

***Pozyskiwanie informacji o wydarzeniach
kulturalnych w Gdańsku przez mieszkańców
Gdańska***



Raport z badania



Raport z badania

Pozyskiwanie informacji o wydarzeniach kulturalnych w Gdańsku przez mieszkańców Gdańska.

Wykonawca badania:

PBS DGA

ul. Junaków 2

81-820 Sopot

1. Zarys metodologiczny

W pierwszym tygodniu grudnia 2011 roku przeprowadzono badanie CATI (badanie telefoniczne wspomagane komputerowo) na reprezentatywnej próbie 1000 respondentów - dorosłych mieszkańców Gdańska.

Celem badania było zdobycie danych o preferencjach oraz sposobach pozyskiwania informacji na temat wydarzeń kulturalnych odbywających się w Gdańsku przez mieszkańców miasta. Wiedza ta ma służyć gdańskim instytucjom kultury oraz organizacjom pozarządowym działającym w obszarze kultury do lepszego planowania swoich działań promocyjnych.

W ramach badania poszukiwano odpowiedzi między innymi na następujące pytania:

- Na ile typ wydarzenia kulturalnego (np. koncert muzyki poważnej, warsztaty artystyczne itd.) jest powiązany ze sposobem poszukiwania informacji o nim?
- Jakie są preferowane sposoby pozyskiwania informacji o wydarzeniach kulturalnych?
- Na ile plakatowanie słupów ogłoszeniowych to skuteczna forma docierania do odbiorców wydarzeń kulturalnych?

Zastosowano losowy schemat doboru próby do badania z uwzględnieniem kwot na następujące zmienne demograficzne: płeć, wiek, wykształcenie. Operatem losowania była lista abonentów telefonii stacjonarnej (70% przebadanej grupy) oraz posiadaczy telefonów komórkowych (30% przebadanej grupy).

Poniżej przedstawiono charakterystykę przebadanej grupy z uwzględnieniem podstawowych zmiennych socjodemograficznych.

Tabela 1. Rozkład próby ze względu na płeć

płeć	liczebności nieważone	liczebności ważone	%
Razem	1000	1000	100,0%
mężczyzna	410	465	46,5%
kobieta	590	535	53,5%

Źródło: Badanie CATI, N=1000 dorosłych mieszkańców Gdańska, XII 2011 r., PBS DGA

Tabela 2. Rozkład próby ze względu na wiek

wiek	liczebności nieważone	liczebności ważone	%
Razem	1000	1000	100,0%
18-24 lat	56	106	10,6%

25-39 lat	223	303	30,3%
40-59 lat	333	321	32,1%
60 i więcej lat	388	270	27,0%

Źródło: Badanie CATI, N=1000 dorosłych mieszkańców Gdańska, XII 2011 r., PBS DGA

Tabela 3. Rozkład próby ze względu na wykształcenie

wykształcenie	liczebności nieważone	liczebności ważone	%
Razem	1000	1000	100,0%
podstawowe/ gimnazjalne	32	49	4,9%
zasadnicze zawodowe	91	144	14,4%
średnie	413	440	44,0%
wyższe	464	367	36,7%

Źródło: Badanie CATI, N=1000 dorosłych mieszkańców Gdańska, XII 2011 r., PBS DGA

Tabela 4. Rozkład próby ze względu na sytuację gospodarstwa domowego

sytuacja gospodarstwa domowego	liczebności nieważone	liczebności ważone	%
Razem	1000	1000	100,0%
Młoda osoba, mieszkająca jeszcze z rodzicami	59	102	10,2%
Młoda osoba prowadząca osobne gospodarstwo domowe	53	68	6,8%
Małżeństwo/para nie posiadająca dzieci	61	76	7,6%
Małżeństwo/para najmłodsze dziecko w wieku poniżej 6 lat	103	132	13,2%
Małżeństwo/para najmłodsze dziecko w wieku powyżej 6 lat	153	154	15,4%
Osoba samotna mieszkająca z dzieckiem	13	13	1,3%
Starsza osoba, żyjąca samotnie	134	93	9,3%
Starsze małżeństwo, dzieci usamodzielnione	357	300	30,0%
Osoba samotna w średnim wieku	52	45	4,5%
Inna sytuacja	8	9	,9%
Trudno powiedzieć	7	8	,8%

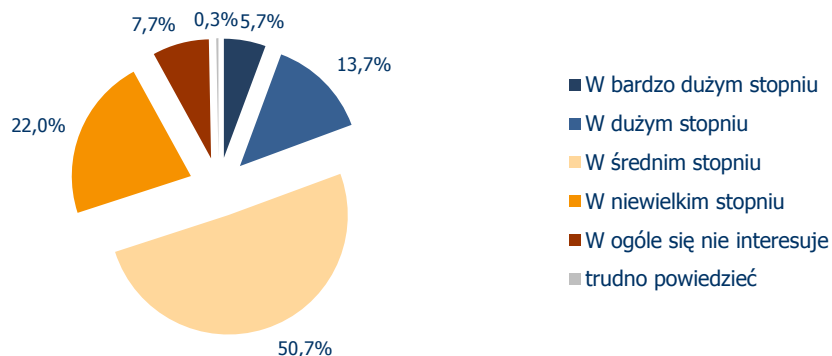
Źródło: Badanie CATI, N=1000 dorosłych mieszkańców Gdańska, XII 2011 r., PBS DGA

2. Opis wyników badania

Poziom zainteresowania wydarzeniami kulturalnymi w Gdańsku

Dominująca grupa Gdańszczan w średnim stopniu interesuje się wydarzeniami kulturalno-rozrywkowymi odbywającymi się w Gdańsku (50,7%). Dla jednej piątej (19,4%) są one w dużym bądź bardzo dużym stopniu interesujące. Blisko jedną trzecią (29,7%) stanowią osoby, które w niewielkim stopniu bądź w ogóle nie przejawiają zainteresowania tego typu wydarzeniami mającymi miejsce w Gdańsku.

