



Klaipėda

Klaipėdos miesto gyventojų apklausa

# Klaipėdos miesto kultūros laukas, 2025

Kultūros vartotojai, vertinimai, poreikiai, pokyčiai, lūkesčiai

Tyrimo ataskaita

Ataskaitą parengė: dr. Liutauras Kraniauskas; dr. Sigita Kraniauskienė

Užsakovas: Klaipėdos miesto savivaldybės administracija

Tyrimą atliko: Klaipėdos universiteto Socialinių pokyčių studijų centras

# Turinys

## Santrauka

### 1. Tyrimo metodologija

- 1.1. Bendrosios charakteristikos
- 1.2. Imtis, respondentų atranka ir duomenų rinkimas
- 1.3. Duomenų analizė ir interpretacija

### 2. Kultūros vartotojų profiliai

### 3. Kultūrinė veikla kaip laisvalaikio prioritetas

### 4. Bendras Klaipėdos kultūrinio gyvenimo vertinimas

### 5. Miesto kultūros įstaigos

- 5.1. 2025 m. auditorijos ir jų vertinimai
- 5.2. Kultūros lauko pokyčiai 2016-2025 m.

### 6. Miesto kultūros renginiai

- 6.1. 2025 m. auditorijos ir jų vertinimai
- 6.2. Kultūros renginių rinkos pokyčiai 2016-2025 m.

### 7. Kultūriniai poreikiai ir jų patenkinimas

### 8. Išvykos į kultūros renginius ar lankytinas vietas kituose Lietuvos miestuose

### 9. Kultūros įstaigų ir renginių lankymo priežastys

### 10. Kultūros informacijos šaltiniai

### 11. Klaipėdiečių biudžetas kultūrai

### 12. Klaipėdos kultūros veidai ir identitetas

### 13. Strateginiai miesto kultūros prioritetai: krypties vertinimas

### 14. „Klaipėda – Europos kultūros sostinė 2035“: lūkesčiai ir pasitikėjimas

## Priedai

1. Klausimai su atsakymais (interviu ir internetinės apklausos rezultatai)
2. Klaipėdos kultūros institucijų veiklos vertinimai ir auditorijos
3. Klaipėdos svarbiausių kultūros renginių ir festivalių vertinimai ir auditorijos

## Santrauka

Klaipėdos miesto kultūros lauko tyrimo pagrindinis tikslas – įvertinti uostamiesčio gyventojų kaip kultūros vartotojų elgseną bei vertinimus miesto kultūros sektoriaus atžvilgiu. Tyrimu siekiama nustatyti svarbiausius kultūros vartotojų segmentus, jų elgsenos ir kultūros lauko pokyčius ilgalaikėje perspektyvoje, kultūrinius poreikius, dažniausiai naudojamus kultūros informacijos kanalus, kultūrai skiriamą biudžetą, nuostatas galimų kultūros strategijos gairių atžvilgiu. Tyrimo duomenys bus naudojami Klaipėdos kultūros strategijos 2017-2030 atnaujinimui. Tyrimą atliko Klaipėdos universiteto Socialinių pokyčių studijų centras Klaipėdos miesto savivaldybės administracijos užsakyму.

Tyrimas remiasi reprezentatyvia klaipėdiečių apklausa, atlikta 2025 m. balandžio 25 d. – birželio 20 d.. Jos metu savo namuose apklausti 691 respondentas (taikyta kvotinė atranka pagal gyvenamuosius kvartalus), o internetu savo nuomonę pareiškė 548 respondentai. Kultūros sektoriaus ir kultūros vartotojų elgsenos pokyčiams įvertinti pasitelkti 2016 ir 2018 m. panašių apklausų duomenys.

Pagrindinės kultūros vartojimo ir kultūros sektoriaus kaitos tendencijos:

- kultūrinė veikla uostamiesčio gyventojams nėra svarbiausias laisvalaikio prioritetas. Ją nurodė 6,3 proc. apklaustųjų. Lyginant su 2018 m. apklausa, stebimas kultūros vartojimo kaip prioriteto kritimas – iš 4 vietos į 10. Tuo metu kultūrinę veiklą kaip prioritetą nurodė 22,4 proc.
- aktyvesnių kultūros vartotojų segmentas uostamiestyje nėra didelis. Jis sudarytų apie 11.4 proc. visų gyventojų;
- bendrai Klaipėdos miesto kultūrinis gyvenimas ir renginių pasiūla vertinami pozityviai. Dešimties balų skalėje miestiečiai skyrė 7.81 balus;
- 68.7 proc. gyventojų teigia, kad per paskutinius 2 metus jie pastebi teigiamas kultūrinio gyvenimo permainas Klaipėdoje;
- kultūrinių renginių ir paslaugų rinka uostamiestyje yra prisodrinta: 63.2 proc. teigia, kad jų kultūriniai poreikiai yra pilnai patenkinti, 35 proc. – iš dalies patenkinti. Tik 14.9 proc. pasigenda jų skonį ar poreikius atliepančių renginių;
- apie 12,7 proc. miestiečių per paskutinius 12 mėn. iš viso nesilankė nei vienoje miesto kultūros įstaigoje ar vietoje. 10,1 proc. apsilankė tik vienoje, 14,3 proc. – dvejose. Tai rodo, kad trečdalis (37,1 proc.) miestiečių įsitraukimas yra labai pasyvus;
- 3.8 proc. klaipėdiečių per paskutinius 12 mėn. nesilankė nei viename miesto festivalyje ar atviraime renginyje miesto erdvėse. Viename renginyje apsilankė 7,8 proc., dvejuose – 9.4 proc. Labiausiai lankomi renginiai – Jūros šventė (apsilankė – 88 proc.), Šviesų festivalis (61,6 proc.), naujametiniai ir kalėdiniai renginiai (61,2 proc.) ir renginiai susiję su jūra, kaip Laivų paradas, Dangės flotilė, Dangės ralis (53,7proc.). Kokybės požiriu geriausiai įvertinti – Violončelės festivalis (4,76 balai iš 5); folkloro festivalis „Lauksnos“ (4.57), Lietuvos vakarų krašto dainų šventė (4.53);
- ilgalaikėje perspektyvoje stebima bendroji tradicinių miesto renginių ir festivalių auditorijų kritimo tendencija. Auditorijos mažėja ir svarbiausiose kultūros institucijose. Aktyviausi kultūros vartotojai išlieka gimę 1960-1980-taisiais metais. Šios kartos atstovai yra dominuojanti kultūros renginių auditorijos dalis;
- 14,3 proc. miestiečių iš viso neskiria savo biudžeto kultūros reikmėms. 2018 m. tokių buvo 5,6 proc. Tendencijos rodo, kad bendrai Klaipėdos kultūros vartojimo lauke stebima pinigų cirkuliacijos mažėjimo tendencija nei anksčiau;
- klaipėdiečiai kultūros poreikiams gali skirti apie 4-6 proc. savo pajamų, kas vidutiniškai sudaro apie 45-52 eurus per mėn.;
- dėl menko kultūros vartojimo, šiuolaikinis kultūros kūrėjų sektorius yra sunkiai atpažįstamas ir identifikuojamas. Miestiečių įvardintas svarbiausių kūrėjų 20-tukas rodo, kad kūrėjų reitingas per 10 metų nepasikeitė. Tendencija indikuoja, kad klaipėdiečiai nežino savo miesto kultūros kūrėjų, aktyviai veikiančių ir kuriančių dabar. Tai kenkia miesto įvaizdžiui tiek vietos tapatybės stiprinimo požiriu, tiek nacionalinio žinomumo kontekste;
- 90.9 proc. miestiečių palaiko idėją, kad Klaipėdai tikslinga siekti Europos kultūros sostinės titulo 2035 m., o 67.6 proc. tiki, kad miesto kultūros bendruomenės būtų pajėgios įgyvendinti šį sudėtingą kultūros projektą.

# 1. Tyrimo metodologija

## 1.1. Bendrosios charakteristikos

Klaipėdos miesto gyventojų apklausa atlikta 2025 m. balandžio 25 – birželio 20 dienomis. Savo vertinimus ir nuomonę pateikė 1239 respondentai, gyvenantys Klaipėdos m. savivaldybės teritorijoje. Respondentų amžius – 15-97 m.

Apklausa atlikta laikantis ESOMAR (angl. *European Society for Opinion and Marketing Research*) etikos kodekso ir Bendro duomenų apsaugos reglamento principų, užtikrinant duomenų konfidencialumą, reikalavimų.

Pagrindinis apklausos tikslas – išsamus Klaipėdos miesto kultūros lauko ir kultūros vartojimo tyrimas. Svarbiausios temos:

- miestiečių laisvalaikio praleidimo formos;
- miesto kultūros įstaigų, renginių ir masinių švenčių vertinimas;
- kultūrinio gyvenimo mieste suvokimas;
- kultūriniai poreikiai;
- kultūros vartojimas kituose Lietuvos miestuose;
- kultūrinės informacijos sklaidos kanalai;
- kultūros vartojimo biudžetas;
- Klaipėdos kultūrinio gyvenimo simboliai;
- kultūros vartotojų profiliai;
- kultūros projekto „Klaipėda - Europos kultūros sostinė 2035“ palaikymas;
- kultūros sektoriaus ir kultūros vartojimo kaita 2016-2025 m..

Apklausoje derinti du duomenų rinkimo metodai:

- tiesioginis interviu respondento namuose, naudojant planšetinį kompiuterį (CAPI – *computer assisted personal interview*). Klausimynas suprogramuotas *Lime Survey* apklausų platformoje. Tyrimas atliktas lietuvių kalba. Apklausti 691 respondentai;
- apklausa internetu. Klausimynas suprogramuotas *Alchemer* apklausų platformoje. Tyrimas atliktas lietuvių kalba. Atsakymus pateikė 548 respondentai.

## 1.2. Imtis, respondentų atranka ir duomenų rinkimas

### 1.2.1. Apklausa interviu metodu

#### 1.2.1.1. Atranka

Atrenkant respondentus interviu naudoti keli principai: teritorinės kvotos ir atsitiktinė tikimybinė atranka.

**Teritorinės kvotos.** Respondentai interviu atrinkti pagal iš anksto numatytas teritorines (gyvenamųjų kvartalų) kvotas, atsižvelgiant į bendrą tuose gyvenamuosiuose kvartaluose gyvenančiųjų skaičių. Apklausėjams buvo išduotas kiekvieno gyvenamojo rajono žemėlapis, kuriame buvo pažymėta rajono vieta, apklausiamų respondentų skaičius ir jų atrankos principas (žr. 1 pav.).

Klaipėdos senoji dalis: Senamiestio gyvenamasis rajonas (1)



**Kvartalas tarp:** Pilies g.; Danės upė; Jono kalnelis; Galinio pylimo g.

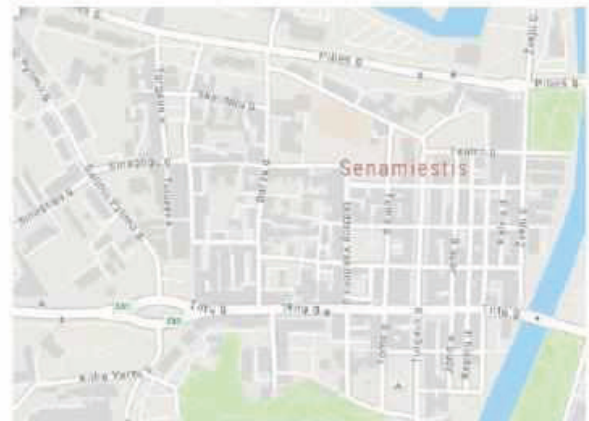
**Respondentų skaičius:** 20

#### Namų ūkio atrankos principai

1. Vienbučiame name apklausti tik po 1 šeimos narį.
2. Vieno ir dviejų aukštų namuose – po 1 respondentą
3. Daugiaaukščiuose namuose – iki 2 respondentų

#### Respondento atranka

Apklaunami vyresni nei 18 metų amžiaus respondentai  
Apklausias tas šeimos ūkio narys, kurio gimtadienis bus greičiausia



### Apklauso lapo pavyzdys

## Respondentų kvotos pagal gyvenamąjį rajoną (N=691)

Senamiestis ir senoji miesto dalis: nuo senojo turgaus iki geležinkelio (n=105)		Pietinė miesto dalis 1: nuo Baltijos pr. iki Statybininkų pr. (n=140)	
Rajonas	N	Rajonas	N
Senamiestis	20	Baltijos	20
Bomelio Vītės	20	Pempininkai	20
Naujamiesčio	20	Debreccenas	20
Rotušės	15	Žvejybos uostas	21
Didžiosios Vītės	15	Poilsio	20
Lietuvininkų	15	Šilutės	20
		Neringos	20
Pietinė miesto dalis 2: nuo Statybininkų p. iki Jūrininkų p. (n=130)		Centrinė miesto dalis: nuo senojo turgaus iki Kauno g. (n=126)	
Rajonas	N	Rajonas	N
Žardininkai	20	Baltikalnė	20
Vingio	20	Kauno	25
Varpų	20	Rumpiškės	20
Laukininkų	20	Joniškės	15
Bandužių	20	Birutės	15
Smeltė	15	Vėtrungės	16
Alksnynės	15	Paupiai ir Bachmano dvaro	15
Šiaurinė miesto dalis 1: nuo geležinkelio iki Turalaukio (n=60)		Šiaurinė miesto dalis 2: nauji kvartalai, Melnragė ir Giruliai (n=60)	
Rajonas	N	Rajonas	N
Mažasis kaimelis; Liepojos	11	Giruliai	10
Luizės	10	Labrencikės; Miško dvaro; Medelyno; Plytinės	15
Pušyno	10	Turalaukis; Šaulių arba Žalioji slėnis	15
Miško kvartalas	15	Šarlotės arba Dragūnų kvartalas	10
Kretingos	15	Pirmoji Melnragė ir Antroji Melnragė	10
Klaipėdos priemiesčiai anapus Palangos plento (n=70)			
Slengiai, Ginduliai, Klemiškės, Mazūriškė	35	Sudmantai, Jakai, Švepeliai, Ketvergiai	35

Kadangi sąlyginai nedidelis apklaustų respondentų skaičius neleidžia sugretinti mažesnių kvartalų tarpusavyje, analizei gyvenamieji kvartalai apjungti į 7 stambesnes teritorines kategorijas, leidžiančias adekvačiau įvertinti nuomonių ir vertinimų skirtumus mieste.

**Namų ūkio atrankos principai.** Vienbučiame, vieno ir dviejų aukštų namuose apklausta po 1 respondentą, daugiaaukščiuose namuose – ne daugiau nei 2 respondentai.

**Respondentų atrankos namų ūkyje metodas.** Iš kiekvieno namų ūkio buvo galima apklausti tik vieną 16 metų ar vyresnį namų ūkio narį. Atrankoje buvo taikoma „paskutinio gimtadienio“ taisyklė, t.y. apklausoje buvo kviečiamas dalyvauti tas namų ūkio narys, kuris gimtadienį šventė paskutinis.

### 1.2.1.2. Duomenų rinkimas

Iš viso aplankyti 3838 namų ūkiai. Apklausoje sutiko dalyvauti tik kas trečias užklaustas gyventojas.

#### Apsilankymų rezultatai

Apsilankymų rezultatai	N	%
Viso aplankyta namų ūkių. Iš jų:	<b>3838</b>	
Kontaktas su namų ūkiu neįvyko. Iš jų:	<b>1882</b>	<b>49,0%</b>
Visiškai jokio kontakto	1835	97,5%
Netinkamas adresas	47	2,5%
Įvyko kontaktas su namų ūkiu. Iš jų:	<b>1956</b>	<b>51,0%</b>
Užbaigtas interviu	691	35,3%
Atrinkto asmens neigiamas atsakymas	166	8,5%
Namų ūkio neigiamas atsakymas (iki respondento parinkimo)	903	46,2%
Atrinktas asmuo šiuo metu negali dalyvauti apklausoje (serga, nėra namuose ir pan.)	26	1,3%
Atrinktas asmuo psichiškai arba fiziškai neįgali dalyvauti apklausoje	25	1,3%
Kalbos barjeras	105	5,4%
Duris atidarė netinkamas asmuo (nepilnametis, ne namų ūkio narys (kaimynas, draugas, giminaitis, auklė ir pan.)	40	2,0%

Atsisakymo dalyvauti apklausoje priežastys	N	%
Neįdomu	412	38,3%
Laiko švaistymas	143	13,3%
Netinkamas laikas (pvz., serga, prižiūri vaikus) ar kitaip užsiėmęs/-usi (pvz., priima svečius)	138	12,8%
Neįsileidžia svetimų į savo namus/bijo juos įsileisti	94	8,7%
Niekada nedalyvauja apklausose	85	7,9%
Nežino pakankamai/nieko tyrimo tema, jam/jai yra sunku atsakyti į klausimus	84	7,8%
Nepasitiki apklausomis	40	3,7%
Pinigų švaistymas	28	2,6%
Pažeidžia jo/jos privatumą AR neteikia asmeninės informacijos	19	1,8%
Nemėgsta tyrimo temos	14	1,3%
Dalyvauti neleidžia partneris/-ė, šeima ar kas kitas	13	1,2%
Bloga ankstesnė patirtis	5	0,5%
Per dažnai dalyvauja apklausose	1	0,1%
Kita	1	0,1%

Vidutinė interviu trukmė 24 minučių. Trumpiausia apklausa – 17 min., ilgiausia – 45 min. Tyrimą vykdė specialų instruktažą praėję 9 apklausėjai iš rinkos ir visuomenės nuomonės apklausų vykdyme besispecializuojančios UAB „Eurotela“.

Duomenis rinkti: 2025.04.25-2025.06.14

Interviu metu naudoti planšetiniai kompiuteriai, tiesiogiai įrašantys atsakymus į suprogramuotą duomenų rinkimo el. platformą (savininkas UAB „Eurotela“).

## **1.2.2. Apklausa internetu**

### **1.2.2.1. Duomenų rinkimas**

Klaipėdos miesto gyventojai kviešti išsakyti savo nuomonę ir internetu, naudojant identišką klausimyną kaip interviu. Duomenų rinkimui naudota apklausų platforma „Alchemer Survey“ (<https://www.alchemer.com/survey/>)

Nuorodos į apklausą buvo platinamos per Klaipėdos m. savivaldybės administracijos naujienų kanalą (<https://www.klaipeda.lt/lt/naujienos/naujienu-prenumerata/kultura/7770/kvieciame-dalyvauti-gyventoju-apklausoje-apie-kulturini-gyvenima-klaipedoje-ir-kulturos-paslaugu-poreiki:6286>), miesto kultūros įstaigų ir seniūnaičių socialinius tinklus. Nuorodą į apklausą viešino ir dienraščio „Atvira Klaipėda.lt“ tinklalapis.

Iš Klaipėdos m. savivaldybės administracijos naujienų puslapio į apklausą tiesiogiai pateko – 88 respondentai. Per nuorodą, kuria pasidalinta socialiniuose tinkluose per „Facebook“, – 511 asmenys. Per kitais būdais platintą nuorodą (pvz., el. paštu ar kitais socialiniais tinklais) – 298 respondentas.

Duomenis internetu rinkti: 2025.05.07-2025.06.20.

### **1.2.2.2. Respondentų atranka**

Iš viso prie apklausos formos buvo prisijungę 897 asmenys, tačiau galutinei analizei atrinkti tik 548 respondentai.

Nepilnai klausimyną užpildė 349 klaipėdiečiai: atsakė tik į dalį klausimų ir ilgainiui nutraukė savo dalyvavimą apklausoje. Kadangi internetinės apklausos pradžioje surinkti vertingi duomenys, į analizę įtraukti ir tik dalinai klausimyną užpildę respondentai. Iš imties pašalinti tie respondentai, kurie atsakė į mažiau nei 5 klausimus.

## Respondentų pasiskirstymas pagal pagrindines socialines–demografines charakteristikas

	Interviu (n=691)		Internetinė apklausa (n=548)	
	N	%	N	%
<b>Lytis</b>				
Vyras	306	44.3	109	19.9
Moteris	385	55.7	439	80.1
<b>Amžiaus grupės</b>				
Gimę iki 1960-ųjų	162	23.4	20	2.6
Permainų karta (1961–1980)	284	41.1	292	37.2
Nepriklausomybės /Tūkstantmečio karta (1981–1995)	175	25.3	202	25.8
Karta Z / Gen Z (1996–2010)	70	10.1	25	3.2
Nenurodė			245	31.3
<b>Išsimokslinimas</b>				
Pradinis, nebaigtas vidurinis, vidurinis	233	33.7	40	7.4
Aukštesnysis / spec. vidurinis	237	34.3	83	15.2
Aukštasis	221	32.0	421	77.4
<b>Pagrindinis užsiėmimas</b>				
Dirbantys	408	59.0	482	61.5
Nedirbantys	283	41.0	53	6.8
Pensininkas	185	26.8	20	2.6
Studentai, moksleiviai	30	4.3	12	1.5
Kita (bedarbiai; dekretinėse ar vaiko priežiūros atostogose)	68	9.8	20	2.6
<b>Gyvenamoji vieta (miesto dalys)</b>				
Senamiestis ir senoji miesto dalis: nuo senojo turgaus iki geležinkelio	105	15.2	126	16.1
Pietinė miesto dalis 1: nuo Baltijos pr. iki Statybininkų pr.	125	18.1	80	10.2
Pietinė miesto dalis 2: nuo Statybininkų pr. iki Jūrininkų pr.	121	17.5	62	7.9
Centrinė miesto dalis: nuo senojo turgaus iki Kauno g.	130	18.8	69	8.8
Šiaurinė miesto dalis 1: nuo geležinkelio iki Tauralaukio	60	8.7	53	6.8
Šiaurinė miesto dalis 2: nauji kvartalai, Melnragė ir Giruliai	60	8.7	30	3.8
Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės	70	10.1	97	12.4
Nenurodė	20	2.9	267	34.1
<b>Pajamų grupės</b>				
iki 600 eurų	132	19.1	41	5.2
600-900 eurų	121	17.5	36	4.6
900-1200 eurų	98	14.2	86	11.0
1200-1500 eurų	77	11.1	106	13.5
1500-1800 eurų	39	5.6	83	10.6
1800-2100 eurų	30	4.3	38	4.8
2100-2400 eurų	13	1.9	33	4.2
2400 eurų ir daugiau	8	1.2	84	10.7
Nenurodė	173	25.0	277	35.3

## 1.3. Duomenų analizė ir interpretacija

### 1.3.1. Bendroji statistinė paklaida

Apibendrinant apklausos duomenis, būtina atkreipti dėmesį į statistines paklaidas. Jos gali būti paskaičiuotos tik duomenims, kurie surinkti interviu metu. Paklaidos svyruoja priklausomai nuo atsakiusiųjų skaičiaus ir siejamos su gyventojų skaičiumi. Jų įvertinimui tikslinga naudoti paklaidų skaičiuoklę: <https://www.macorr.com/sample-size-calculator.htm>

2025 m. pradžioje Klaipėdoje buvo apie 130 tūkst. suaugusių gyventojų (pagal Valstybės duomenų agentūros duomenis), todėl didžiausia paklaida esant 691 imčiai yra  $\pm 3.7\%$ . Pvz., jei apklausos metu 50 proc. respondentų nurodė, kad jie per artimiausius metus neketina išvykti iš Klaipėdos, tai reikėtų, kad statistiškai tokių gyventojų mieste gali būti nuo 46,3 iki 53,7 proc. Teigti, kad tai yra tiesa, statistiniu požiūriu galime tik su 95 proc. tikimybe.

### 1.3.2. Duomenų naudojimas sprendimų priėmimui

Duomenų pagrindu priimant sprendimus ar juos naudojant kaip rodiklius/indikatorius, pirmiausiai reikėtų remtis interviu metu surinkta medžiaga. Tai yra reprezentatyvūs duomenys, leidžiantys su nedidelėmis statistinėmis paklaidomis nusakyti viso miesto gyventojų nuomonės, elgesio ir lūkesčių tendencijas.

Norint įvertinti 2016-2025 m. įvykusius pokyčius, analizėje apklausos duomenis sugretinami su dviem anksčiau atliktų klaipėdiečių apklausomis:

- 2016 m. Klaipėdos m. gyventojų apklausa apie miesto kultūrinį gyvenimą ir gyventojų kultūrinius poreikius (organizavo Klaipėdos universitetas; apklausta 609 respondentų; naudotas interviu metodas; tyrimo ataskaita: <https://www.klaipeda.lt/data/public/uploads/2020/07/file30230.pdf>);
- 2018 m. Klaipėdos m. gyventojų apklausa „Klaipėdos kultūra miestiečių akimis“ (organizavo Klaipėdos universitetas; 680 respondentų apklausta interviu metu; tyrimo ataskaita: <https://www.klaipeda.lt/data/public/uploads/2020/07/2018-m.-klaipedos-kultura-miestieciu-akimis.-ataskaita.-1-dalis.pdf>).

Korektiškam ankstesnių apklausų ir 2025 m. apklausos duomenų palyginimui tikslinga naudoti tik interviu duomenis, kadangi jie surinkti pagal vienodą metodiką ir orientuoti į reprezentatyvumą. Būtent bendra metodika padaro duomenis adekvačiai palyginamus. Interviu padengė didesnę socialinių grupių įvairovę mieste ir geriau nusako apibendrintą klaipėdiečių portretą. Tačiau čia dominuoja mažesnis kultūros vartojimas ir perkamoji galia.

Internetinės apklausos duomenis reikia vertinti atsargiai, kadangi šis duomenų rinkimo metodas mobilizuoja specifines socialines grupes ir negali būti laikomas reprezentatyviu tyrimu. Tokiame tyrime dominuoja turintys aukštąjį išsilavinimą ir 35-45 m. amžiaus moterys. Kitos socialinės grupės yra menkai atstovaujamos / reprezentuojamos. Taip pat toks metodas labiau mobilizuoja kritiškai nusiteikusius gyventojus, kurie apklausą naudoja kaip komunikacinį kanalą išsakyti kritikai. Interviu ir internetinės apklausos duomenų sugretinimas leidžia pamatyti bendresnę nuomonių amplitudę, kuri cirkuliuoja viešojoje erdvėje. Kita vertus, į internetinės apklausos duomenis reikėtų rimtai atsižvelgti, kadangi čia dominuoja tos grupės, kurios yra matomos viešojoje erdvėje ir formuoja viešąją nuomonę, jos yra aktyvesnės kultūros vartojimo požiūriu ir įsitraukusios į kultūros produktų kūrimą, jos turi didesnę perkamąją galią. Todėl jos skonių standartus tikslinga projektuoti į ilgalaikę perspektyvą.

## 2. Kultūros vartotojų profiliai

Tradicinis kultūros vartotojų segmentavimas pagal socialines-demografines kategorijas nėra labai parankus kultūros produktų rinkodarai, auditorijų ir jų dinamikos įvertinimui. Nuo 2000-ųjų vis dažniau pasitelkiami kultūros vartotojų profiliai, sudaromi atsižvelgiant į konkrečią elgseną ar nuostatas, lemiančias kultūros vartotojų apsisprendimus. Žemiau išskirti tipažai naudojami tolimesnėje analizėje.

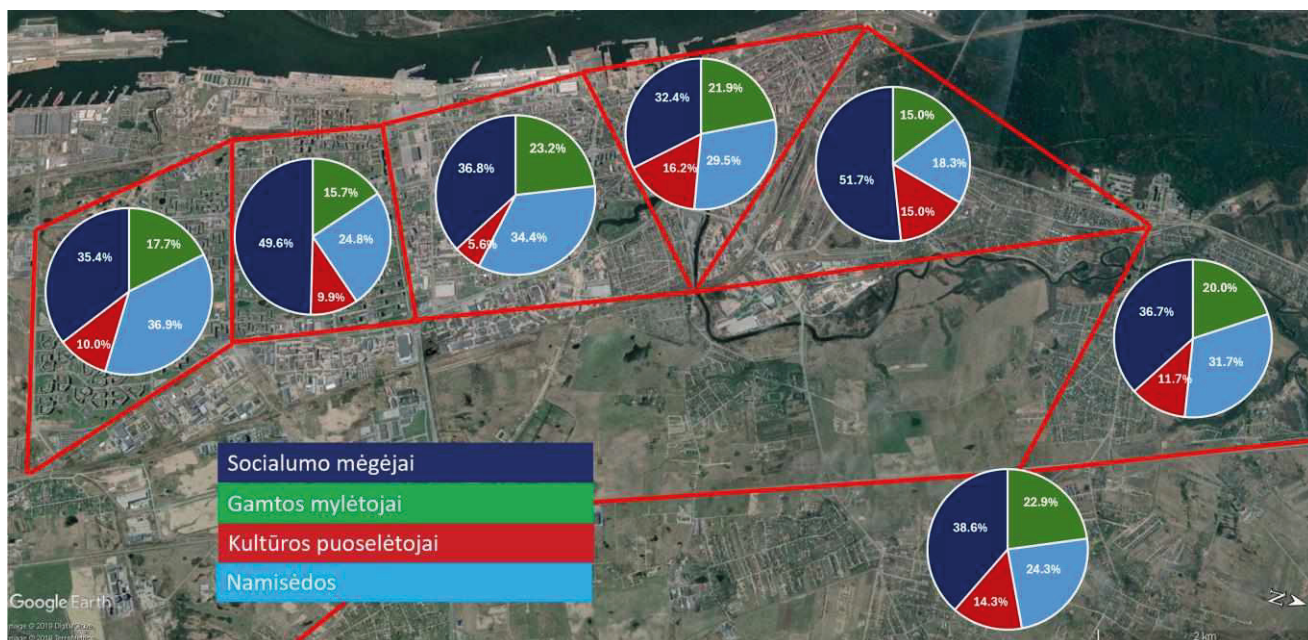
Klaipėdiečių kaip kultūros vartotojų profilių sudarymui pasitelkti trys metodologiniai sprendimai, leidžiantys išskirti po 3-4 stambias vartotojų grupes:

- profiliavimas pagal dominuojančias laisvalaikio formas, leidžiančias išskirti kultūrinei veiklai teikiančią grupę ir tuos, kurių kasdiniame gyvenime tai yra antraeiliai dalykai. Šios kategorijos labiau saistomos su gyvenimo būdo ypatumais ir pomėgiais;
- profiliavimas pagal kultūrinių pomėgių spektro aprėptį, kiek siauras ir specializuotas yra kultūros produktų pasirinkimas ir kiek jis yra platus;
- profiliavimas atsižvelgiant į tai, kokias kultūros formas labiau vertina – profesionalaus meno ir elitinės kultūros produktus ar trumpalaikę ir mažavertę popkultūrą. Čia svarbi yra bendroji kultūros produktų vertės hierarchija ir jų ilgalaikiškumas. Šių grupių išskyrimas tradiciškai siejamas su išsilavinimu ir pajamų dydžiais, lemiančiais kultūros vartotojų estetinį skonį ir jo nulemtus pasirinkimus.

### 2.1. Gyvenimo būdo tipologija

Tipas	Respondentų % dalis		Pagrindiniai bruožai
	Interviu duomenys (n=691)	Internetinė apklausa (n=784)	
<b>Gamtos mylėtojai</b>	19.2	14.0	Laisvu laiku dažniausiai eina pasivaikščioti į gamtą, skiria laiko savo šeimai ir vaikams; labiau mėgsta kiną ir simpatizuoja fotografijai
<b>Namisėdos</b>	29.7	27.0	Turėdami laisvo laiko dažniausiai nieko neveikia, laiką praleidžia namuose arba uždarame šeimos rate, dažniau naudojasi socialiniais tinklais; jiems mažiau patinka šiuolaikinis menas ir šokis, bet teikia pirmenybę kino filmų žiūrėjimui.
<b>Kultūros puoselėtojai</b>	11.4	33.4	Laisvalaikį sieja su renginių lankymu, knygų skaitymu ir dalyvavimu įvairiuose edukaciniuose užsiėmimuose; labiau domisi literatūra ir teatru;
<b>Socialumo mėgėjai</b>	39.7	25.5	Dažniausiai laisvalaikį leidžia su savo draugais, mėgsta pramogas ir lankosi baruose, sportuoja, užsiima hobiu; mėgsta klausytis muzikos ir lankytis kine

**Metodologinis grupių išskyrimo sprendimas.** Grupės buvo išskirtos pasitelkiant 11 laisvalaikio formų, iš kurių buvo galima pasirinkti tik 2 svarbiausias, ir atlikus dviejų pakopų klasterinę analizę (*TwoStep Cluster Analysis*). Tipologija išskiria dominuojančias elgesio tendencijas, kurios neeliminuoja kitiems tipams būdingos elgsenos. Pvz., namisėdos nors dažniau laiko praleidžia nieko neveikdami, jie kartais nueina į kultūros renginius ar išeina pasivaikščioti į gamtą, skaito knygas, jų išlaidos kultūros reikmėms tik 5 eurai skiriasi nuo tų, kuriems kultūrinė veikla yra prioritetas.



2.1. pav. Socialinių grupių pagal gyvenimo būdą pasiskirstymas mieste (% dalis apklaustųjų pažymėtuose kvartaluose; n=691; proc. dalis; interviu metodas)

## 2.2. Kultūros vartojimo spektro tipologija

Tipas	Respondentų % dalis		Pagrindiniai bruožai
	Interviu duomenys (n=691)	Internetinė apklausa (n=554)	
Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai	45.1	17.7	Vidutiniškai mėgsta tik vieną literatūrinį žanrą, 2 muzikos stilius; 2 kino filmų žanrus; jų išlaidos kultūros reikmėms nesiekia 40 eurų;
Vidutinio pomėgių spektro vartotojai	35.5	31.2	Vidutiniškai mėgsta 2-3 literatūrinius žanrus, 3-4 muzikos stilius; 3-5 kino filmų žanrus; vidutiniškai kultūros reikmėms išleidžiama apie 55 eurus per mėnesį.
Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)	19.4	51.1	Vidutiniškai mėgsta 4 ir daugiau literatūrinius žanrų, daugiau nei 5 muzikos stilius; daugiau nei 6 kino filmų žanrus; išleidžia vidutiniškai kultūros reikmėms išleidžia apie 70 eurų per mėnesį.

**Metodologinis grupių išskyrimo sprendimas.** Grupės buvo išskirtos atsižvelgiant į tai, kokią literatūrinių (respondentams siūlyta pasirinkti iš sąrašo su 13 pozicijų), muzikinių (sąrašas su 16 pozicijų) ir kino filmų (sąrašas su 17 pozicijų) žanrų įvairovę mėgsta respondentai. Pirmiausiai buvo įvertinta mėgstamų žanrų apimtis kiekvienoje kategorijoje (literatūros, muzikos ir kino filmų), kiek jų pažymėjo respondentas. Antras žingsnis, duomenys buvo normalizuoti, kadangi išvardintų žanrų sąrašo ilgai skyrėsi kiekvienoje kategorijoje. Trečias žingsnis, iš trijų normalizuotų rodiklių išvestas vienas indikatorius. Ketvirtas žingsnis, atliktas grupavimas NTILES(3) į tris stambias grupes.

### 2.3. Kultūrinio skonio tipologija

Tipas	Respondentų dalis		Pagrindiniai bruožai
	Interviu duomenys (n=691)	Internetinė apklausa (n=523)	
<b>Trumpalaikės popkultūros vartotojai</b>	42.8	32.3	Mėgsta detektyvus, meilės istorijas ir fantastikos knygas; dažnai žiūri komedijas, siaubo, <i>fantasy</i> , fantastinius ir nuotykių filmus; labiau teikia pirmenybę filmų žiūrėjimui nei literatūrai; mėgsta popmuziką ir roką.
<b>Populiarių kultūros formų mėgėjai</b>	31.3	41.5	Mėgsta kelionių literatūrą, dažnai skaito istorinius romanus, biografijas ir knygas apie sveikatą; dažniau žiūri detektyvus, miuziklus, dramas ir romantiškus filmus; dažniau klausosi džiaz, renkasi liaudies muziką.
<b>Profesionalaus meno ir elitinės kultūros mėgėjai</b>	22.6	26.2	Vertina poeziją, dažniau skaito mokslines, filosofines ir klasikinės literatūros knygas; mėgsta žiūrėti dokumentinius, nepriklausomų kūrėjų filmus, kurie nepasiduoda žanro apibūdinimams; dažnai klausosi klasikinės, religinio pobūdžio ir mažiau žinomų žanrų muzikos. Vietoj kino jie dažniau renkasi skaityti knygas.

**Metodologinis grupių išskyrimo sprendimas.** Grupės buvo išskirtos atsižvelgiant į tai, kokią literatūrinių, muzikinių ir kino filmų žanrų įvairovę mėgsta respondentai. Pirmiausiai buvo įvertinta mėgstamų žanrų apimtis kiekvienoje kategorijoje (literatūros, muzikos ir kino filmų), kiek jų pažymėjo respondentas. Antras žingsnis, kiekvienas žanras priskirtas vienai iš 3 kategorijų – popkultūra, vidutinės vertės kultūros produktas, aukštos meninės vertės žanras. Trečias žingsnis, trijose kategorijose išskirta tai, kokios vertės žanrai dominuoja. Ketvirtas žingsnis, iš trijų rodiklių išvestas dominuojantis kultūrinės vertės indikatorius.

### 3. Kultūrinė veikla kaip laisvalaikio prioritetas

Pagrindinis laisvalaikio prioritetas, kurį dažniausiai nurodo klaipėdiečiai, yra būvimas gamtoje. Šį laisvalaikio praleidimo būdą paminėjo 36,6 proc. apklaustųjų (internetinė apklausa – 26,8 proc.). Antroje vietoje yra laisvo laiko leidimas su vaikais ir šeima, paminėjo 29,6 proc. (internetinė apklausa – 29,2 proc.).

Kultūrinė veikla (suvokiama labai plačiai) kaip laisvalaikio prioritetas tarp kitų galimų laisvo laiko praleidimo būdų yra tik 10 vietoje. Ją nurodė 6,3 proc. apklaustųjų (internetinėje apklausoje ji yra 3 vietoje kaip prioritetas, tą nurodė 26,6 proc. dalyvavusių internetinėje apklausoje).

