, iż odpowiada im godzina wydarzenia (83% vs 70%). Jednocześnie nieco większy odsetek niż w drugiej grupie wskazał, że wydarzenie odbywa się zbyt późno (8% vs 4%).

Tabela 14. Ocena godziny rozpoczęcia wydarzenia a miejsce zamieszkania

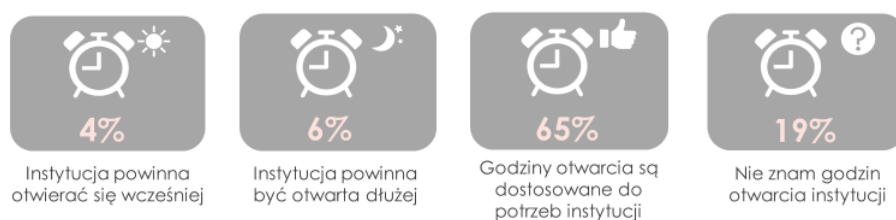


Zaznaczyć należy, iż zbyt późna pora organizowanych wydarzeń wskazywana była częściej przez osoby w wieku 35-44 lata (10%) oraz powyżej 65 r.ż. (8%), a także zajmujące się domem (18%). Odpowiednie dopasowanie godziny rozpoczęcia deklarowały natomiast badani pomiędzy 55 a 64 r.ż. (88%), zatem przede wszystkim renciści i emeryci. Warto zauważyć, że w kontekście częstotliwości uczestnictwa w wydarzeniach kulturalnych godzina rozpoczęcia częściej odpowiada osobom uczęszczającym na nie regularnie – 2-3 razy w miesiącu (82%). Najmniej wskazań w tym kontekście odnotowano wśród osób biorących udział sporadycznie, czyli raz w roku (59%).

OCENA GODZIN OTWARCIA INSTYTUCJI

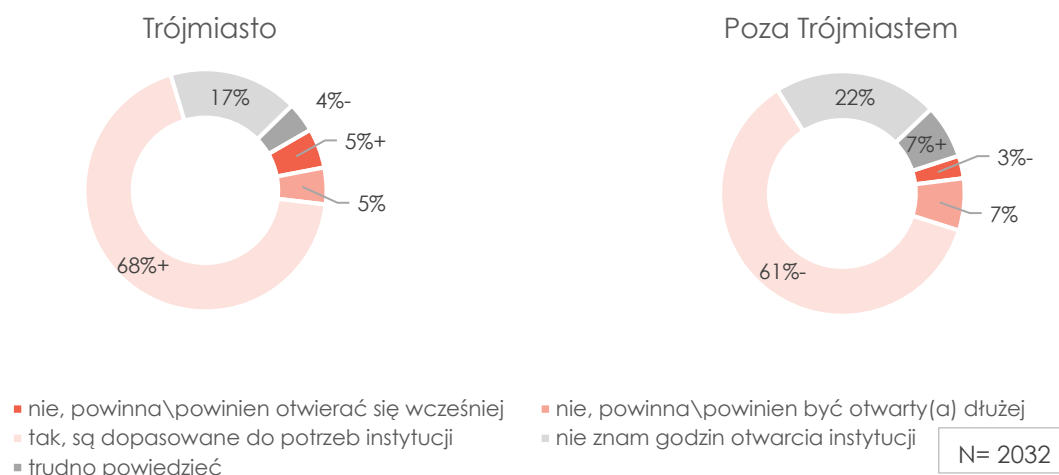
Ponad 60% uczestników wydarzeń kulturalnych uznało, że godziny otwarcia instytucji są dopasowane do potrzeb. Jedynie 10% miało na ten temat odmienne zdanie, a niecałe 20% wskazało, iż nie zna godzin w jakich funkcjonują.

Grafika 13. Ocena godzin otwarcia instytucji



Odmienne zdania w tym zakresie odnotowano przede wszystkim w zakresie miejsca zamieszkania osób odwiedzających instytucje. Mieszkańcy Trójmiasta częściej wskazywali, iż odpowiadają im godziny otwarcia instytucji (68% vs 61%), ale również, że instytucje powinny otwierać się wcześniej (5% vs 3%). Badani spoza Trójmiasta częściej natomiast nie mieli wiedzy na ten temat.

Wykres 18. Ocena godzin otwarcia instytucji a miejsce zamieszkania



W przypadku wieku zauważyć należy, że odpowiednie dopasowanie godzin otwarcia deklarowane było częściej przez osoby starsze (55-64 lata – 73%; 65 lat i więcej – 75%), a co za tym idzie emerytów i rencistów, natomiast odpowiednio rzadziej przez młode (55%), czyli uczące się lub studiujące. Opinię o wydłużeniu czasu otwarcia instytucji wyrażali przede wszystkim badani pomiędzy 25 a 34 r.ż. (11%). Warto dodać, że ani jedna osoba w wieku 55-64 lata nie wskazała, iż instytucje powinny otwierać się wcześniej, a największą niewiedzą w tym zakresie wykazała się najmłodsza grupa badanych (16-24 lata – 31%).

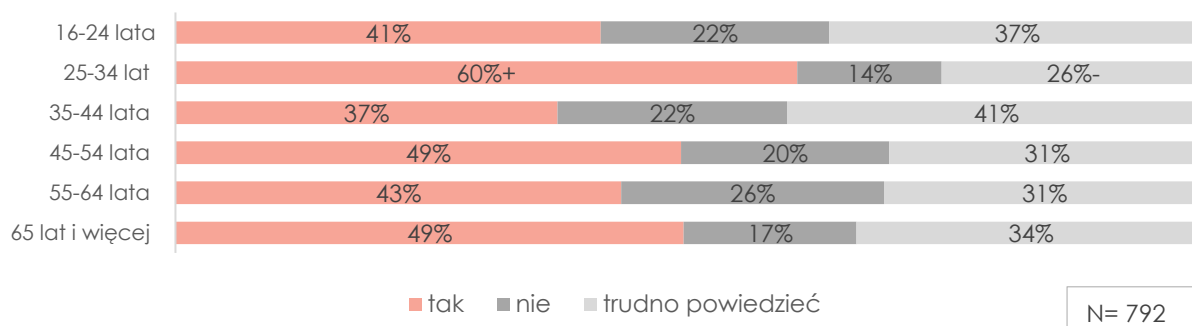
UCZESTNICTWO A WSTĘP PŁATNY

Odbiorców wydarzeń bezpłatnych dopytano również o ewentualne uczestniczenie w danym wydarzeniu gdyby ich wstęp był płatny. Z przeprowadzonego badania wynika, że mniej niż połowa respondentów (45%) zdecydowałaby się na uczestnictwo, gdyby wydarzenie było płatne. Odmiennego zdania była 1/5 badanych (20%), natomiast 35% nie wyraziło jednoznacznej opinii.

Różnice w rozkładzie odpowiedzi widoczne są w przypadku płci respondentów. Okazuje się, że mężczyźni zdecydowanie częściej byliby skłonni przyjść na wydarzenie gdyby musieli za nie zapłacić (53% vs 42%). Jednocześnie kobiety częściej wyraziły brak opinii w tym zakresie (39% vs 24%). Analogiczna tendencja dotycząca uiszczenia opłaty za bilet wstępu widoczna jest w przypadku miejsca zamieszkania – osoby spoza Trójmiasta również są pod tym względem bardziej przychylnie (60% vs 43%).

Analizując wiek respondentów zauważyć należy, że najbardziej skłonne do uczestniczenia w wydarzeniach płatnych byłyby osoby pomiędzy 25 a 34 r.ż. (60%), natomiast najmniej w wieku 35-44 lata (37%). W pozostałych kategoriach wiekowych wynik plasuje się na poziomie 40-50%.

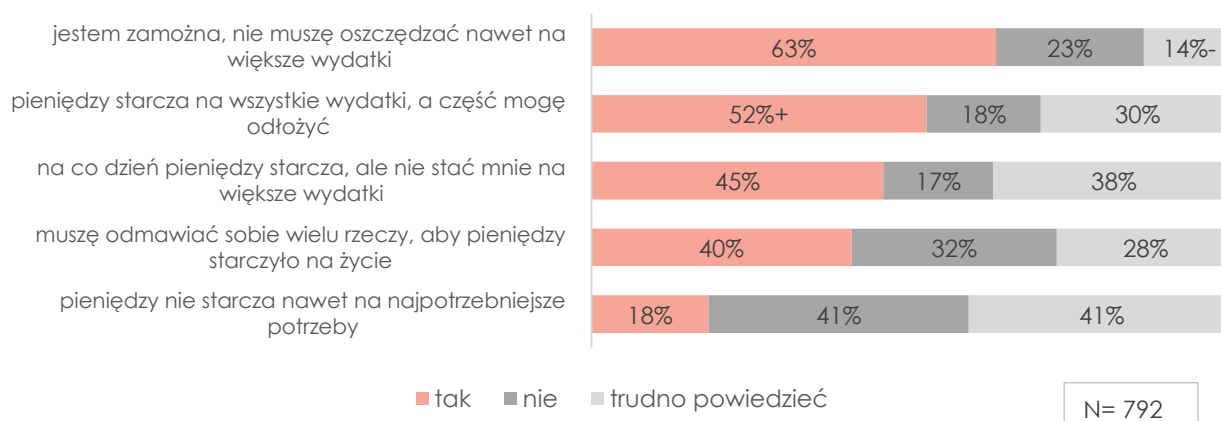
Wykres 19. Uczestnictwo w płatnych wydarzeniach a wiek respondentów*



*na wykresie nie uwzględniono odmowy odpowiedzi

Skłonność do uczestnictwa w płatnych wydarzeniach kulturalnych, zgodnie z przypuszczeniami, wzrasta wraz z sytuacją finansową respondentów (osoby zamożne 63% wskazań na chęć skorzystania z wydarzenie gdyby wstęp był płatny, natomiast osoby, u których pieniędzy nie starcza nawet na najpotrzebniejsze potrzeby 18%). Warto również zauważyć, że osoby o niższej stopie finansowej częściej nie miały także zdania w tym temacie.

Wykres 20. Uczestnictwo w płatnych wydarzeniach a sytuacja finansowa respondentów*



*na wykresie nie uwzględniono odmowy odpowiedzi

OCENA CEN BILETÓW

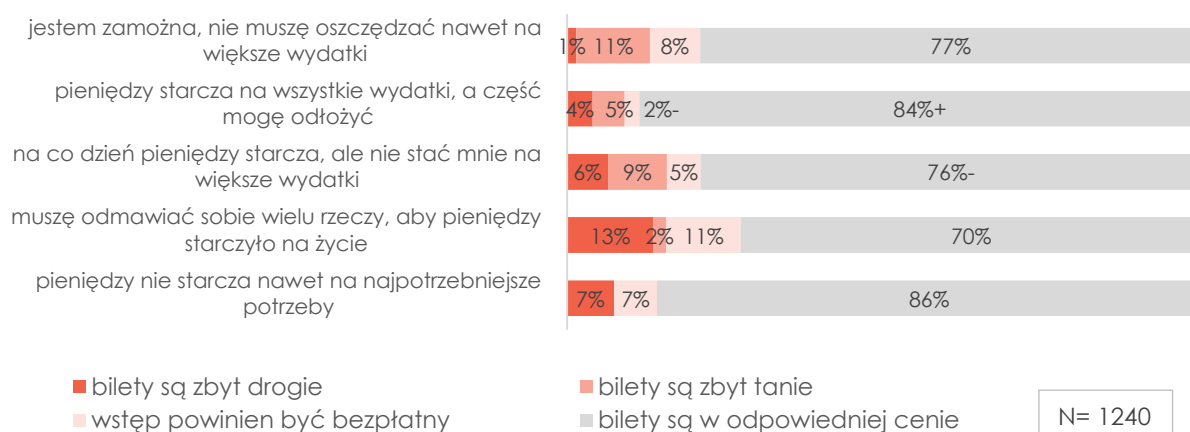
Respondentów odwiedzających wydarzenia płatne dopytano również o opinię na temat cen biletów. 8 na 10 badanych jest zdania, że bilety są w odpowiedniej cenie (81%), natomiast 4% iż wydarzenie powinno być bezpłatne. Analogiczny odsetek uczestników uważa, że bilety są zbyt drogie, a 6%, że zbyt tanie.

Odpowiedzi nie różnicują się ze względu na płeć (są niemalże identyczne jak ogół), znaczenie w tym kontekście ma natomiast miejsce zamieszkania. Okazuje się, że osoby przyjeżdżające na wydarzenia kulturalne spoza Trójmiasta częściej wyrażały opinię, iż ceny biletów są odpowiednie (84% vs 77%), natomiast rzadziej iż wstęp powinien być bezpłatny (3% vs 6%).

Różnica widoczna jest także w przypadku zbyt drogich biletów – tę opinię częściej wyrażali mieszkańcy Trójmiasta (8% vs 2%).

Analiza oceny cen biletów pod względem wieku i sytuacji zawodowej badanych nie wykazała większych różnic. Odmienna sytuacja widoczna jest w przypadku ich sytuacji finansowej. Grupą wskazującą częściej niż inni, iż ceny biletów są odpowiednie byli respondenci, którym pieniędzy starcza na wszystkie wydatki (84%). Opinię na temat zbyt wysokich cen wyrażały głównie osoby z gorszą sytuacją finansową. Odwrotna tendencja widoczna jest w przypadku zbyt niskich cen biletów.

Wykres 21. Ocena cen biletów a sytuacja finansowa respondentów*

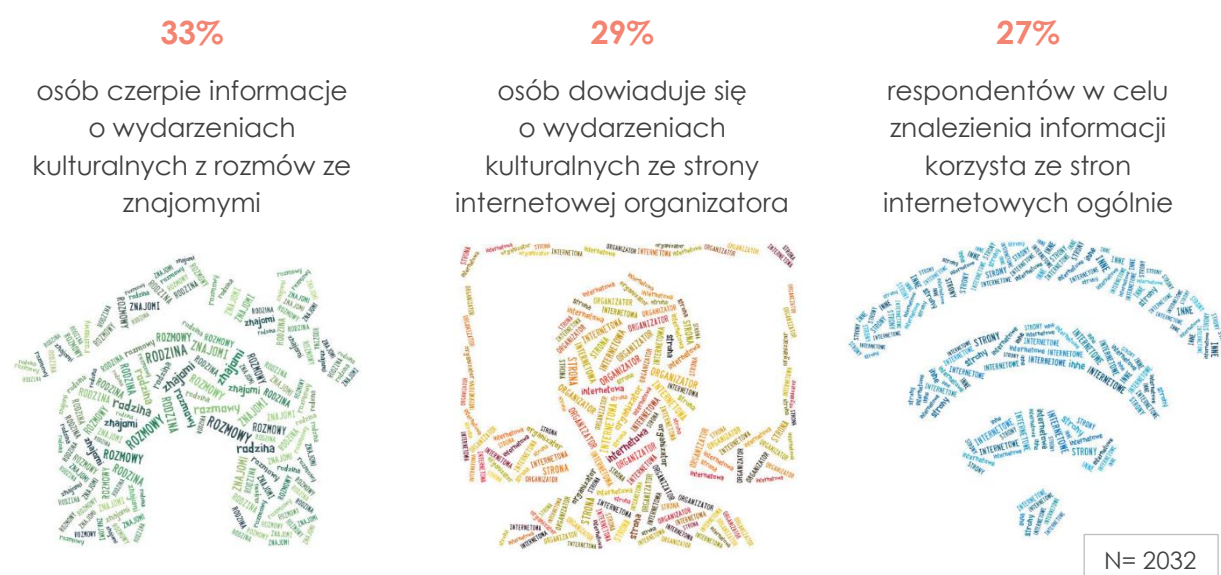


*na wykresie nie uwzględniono odmowy odpowiedzi

8. Źródła czerpania informacji o wydarzeniach kulturalnych

Jedna trzecia respondentów dowiaduje się o wydarzeniach kulturalnych z rozmów ze znajomymi/rodziną (33%). Popularnymi kanałami informacji są również: strona internetowa organizatora (29%) oraz strony internetowe ogólnie (27%). Nieco mniej osób czerpie informacje z plakatów i ulotek (16%) oraz z mediów społecznościowych – głównie Facebook'a (14%). Rzadziej wymieniano media społecznościowe organizatora (6%), prasę (3%), radio (2%) oraz telewizję (1%).