Wykres 1. Proszę powiedzieć na ile się Pan(i) interesuje różnymi wydarzeniami kulturalno-rozrywkowymi odbywającymi się w Gdańsku



N=1000

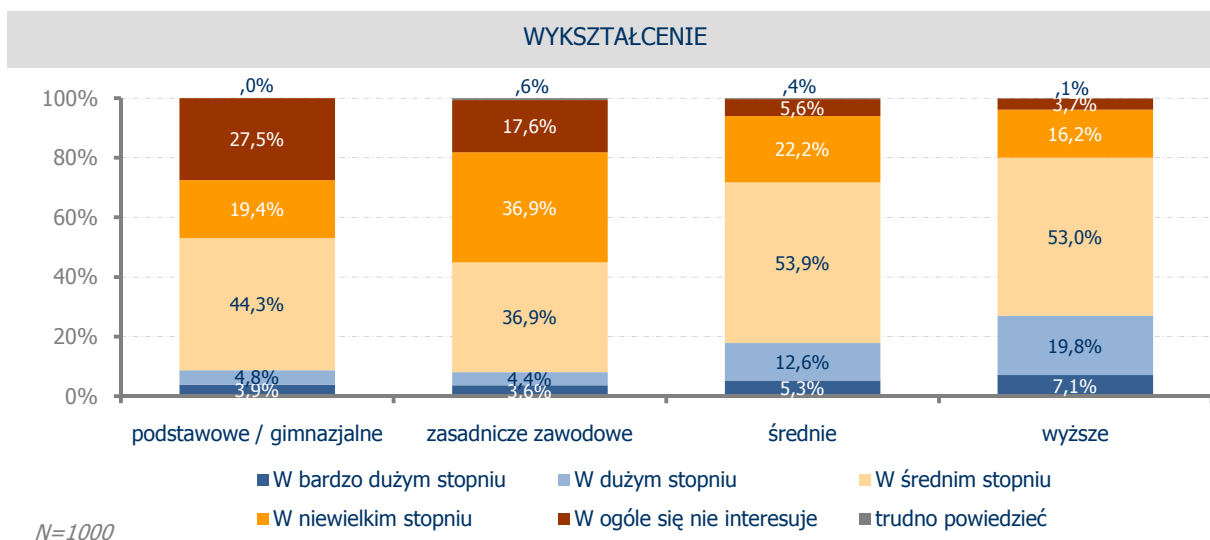
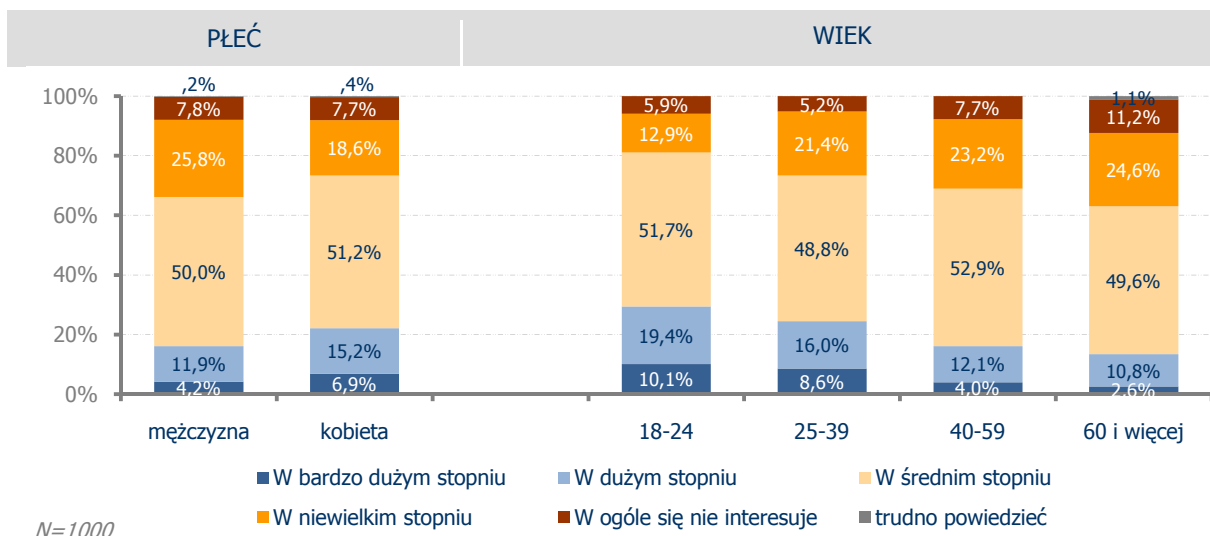
Źródło: Badanie CATI, N=1000 dorosłych mieszkańców Gdańska, XII 2011 r., PBS DGA

Generalnie wraz z wiekiem spada zainteresowanie wydarzeniami kulturalno – rozrywkowymi w Gdańsku. O ile blisko 30% osób w wieku 18-24 deklaruje duże bądź bardzo duże zainteresowanie, to tylko nieco ponad 10% tego typu osób znajduje się w grupie powyżej 60 lat.