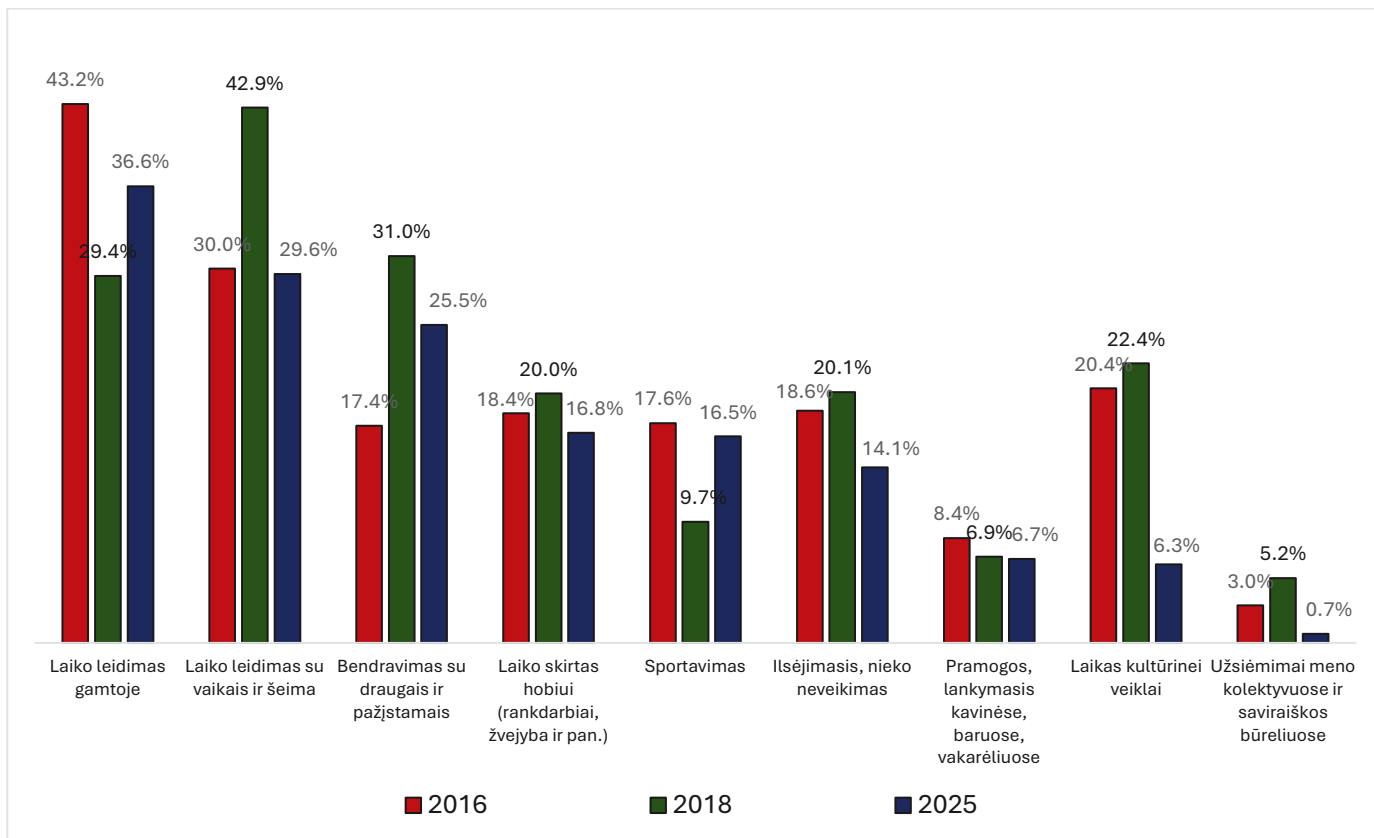


#### 3.1. pav. Klaipėdiečių laisvalaikio prioritetai: kuo dažniausiai užsiima respondentai, kai turi laisvo laiko (n=691; buvo galima nurodyti tik 2 prioritetus)

Dažniau kultūrinę veiklą kaip prioritetą nurodo:

- pensinio amžiaus respondentai;
- studentai;
- disponuojantys didesnėmis pajamomis respondentai;
- gyvenantys senamiestyje ir senojoje miesto dalyje (nuo Dangės iki geležinkelio), šiauriniuose uostamiesčio kvartaluose ir priemiesčiuose;
- profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai;
- tie miestiečiai, kurie turi platų kultūrinių pomėgių spektrą ir gali būti laikomi „kultūriniais visaėdžiais“.

Kultūrinę veiklą kaip prioritetą pasirenkantys respondentai gan dažnai savo laisvą laiką leidžia laiką ir gamtoje (34.9 proc. tų, kurie dažniausiai laisvalaikiui renkasi kultūrinę veiklą) bei skaito knygas (16,3 proc.). Socialinių tinklų naršymas kaip laisvalaikio būdas jiems yra svetimas; labai maža dalis užsiima hobiais (tik 2,3 proc.).



**3.2. pav. Klaipėdiečių laisvalaikio struktūros dinamika 2016-2025 m. (kokia dalis respondentų paminėjo, kuo jie dažniausiai užsiima laisvu laiku; galima buvo rinktis ne daugiau kaip 2 atsakymus; respondentų % dalis; 2016 m. n= 608; 2018 m. n=680; 2025 m. n=691)**

*Pastaba. Į grafiką neįtrauktos tokios veiklos kaip laiko leidimas socialiniuose tinkluose ir knygų skaitymas, kadangi jų nebuvo 2016 ir 2018 m. klausimų formuluoţėse.*

Lyginant 2025 m. duomenis su 2018 m., stebimas kultūros vartojimo kaip laisvalaikio prioriteto mažėjimas: ji bendroje laisvalaikio prioritetų struktūroje krenta iš 4 vietos į 10. 2018 m. kultūrinę veiklą kaip dažniausiai pasirenkamą laisvo laiko leidimą nurodė 22,4 proc. (2016 m. kultūrinė veikla kaip prioritetas buvo 3 vietoje. Šį laisvalaikio praleidimo būdą rinkdavosi kas penktas klaipėdietis).

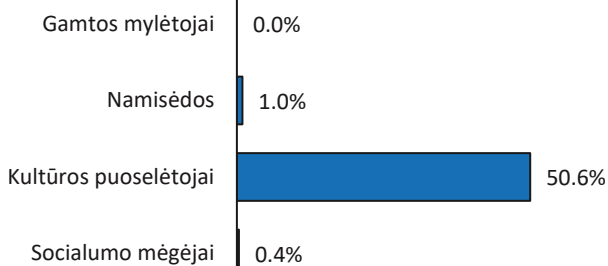
Kultūros kaip prioriteto kritimas ilgalaikėje perspektyvoje turėtų būti aiškinamas dviem tendencijomis:

- kultūrinė veikla galimai praranda savo simbolinę vertę kitų laisvalaikio formų atžvilgiu dėl kultūrinių produktų ir paslaugų rinkos prisodrinimo. Miesto kultūros renginiai ir jų įvairovė, atliepanti skirtingus skonius, nebelaikomi „deficitu“, kaip 2016 m., todėl simbolinė vertė perkeliama į kitas laisvalaikio praleidimo formas. Rinkos prisodrinimui didelę įtaką padarė uostamiesčio kultūros lauko mobilizacija „Europos kultūros sostinė 2022“ projektui (2016 m.) ir „Lietuvos kultūros sostinė“ projekto įgyvendinimui (2017 m.).
- globalių ir vietos kultūros produktų skaitmeninimas, ypač suaktyvėjęs COVID apribojimų laikotarpiu, ir jų didesnis prieinamumas *on-line*.

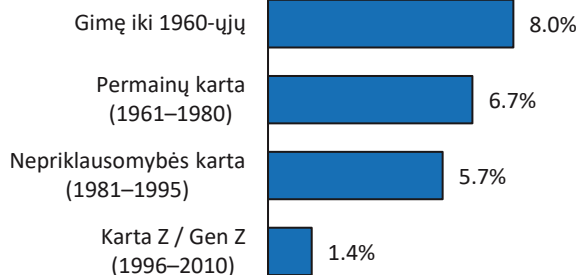
Kiti 2016-2025 m. svarbesni laisvalaikio struktūros pokyčiai yra tai, kad auga dalis tų, kurie pirmenybę teikia bendravimui su draugais ir pažįstamais. Šis laisvo laiko leidimo būdas kyla iš 5 vietos į 3-čiąją (augimas yra daugiau nei 8 proc.). Taip pat išauga socialinių tinklų reikšmė kasdieniame gyvenime. Toks augimas pirmiausiai turėtų būti siejamas su COVID laikotarpio taikytais ribojimais, kurie sustiprino gyvo bendravimo poreikį, bet sykiu išplėtė ir socialinių tinklų vartojimą. Kita priežastis gali būti susijusi su demografiniais pokyčiais, t.y. Nepriklausomybės (*millennials*) ir Z-kartų, kurios labiau nei kitos kartos vertina socialinę komunikaciją su bendraamžiais, tapsmu suaugusiais. Šių kartų atstovų dalis palengva auga ir įsitvirtina bendroje suaugusių gyventojų struktūroje ir sykiu atsineša savo dominuojančias laisvalaikio formas.

## Kokia dalis klaipėdiečių savo laisvalaikį dažniausiai skiria kultūrinei veiklai? (nurodžiusių dalis proc. konkrečiose socialinėse-demografinėse grupėse; interviu duomenys)

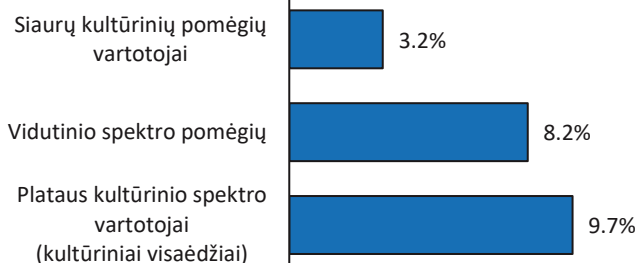
### Vartotojų profiliai



### Vartotojų kartos



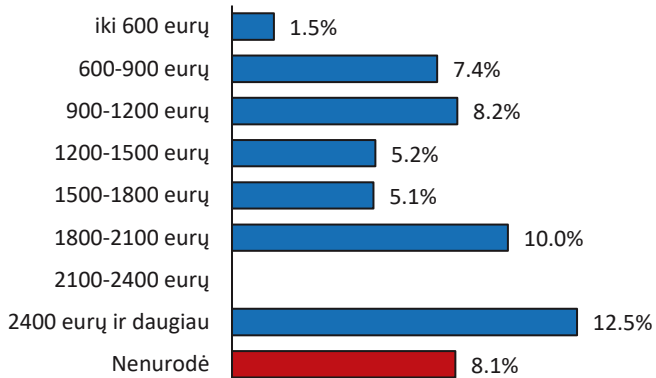
### Vartotojai pagal kultūros vartojimo aprėptį



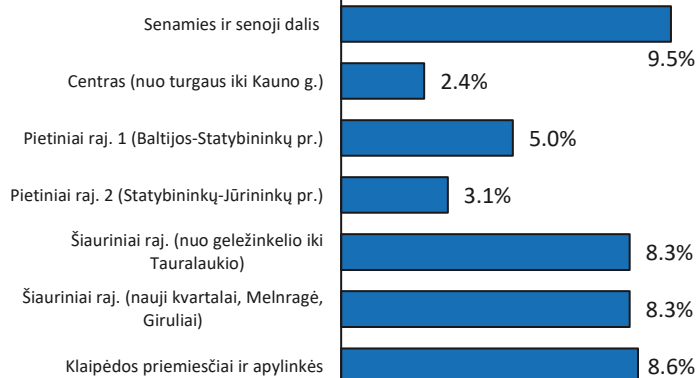
### Vartotojai pagal kultūrinį skonį



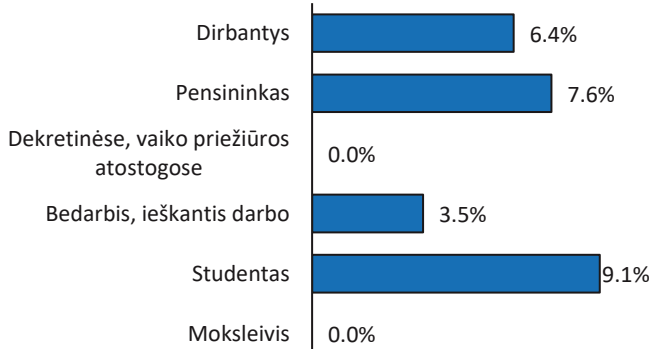
### Vartotojai pagal pajamų grupes



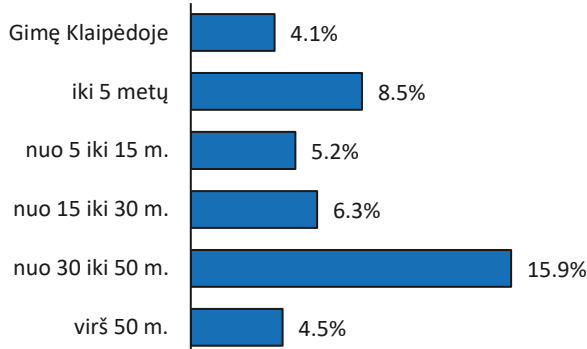
### Gyvenamoji vieta



### Darbinis statusas



### Gyvenimo Klaipėdoje trukmė



## 4. Bendras Klaipėdos kultūrinio gyvenimo vertinimas

Bendrai kultūrinis gyvenimas ir kultūrinių veiklų pasiūla Klaipėdoje 10 balų skalėje įvertinti 7,81 balu (internetinėje apklausoje išsakyta ryškesnė kritika – 6,66 balo). Tai yra gan pozityvus ir nuosaikus vertinimas. Tik 2,7 proc. respondentų skyrė žemesnį balą nei 5, o 64,4 proc. įvertino Klaipėdos kultūrinį gyvenimą 8 arba aukštesniais balais.



### 4.1. pav. Klaipėdos kultūros sektoriaus ir kultūrinių veiklų pasiūlos vertinimas 10 balų (n=691; vidurkiai skirtingose socialinėse demografinėse grupėse)

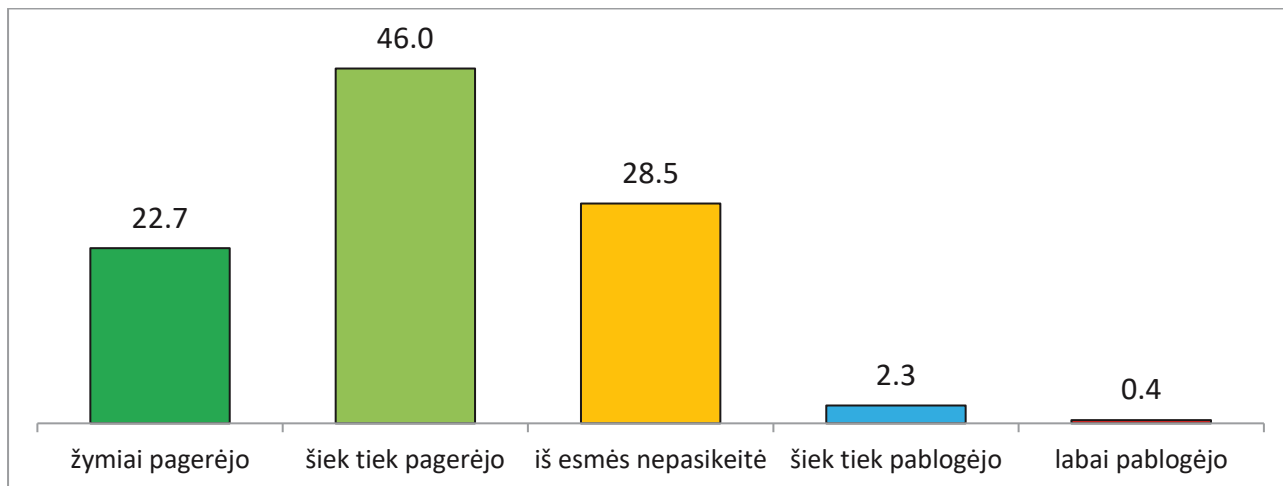
Situacijos vertinimas labai stipriai priklauso nuo kultūros vartojimo. Kuo labiau įsitraukę yra klaipėdiečiai, tuo ryškesnis polinkis išsakyti pozityvius vertinimus. Ir atvirkščiai, kuo mažesnis įsitraukimas, tuo dažniau išsakoma skeptiška nuomonė apie kultūros sektorių. Klaipėdiečių vertinimuose šie skirtumai yra minimalūs, tačiau galima išskirti kelias socialines demografines grupes, kurios savo vertinimuose labiau linksta į vieną ar kitą pusę. Krištiškiau kultūros sektoriaus situaciją vertina šios socialinės demografinės grupės:

- savo laisvalaikį labiau siejantys su būvimu gamtoje;
- Nepriklausomybės kartos ir Z-kartos respondentai;
- disponuojantys didelėmis pajamomis;
- gyvenantys pietiniuose uostamiesčio kvartaluose;
- trumpalaikės popkultūros mėgėjai;
- tie miestiečiai, kurie turi labai siaurą kultūrinių pomėgių spektrą;
- moksleiviai.

Pozityvesnės nuostatos būdingos:

- respondentams, siejantiems savo laisvalaikį su įvairiomis kultūrinėmis veiklomis;
- gimusiems 1960-1980 m., t.y. tiems, kurie turi nusistovėjusias kultūrinės preferencijas;
- populiarių kultūros formų mėgėjams, kurie mažiau linkę žavėtis popsu ar nelabai supranta šiuolaikinio profesionalaus meno formų;
- gyvenantiems šiauriniuose kvartaluose (tarp geležinkelio ir Tauralaukio) bei miesto centrinėje dalyje (tarp senojo turgaus ir Kauno g.);
- studentijai.

Optimistiškai Klaipėdos kultūrinio sektoriaus pokyčius vertinančių ir teigiančių, kad per paskutinius 2 metus kultūrinis gyvenimas Klaipėdoje pagerėjo, yra 68.7 proc. (internetinėje apklausoje šiek tiek mažiau - 59,5 proc.). Pesimistiškai vertinančių, kad kultūrinis gyvenimas pablogėjo – 2,7 proc. (internetinėje apklausoje – 11,1 proc.).



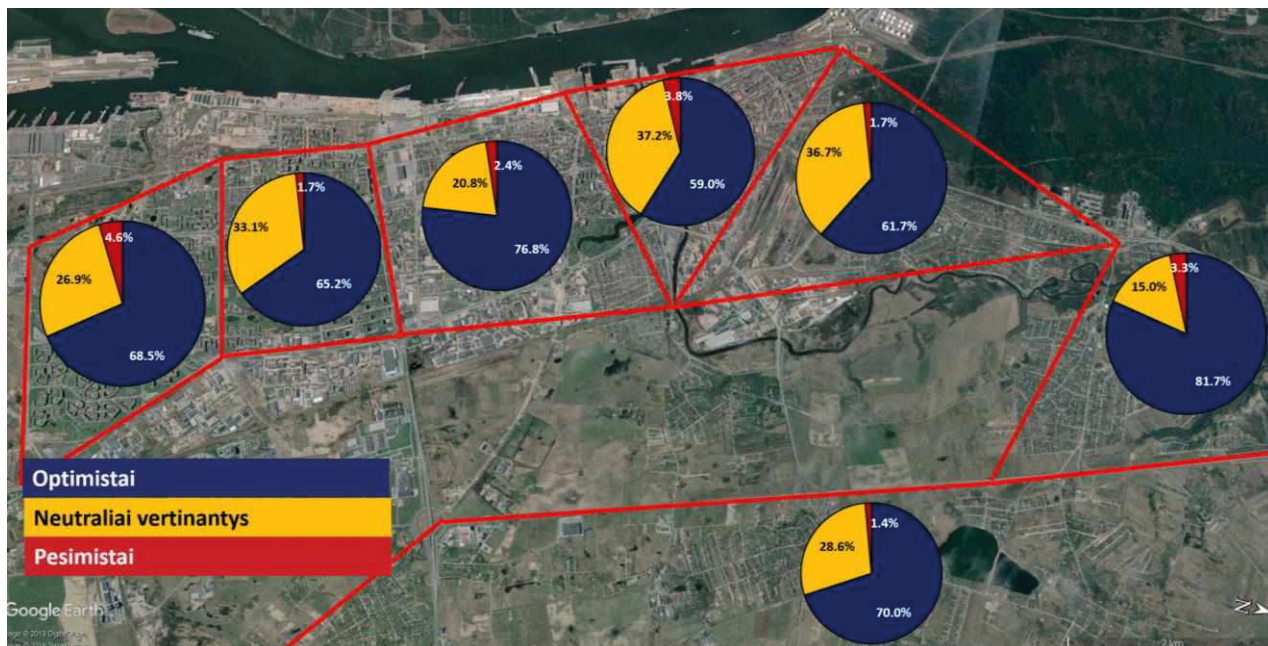
**4.2. pav. Kaip, klaipėdiečių nuomone, pasikeitė kultūrinis gyvenimas ir kultūrinių renginių pasiūla Klaipėdoje per paskutinius 2 metus (n=691; proc. dalis; interviu metodas)**

Optimistinės nuostatos labiau būdingos:

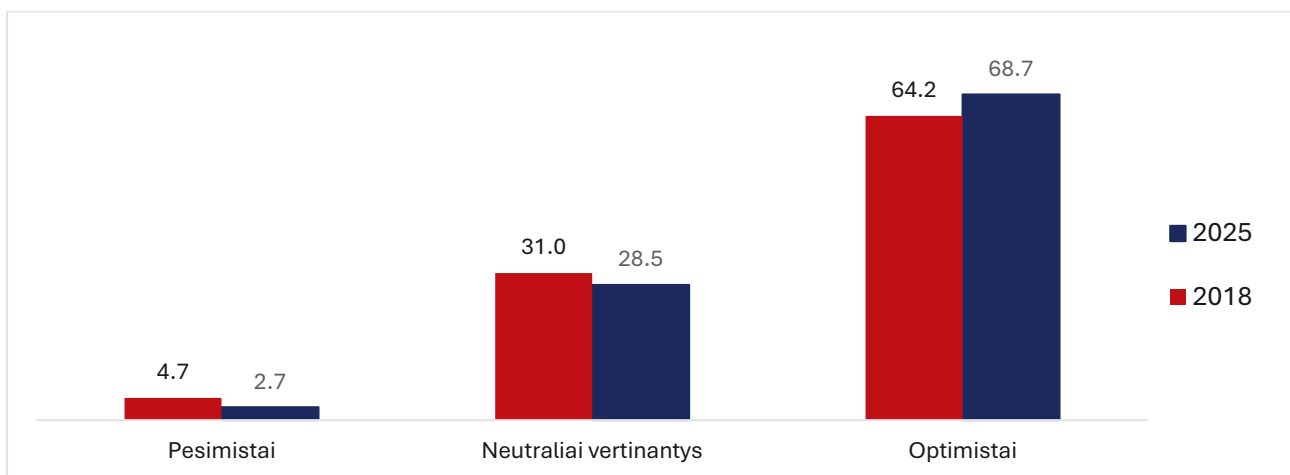
- atvykusiems į uostamiestį ir čia pragyvenusiems 5-15 metų;
- Melnragės, Girulių ir naujų šiaurinės miesto dalies kvartalų gyventojams;
- vidutinių pajamų grupėje 1500-2400 eurų;
- populiarių kultūros formų mėgėjams;
- gimusiems 1960-1980 m.

Nors bendrai pesimistinis vertinimas yra ypatingai retas, kritišką nuostatą dažniau atrasime tarp:

- dirbančių kultūros sektoriuje (pesimistų šioje grupėje yra 13 proc.);
- teikiančių laisvalaikio prioritetą kultūrai (13,7 proc.);
- pensinio amžiaus gyventojų (3.7 proc.);
- gyvenančių pietinėje miesto dalyje tarp Statybininkų ir Jūrininkų prospektų (4.6 proc.);
- didelių pajamų grupėje (12,5 proc. šioje grupėje matė situaciją kaip blogėjančią);
- trumpalaikės popkultūros mėgėjų (4.1 proc.).



4.3. pav. Optimistiškai ir pesimistiškai vertinantys Klaipėdos kultūros sektoriaus pokyčius per paskutinius 2 metus (% dalis miesto kvartaluose; n=691; proc. dalis; interviu metodas)



4.4. pav. Optimistiškai ir pesimistiškai vertinantys Klaipėdos kultūros sektoriaus pokyčius per paskutinius 2 metus (% dalis; 2018 m. n=680; 2025 m. n=691; proc. dalis; interviu metodas)

Lyginant 2018 ir 2025 m. apklausų duomenis, stebima visuomenės nuomonės stabilizacija – nežymiai auga optimistų skaičius ir mažėja pesimistiškai bei neutraliai vertinančių žmonių dalis.

# Klaipėdos kultūrinio gyvenimo ir kultūrinių veiklų pasiūlos vertinimas

(vertinimo vidurkis 10 balų skalėje socialinėse-demografinėse grupėse; interviu duomenys)

Vartotojų profiliai	Vartotojų kartos
<p>Gamtos mylėtojai 7.63</p> <p>Namisėdos 7.85</p> <p>Kultūros puoselėtojai 7.87</p> <p>Socialumo mėgėjai 7.84</p>	<p>Gimę iki 1960-ųjų 7.84</p> <p>Permainų karta (1961–1980) 7.91</p> <p>Nepriklausomybės karta (1981–1995) 7.67</p> <p>Karta Z / Gen Z (1996–2010) 7.67</p>
Vartotojai pagal kultūros vartojimo aprėptį	Vartotojai pagal kultūrinį skonį
<p>Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai 7.71</p> <p>Vidutinio spektro pomėgių 7.89</p> <p>Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai) 7.88</p>	<p>Trumpalaikės popkultūros vartotojai 7.58</p> <p>Populiarių kultūros formų mėgėjai 8.10</p> <p>Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai 7.85</p>
Vartotojai pagal pajamų grupes	Gyvenamoji vieta
<p>iki 600 eurų 7.57</p> <p>600-900 eurų 7.83</p> <p>900-1200 eurų 7.78</p> <p>1200-1500 eurų 7.74</p> <p>1500-1800 eurų 7.90</p> <p>1800-2100 eurų 7.83</p> <p>2100-2400 eurų 7.69</p> <p>2400 eurų ir daugiau 6.75</p> <p>Nenurodė 8.06</p>	<p>Senamies ir senoji dalis 7.82</p> <p>Centras (nuo turgaus iki Kauno g.) 8.18</p> <p>Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.) 7.53</p> <p>Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.) 7.08</p> <p>Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio) 8.75</p> <p>Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai) 7.88</p> <p>Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės 8.09</p>
Darbinis statusas	Gyvenimo Klaipėdoje trukmė
<p>Dirbantys 7.87</p> <p>Pensininkas 7.78</p> <p>Dekretinėse, vaiko priežiūros... 7.91</p> <p>Bedarbis, ieškantis darbo 7.61</p> <p>Studentas 7.91</p> <p>Moksleivis 7.21</p>	<p>Gimę Klaipėdoje 7.84</p> <p>iki 5 metų 7.86</p> <p>nuo 5 iki 15 m. 7.86</p> <p>nuo 15 iki 30 m. 7.77</p> <p>nuo 30 iki 50 m. 7.94</p> <p>virš 50 m. 7.41</p>

# Optimistiškai vertinantys Klaipėdos kultūros sektoriaus ir renginių pasiūlos pokyčius per paskutinius 2 metus

(% dalis socialinėse-demografinėse grupėse; interviu duomenys)

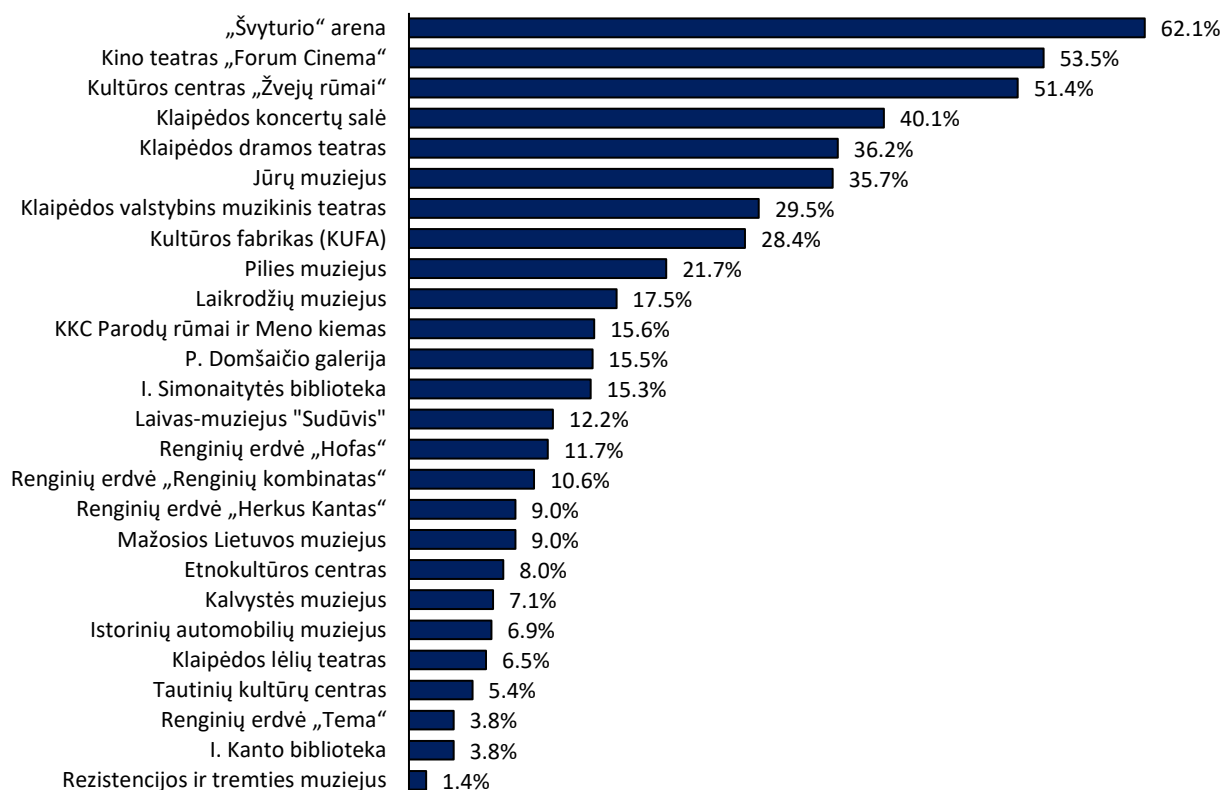
Vartotojų profiliai	Vartotojų kartos
<p>Gamtos mylėtojai 70.0%</p> <p>Namisėdos 65.4%</p> <p>Kultūros puoselėtojai 77.2%</p> <p>Socialumo mėgėjai 68.3%</p>	<p>Gimę iki 1960-ųjų 69.1%</p> <p>Permainų karta (1961–1980) 73.2%</p> <p>Nepriklausomybės karta (1981–1995) 63.4%</p> <p>Karta Z / Gen Z (1996–2010) 62.9%</p>
Vartotojai pagal kultūros vartojimo aprėptį	Vartotojai pagal kultūrinį skonį
<p>Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai 61.9%</p> <p>Vidutinio spektro pomėgių 72.7%</p> <p>Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai) 77.6%</p>	<p>Trumpalaikės popkultūros vartotojai 62.5%</p> <p>Populiarių kultūros formų mėgėjai 75.0%</p> <p>Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai 72.4%</p>
Vartotojai pagal pajamų grupes	Gyvenamoji vieta
<p>iki 600 eurų 69.7%</p> <p>600-900 eurų 73.6%</p> <p>900-1200 eurų 75.5%</p> <p>1200-1500 eurų 64.9%</p> <p>1500-1800 eurų 87.2%</p> <p>1800-2100 eurų 80.0%</p> <p>2100-2400 eurų 84.6%</p> <p>2400 eurų ir daugiau 37.5%</p> <p>Nenurodė 56.6%</p>	<p>Senamies ir senoji dalis 59.0%</p> <p>Centras (nuo turgaus iki Kauno g.) 76.8%</p> <p>Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.) 65.3%</p> <p>Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.) 68.5%</p> <p>Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio) 61.7%</p> <p>Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai) 81.7%</p> <p>Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės 70.0%</p>
Darbinis statusas	Gyvenimo Klaipėdoje trukmė
<p>Dirbantys 69.4%</p> <p>Pensininkas 68.6%</p> <p>Dekretinėse, vaiko priežiūros atostogose 63.6%</p> <p>Bedarbis, ieškantis darbo 68.4%</p> <p>Studentas 54.5%</p> <p>Moksleivis 68.4%</p>	<p>Gimę Klaipėdoje 68.5%</p> <p>iki 5 metų 71.2%</p> <p>nuo 5 iki 15 m. 74.1%</p> <p>nuo 15 iki 30 m. 64.1%</p> <p>nuo 30 iki 50 m. 73.2%</p> <p>virš 50 m. 62.1%</p>

## 5. Miesto kultūros įstaigos

Klaipėdiečiams kultūros paslaugos ir produktai didžia dalimi pasiūlomi per skirtingos paskirties bei pavaldumo kultūros institucijas – kultūros centrai, koncertų ir teatrų salės, bibliotekos, muziejai. Uostamiestyje kultūros įstaigų sistema yra nusistovėjusi per du dešimtmečius ir išlieka gana stabili, nors greta valstybės ir savivaldybės išlaikomų biudžetinių organizacijų atsiranda ir privačios kultūrinių erdvių iniciatyvos kaip „Herkus Kantas“, „Hofas“, „Tema“, Malūno loftas“ ar „Renginių kombinatas“. Taip pat mieste atsirado ir du nauji bei ryškūs muziejai – laivas-muziejus „Sūduvis“ ir Istorinių automobilių muziejus.

### 5.1. 2025 m. auditorijos ir jų vertinimai

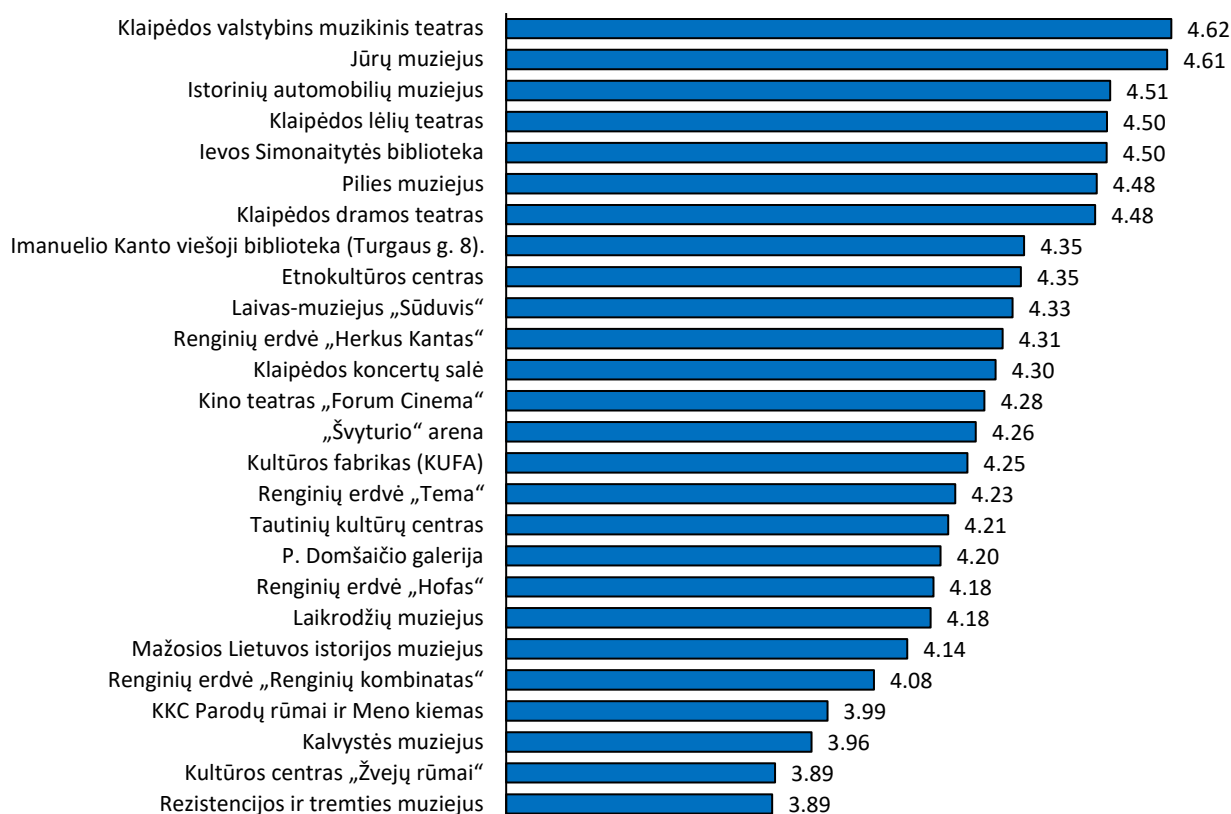
Apie 12,7 proc. miestiečių per paskutinius 12 mėn. iš viso nesilankė nei vienoje miesto kultūros įstaigoje ar vietoje. 10,1 proc. apsilankė tik vienoje, 14,3 proc. – dvejose. Tai rodo, kad trečdalis (37,1 proc.) miestiečių įsitraukimas į kultūros vartojimą mieste yra gana pasyvus.



5.1. pav. Kokia dalis gyventojų apsilankė Klaipėdos miesto kultūros įstaigose ar erdvėse per paskutinius 12 mėn. (% dalis; n=691; proc. dalis; interviu metodu)

Didžioji dalis miestiečių yra apsilankiusi „Švyturio“ arenoje (62,1 proc.); kino teatre „Forum Cinema“ (53,5 proc.) ir kultūros centre „Žvejų rūmai“ (51,4 proc.). Mažiausiai – Tautinių kultūrų centre (5,4 proc.), renginių erdvė „Tema“ (3,8 proc.), I. Kanto bibliotekos centrinis skyrius (3,8 proc.) ir Rezistencijos ir tremties muziejus (1,4 proc.).

Miesto muziejuose iš viso apsilankė kas antras klaipėdietis (50,4 proc.), o bibliotekose – kas ketvirtas (26,8 proc.).



**5.2. pav. Klaipėdos miesto kultūros įstaigų, muziejų ir bibliotekų teikiamų paslaugų vertinimas (vidurkis 5 balų skalėje, kur „1=labai blogai“ ir „5=labai gerai“; visų apsilankiusių konkrečioje įstaigoje vertinimas, išsakytas interviu metu ir pasisakius internetu)**

Geriausiai iš visų kultūros vietų vertinamas Klaipėdos valstybinis muzikinis teatras, Lietuvos jūrų muziejus ir 2024 m. pabaigoje įkurtas Istorinių automobilių muziejus. Miestiečių vertinimuose pastebima tendencija, kad bendrai pozityviau vertinami labiau specializuoti ir mažesni kultūros centrai (kaip Lėlių teatras ar Etnokultūros centras) nei daugiavertės vietos su plačiu repertuaru ir renginių žanrų įvairove (kaip „Žvejų rūmai“, „Kultūros fabrikas“ ar „Švyturio arena“). Taip pat labai gerai lankytojai atsiliepia ir apie miesto bibliotekas, kurios pagal vertinimus lenkia daugelį kitų garsių ir reikšmingų kultūros vietų.