Grafika 14. Źródła czerpania informacji o wydarzeniach



Najpopularniejszym źródłem informacji wśród kobiet jest strona internetowa organizatora (31%). Mężczyźni zdobywają informacje o wydarzeniach kulturalnych głównie z innych stron internetowych (32%). Znaczenie w tym aspekcie ma również miejsce zamieszkania. Badani, którzy nie przybyli z wizytą turystyczną, czerpią informacje od znajomych i rodziny (40%), ze strony internetowej organizatora (33%) oraz z jego mediów społecznościowych (7%). Turyści natomiast korzystają najchętniej ze stron internetowych ogólnie (35%). Najmłodszy uczestnicy kultury (16-24 lata) zdobywają informacje od rodziny, znajomych (44%) oraz z mediów społecznościowych (24%), także organizatora (12%). Prawie połowa (45%) najstarszych widzów (65 lat i więcej) dowiaduje się o eventach od bliskich (rodziny, znajomych).

Tabela 15. Źródła czerpania informacji o wydarzeniach a wiek*

	ogół	16-24 lata	25-34 lata	35-44 lata	45-54 lata	55-64 lata	65+ lat
Rozmowy ze znajomymi, rodziną	33%	44%+**	34%	27%-	24%-	32%	45%+
Strona internetowa organizatora	29%	20%-	31%	28%	40%+	29%	24%
Inne strony internetowe	27%	16%-	27%	40%+	31%	29%	14%-

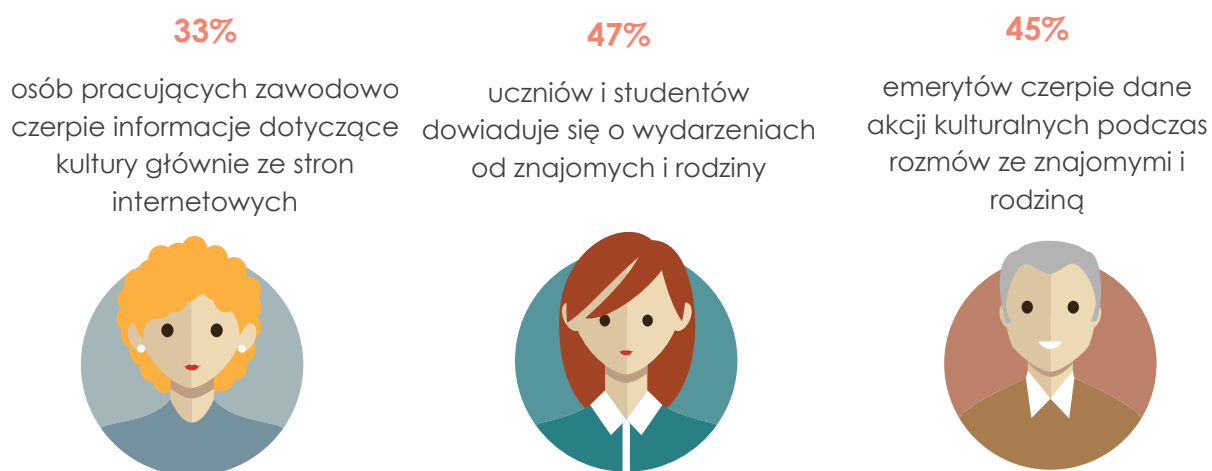
Plakaty i ulotki	16%	16%	13%	16%	23%	18%	23%
Media społecznościowe ogólnie	14%	24%+	22%+	13%	10%	6%-	3%-
Media społecznościowe organizatora	6%	12%+	8%	6%	2%-	2%-	2%-
Prasa	3%	0%-	2%	3%	3%	6%	7%
Radio	2%	1%	2%	3%	2%	1%	4%
Telewizja	1%	--	0%-	1%	3%	5%	5%
N	2032	370	500	445	215	174	152

*w tabeli nie uwzględniono odpowiedzi „inne” oraz „trudno powiedzieć”

**znaki „+”/kolor zielony oraz „-”/kolor czerwony oznaczają statystycznie istotne różnice od ogółu

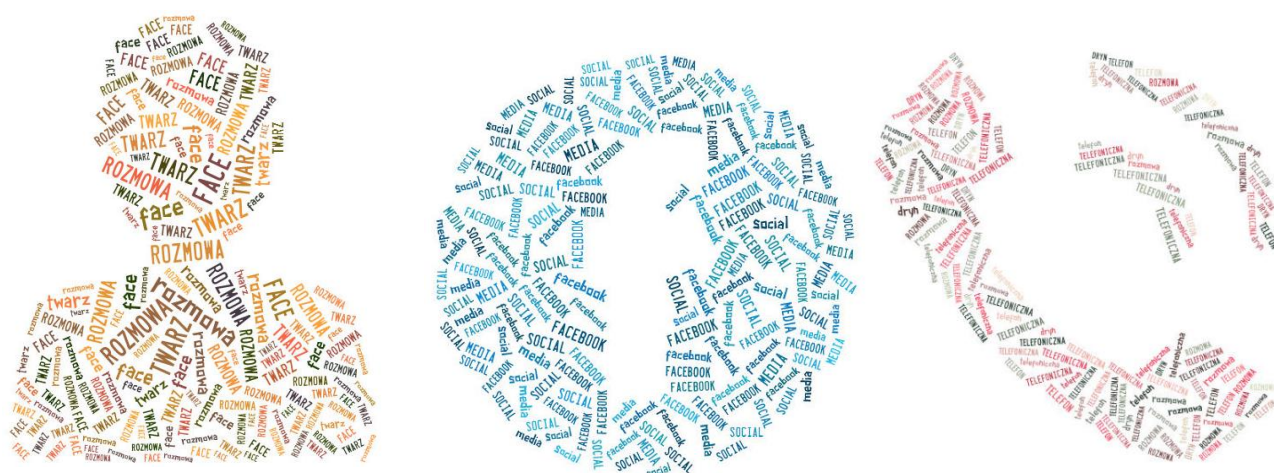
Niemal połowa uczniów i studentów (47%) oraz emerytów (47%) otrzymuje informacje dotyczące wydarzeń kulturalnych podczas rozmów z bliskimi. Strona internetowa organizatora (31%) oraz pozostałe strony internetowe (33%) są wybierane pod tym względem głównie przez osoby pracujące zawodowo. Plakaty i ulotki docierają do emerytów (24%), a ogólne media społecznościowe do uczniów, studentów (21%) oraz osób rozwijających karierę zawodową (16%). Media społecznościowe organizatora są wykorzystywane w celach informacyjnych głównie przez osoby uczące się (10%).

Grafika 15. Źródła czerpania informacji o wydarzeniach a sytuacja zawodowa



Rozmowy z bliskimi są źródłem wiedzy głównie wśród osób, które są w gorszej sytuacji finansowej, tzn. na co dzień starcza im pieniędzy, ale nie stać ich na większe wydatki (39%) oraz muszą odmawiać sobie wielu rzeczy, aby pieniędzy starczyło na życie (60%). Strony internetowe są wykorzystywane w celach informacyjnych przez osoby, którym starcza pieniędzy na wszystkie wydatki, a część mogą odłożyć (37%).

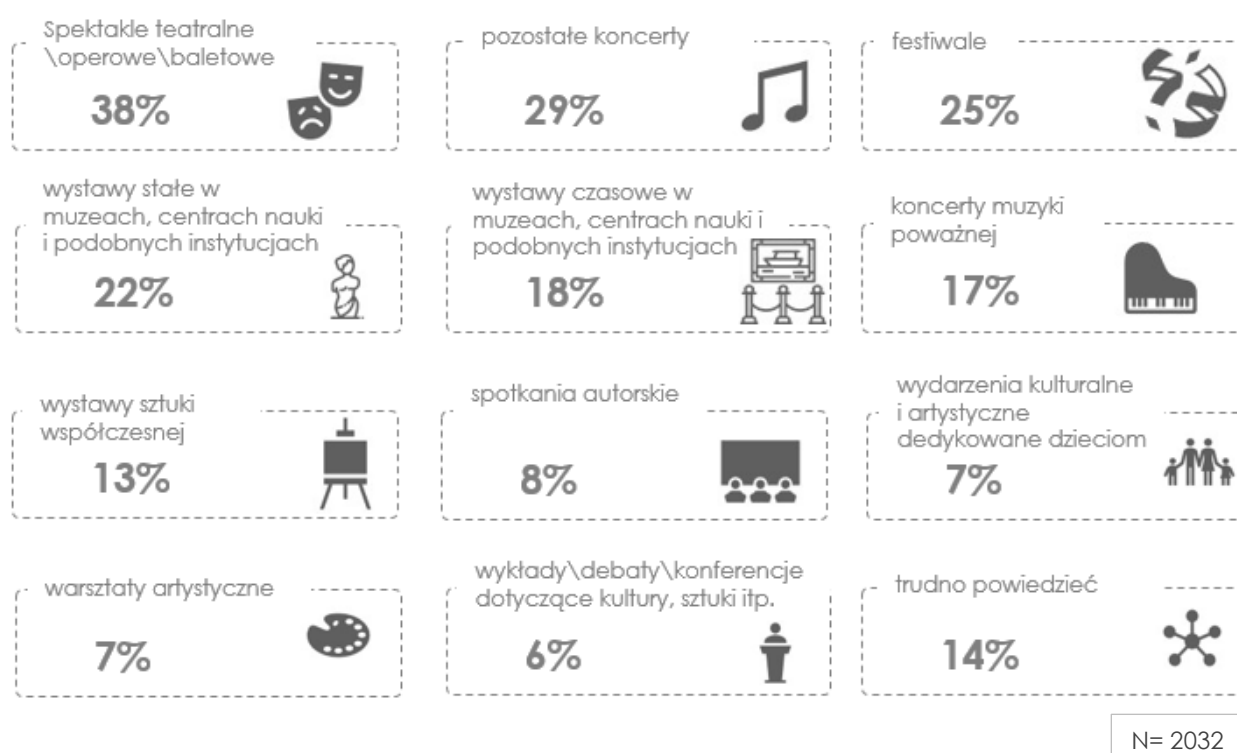
Osoby, które informacje o eventach kulturalnych czerpią od rodziny i znajomych, zostały zapytane o sposób uzyskania tych wiadomości. Większość respondentów dowiaduje się o wydarzeniach podczas rozmowy twarzą w twarz (66%). Połowa badanych (49%) odpowiedziała, że dane na temat wydarzeń kulturalnych czerpie od rodziny i znajomych przez media społecznościowe (np. zauważenie na Facebook'u, że ktoś z bliskich bierze udział w wydarzeniu lub na nie zaprasza). 17% odpowiadających uzyskuje informacje od rodziny/znajomych podczas rozmowy telefonicznej.



9. Uczestnictwo w kulturze

Aż 94% badanych wzięło udział w co najmniej jednym wydarzeniu kulturalnym w ciągu 12 miesięcy poprzedzających badanie. Gdańska publiczność wybierała najchętniej spektakle teatralne, operowe i baletowe (38%). Na drugim miejscu znalazły się koncerty (29%), na kolejnych: festiwale (25%), wystawy stałe (22%) i czasowe (18%) w muzeach, centrach nauki i podobnych instytucjach, a także koncerty muzyki poważnej (17%). Szczegółowe zestawienie wybieranych wydarzeń pokazuje poniższa grafika:

Grafika 16. Uczestnictwo w kulturze



Mieszkańcy Trójmiasta chętniej niż turyści przychodzili na spektakle teatralne, operowe, baletowe (43%), na koncerty (33%) oraz na spotkania autorskie (9%). Badani, którzy przybyli z wizytą turystyczną wybierają raczej wystawy stałe (30%), festiwale (29%), wystawy czasowe (21%) oraz wystawy sztuki współczesnej (16%). Analiza odwiedzanych miejsc oraz wieku respondentów pokazuje, że najmłodszy (16-24 lata) wybierali w ciągu ostatnich 12 miesięcy głównie koncerty (41%), festiwale (35%) oraz wykłady, debaty, konferencje dotyczące kultury/sztuki itp. (11%). Badani z grupy wiekowej 25-34 lata zainteresowani byli koncertami (39%), festiwalami (32%), wystawami sztuki współczesnej (20%) oraz spotkaniami autorskimi (11%). Wydarzenia kulturalne dedykowane dzieciom przyciągały najczęściej osoby w wieku 35-44 lata (13%). Co czwarty badany z kohorty 55-64 lata uczestniczył w co najmniej jednym koncercie muzyki poważnej. Seniorzy (65 lat i więcej) również najchętniej brali udział w tychże koncertach (31%).

Grafika 17. Uczestnictwo w kulturze a wiek i miejsce zamieszkania

**30%**

turystów odwiedziło w ciągu ostatnich 12 miesięcy wystawy stałe w muzeach, centrach nauki i podobnych instytucjach.

**41%**

najmłodszych respondentów w ostatnich 12 miesiącach brało udział w koncertach.

Osoby pracujące lub/i posiadające własną firmę wybierają najchętniej spektakle teatralne, operowe, baletowe (42%) oraz wystawy stałe w muzeach (24%). Co dziesiąty badany o takim statusie zawodowym brał udział w wydarzeniach kulturalnych i artystycznych dedykowanych dzieciom (9%). Inaczej sytuacja wygląda w przypadku uczniów i studentów – ci wybierali koncerty (42%), festiwale (35%) oraz wykłady, debaty i konferencje dotyczące kultury/sztuki itd. (12%). Emeryci zainteresowani byli koncertami muzyki poważnej (30%).

Grafika 18. Uczestnictwo w kulturze a sytuacja zawodowa



Osoby pracujące zawodowo

wybrały najchętniej w ciągu ostatnich 12 miesięcy najchętniej spektakle teatralne, operowe, baletowe (42%) oraz wystawy stałe w muzeach (24%)



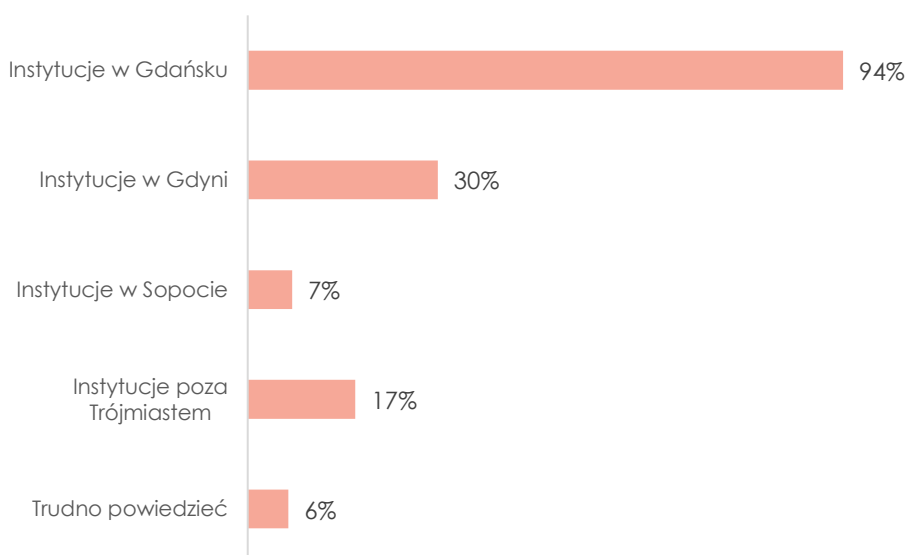
Sytuacja finansowa również jest zmienną, która różnicuje publiczność pod względem wybieranych w ciągu ostatnich 12 miesięcy wydarzeń kulturalnych. Co piąty zamożny respondent zdecydował się na wydarzenia kulturalne i artystyczne dedykowane dzieciom (19%). Osobom, którym pieniędzy starcza na wszystkie wydatki, a część mogą odłożyć, zależało na koncertach (33%), wystawach stałych (26%), czasowych (21%) w muzeach, centrach naukowych itp. oraz na wystawach sztuki współczesnej (16%). Odpowiadający w nieco gorszej sytuacji finansowej (na co dzień pieniędzy starcza, ale nie stać mniej na większe wydatki), zdecydowanie najchętniej wybierali festiwale (30%).

W kolejnej części raportu przedstawione zostaną dane przedstawiające odwiedzane instytucje ze względu na rodzaj wydarzenia. Pytania te były prekategoryzowane, co oznacza, że respondenci nie widzieli kafeterii. Spontaniczne odpowiedzi badanych zostały przyporządkowane do odpowiednich kategorii.

SPEKTAKLE TEATRALNE/OPEROWE/BALETOWE

Osoby, które odpowiedziały, że w ciągu 12 miesięcy poprzedzających badanie co najmniej raz uczestniczyły w spektaklu teatralnym/operowym/baletowym, zostały zapytane o instytucje odwiedzane w tym celu. W wydarzeniach tego typu nieco częściej brały udział kobiety zajmujące się domem, które są w dobrej sytuacji materialnej². Najczęściej odwiedzanymi instytucjami są te zlokalizowane w Gdańsku (94%). 30% odpowiadających w ciągu ostatnich 12 miesięcy uczestniczyło w spektaklach w Gdyni, a 7% w Sopocie. Nieco więcej osób brało udział w spektaklach poza granicami Trójmiasta (17%).