Podobną sytuację można zauważyć w odniesieniu do wykształcenia, połowa osób z wykształceniem zawodowym lub niższym nie interesuje się tego typu wydarzeniami, przy czym brak zainteresowania w tym obszarze wskazało tylko 20% osób posiadających wyższe wykształcenie.

Patrząc z perspektywy sytuacji rodzinnej najbardziej zainteresowane wydarzeniami kulturalno – rozrywkowymi w Gdańsku, są osoby młode, prowadzące osobne gospodarstwa domowe (39,8%) oraz młode małżeństwa/pary nie posiadające dzieci (37,2%). Najmniej zainteresowane są osoby starsze – zarówno małżeństwa jak osoby samotne (odpowiednio 34,8%, 41,7%) oraz osoby samotne w średnim wieku (37,4%).

Grupa „średnio” zainteresowanych jest dość zbliżona w każdej z podgrup wyróżnionych ze względu na cechy socjodemograficzne.

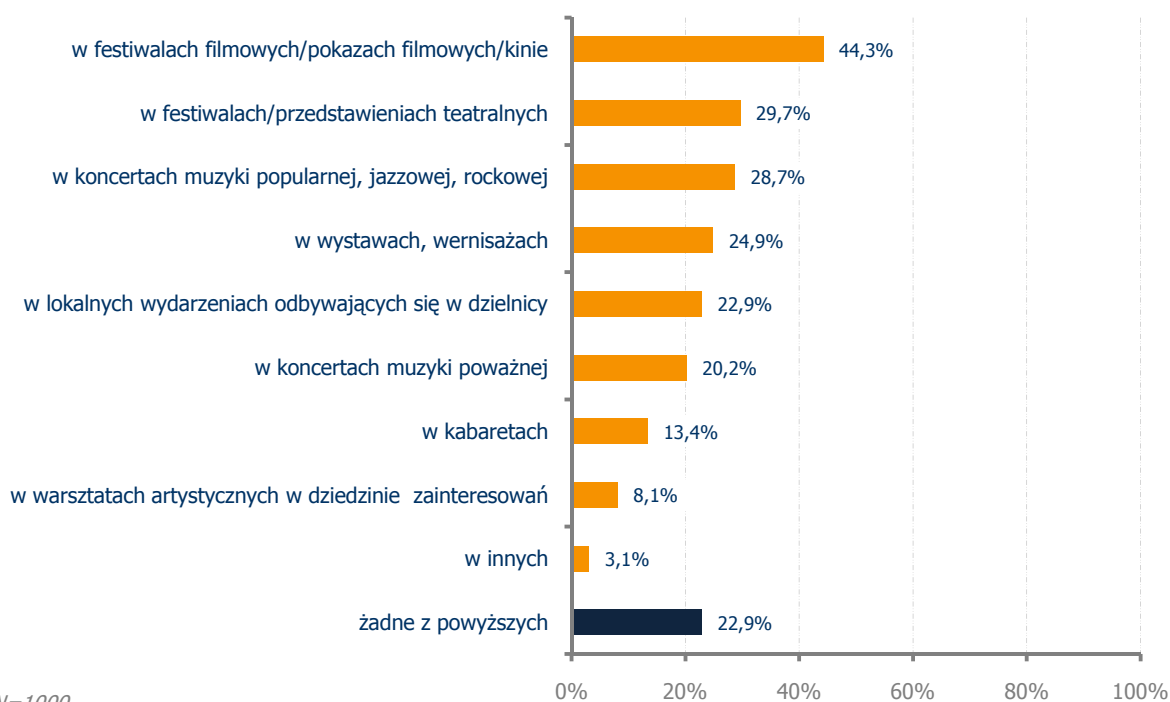


Źródła informacji o wydarzeniach kulturalnych w Gdańsku

Kolejne pytanie zadane respondentom tj „czy brał Pan(i) udział w którymś z wydarzeń kulturalno-rozrywkowych?” miało charakter „rozpoznawczy”. Jego głównym celem nie było badanie uczestnictwa w kulturze, a jedynie powiązanie typu wydarzenia, w którym uczestniczył respondent, ze sposobem pozyskiwania informacji o nim. Dlatego też użyto określenia „w ostatnim okresie”, które dla różnych osób oznacza różną perspektywę czasową, a poprzez to nie nakłada ram.

Należy podkreślić, iż blisko jedna czwarta badanych nie brała udziału w żadnym wydarzeniu kulturalno-rozrywkowym w ostatnim okresie.

Wykres 2. Czy brał Pan(i) udział w którymś z wymienionych wydarzeń kulturalno-rozrywkowych w ostatnim okresie?