## 5.2. Kultūros lauko pokyčiai 2016-2025 m.

Siekiant įvertinti, kaip pasikeitė kultūros institucijų laukas nuo 2016 m., būtina atsižvelgti į kelis reikšmingus veiksnius. Pirma, atsirado ir įsitvirtino naujos kultūrinės erdvės (privačios iniciatyvos kaip „Herkus Kantas“, „Hofas“, „Tema“, „Renginių kombinatas“) bei muziejai (kaip laivas-muziejus „Sūduvis“ ir Istorinių automobilių muziejus). Antra, įvyko didelė Klaipėdos valstybinio muzikinio teatro rekonstrukcija. Trečia, daugelyje dalyje savivaldybės ir valstybės finansuojamų įstaigų pasikeitė vadovai, kurie atsineša ir kitokį repertuarą. Svarbiausi vadovų pokyčiai įvyko Muzikiniame teatre, I. Simonaitytės ir I. Kanto bibliotekose, Klaipėdos koncertų salėje, P. Domšaičio galerijoje, Kultūros komunikacijų centre. Ketvirta, naujai atsiradusios institucijos visada pritraukia daugiau dėmesio ir sulaukia pozityvių vertinimų, kas ilgalaikėje perspektyvoje dažnai veda prie auditorijų stabilizavimosi ir infrastruktūros nusidėvėjimo.

Svarbiausias ilgalaikių pokyčių rodikliai yra auditorijos dydžio dinamika ir kokybės vertinimo kaita, leidžianti identifikuoti labiau progresuojančias institucijas.

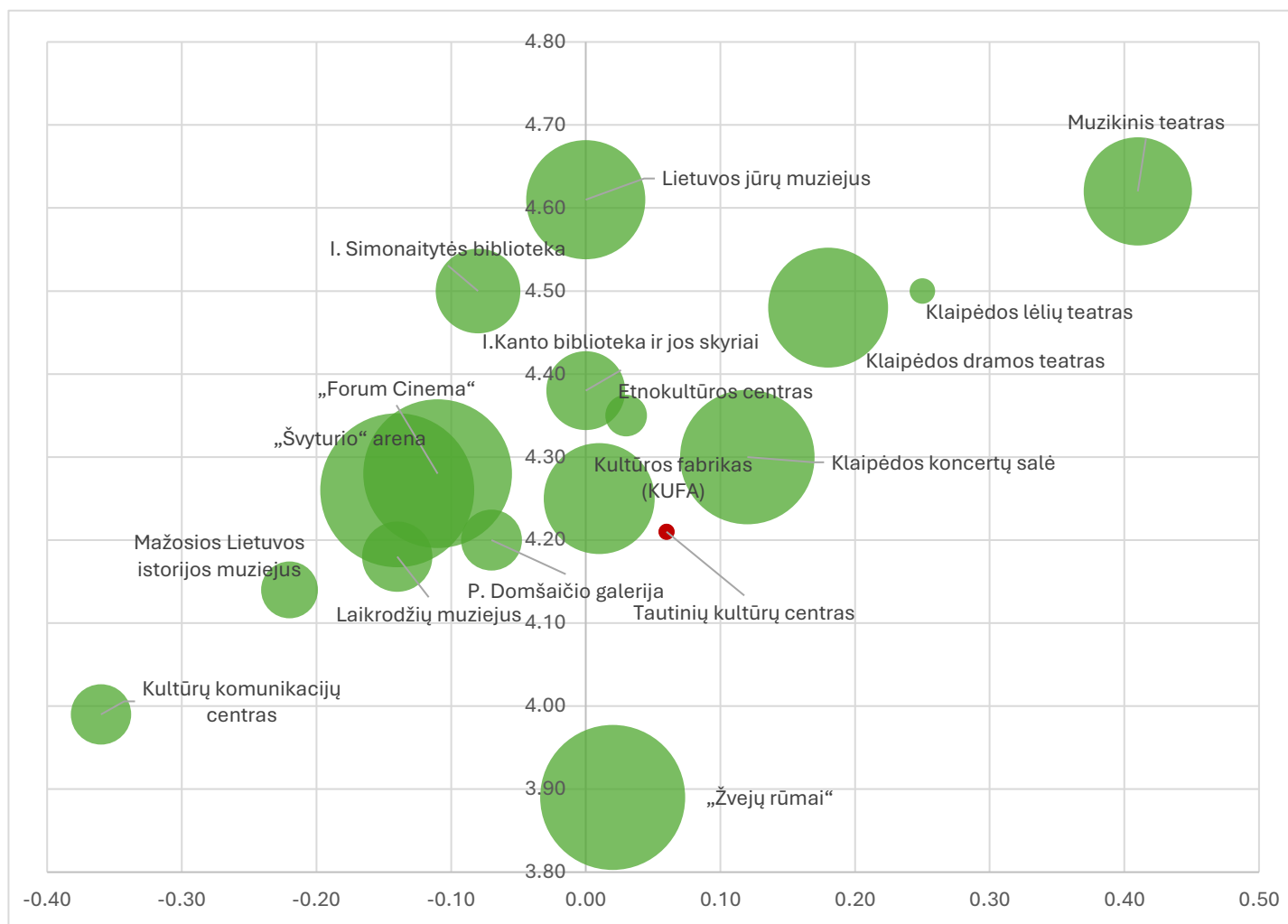
Auditorijų dydžiai daugumoje institucijų yra žymiai kritę. Tam didelės įtakos turėjo COVID suvaržymai. Nežymus auditorijų augimas stebimas „Kultūros fabrikas“ (padidėjo apie 8.2 proc., lyginant su 2016 m. apklausos duomenimis), kultūros centre „Žvejų rūmai“ (apie 3 proc.), „Švyturio“ arenoje (apie 2.8 proc.) ir P. Domšaičio galerijoje (apie 1 proc.). Galimai auditorijų augimas yra ir didesnis, atsižvelgiant į tai, kad renginiai šiuose centruose pritraukia ne tik vietos gyventojus, bet ir turistus ar gyventojus iš kitų Lietuvos vietovių. (Plačiau apie auditorijas žr. Priedas Nr. 2.)

Šiek tiek didesnis uostamiesčio gyventojų auditorijos sumažėjimas pastebimas Mažosios Lietuvos istorijos muziejuje (tikriausiai dėl didesnio dėmesio Pilies muziejui), Lietuvos jūrų muziejuje (ką kompensuoja lankytojai iš užsienio ir kitų Lietuvos vietų), miesto bibliotekos.

Kokybės požiūriu, didžiausią pažangą iš visų miesto kultūros įstaigų padarė:

- Klaipėdos valstybinis muzikinis teatras. Tai susiję su paties teatro pastato rekonstrukcija, nauju interjeru, ryškiu repertuaro atsinaujinimu ir komunikacija;
- Klaipėdos lėlių teatras. Teatro pažangą galima sieti labiau su repertuaro įvairove, spektaklių profesionalumu ir kokybe;
- Klaipėdos dramos teatras, kuris per dešimtmetį išsiskyrė tiek repertuaro atsinaujinimu, tiek festivalių „TheArtium“ organizavimu;
- Klaipėdos koncertų salė, kur ryškus vaidmuo tenka repertuaro atsinaujinimui ir tarptautiniam violončelės festivaliui.

Daugiau reikalavimų miestiečiai kelia Klaipėdos kultūrų komunikacijos centrui, Mažosios Lietuvos istorijos muziejui, Laikrodžių muziejui ir „Švyturio“ arenai.



**5.3. pav. Klaipėdos kultūros įstaigų vertinimo dinamika 2016-2025 m. (Y ašis – 2025 m. kokybės vertinimas 5 balų skalėje; X ašis – 2016 ir 2025 m. vertinimų skirtumas; apskritimo dydis – santykinis auditorijos dydis 2025 m.)**

**Pastaba.** Į schemą įtrauktos tik tos institucijos, kurios buvo vertintos ir 2016 m. Institucijos, kurios yra dešinėje pusėje ir aukštesnėje pozicijoje, yra geriau vertinamos nei 2016 m. Esančios kairėje pusėje – vertinamos šiek tiek blogiau. Per centrą išsidėsčiusios institucijos išlaiko stabilią vertinimo poziciją. Schema yra tik orientacinė, leidžianti perteikti bendriausią kultūros lauko konfigūraciją ir dinamiką laike.

## 6. Miesto kultūros renginiai

Klaipėdiečiams siūlomi įvairūs kultūriniai renginiai – nuo masinių švenčių, kaip Jūros šventė ar Joninės, iki specializuotų festivalių, orientuotų į tikslines auditorijas. Daugelis tradiciskais tapusių kultūros renginių jau laikomi neatsiejama miesto tapatybės dalimi ir strateginiais miesto rinkodaros instrumentais, todėl jie pritraukia gana dideles auditorijas. 2016-2025 m. šalia tradicinių švenčių, kaip Jūros šventė, Klaipėdos pilies džiaz festivalis ar Laivų paradas, atsiranda ir nauji renginiai, atrandantys savas auditorijas ir pritraukiantys tarptautinius atlikėjus. Tai būtų BLON videožaidimų festivalis, knygų festivalis „Inkultūracija“, tarptautinis teatrų festivalis „TheARTIUM“, tarptautinis violončelės festivalis ar folkloro festivalis „Lauksnos“. Atsiranda ir populiarios kultūros festivalių kaip Silkės šventė, Italų dienos, Baltojo švyturio vakarienė ir pan.

Kaip rodo miestiečių vertinimai, kultūros renginių rinka yra prisodrinta (žr. 7 skyrių), todėl miesto kultūros strategijos požiūriu aktualus yra ne jų kiekybinio auginimo klausimas, bet kokybė ir auditorijų dydžiai, kurie parodo miestiečių įsitraukimą.

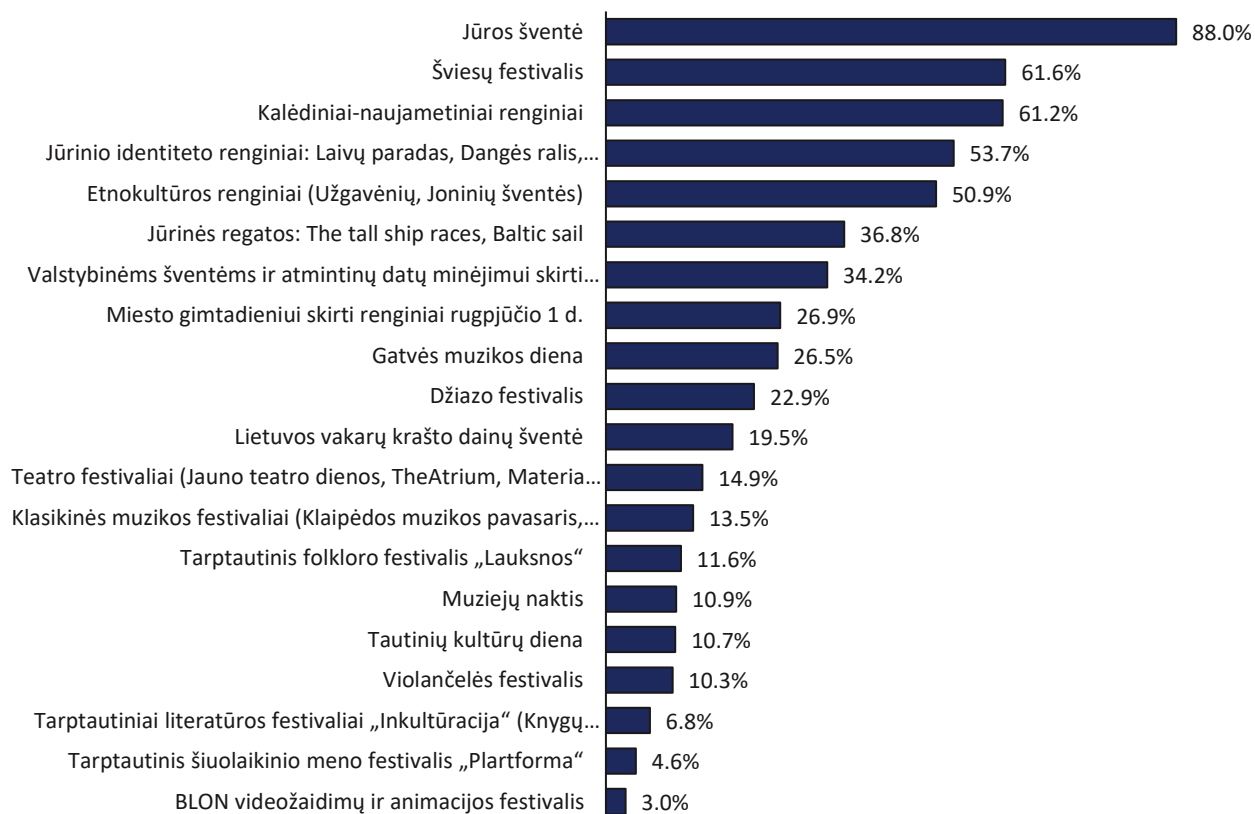
### 6.1. 2025 m. auditorijos ir jų vertinimai

Apie 3,8 proc. uostamiesčio gyventojų per paskutinius 12 mėn. iš viso nesilankė nei viename miesto kultūros renginyje ar festivalyje. Viename renginyje apsilankė 7,8 proc., dvejuose – 9,4 proc.

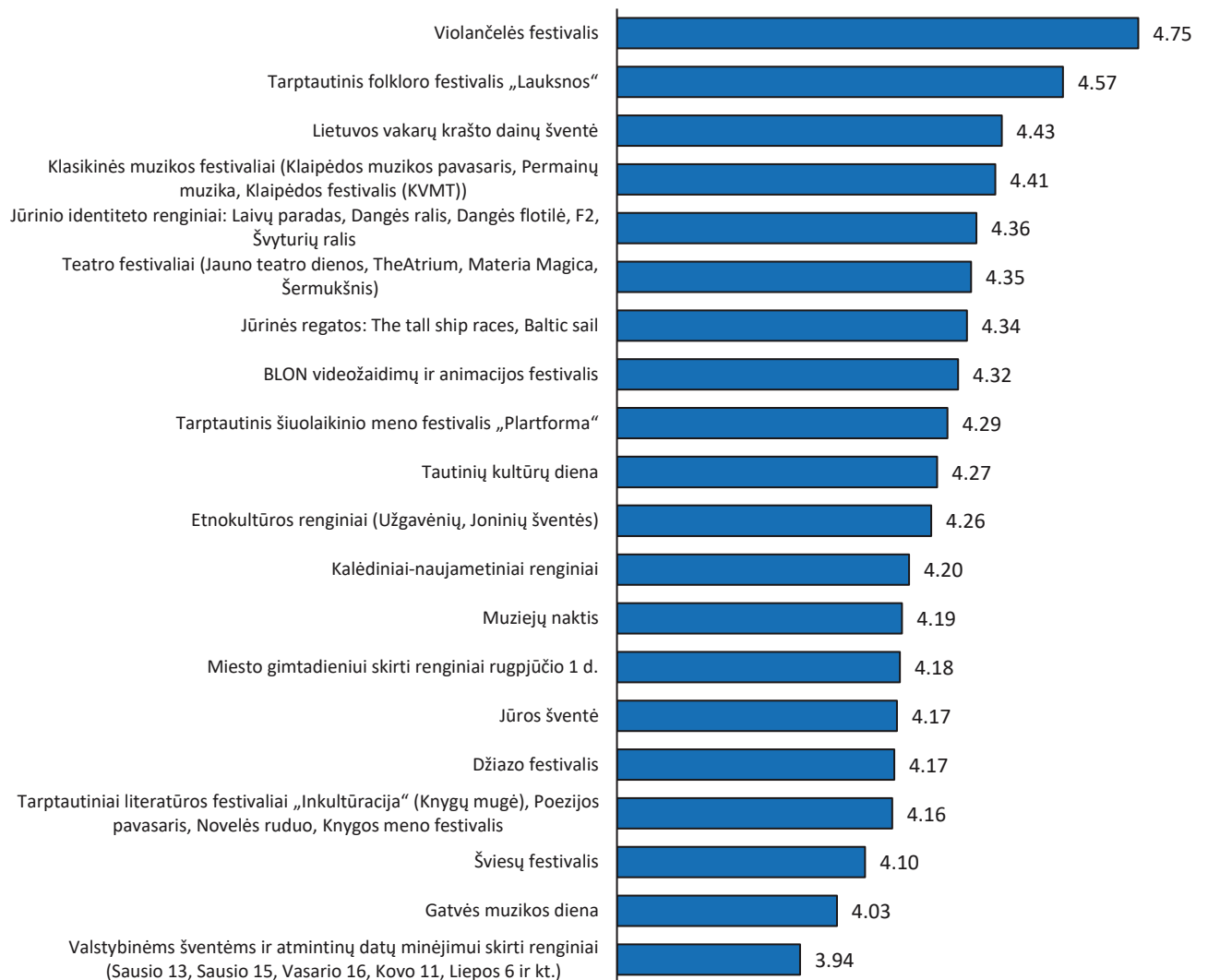
Vidutiniškai per metus klaipėdietis apsilanko 5 miesto šventėse ar festivaliuose.

Dažniausiai lankomi renginiai – Jūros šventė (apsilankė – 88 proc.), Šviesų festivalis (61,6 proc.), naujametiniai ir kalėdiniai renginiai (61,2 proc.) ir renginiai susiję su jūra, kaip Laivų paradas, Dangės flotilė, Dangės ralis (53,7proc.).

Labiau specializuoti renginiai, kaip BLON videožaidimų festivalis, šiuolaikinio meno festivalis „Platforma“ ar literatūros ir knygų festivaliai, natūraliai sutraukia labai nedideles ir specializuotas auditorijas, kurios neprilygsta masiniams renginiams. Kai kurie nauji festivaliai dar turi išauginti savas auditorijas.



**6.1. pav. Kokia dalis gyventojų apsilankė Klaipėdos miesto kultūros renginiuose per paskutinius 12 mėn. (% dalis; n=691; proc. dalis; interviu metodas)**



**6.2. pav. Klaipėdos renginių vertinimas (vidurkis 5 balų skalėje, kur „1=labai blogai“ ir „5=labai gerai“; visų apsilankiusiųjų konkrečioje įstaigoje vertinimas, išsakytas interviu metu ir pasisakius internetu)**

Geriausiai iš visų 2024-2025 m. Klaipėdos kultūros renginių vertinamas Violončelės festivalis, tarptautinis folkloro festivalis „Lauksnos“, Lietuvos vakarų krašto dainų šventė ir mieste organizuojami klasikinės muzikos festivaliai. Šie renginiai susilaukia daugiausiai pozityvių vertinimų. Ši tendencija rodo, kad renginių lankytojai labiau vertina specializuoto ir koncentruoto turinio festivalius, siejamus su konkrečiu muzikiniu žanru. Turinio pobūdžiu labiau diversifikuoti proginiai renginiai, kaip valstybinės šventės, literatūriniai festivaliai, gatvės muzikos diena, ar masinės šventės kaip Jūros šventė ar Džiazo festivaliai, kurie orientuoti į platesnį kultūrinį skonių, yra vertinami šiek tiek kritiškiau.

Kita vertus, miestiečiai savo vertinimuose yra reiklesni įvairių valstybinių švenčių, Gatvės muzikos dienos ir Šviesų festivalio organizatoriams. Vienas didžiausių iššūkių miesto renginių strategijai yra valstybinių švenčių organizavimas ir jiems tinkamų sprendimų paieška.

Atsakant į atvirą klausimą, koks renginys paliko didžiausią įspūdį, dažniausiai minėtos masinės šventės: Jūros šventė (34,6 proc.), Šviesų festivalis (11,9 proc.) ir Laivų paradas (7,1 proc.).

## 6.2. Kultūros renginių pokyčiai 2016-2025 m.

Svarbiausias ilgalaikių pokyčių rodikliai yra švenčių ir renginių auditorijos dydžio dinamika ir kokybės vertinimo kaita, leidžianti identifikuoti labiau progresuojančius renginius ar festivalius.

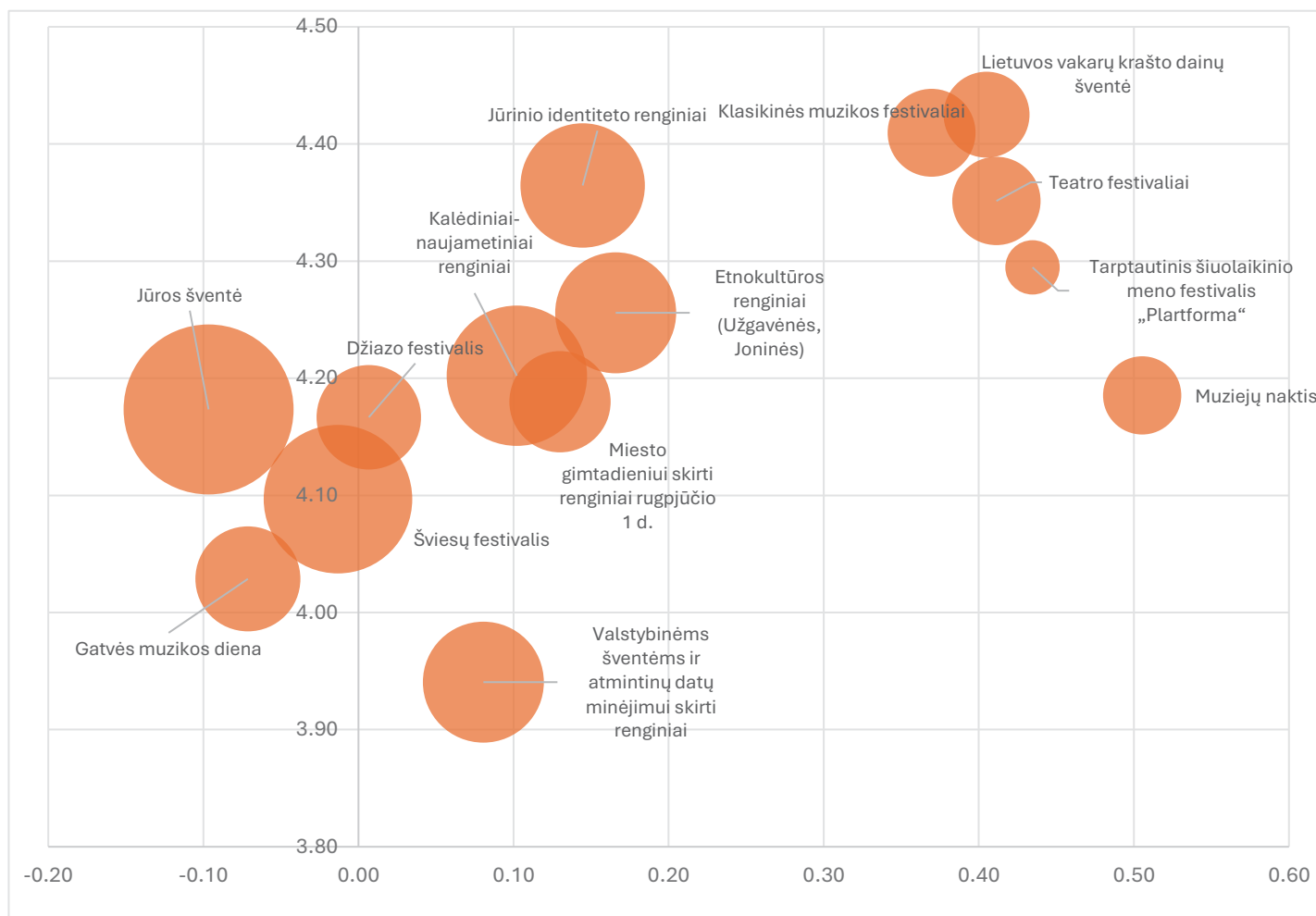
Savo auditorijas per 10 metų užsiaugino svarbiausios masinės šventės: Jūros šventė (+2 proc. augimas), Šviesų festivalis (+17.9 proc.), kalėdiniai-naujametiniai renginiai (+10 proc.). Kitų tradicinių renginių auditorijos šiek tiek susitraukė.

Didžiausi vietos auditorijų praradimai stebimi Klaipėdos pilies džiaz festivalyje (kritimas apie 27 proc.), jūrinio identiteto renginiuose (kritimas apie 11 proc.) ir tradiciniuose etnokultūriniuose renginiuose kaip Užgavėnės ar Joninės (kritimas apie 10 proc.).

Kokybės požiūriu, ilgalaikėje perspektyvoje didžiausią pažangą iš visų miesto kultūros renginių ir festivalių padarė:

- Muziejų nakties organizatoriai;
- tarptautinis meno festivalis „Platforma“;
- mieste organizuojami teatro festivaliai, ypač atsiradus festivaliui „TheAtrium“;
- Lietuvos vakarų krašto dainų šventė;
- klasikinės muzikos festivaliai.

Daugiau reikalavimų miestiečiai kelia Jūros šventei, Gatvės muzikos dienos ir Šviesų festivaliui, kurie praranda savo ankstesnę žavesį ir ilginiui norima žymiai didesnių įspūdžių.

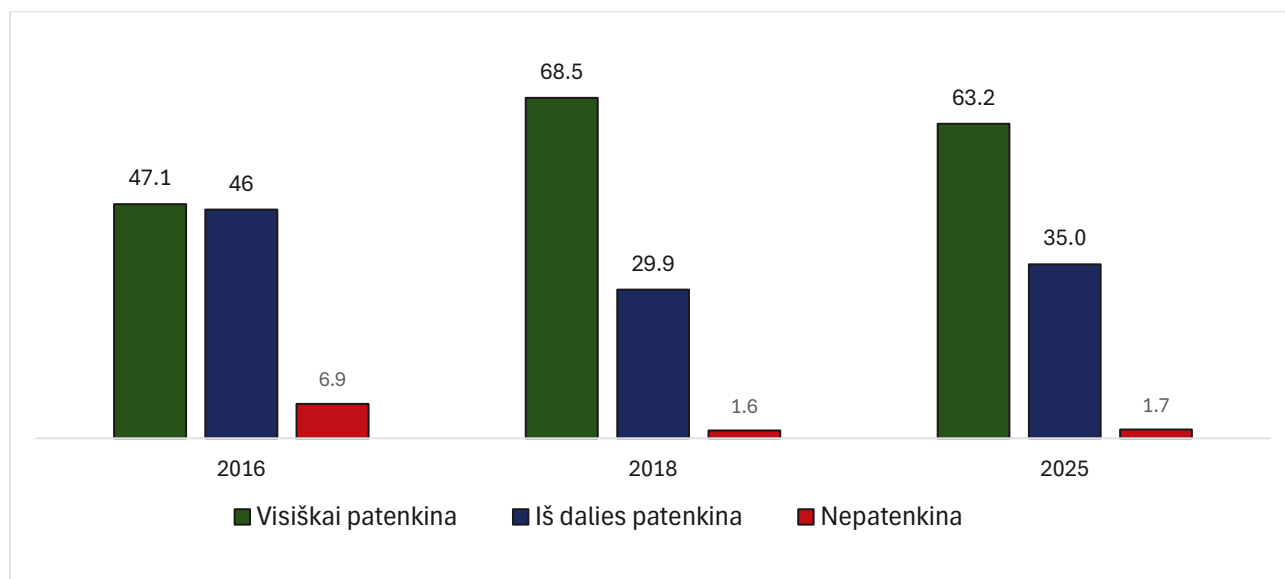


**6.3. pav. Klaipėdos kultūros renginių vertinimo dinamika 2016-2025 m. (Y ašis – 2025 m. kokybės vertinimas 5 balų skalėje; X ašis – 2016 ir 2025 m. vertinimų skirtumas; apskritimo dydis – santykinis auditorijos dydis 2025 m.)**

**Pastaba.** Į schemą įtrauktos tik tos institucijos, kurios buvo vertintos ir 2016 m. Renginiai, kurie yra dešinėje pusėje ir aukštesnėje pozicijoje, yra geriau vertinami nei 2016 m. Esantys kairėje pusėje – vertinami šiek tiek blogiau. Per centrą išsidėstę renginiai išlaiko stabilią vertinimo poziciją. Schema yra tik orientacinė, leidžianti perteikti bendriausią renginių konfigūraciją kultūros lauke ir dinamiką laike.

## 7. Kultūriniai poreikiai ir jų patenkinimas

Beveik du trečdaliai klaipėdiečių (63,2 proc.) teigia, kad miesto kultūros sektorius ir paslaugos pilnai patenkina jų poreikius, o vienas trečdalis (35 proc.) – kad jų poreikiai patenkinti iš dalies. Tik apie 1.8 proc. teigia, kad kultūrinis uostamiesčio gyvenimas jų poreikių nepatenkina (internetinės apklausos metu tokių buvo 10.9 proc.).



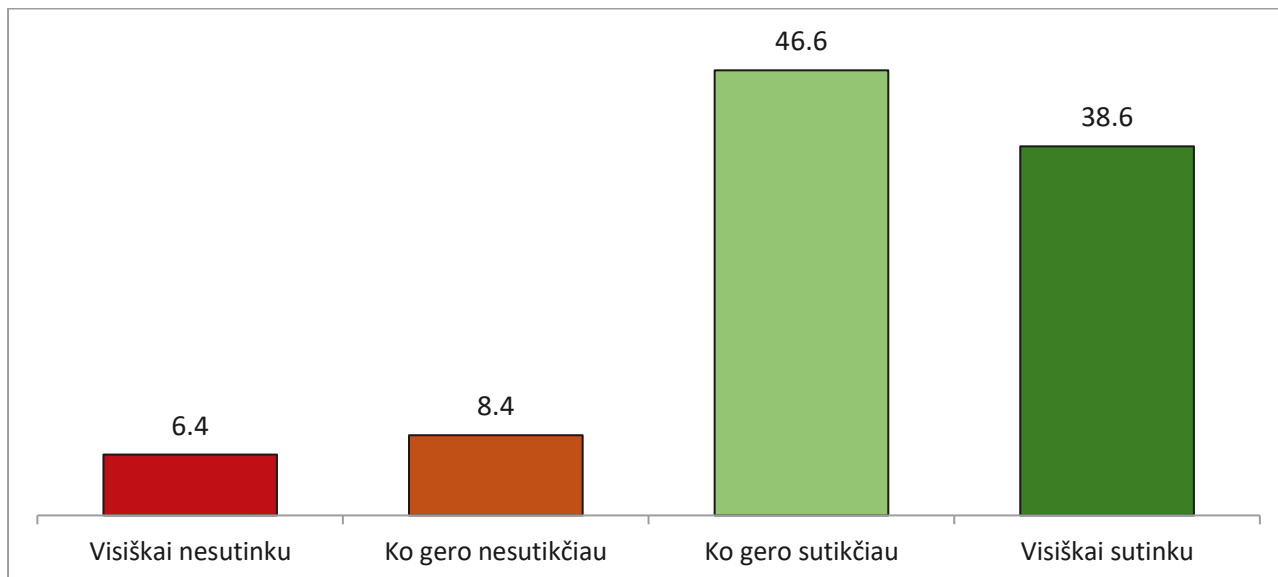
**7.1. pav. Ar Klaipėdos kultūrinis gyvenimas patenkina gyventojų kultūrinius poreikius (% dalis; 2016 m. n=601; 2018 m. n=680; 2025 m. n=691; proc. dalis; interviu metodas)**

Ilgalaikė perspektyva rodo, kad uostamiesčio kultūros sektorius stabilizavosi ir atliepia didžiosios gyventojų dalies poreikius. Tikėtina, kad didžiausią efektą šiai stabilizacijai padarė 2017 m., kai buvo įgyvendintas projektas „Klaipėda – Lietuvos kultūros sostinė“.

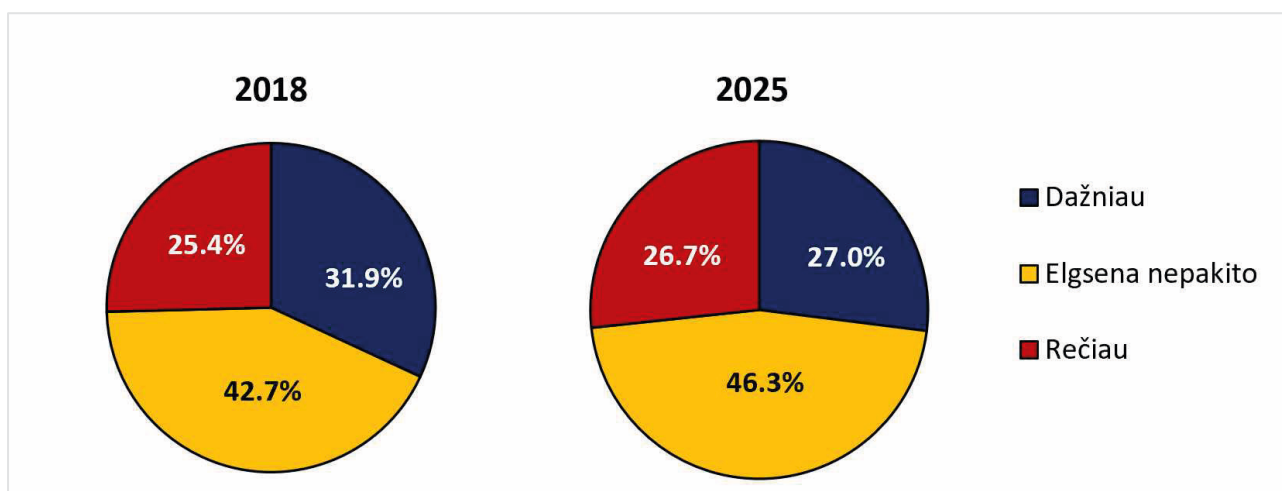
Viena svarbiausių kultūros sektoriaus paslaugų yra įvairaus pobūdžio renginių organizavimas, kurių metu siekiama atliepti skirtingų segmentų poreikius, svyruojančius nuo profesionalaus meno parodų ar performansų iki populiarių muzikantų koncertų ir renginių vaikams. Jie organizuojami įvairiose vietose bei stengiamasi išvengti sezoniškumo.

Apie 85.2 proc. miestiečių teigia, kad jų poreikius atliepiančių kultūros renginių ar veiklų jie gali surasti bet kuriuo metu. Tik 6.4 proc. visiškai nesutinka su šiuo teiginiu. Tai rodo, kad kultūros renginių reguliarumas ir sezoniškumas iš esmės dera su kultūros vartojimo poreikiais ir jų ritmu. Sunkiau ir rečiau jų poreikius atliepiančius kultūros renginius Klaipėdoje randa:

- profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai;
- uždirbantys daugiau nei 2100 eurų;
- gyvenantys šiaurinės miesto dalies naujuosiuose kvartaluose, įskaitant Melnragę ir Girulius, bei Klaipėdos priemiesčiuose ir apylinkėse.



7.2. pav. Kokia dalis klaipėdiečių sutinka ir nesutinka su teiginiu, kad Klaipėdoje bet kuriuo metų laiku galite rasti kultūros renginių ar kultūrinių veiklų pagal savo poreikius (% dalis; n=691; proc. dalis; interviu metodas)



7.3. pav. Kokia dalis klaipėdiečių per paskutinius 2 metus pradėjo dažniau lankytis kultūros renginiuose, kokia – rečiau, kokios dalies elgsenos nepakito (% dalis; 2018 m. n=680; 2025 m. n=691; proc. dalis; interviu metodas)

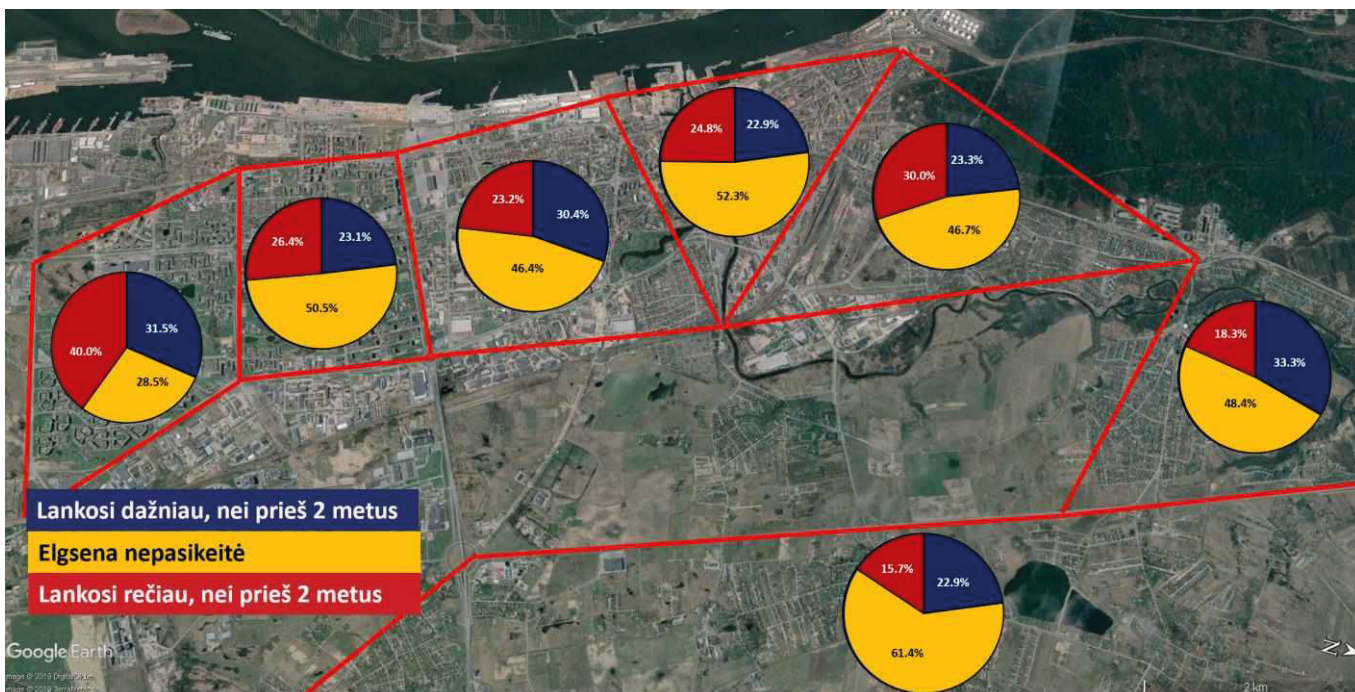
Paprašius įvertinti savo elgsenos pokyčius per paskutinius 2 metus, 46.3 proc. teigė, kad jų elgsena nepakito ir kultūros renginiuose lankosi panašiu dažnumu. 27 proc. pradėjo kultūros renginiuose lankytis dažniau, o 26.7 proc. – rečiau. Šios tendencijos rodo, kad kinta kultūros auditorijos sudėtis, tačiau ne jų santykiniai dydžiai. Tai labiau sietina su demografinė kartų kaita ir kultūriniu skoniu. Tai iliustruoja ir auditorijų sumažėjimo bei priaugio tendencijos tam tikrose socialinėse grupėse, kai tam tikro segmento žmonės dažniau ar rečiau ima lankytis kultūros renginiuose.

Didžiausios auditorijų netektys susijusios su šiomis socialinėmis grupėmis:

- gimusių iki 1960-ųjų (-30 proc.);
- siaurų kultūrinių pomėgių grupėje (-14,4 proc.);
- profesionalios kultūros mėgėjų (-13,5 proc.);
- namisėdų (-12,7 proc.);
- gyvenančių pietiniame miesto pakrašty, tarp Statybininkų ir Jūrininkų prospektų (-8,5)

Didesnis auditorijų priaugis stebimas:

- kultūros visaėdžių grupėje (+31,3 proc.);
- Gen-Z kartos (+18,6 proc.);
- gamtos mylėtojų (+12,0 proc.);
- populiarių kultūros formų mėgėjų (+8,3 proc.);
- gyvenančių naujai pastatytuose kvartaluose miesto šiaurinėje dalyje, įskaitant Melnragę ir Girulius (+15 proc.).