Wykres 22. Instytucje odwiedzane w celu uczestnictwa w spektaklach teatralnych, operowych, baletowych



N= 823

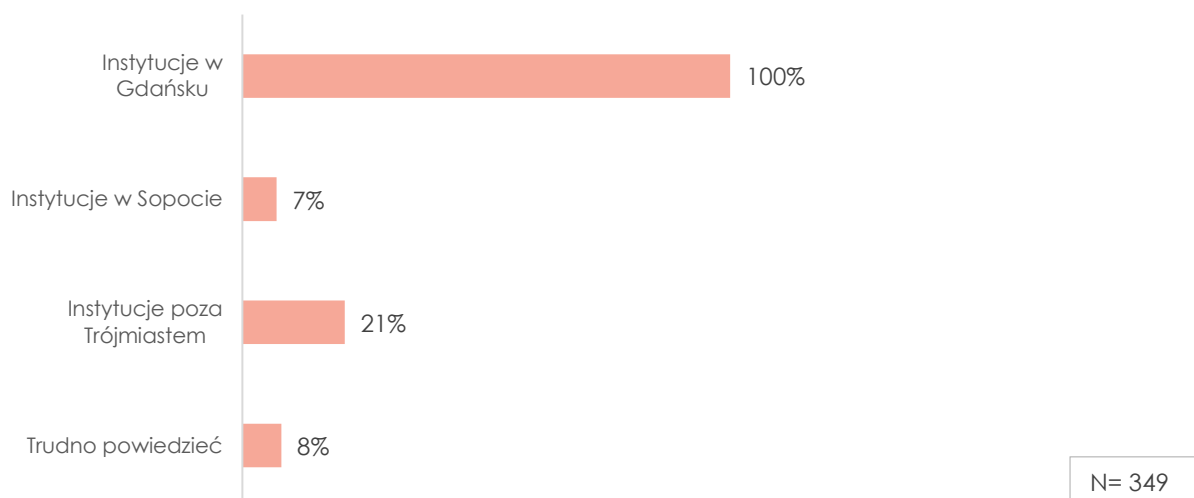
KONCERTY MUZYKI POWAŻNEJ

Na koncerty muzyki poważnej częściej wybierały się osoby starsze³. Jest to jedyny z czynników, który zwiększa prawdopodobieństwo uczestnictwa w tego typu wydarzeniach. Wszyscy, którzy w ciągu ostatnich 12 miesięcy brali udział w koncertach muzyki poważnej, odwiedzili w tym celu instytucje w Gdańsku (100%). 7% wielbicieli takiej muzyki było też w Sopocie, a co piąta osoba (21%) uczestniczyła w takim koncercie w miejscowości poza Trójmiastem.

² n=2032, Iloraz szans Exp(B) dla: płci 1,63; sytuacja zawodowa 0,51; sytuacja finansowa 1,20

³ n=2032, Exp(B) dla wieku: 1,03

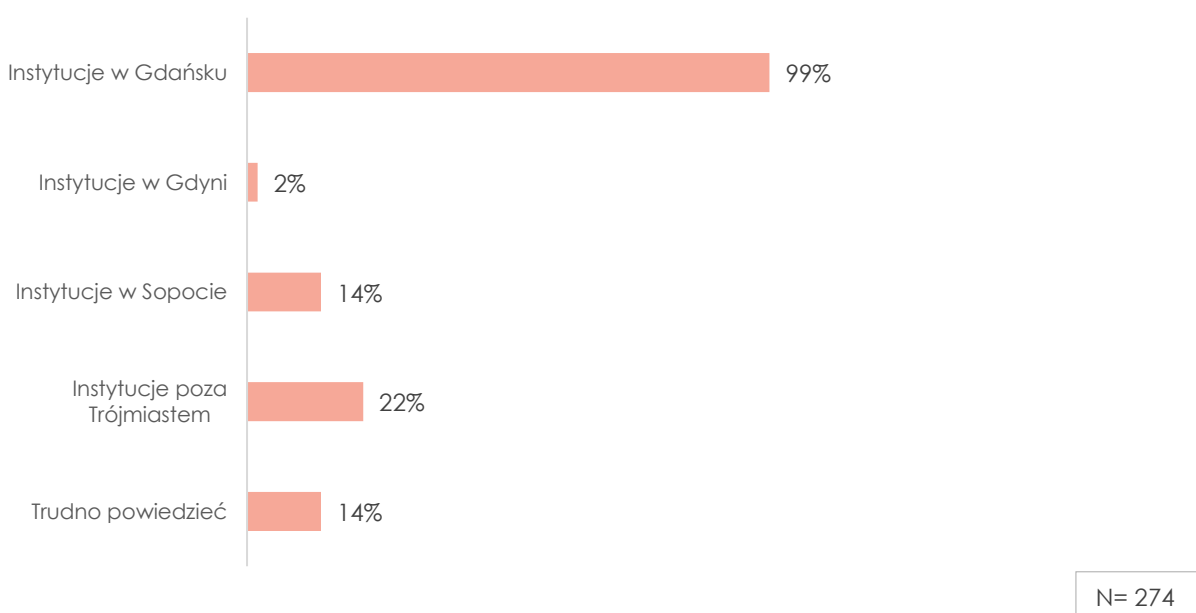
Wykres 23. Instytucje odwiedzane w celu uczestnictwa w koncertach muzyki poważnej



WYSTAWY SZTUKI WSPÓŁCZESNEJ

Wystawy sztuki współczesnej częściej odwiedzają osoby młodsze⁴. Wiek tłumaczy około 3,6% prawdopodobieństwa uczestnictwa w wystawach sztuki. Prawie wszyscy respondenci, którzy w ciągu ostatnich 12 miesięcy odwiedzili wystawy sztuki współczesnej odpowiedzieli, że przyszli w tym celu do instytucji w Gdańsku (99%). Tylko 2% odpowiadających odwiedziło Gdynię, a 14% Sopot. Aby obejrzeć wystawy sztuki współczesnej, 22% badanych pojechało do innego miasta niż Gdańsk, Gdynia czy Sopot.

Wykres 24. Instytucje odwiedzane w celu uczestnictwa w wystawach sztuki współczesnej

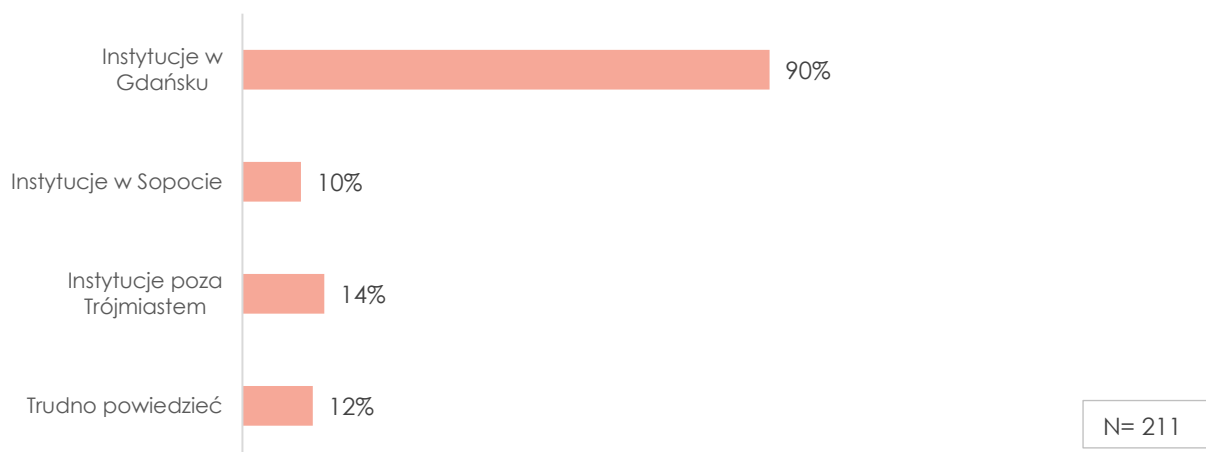


⁴ n=2032, Exp(B) dla wieku: 0,97

SPOTKANIA AUTORSKIE

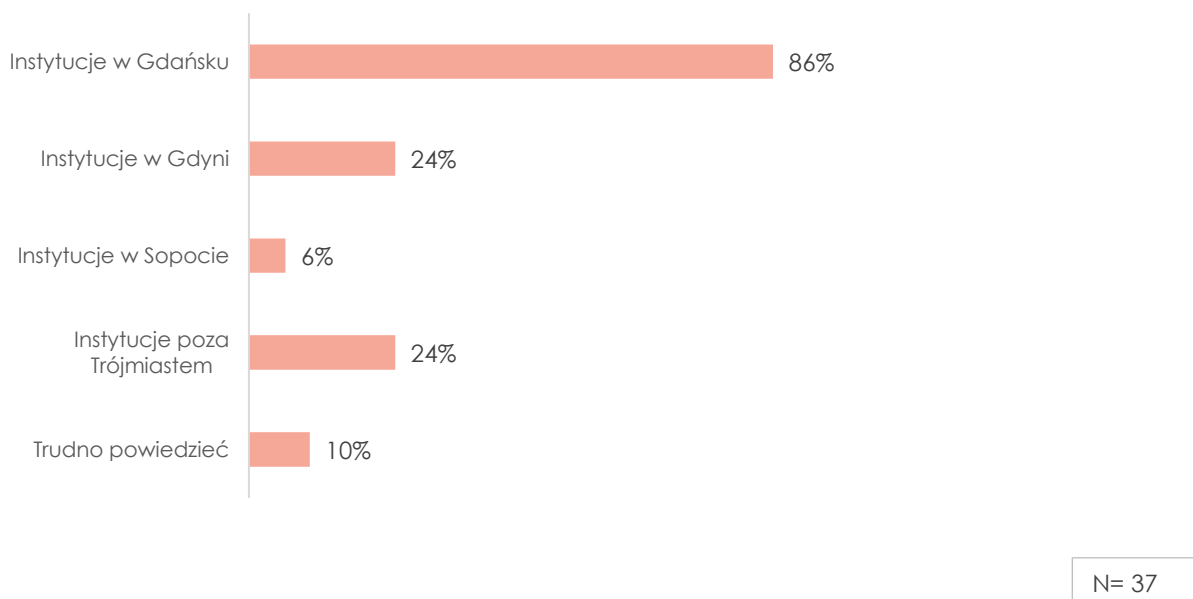
Studenci częściej biorą udział w spotkaniach autorskich⁵. 90% respondentów uczestniczących w spotkaniach autorskich w ciągu ubiegłych 12 miesięcy odwiedziło w tym celu gdańskie instytucje, natomiast co 10 badany (10%) brał udział w spotkaniu autorskim w Sopocie. Instytucje poza Trójmiastem odwiedziło 14% odpowiadających.

Wykres 25. Instytucje odwiedzane w celu uczestnictwa w spotkaniach autorskich

**FESTIWALE**

W festiwalach częściej udział biorą osoby młodsze⁶. 86% badanych uczestniczyło w takiej formie kultury w Gdańsku. Co czwarta osoba (24%) odwiedziła w tym celu Gdynię, a 6% Sopot. W festiwalach poza Trójmiastem uczestniczyło 24% odpowiadających.

Wykres 26. Instytucje/miejsca odwiedzane w celu uczestnictwa w festiwalach



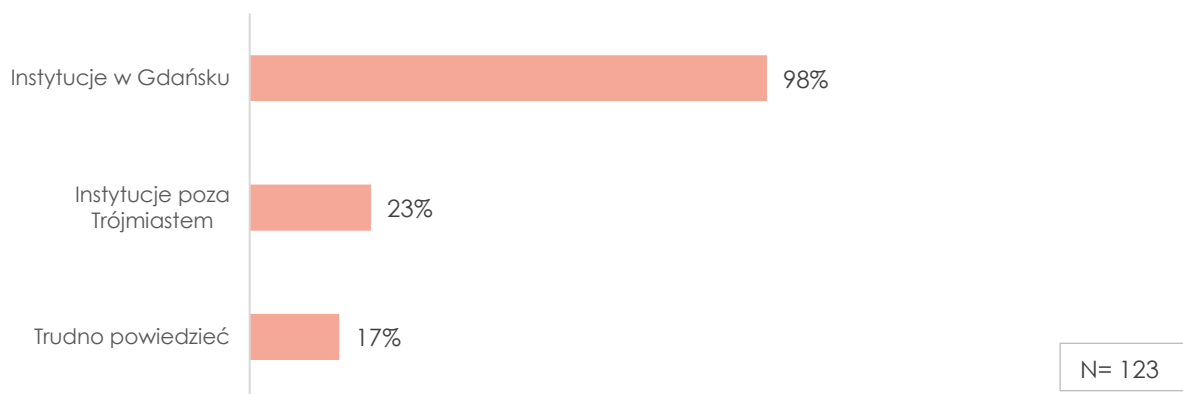
⁵ n=2032, Exp(B) dla sytuacji zawodowej: 2,01

⁶ n=2032, Exp(B) dla wieku: 0,97

WYDARZENIA KULTURALNE I ARTYSTYCZNE DEDYKOWANE DZIECIOM

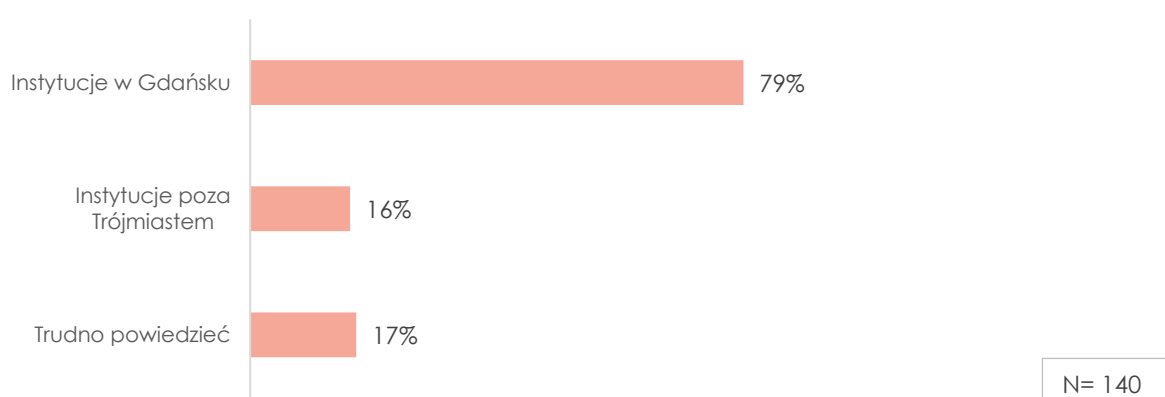
Osoby uczestniczące w ciągu 12 miesięcy poprzedzających badanie w wydarzeniach kulturalnych i artystycznych dedykowanych dzieciom, wybierały najchętniej w tym celu instytucje zlokalizowane w Gdańsku (98%). Co czwarty badany odwiedził w tym celu miejsca poza granicami Trójmiasta (23%).

Wykres 27. Instytucje odwiedzane w celu uczestnictwa w wydarzeniach kulturalnych/artystycznych dedykowanych dzieciom

**WYKŁADY/KONFERENCJE/DEBATY DOTYCZĄCE KULTURY/SZTUKI ITP.**

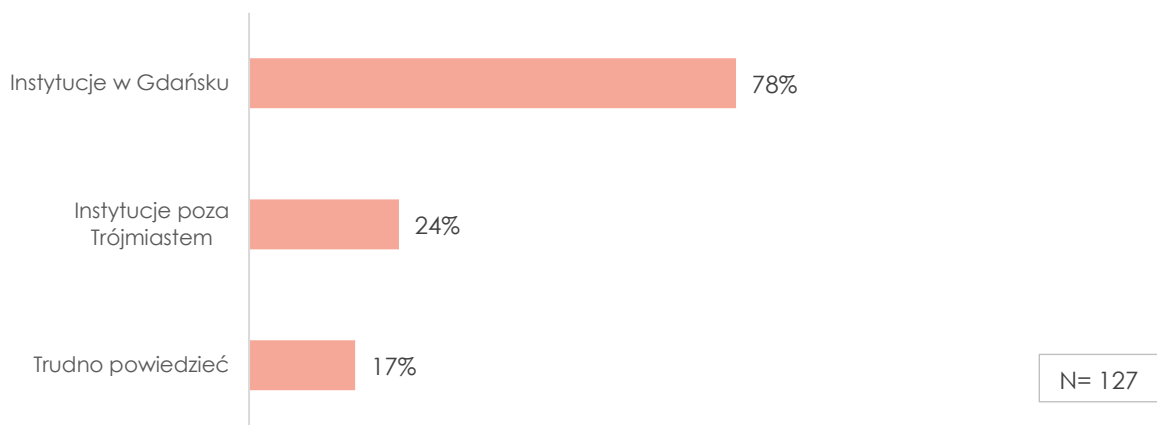
Respondenci, którzy deklarowali, że w ciągu 12 miesięcy poprzedzających badanie brali udział w wykładach/konferencjach lub debatach poświęconych kulturze lub sztuce, najchętniej odwiedzali w tym celu instytucje w Gdańsku (79%). 16% badanych odwiedziło w tym celu inne miejsca w Polsce i/lub za granicą.