N=1000

Źródło: Badanie CATI, N=1000 dorosłych mieszkańców Gdańska, XII 2011 r., PBS DGA

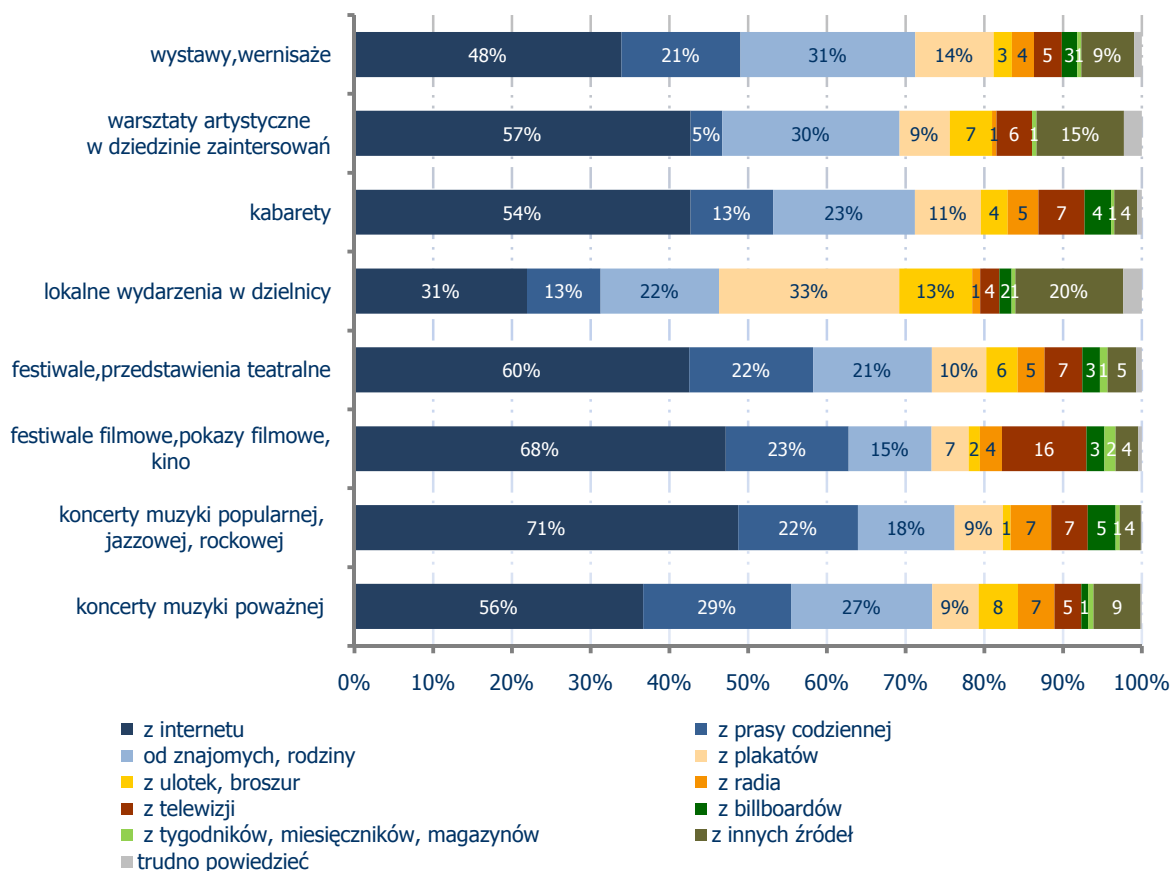
Kluczowe źródła pozyskiwania informacji o różnych typach wydarzeń kulturalno-rozrywkowych, w których w ostatnim okresie brali udział Gdańszczanie to: Internet, prasa codzienna, rodzina, znajomi oraz plakaty. Należy jednak podkreślić, iż w zależności od rodzaju wydarzenia te 4 typy źródeł informacji, posiadają różne wielkości wskazań.

Nieco inaczej przedstawia się sytuacja w odniesieniu do lokalnych wydarzeń, gdzie pierwszoplanową rolę odegrały plakaty.

W przypadku radia, telewizji, ulotek oraz broszur wartości procentowe nie przekraczają w przeważającej większości 10% wskazań i są zróżnicowane w zależności od typu wydarzenia.

Niszowe źródła informacji, do których sięgnęli uczestnicy wydarzeń kulturalnych to tygodniki, miesięczniki, magazyny oraz billboardy.

Wykres 3. Skąd pozyskał Pan(i) informacje o wydarzeniu?



Źródło: Badanie CATI, N=1000 dorosłych mieszkańców Gdańska, XII 2011 r., PBS DGA

Z Internetu skorzystali znacznie częściej uczestnicy wydarzeń kulturalnych poniżej 40 roku życia, następnie osoby w przedziale wiekowym 40-59 lat i zdecydowanie rzadziej osoby powyżej 60 roku życia. Częstość korzystania z Internetu jako źródła informacji o wydarzeniach kulturalnych wzrasta wraz z wykształceniem.