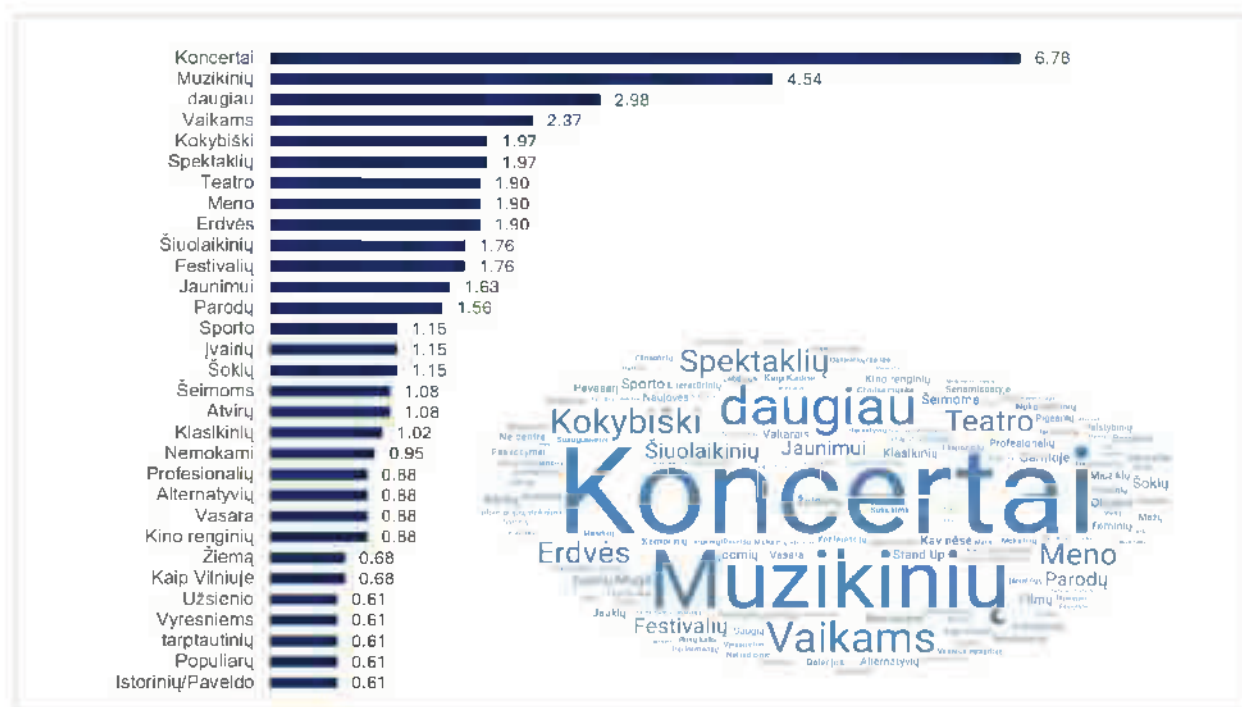


7.4. pav. Gyventojų dalis, kuri per paskutinius 2 metus pradėjo kultūros renginiuose lankytis dažniau ar rečiau (% dalis apklaustų apibrėžtoje teritorijoje)

Užklausus uostamiesčio gyventojų, ar jie asmeniškai pasigenda kokių nors kultūrinių renginių Klaipėdoje, 85,1 proc. atsakė „Ne“. Labiau rafinuotą poreikį, kurio negali patenkinti uostamiesčio kultūros renginių rinka, išsakė tik 14,9 proc. Labiausiai jų poreikius atliepiančių renginių pasigenda:

- Nepriklausomybės kartos atstovai (millennials), gimę 1980-1995 m.;
- Plataus kultūrinių poreikių spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai);
- Mamos su mažais vaikais;
- Uždirbantys daugiau nei 2400 eurų.

Renginių poreikis yra labai fragmentiškas (iš viso galima suskaičiuoti 145 apibūdinimus), tačiau labiausiai yra išreiškiamas poreikis įvairiems muzikiniams koncertams, renginiams vaikams ir jaunimui, kokybiškiems kultūros produktams, teatro spektakliams ir renginiams viešosiose miesto erdvėse bei įvairesniais metų laikais.

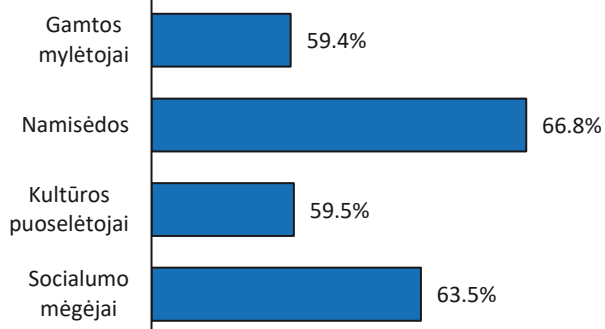


7.5. pav. Kokių renginių papildomai norėtų Klaipėdos gyventojai (% dalis; n=691)

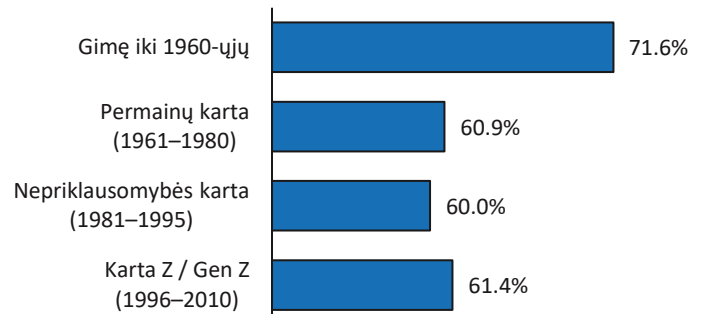
# Klaipėdiečiai, kurie kultūros poreikius pilnai patenkina Klaipėdos kultūros sektorius

(% dalis socialinėse-demografinėse grupėse; interviu duomenys)

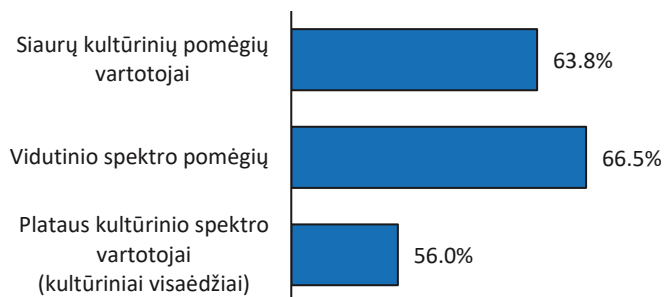
## Vartotojų profiliai



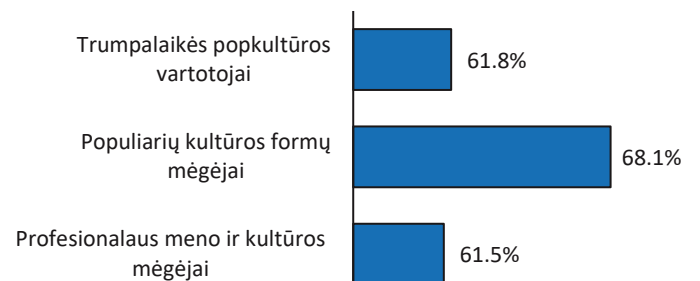
## Vartotojų kartos



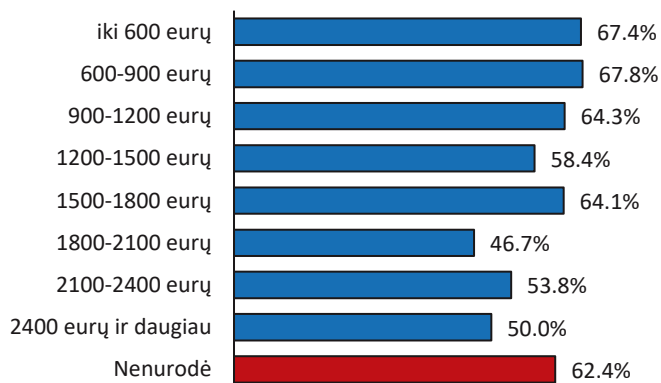
## Vartotojai pagal kultūros vartojimo aprėptį



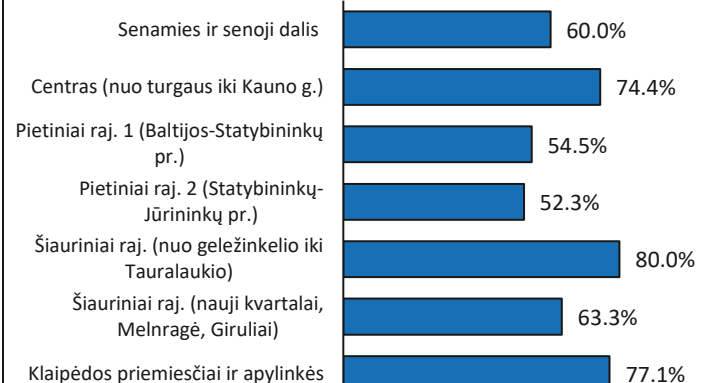
## Vartotojai pagal kultūrinį skonį



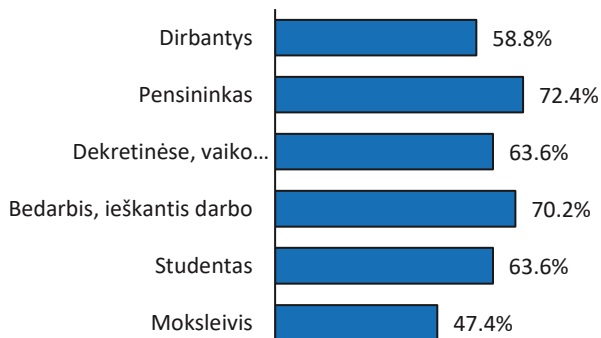
## Vartotojai pagal pajamų grupes



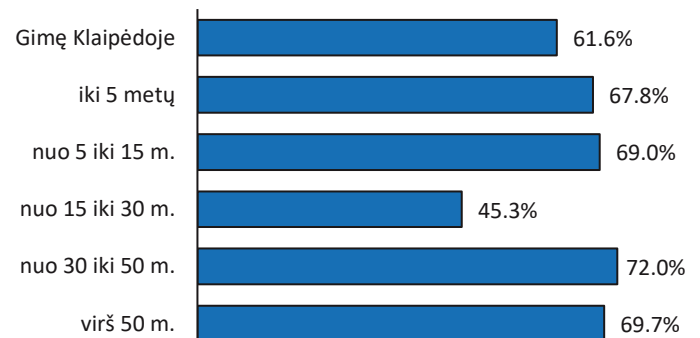
## Gyvenamoji vieta



## Darbinis statusas



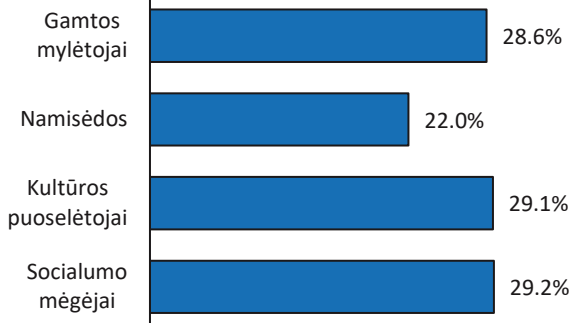
## Gyvenimo Klaipėdoje trukmė



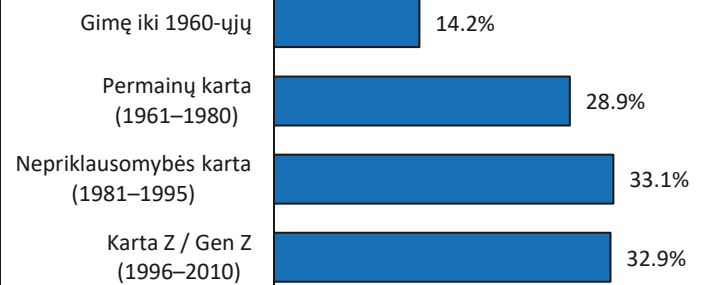
# Klaipėdiečiai, kurie per paskutinius 2 metus ėmė dažniau lankytis kultūros renginiuose

(% dalis socialinėse-demografinėse grupėse; interviu duomenys)

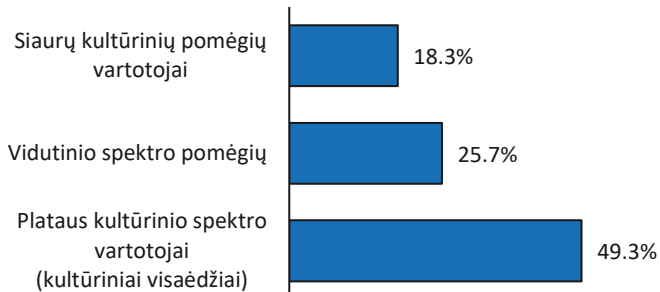
## Vartotojų profiliai



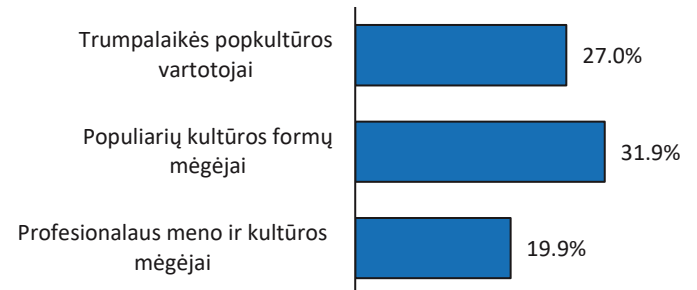
## Vartotojų kartos



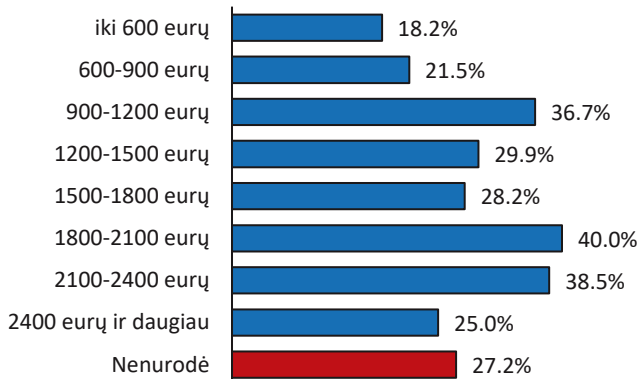
## Vartotojai pagal kultūros vartojimo aprėptį



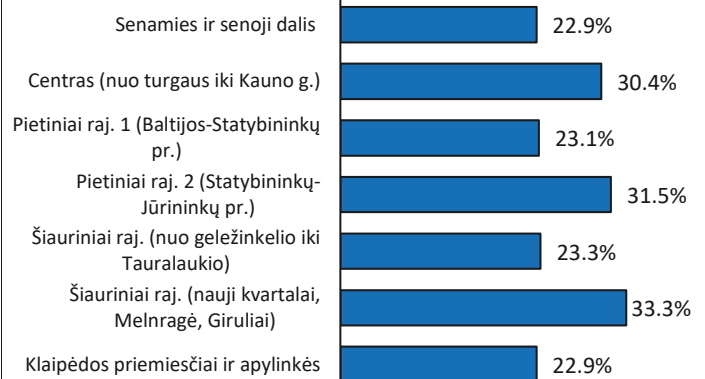
## Vartotojai pagal kultūrinį skonį



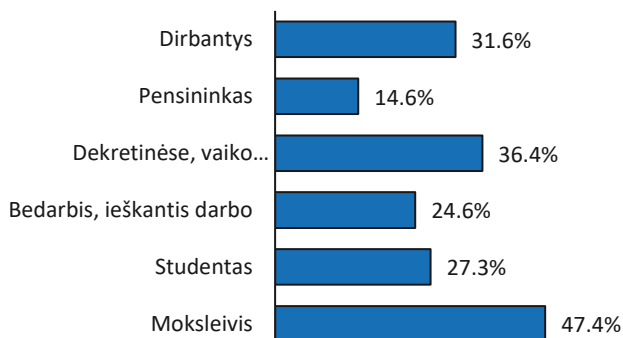
## Vartotojai pagal pajamų grupes



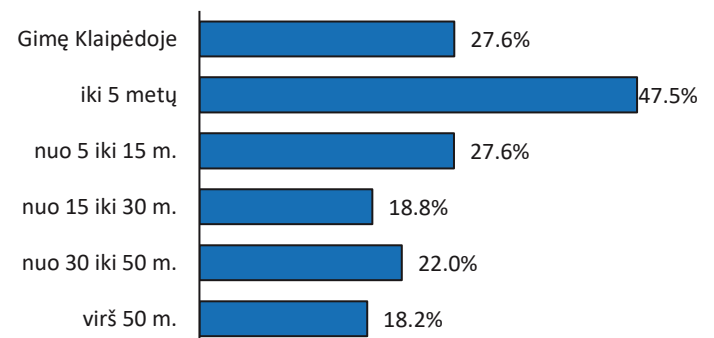
## Gyvenamoji vieta



## Darbinis statusas



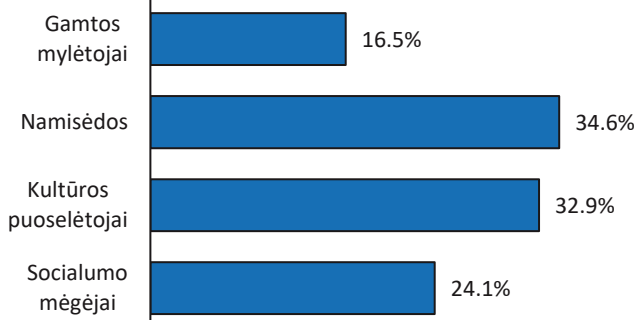
## Gyvenimo Klaipėdoje trukmė



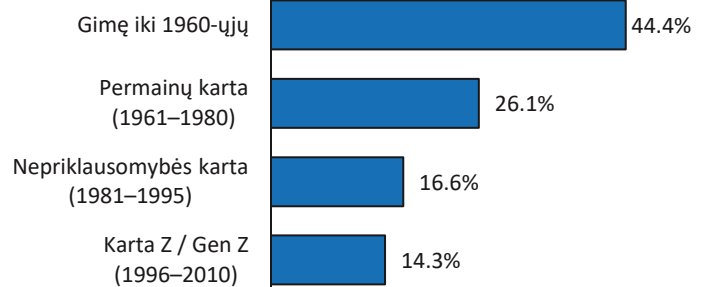
# Klaipėdiečiai, kurie per paskutinius 2 metus ėmė rečiau lankytis kultūros renginiuose

(% dalis socialinėse-demografinėse grupėse; interviu duomenys)

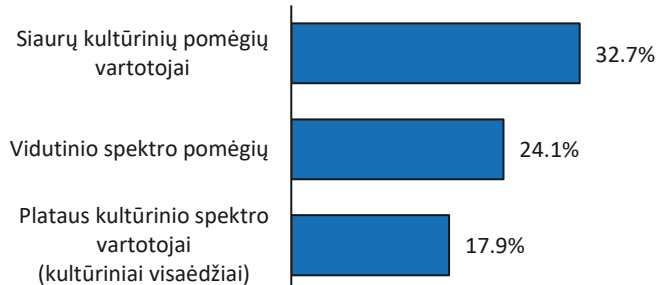
## Vartotojų profiliai



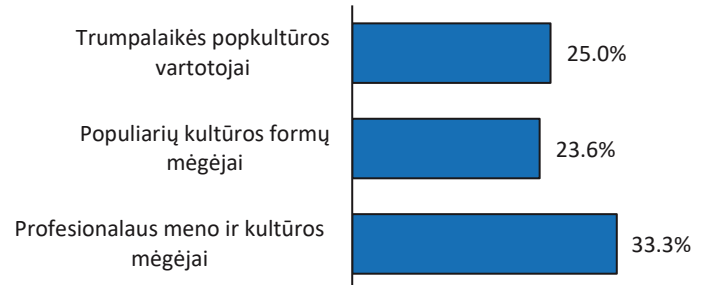
## Vartotojų kartos



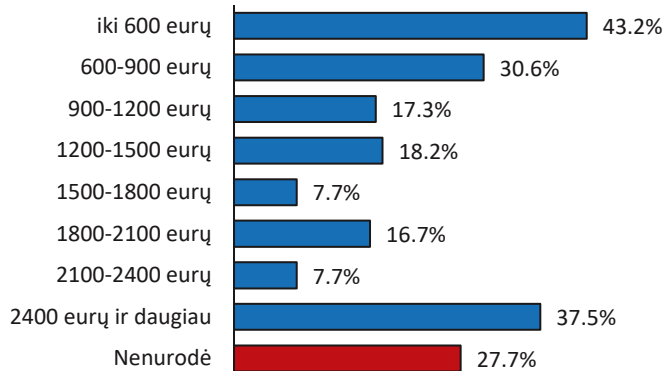
## Vartotojai pagal kultūros vartojimo aprėptį



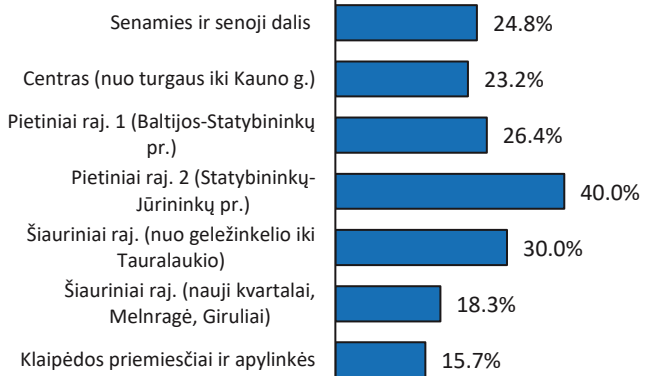
## Vartotojai pagal kultūrinį skonį



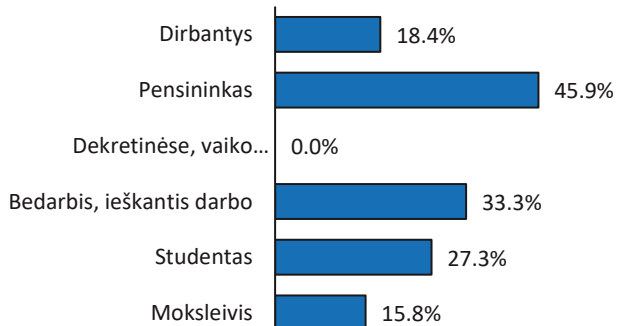
## Vartotojai pagal pajamų grupes



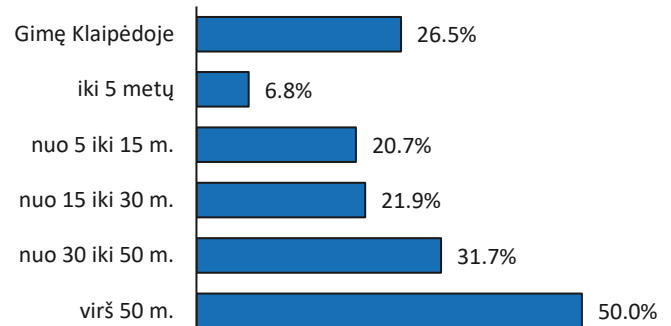
## Gyvenamoji vieta



## Darbinis statusas



## Gyvenimo Klaipėdoje trukmė



# Klaipėdiečiai, kurie ne visada surastų Klaipėdoje kultūros renginių ar veiklų, atliepiančių jų poreikius

(% dalis socialinėse-demografinėse grupėse; interviu duomenys)

Vartotojų profiliai	Vartotojų kartos																																
<table border="1"> <tr><td>Gamtos mylėtojai</td><td>16.5%</td></tr> <tr><td>Namisėdos</td><td>13.2%</td></tr> <tr><td>Kultūros puoselėtojai</td><td>16.5%</td></tr> <tr><td>Socialumo mėgėjai</td><td>14.6%</td></tr> </table>	Gamtos mylėtojai	16.5%	Namisėdos	13.2%	Kultūros puoselėtojai	16.5%	Socialumo mėgėjai	14.6%	<table border="1"> <tr><td>Gimę iki 1960-ųjų</td><td>15.4%</td></tr> <tr><td>Permainų karta (1961–1980)</td><td>13.0%</td></tr> <tr><td>Nepriklausomybės karta (1981–1995)</td><td>17.1%</td></tr> <tr><td>Karta Z / Gen Z (1996–2010)</td><td>14.3%</td></tr> </table>	Gimę iki 1960-ųjų	15.4%	Permainų karta (1961–1980)	13.0%	Nepriklausomybės karta (1981–1995)	17.1%	Karta Z / Gen Z (1996–2010)	14.3%																
Gamtos mylėtojai	16.5%																																
Namisėdos	13.2%																																
Kultūros puoselėtojai	16.5%																																
Socialumo mėgėjai	14.6%																																
Gimę iki 1960-ųjų	15.4%																																
Permainų karta (1961–1980)	13.0%																																
Nepriklausomybės karta (1981–1995)	17.1%																																
Karta Z / Gen Z (1996–2010)	14.3%																																
Vartotojai pagal kultūros vartojimo aprėptį	Vartotojai pagal kultūrinį skonį																																
<table border="1"> <tr><td>Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai</td><td>12.8%</td></tr> <tr><td>Vidutinio spektro pomėgių</td><td>14.7%</td></tr> <tr><td>Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)</td><td>19.4%</td></tr> </table>	Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai	12.8%	Vidutinio spektro pomėgių	14.7%	Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)	19.4%	<table border="1"> <tr><td>Trumpalaikės popkultūros vartotojai</td><td>13.9%</td></tr> <tr><td>Populiarių kultūros formų mėgėjai</td><td>11.1%</td></tr> <tr><td>Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai</td><td>23.7%</td></tr> </table>	Trumpalaikės popkultūros vartotojai	13.9%	Populiarių kultūros formų mėgėjai	11.1%	Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai	23.7%																				
Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai	12.8%																																
Vidutinio spektro pomėgių	14.7%																																
Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)	19.4%																																
Trumpalaikės popkultūros vartotojai	13.9%																																
Populiarių kultūros formų mėgėjai	11.1%																																
Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai	23.7%																																
Vartotojai pagal pajamų grupes	Gyvenamoji vieta																																
<table border="1"> <tr><td>iki 600 eurų</td><td>12.9%</td></tr> <tr><td>600-900 eurų</td><td>14.0%</td></tr> <tr><td>900-1200 eurų</td><td>20.4%</td></tr> <tr><td>1200-1500 eurų</td><td>13.0%</td></tr> <tr><td>1500-1800 eurų</td><td>5.1%</td></tr> <tr><td>1800-2100 eurų</td><td>23.3%</td></tr> <tr><td>2100-2400 eurų</td><td>38.5%</td></tr> <tr><td>2400 eurų ir daugiau</td><td>62.5%</td></tr> <tr><td>Nenurodė</td><td>11.0%</td></tr> </table>	iki 600 eurų	12.9%	600-900 eurų	14.0%	900-1200 eurų	20.4%	1200-1500 eurų	13.0%	1500-1800 eurų	5.1%	1800-2100 eurų	23.3%	2100-2400 eurų	38.5%	2400 eurų ir daugiau	62.5%	Nenurodė	11.0%	<table border="1"> <tr><td>Senamies ir senoji dalis</td><td>14.3%</td></tr> <tr><td>Centras (nuo turgaus iki Kauno g.)</td><td>9.6%</td></tr> <tr><td>Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.)</td><td>12.4%</td></tr> <tr><td>Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.)</td><td>13.1%</td></tr> <tr><td>Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio)</td><td>5.0%</td></tr> <tr><td>Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai)</td><td>35.0%</td></tr> <tr><td>Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės</td><td>25.7%</td></tr> </table>	Senamies ir senoji dalis	14.3%	Centras (nuo turgaus iki Kauno g.)	9.6%	Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.)	12.4%	Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.)	13.1%	Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio)	5.0%	Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai)	35.0%	Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės	25.7%
iki 600 eurų	12.9%																																
600-900 eurų	14.0%																																
900-1200 eurų	20.4%																																
1200-1500 eurų	13.0%																																
1500-1800 eurų	5.1%																																
1800-2100 eurų	23.3%																																
2100-2400 eurų	38.5%																																
2400 eurų ir daugiau	62.5%																																
Nenurodė	11.0%																																
Senamies ir senoji dalis	14.3%																																
Centras (nuo turgaus iki Kauno g.)	9.6%																																
Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.)	12.4%																																
Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.)	13.1%																																
Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio)	5.0%																																
Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai)	35.0%																																
Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės	25.7%																																
Darbinis statusas	Gyvenimo Klaipėdoje trukmė																																
<table border="1"> <tr><td>Dirbantys</td><td>15.4%</td></tr> <tr><td>Pensininkas</td><td>15.1%</td></tr> <tr><td>Dekretinėse, vaiko...</td><td>18.2%</td></tr> <tr><td>Bedarbis, ieškantis darbo</td><td>10.5%</td></tr> <tr><td>Studentas</td><td>9.1%</td></tr> <tr><td>Moksleivis</td><td>10.5%</td></tr> </table>	Dirbantys	15.4%	Pensininkas	15.1%	Dekretinėse, vaiko...	18.2%	Bedarbis, ieškantis darbo	10.5%	Studentas	9.1%	Moksleivis	10.5%	<table border="1"> <tr><td>Gimę Klaipėdoje</td><td>14.9%</td></tr> <tr><td>iki 5 metų</td><td>13.6%</td></tr> <tr><td>nuo 5 iki 15 m.</td><td>10.3%</td></tr> <tr><td>nuo 15 iki 30 m.</td><td>18.8%</td></tr> <tr><td>nuo 30 iki 50 m.</td><td>14.6%</td></tr> <tr><td>virš 50 m.</td><td>15.2%</td></tr> </table>	Gimę Klaipėdoje	14.9%	iki 5 metų	13.6%	nuo 5 iki 15 m.	10.3%	nuo 15 iki 30 m.	18.8%	nuo 30 iki 50 m.	14.6%	virš 50 m.	15.2%								
Dirbantys	15.4%																																
Pensininkas	15.1%																																
Dekretinėse, vaiko...	18.2%																																
Bedarbis, ieškantis darbo	10.5%																																
Studentas	9.1%																																
Moksleivis	10.5%																																
Gimę Klaipėdoje	14.9%																																
iki 5 metų	13.6%																																
nuo 5 iki 15 m.	10.3%																																
nuo 15 iki 30 m.	18.8%																																
nuo 30 iki 50 m.	14.6%																																
virš 50 m.	15.2%																																

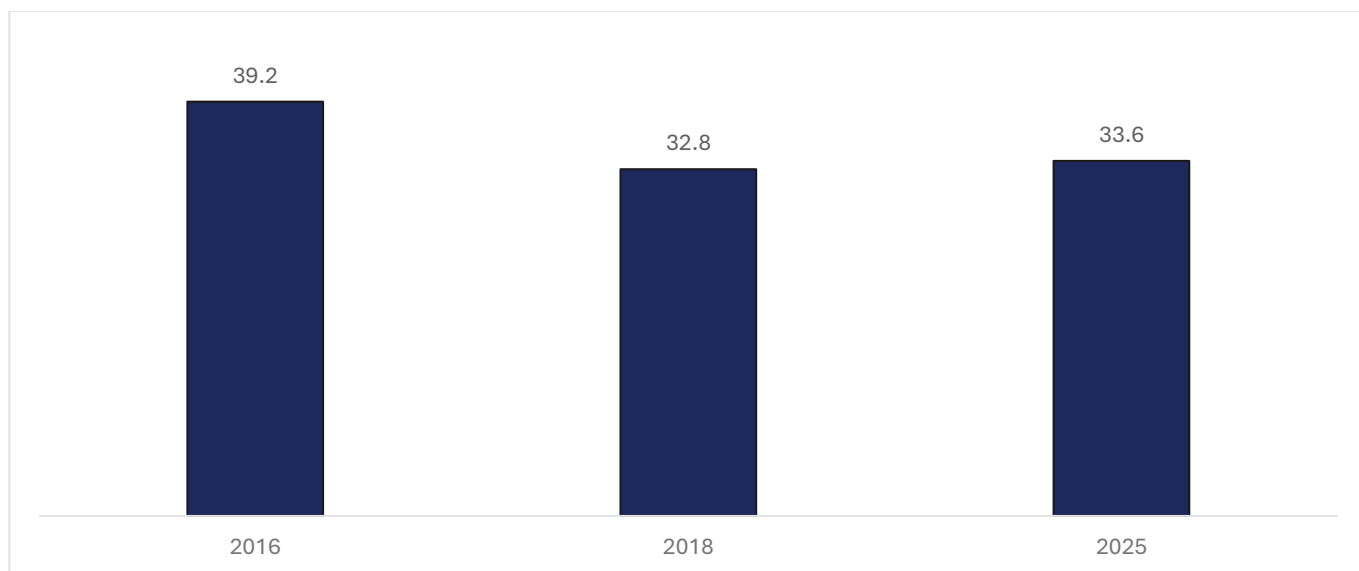
# Klaipėdiečiai, kuriems trūksta kultūros renginių Klaipėdoje

(% dalis socialinėse-demografinėse grupėse; interviu duomenys)

Vartotojų profiliai	Vartotojų kartos
<p>Gamtos mylėtojai 14.3%</p> <p>Namisėdos 12.2%</p> <p>Kultūros puoselėtojai 20.3%</p> <p>Socialumo mėgėjai 15.7%</p>	<p>Gimę iki 1960-ųjų 7.4%</p> <p>Permainų karta (1961–1980) 14.1%</p> <p>Nepriklausomybės karta (1981–1995) 22.9%</p> <p>Karta Z / Gen Z (1996–2010) 15.7%</p>
Vartotojai pagal kultūros vartojimo aprėptį	Vartotojai pagal kultūrinį skonį
<p>Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai 12.5%</p> <p>Vidutinio spektro pomėgių 13.5%</p> <p>Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai) 23.1%</p>	<p>Trumpalaikės popkultūros vartotojai 15.9%</p> <p>Populiarių kultūros formų mėgėjai 16.2%</p> <p>Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai 12.8%</p>
Vartotojai pagal pajamų grupes	Gyvenamoji vieta
<p>iki 600 eurų 9.8%</p> <p>600-900 eurų 11.6%</p> <p>900-1200 eurų 14.3%</p> <p>1200-1500 eurų 20.8%</p> <p>1500-1800 eurų 10.3%</p> <p>1800-2100 eurų 23.3%</p> <p>2100-2400 eurų 7.7%</p> <p>2400 eurų ir daugiau 37.5%</p> <p>Nenurodė 17.9%</p>	<p>Senamies ir senoji dalis 18.1%</p> <p>Centras (nuo turgaus iki Kauno g.) 15.2%</p> <p>Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.) 14.9%</p> <p>Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.) 13.8%</p> <p>Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio) 16.7%</p> <p>Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai) 18.3%</p> <p>Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės 5.7%</p>
Darbinis statusas	Gyvenimo Klaipėdoje trukmė
<p>Dirbantys 18.1%</p> <p>Pensininkas 7.6%</p> <p>Dekretinėse, vaiko... 27.3%</p> <p>Bedarbis, ieškantis darbo 15.8%</p> <p>Studentas 9.1%</p> <p>Moksleivis 10.5%</p>	<p>Gimę Klaipėdoje 16.3%</p> <p>iki 5 metų 16.9%</p> <p>nuo 5 iki 15 m. 15.5%</p> <p>nuo 15 iki 30 m. 17.2%</p> <p>nuo 30 iki 50 m. 11.0%</p> <p>virš 50 m. 7.6%</p>

## 8. Išvykos į kultūros renginius ar lankytinas vietas kituose Lietuvos miestuose

Nors Klaipėdoje kultūrinių renginių rinka yra prisodrinta ir atliepia didelės dalies gyventojų skonį, apie trečdalis respondentų (33,6 proc.) specialiai vyko į kituose Lietuvos miestuose vykstančius renginius ar lankytinas vietas. Šis rodiklis išlieka gana stabilus visu 2016-2025 m. laikotarpiu.



**8.1. pav. Klaipėdiečių dalis, kuri per paskutinius 12 mėn. specialiai vyko į kultūros renginius ar vietas kituose Lietuvos miestuose, 2016-2025 m. (% dalis; 2016 m. n=608; 2018 m. n=680; 2025 m. n=691; proc. dalis; interviu metodas)**

Dažniausiai į kultūros renginius, vykstančius kituose Lietuvos miestuose, vyksta:

- Naujų šiaurinės miesto dalies kvartalų bei Melnragės ir Girulių gyventojai;
- Gyventojai, kurie disponuoja didesnėmis pajamomis – kuo didesnės pajamos, tuo dažniau keliauja į kultūros renginius kituose miestuose ar vietovėse;
- Gimę po 1980 m. (Nepriklausomybės ir Gen-Z kartų atstovai);
- Plataus kultūros vartojimo spektro respondentai;
- Populiarių kultūros formų mėgėjai, kurie nesiorientuoja nei į trumpalaikį popą, nei į profesionalaus šiuolaikinio meno formas.

Rečiausiai į kitų miestų organizuojamus renginius vyksta:

- Mažomis pajamomis disponuojančios grupės;
- Pensinio amžiaus gyventojai;
- Trumpalaikio popso mėgėjai;
- Siaurų kultūrinių poreikių vartotojai;
- gyvenantys šiaurinėje miesto dalyje, esančioje tarp geležinkelio ir Tauralaukio.