Wykres 28. Instytucje odwiedzane w celu uczestnictwa w wykładach, konferencjach, debatach dotyczących kultury i sztuki itp.

**WARSZTATY ARTYSTYCZNE**

Ponad trzy czwarte odpowiadających, którzy w ostatnich 12 miesiącach uczestniczyli w warsztatach artystycznych, odwiedziło w tym celu gdańskie instytucje (78%). 24% tychże respondentów uczestniczyło w warsztatach w instytucjach poza Trójmiastem.

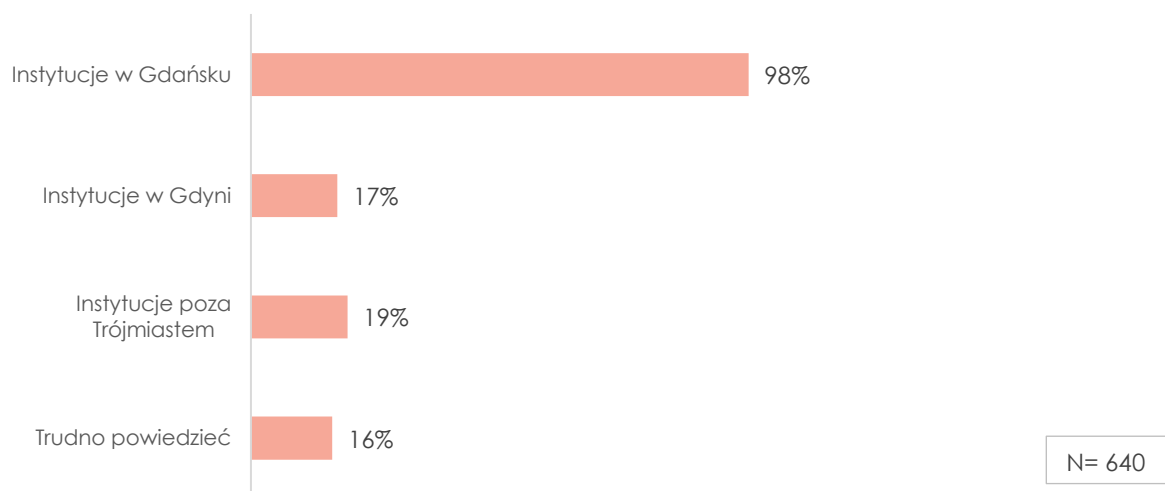
Wykres 29. Instytucje odwiedzane w celu uczestnictwa w warsztatach artystycznych



KONCERTY

Na koncerty częściej chodzą osoby młodsze o dobrej sytuacji finansowej⁷. Ci, którzy w ciągu 12 miesięcy przed przeprowadzeniem badania brali udział w koncertach, najchętniej wybierali w tym celu instytucje w Gdańsku (98%). 17% badanych uczestniczyło w koncertach w Gdyni, a co piąta osoba (19%) poza Gdańskiem, Gdynią i Sopotem.

Wykres 30. Instytucje odwiedzane w celu uczestnictwa w koncertach

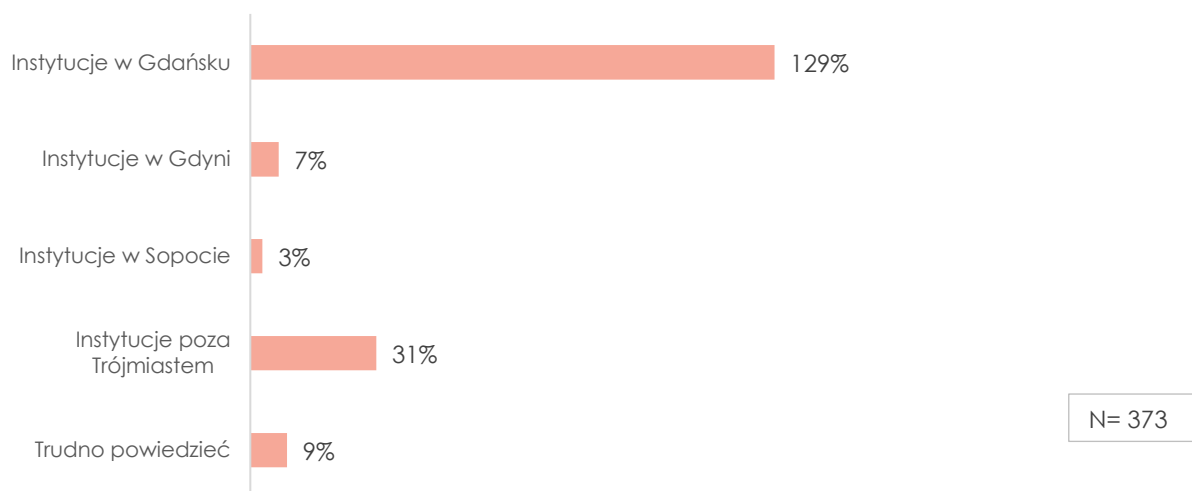


WYSTAWY STAŁE W MUZEACH, CENTRACH NAUKI I PODOBNYCH INSTYTUCJACH

Wszyscy badani, którzy w ciągu ostatnich 12 miesięcy odwiedzali wystawy stałe w muzeach, centrach nauki i podobnych instytucjach, odwiedzili w tym celu Gdańsk. Co więcej, część z nich wskazała na więcej niż jedną odwiedzaną w tym celu instytucję w Gdańsku. 7% respondentów obejrzało wystawy stałe w Gdyni, a 3% w Sopocie. Co trzecia osoba wybrała się w tym celu do innych miejscowości (31%).

⁷ n=2032, Exp(B) dla wieku: 0,98, sytuacji materialnej 1,16

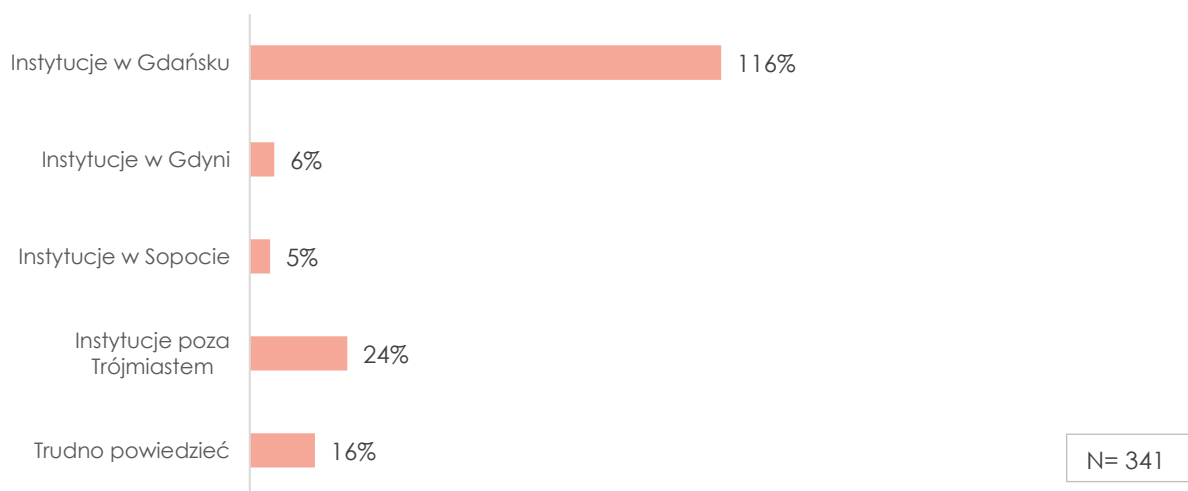
Wykres 31. Instytucje odwiedzane w celu uczestnictwa w wystawach stałych w muzeach, centrach nauki



WYSTAWY CZASOWE W MUZEACH, CENTRACH NAUKI I PODOBNYCH INSTYTUCJACH

Do muzeów najczęściej chodzą renciści o dobrej sytuacji materialnej. Jest to jedyny typ wydarzeń, w którym udział częściej bierze ta grupa ludzi⁸. Wszyscy respondenci odwiedzający co najmniej jeden raz w ciągu ostatnich 12 miesięcy wystawy czasowe, odpowiedzieli, że przyszli w tym celu do muzeów, centrów nauki i podobnych instytucji w Gdańsku. Niektórzy wskazali więcej niż jedną instytucję w tym mieście. 6% badanej publiczności odwiedziło w tym celu Gdynię, a nieco mniej osób Sopot (5%). Aby obejrzeć wystawy czasowe, co czwarty odpowiadający (24%) pojechał do innego miasta.

Wykres 32. Instytucje odwiedzane w celu uczestnictwa w wystawach czasowych w muzeach, centrach sztuki i podobnych instytucjach



⁸ n=2032, Exp(B) dla sytuacji zawodowej: 6,05 , sytuacji materialnej 1,17

10. Częstotliwość uczestnictwa w kulturze

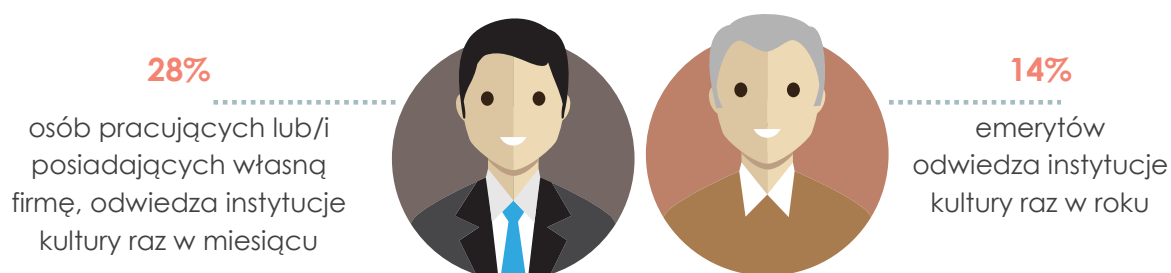
Publiczność odwiedzająca gdańskie instytucje kultury została zapyta również o częstotliwość uczestniczenia w wydarzeniach kulturalnych (nie tylko podczas gdańskich wydarzeń). Najwięcej osób uczestniczy w kulturalnych eventach kilka razy w roku (38%). Przychodzenie raz w miesiącu do instytucji proponujących kulturalne wydarzenia zadeklarowało 26% ogółu, natomiast 2-3 razy w miesiącu przybywa do nich 19% badanych. Grupę fanów wydarzeń kulturalnych (odwiedzanie raz w tygodniu lub częściej) stanowi 7% odpowiadających. Najrzadziej, bo raz w roku lub rzadziej, z dobrodziejstw ośrodków kulturalnych korzysta co dziesiąty badany (10%).

Grafika 19. Częstotliwość uczestnictwa w kulturze



Płeć i wiek nie różnicują częstotliwości udziału w wydarzeniach kulturalnych. Biorąc pod uwagę sytuację zawodową, można wysnuć wniosek, iż osoby pracujące lub/i posiadające własną firmę najchętniej odwiedzają instytucje kultury raz w miesiącu (28%). Emeryci z kolei istotnie chętniej niż inni bywają w takich instytucjach raz w roku (14%).

Grafika 20. Częstotliwość uczestnictwa w kulturze a sytuacja zawodowa



11. Współodwiedzanie – analiza sieci

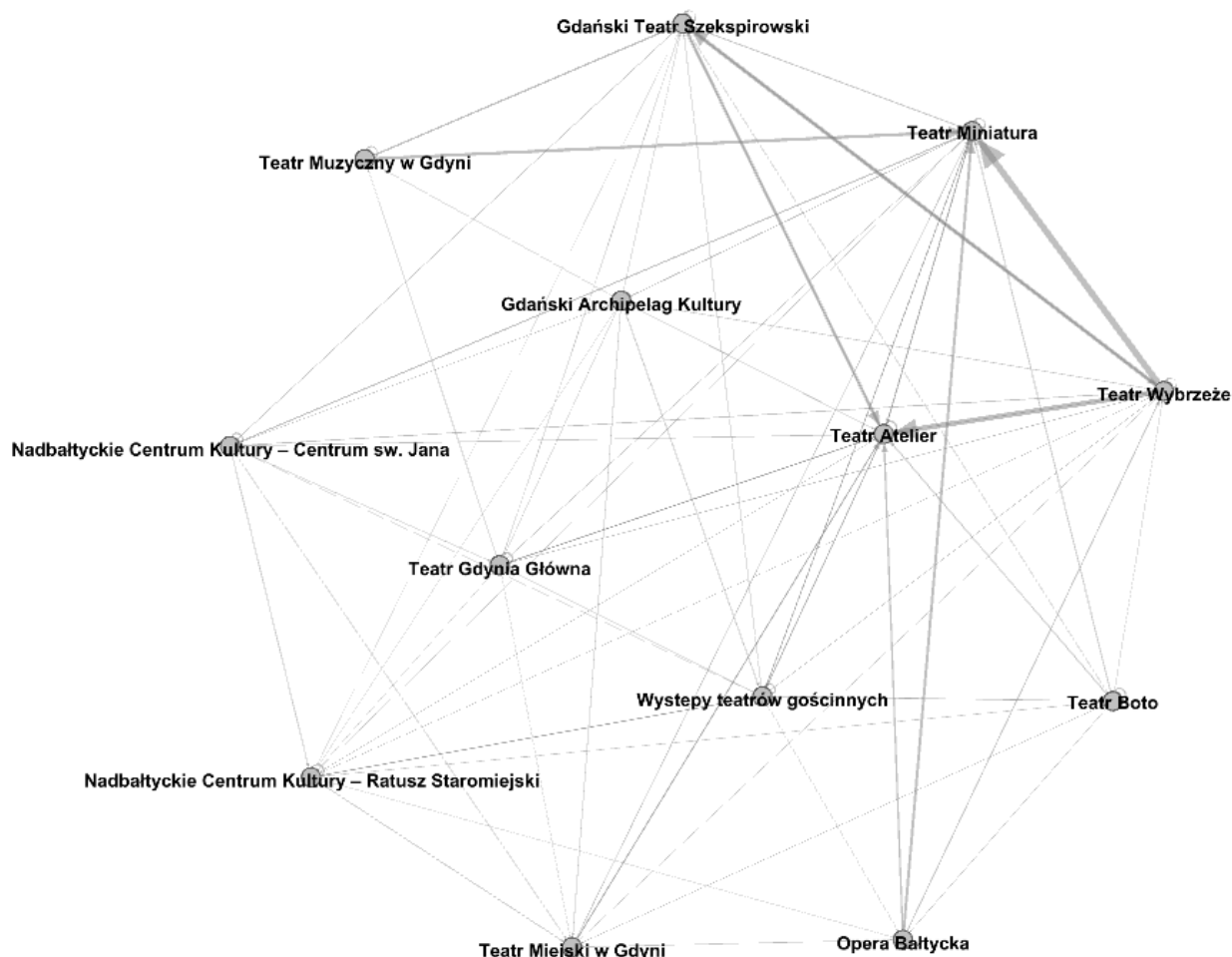
Niniejsza część raportu dotyczyć będzie zjawiska współodwiedzania. Przedstawione poniżej grafy pokazują mapę powiązań pomiędzy poszczególnymi instytucjami kultury. Zaprezentowane zostały połączenia, w których co najmniej 10% odwiedzających badaną instytucję, odwiedza również inną. Grubość strzałek, które łączą instytucje określa jak często występowały dane połączenia, czyli następowało współodwiedzanie wskazanych instytucji przez respondentów. Ważny jest również kierunek strzałki – określa on relację pomiędzy instytucjami kultury.

Pierwsza mapa obrazuje połączenia pomiędzy wszystkimi instytucjami/wydarzeniami wymienionymi w kwestionariuszu (blok: uczestnictwo w kulturze) oraz instytucjami, które zostały poddane badaniu.