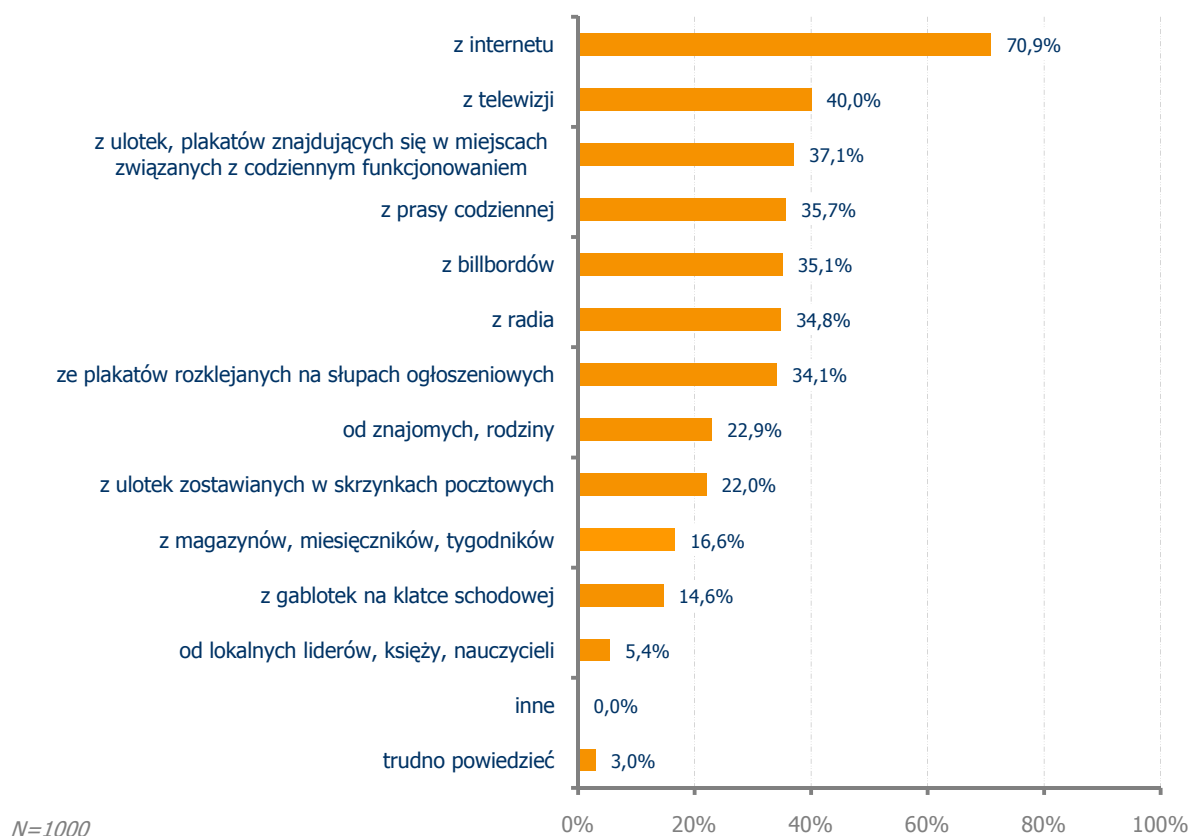
Pozyskiwanie informacji z prasy codziennej było domeną przede wszystkim osób w wieku średnim i starszych, im osoba starsza tym częściej sięgała po prasę codzienną.

„Poczta pantoflowa” działa jako popularne źródło informacji o wydarzeniach kulturalnych bez względu na wiek, płeć i wykształcenie.