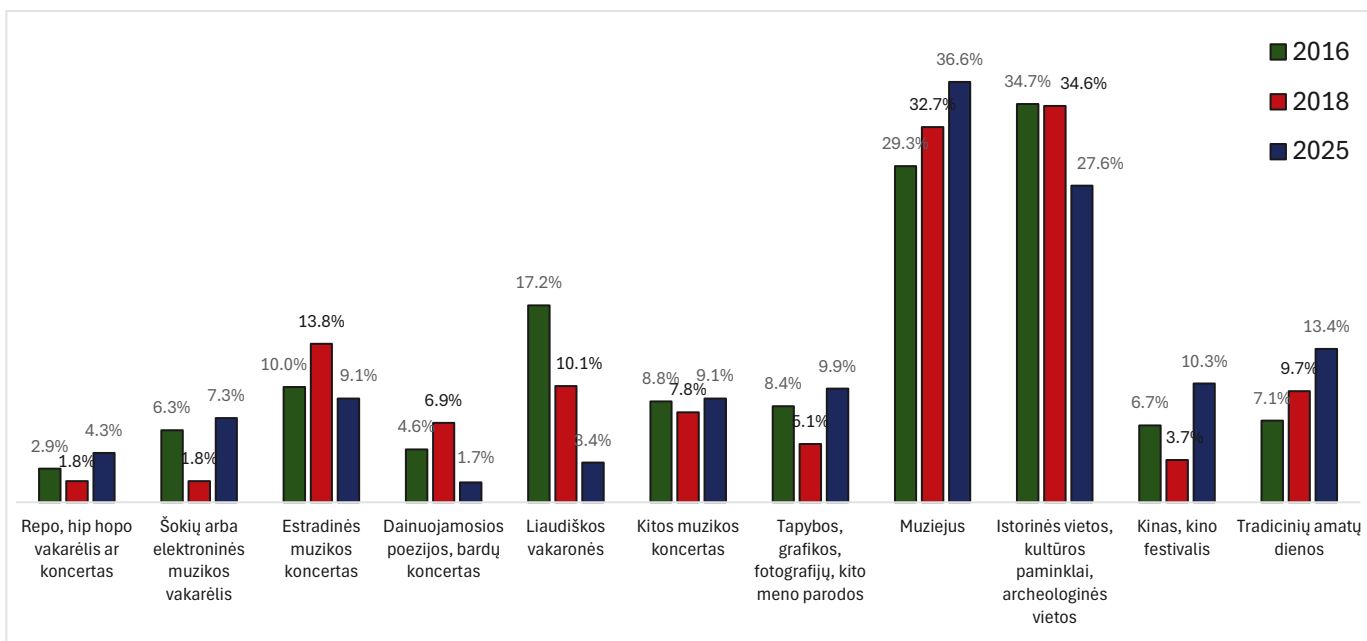
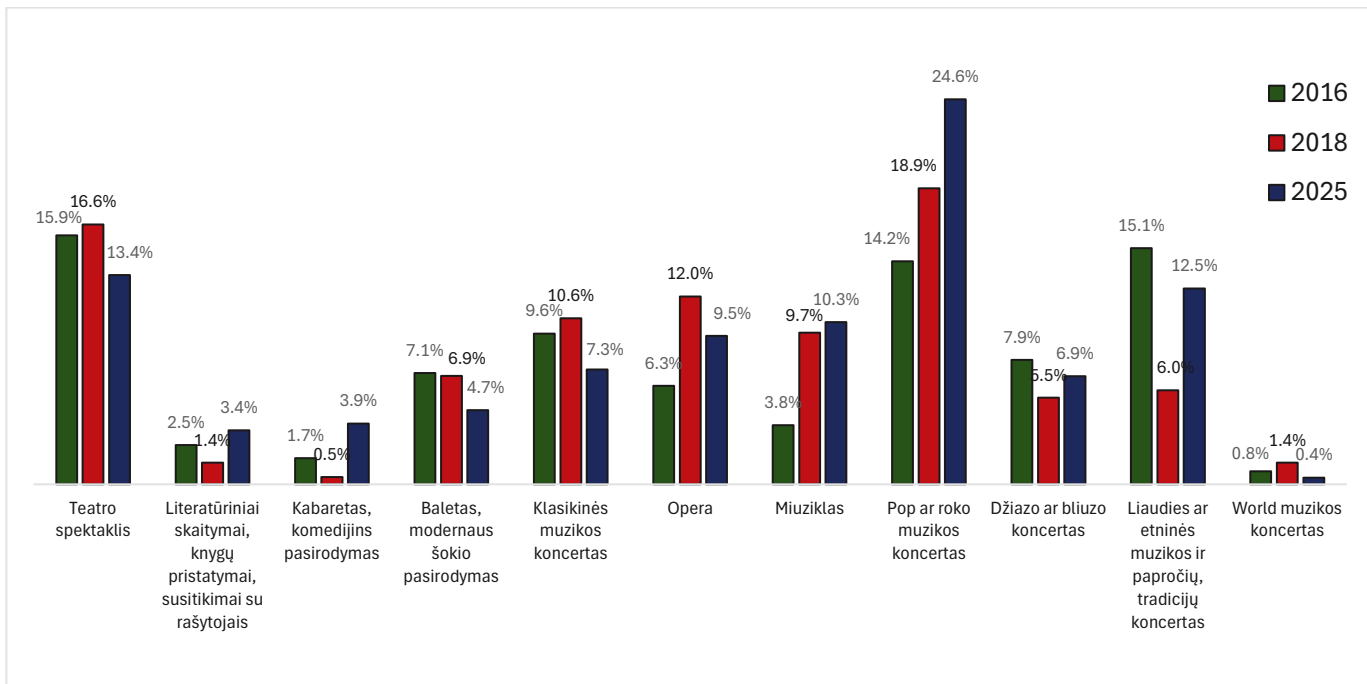
Labiausiai lankytini kitose Lietuvos vietovėse ar miestuose yra muziejai ir istorinė vietos bei populiaros ar roko muzikos koncertai.



## 8.2. pav. Kultūros renginių ar vietų lankymas kituose Lietuvos miestuose per paskutinius 12 mėn. (% dalis vykusiųjų į kitus miestus; interviu metodas)

Ryškesni paskutinio dešimtmečio pokyčiai:

- ryškiai ir stabiliai auga dalis tų, kurie dažniau vyksta į populiarios ar roko muzikos koncertus. Ši tendencija rodo, kad Klaipėdos koncertinių renginių pasiūla neatliepia gyventojų poreikių, o vartotojų gretas papildo naujos kartos, kurios turi išsiugdytą poreikį pop ar roko muzikos koncertams;
- auga kino filmų ir festivalių poreikis, kurio negali patenkinti vietos kino salės ir jų siūlomi repertuarai;
- mažėja išvykstančių į liaudiškas vakarones, tačiau auga poreikis tradicinių amatų renginiams. Tai gali būti susiję su etnokultūros renginių pasiūlos ir įvairovės augimu uostamiestyje, kurie ilgalaikėje perspektyvoje turėtų labiau integruoti interaktyvius amatų mokymus.



8.3. pav. Kultūros renginių ar vietų lankymas kituose Lietuvos miestuose per paskutinius 12 mėn., 2016-2025 m. (% dalis vykusiujų į kitus miestus; interviu metodus)

# Kultūros vartotojų, vykusių į kituose Lietuvos miestuose organizuojamus kultūros renginius ar lankytinas vietas, socialinis portretas

(% dalis socialinėse-demografinėse grupėse nuo vykususių į kitus miestus; interviu duomenys)

Vartotojų profiliai	Vartotojų kartos
<p>Gamtos mylėtojai 35.3%</p> <p>Namisėdos 30.7%</p> <p>Kultūros puoselėtojai 44.3%</p> <p>Socialumo mėgėjai 31.8%</p>	<p>Gimę iki 1960-ųjų 25.9%</p> <p>Permainų karta (1961–1980) 33.5%</p> <p>Nepriklausomybės karta (1981–1995) 38.9%</p> <p>Karta Z / Gen Z (1996–2010) 38.6%</p>
Vartotojai pagal kultūros vartojimo aprėptį	Vartotojai pagal kultūrinį skonį
<p>Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai 21.5%</p> <p>Vidutinio spektro pomėgių 38.0%</p> <p>Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai) 53.7%</p>	<p>Trumpalaikės popkultūros vartotojai 30.4%</p> <p>Populiarių kultūros formų mėgėjai 37.0%</p> <p>Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai 33.3%</p>
Vartotojai pagal pajamų grupes	Gyvenamoji vieta
<p>iki 600 eurų 19.7%</p> <p>600-900 eurų 23.1%</p> <p>900-1200 eurų 32.7%</p> <p>1200-1500 eurų 39.0%</p> <p>1500-1800 eurų 59.0%</p> <p>1800-2100 eurų 56.7%</p> <p>2100-2400 eurų 61.5%</p> <p>2400 eurų ir daugiau 75.0%</p> <p>Nenurodė 35.8%</p>	<p>Senamies ir senoji dalis 39.0%</p> <p>Centras (nuo turgaus iki Kauno g.) 36.8%</p> <p>Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.) 28.9%</p> <p>Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.) 30.0%</p> <p>Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio) 23.3%</p> <p>Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai) 43.3%</p> <p>Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės 32.9%</p>
Darbinis statusas	Gyvenimo Klaipėdoje trukmė
<p>Dirbantys 39.0%</p> <p>Pensininkas 23.2%</p> <p>Dekretinėse, vaiko... 45.5%</p> <p>Bedarbis, ieškantis darbo 21.1%</p> <p>Studentas 36.4%</p> <p>Moksleivis 47.4%</p>	<p>Gimę Klaipėdoje 35.1%</p> <p>iki 5 metų 37.3%</p> <p>nuo 5 iki 15 m. 34.5%</p> <p>nuo 15 iki 30 m. 35.9%</p> <p>nuo 30 iki 50 m. 26.8%</p> <p>virš 50 m. 27.3%</p>

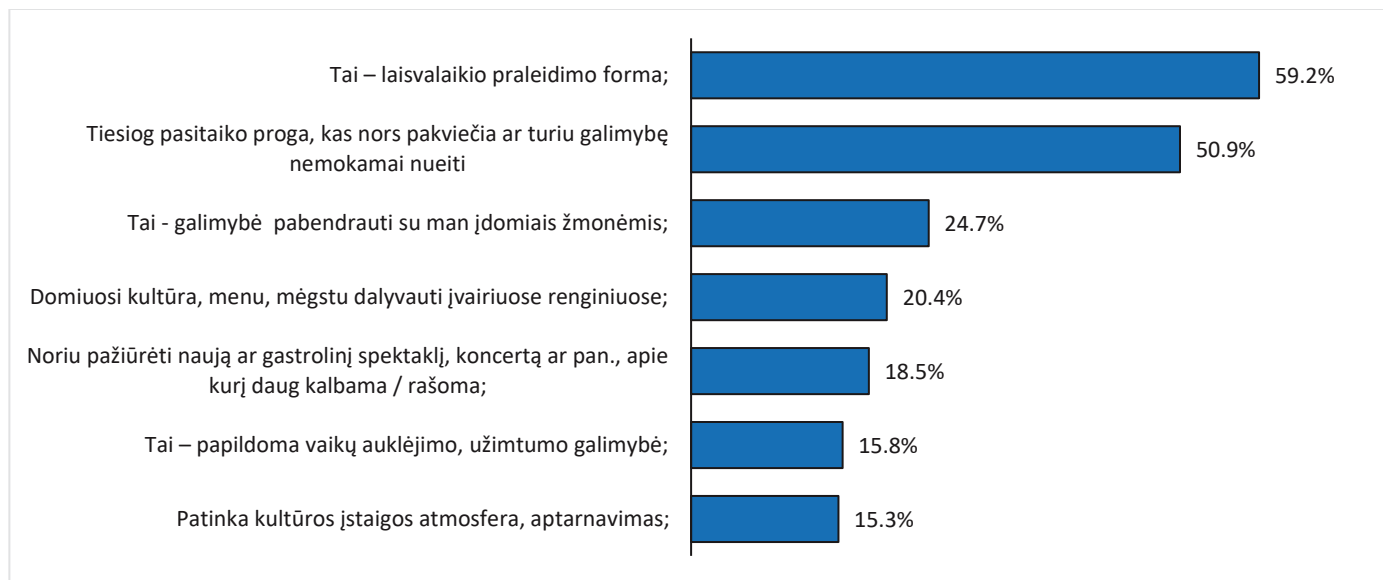
# Kultūros vartotojų, vykusių į kituose Lietuvos miestuose organizuojamus pop ar roko muzikos koncertus, socialinis portretas

(% dalis socialinėse-demografinėse grupėse visoje imtyje; interviu duomenys)

Vartotojų profiliai	Vartotojų kartos																																
<table border="1"> <tr><td>Gamtos mylėtojai</td><td>9.8%</td></tr> <tr><td>Namisėdos</td><td>7.3%</td></tr> <tr><td>Kultūros puoselėtojai</td><td>5.1%</td></tr> <tr><td>Socialumo mėgėjai</td><td>9.1%</td></tr> </table>	Gamtos mylėtojai	9.8%	Namisėdos	7.3%	Kultūros puoselėtojai	5.1%	Socialumo mėgėjai	9.1%	<table border="1"> <tr><td>Gimę iki 1960-ųjų</td><td>2.5%</td></tr> <tr><td>Permainų karta (1961–1980)</td><td>6.0%</td></tr> <tr><td>Nepriklausomybės karta (1981–1995)</td><td>14.3%</td></tr> <tr><td>Karta Z / Gen Z (1996–2010)</td><td>15.7%</td></tr> </table>	Gimę iki 1960-ųjų	2.5%	Permainų karta (1961–1980)	6.0%	Nepriklausomybės karta (1981–1995)	14.3%	Karta Z / Gen Z (1996–2010)	15.7%																
Gamtos mylėtojai	9.8%																																
Namisėdos	7.3%																																
Kultūros puoselėtojai	5.1%																																
Socialumo mėgėjai	9.1%																																
Gimę iki 1960-ųjų	2.5%																																
Permainų karta (1961–1980)	6.0%																																
Nepriklausomybės karta (1981–1995)	14.3%																																
Karta Z / Gen Z (1996–2010)	15.7%																																
Vartotojai pagal kultūros vartojimo aprėptį	Vartotojai pagal kultūrinį skonį																																
<table border="1"> <tr><td>Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai</td><td>4.5%</td></tr> <tr><td>Vidutinio spektro pomėgių</td><td>9.0%</td></tr> <tr><td>Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)</td><td>15.7%</td></tr> </table>	Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai	4.5%	Vidutinio spektro pomėgių	9.0%	Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)	15.7%	<table border="1"> <tr><td>Trumpalaikės popkultūros vartotojai</td><td>8.4%</td></tr> <tr><td>Populiarių kultūros formų mėgėjai</td><td>9.3%</td></tr> <tr><td>Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai</td><td>7.1%</td></tr> </table>	Trumpalaikės popkultūros vartotojai	8.4%	Populiarių kultūros formų mėgėjai	9.3%	Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai	7.1%																				
Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai	4.5%																																
Vidutinio spektro pomėgių	9.0%																																
Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)	15.7%																																
Trumpalaikės popkultūros vartotojai	8.4%																																
Populiarių kultūros formų mėgėjai	9.3%																																
Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai	7.1%																																
Vartotojai pagal pajamų grupes	Gyvenamoji vieta																																
<table border="1"> <tr><td>iki 600 eurų</td><td>5.3%</td></tr> <tr><td>600-900 eurų</td><td>2.5%</td></tr> <tr><td>900-1200 eurų</td><td>9.2%</td></tr> <tr><td>1200-1500 eurų</td><td>10.4%</td></tr> <tr><td>1500-1800 eurų</td><td>15.4%</td></tr> <tr><td>1800-2100 eurų</td><td>20.0%</td></tr> <tr><td>2100-2400 eurų</td><td>30.8%</td></tr> <tr><td>2400 eurų ir daugiau</td><td>12.5%</td></tr> <tr><td>Nenurodė</td><td>7.5%</td></tr> </table>	iki 600 eurų	5.3%	600-900 eurų	2.5%	900-1200 eurų	9.2%	1200-1500 eurų	10.4%	1500-1800 eurų	15.4%	1800-2100 eurų	20.0%	2100-2400 eurų	30.8%	2400 eurų ir daugiau	12.5%	Nenurodė	7.5%	<table border="1"> <tr><td>Senamies ir senoji dalis</td><td>6.7%</td></tr> <tr><td>Centras (nuo turgaus iki Kauno g.)</td><td>13.6%</td></tr> <tr><td>Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.)</td><td>7.4%</td></tr> <tr><td>Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.)</td><td>10.8%</td></tr> <tr><td>Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio)</td><td>3.3%</td></tr> <tr><td>Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai)</td><td>6.7%</td></tr> <tr><td>Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės</td><td>5.7%</td></tr> </table>	Senamies ir senoji dalis	6.7%	Centras (nuo turgaus iki Kauno g.)	13.6%	Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.)	7.4%	Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.)	10.8%	Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio)	3.3%	Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai)	6.7%	Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės	5.7%
iki 600 eurų	5.3%																																
600-900 eurų	2.5%																																
900-1200 eurų	9.2%																																
1200-1500 eurų	10.4%																																
1500-1800 eurų	15.4%																																
1800-2100 eurų	20.0%																																
2100-2400 eurų	30.8%																																
2400 eurų ir daugiau	12.5%																																
Nenurodė	7.5%																																
Senamies ir senoji dalis	6.7%																																
Centras (nuo turgaus iki Kauno g.)	13.6%																																
Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.)	7.4%																																
Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.)	10.8%																																
Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio)	3.3%																																
Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai)	6.7%																																
Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės	5.7%																																
Darbinis statusas	Gyvenimo Klaipėdoje trukmė																																
<table border="1"> <tr><td>Dirbantys</td><td>11.3%</td></tr> <tr><td>Pensininkas</td><td>1.6%</td></tr> <tr><td>Dekretinėse, vaiko priežiūros...</td><td>9.1%</td></tr> <tr><td>Bedarbis, ieškantis darbo</td><td>5.3%</td></tr> <tr><td>Studentas</td><td>0.0%</td></tr> <tr><td>Moksleivis</td><td>21.1%</td></tr> </table>	Dirbantys	11.3%	Pensininkas	1.6%	Dekretinėse, vaiko priežiūros...	9.1%	Bedarbis, ieškantis darbo	5.3%	Studentas	0.0%	Moksleivis	21.1%	<table border="1"> <tr><td>Gimę Klaipėdoje</td><td>8.6%</td></tr> <tr><td>iki 5 metų</td><td>15.3%</td></tr> <tr><td>nuo 5 iki 15 m.</td><td>10.3%</td></tr> <tr><td>nuo 15 iki 30 m.</td><td>7.8%</td></tr> <tr><td>nuo 30 iki 50 m.</td><td>3.7%</td></tr> <tr><td>virš 50 m.</td><td>4.5%</td></tr> </table>	Gimę Klaipėdoje	8.6%	iki 5 metų	15.3%	nuo 5 iki 15 m.	10.3%	nuo 15 iki 30 m.	7.8%	nuo 30 iki 50 m.	3.7%	virš 50 m.	4.5%								
Dirbantys	11.3%																																
Pensininkas	1.6%																																
Dekretinėse, vaiko priežiūros...	9.1%																																
Bedarbis, ieškantis darbo	5.3%																																
Studentas	0.0%																																
Moksleivis	21.1%																																
Gimę Klaipėdoje	8.6%																																
iki 5 metų	15.3%																																
nuo 5 iki 15 m.	10.3%																																
nuo 15 iki 30 m.	7.8%																																
nuo 30 iki 50 m.	3.7%																																
virš 50 m.	4.5%																																

## 9. Kultūros įstaigų ir renginių lankymo priežastys

Viena svarbiausių priežasčių ar motyvų, kodėl klaipėdiečiai eina į kultūros įstaigas ar renginius, yra susiję su laisvalaikio praleidimu. Tokios natūralios nuostatos laikosi 59,2 proc.



### 9.1. pav. Kas skatina apsilankyti kultūros įstaigose ir renginiuose (% dalis; n=691; proc. dalis; interviu metodas)

Antra dominuojanti priežastis yra labiau atsitiktinio pobūdžio. Beveik kas antras klaipėdietis į renginį ateina pasitaikius progai, kai kas nors pakviečia. Ši tendencija parodo, kad didelė dalis klaipėdiečių yra pasyvūs ir jiems būtini galimų kompanijų padaršiniai. O jei jų nėra, tai juos gali atstoti „nemokama galimybė“. Tokia nuostata labiau būdinga:

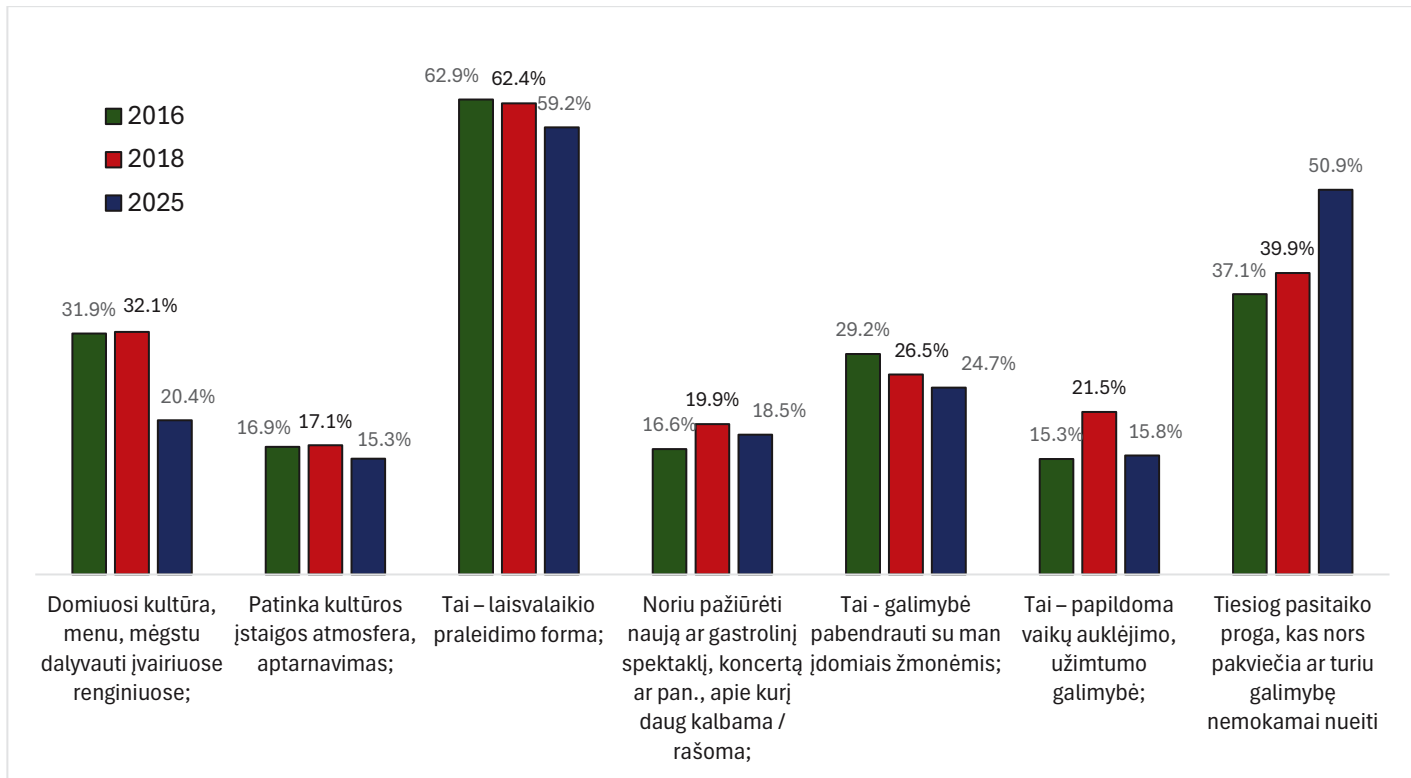
- Socialumo mėgėjams;
- Namisėdoms;
- Z kartos /Gen-Z atstovams;
- Siauro kultūrinių poreikių spektro vartotojams;
- Mažavertės pop kultūros mėgėjams;
- Mažesnių pajamų grupei;
- Gyvenantiems centrinėje miesto dalyje (nuo senojo turgaus iki Kauno g.).

Tikslingesnis kultūrinių renginių lankymas, kuris nestruktūruojamas nei atsitiktinumo, nei „nemokamos galimybės“, labiau būdingas:

- Aktyviems kultūros puoselėtojams
- Profesionalios kultūros ir meno formų mėgėjams;
- Gyvenantiems senamiestyje ir senojoje miesto dalyje bei senesniuose šiaurinės miesto dalies kvartaluose.

Mažiausią motyvuojančią galią turi lankomos kultūros įstaigos aplinka ir aptarnavimas. Jį nurodė tik kas septintas klaipedietis. Tai indikuoja, kad didesnis motyvuojantis veiksnys labiau susijęs su repertuariniais dalykais, nei organizaciniais sprendimais ar infrastruktūra. Dažniausiai šį motyvą linkę akcentuoti:

- Aktyvūs kultūros vartotojai;
- Z kartos /Gen-Z atstovams;
- Plataus kultūrinių poreikių spektro vartotojams;
- Populiarių kultūros formų vartotojams;
- Mažesnių pajamų grupėms;
- Gyvenantiems Klaipėdos priemiesčiuose ir apylinkėse.



**9.2. pav. Kultūros įstaigų ir renginių lankymo priežastys, 2016-2025 m. (% dalis; 2016 m. n=601; 2018 m. n=680; 2025 m. n=691; proc. dalis; interviu metodus)**

2016-2025 m. sugretinimas rodo, kad kultūros renginių lankymo priežastys išlaiko gana panašią ir gan stabilią struktūrą. Motyvacijos dinamikoje matomos dvi ryškesnės kaitos tendencijos:

- renginiuose ir įstaigose mažėja tokių lankytojų, kuriuos labiausiai motyvuotų jų asmeninis domėjimais menu, kultūra. Per 10 metų šį grupę sumenko apie 12 proc. Tai reiškia, kad vidiniai kultūrinio vartojimo motyvai užleidžia vietą išorės stimulams.
- ryškiai auga tokių lankytojų, kurie yra labiau atsitiktinio pobūdžio ir pasinaudoja progomis – juos pakviečia apsilankyti renginiuose kiti žmonės arba tai yra „nemokama galimybė“. Šis lankytojų segmentas per dešimtmetį išaugo 14 proc.

# Kultūros vartotojų, kurie kultūros renginiuose lankosi tik pasitaikius progai, kai kas nors juos pakviečia arba yra „nemokama galimybė“, socialinis portretas

(% dalis socialinėse-demografinėse grupėse; interviu duomenys)

Vartotojų profiliai	Vartotojų kartos
<p>Gamtos mylėtojai 49.6%</p> <p>Namisėdos 52.7%</p> <p>Kultūros puoselėtojai 26.6%</p> <p>Socialumo mėgėjai 57.3%</p>	<p>Gimę iki 1960-ųjų 55.6%</p> <p>Permainų karta (1961–1980) 47.5%</p> <p>Nepriklausomybės karta (1981–1995) 49.7%</p> <p>Karta Z / Gen Z (1996–2010) 57.1%</p>
Vartotojai pagal kultūros vartojimo aprėptį	Vartotojai pagal kultūrinį skonį
<p>Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai 55.8%</p> <p>Vidutinio spektro pomėgių 47.3%</p> <p>Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai) 46.3%</p>	<p>Trumpalaikės popkultūros vartotojai 59.1%</p> <p>Populiarių kultūros formų mėgėjai 46.8%</p> <p>Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai 43.6%</p>
Vartotojai pagal pajamų grupes	Gyvenamoji vieta
<p>iki 600 eurų 68.2%</p> <p>600-900 eurų 58.7%</p> <p>900-1200 eurų 56.1%</p> <p>1200-1500 eurų 40.3%</p> <p>1500-1800 eurų 43.6%</p> <p>1800-2100 eurų 43.3%</p> <p>2100-2400 eurų 30.8%</p> <p>2400 eurų ir daugiau 25.0%</p> <p>Nenurodė 39.9%</p>	<p>Senamies ir senoji dalis 32.4%</p> <p>Centras (nuo turgaus iki Kauno g.) 64.8%</p> <p>Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.) 58.7%</p> <p>Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.) 60.0%</p> <p>Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Turalaukio) 36.7%</p> <p>Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnrage, Giruliai) 43.3%</p> <p>Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės 44.3%</p>
Darbinis statusas	Gyvenimo Klaipėdoje trukmė
<p>Dirbantys 48.8%</p> <p>Pensininkas 54.6%</p> <p>Dekretinėse, vaiko priežiūros... 36.4%</p> <p>Bedarbis, ieškantis darbo 59.6%</p> <p>Studentas 36.4%</p> <p>Moksleivis 52.6%</p>	<p>Gimę Klaipėdoje 50.3%</p> <p>iki 5 metų 52.5%</p> <p>nuo 5 iki 15 m. 55.2%</p> <p>nuo 15 iki 30 m. 46.9%</p> <p>nuo 30 iki 50 m. 50.0%</p> <p>virš 50 m. 54.5%</p>

# Kultūros vartotojai, kurie lankosi kultūros renginiuose dėl asmeninių pomėgių ir domėjimosi menu, kultūros formomis

(% dalis socialinėse-demografinėse grupėse visoje imtyje; interviu duomenys)

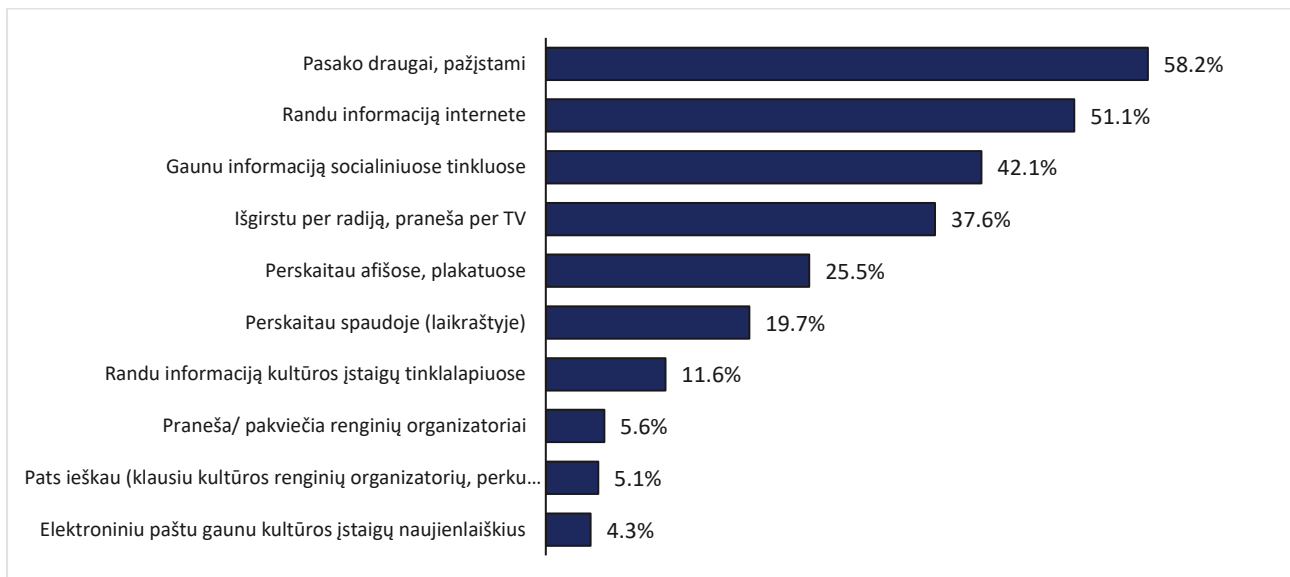
Vartotojų profiliai	Vartotojų kartos
<p>Gamtos mylėtojai 15.0%</p> <p>Namisėdos 17.6%</p> <p>Kultūros puoselėtojai 44.3%</p> <p>Socialumo mėgėjai 18.2%</p>	<p>Gimę iki 1960-ųjų 19.1%</p> <p>Permainų karta (1961–1980) 23.6%</p> <p>Nepriklausomybės karta (1981–1995) 17.1%</p> <p>Karta Z / Gen Z (1996–2010) 18.6%</p>
Vartotojai pagal kultūros vartojimo aprėptį	Vartotojai pagal kultūrinį skonį
<p>Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai 14.1%</p> <p>Vidutinio spektro pomėgių 21.6%</p> <p>Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai) 32.8%</p>	<p>Trumpalaikės popkultūros vartotojai 15.2%</p> <p>Populiarių kultūros formų mėgėjai 20.4%</p> <p>Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai 28.2%</p>
Vartotojai pagal pajamų grupes	Gyvenamoji vieta
<p>iki 600 eurų 14.4%</p> <p>600-900 eurų 21.5%</p> <p>900-1200 eurų 21.4%</p> <p>1200-1500 eurų 24.7%</p> <p>1500-1800 eurų 20.5%</p> <p>1800-2100 eurų 40.0%</p> <p>2100-2400 eurų 23.1%</p> <p>2400 eurų ir daugiau 12.5%</p> <p>Nenurodė 18.5%</p>	<p>Senamies ir senoji dalis 21.9%</p> <p>Centras (nuo turgaus iki Kauno g.) 14.4%</p> <p>Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.) 19.8%</p> <p>Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.) 17.7%</p> <p>Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio) 21.7%</p> <p>Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai) 33.3%</p> <p>Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės 24.3%</p>
Darbinis statusas	Gyvenimo Klaipėdoje trukmė
<p>Dirbantys 20.3%</p> <p>Pensininkas 21.1%</p> <p>Dekretinėse, vaiko priežiūros... 36.4%</p> <p>Bedarbis, ieškantis darbo 12.3%</p> <p>Studentas 27.3%</p> <p>Moksleivis 26.3%</p>	<p>Gimę Klaipėdoje 20.4%</p> <p>iki 5 metų 16.9%</p> <p>nuo 5 iki 15 m. 15.5%</p> <p>nuo 15 iki 30 m. 18.8%</p> <p>nuo 30 iki 50 m. 29.3%</p> <p>virš 50 m. 18.2%</p>

## 10. Kultūros informacijos šaltiniai

Kultūros komunikacijos kanalai yra aktualūs, siekiant pritraukti ir auginti tikslines auditorijas. Tam naudojamos tiek tradicinės priemonės (reklama žiniasklaidoje, laikraščiuose, TV, radijo, afišos), tik skaitmeninės (informacija platinama socialiniuose tinkluose, specializuotuose informaciniuose portaluose, siunčiami naujienlaiškiai ir pan.). Nors informacinė erdvė yra prisodrinta įvairių pranešimų ir reklamos, didžioji dalis klaipėdiečių dažniausiai apie mieste vykstančius kultūros renginius sužino iš draugų ir pažįstamų (58.2 proc.) bei randa informaciją internete (51,1 proc.). Tai rodo gana atsitiktinį informacinės elgsenos pobūdį, kur didesnis vaidmuo tenka atsitiktinumams nei tiksliniams ar individualizuotiems rinkodariniams sprendimams, kaip organizatorių siunčiami asmeniniai kvietimai, kultūros įstaigų naujienlaiškiai ar informacijos skelbimas tinklalapiuose.

Nors tradicinės kultūros informacijos medijos, kaip reklama TV, radijuje, laikraščiuose ar afišose, palengva išstumia skaitmeniniai sprendimai, visgi nemaža šių medijų dalis išlaiko savo veiksmingumą. Kas trečias uostamiesčio gyventojas apie mieste vykstančius kultūros renginius sužino iš TV ir radijo (37,6 proc.), kas ketvirtas iš lauko afišų ar skelbimų (25,5 proc.), o kas penktas – iš spaudos (laikraščių) (19.7 proc.). Tradicinės medijos išlieka aktualiomis vyresnio amžiaus žmonių grupėje (gimę iki 1960-ųjų) ir gaunantiems mažesnes pajamas. Taip pat jos gana aktyviai vartojamos ir tų klaipėdiečių, kurie turi gan platų kultūrinių poreikių spektrą („kultūrinių visaėdžių“).

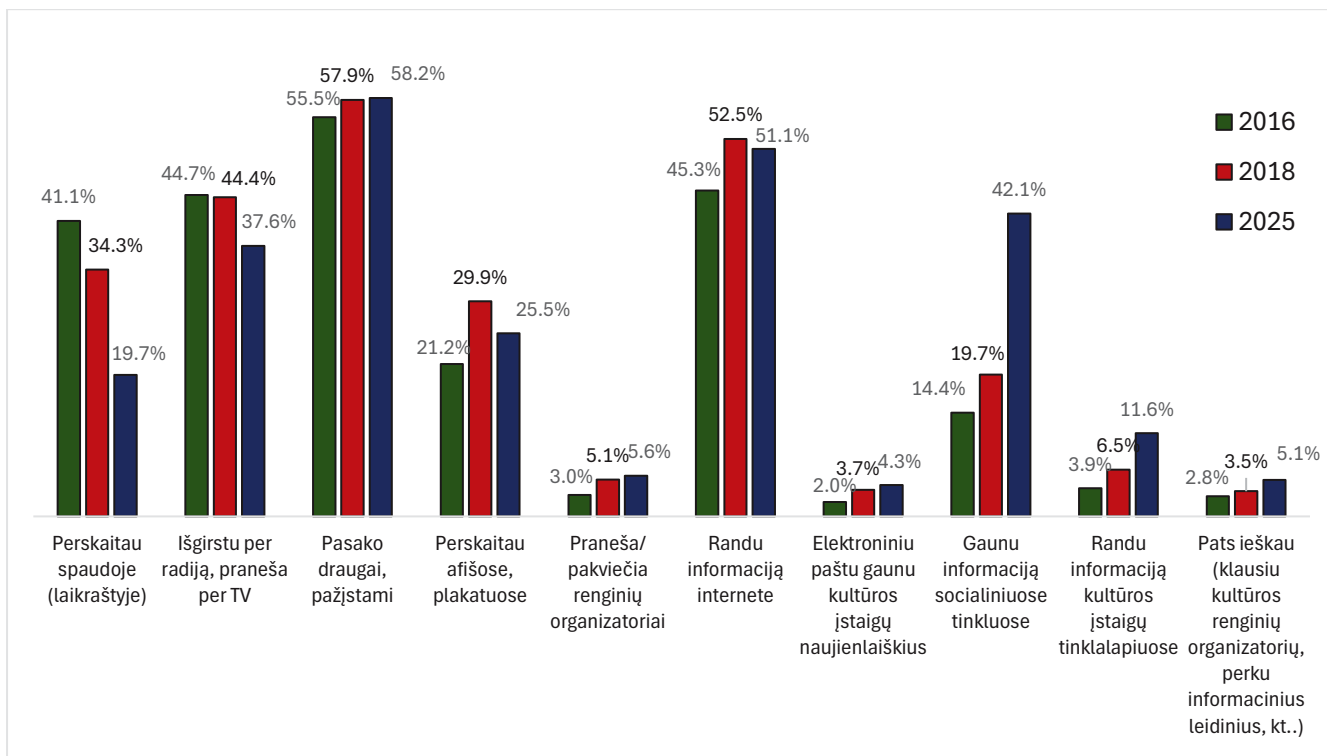
Tradicinės kultūros komunikacijos priemonės	Geriau pasiekiamos auditorijos	Mažiau pasiekiamos auditorijos
Skelbimai TV ir radijuje	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Uždirbantys mažiau nei 600 eurų (apie 43,9 proc.);</li> <li>- Plataus kultūrinio spektro vartotojai (41 proc.);</li> <li>- gyvenantys šiaurinėje miesto dalyje (apie 47 proc.);</li> <li>- Gimę iki 1960-ųjų (48.1 proc.).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gamtos mylėtojai (apie 31,6 proc.);</li> <li>- Karta Z / Gen-Z (apie 27,1 proc.);</li> <li>- Uždirbantys daugiau nei 1500 eurų;</li> <li>- Gyvenantys pietiniuose kvartaluose (tarp Baltijos ir Statybininkų prospektų; 24 proc.).</li> </ul>
Skelbimai ir pranešimai laikraščiuose	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kultūros puoselėtojai (29.1 proc.);</li> <li>- Namisėdos (27,8 proc.);</li> <li>- Gimę iki 1960-ųjų (37 proc.)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Socialumo mėgėjai (10.9 proc.);</li> <li>- Karta Z / Gen-Z (4.3 proc.);</li> <li>- Nepriklausomybės karta (6.9proc.);</li> <li>- Uždirbantys daugiau nei 1800 eurų.</li> </ul>
Afišos ir skelbimai	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Plataus kultūrinio spektro vartotojai (37.3 proc.);</li> <li>- Populiarių kultūros formų mėgėjai (34.3 proc.);</li> <li>- Gyvenantys senamiestyje ir senojoje miesto dalyje (31.4 proc.);</li> <li>- Gyvenantys šiauriniuose kvartaluose (tarp geležinkelio ir Tauralaukio) (31.7 proc.);</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai (18.6 proc.);</li> <li>- Gyvenantys naujai pastatytuose kvartaluose šiaurinėje miesto dalyje (13.3 proc.);</li> <li>- Gyvenantys pietiniame miesto pakraštyje (tarp Statybininkų ir Jūrininkų prospektų) (17.7 proc.).</li> </ul>
Informacija iš draugų ir pažįstamų	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Karta Z / Gen-Z (68.1 proc.);</li> <li>- Plataus kultūrinio spektro vartotojai (61.4 proc.).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gimę iki 1960-ųjų (49.5 proc.);</li> <li>- Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai (46.9 proc.);</li> <li>- Gyvenantys pietiniame miesto pakraštyje (tarp Statybininkų ir Jūrininkų prospektų) (49.2 proc.).</li> </ul>



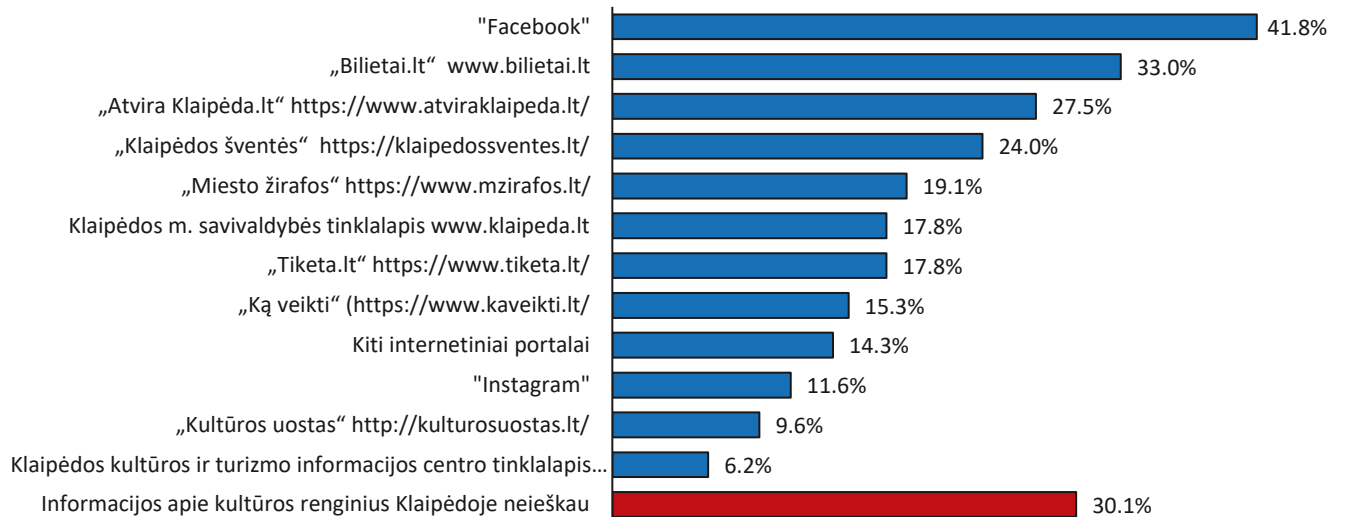
**10.1. pav. Iš kur miestiečiai sužino apie Klaipėdoje vykstančius kultūros renginius (% dalis; n=691; proc. dalis; interviu metodas)**

2016-2025 m. perspektyvoje galima įžvelgti kelias ryškesnes komunikacinės elgsenos tendencijas:

- dalis gyventojų, kurie sužino apie kultūros renginius mieste iš savo draugų ir pažįstamų, išlieka gana stabili;
- du kartus sumažėja spaudos ir laikraščių vaidmuo kultūros komunikacijoje;
- tris kartus išaugo socialinių tinklų reikšmė gaunant informaciją apie kultūros renginius;
- nežymiai, bet stabiliai auga kultūros įstaigų tinklalapių auditorijos.