Wielość połączeń pomiędzy instytucjami jest łatwo zauważalna, jednak należy zwrócić uwagę również na bliskość położenia poszczególnych instytucji oraz na grubość odcinków je łączących. W centrum mapy znajdują się instytucje z największą liczbą połączeń, natomiast te na obrzeżach to miejsca, do których respondenci przychodzą rzadziej. Są to również instytucje, których współodwiedzanie dotyczy w mniejszym stopniu niż innych. Na powyższej grafice widać wyraźne połączenia pomiędzy Gdańskim Teatrem Szekspirowskim, Teatrem Wybrzeże, Teatrem Muzycznym w Gdyni oraz Teatrem Miniatura, a także Operą Bałtycką. Należy pamiętać, że na pytania kwestionariusza w przypadku Teatru Miniatura odpowiadali dorośli, a nie dzieci. Na podstawie tychże połączeń można wysnuć wniosek, że osoby, które lubią spektakle teatralne odwiedzają wszystkie największe instytucje tego rodzaju w Trójmieście. Ciekawe połączenie można zaobserwować też pomiędzy Teatrem Muzycznym w Gdyni a Starym Maneżem i klubem Protokultura oraz B90. Gdyński Teatr Muzyczny jest zatem odwiedzany przez publiczność, która chętnie uczestniczy w koncertach klubowych. Osoby, które odwiedziły Muzeum II Wojny Światowej, uczestniczą także w wydarzeniach organizowanych przez Europejskie Centrum Solidarności, co może wynikać ze zbliżonej tematyki i profilu działalności tychże instytucji. Dość silne wzajemne połączenie można zaobserwować także w przypadku ECS i Nadbałtyckiego Centrum Kultury. Ponadto osoby, które odwiedziły Muzeum II Wojny Światowej, chętnie uczestniczą też w spektaklach teatralnych Teatru Wybrzeże oraz Teatru Szekspirowskiego.

Kolejna grafika dotyczy miejsc, które gdańska publiczność odwiedza, jeśli chce uczestniczyć w spektaklu teatralnym/operowym/baletowym.

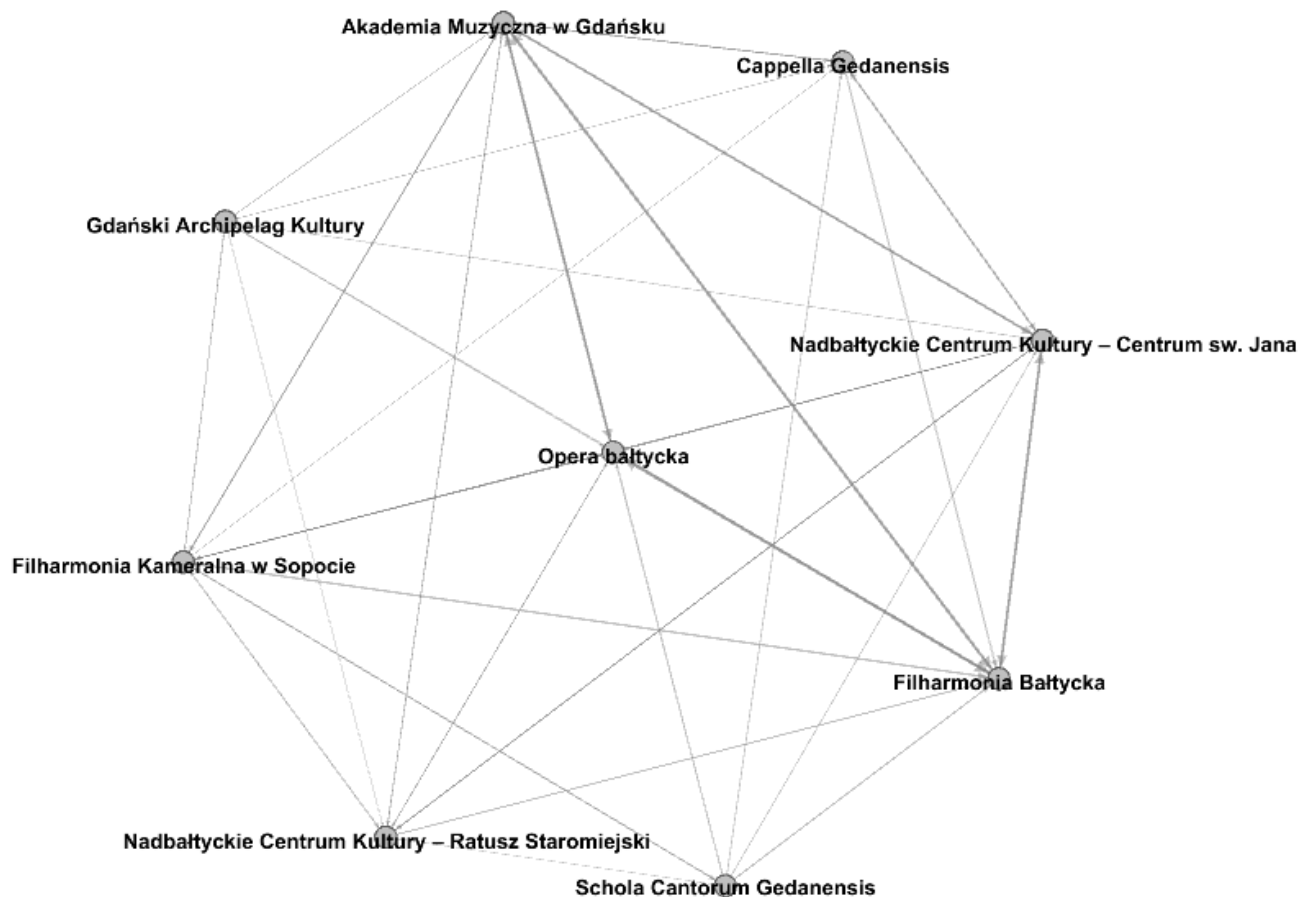
Grafika 22. Analiza sieci - miejsca odwiedzane w celu uczestniczenia w spektaklach teatralnych, operowych, baletowych



Najsilniejszym ogniwem na powyższej mapie jest Teatr Wybrzeże. Posiada on największą liczbę powiązań z pozostałymi instytucjami oferującymi podobne wydarzenia. Najmocniejsze połączenia zauważyć można pomiędzy Teatrem Wybrzeże a Teatrem Miniatura oraz pomiędzy Teatrem Wybrzeże a Teatrem Atelier, a także pomiędzy Teatrem Wybrzeże a Gdańskim Teatrem Szekspirowskim. Silne powiązania zauważalne są również pomiędzy Gdańskim Teatrem Szekspirowskim a Teatrem Atelier, Operą Bałtycką a Teatrem Miniatura oraz pomiędzy Muzycznym Teatrem w Gdyni a Teatrem Miniatura.

Poniższa grafika skupia instytucje, które są odwiedzane w celu uczestniczenia w koncertach muzyki poważnej.

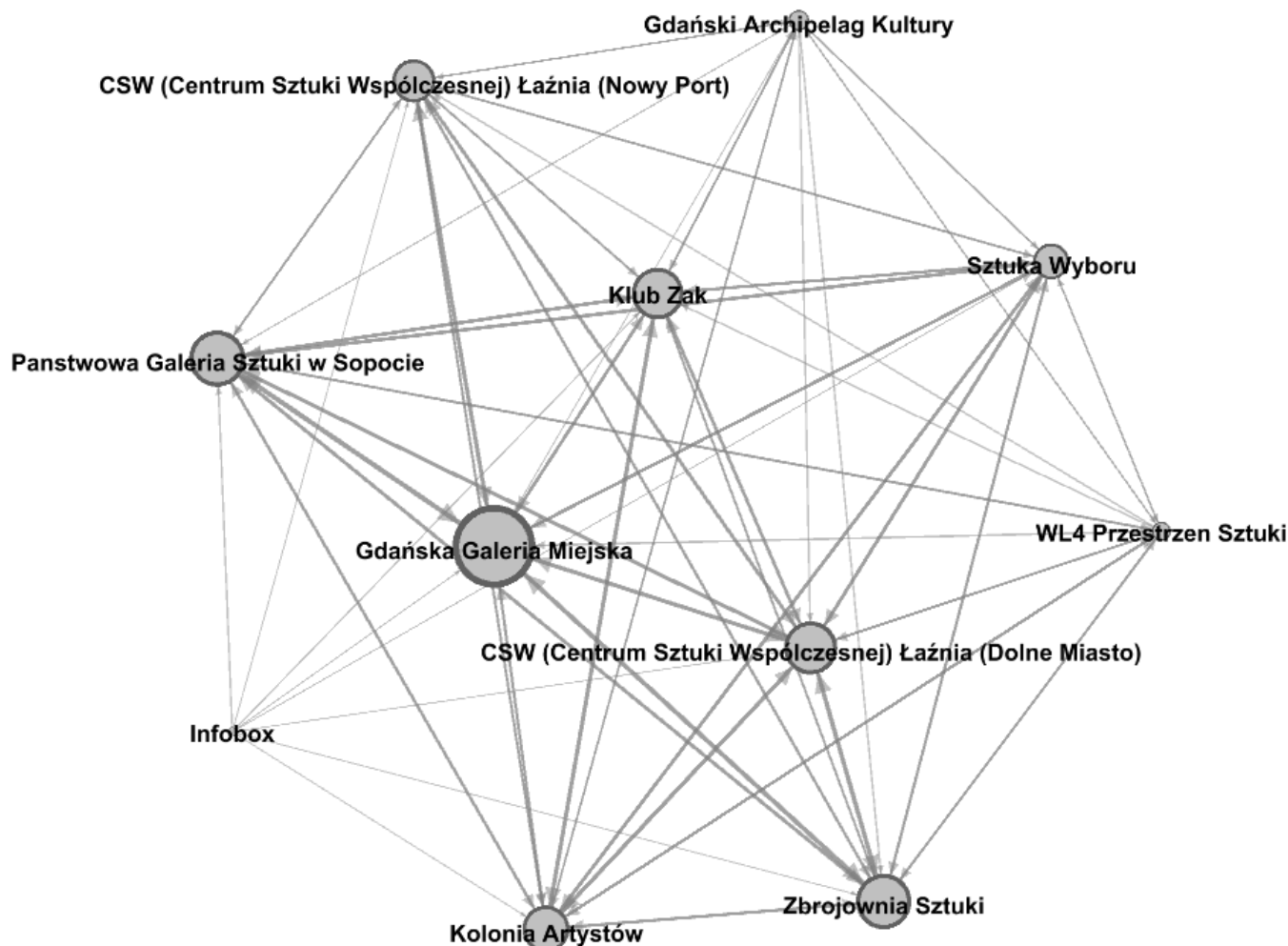
Grafika 23. Analiza sieci - instytucje odwiedzane w celu uczestniczenia w koncertach muzyki poważnej



Najsilniejsze przepływy można zauważyć pomiędzy Akademią Muzyczną w Gdańsku, Operą Bałtycką, Filharmonią Bałtycką oraz Nadbałtyckim Centrum Kultury. Pozostałe instytucje nie mają silnego współczynnika współodwiedzania, choć liczba powiązań jest dla każdej instytucji podobna.

Biorąc pod uwagę instytucje, w których można zobaczyć wystawy sztuki współczesnej, stworzono poniższą mapę powiązań:

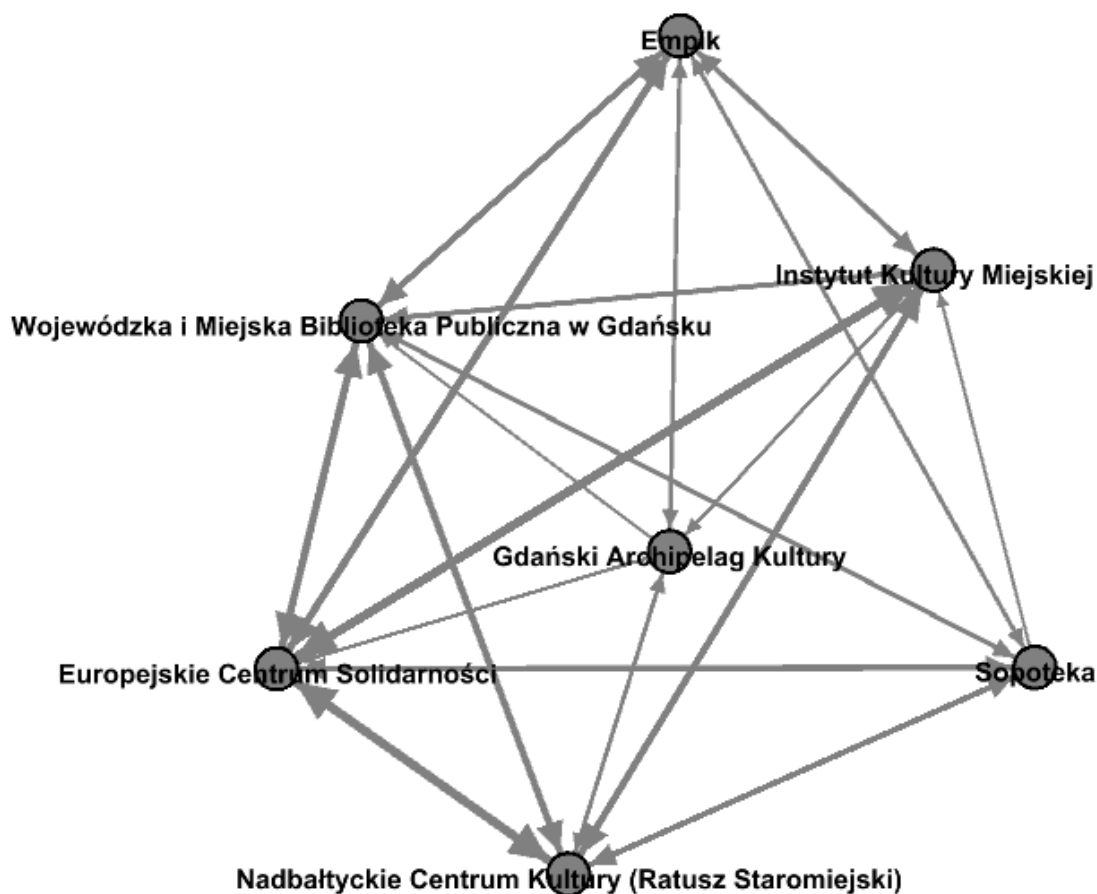
Grafika 24. Analiza sieci - instytucje odwiedzane w celu obejrzenia wystaw sztuki współczesnej



Na mapie powiązań widać, że niemal wszystkie instytucje tworzą ze sobą dość silne połączenia. W centrum grafu znajduje się Gdańska Galeria Miejska. Instytucja ta ma bardzo dużo połączeń odwzajemnionych z następującymi miejscami: Centrum Sztuki Współczesnej Łaźnia (Nowy Port), Klubem Żak, Państwową Galerią Sztuki w Sopocie, Kolonią Artystów, Zbrojownią Sztuki, Infoboxem oraz Sztuką Wyboru i Centrum Sztuki Współczesnej Łaźnia (Dolne Miasto). Dużą liczbę powiązań można także zaobserwować pomiędzy Państwową Galerią Sztuki w Sopocie, a gdańskimi instytucjami kultury takimi jak np. Gdańska Galeria Miejska, Klub Żak, Centrum Sztuki Współczesnej Łaźnia (zarówno Nowy Port, jak i Dolne Miasto) czy Zbrojownia Sztuki, co oznacza, że przepływ publiczności pomiędzy poszczególnymi instytucjami ma charakter nie tylko lokalny.

Kolejna grafika przedstawia zależności pomiędzy instytucjami, które organizują spotkania autorskie.