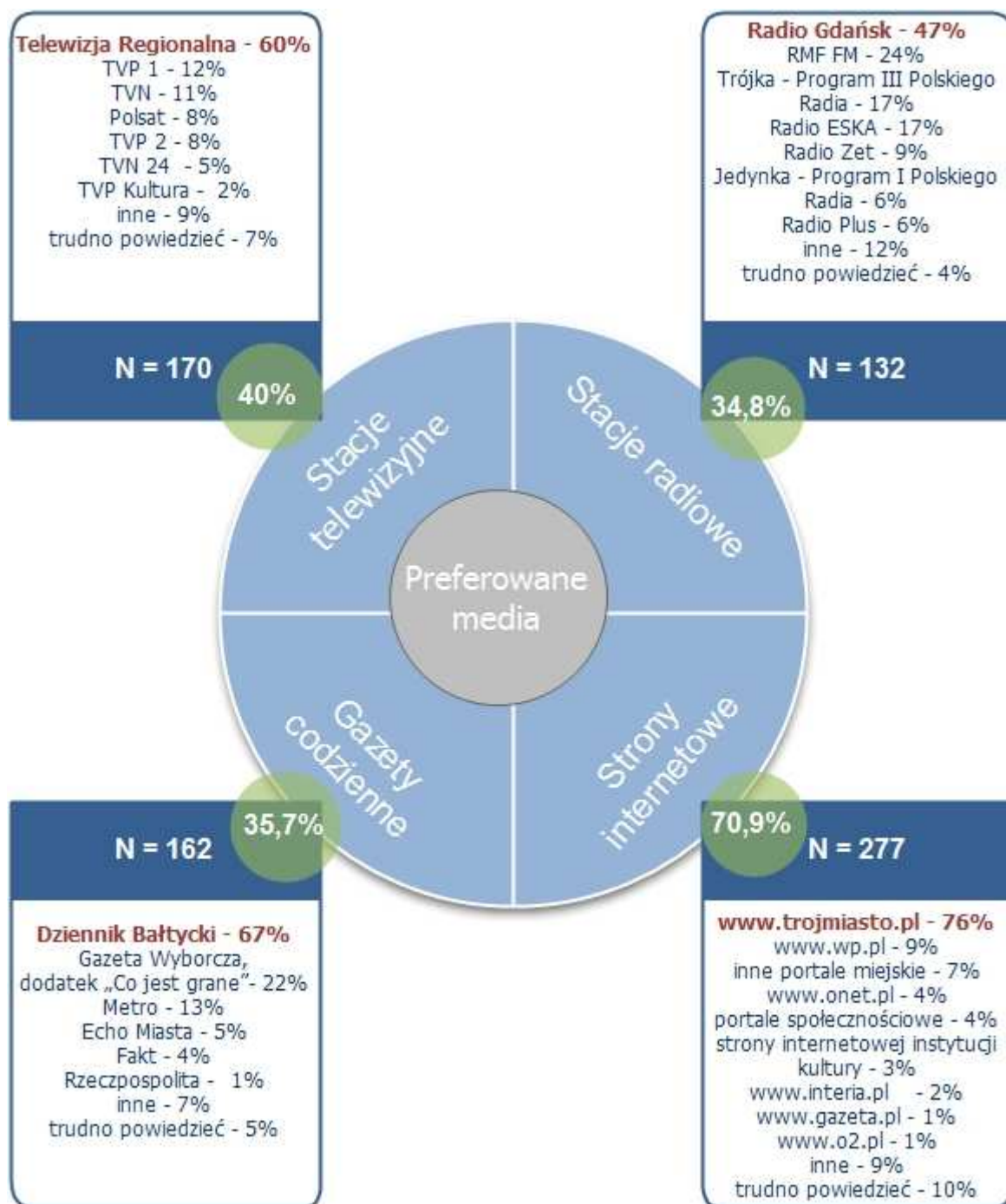
W przypadku plakatów trudno wychwycić jakąś widoczną tendencję w odniesieniu do cech socjodemograficznych uczestników wydarzeń kulturalno-rozrywkowych.

Gdańszczanie wśród preferowanych form komunikacji o wydarzeniach kulturalnych w Gdańsku wymienili przede wszystkim Internet (70,9%), w dalszej kolejności zbliżoną ilość wskazań otrzymały: telewizja (40%), ulotki, plakaty znajdujące się w miejscach związanych z codziennym funkcjonowaniem takie jak: sklepy, urzędy, dworce, szkoły, prasa codzienna (35,7%), billboardy (35,1%), radio (34,8%), plakaty rozklejane na słupach ogłoszeniowych (34,1%).

Wykres 4. A skąd w przyszłości chciałby Pan(i) czerpać informacje o interesujących Pana(ia) wydarzeniach kulturalnych – proszę wskazać 3 najbardziej preferowane form



Osoby, które wskazały takie media jak: telewizja, prasa codzienna, radio, Internet zostały dopytane o preferencje co do tytułów, stacji, stron. Generalnie widać, iż preferowane są media regionalne. Szczegółowe dane zostały przedstawione na poniższym grafie.

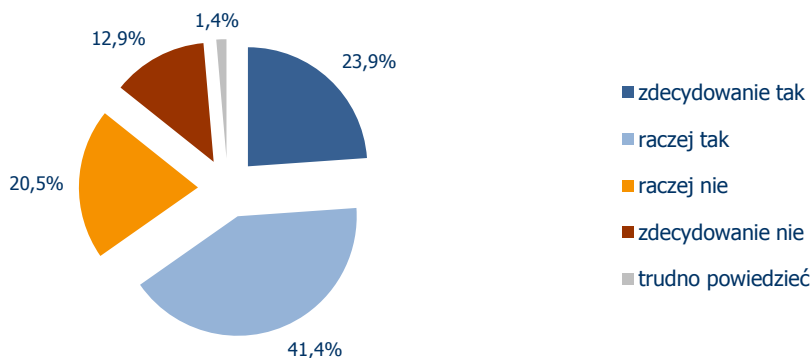


Skuteczność plakatowania słupów ogłoszeniowych

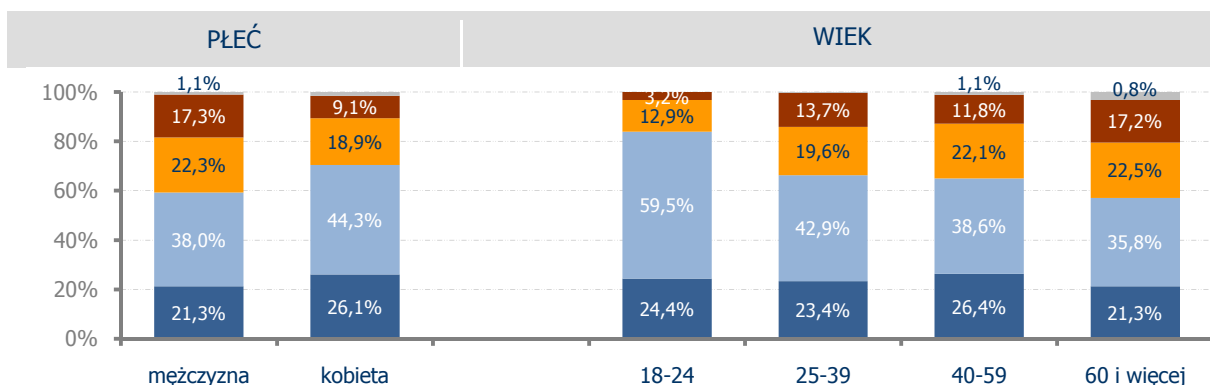
Blisko dwie trzecie Gdańszczan deklaruje, że zwraca uwagę na plakaty znajdujące się na słupach ogłoszeniowych (65,3%). Nieco częściej budzą one zainteresowanie wśród kobiet niż mężczyzn (70,5% versus 59,3 %). Wraz z wiekiem spada zainteresowanie informacjami zawartymi na słupach ogłoszeniowych – zwraca na nie uwagę