**10.2. pav. Kultūros informacijos šaltinių kaita 2016-2025 m. (% dalis; 2016 m. n=601; 2018 m. n=680; 2025 m. n=691; proc. dalis; interviu metodas)**



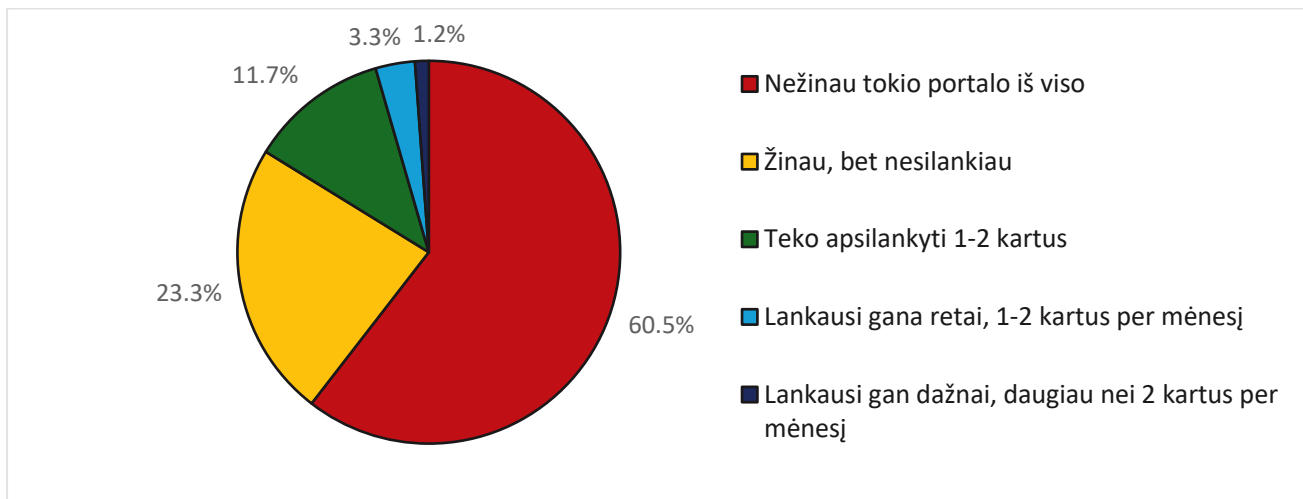
### 10.3. pav. Kuriuose internetiniuose tinklalapiuose ir socialiniuose tinkluose klaipėdiečiai dažniausiai ieško informacijos apie kultūros renginius Klaipėdoje (% dalis; n=691; interviu metodas)

Kaip jau užsiminta, didžia dalimi informacija apie Klaipėdoje vykstančius kultūros renginius pasiekia per draugus ir pažįstamus, o ne tiksliniais informaciniais kanalais. Kas trečias klaipėdietis (30.1 proc.) tokios informacijos iš viso neieško.

Tarp tikslinių paieškos kanalų, kaip informacija pasiekia vartotojus, dominuoja socialinis tinklas „Facebook“. Antroje vietoje yra nacionalinė informacinė platforma „Bilietai.lt“, kur galima ir sužinoti apie artimiausiu metu vykstančius renginius, ir įsigyti bilietus į juos. Trečioje vietoje yra dienraščio „Atvira Klaipėda“ tinklalapis, kuriame pristatoma, kokie renginiai vyksta Klaipėdoje tą dieną ir tą savaitę. Tikriausiai dėl patogaus turinio dizaino, kur renginių kategorija matoma iškart atsidarius tinklalapį, ir kasdienio naujienų srauto palaikymo šį dienraštį kaip svarbų informacijos šaltinį paminėjo 27.5 proc. apklaustųjų.

Labiau specializuotame uostamiesčio kultūros naujienų portale „Kultūros uostas“ informacijos ieško kas dešimtas klaipėdietis (9.6 proc.). Tinklalapis „Kultūros uostas“ sukurtas 2017 m., kaip buvo vykdomas projektas „Klaipėda – Lietuvos kultūros sostinė“. Jo pagrindinis užmanymas buvo centralizuotai perteikti informaciją apie kultūros renginius Klaipėdoje, sykiu komunikuojant „Lietuvos kultūros sostinės“ vizualinį identitetą, stilių bei stiprinant komunikacinę žinią apie patį projektą.

2018 m., kada buvo vertinamas projekto „Klaipėda – Lietuvos kultūros sostinė“ poveikis ir auditorijų pasiekiamumas, apie šį portalą buvo girdėję apie 49.1 proc. klaipėdiečių, o jame informacijos apie renginius ieškojo 15.5 proc.



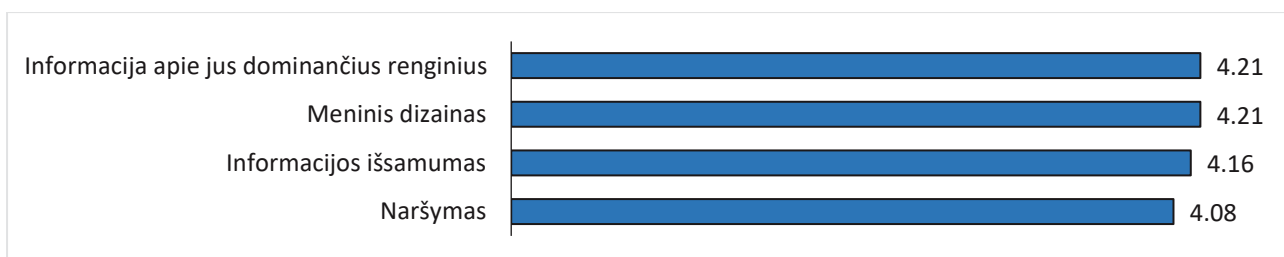
**10.4. pav. Kultūros informacijos portalo „Kultūros uostas“ vartotojai Klaipėdoje (% dalis; n=691; interviu metodus)**

2025 m. apie kultūros informacijos portalą „Kultūros uostas“ buvo girdėję ar žinojo 39.5 proc. miestiečių. Tačiau tik 4.5 proc. jame aktyviau ieško informacijos apie kultūros renginius. Apklauskos duomenys leidžia prognozuoti, kad vidutinė šio portalo auditorija uostamiestyje gali svyruoti nuo 5.9 tūkst. iki 10.6 tūkst. vartotojų. Šis skaičius apima tik klaipėdiečius vartotojus, tačiau jis neindikuoja, kiek yra vartotojų gyvenančių ne Klaipėdoje.

„Kultūros uostas“ aktyvesni vartotojai yra:

- dirbantys kultūros sektoriuje (apie 27 proc. šio sektoriaus atstovų apsilanko portale kiekvieną mėnesį);
- tie, kuriuos galima vadinti „kultūros puoselėtojai“;
- gimę iki 1960-ųjų;
- plataus kultūrinio spektro vartotojai („kultūriniai visaėdžiai“):
- uždirbantys 1200-1800 eurų;
- naujų šiaurinės miesto dalies kvartalų, įskaitant Melnragę ir Girulius, gyventojai.

2018 ir 2025 m. duomenys rodo, kad bendrai šio portalo vartotojų skaičius Klaipėdoje yra daugmaž stabilus (aktyvesnių vartotojų 4.5 proc.; apsilankusių 11.7 proc.), nors bendrai miestiečiai daugiau informacijos ieško kituose informaciniuose portaluose. Tačiau „Kultūros uostas“ vartotojų vertinimai yra labai pozityvūs. 76.8 proc. vartotojų jį vertina „gerai“ ir „labai gerai“.

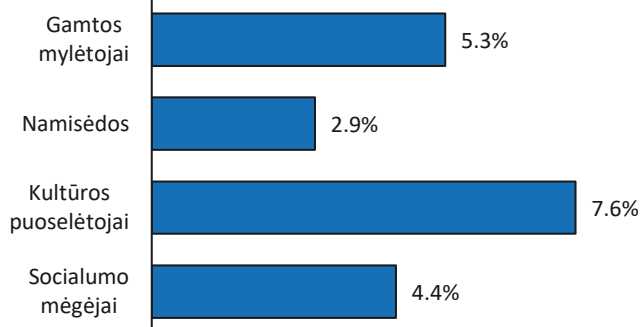


**10.5. pav. Kultūros informacijos portalo „Kultūros uostas“ funkcionalumo vertinimas (vidurkis 5 balų skalėje; „1=labai blogai“, „5=labai gerai“; n=112; interviu metodus)**

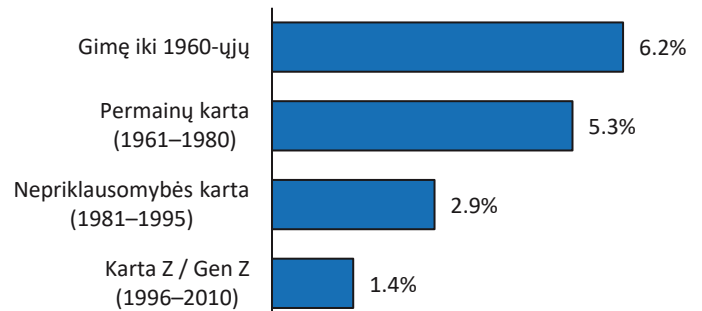
# Vartotojai, kurie kiekvieną mėnesį aplanko kultūros informacijos portalą „Kultūros uostas“

(% dalis socialinėse-demografinėse grupėse; interviu duomenys)

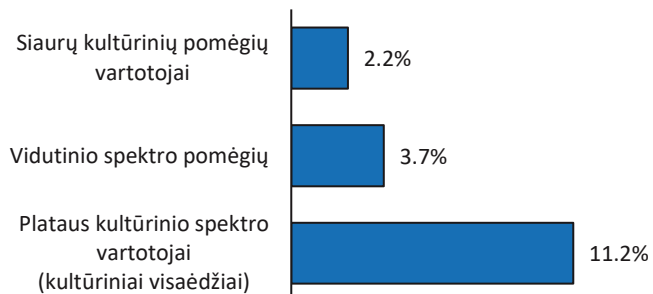
## Vartotojų profiliai



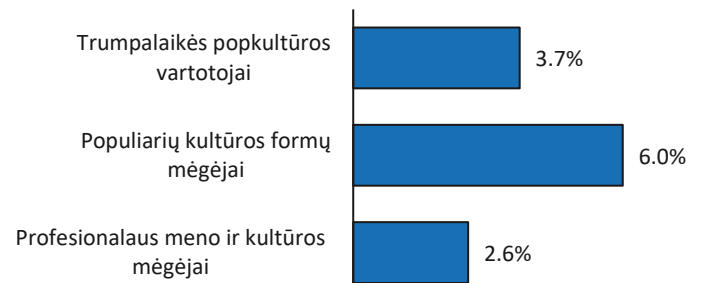
## Vartotojų kartos



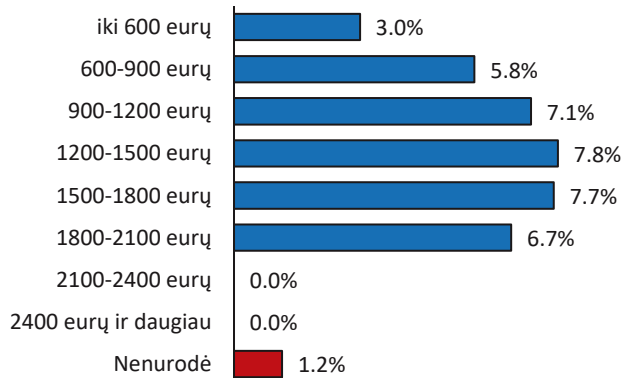
## Vartotojai pagal kultūros vartojimo aprėptį



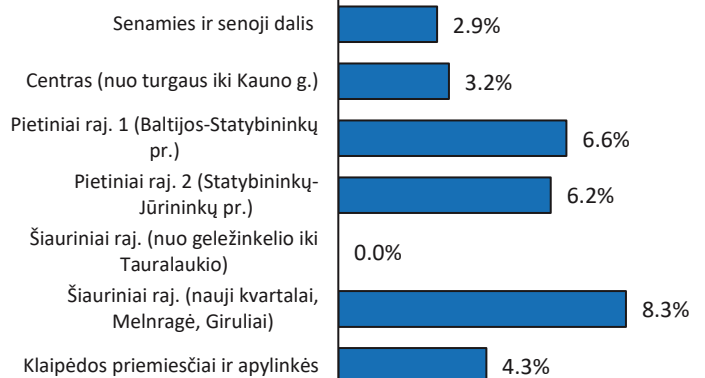
## Vartotojai pagal kultūrinį skonį



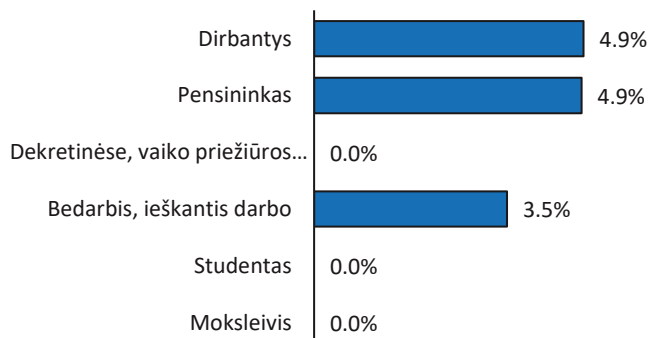
## Vartotojai pagal pajamų grupes



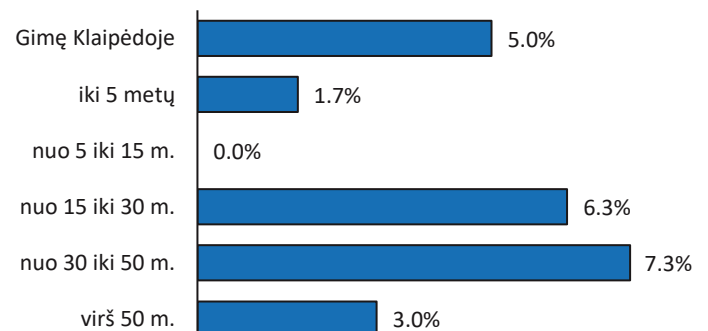
## Gyvenamoji vieta



## Darbinis statusas



## Gyvenimo Klaipėdoje trukmė



# Kokia dalis klaipėdiečių apie kultūros renginius sužino iš laikraščių

(% dalis socialinėse-demografinėse grupėse; interviu duomenys)

Vartotojų profiliai	Vartotojų kartos
<p>Gamtos mylėtojai 19.5%</p> <p>Namisédos 27.8%</p> <p>Kultūros puoselėtojai 29.1%</p> <p>Socialumo mėgėjai 10.9%</p>	<p>Gimę iki 1960-ųjų 37.0%</p> <p>Permainų karta (1961–1980) 21.5%</p> <p>Nepriklausomybės karta (1981–1995) 6.9%</p> <p>Karta Z / Gen Z (1996–2010) 4.3%</p>
Vartotojai pagal kultūros vartojimo aprėptį	Vartotojai pagal kultūrinį skonį
<p>Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai 18.3%</p> <p>Vidutinio spektro pomėgių 20.4%</p> <p>Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai) 21.6%</p>	<p>Trumpalaikės popkultūros vartotojai 16.6%</p> <p>Populiarių kultūros formų mėgėjai 23.1%</p> <p>Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai 21.2%</p>
Vartotojai pagal pajamų grupes	Gyvenamoji vieta
<p>iki 600 eurų 22.0%</p> <p>600-900 eurų 24.8%</p> <p>900-1200 eurų 19.4%</p> <p>1200-1500 eurų 11.7%</p> <p>1500-1800 eurų 17.9%</p> <p>1800-2100 eurų 13.3%</p> <p>2100-2400 eurų 7.7%</p> <p>2400 eurų ir daugiau 21.4%</p> <p>Nenurodė</p>	<p>Senamies ir senoji dalis 22.9%</p> <p>Centras (nuo turgaus iki Kauno g.) 23.2%</p> <p>Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.) 16.5%</p> <p>Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.) 23.1%</p> <p>Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio) 15.0%</p> <p>Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai) 15.0%</p> <p>Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės 14.3%</p>
Darbinis statusas	Gyvenimo Klaipėdoje trukmė
<p>Dirbantys 14.5%</p> <p>Pensininkas 35.1%</p> <p>Dekretinėse, vaiko priežiūros... 9.1%</p> <p>Bedarbis, ieškantis darbo 15.8%</p> <p>Studentas 18.2%</p> <p>Moksleivis</p>	<p>Gimę Klaipėdoje 18.5%</p> <p>iki 5 metų 11.9%</p> <p>nuo 5 iki 15 m. 6.9%</p> <p>nuo 15 iki 30 m. 15.6%</p> <p>nuo 30 iki 50 m. 29.3%</p> <p>virš 50 m. 36.4%</p>

# Kokia dalis klaipėdiečių apie kultūros renginius sužino iš TV ir radijo

(% dalis socialinėse-demografinėse grupėse; interviu duomenys)

Vartotojų profiliai		Vartotojų kartos	
Gamtos mylėtojai	31.6%	Gimę iki 1960-ųjų	48.1%
Namisėdos	37.1%	Permainų karta (1961–1980)	38.4%
Kultūros puoselėtojai	39.2%	Nepriklausomybės karta (1981–1995)	30.9%
Socialumo mėgėjai	40.5%	Karta Z / Gen Z (1996–2010)	27.1%
Vartotojai pagal kultūros vartojimo aprėptį		Vartotojai pagal kultūrinį skonį	
Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai	35.9%	Trumpalaikės popkultūros vartotojai	33.8%
Vidutinio spektro pomėgių	38.0%	Populiarių kultūros formų mėgėjai	40.7%
Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)	41.0%	Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai	39.7%
Vartotojai pagal pajamų grupes		Gyvenamoji vieta	
iki 600 eurų	43.9%	Senamies ir senoji dalis	40.0%
600-900 eurų	35.5%	Centras (nuo turgaus iki Kauno g.)	38.4%
900-1200 eurų	34.7%	Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.)	24.0%
1200-1500 eurų	31.2%	Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.)	34.6%
1500-1800 eurų	28.2%	Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio)	48.3%
1800-2100 eurų	26.7%	Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai)	46.7%
2100-2400 eurų	15.4%	Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės	38.6%
2400 eurų ir daugiau	12.5%		
Nenurodė	45.7%		
Darbinis statusas		Gyvenimo Klaipėdoje trukmė	
Dirbantys	32.8%	Gimę Klaipėdoje	37.8%
Pensininkas	52.4%	iki 5 metų	28.8%
Dekretinėse, vaiko priežiūros...	27.3%	nuo 5 iki 15 m.	34.5%
Bedarbis, ieškantis darbo	33.3%	nuo 15 iki 30 m.	37.5%
Studentas	27.3%	nuo 30 iki 50 m.	32.9%
Moksleivis	21.1%	virš 50 m.	53.0%

# Kokia dalis klaipėdiečių apie kultūros renginius sužino iš afišų, plakatų

(% dalis socialinėse-demografinėse grupėse; interviu duomenys)

Vartotojų profiliai	Vartotojų kartos																																
<table border="1"> <tr><td>Gamtos mylėtojai</td><td>24.8%</td></tr> <tr><td>Namisėdos</td><td>25.9%</td></tr> <tr><td>Kultūros puoselėtojai</td><td>26.6%</td></tr> <tr><td>Socialumo mėgėjai</td><td>25.2%</td></tr> </table>	Gamtos mylėtojai	24.8%	Namisėdos	25.9%	Kultūros puoselėtojai	26.6%	Socialumo mėgėjai	25.2%	<table border="1"> <tr><td>Gimę iki 1960-ųjų</td><td>21.6%</td></tr> <tr><td>Permainų karta (1961–1980)</td><td>25.0%</td></tr> <tr><td>Nepriklausomybės karta (1981–1995)</td><td>28.0%</td></tr> <tr><td>Karta Z / Gen Z (1996–2010)</td><td>30.0%</td></tr> </table>	Gimę iki 1960-ųjų	21.6%	Permainų karta (1961–1980)	25.0%	Nepriklausomybės karta (1981–1995)	28.0%	Karta Z / Gen Z (1996–2010)	30.0%																
Gamtos mylėtojai	24.8%																																
Namisėdos	25.9%																																
Kultūros puoselėtojai	26.6%																																
Socialumo mėgėjai	25.2%																																
Gimę iki 1960-ųjų	21.6%																																
Permainų karta (1961–1980)	25.0%																																
Nepriklausomybės karta (1981–1995)	28.0%																																
Karta Z / Gen Z (1996–2010)	30.0%																																
Vartotojai pagal kultūros vartojimo aprėptį	Vartotojai pagal kultūrinį skonį																																
<table border="1"> <tr><td>Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai</td><td>23.1%</td></tr> <tr><td>Vidutinio spektro pomėgių</td><td>22.0%</td></tr> <tr><td>Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)</td><td>37.3%</td></tr> </table>	Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai	23.1%	Vidutinio spektro pomėgių	22.0%	Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)	37.3%	<table border="1"> <tr><td>Trumpalaikės popkultūros vartotojai</td><td>22.0%</td></tr> <tr><td>Populiarių kultūros formų mėgėjai</td><td>34.3%</td></tr> <tr><td>Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai</td><td>18.6%</td></tr> </table>	Trumpalaikės popkultūros vartotojai	22.0%	Populiarių kultūros formų mėgėjai	34.3%	Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai	18.6%																				
Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai	23.1%																																
Vidutinio spektro pomėgių	22.0%																																
Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)	37.3%																																
Trumpalaikės popkultūros vartotojai	22.0%																																
Populiarių kultūros formų mėgėjai	34.3%																																
Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai	18.6%																																
Vartotojai pagal pajamų grupes	Gyvenamoji vieta																																
<table border="1"> <tr><td>iki 600 eurų</td><td>20.5%</td></tr> <tr><td>600-900 eurų</td><td>25.6%</td></tr> <tr><td>900-1200 eurų</td><td>26.5%</td></tr> <tr><td>1200-1500 eurų</td><td>20.8%</td></tr> <tr><td>1500-1800 eurų</td><td>25.6%</td></tr> <tr><td>1800-2100 eurų</td><td>13.3%</td></tr> <tr><td>2100-2400 eurų</td><td>15.4%</td></tr> <tr><td>2400 eurų ir daugiau</td><td></td></tr> <tr><td>Nenurodė</td><td>34.7%</td></tr> </table>	iki 600 eurų	20.5%	600-900 eurų	25.6%	900-1200 eurų	26.5%	1200-1500 eurų	20.8%	1500-1800 eurų	25.6%	1800-2100 eurų	13.3%	2100-2400 eurų	15.4%	2400 eurų ir daugiau		Nenurodė	34.7%	<table border="1"> <tr><td>Senamies ir senoji dalis</td><td>31.4%</td></tr> <tr><td>Centras (nuo turgaus iki Kauno g.)</td><td>28.0%</td></tr> <tr><td>Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.)</td><td>29.8%</td></tr> <tr><td>Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.)</td><td>17.7%</td></tr> <tr><td>Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio)</td><td>31.7%</td></tr> <tr><td>Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai)</td><td>13.3%</td></tr> <tr><td>Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės</td><td>25.7%</td></tr> </table>	Senamies ir senoji dalis	31.4%	Centras (nuo turgaus iki Kauno g.)	28.0%	Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.)	29.8%	Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.)	17.7%	Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio)	31.7%	Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai)	13.3%	Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės	25.7%
iki 600 eurų	20.5%																																
600-900 eurų	25.6%																																
900-1200 eurų	26.5%																																
1200-1500 eurų	20.8%																																
1500-1800 eurų	25.6%																																
1800-2100 eurų	13.3%																																
2100-2400 eurų	15.4%																																
2400 eurų ir daugiau																																	
Nenurodė	34.7%																																
Senamies ir senoji dalis	31.4%																																
Centras (nuo turgaus iki Kauno g.)	28.0%																																
Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.)	29.8%																																
Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.)	17.7%																																
Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio)	31.7%																																
Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai)	13.3%																																
Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės	25.7%																																
Darbinis statusas	Gyvenimo Klaipėdoje trukmė																																
<table border="1"> <tr><td>Dirbantys</td><td>28.4%</td></tr> <tr><td>Pensininkas</td><td>20.0%</td></tr> <tr><td>Dekretinėse, vaiko...</td><td>9.1%</td></tr> <tr><td>Bedarbis, ieškantis darbo</td><td>24.6%</td></tr> <tr><td>Studentas</td><td>27.3%</td></tr> <tr><td>Moksleivis</td><td>26.3%</td></tr> </table>	Dirbantys	28.4%	Pensininkas	20.0%	Dekretinėse, vaiko...	9.1%	Bedarbis, ieškantis darbo	24.6%	Studentas	27.3%	Moksleivis	26.3%	<table border="1"> <tr><td>Gimę Klaipėdoje</td><td>27.1%</td></tr> <tr><td>iki 5 metų</td><td>32.2%</td></tr> <tr><td>nuo 5 iki 15 m.</td><td>29.3%</td></tr> <tr><td>nuo 15 iki 30 m.</td><td>21.9%</td></tr> <tr><td>nuo 30 iki 50 m.</td><td>18.3%</td></tr> <tr><td>virš 50 m.</td><td>19.7%</td></tr> </table>	Gimę Klaipėdoje	27.1%	iki 5 metų	32.2%	nuo 5 iki 15 m.	29.3%	nuo 15 iki 30 m.	21.9%	nuo 30 iki 50 m.	18.3%	virš 50 m.	19.7%								
Dirbantys	28.4%																																
Pensininkas	20.0%																																
Dekretinėse, vaiko...	9.1%																																
Bedarbis, ieškantis darbo	24.6%																																
Studentas	27.3%																																
Moksleivis	26.3%																																
Gimę Klaipėdoje	27.1%																																
iki 5 metų	32.2%																																
nuo 5 iki 15 m.	29.3%																																
nuo 15 iki 30 m.	21.9%																																
nuo 30 iki 50 m.	18.3%																																
virš 50 m.	19.7%																																

# Kokia dalis klaipėdiečių apie kultūros renginius sužino iš savo draugų ir pažįstamų

(% dalis socialinėse-demografinėse grupėse; interviu duomenys)

Vartotojų profiliai	Vartotojų kartos																																
<table border="1"> <tr><td>Gamtos mylėtojai</td><td>51.4%</td></tr> <tr><td>Namisėdos</td><td>52.1%</td></tr> <tr><td>Kultūros puoselėtojai</td><td>54.4%</td></tr> <tr><td>Socialumo mėgėjai</td><td>59.2%</td></tr> </table>	Gamtos mylėtojai	51.4%	Namisėdos	52.1%	Kultūros puoselėtojai	54.4%	Socialumo mėgėjai	59.2%	<table border="1"> <tr><td>Gimę iki 1960-ųjų</td><td>49.5%</td></tr> <tr><td>Permainų karta (1961-1980)</td><td>51.4%</td></tr> <tr><td>Nepriklausomybės karta (1981-1995)</td><td>60.6%</td></tr> <tr><td>Karta Z / Gen Z (1996-2010)</td><td>68.1%</td></tr> </table>	Gimę iki 1960-ųjų	49.5%	Permainų karta (1961-1980)	51.4%	Nepriklausomybės karta (1981-1995)	60.6%	Karta Z / Gen Z (1996-2010)	68.1%																
Gamtos mylėtojai	51.4%																																
Namisėdos	52.1%																																
Kultūros puoselėtojai	54.4%																																
Socialumo mėgėjai	59.2%																																
Gimę iki 1960-ųjų	49.5%																																
Permainų karta (1961-1980)	51.4%																																
Nepriklausomybės karta (1981-1995)	60.6%																																
Karta Z / Gen Z (1996-2010)	68.1%																																
Vartotojai pagal kultūros vartojimo aprėptį	Vartotojai pagal kultūrinį skonį																																
<table border="1"> <tr><td>Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai</td><td>46.9%</td></tr> <tr><td>Vidutinio spektro pomėgių</td><td>56.6%</td></tr> <tr><td>Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)</td><td>61.3%</td></tr> </table>	Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai	46.9%	Vidutinio spektro pomėgių	56.6%	Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)	61.3%	<table border="1"> <tr><td>Trumpalaikės popkultūros vartotojai</td><td>59.5%</td></tr> <tr><td>Populiarių kultūros formų mėgėjai</td><td>53.6%</td></tr> <tr><td>Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai</td><td>50.9%</td></tr> </table>	Trumpalaikės popkultūros vartotojai	59.5%	Populiarių kultūros formų mėgėjai	53.6%	Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai	50.9%																				
Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai	46.9%																																
Vidutinio spektro pomėgių	56.6%																																
Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)	61.3%																																
Trumpalaikės popkultūros vartotojai	59.5%																																
Populiarių kultūros formų mėgėjai	53.6%																																
Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai	50.9%																																
Vartotojai pagal pajamų grupes	Gyvenamoji vieta																																
<table border="1"> <tr><td>iki 600 eurų</td><td>50.6%</td></tr> <tr><td>600-900 eurų</td><td>59.0%</td></tr> <tr><td>900-1200 eurų</td><td>62.8%</td></tr> <tr><td>1200-1500 eurų</td><td>51.1%</td></tr> <tr><td>1500-1800 eurų</td><td>54.9%</td></tr> <tr><td>1800-2100 eurų</td><td>50.0%</td></tr> <tr><td>2100-2400 eurų</td><td>45.7%</td></tr> <tr><td>2400 eurų ir daugiau</td><td>53.3%</td></tr> <tr><td>Nenurodė</td><td>59.0%</td></tr> </table>	iki 600 eurų	50.6%	600-900 eurų	59.0%	900-1200 eurų	62.8%	1200-1500 eurų	51.1%	1500-1800 eurų	54.9%	1800-2100 eurų	50.0%	2100-2400 eurų	45.7%	2400 eurų ir daugiau	53.3%	Nenurodė	59.0%	<table border="1"> <tr><td>Senamies ir senoji dalis</td><td>50.9%</td></tr> <tr><td>Centras (nuo turgaus iki Kauno g.)</td><td>52.9%</td></tr> <tr><td>Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.)</td><td>65.6%</td></tr> <tr><td>Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.)</td><td>49.2%</td></tr> <tr><td>Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio)</td><td>49.6%</td></tr> <tr><td>Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai)</td><td>62.2%</td></tr> <tr><td>Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės</td><td>62.0%</td></tr> </table>	Senamies ir senoji dalis	50.9%	Centras (nuo turgaus iki Kauno g.)	52.9%	Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.)	65.6%	Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.)	49.2%	Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio)	49.6%	Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai)	62.2%	Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės	62.0%
iki 600 eurų	50.6%																																
600-900 eurų	59.0%																																
900-1200 eurų	62.8%																																
1200-1500 eurų	51.1%																																
1500-1800 eurų	54.9%																																
1800-2100 eurų	50.0%																																
2100-2400 eurų	45.7%																																
2400 eurų ir daugiau	53.3%																																
Nenurodė	59.0%																																
Senamies ir senoji dalis	50.9%																																
Centras (nuo turgaus iki Kauno g.)	52.9%																																
Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.)	65.6%																																
Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.)	49.2%																																
Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio)	49.6%																																
Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai)	62.2%																																
Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės	62.0%																																
Darbinis statusas	Gyvenimo Klaipėdoje trukmė																																
<table border="1"> <tr><td>Dirbantys</td><td>55.2%</td></tr> <tr><td>Pensininkas</td><td>48.3%</td></tr> <tr><td>Dekretinėse, vaiko priežiūros...</td><td>30.8%</td></tr> <tr><td>Bedarbis, ieškantis darbo</td><td>66.7%</td></tr> <tr><td>Studentas</td><td>66.7%</td></tr> <tr><td>Moksleivis</td><td>84.6%</td></tr> </table>	Dirbantys	55.2%	Pensininkas	48.3%	Dekretinėse, vaiko priežiūros...	30.8%	Bedarbis, ieškantis darbo	66.7%	Studentas	66.7%	Moksleivis	84.6%	<table border="1"> <tr><td>Gimę Klaipėdoje</td><td>59.5%</td></tr> <tr><td>iki 5 metų</td><td>51.5%</td></tr> <tr><td>nuo 5 iki 15 m.</td><td>50.4%</td></tr> <tr><td>nuo 15 iki 30 m.</td><td>55.0%</td></tr> <tr><td>nuo 30 iki 50 m.</td><td>42.6%</td></tr> <tr><td>virš 50 m.</td><td>54.8%</td></tr> </table>	Gimę Klaipėdoje	59.5%	iki 5 metų	51.5%	nuo 5 iki 15 m.	50.4%	nuo 15 iki 30 m.	55.0%	nuo 30 iki 50 m.	42.6%	virš 50 m.	54.8%								
Dirbantys	55.2%																																
Pensininkas	48.3%																																
Dekretinėse, vaiko priežiūros...	30.8%																																
Bedarbis, ieškantis darbo	66.7%																																
Studentas	66.7%																																
Moksleivis	84.6%																																
Gimę Klaipėdoje	59.5%																																
iki 5 metų	51.5%																																
nuo 5 iki 15 m.	50.4%																																
nuo 15 iki 30 m.	55.0%																																
nuo 30 iki 50 m.	42.6%																																
virš 50 m.	54.8%																																

## 11. Klaipėdiečių biudžetas kultūrai

Duomenys rodo, kad bendrai Klaipėdos kultūros vartojimo lauke stebima pinigų cirkuliacijos mažėjimo tendencija nei anksčiau. Išimtis būtų tik aktyvių kultūros vartotojų ir didesnių pajamų segmentas (pagal internetinės apklausos duomenis), kuris bendrai skiria žymiai daugiau savo biudžeto kultūros reikmėms.

14,3 proc. miestiečių iš viso neskiria savo biudžeto kultūros reikmėms. 2018 m. tokių buvo 5,6 proc.

Vidutiniškai klaipėdietis gali kultūros poreikiams skirti apie 4.3-6.5 proc. savo pajamų. Tai sudaro apie 45-52 eurus per mėnesį. Apie 10 proc. neskiria daugiau nei 10 eurų, o apie 13 proc. išleidžia daugiau nei 100 eurų per mėnesį.