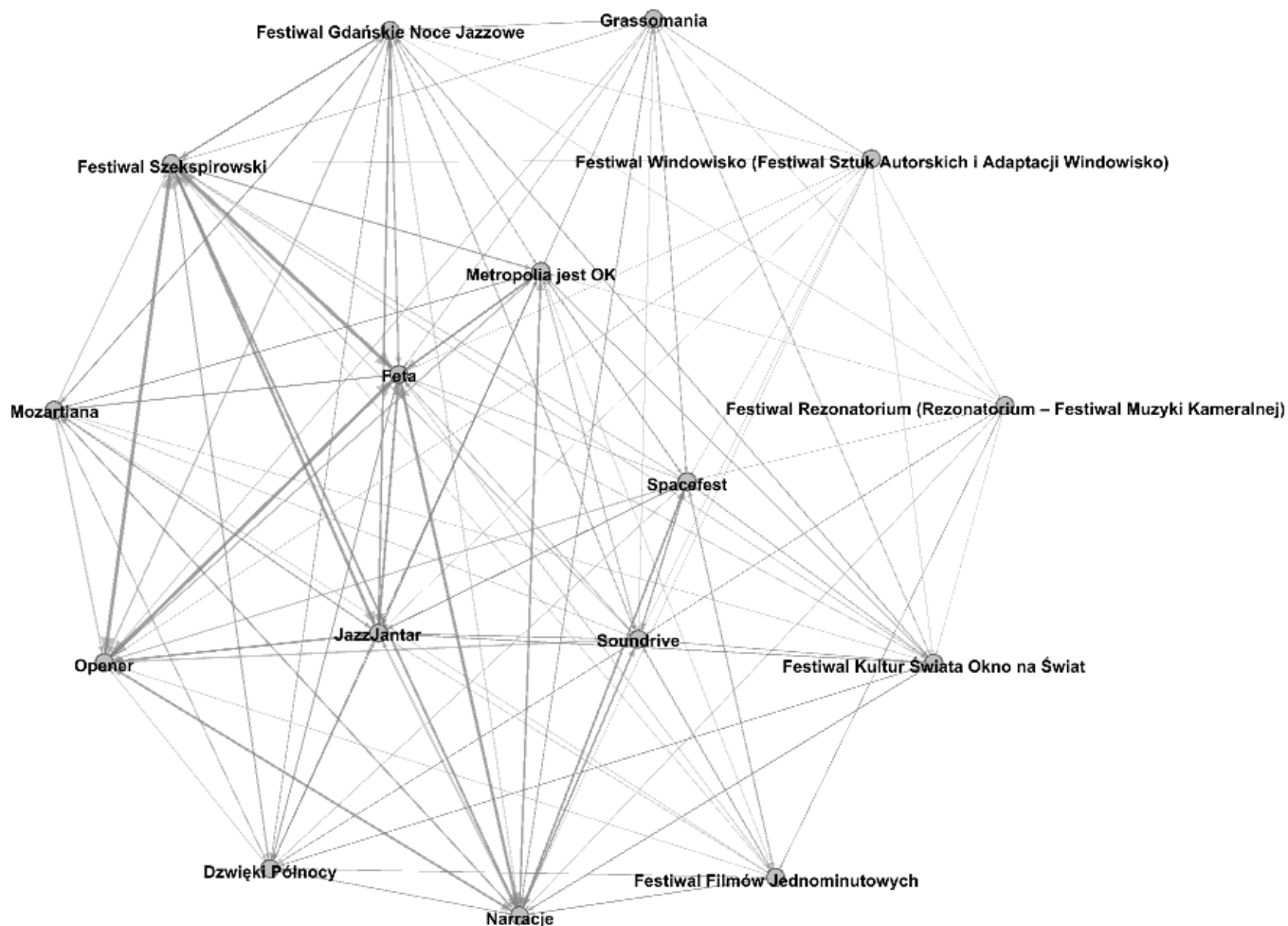
Grafika 25. Analiza sieci - instytucje odwiedzane w celu uczestniczenia w spotkaniach autorskich



Na mapie widać sporo powiązań pomiędzy miejscami organizującymi spotkania autorskie. Ogniwami, które skupiają największą liczbę połączeń są: Instytut Kultury Miejskiej oraz Europejskie Centrum Solidarności, a także Wojewódzka i Miejska Biblioteka Publiczna w Gdańsku (po 6 połączeń). Zauważyć należy, iż w przypadku niemal wszystkich instytucji strzałki występują w obu kierunkach, co oznacza, iż nie jest to przepływ publiczności jednostronny, ale dwustronny (zarówno z instytucji A do instytucji B, jak i z instytucji B do A). Można zatem przypuszczać, że osoby uczestniczące w spotkaniach autorskich nie odwiedzają w tym celu preferowanych instytucji - kierują się raczej zapraszanym autorem, stąd tak duże natężenie współodwiedzania zróżnicowanych instytucji.

Poniższa grafika prezentuje analizę odwiedzanych festiwalu. Jak można zauważyć - osoby, które uczestniczą w festiwalach, nie ograniczają się do jednego tego typu wydarzenia.

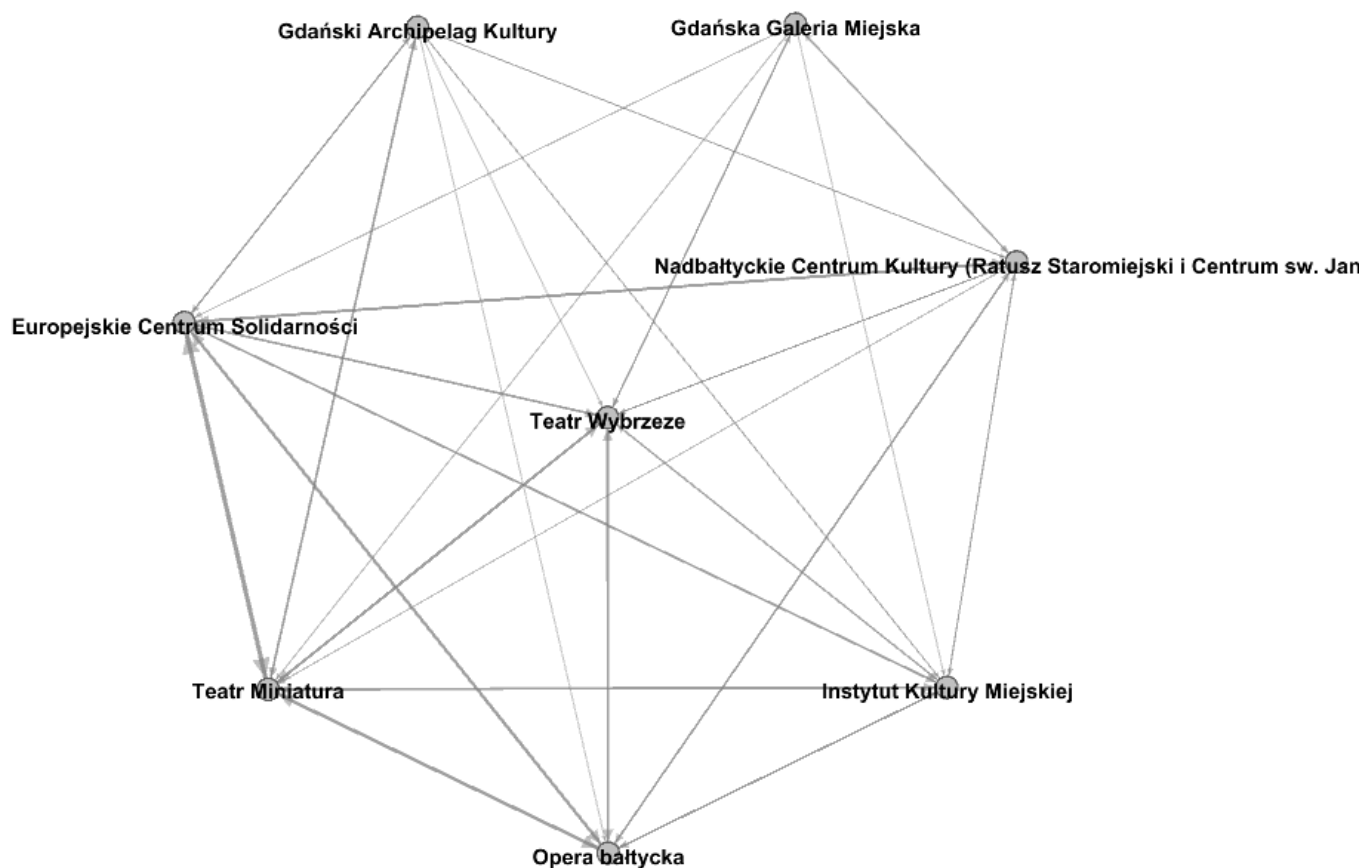
Grafika 26. Analiza sieci - instytucje/miejsca odwiedzane w celu uczestniczenia w festiwalach



Najsilniejsze powiązania widać po lewej stronie grafiki – głównie pomiędzy Opener'em a Festiwalem Szekspirowskim, a także Festiwalem Szekspirowskim a JazzJantarem. Silne połączenie widać również pomiędzy Festiwalem Szekspirowskim a Fetą.

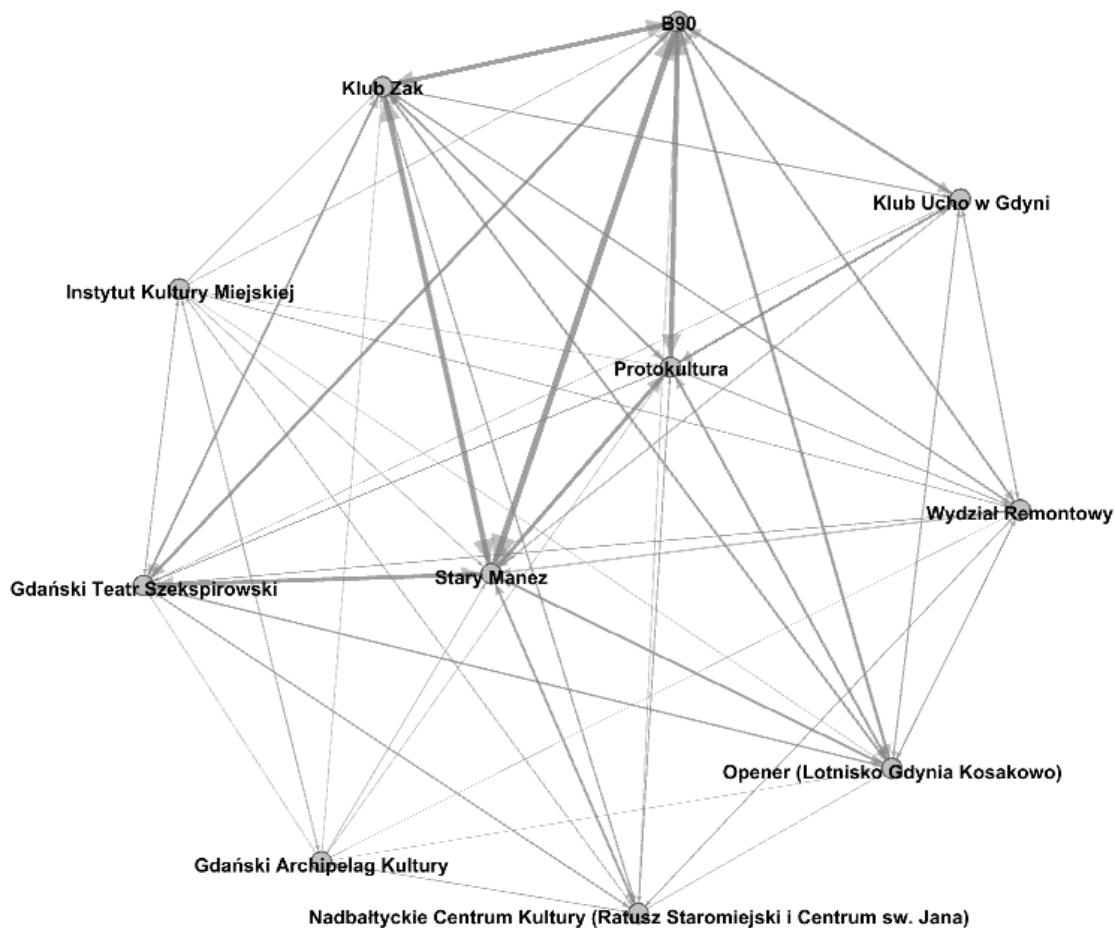
W przypadku wydarzeń artystycznych i kulturalnych dedykowanych dzieciom, nie widać wyraźnych różnic w przepływie publiczności. Wyjątkiem jest powiązanie pomiędzy Europejskim Centrum Solidarności a Teatrem Miniatura, które jest najsilniejszą, odwzajemnioną relacją. Może to oznaczać, iż uczestnictwo dzieci w wydarzeniach kulturalnych nie ma jeszcze charakteru stałego, a raczej przypadkowy, jednostkowy. Publiczność nie współuczestniczy zatem w różnych wydarzeniach (lub zdarza się to sporadycznie), raczej wybiera tylko poszczególne. Wynika to przede wszystkim z młodego wieku czy braku preferencji w zakresie uczestnictwa w określonych wydarzeniach kulturalnych, nierzadko istotne są także preferencje rodziców.

Grafika 27. Analiza sieci - instytucje odwiedzane w celu uczestniczenia w wydarzeniach kulturalnych i artystycznych dedykowanych dzieciom



Poniżej przedstawiono ilustrację graficzną instytucji odwiedzanych w celu uczestniczenia w koncertach (innych niż koncerty muzyki poważnej).

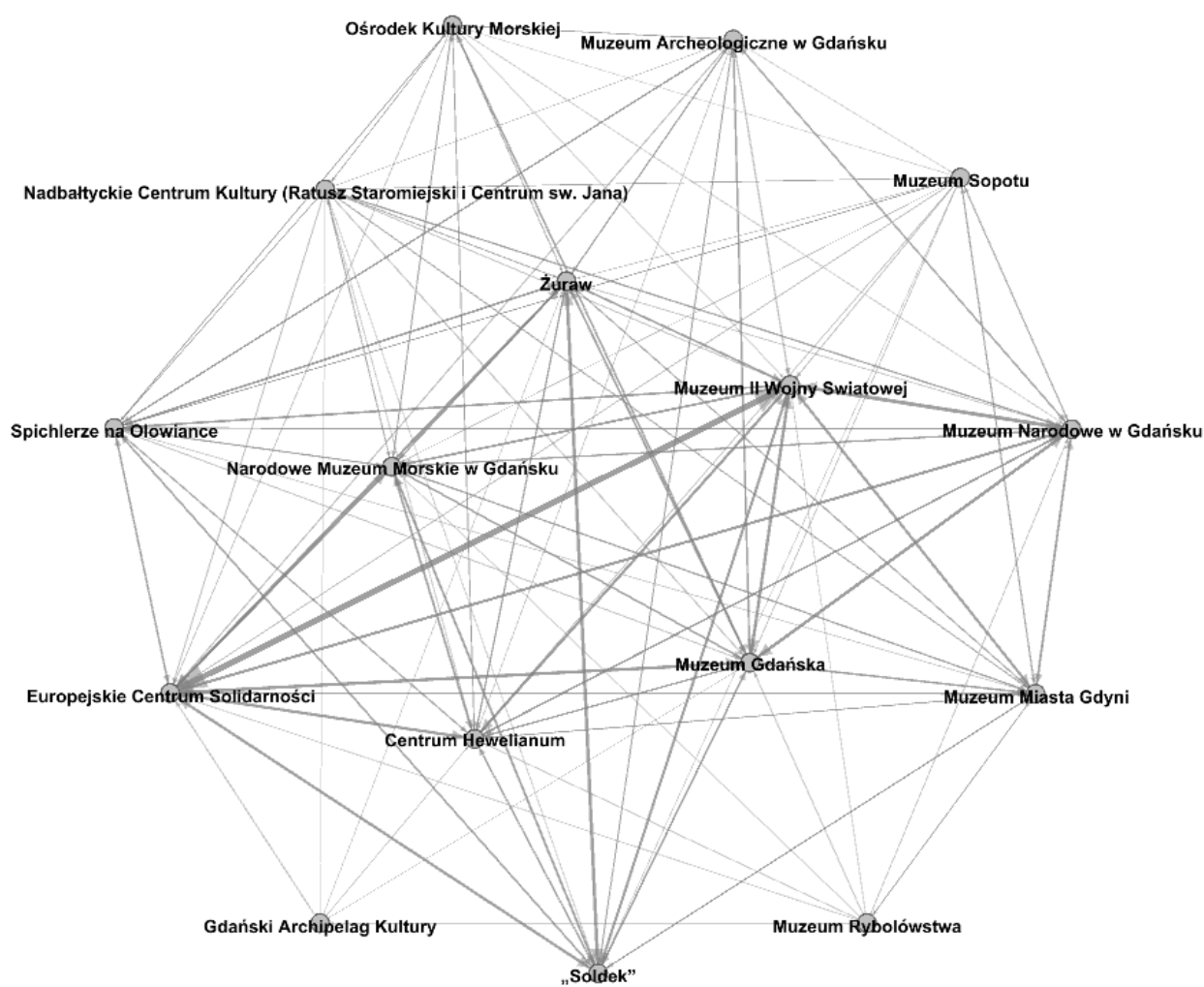
Grafika 28. Analiza sieci - instytucje odwiedzane w celu uczestniczenia w koncertach (innych niż koncerty muzyki poważnej)



Najmocniejsze połączenia związane ze współodwiedzaniem występują pomiędzy Klubem Żak, Starym Maneżem oraz klubem B90. Równie silną zależność można zaobserwować pomiędzy klubem B90, a klubem Protokultura – warto nadmienić, że jest to połączenie odwzajemnione. Nieco słabsze powiązanie występuje także pomiędzy Starym Maneżem a Klubem Protokultura. Dla gdańskiej publiczności, cztery wyżej wymienione instytucje kultury tworzą trzon jeśli chodzi o organizowanie koncertów innych niż koncerty muzyki poważnej.