83,9% osób w wieku 18-24 lata i o prawie o 30% mniej w wieku powyżej 60 roku życia (57,1%). Patrząc na udzielone odpowiedzi z perspektywy rodzaju gospodarstwa domowego prowadzonego przez respondenta, to słupy ogłoszeniowe przykuwają największą uwagę osób młodych (mieszkających z rodzicami – 77,8% lub prowadzących osobne gospodarstwo domowe – 78,6%), a najmniejszą osób starszych (małżeństw z usamodzielnionymi dziećmi – 60,3% lub osób samotnych – 56,7%)

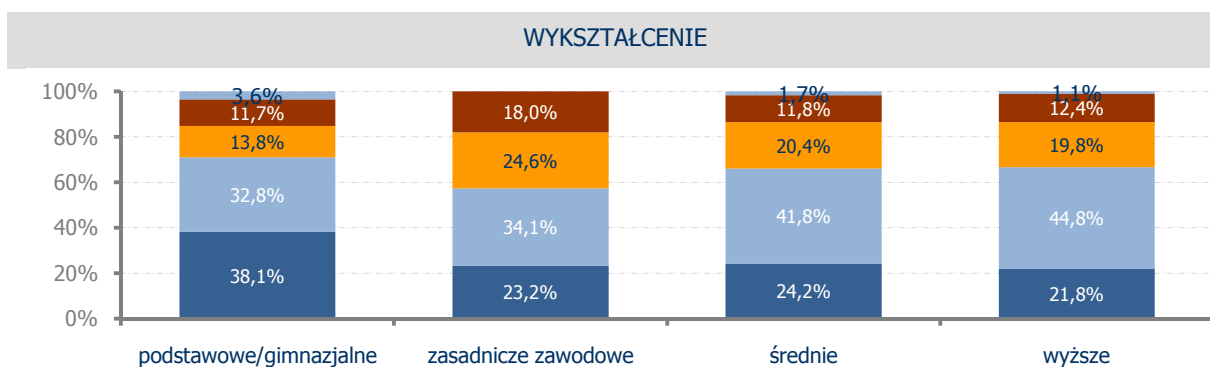
Wykres 5. Czy zwraca Pan(i) uwagę na plakaty znajdujące się na słupach ogłoszeniowych?



N=1000



N=1000



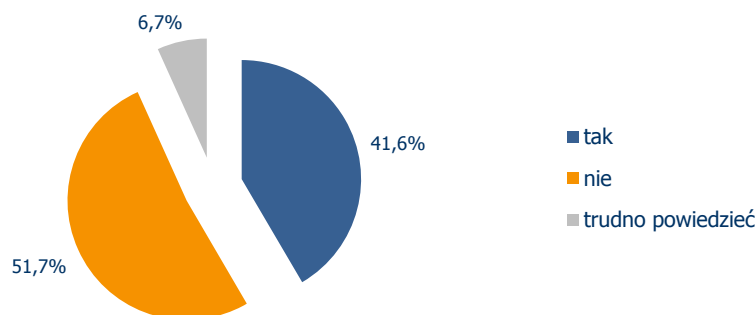
N=1000

	zdecydowanie tak	raczej tak	raczej nie	zdecydowanie nie	trudno powiedzieć	Razem
Razem	23,9%	41,4%	20,5%	12,9%	1,4%	1000
Młoda osoba, mieszkająca jeszcze z rodzicami	19,5%	58,2%	16,5%	5,7%	,0%	102
Młoda osoba prowadząca osobne gospodarstwo domowe	24,6%	54,0%	10,8%	10,6%	,0%	68
Małżeństwo/para nie posiadające dzieci	26,8%	37,7%	24,0%	11,5%	,0%	76
Małżeństwo/para najmłodsze dziecko poniżej 6 lat	25,9%	42,9%	19,3%	12,0%	,0%	132
Małżeństwo/para, najmłodsze dziecko w wieku powyżej 6 lat	25,8%	35,6%	22,2%	14,5%	1,9%	154
Osoba samotna mieszkająca z dzieckiem	12,8%	57,4%	29,8%	,0%	,0%	13
Osoba samotna w średnim wieku	33,9%	40,2%	19,1%	5,4%	1,4%	45
Starsze małżeństwo, dzieci usamodzielnione	20,0%	40,3%	21,9%	15,7%	2,1%	300
Starsza osoba, żyjąca samotnie	25,3%	31,4%	23,9%	16,3%	3,1%	93
Inne	53,8%	17,0%	11,1%	18,2%	,0%	9
trudno powiedzieć/odmowa odpowiedzi	34,0%	7,2%	13,7%	37,1%	7,9%	8