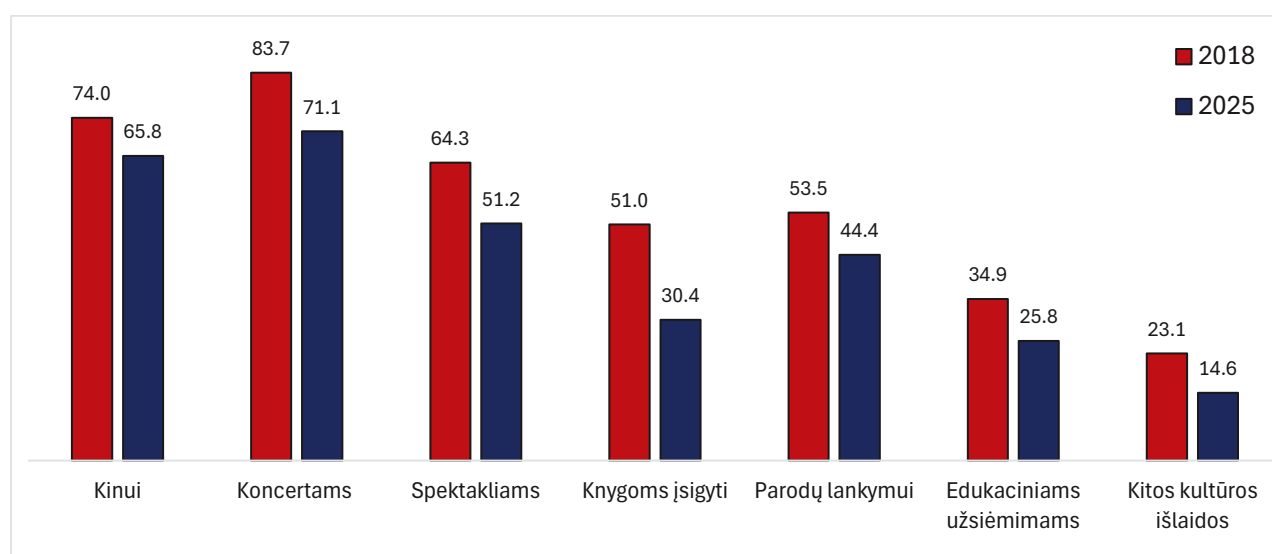
Daugiausiai kultūros reikmėms per mėnesį išleidžia:

- Nepriklausomybės kartos (*millennials*) atstovai – apie 62 eurus;
- Plataus kultūrinio spektro vartotojai – apie 70 eurų;
- Gyvenantys naujuose kvartaluose šiaurinėje miesto dalyje (įskaitant Melnragę ir Girulius) – apie 78 eurus;
- Uždirbantys daugiau nei 2400 eurus – vidutiniškai apie 111 eurų per mėnesį.

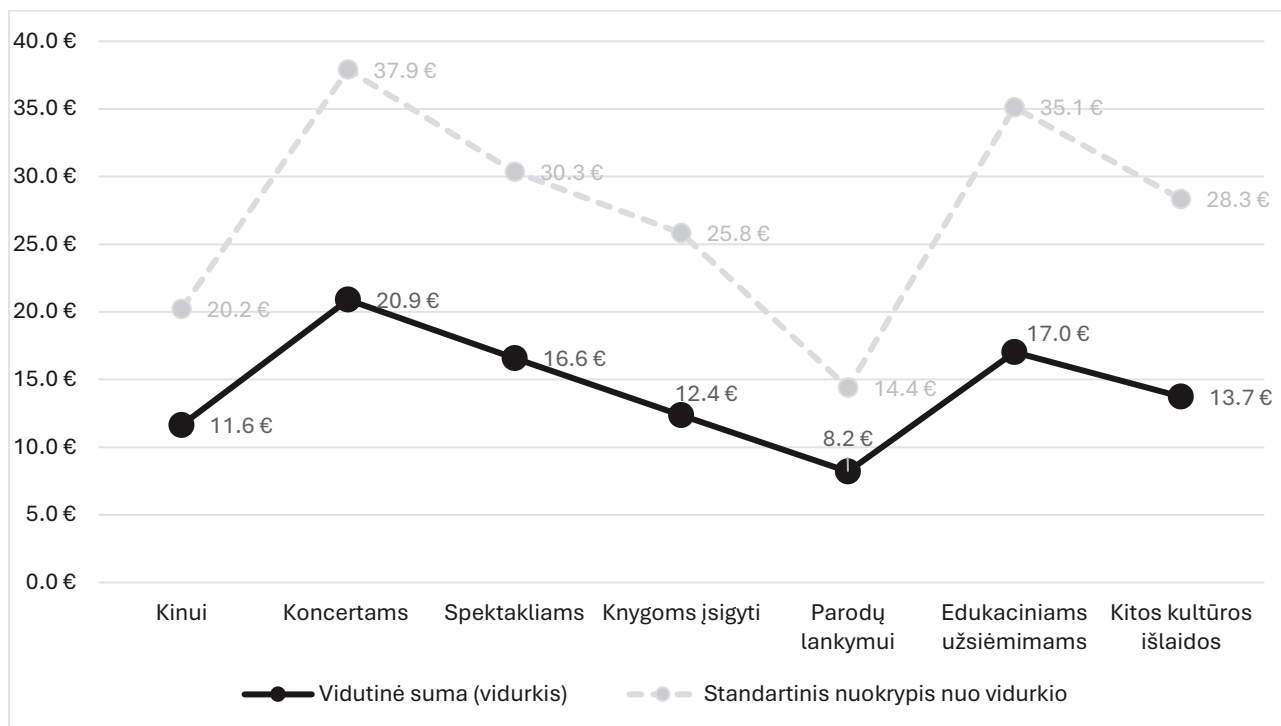
Socialinės grupės, kuriose yra didžiausia dalis tų, kurie kultūros reikmėms nieko neskiria:

- namisėdos – 21,6 proc.;
- siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai – 24,6 proc.;
- kurių pajamos nesiekia 600 eurų per mėnesį – 29,2 proc.;
- gyvenantys pietiniuose rajonuose – apie 25,6 proc.;
- bedarbiai – 33,3 proc.

Dažniausios išlaidos yra koncertams, kinui ir spektakliams. Lyginant 2025 m. miestiečių kultūros biudžetą su 2018 m., stebimas apie 10 proc. šių kultūros produktų vartotojų kritimas visose kategorijose.

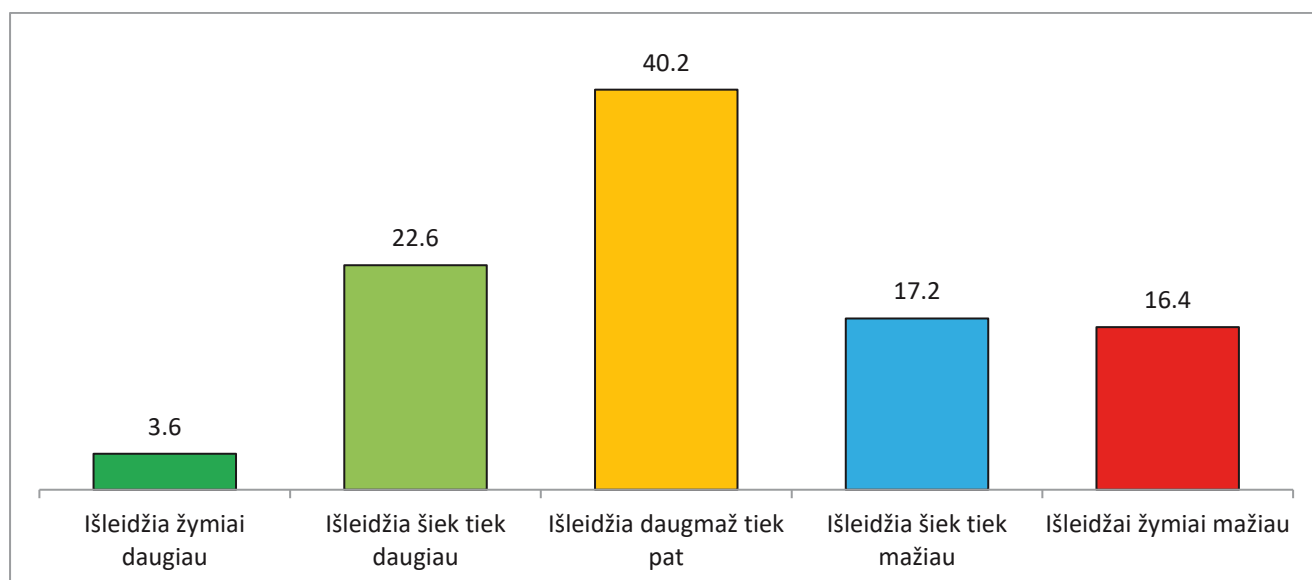


11.1. pav. Kokia dalis gyventojų gali skirti eurų konkrečioms kultūros produktams ar paslaugoms, 2018-2025 m. (% dalis; 2018 n=680; 2025 m. n=691; proc. dalis; interviu metodas)



**11.2. pav. Kiek vidutiniškai klaipėdiečiai gali skirti eurų konkrečioms kultūros produktams ar paslaugoms per mėnesį (vidurkis; n=691; proc. dalis; interviu metodas)**

Bendra kultūros paslaugų ir produktų rinkos generuojama apyvarta Klaipėdoje gali siekti iki **5,58 mln. eurų** (130 tūkst. suaugusių Klaipėdos m. gyventojų x 45 eurai). Šį skaičių reikia vertinti atsargiai, kadangi tai yra vartojimą nusakantis rodiklis: vietos kultūros rinkoje šalia miesto kultūros sektoriaus siūlomų paslaugų ir produktų cirkuliuoja ir nacionaliniai bei globalūs produktai, o ir patys klaipėdiečiai dažnai išvyksta į kultūros renginius, organizuojamus kituose Lietuvos miestuose ar net užsienyje. Dalis kultūrai išleidžiamų pinigų nugula vietos ekonomikoje, tačiau nemaža dalis jų nukeliauja į kitus miestus ar šalis.



**11.3. pav. Kaip klaipėdiečiai vertina savo išlaidų kultūroms reikmėms pokyčius per paskutinius 12 mėnesių (% dalis; n=691; proc. dalis; interviu metodas)**

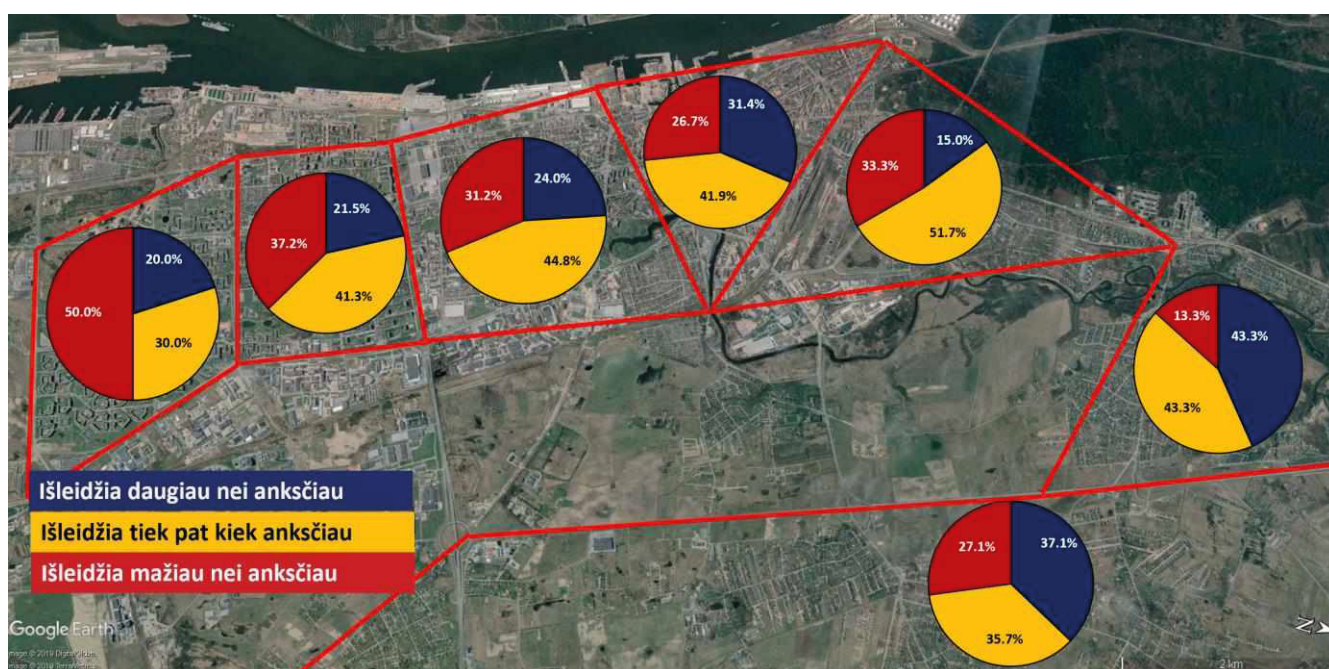
Vertindami savo išlaidų kultūrai pokyčius per paskutinius 12 mėnesių, apie 40.2 proc. teigia, kad jie išleidžia tiek pat, kaip ir anksčiau. 26,2 proc. išleidžia daugiau pinigų, o 33,6 proc. – mažiau. Šie skaičiai rodo tai, kad bendrai miestiečių išlaidos miesto kultūros ekonomikoje per metus galėjo susitraukti apie 7,4 proc.

Biudžeto kultūros reikmėms augimas per paskutinius 12 mėnesių labiau pastebimas šiose grupėse:

- kultūros puoselėtojai (39,2 proc. teigia, kad išleidžia daugiau pinigų nei anksčiau);
- plataus kultūrinio spektro vartotojai (42,5 proc.);
- gaunantys vidutines ir didesnes pajamas (apie 55 proc.);
- gyvenantys naujuose kvartaluose šiaurinėje miesto dalyje, Melnragėje ir Giruliuose (43.3 proc.).

Savo biudžetą kultūros reikmėms akivaizdžiau mažina:

- gyvenantys pietiniame miesto pakraštyje tarp Statybininkų ir Jūrininkų prospekto (apie 50 proc. išleidžia mažiau pinigų nei anksčiau);
- pensinio amžiaus gyventojai (56.8 proc.);
- siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai (42,6 proc.);
- mažesnių pajamų grupės, su mažesnėmis nei 900 eurų pajamomis (apie 50 proc.).



11.4. pav. Kaip klaipečiai vertina savo išlaidų kultūroms reikmėms pokyčius per paskutinius 12 mėnesių (% dalis apklaustųjų pažymėtuose kvartaluose; n=691; proc. dalis; interviu metodas)

## Vidutinė pinigų suma, kuria galima skirti kultūros reikmėms

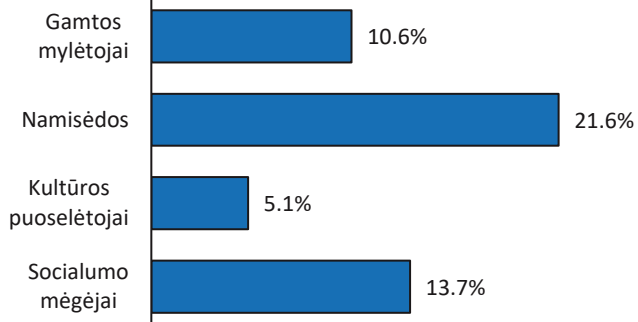
(vidurkis socialinėse-demografinėse grupėse; interviu duomenys)

Vartotojų profiliai	Vartotojų kartos
<p>Gamtos mylėtojai € 56.5</p> <p>Namisėdos € 53.5</p> <p>Kultūros puoselėtojai € 54.3</p> <p>Socialumo mėgėjai € 48.6</p>	<p>Gimę iki 1960-ųjų 40.3 €</p> <p>Permainų karta (1961–1980) 54.1 €</p> <p>Nepriklausomybės karta (1981–1995) 61.8 €</p> <p>Karta Z / Gen Z (1996–2010) 46.7 €</p>
Vartotojai pagal kultūros vartojimo aprėptį	Vartotojai pagal kultūrinį skonį
<p>Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai 39.5 €</p> <p>Vidutinio spektro pomėgių 55.7 €</p> <p>Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai) 69.6 €</p>	<p>Trumpalaikės popkultūros vartotojai 49.5 €</p> <p>Populiarių kultūros formų mėgėjai 51.3 €</p> <p>Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai 55.3 €</p>
Vartotojai pagal pajamų grupes	Gyvenamoji vieta
<p>iki 600 eurų 39.0 €</p> <p>600-900 eurų 43.2 €</p> <p>900-1200 eurų 63.4 €</p> <p>1200-1500 eurų 54.0 €</p> <p>1500-1800 eurų 82.1 €</p> <p>1800-2100 eurų 80.9 €</p> <p>2100-2400 eurų 90.2 €</p> <p>2400 eurų ir daugiau 111.6 €</p> <p>Nenurodė 41.0 €</p>	<p>Senamies ir senoji dalis 47.6 €</p> <p>Centras (nuo turgaus iki Kauno g.) 53.6 €</p> <p>Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.) 55.1 €</p> <p>Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.) 50.6 €</p> <p>Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio) 32.2 €</p> <p>Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai) 77.9 €</p> <p>Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės 50.7 €</p>
Darbinis statusas	Gyvenimo Klaipėdoje trukmė
<p>Dirbantys 57.5 €</p> <p>Pensininkas 38.7 €</p> <p>Dekretinėse, vaiko priežiūros... 60.3 €</p> <p>Bedarbis, ieškantis darbo 50.2 €</p> <p>Studentas 51.0 €</p> <p>Moksleivis 55.4 €</p>	<p>Gimę Klaipėdoje 55.0 €</p> <p>iki 5 metų 50.5 €</p> <p>nuo 5 iki 15 m. 46.3 €</p> <p>nuo 15 iki 30 m. 57.8 €</p> <p>nuo 30 iki 50 m. 58.7 €</p> <p>virš 50 m. 27.3 €</p>

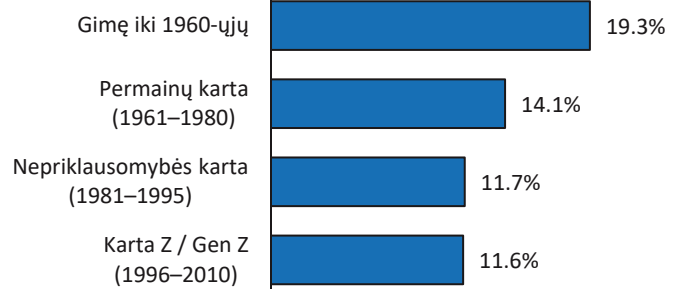
# Kokia dalis klaipėdiečių iš viso neskiria savo biudžeto kultūrai

(% dalis socialinėse-demografinėse grupėse; interviu duomenys)

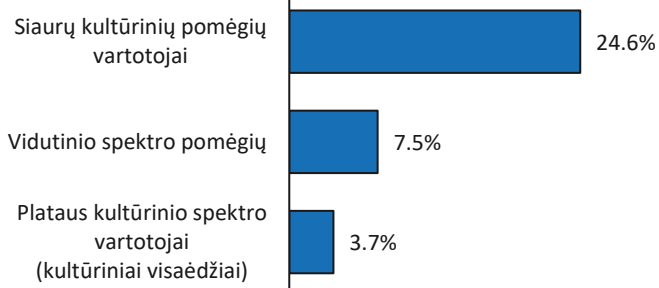
## Vartotojų profiliai



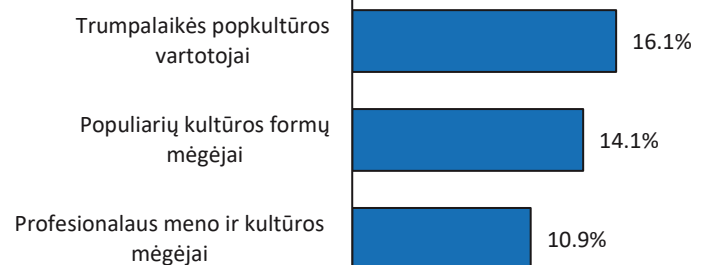
## Vartotojų kartos



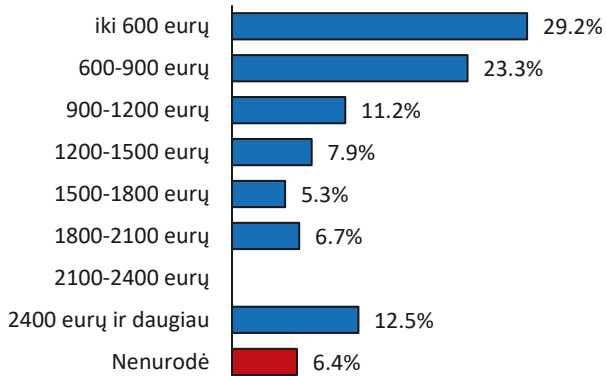
## Vartotojai pagal kultūros vartojimo aprėptį



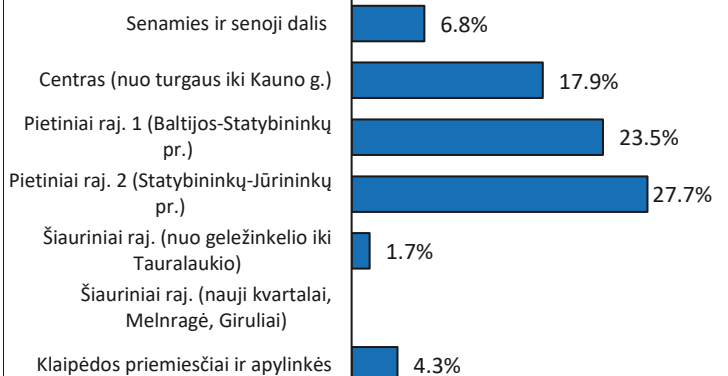
## Vartotojai pagal kultūrinį skonį



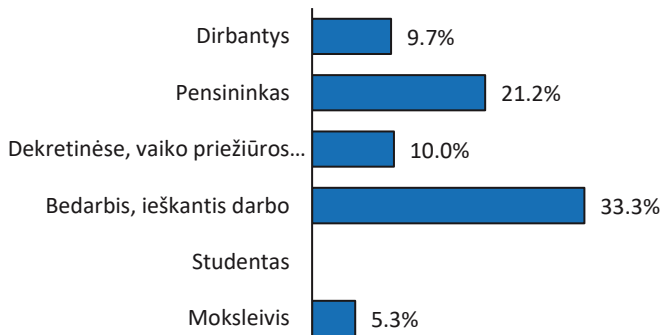
## Vartotojai pagal pajamų grupes



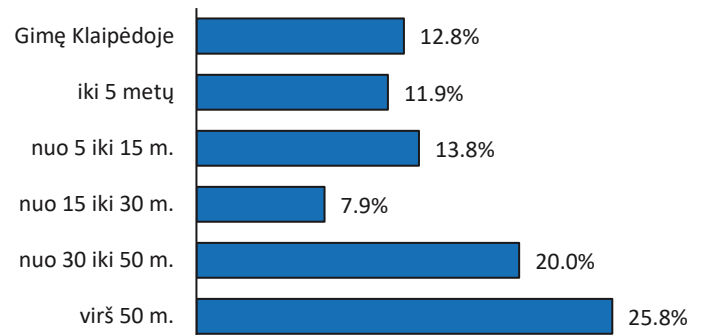
## Gyvenamoji vieta



## Darbinis statusas



## Gyvenimo Klaipėdoje trukmė



# Kokia dalis klaipėdiečių kultūros reikmėms per paskutinius 12 mėn. išleidžia daugiau nei anksčiau

(% dalis socialinėse-demografinėse grupėse; interviu duomenys)

Vartotojų profiliai	Vartotojų kartos																																
<table border="1"> <tr><td>Gamtos mylėtojai</td><td>21.8%</td></tr> <tr><td>Namisėdos</td><td>26.3%</td></tr> <tr><td>Kultūros puoselėtojai</td><td>39.2%</td></tr> <tr><td>Socialumo mėgėjai</td><td>24.5%</td></tr> </table>	Gamtos mylėtojai	21.8%	Namisėdos	26.3%	Kultūros puoselėtojai	39.2%	Socialumo mėgėjai	24.5%	<table border="1"> <tr><td>Gimę iki 1960-ųjų</td><td>17.3%</td></tr> <tr><td>Permainų karta (1961–1980)</td><td>26.8%</td></tr> <tr><td>Nepriklausomybės karta (1981–1995)</td><td>33.1%</td></tr> <tr><td>Karta Z / Gen Z (1996–2010)</td><td>27.1%</td></tr> </table>	Gimę iki 1960-ųjų	17.3%	Permainų karta (1961–1980)	26.8%	Nepriklausomybės karta (1981–1995)	33.1%	Karta Z / Gen Z (1996–2010)	27.1%																
Gamtos mylėtojai	21.8%																																
Namisėdos	26.3%																																
Kultūros puoselėtojai	39.2%																																
Socialumo mėgėjai	24.5%																																
Gimę iki 1960-ųjų	17.3%																																
Permainų karta (1961–1980)	26.8%																																
Nepriklausomybės karta (1981–1995)	33.1%																																
Karta Z / Gen Z (1996–2010)	27.1%																																
Vartotojai pagal kultūros vartojimo aprėptį	Vartotojai pagal kultūrinį skonį																																
<table border="1"> <tr><td>Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai</td><td>17.9%</td></tr> <tr><td>Vidutinio spektro pomėgių</td><td>27.8%</td></tr> <tr><td>Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)</td><td>42.5%</td></tr> </table>	Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai	17.9%	Vidutinio spektro pomėgių	27.8%	Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)	42.5%	<table border="1"> <tr><td>Trumpalaikės popkultūros vartotojai</td><td>21.3%</td></tr> <tr><td>Populiarių kultūros formų mėgėjai</td><td>31.9%</td></tr> <tr><td>Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai</td><td>28.2%</td></tr> </table>	Trumpalaikės popkultūros vartotojai	21.3%	Populiarių kultūros formų mėgėjai	31.9%	Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai	28.2%																				
Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai	17.9%																																
Vidutinio spektro pomėgių	27.8%																																
Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)	42.5%																																
Trumpalaikės popkultūros vartotojai	21.3%																																
Populiarių kultūros formų mėgėjai	31.9%																																
Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai	28.2%																																
Vartotojai pagal pajamų grupes	Gyvenamoji vieta																																
<table border="1"> <tr><td>iki 600 eurų</td><td>12.9%</td></tr> <tr><td>600-900 eurų</td><td>17.4%</td></tr> <tr><td>900-1200 eurų</td><td>29.6%</td></tr> <tr><td>1200-1500 eurų</td><td>33.8%</td></tr> <tr><td>1500-1800 eurų</td><td>48.7%</td></tr> <tr><td>1800-2100 eurų</td><td>56.7%</td></tr> <tr><td>2100-2400 eurų</td><td>61.5%</td></tr> <tr><td>2400 eurų ir daugiau</td><td>12.5%</td></tr> <tr><td>Nenurodė</td><td>24.9%</td></tr> </table>	iki 600 eurų	12.9%	600-900 eurų	17.4%	900-1200 eurų	29.6%	1200-1500 eurų	33.8%	1500-1800 eurų	48.7%	1800-2100 eurų	56.7%	2100-2400 eurų	61.5%	2400 eurų ir daugiau	12.5%	Nenurodė	24.9%	<table border="1"> <tr><td>Senamies ir senoji dalis</td><td>31.4%</td></tr> <tr><td>Centras (nuo turgaus iki Kauno g.)</td><td>24.0%</td></tr> <tr><td>Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.)</td><td>21.5%</td></tr> <tr><td>Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.)</td><td>20.0%</td></tr> <tr><td>Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio)</td><td>15.0%</td></tr> <tr><td>Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai)</td><td>43.3%</td></tr> <tr><td>Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės</td><td>37.1%</td></tr> </table>	Senamies ir senoji dalis	31.4%	Centras (nuo turgaus iki Kauno g.)	24.0%	Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.)	21.5%	Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.)	20.0%	Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio)	15.0%	Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai)	43.3%	Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės	37.1%
iki 600 eurų	12.9%																																
600-900 eurų	17.4%																																
900-1200 eurų	29.6%																																
1200-1500 eurų	33.8%																																
1500-1800 eurų	48.7%																																
1800-2100 eurų	56.7%																																
2100-2400 eurų	61.5%																																
2400 eurų ir daugiau	12.5%																																
Nenurodė	24.9%																																
Senamies ir senoji dalis	31.4%																																
Centras (nuo turgaus iki Kauno g.)	24.0%																																
Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.)	21.5%																																
Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.)	20.0%																																
Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio)	15.0%																																
Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai)	43.3%																																
Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės	37.1%																																
Darbinis statusas	Gyvenimo Klaipėdoje trukmė																																
<table border="1"> <tr><td>Dirbantys</td><td>31.6%</td></tr> <tr><td>Pensininkas</td><td>16.2%</td></tr> <tr><td>Dekretinėse, vaiko priežiūros...</td><td>27.3%</td></tr> <tr><td>Bedarbis, ieškantis darbo</td><td>15.8%</td></tr> <tr><td>Studentas</td><td>18.2%</td></tr> <tr><td>Moksleivis</td><td>42.1%</td></tr> </table>	Dirbantys	31.6%	Pensininkas	16.2%	Dekretinėse, vaiko priežiūros...	27.3%	Bedarbis, ieškantis darbo	15.8%	Studentas	18.2%	Moksleivis	42.1%	<table border="1"> <tr><td>Gimę Klaipėdoje</td><td>27.3%</td></tr> <tr><td>iki 5 metų</td><td>25.4%</td></tr> <tr><td>nuo 5 iki 15 m.</td><td>32.8%</td></tr> <tr><td>nuo 15 iki 30 m.</td><td>26.6%</td></tr> <tr><td>nuo 30 iki 50 m.</td><td>29.3%</td></tr> <tr><td>virš 50 m.</td><td>10.6%</td></tr> </table>	Gimę Klaipėdoje	27.3%	iki 5 metų	25.4%	nuo 5 iki 15 m.	32.8%	nuo 15 iki 30 m.	26.6%	nuo 30 iki 50 m.	29.3%	virš 50 m.	10.6%								
Dirbantys	31.6%																																
Pensininkas	16.2%																																
Dekretinėse, vaiko priežiūros...	27.3%																																
Bedarbis, ieškantis darbo	15.8%																																
Studentas	18.2%																																
Moksleivis	42.1%																																
Gimę Klaipėdoje	27.3%																																
iki 5 metų	25.4%																																
nuo 5 iki 15 m.	32.8%																																
nuo 15 iki 30 m.	26.6%																																
nuo 30 iki 50 m.	29.3%																																
virš 50 m.	10.6%																																

# Kokia dalis klaipėdiečių kultūros reikmėms per paskutinius 12 mėn. išleidžia mažiau nei anksčiau

(% dalis socialinėse-demografinėse grupėse; interviu duomenys)

Vartotojų profiliai	Vartotojų kartos																																
<table border="1"> <tr><td>Gamtos mylėtojai</td><td>30.1%</td></tr> <tr><td>Namisėdos</td><td>40.0%</td></tr> <tr><td>Kultūros puoselėtojai</td><td>29.1%</td></tr> <tr><td>Socialumo mėgėjai</td><td>31.8%</td></tr> </table>	Gamtos mylėtojai	30.1%	Namisėdos	40.0%	Kultūros puoselėtojai	29.1%	Socialumo mėgėjai	31.8%	<table border="1"> <tr><td>Gimę iki 1960-ųjų</td><td>56.8%</td></tr> <tr><td>Permainų karta (1961–1980)</td><td>31.3%</td></tr> <tr><td>Nepriklausomybės karta (1981–1995)</td><td>21.7%</td></tr> <tr><td>Karta Z / Gen Z (1996–2010)</td><td>18.6%</td></tr> </table>	Gimę iki 1960-ųjų	56.8%	Permainų karta (1961–1980)	31.3%	Nepriklausomybės karta (1981–1995)	21.7%	Karta Z / Gen Z (1996–2010)	18.6%																
Gamtos mylėtojai	30.1%																																
Namisėdos	40.0%																																
Kultūros puoselėtojai	29.1%																																
Socialumo mėgėjai	31.8%																																
Gimę iki 1960-ųjų	56.8%																																
Permainų karta (1961–1980)	31.3%																																
Nepriklausomybės karta (1981–1995)	21.7%																																
Karta Z / Gen Z (1996–2010)	18.6%																																
Vartotojai pagal kultūros vartojimo aprėptį	Vartotojai pagal kultūrinį skonį																																
<table border="1"> <tr><td>Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai</td><td>42.6%</td></tr> <tr><td>Vidutinio spektro pomėgių</td><td>30.2%</td></tr> <tr><td>Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)</td><td>18.7%</td></tr> </table>	Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai	42.6%	Vidutinio spektro pomėgių	30.2%	Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)	18.7%	<table border="1"> <tr><td>Trumpalaikės popkultūros vartotojai</td><td>32.1%</td></tr> <tr><td>Populiarių kultūros formų mėgėjai</td><td>33.3%</td></tr> <tr><td>Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai</td><td>36.5%</td></tr> </table>	Trumpalaikės popkultūros vartotojai	32.1%	Populiarių kultūros formų mėgėjai	33.3%	Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai	36.5%																				
Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai	42.6%																																
Vidutinio spektro pomėgių	30.2%																																
Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)	18.7%																																
Trumpalaikės popkultūros vartotojai	32.1%																																
Populiarių kultūros formų mėgėjai	33.3%																																
Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai	36.5%																																
Vartotojai pagal pajamų grupes	Gyvenamoji vieta																																
<table border="1"> <tr><td>iki 600 eurų</td><td>55.3%</td></tr> <tr><td>600-900 eurų</td><td>44.6%</td></tr> <tr><td>900-1200 eurų</td><td>24.5%</td></tr> <tr><td>1200-1500 eurų</td><td>26.0%</td></tr> <tr><td>1500-1800 eurų</td><td>10.3%</td></tr> <tr><td>1800-2100 eurų</td><td>10.0%</td></tr> <tr><td>2100-2400 eurų</td><td>15.4%</td></tr> <tr><td>2400 eurų ir daugiau</td><td>37.5%</td></tr> <tr><td>Nenurodė</td><td>28.3%</td></tr> </table>	iki 600 eurų	55.3%	600-900 eurų	44.6%	900-1200 eurų	24.5%	1200-1500 eurų	26.0%	1500-1800 eurų	10.3%	1800-2100 eurų	10.0%	2100-2400 eurų	15.4%	2400 eurų ir daugiau	37.5%	Nenurodė	28.3%	<table border="1"> <tr><td>Senamies ir senoji dalis</td><td>26.7%</td></tr> <tr><td>Centras (nuo turgaus iki Kauno...)</td><td>31.2%</td></tr> <tr><td>Pietiniai raj. 1 (Baltijos...)</td><td>37.2%</td></tr> <tr><td>Pietiniai raj. 2 (Statybininkų...)</td><td>50.0%</td></tr> <tr><td>Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio...)</td><td>33.3%</td></tr> <tr><td>Šiauriniai raj. (nauji kvartalai,...)</td><td>13.3%</td></tr> <tr><td>Klaipėdos priemiesčiai ir...</td><td>27.1%</td></tr> </table>	Senamies ir senoji dalis	26.7%	Centras (nuo turgaus iki Kauno...)	31.2%	Pietiniai raj. 1 (Baltijos...)	37.2%	Pietiniai raj. 2 (Statybininkų...)	50.0%	Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio...)	33.3%	Šiauriniai raj. (nauji kvartalai,...)	13.3%	Klaipėdos priemiesčiai ir...	27.1%
iki 600 eurų	55.3%																																
600-900 eurų	44.6%																																
900-1200 eurų	24.5%																																
1200-1500 eurų	26.0%																																
1500-1800 eurų	10.3%																																
1800-2100 eurų	10.0%																																
2100-2400 eurų	15.4%																																
2400 eurų ir daugiau	37.5%																																
Nenurodė	28.3%																																
Senamies ir senoji dalis	26.7%																																
Centras (nuo turgaus iki Kauno...)	31.2%																																
Pietiniai raj. 1 (Baltijos...)	37.2%																																
Pietiniai raj. 2 (Statybininkų...)	50.0%																																
Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio...)	33.3%																																
Šiauriniai raj. (nauji kvartalai,...)	13.3%																																
Klaipėdos priemiesčiai ir...	27.1%																																
Darbinis statusas	Gyvenimo Klaipėdoje trukmė																																
<table border="1"> <tr><td>Dirbantys</td><td>22.8%</td></tr> <tr><td>Pensininkas</td><td>55.1%</td></tr> <tr><td>Dekretinėse, vaiko...</td><td>18.2%</td></tr> <tr><td>Bedarbis, ieškantis darbo</td><td>52.6%</td></tr> <tr><td>Studentas</td><td>18.2%</td></tr> <tr><td>Moksleivis</td><td>15.8%</td></tr> </table>	Dirbantys	22.8%	Pensininkas	55.1%	Dekretinėse, vaiko...	18.2%	Bedarbis, ieškantis darbo	52.6%	Studentas	18.2%	Moksleivis	15.8%	<table border="1"> <tr><td>Gimę Klaipėdoje</td><td>32.3%</td></tr> <tr><td>iki 5 metų</td><td>20.3%</td></tr> <tr><td>nuo 5 iki 15 m.</td><td>25.9%</td></tr> <tr><td>nuo 15 iki 30 m.</td><td>25.0%</td></tr> <tr><td>nuo 30 iki 50 m.</td><td>34.1%</td></tr> <tr><td>virš 50 m.</td><td>66.7%</td></tr> </table>	Gimę Klaipėdoje	32.3%	iki 5 metų	20.3%	nuo 5 iki 15 m.	25.9%	nuo 15 iki 30 m.	25.0%	nuo 30 iki 50 m.	34.1%	virš 50 m.	66.7%								
Dirbantys	22.8%																																
Pensininkas	55.1%																																
Dekretinėse, vaiko...	18.2%																																
Bedarbis, ieškantis darbo	52.6%																																
Studentas	18.2%																																
Moksleivis	15.8%																																
Gimę Klaipėdoje	32.3%																																
iki 5 metų	20.3%																																
nuo 5 iki 15 m.	25.9%																																
nuo 15 iki 30 m.	25.0%																																
nuo 30 iki 50 m.	34.1%																																
virš 50 m.	66.7%																																

## 12. Klaipėdos kultūros veidai ir identitetas

Esant sąlyginai mažėjančiam kultūros vartojimui (apie trečdalis uostamiesčio gyventojų per metus iš viso nesilankė jokioje kultūros įstaigoje (žr. 5 skyrių), didėja dalis žmonių, kurie skiria mažiau savo biudžeto kultūros reikmėms (žr. 11 skyrių)) ir esant renginių rinkos prisodrinimui (žr. 7 skyrių), miesto kultūros sektorius praranda ryškesnius savo identiteto bruožus. Miesto kultūrą kuriantys žmonės nėra plačiau žinomi, atpažįstami, nėra pripažįstamas jų simbolinis autoritetas ar svarba miesto tapatybei. Tai verčia kūrybinę kultūros bendruomenių energiją nukreipti į kitų Lietuvos miestų ar užsienio auditoriją. Tokia situacija sykiu šiek tiek pristabdo ir patį kultūros vartojimą, ir formuoja netinkamą bei kritišką požiūrį į kuriančiųjų bendruomenę.

Kaip Klaipėdos kultūros kūrėjus mato miestiečiai?

Paprašyti įvardinti 5 garsiausias šiuolaikinius Klaipėdos kultūros veikėjus, menininkus ar kūrėjus, beveik kas antras uostamiesčio gyventojas (48.2 proc.) negali įvardinti nei vieno asmens ar kolektyvo. Tai reiškia, kad tokiai daliai dabartinis kultūros sektorius yra nepažinus. Tik vieną asmenį įvardijo Pilnai užduotį atlikti, išvardinti 5 žmones, sugebėjo tik 6.2 proc.