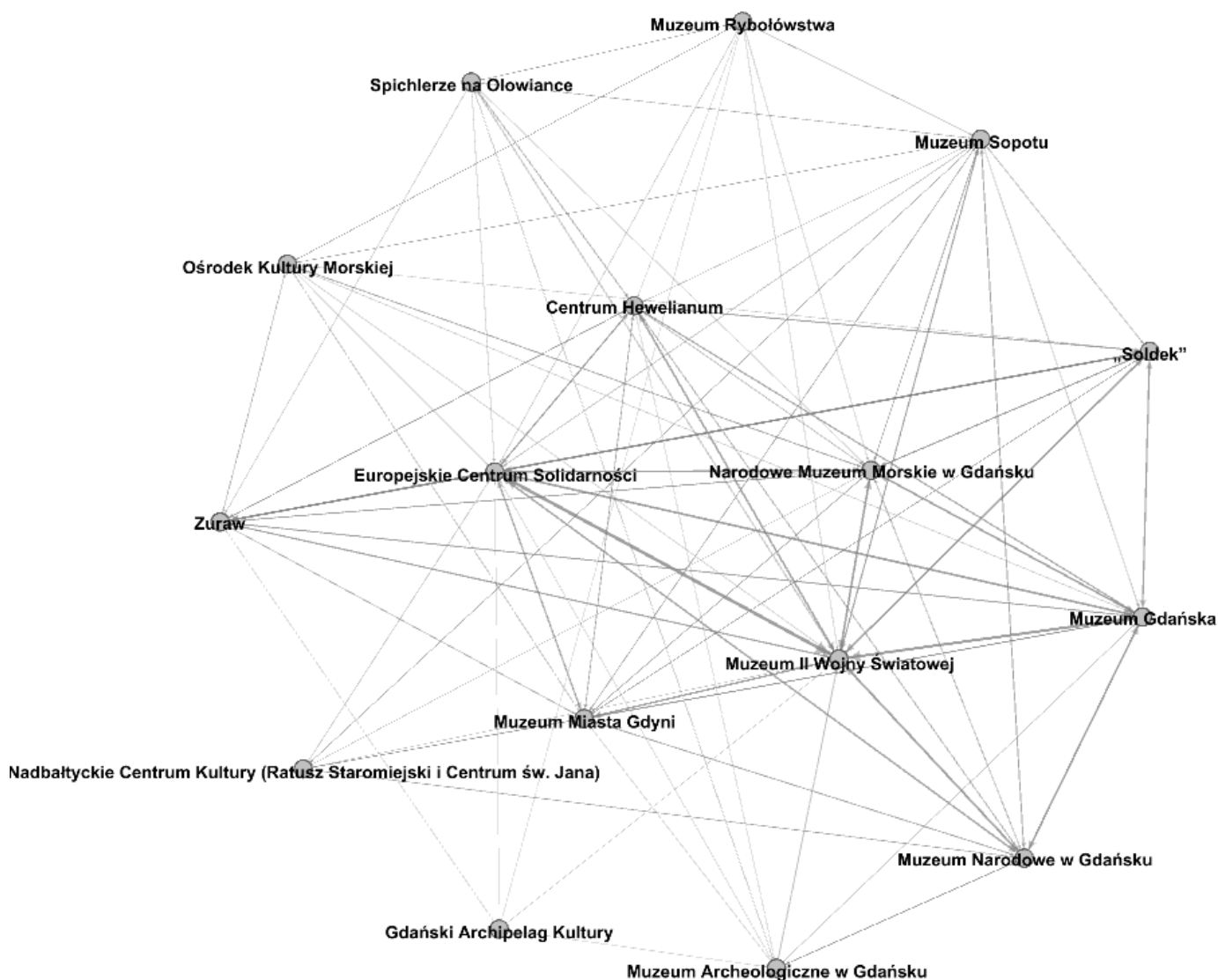
Najsilniejsze połączenie w przypadku instytucji organizujących wystawy stałe widoczne jest pomiędzy Muzeum II Wojny Światowej a Europejskim Centrum Solidarności. Warto dodać, że jest to połączenie odwzajemnione, co oznacza, że występuje dwustronny przepływ publiczności. Wynika to zapewne ze zbliżonego charakteru instytucji oraz zakresu tematycznego.

Grafika 29. Analiza sieci - instytucje odwiedzane w celu uczestniczenia w wystawach stałych



Poniższa grafika prezentuje współodwiedzanie instytucji oferujących wystawy czasowe. Analogicznie jak przy poprzedniej grafice najsilniejszy związek (odwzajemniony) zauważalny jest pomiędzy Muzeum II Wojny Światowej, a Europejskim Centrum Solidarności.

Grafika 30. Analiza sieci - instytucje odwiedzane w celu uczestniczenia w wystawach czasowych



V PODSUMOWANIE I WNIOSKI

UCZESTNICY WYDARZEŃ

W wydarzeniach kulturalnych uczestniczą nieco częściej **kobiety** niż mężczyźni. Grupą bardziej aktywną pod tym względem są osoby w średnim wieku, czyli pomiędzy **25 a 44 r.ż.** (blisko połowa przebadanej próby). W przypadku wydarzeń organizowanych dla dzieci dominują najmłodszy (0-4 lata), następnie wraz z wiekiem tendencja do uczestnictwa w wydarzeniach kulturalnych maleje. Pod względem miejsca zamieszkania dominują natomiast **mieszkańcy Gdańska**. Jednakże zaskakujący jest fakt, iż mieszkańcy Sopotu i Gdyni stanowią mniej niż 10%, podczas gdy pozostała część publiczności to osoby przyjeżdżające z innych miejsc w Polsce (co ciekawe najliczniejszą grupę stanowią mieszkańcy Warszawy) lub zza granicy (głównie Niemcy i obywatele Wielkiej Brytanii). Analogicznie blisko połowę badanych stanowiły osoby charakteryzujące siebie jako turystę.

W przypadku Gdańska wskazać należy, iż mieszkańcami najczęściej uczestniczącymi w wydarzeniach kulturalnych są osoby zamieszkujące dzielnice **Chelm, Śródmieście, Piecki - Migowo** oraz **Wrzeszcz** (zarówno Górny, jak i Dolny). Warto jednak zaznaczyć, że wszystkie wskazane powyżej dzielnice są jednymi z większych pod względem ludności (wg stanu na 31.12.2018 najliczniejszą dzielnicą jest Chelm z liczbą mieszkańców na poziomie 51 055 osób⁹), z czego może wynikać tak silna reprezentacja. Biorąc pod uwagę sytuację zawodową, w wydarzeniach uczestniczą przede wszystkim osoby **pracujące lub posiadające własną działalność**. Znacznie mniej odnotowano uczniów/studentów czy emerytów. Sytuacja zawodowa pokrywa się także z sytuacją finansową, zatem blisko połowa publiczności to **osoby zamożne**, w których gospodarstwach domowych pieniędzy starcza na wszystkie wydatki.

SPOSÓB DOTARCIA NA WYDARZENIE

Głównym środkiem transportu publiczności gdańskich instytucji kultury jest **samochód**. Jednakże wysoki odsetek wskazań odnotowano także na **przyjście pieszo** (co korelować musi z pobliskim miejscem zamieszkania) oraz przyjazd **środkiem komunikacji miejskiej** – odpowiednio tramwajem, autobusem lub SKM/PKM/pociągiem.

Jednocześnie wskazać należy, iż pieszo częściej przychodzą mężczyźni, natomiast tramwaj to jeden z bardziej preferowanych środków transportu wśród kobiet i osób starszych (powyżej 65 r.ż. – emerytów i rencistów). Zgodnie z przewidywaniami osoby pracujące zawodowo (głównie w wieku 35-44 lata) wybierają natomiast częściej niż inni samochód. W tej grupie również uzyskano największy odsetek osób, którym pieniędzy starcza na wszystkie wydatki, a część

⁹ <https://www.gdansk.pl/biznes/gdansk-w-liczbach,a.33608>

mogą odłożyć. Jednocześnie autobus lub SKM/PKM/pociąg to rodzaj transportu preferowany głównie przez uczniów i studentów

OSOBY TOWARZYSZĄCE

Publiczność gdańskich instytucji kultury na wydarzenia zazwyczaj przychodzi w towarzystwie **znajomych, rodziny** lub **partnera**. Niewielki odsetek badanych zadeklarował, iż uczestniczy w pojedynkę. Warto w tym kontekście zaznaczyć, iż ze znajomymi przychodzą głównie dwie dychotomiczne grupy: osoby młode, a zatem studenci/uczniowie, (16-24 lata) oraz starsze (65 lat i więcej), czyli emeryci. Uczestnicy pracujący, zajmujący się domem lub bezrobotni (głównie pomiędzy 35 a 44 r.ż.) najczęściej na wydarzenia wybierają się w towarzystwie rodziny bądź partnera/partnerki. Jednocześnie grupą odbiorców najczęściej uczestniczącą w wydarzeniach w pojedynkę są renciści. Istotne wnioski można wyciągnąć analizując miejsce zamieszkania – okazuje się, że mieszkańcy Trójmiasta częściej na wydarzenia przyjeżdżają w towarzystwie znajomych, natomiast osoby spoza Trójmiasta w towarzystwie rodziny.

MOMENT PODJĘCIA DECYZJI O UCZESTNICTWIE

Publiczność bardzo często podejmuje decyzję o uczestnictwie w wydarzeniach kulturalnych **spontanicznie** – w tym samym dniu, dzień lub kilka dni wcześniej. Z tego założenia jednak częściej wychodzą mężczyźni niż kobiety, a także (co ciekawe) osoby spoza Trójmiasta – co jednak zapewne jest powiązane z wizytami turystycznymi. W grupie osób podejmujących decyzję spontanicznie wysoki odsetek stanowiły osoby młode (25-34 lata). W przypadku dłuższej planowanych wizyt (tydzień temu lub więcej) dominującą grupą są uczestnicy powyżej 45 r.ż. oraz mieszkańcy Trójmiasta. W tym zakresie wskazać należy także na publiczność teatrów, co jest zrozumiałe ze względu na ograniczoną liczbę biletów.

MOTYWACJA UCZESTNICTWA

6 na 10 uczestniczących w wydarzeniach gdańskich instytucji kultury przybyło **specjalnie na określony rodzaj eventu**. Pozostała część to osoby, których przyjazd do miasta miał inny cel - uczestnicy „przypadkowi”. Na konkretne wydarzenia częściej przybywają kobiety, mieszkańcy z terenu Trójmiasta oraz osoby starsze (65 lat i więcej), głównie emeryci o złej sytuacji finansowej (muszą odmawiać sobie wielu rzeczy żeby starczyło na życie). Osoby starsze stanowią zatem główną grupę „celową” (przyjeżdżającą specjalnie na wydarzenie) wśród publiczności gdańskich instytucji kultury. Przyjazd celowy na wydarzenie, a także podjęcie decyzji o uczestnictwie odpowiednio wcześniej wynikają zatem z sytuacji finansowej wskazanej grupy.

Najczęstszą motywacją osób uczestniczących w wydarzeniach kulturalnych na terenie Gdańska jest chęć spędzenia czasu wolnego w ciekawy sposób oraz zainteresowanie konkretnym wydarzeniem. Jednakże **publiczność z terenu Trójmiasta** znacznie częściej niż osoby z innych miejscowości za motywację wskazywały autorów/wykonawców zapraszanych przez instytucje kultury, lojalność wobec instytucji czy pozytywne doświadczenia dotyczące

określone instytucji (motywacje te najczęściej wskazywały także osoby zamożne), co wskazuje na **duże przywiązanie do lokalności**. Publiczność **spoza Trójmiasta** cechuje natomiast chęć doświadczenia czegoś nowego, zatem **poszukują wrażeń/przeżyć**. W tym kontekście warto również zaznaczyć, że **osoby starsze przychodzą do konkretnych instytucji ze względu na zainteresowania, osoby w średnim wieku ze względu na chęć spędzenia czasu wolnego w ciekawy sposób lub ze względu na dobre recenzje innych, natomiast najmłodszy mimo tego, że największy ich odsetek deklarował chęć ciekawego spędzenia wolnego czasu, to częściej niż pozostałe grupy wskazywał również na darmowy wstęp** – wiek w najprostszym sposobie obrazuje zatem motywacje poszczególnych grup odbiorców kultury.

OCENA WIZYTY I MIEJSCA

Publiczność **wysoko ocenia** wizyty w gdańskich instytucjach kultury. Najlepiej pod tym względem oceniono **dostępność miejsca** (dojazd, łatwość poruszania się po budynku) oraz **organizację wydarzeń** (dostępność informacji, obsługa widza itd.), nieco gorzej dostosowanie do potrzeb dzieci oraz poziom merytoryczny. W przypadku stopnia odczuwania poszczególnych aspektów wydarzeń najlepiej oceniono **stopień wzbogacenia rozwoju dziecka**. Niższe noty przypisano poruszeniu emocjonalnemu, wzbogaceniu wiedzy oraz poznaniu nowych zjawisk. W przypadku ogólnej oceny wizyty zaznaczyć należy, iż na nieco wyższe noty wskazały osoby spoza terenu Trójmiasta, a także powyżej 45 r.ż. Pod względem organizacji wydarzenia lepiej oceniają kobiety oraz renciści, a w przypadku dostępności miejsca osoby pomiędzy 45 a 54 r.ż. Zauważyć również należy, iż wraz z lepszą oceną sytuacji finansowej respondenci również nieco lepiej oceniali wydarzenia pod tym względem, co zapewne ma odzwierciedlenie w odległości od instytucji kultury i wynikającym z tego powodu kosztem dojazdu lub wstępu.

9 na 10 odwiedzających gdańskie instytucje kultury poleciliby oferowane przez nie wydarzenia innym, co wskazuje na fakt, iż uczestnicy odbierają je pozytywnie. Jednakże bardziej skłonne do poleceń są kobiety, a także mieszkańcy Trójmiasta. W przypadku sytuacji zawodowej głównie należy wskazać na emerytów, rencistów oraz osoby zajmujące się domem.

Poziom merytoryczny wydarzeń, możliwość wzbogacenia wiedzy oraz poznania nowych zjawisk najwyżej oceniały osoby powyżej 65 r.ż. (zatem głównie emeryci), odwrotna sytuacja widoczna jest w przypadku młodych odbiorców (16-34 lata), którzy są bardziej krytyczni (przede wszystkim osoby bezrobotne oraz uczniowie/studenci). Analogiczna sytuacja występuje w przypadku emocji wywołanych wydarzeniem. Na bardzo duże lub raczej duże poruszenie emocjonalne częściej niż inne grupy wskazywały osoby starsze – powyżej 55 lat.

Publiczności gdańskich instytucji kultury w zdecydowanej większości odpowiadają godziny organizowanych wydarzeń oraz godziny otwarcia instytucji. Na zbyt późną porę wydarzeń

wskazywały głównie osoby w średnim wieku (35-44 lata) oraz starsze (powyżej 65 r.ż.), natomiast na postulat dotyczący wcześniejszej pory otwierania instytucji mieszkańcy Trójmiasta.

4 na 10 uczestników bezpłatnych wydarzeń zadeklarowało, iż byłoby skłonni przyjść na wydarzenie nawet gdyby wstęp był płatny. Skłonność do zapłaty za bilet wstępu częściej deklarowali mężczyźni oraz osoby spoza Trójmiasta. W kontekście wieku istotnie częściej przychylni do uczestniczenia w wydarzeniach płatnych są uczestnicy w wieku 25-34 lata. Skłonność do uczestnictwa w płatnych wydarzeniach kulturalnych, zgodnie z przypuszczeniami, wzrasta także wraz z sytuacją finansową respondentów.

8 na 10 uczestników płatnych wydarzeń zadeklarowało natomiast, że ceny biletów są optymalne. Warto w tym kontekście zaznaczyć, że osoby przyjeżdżające na wydarzenia kulturalne spoza Trójmiasta częściej wyrażały opinię, iż ceny biletów są odpowiednie, natomiast rzadziej, iż wstęp powinien być bezpłatny. W przypadku sytuacji finansowej grupą wskazującą częściej niż inni, iż ceny biletów są odpowiednie byli respondenci, którym pieniędzy starcza na wszystkie wydatki. Opinię na temat zbyt wysokich cen wyrażały natomiast głównie osoby z gorszą sytuacją finansową. Odwrotna tendencja widoczna jest w przypadku zbyt niskich cen biletów.