Źródło: Badanie CATI, N=1000 dorosłych mieszkańców Gdańska, XII 2011 r., PBS DGA

Spśród osób, które powiedziały, że zwracają uwagę na plakaty znajdujące się na słupach ogłoszeniowych, dwie piąte (41,6%) zadeklarowało, że zapamiętało jakieś wydarzenie kulturalne ostatnio reklamowane na słupach ogłoszeniowych, czyli można stwierdzić że jedna czwarta Gdańszczan zwraca uwagę i zapamiętuje informacje zamieszczane na słupach.

Wykres 6. A czy zapamiętał Pan(i) jakieś wydarzenie kulturalne ostatnio reklamowane na słupach ogłoszeniowych?



N= 653

Źródło: Badanie CATI, N=1000 dorosłych mieszkańców Gdańska, XII 2011 r., PBS DGA

Bardzo zbliżona liczba respondentów z różnych grup wiekowych zadeklarował że zapamiętała jakieś wydarzenie, wyjątkiem są tylko osoby powyżej 60 roku życia, które rzadziej niż pozostałe osoby wskazywały na opcję „tak”. Podobnie płeć w żaden sposób nie różnicuje zapamiętywania bądź nie.

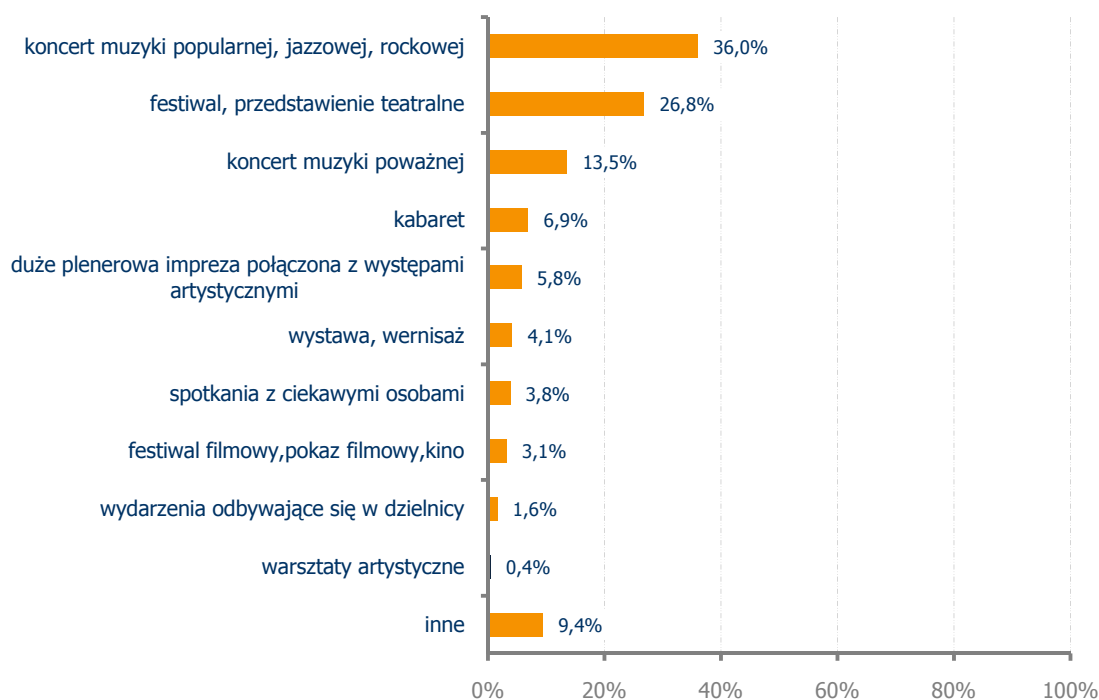
Natomiast skuteczność docierania z informacjami o wydarzeniach kulturalnych jest bardzo różna w zależności od wykształcenia respondentów – jedynie jedna dziesiąta osób z wykształceniem podstawowym (13,5%) zadeklarowała, że zapamiętała jakieś wydarzenia i aż ponad połowa osób z wyższym wykształceniem (54,9%).

Praktycznie wszyscy, którzy zadeklarowali, iż pamiętają wydarzenie reklamowane na słupach ogłoszeniowych byli w stanie wskazać na jakąś „ imprezę ” – w znikomej ilości przypadków były to wydarzenia inne niż te związane z kulturą i rozrywką, przede wszystkim dotyczyły one wydarzeń sportowych i turystycznych.

Należy jednak podkreślić, iż odpowiedzi dotyczące wydarzeń kulturalnych były bardzo zróżnicowane – od np. „repertuaru Teatru Muzycznego”, poprzez „Festiwal Narracje” do „Jarmarku Dominikańskiego”.

Wskazania zostały pogrupowane według typu imprez. Poniższy wykres przedstawia częstość wskazywania określonych rodzajów wydarzeń kulturalnych.

Wykres 7. A jakie wydarzenie reklamowane na słupach ogłoszeniowych Pan(i) zapamiętał?



N=249