ŹRÓDŁA CZERPANIA INFORMACJI O WYDARZENIACH KULTURALNYCH

Najpopularniejszymi kanałami czerpania informacji na temat wydarzeń kulturalnych przez uczestników są: **informacje z rozmów ze znajomymi, strona internetowa organizatora oraz ogólne strony internetowe.** W przypadku pierwszego kanału jest on powszechny głównie wśród najmłodszych (16-24 lata – głównie studenci/uczniowie) i najstarszych uczestników (65 lat i więcej - emeryci) wydarzeń, zamieszkujących na terenie Trójmiasta oraz o stosunkowo gorszej sytuacji ekonomicznej (na co dzień starcza pieniędzy, ale nie stać ich na większe wydatki). Źródła w postaci strony internetowej organizatora lub ogólnej strony internetowej są charakterystyczne dla osób pracujących zawodowo (głównie w wieku 35-54 lata), w nieco lepszej sytuacji finansowej (pieniędzy starcza na wszystkie wydatki, a część mogą odłożyć).

UCZESTNICTWO W KULTURZE

Jak wynika z przeprowadzonego badania, 9 na 10 osób w ciągu ostatnich 12 miesięcy uczestniczyło w **co najmniej w dwóch wydarzeniach kulturalnych.** Preferowane w tym zakresie są głównie spektakle teatralne/operowe/baletowe, koncerty (inne niż muzyki poważnej), festiwale, a także wystawy stałe w muzeach i podobnych instytucjach. Jak można było przypuszczać wśród osób młodych (16-35 lat) dominują koncerty i festiwale, chociaż grupa ta od czasu do czasu odwiedza także wystawy sztuki współczesnej oraz spotkania autorskie. Publiczność w średnim wieku częściej niż inni wybiera natomiast wydarzenia dedykowane dzieciom, a osoby starsze (głównie emeryci) koncerty muzyki poważnej. W tym kontekście

warto również zaznaczyć, że spektakle teatralne, operowe lub baletowe preferowane są głównie przez osoby pracujące.

Jak wynika z przeprowadzonych badań wiek jest istotnym czynnikiem zwiększającym prawdopodobieństwo uczestnictwa w koncertach muzyki poważnej, zatem z tego typu wydarzeń kulturalnych korzystają głównie osoby starsze.

Zależność dotyczącą wieku zauważono również w przypadku wystaw sztuki współczesnej, jednakże kierunek jest nieco inny – okazuje się, że wystawy chętniej odwiedza młodsza część publiczności.

CZĘSTOTLIWOŚĆ UCZESTNICTWA W KULTURZE

4 na 10 uczestników zadeklarowało, iż uczestniczy w wydarzeniach kulturalnych kilka razy w roku, natomiast 3 na 10 raz w miesiącu. Najmniej wskazań uzyskano w dwóch dychotomicznych odpowiedziach, czyli raz w tygodniu lub częściej oraz raz w roku lub rzadziej. Uzyskane wyniki wskazują, że **publiczność gdańskich instytucji kultury na wydarzenia przychodzi stosunkowo regularnie** – od kilku razy w roku do kilku razy w miesiącu. Pod względem statusu zawodowego wskazać należy jednak, iż częściej instytucje odwiedzają osoby pracujące, natomiast rzadziej emeryci, co może wynikać m.in. z sytuacji finansowej czy stanu zdrowia.

WSPÓŁODWIEDZANIE

Analiza współodwiedzania wykazała kilka istotnych wniosków:

- Wyraźne połączenia pomiędzy Gdańskim Teatrem Szekspirowskim, Teatrem Wybrzeże, Teatrem Muzycznym w Gdyni oraz Miejskim Teatrem Miniatura, a także Operą Bałtycką wskazują na fakt, iż osoby, które preferują wśród różnych wydarzeń kulturalnych spektakle teatralne odwiedzają w tym celu różne instytucje. Wskazuje to na wyraźny przepływ publiczności pomiędzy wskazanymi instytucjami.
- Publiczność Gdyńskiego Teatru Muzycznego chętnie uczestniczy w wydarzeniach oferowanych przez Stary Maneż, Klub Protokultura oraz B90, czyli kluby oferujących koncerty.
- Silny przepływ publiczności widoczny jest także w przypadku Europejskiego Centrum Solidarności oraz Muzeum II Wojny Światowej, co może wynikać przede wszystkim ze zbliżonej tematyki i profilu działalności tychże instytucji.

Powyższa analiza wskazuje zatem na fakt, iż publiczność odwiedza różne instytucje, jednak najsilniejsze relacje współodwiedzania dotyczą instytucji o zbliżonym lub takim samym profilu działalności.

- Wskazać należy, iż spośród instytucji biorących udział w badaniu to Muzeum Narodowe w Gdańsku posiada największą sieć publiczności odwiedzających jednocześnie inne

instytucje na terenie miasta. Wpływać na to mogą zarówno bogate zasoby muzeum, jak i jego długa historia (jedno z najstarszych muzeów w Polsce).

- W przypadku spektakli teatralnych najsilniejszym ogniwem jest Teatr Wybrzeże. Osoby odwiedzające Teatr Wybrzeże uczestniczą w wydarzeniach oferowanych przede wszystkim przez Teatr Atelier, Miejski Teatr Miniatura czy Gdański Teatr Szekspirowski. Zaznaczyć jednak należy, iż przepływ publiczności w tym przypadku jest jednostronny (od Teatru Wybrzeże do innych instytucji). Analogiczna sytuacja widoczna jest w przypadku Teatru Muzycznego w Gdyni i jego powiązań z Gdańskim Teatrem Szekspirowskim oraz Miejskim Teatrem Miniatura.
- Najczęściej i najsilniej współodwiedzanymi instytucjami oferującymi koncerty muzyki poważnej są Akademia Muzyczna w Gdańsku, Nadbałtyckie Centrum Kultury, Filharmonia Bałtycka oraz Opera Bałtycka. Pomiędzy wskazanymi instytucjami przepływ publiczności najczęściej odbywa się w obie strony.
- W przypadku wystaw sztuki współczesnej zauważalne są silne obustronne powiązania w zakresie współodwiedzania pomiędzy instytucjami. Oznacza to, że miłośnicy tego typu wydarzeń kulturalnych odwiedzają niemal wszystkie instytucje o tym profilu działalności. Jednakże najsilniejszą instytucją w tym zakresie jest Gdańska Galeria Miejska. Co ciekawe dużą liczbę powiązań można także zaobserwować pomiędzy Państwową Galerią Sztuki w Sopocie, a gdańskimi instytucjami kultury takimi jak np. Gdańska Galeria Miejska, Klub Żak, Centrum Sztuki Współczesnej Łażnia (zarówno Nowy Port, jak i Dolne Miasto) czy Zbrojownia Sztuki, co oznacza, że przepływ publiczności pomiędzy poszczególnymi instytucjami tego typu ma charakter nie tylko lokalny.
- Pod względem spotkań autorskich wszystkie instytucje oferujące tego typu wydarzenia są mocno powiązane między sobą. Jednakże ogniwami skupiającymi największą liczbę powiązań są Instytut Kultury Miejskiej, Europejskie Centrum Solidarności oraz Wojewódzka i Miejska Biblioteka Publiczna w Gdańsku. Zauważyć należy, iż w przypadku niemal wszystkich instytucji przepływ publiczności jest dwustronny (zarówno od instytucji A do B, jak i z B do A), analogicznie jak w przypadku wystaw sztuki współczesnej przypuszczać można, iż odbiorcy skupiają się głównie na ofercie, stąd tak silne współodwiedzanie instytucji o analogicznym zakresie działalności.
- W przypadku festiwali najsilniejszym ogniwem na mapie Trójmiasta jest Opener. Jak się okazuje, publiczność Openera najczęściej uczestniczy także w Fecie, Festiwalu Szekspirowskim czy Narracjach. Analiza współodwiedzania w tym zakresie pokazuje zatem, że osoby uczestniczące w festiwalach nie są przywiązane do ich rodzaju czy zakresu tematycznego, a raczej do samej formy wydarzenia jaką jest festiwal.
- W przypadku wydarzeń artystycznych i kulturalnych dedykowanych dzieciom, nie widać wyraźnych różnic w przepływie publiczności (poza Europejskim Centrum Solidarności i Miejskim Teatrem Miniatura). Może to oznaczać, iż uczestnictwo dzieci

w wydarzeniach kulturalnych nie ma jeszcze charakteru stałego, a raczej przypadkowy, jednostkowy. Publiczność nie współuczestniczy zatem w różnych wydarzeniach (lub zdarza się to sporadycznie), raczej wybiera tylko poszczególne. Wynika to przede wszystkim z młodego wieku czy braku preferencji w zakresie uczestnictwa w określonych wydarzeniach kulturalnych, nierzadko istotne są także preferencje rodziców.

- Miejscami najczęściej współodwiedzanymi na terenie Trójmiasta celem uczestniczenia w koncertach (innych niż muzyki poważnej) są Klub Żak, Stary Maneż oraz klub B90. Analiza wykazała, iż owe miejsca mają najsilniejsze powiązania w zakresie przepływu publiczności (dwustronnej). Nieco słabsze powiązania występują także pomiędzy wskazanymi miejscami, a Protokulturą, co wskazuje na fakt, iż dla gdańskiej publiczności, cztery wyżej wymienione miejsca tworzą trzon jeśli chodzi o organizowanie koncertów innych niż koncerty muzyki poważnej.
- Zarówno w przypadku wystaw stałych, jak i czasowych najsilniejszy przepływ publiczności zaobserwować można pomiędzy Europejskim Centrum Solidarności a Muzeum II Wojny Światowej, co może wynikać ze zbliżonego charakteru instytucji oraz zakresu tematycznego (historia współczesna).

VI SPIS WYKRESÓW

Wykres 1. Wiek respondentów	8
Wykres 2. Miejsce zamieszkania respondentów	9
Wykres 3. Sytuacja zawodowa respondentów	12
Wykres 4. Sytuacja finansowa respondentów	12
Wykres 5. Wiek dzieci, które przybyły na wydarzenie dla dzieci	13
Wykres 6. Odpłatność za wydarzenie a sytuacja finansowa*	16
Wykres 7. Sposób przybycia na wydarzenie	17
Wykres 8. Osoby towarzyszące a sytuacja zawodowa*	20
Wykres 9. Moment decyzji a typ wydarzenia*	23
Wykres 10. Motywacja uczestnictwa w wydarzeniu	24
Wykres 11. Motywacja przybycia na wydarzenie	25
Wykres 12. Ocena wizyty pod względem: organizacji, dostępności miejsca oraz poziomu merytorycznego	28
Wykres 13. Ocena stopnia wzbogacenia wiedzy, rozwoju dziecka oraz stopnia poruszenia emocjonalnego	29
Wykres 14. Ogólna ocena wizyty	29
Wykres 15. Możliwość polecenia wydarzenia innym	32
Wykres 16. Średnia ocena poziomu merytorycznego a sytuacja zawodowa respondentów*	33
Wykres 17. Ocena możliwości poznania nowych zjawisk a wiek*	36
Wykres 18. Ocena godzin otwarcia instytucji a miejsce zamieszkania	39
Wykres 19. Uczestnictwo w płatnych wydarzeniach a wiek respondentów*	40
Wykres 20. Uczestnictwo w płatnych wydarzeniach a sytuacja finansowa respondentów*	40
Wykres 21. Ocena cen biletów a sytuacja finansowa respondentów*	41
Wykres 22. Instytucje odwiedzane w celu uczestnictwa w spektaklach teatralnych, operowych, baletowych	47
Wykres 23. Instytucje odwiedzane w celu uczestnictwa w koncertach muzyki poważnej	48
Wykres 24. Instytucje odwiedzane w celu uczestnictwa w wystawach sztuki współczesnej	48
Wykres 25. Instytucje odwiedzane w celu uczestnictwa w spotkaniach autorskich	49
Wykres 26. Instytucje/miejsca odwiedzane w celu uczestnictwa w festiwalach	49
Wykres 27. Instytucje odwiedzane w celu uczestnictwa w wydarzeniach kulturalnych/artystycznych dedykowanych dzieciom	50
Wykres 28. Instytucje odwiedzane w celu uczestnictwa w wykładach, konferencjach, debatach dotyczących kultury i sztuki itp.	50
Wykres 29. Instytucje odwiedzane w celu uczestnictwa w warsztatach artystycznych	51

Wykres 30. Instytucje odwiedzane w celu uczestnictwa w koncertach	51
Wykres 31. Instytucje odwiedzane w celu uczestnictwa w wystawach stałych w muzeach, centrach nauki.....	52
Wykres 33. Instytucje odwiedzane w celu uczestnictwa w wystawach czasowych w muzeach, centrach sztuki i podobnych instytucjach.....	52

VII SPIS TABEL

Tabela 1. Liczebności przeprowadzonych wywiadów w poszczególnych instytucjach	7
Tabela 2. Dzielnice Gdańska zamieszkałe przez respondentów	9
Tabela 3. Płeć a typ odwiedzanych wydarzeń	14
Tabela 4. Miejsce zamieszkania a typ odwiedzanych wydarzeń	15
Tabela 5. Sposób przybycia na wydarzenie a wiek	17
Tabela 6. Osoby towarzyszące a wiek respondentów	20
Tabela 7. Moment decyzji a wiek*	22
Tabela 8. Motywacja przybycia na wydarzenie a wiek*	26
Tabela 9. Ocena wizyty pod względem organizacji a płeć	30
Tabela 10. Ocena wizyty pod względem dostępności miejsca a typ wydarzenia	31
Tabela 11. Polecanie wydarzeń a płeć i miejsce zamieszkania	32
Tabela 12. Możliwość polecenia innym wydarzenia a jego typ	32
Tabela 13. Ocena poziomu merytorycznego a typ wydarzenia	34
Tabela 14. Ocena godziny rozpoczęcia wydarzenia a miejsce zamieszkania	38
Tabela 15. Źródła czerpania informacji o wydarzeniach a wiek*	42

VIII SPIS GRAFIK

Grafika 1. Płeć respondentów	8
Grafika 2. Dzielnice Gdańska	11
Grafika 3. Wizyty turystyczne	13
Grafika 4. Wiek a typ wydarzeń	14
Grafika 5. Osoby towarzyszące respondentów	19
Grafika 6. Osoby towarzyszące a płeć i miejsce zamieszkania	19
Grafika 7. Moment decyzji o uczestnictwie w wydarzeniu*	22
Grafika 8. Celowość przybycia na wydarzenie a płeć i miejsce zamieszkania	24
Grafika 9. Wzbogacenie wiedzy a wiek.....	34
Grafika 10. Wzbogacenie rozwoju dziecka.....	35
Grafika 11. Ocena wydarzenia a sytuacja finansowa*	36
Grafika 12. Ocena wydarzenia a wiek respondentów*	37
Grafika 13. Ocena godzin otwarcia instytucji	38
Grafika 14. Źródła czerpania informacji o wydarzeniach	42
Grafika 15. Źródła czerpania informacji o wydarzeniach a sytuacja zawodowa	43
Grafika 16. Uczestnictwo w kulturze	45
Grafika 17. Uczestnictwo w kulturze a wiek i miejsce zamieszkania	46
Grafika 18. Uczestnictwo w kulturze a sytuacja zawodowa	46
Grafika 19. Częstotliwość uczestnictwa w kulturze	53
Grafika 20. Częstotliwość uczestnictwa w kulturze a sytuacja zawodowa	53
Grafika 21. Analiza sieci - wszystkie instytucje kultury wymienione przez respondentów.....	55
Grafika 22. Analiza sieci - miejsca odwiedzane w celu uczestniczenia w spektaklach teatralnych, operowych, baletowych	57
Grafika 23. Analiza sieci - instytucje odwiedzane w celu uczestniczenia w koncertach muzyki poważnej.....	58
Grafika 24. Analiza sieci - instytucje odwiedzane w celu obejrzenia wystaw sztuki współczesnej	59
Grafika 25. Analiza sieci - instytucje odwiedzane w celu uczestniczenia w spotkaniach autorskich	60
Grafika 26. Analiza sieci - instytucje/miejsca odwiedzane w celu uczestniczenia w festiwalach	61
Grafika 27. Analiza sieci - instytucje odwiedzane w celu uczestniczenia w wydarzeniach kulturalnych i artystycznych dedykowanych dzieciom	62
Grafika 28. Analiza sieci - instytucje odwiedzane w celu uczestniczenia w koncertach (innych niż koncerty muzyki poważnej)	63

Grafika 29. Analiza sieci - instytucje odwiedzane w celu uczestniczenia w wystawach stałych	64
Grafika 30. Analiza sieci - instytucje odwiedzane w celu uczestniczenia w wystawach czasowych	65