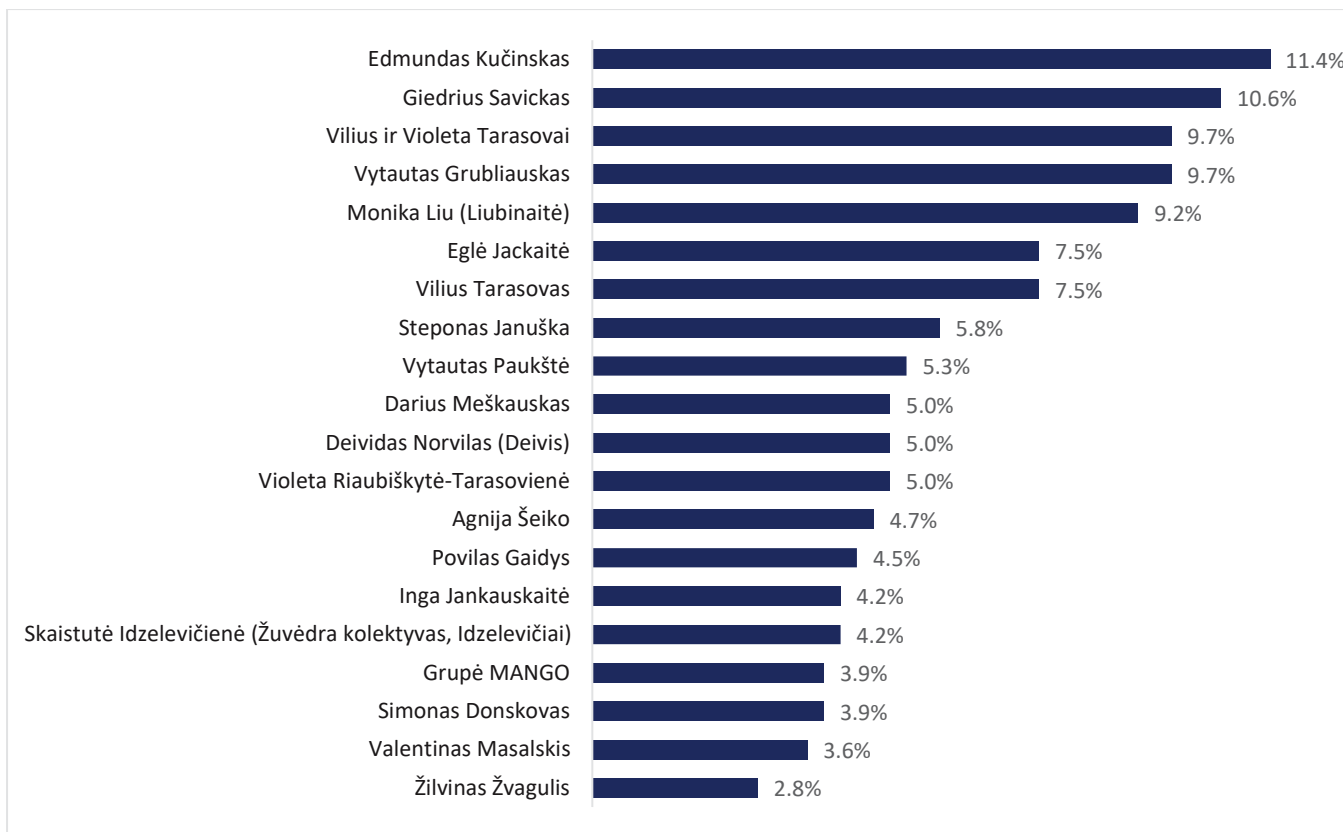
Interviu metu iš viso klaipėdiečiai paminėjo 223 asmenis bei kolektyvus, susijusius su kultūra, sportu, politika, TV, verslu. Nemažai nurodyta tokių asmenybių, kurios neturi nieko bendro su Klaipėda, bet yra garsios nacionaliniu mastu. 2016 m. tokių kultūros „herojų“ buvo ženkliai daugiau – 286, o 2018 m. - 289.

Labiau Klaipėdos kultūros kūrėjus žino ir atpažįsta šios socialinės grupės:

- kultūros puoselėtojai;
- Permainų kartos atstovai, gimę 1960-1980-tais;
- plataus kultūros spektro vartotojai („kultūriniai visaėdžiai“);
- populiarių kultūros formų mėgėjai;
- aukštų pajamų grupės, uždirbančios 2100-2400 eurų;
- Klaipėdos priemiesčių ir apylinkių gyventojai;
- pragyvenę Klaipėdoje daugiau nei 15 metų.

Menkiau šiuolaikinė Klaipėdos kultūra žinoma:

- namisėdoms;
- Z kartos/ Gen-Z atstovams;
- Siauro kultūrinio spektro vartotojams;
- mažavertės popkultūros mėgėjams;
- mažų pajamų grupėje;
- pietinės Klaipėdos miesto dalies gyventojams.



**12.1. pav. Klaipėdos kultūros veidai „TOP 20“: asmenys ir kolektyvai, kuriuos gyventojai įvardijo kaip garsiausius šiuolaikinius Klaipėdos kultūros veikėjus, kūrėjus ir menininkus (n=691; interviu duomenys)**

Vertinant 20 dažniausiai minimų kūrėjų, galima išskirti šias tendencijas, kaip uostamiesčio gyventojai suvokia savo miesto kultūrą:

- klaipėdiečiai miesto kultūrą labiau sieja su popkultūra, o ne profesionaliu menu ar kūryba. Tai rodo pirmosios devynios dvidešimtuko pozicijos, kur dominuoja popmuzikos atstovai ir TV aktoriai;
- klaipėdiečių sąmonėje yra stipriai įsišakniję vardai tų kūrėjų, kurie jau nebėra aktyvūs kultūros kūrėjai (yra arba gerą dešimtmetį pristabdę savo kūrybinę veiklą dėl amžiaus, kaip S. ir R. Idzelevičiai ar Steponas Januška, arba mirę, kaip P. Gaidys, V. Paukštė);
- dominuoja tie kūrėjai, kurie savo kūrybines aukštumas buvo pasiekę 1990-2000 m. Ši tendencija rodo, kad kūrėjų vardai kaip prekiniai ženklai išlaiko savo paveikumą visuomenės sąmonėje ir šiems kūrėjams generuoja simbolinį kapitalą ilgalaikėje perspektyvoje. Tokioje situacijoje įsitvirtinti naujiems kūrėjams ir išsikovoti visuomenės pripažinimą yra tikrai sudėtinga;
- šiuolaikinė Klaipėdos kultūra labiau saistoma su senstelėjusia popmuzika (11 pozicijų dvidešimtuose) ir teatru (5 pozicijos).

## Šiuolaikiniai Klaipėdos kultūros veikėjai, kūrėjai, menininkai (interviu medžiaga)

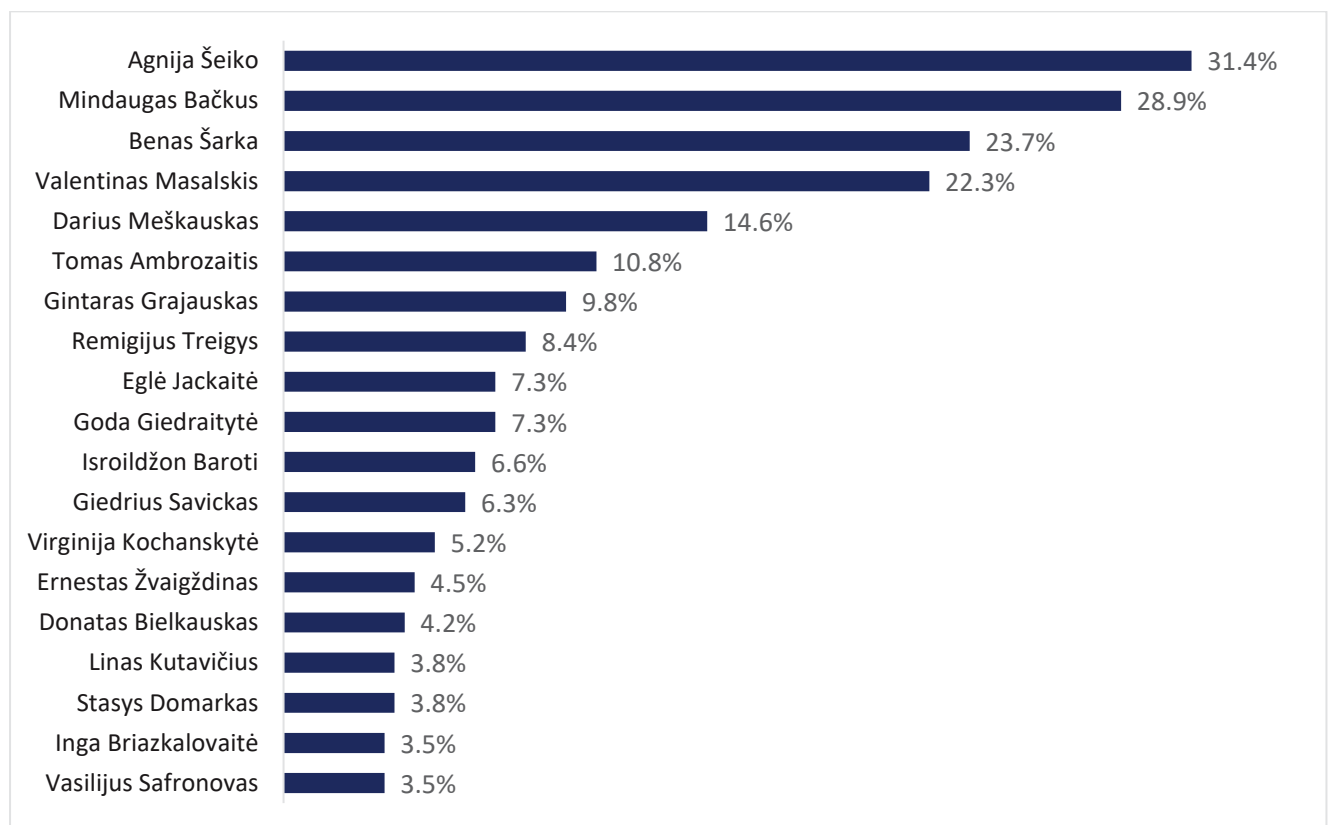
A kapela; Asta Bridikytė; Aleksas Kastanavičius; Algis Ramanauskas; Artūras Šeštokas; Antanas Vinkus; Antanas Zakarauskas; Adelė Daunoravičiūtė; Adomas Skiezgelas; Adomas Stančikas; Agnė Kišonaitė; Agnija Šeiko; Bernardas Aleknavičius; Aleksas Mažonas; Alfonsas Žalys; Algimantas Jarukaitis; Algirdas Bosas; Algirdas Šumskis; Algis Radzevičius; Aloyzas Každailis; Alvydas Klimas; Anatolijus Klemencovas; Kristina Ancutaitė; Andrius Mamontovas; Andrius Rimiškis; Angelina Banytė; Antanas Čapas; Antanas Sadauskas; Arūnas Sakalauskas; Arvydas Remesa; Audronė Adomavičienė; Augustinas Virgilijus Burba; Aurelijus Liškauskas; Aurimas Cibulskas; Aurimas Eidukaitis; Aurimas Mockus; Aušra Krasauskaitė; Aušrinė Gerikienė; Ba; Vidas Bareikis; Baroti galerija (Baročiai); Vidmantas Bartulis; Deividas Bastys; Bavarija; Beata Ignatavičiūtė; Beata Molytė; Benas Šarka; Birutė Skaisgirienė; Birutė Petrikytė; Bobas; Broliai Bendžiai; Vidmantas Budreckis; Choru vadovai; Cooper; Daiva Ložytė; Darius Meškauskas; Daukantienė; Deividas Norvilas (Deivis); Deividas Zvonkus; Dichteriovas; Digna Kulionytė; Giovanni (Jonas Nainys); Pranas Domšaitis; Donatas Želvys; Edgaras Lubys /Amberlife; Edmundas Kučinskas; Edvardas Malinauskas; Egidijus Sipavičius; Eglė Jackaitė; Eugenijus Ostapenko; Free Finga (Tomas Narkevičius); Viačeslavs Ganelinas; Geltona (Edilija Nikartaitė); Giedrius Savickas; Aidas Giniotis; Gintaras Grajauskas; Gintautas Jonkus; Audrius Gražys; Rokas Grosmanas; Grupė MANGO; Gytis Šimelionis; Ilona Balsytė; Ieva Norkutė; Inga Valinskienė; Inga Briazkalovaitė; Inga Jankauskaitė; Juozas Vosylius; Justinas Jankevičius; Justinas Jarutis; Jessica Shy; Jokūbas Brazys; Jonas Baranauskas; Jovita Saulėnienė; Julija Stankevičiūtė; Vytautas Juozapaitis; Jurga Lago; Donatas Juršėnas; Violeta Jusionienė; Ričardas Kabelis; Vytautas Kancleris; Eduardas Kaniava; Grupė Karaliai; Karolis Rupkus; Katarsis; Martynas Kavaliauskas; Vytautas Kernagis; Sporto klubas Neptūnas; Klaudijus Pūdymas; Kodis; Loreta Bosiene; Leonardas Černiauskas; Janina Lapinskaitė; Larisa Kalpokaitė; Grupė Lietuvaičiai; Lilas (Konstantinas Kiveris); Lisauskas; Lukas Radzevičius (Katarsis); Renatė Lūšis; Kęstutis Macijauskas; Margarita Macijauskienė; Maksas Melmanas; Mamis; Mantas Jankavičius; Mantas Patarakas; Markas Žukauskas; Rytis Martinionis; Martynas Lapas; Martynas Rimeikis; Arvydas Vaitkus; Mia (Vilija Pilibaitytė); Marijonas Mikutavičius; Mindaugas Bačkus; Mindaugas Petrulis; Mindaugas Urbonas; Mindaugas Žilinskas; Minedas (Mindaugas Jonušas); Mino (Mindaugas Mickevičius); Monika Linkytė; Monika Liu (Liubinaitė); Eglė Narbutaitė; Natalija Bunkė; Nelė Savičenko; Neptūno vyrai žaidėjai; Grupė Nerija; Nijolė Pareigyte; Nijolė Žeimienė; Jūratė ir Česlovas Norvaišos; Olga Žalienė; Nelly Paltinienė; Grupė Patruliai; Paulius Ignatavičius; Paulius Pinigis; Paulius Stalionis; Gintautas Pečiūra; Robertas Petrauskas; Audrius Petrošius; Grupė Pikaso; Povilas Gaidys; Gediminas Pranckūnas; Vita Pukštaitė-Bružė; Ramūnas Vyšniauskas; Igoris Reklaitis; Remigijus Treigys; Remigijus Žiogas; Rima Petrauskytė; Rugilė Latvėnaitė; Rūta Ščiogolovaitė; Stasys Povilaitis; Kazys Saja; Gintaras Samsonas; Sati (Violeta Mackevičiūtė); Saulius Šiaučiulis; Donatas Savickis; Jurga Šeduikytė; Sel (Egidijus Dragūnas); Simonas Donskovas; Skaistutė Idzelevičienė (Žuvėdra kolektyvas, Idzelevičiai); Kostas Smoriginas; Šokėjos dvynukės; Bonė Martina Sprindienė; Stano (Stanislavas Stavickis); Irena Starošaitė; Stasys Domarkas; Steponas Januška; Steponas Juška; Grupė Studija; Tomas Karkalas; Taja (Erika Klimenko); Tomas Ambrozaitis; Vytautas Anužis; Virgilijus Jankauskas; Viktoras Malinauskas; Vytautas Paukštė; Vaidas Baumiša; Vakarė Bernotas; Laurynas Vakarė Lopas; Valentinas Masalskis; Artūras Valinskas; Dionizas Varkalis; Andrius Vengalis; Vidas Jakimauskas; Viktor Krivan; Viktoras Balykov; Viktorija Perminaitė; Vilius ir Violeta Tarasovai; Vilius Tarasovas; Violeta Riaubiškytė-Tarasovienė; Virginija Kochanskytė; Voitovas; Vyšniauskas; Vytautas Grubliauskas; Vytautas Karčiauskas; Evgenya Redko; Zita Kelmickaitė; Žilvinas Žvagulis; Andrea Zappa; Giedrė Zeicaitė; Viktoras Žeimys; Grupė Žemaitukai; Laima Žemaitytė.

Lyginant 2016 m. sudarytą žymiausių Klaipėdos kultūros kūrėjų 20-tuką su 2025 m., galima stebėti tokias tendencijas:

- 15 asmenybių atsikartoja 2016 ir 2025 m. reitinguose; atsiranda tik 5 nauji kūrėjai;
- 5 nauji kūrėjai ir menininkai 2025 m. reitinge yra Monika Liu, Darius Meškauskas, Agnija Šeiko, Inga Jankauskaitė ir grupė „Mango“;
- 3 asmenys išlieka pirmame dominuojančiame penketuke (Vilius ir Violeta Tarasovai; Edmundas Kučinskas; Vytautas Grubliauskas);
- Ryškiau pozicijose krinta V. Masalskis (iš 15 į 19 vietą); S. Donskovas (iš 5 pozicijos į 18); V. Paukštė (iš 3 pozicijos į 9 vietą) ir P. Gaidys (iš 6 pozicijos į 14 vietą).

Kultūros rinkodaros požiūriu, tokia situacija pirmiausiai interpretuotina kaip kultūros lauko stagnacija, kur senstanti popkultūra užgožia šiuolaikinę kūrybinį pradą. Tai ilgainiui gali kelti problemų miesto įvaizdžio formavimui, ypač siekiant pritraukti profesionalius kūrėjus ar didesnius kultūrinius projektus į miestą. Kultūrinio gyvenimo reprezentacijų svarba visada akcentuojama norint pritraukti ir didesnę ekonominę vertę generuojančias gyventojų grupes, kurias matytų galimybę gauti aukštos kokybės kultūros produktus ar paslaugas. Todėl kultūros komunikacijoje svarbu fokusuotis į miesto profesionalios kultūros kūrėjų prestižo stiprinimą tiek tarp uostamiesčio gyventojų, tiek nacionaliniu mastu, ką gali paskatinti aktyvesnis kultūros vartojimas pačiame uostamiestyje.

Tai, kad intensyvesnis kultūros vartojimas turi įtakos kultūros sektoriaus identiteto atpažinimui, rodo internetinės apklausos rezultatai. Priminsime, kad internetinėje apklausoje sudalyvavo aktyvesni kultūros vartotojai, turintys didesnę perkamą galią ir labiau išlavintą estetinį skonį. Jie išvardijo 270 asmenybes, kurias sieja su šiuolaikiniu Klaipėdos kultūros kūrybiniu lauku. Jų išvardintame 20-tuke dominuoja profesionalūs kūrėjai ir menininkai ir jis apima žymiai didesnį kultūrinių veiklų spektrą nei popkultūra ir teatras. Jame ryškūs vis dar aktyvūs kūrėjai, kurie yra gerai žinomi nacionaliniu mastu, tačiau, kaip rodo miestiečių sudarytas žinomiausių kūrėjų reitingas, nelabai pažįstami savame mieste. Būtent šį miesto kūrybinį potencialą ir reikia labiau išnaudoti komunikacijoje, palaikyti jų iniciatyvas ir projektus, kurie labiau būtų orientuoti į vietos auditorijas ir jų plėtrą.



**12.2. pav. Klaipėdos kultūros veidai „Alternatyvus TOP 19“: asmenys ir kolektyvai, kuriuos gyventojai įvardijo kaip garsiausius šiuolaikinius Klaipėdos kultūros veikėjus, kūrėjus ir menininkus (n=497; internetinės apklausos duomenys)**

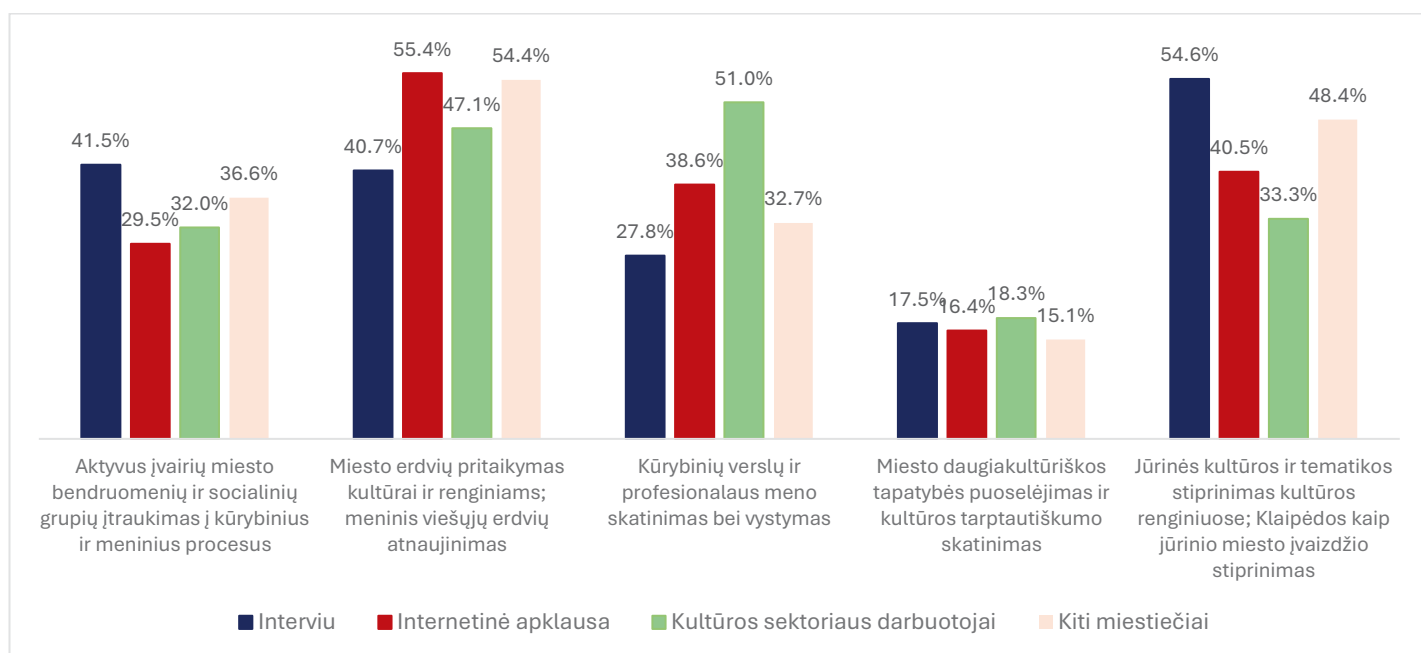
## Šiuolaikiniai Klaipėdos kultūros veikėjai, kūrėjai, menininkai (internetinės apklausos rezultatai)

Andželika Cholina; Adomas Stančikas; Adrija Čepaitė (dirigentė); Agnė Bukartaitė; Agnė Kišonaitė; Agnė Sunklodaitė; Agnija Šeiko; Aina Zinčiukaitė; 44; Aircarbon; Akvilė Zavišaitė; Aleksas Mažonas; Algirdas Bosas; Algirdas Šumskis; Algis Kriščiūnas; Alina Velykienė; Aloyzas Každailis; Alvydas Vizgirda; Anatolijus Klemencovas; Andrius Mamontovas; Andrius Šaulys; Andrius Tapinas; Angelina Banytė; Antanas Bosas; Antanas Jasenka; Arbačiauskaitė Regina; Laimonas Bogušas; Arminas iš Tema; Artytė teatras; Arūnas Pečiulis; Arūnas Sakalauskas; Arūnė Baronaitė; Arvydas Girdzijauskas; Arvydas Juozaitis; DJ Aštrus; Audrius Bružas; Augustinas Virgilijus Burba; Aurelijus Liškauskas; Aurimas Anusas; Aurimas Mockus; Aušra Juknevičienė; Baroti galerija (Baročiai); Beata Ignatavičiūtė; Beata Molytė; Bell Riots (Sergej Karmanov); Benas Šarka; Birutė Skaisgiriene; Birutė Šeiko; Roma Bončkutė; Chai collective; Choras Aukuras; Choras Cantare; Nijolė Dorotėja Beniušytė; Daiva Ložytė; Dainius Elertas; Dainius Sobekis; Daiva Molytė-Lukauskienė; Dalia Kirkutienė; Dalia Skridailaitė; Danas Andriulionis; Danguolė Ruškienė; Daria Verovka; Darius Meškauskas; Deividas Norvilas (Deivis); Deividas Zvonkus; Denisas Nikitenka; Michailas Denisenko; Digna Kulionytė; Dj saga; Dmitrijus Popovas; Domas; Domas Rimeika; Pranas Domšaitis; Donatas Bielkauskas; Donatas Katkus; Donatas Želvys; Dovilė Zavedskaitė; Dramos teatras (aktoriai ir režisieriai); Džiugas Grinys; Edmundas Kučinskis; Eduardas Jonušas; Edvardas Malinauskas; Egidijus Miknius; Eglė Jackaitė; Eglė Špokaitė; Eglė Černiauskaitė; Ernestas Žvaigždinas; Edvardas Šeputis; Eugenijus Jonavičius; Evelina ir Gytis Šimelioniai; Evelina Šimkutė; Pavelas Fokinas; Gaj Žmavc; Galerija Lyceum; Zita Genienė; Giedrius Savickas; Gintaras Grajauskas; Gintarė Radvilavičiūtė; Gintautas Jonkus; Goda Giedraitytė; Audrius Gražys; Grupė MANGO; Gytis Padegimas; Gytis Šimelionis; įdomiausi vaikai iš Klaipėdos meno mokyklų; Indrāja; Inga Briazkalovaitė; Inga Grubliauskienė; Inga Jankauskaitė; Inga Kuznecova; Inga Norkūnienė; Ingaja (Inga Mikulėnė); Irma Leščinskaitė; Isroildžon Baroti; Juozas Vosylius; Jelena Butkevičienė; Vaidas Jočys; Jolanta Vitkutė; Jolita Herlyn; Jolita ir Alvydas Vozgirdai; Jonas Baltokas; Jonas Baranauskas; Jonas Genys; Jonas Kavaliauskas; Jovita Saulėnienė; Juozas Šikšnelis; Juozas Statkevičius; Jūratė Grigaitienė; Jurga Lago; Algimantas Jusionis; Justina Vanžodytė; Kristina Jokubavičienė; Karolina (klaipėdos kamerinio violančelistė); Kęstutis Sova; Karinių jūrų pajėgų orkestras; Choras Klaipėda; Klaipėdos džiazo orkestras; Klaipėdos Jaunimo Teatras; Klaipėdos kamerinis orkestras; Klaipėdos kultūrų komunikacijos centras KKKC; Klaudijus Pūdymas; Kornelija Kupšytė; Kristijonas Lučinskis; Kristina Švenčionytė; Kristina Tučkutė; Leonardas Černiauskas; Pranciškonų centras; Eduardo Balsio menų gimnazija; Laima Akstinaitė; Laimonas Urbikas; Larisa Kalpokaitė; Lauryna Židonytė iš Hofo; Leonidas Donskis; Lina Marija Songailė; Lina Itagaki; Linas Kutavičius; Linas Mikuta; Linas Švirinas; Linas Zubė; Liudas Vyšniauskas; Liudvikas Natalevičius; Liutauras Degėsys; Loreta Narvilaitė; Luizės centras; Mantas Macikas; Rolandas Marčius; Marius Jampolskis; Paulius Markevičius; Rytis Martinionis; Martynas Ažuolas; Memel Comedy Co; Mikalojus Urbonas; Mindaugas Bačkus; Mindaugas Pupelis; Mindaugas Rojus; Monika Liu (Liubinaite); Muzikinis teatras; Natalija Bunkė; Nelė Savičenko; Neringa Poškutė-Jukumienė; Nijolė Kepenienė; Nijolė Laužikienė; Olga Kontrimienė; Olga Žalienė; Oskaras Koršunovas; Paulius Pinigis; Petras Šmitas; Pijus Čeikauskas; Pilies teatras; Platforma - modernaus meno; Povilas Gaidys; 536; Raimonda Nabažaitė; Raimondas Urbakavičius; Vladas Rakutis; Ramūnas Baršauskas; Ramūnas Kaubrys; Ramūnas Rudokas; Rasa Gulbė; Rasa Jusionytė; Ignė Ale; Regimantas Midvikis; Regina Šaltenytė; Remigijus Šileika; Remigijus Treigys; Remigijus Žiogas; Renata Idzelytė; Renata Kutaitė-Raudonienė; Rimantas Dichavičius; Rimas Tuminas; Rita Petrauskaitė; Rodion Petroff; Rolandas Petrikis; Grupė Royce; Rugilė Barzdžiukaitė; Rūta Bunikytė; Rūta Mur; 580; Stasys Povilaitis; Šarūnas Juškevičius; Saulius Šiaučiulis; Jurga Šeduikytė; Severija Inčirauskaitė-Kriaunevičienė; Sigutis Jačėnas; Silva Pocyte; Simona Martinkus; Simona Makselienė; Skaistė Marčienė; Skaistutė Idzelevičienė (Žuvėdra kolektyvas, Idzelevičiai); Sondra Simanaitienė (Simana); Stano (Stanislavas Stavickis); Stasys Domarkas; Stefanija Nosovaitė; Steponas Januška; Tadas Grabys; Tomas Kiauka; Tadas Romeika; Tadas Vidmantas; Taško teatras; Tomas Ambrozaitis; Tomas Jašinskas; Tomas Juočys; Tomas Mikalauskas; Urtė Jasenka (Jasenkaitė); Vytautas Anužis; Vytautas Karaciejus; Vytautas Čepas; Valentinas Masalskis; Vasilijus Safronovas; Ignas Vėgėlė; Vidas Bizauskas; Vidas Pinkevičius; Vidmantas Mačiulskis; Viktorija Ežiukas (Dambrauskaitė); Viktorija Vaišvilaitė-Skirutienė; Vilius ir Violeta Tarasovai; Vilius Pependikis; Vilius Tarasovas; Violeta Riaubiškytė-Tarasovienė; Virginija Kochanskytė; Virginijus Viningas; Vladimiras Konstantinovas; Grupė Voiceless; Vygantas Vareikis; Vytautas Grubliauskas; Vytautas Jokubauskas; Vytautas Karčiauskas; Vytautas Valys; Zenonas Šimkus; Zita Kariniauskienė;

## 13. Strateginiai miesto kultūros prioritetai: krypčių vertinimas

2025 m. pradžioje inicijuotas Klaipėdos miesto kultūros strategijos 2017-2030 atnaujinimas. Strategijos atnaujinimo grupė pasiūlė įvertinti gyventojų nuostatas ir palaikymą 5 galimų strateginių krypčių atžvilgiu. Miestiečiams pasiūlyta pasirinkti po 2 galimas kultūros vystymo ir rėmimo krytis, kurios būtų svarbiausios miesto vystymuisi ir gyvybingumui.

1. Jūrinės kultūros ir tematikos stiprinimas kultūros renginiuose; Klaipėdos kaip jūrinio miesto įvaizdžio stiprinimas – 54,6 proc. (internetinė apklausa – 40,5 proc.);
2. Aktyvus miesto bendruomenių ir socialinių grupių įtraukimas į kūrybinius ir meninius procesus – 41,5 proc. (internetinė apklausa – 29,5 proc.);
3. Miesto erdvių pritaikymas kultūrai ir renginiams; meninis viešųjų erdvių atnaujinimas – 40,8 proc. (internetinė apklausa – 55,4 proc.)
4. Kūrybinių verslų ir profesionalaus meno skatinimas ir vystymas -27,8 proc. (internetinė apklausa – 38,6 proc.);
5. Miesto daugiakultūrinės tapatybės puoselėjimas ir kultūros tarptautiškumo skatinimas – 17,5 proc. (internetinė apklausa – 16,4 proc.).



**13.1. pav. Klaipėdos strateginių kultūros rėmimo ir vystymo krypčių 5 metams vertinimas skirtingose socialinėse demografinėse grupėse (% dalis, nurodžiusių kryptį kaip prioritetinę; interviu n=691; internetinė apklausa n=641)**

Skirtingų socialinių-demografinių grupių nuostatos prioritetinių krypčių atžvilgiu labai išsiskyrė. Ryškiausias skirtumas išryškėjo dviejuose dideliuose populiacijos masyvuose:

- Gana dideli nuomonės skirtumai tarp tų, kurie buvo apklausti interviu būdu, ir atsakinėjusių internetu. Internetinėje apklausoje dalyvavo didesnė dalis jaunų žmonių, turinčių didesnę perkamąją galią ir aktyvesnių kultūros vartotojų. Interviu metu buvo apklausta pasyvesnė gyventojų dalis, mažiau reiklesnė

kultūrinių poreikių atžvilgiu, rečiau besilankantys kultūros renginiuose. Šių dviejų grupių pozicijos labai išsiskyrė dėl 4 strateginių krypčių ir jų eiliškumo;

- Ryškiai skiriasi dirbančių kultūros sektoriuje strateginių krypčių matymas nuo likusių miesto gyventojų požiūriu. Šių dviejų segmentų pozicijos ryškiai išsiskyrė 3 prioritetinių krypčių atžvilgiu. Kultūros sektorius labiau orientuotas į kūrybinių verslų ir profesionalaus meno skatinimą bei vystymą, kas atliepia vidinius kultūros lauko dalyvių poreikius. Tuo metu kiti klaipėdiečiai labiau akcentuoja miesto viešųjų erdvių tvarkymą ir jūrinės kultūros dėmens stiprinimą miesto renginiuose bei miesto įvaizdyje.

Penkios strateginės kultūros vystymo ir rėmimo kryptys leidžia išskirti aiškesnius šalininkus ir labiau neutralesnę nuostatą turinčias socialines grupes. Labiausiai diferencijuojantys nuomonę veiksniai yra gyvenamoji vieta, pajamų dydis ir amžius. Kultūriniai vartojimo įpročiai didesnio poveikio neturi. Prie kiekvienos krypties išskirsime tuos gyventojų segmentus, kurie savo dydžiu labiausiai nutolsta nuo bendro krypties palaikymo rodiklio, kuriuo laikytinas procentinis dydis respondentų, kurie reprezentatyvios apklausos (interviu) metu pasirinko konkrečią kryptį.

Prioritetinė kryptis	Labiausiai palaikančios grupės	Rečiau palaikančios grupės
Jūrinės kultūros ir tematikos stiprinimas kultūros renginiuose; Klaipėdos kaip jūrinio miesto įvaizdžio stiprinimas (54,6 proc.)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Uždirbantys daugiau nei 1800 eurų (76 proc.);</li> <li>- Studentai (72,7 proc.) ir moksleiviai (68,4 proc.);</li> <li>- Gyvenantys pietiniuose kvartaluose (tarp Statybininkų ir Jūrininkų prospektų; 63,8 proc.);</li> <li>- Gimę iki 1960-ųjų (60,5 proc.).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gamtos mylėtojai (apie 38,8 proc.);</li> <li>- Gyvenantys senamiestyje ir senojoje miesto dalyje (41,9 proc.);</li> <li>- Kultūros puoselėtojai (46,8 proc.).</li> </ul>
Aktyvus miesto bendruomenių ir socialinių grupių įtraukimas į kūrybinius ir meninius procesus (41,5 proc.)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gyvenantys šiauriniuose miesto kvartaluose (įskaitant Melnragę, Girulius) (60,0 proc.) bei centrinėje miesto dalyje (tarp senojo turgaus ir Kauno g.) (53,6 proc.).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gyvenantys pietinėje miesto dalyje (25,4 proc.);</li> <li>- Uždirbantys 1800-2100 eurų (26,7 proc.).</li> </ul>
Miesto erdvių pritaikymas kultūrai ir renginiams; meninis viešųjų erdvių atnaujinimas (40,8 proc.)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Uždirbantys daugiau nei 2100 eurų (64,9 proc.)</li> <li>- Atvykę į uostamiestį ir čia pragyvenę 5-15 metų (51,7 proc.).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gimę iki 1960-ųjų (31,5 proc.).</li> </ul>
Kūrybinių verslų ir profesionalaus meno skatinimas ir vystymas (27,8 proc.)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Uždirbantys 1200-1500 eurų (37,7 proc.);</li> <li>- Gyvenantys centrinėje miesto dalyje (tarp senojo turgaus ir Kauno g.; 36,8 proc.).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Uždirbantys daugiau nei 2100 eurų (13,9 proc.);</li> <li>- Gyvenantys pietiniuose kvartaluose (tarp Statybininkų ir Jūrininkų prospektų; 16,2 proc.).</li> </ul>
Miesto daugiakultūrinės tapatybės puoselėjimas ir kultūros tarptautiškumo skatinimas (17,5 proc.)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Uždirbantys 1500-1800 eurų (25,6 proc.);</li> <li>- Gyvenantys naujuose šiauriniuose miesto kvartaluose, Melnragėje bei Giruliuose (25,0 proc.);</li> <li>- Z karta /Gen-Z (24,3 proc.).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Uždirbantys daugiau nei 2100 eurų (7,7 proc.).</li> </ul>

## Rekomendacija

Atsižvelgiant į įvairių grupių siūlomas prioritетines kultūros vystymo ir rėmimo kryptis, kurių svarba ir eiliškumas skiriasi bei priklauso nuo daugelio veiksnių, Klaipėdos kultūros strategijos 2017-2030 atnaujinimo projekte tikslinga svarstyti **kompromisinį prioritетinių sąrašą**. Jame pateikiamas bendras palaikančių uostamiesčio gyventojų rodiklis, konsoliduojantis skirtingų grupių pozicijas bei atsižvelgiant ir į internetinės apklausos rezultatus:

1. Miesto erdvių pritaikymas kultūrai ir renginiams; meninis viešųjų erdvių atnaujinimas – 49.4 %
2. Jūrinės kultūros ir tematikos stiprinimas; Klaipėdos kaip jūrinio miesto įvaizdžio stiprinimas – 44.2 %
3. Kūrybinių verslų ir profesionalaus meno skatinimas bei vystymas – 37.5 %
4. Aktyvus bendruomenių įtraukimas į kūrybinius ir meninius procesus – 34.9 %
5. Miesto daugiakultūriškos tapatybės ir tarptautiškumo skatinimas – 16.8 %

# Prioritetas: miesto erdvių pritaikymas kultūrai ir renginiams; meninis viešų erdvių atnaujinimas.

(% dalis palaikančių prioritetą socialinėse-demografinėse grupėse; interviu duomenys)

Vartotojų profiliai		Vartotojų kartos	
Gamtos mylėtojai	44.4%	Gimę iki 1960-ųjų	31.5%
Namisėdos	33.7%	Permainų karta (1961–1980)	39.1%
Kultūros puoselėtojai	45.6%	Nepriklausomybės karta (1981–1995)	48.6%
Socialumo mėgėjai	42.7%	Karta Z / Gen Z (1996–2010)	48.6%
Vartotojai pagal kultūros vartojimo aprėptį		Vartotojai pagal kultūrinį skonį	
Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai	36.2%	Trumpalaikės popkultūros vartotojai	46.6%
Vidutinio spektro pomėgių	43.7%	Populiarių kultūros formų mėgėjai	37.0%
Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)	45.5%	Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai	35.9%
Vartotojai pagal pajamų grupes		Gyvenamoji vieta	
iki 600 eurų	33.3%	Senamies ir senoji dalis	42.9%
600-900 eurų	35.5%	Centras (nuo turgaus iki Kauno g.)	39.2%
900-1200 eurų	45.9%	Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.)	43.8%
1200-1500 eurų	51.9%	Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.)	38.5%
1500-1800 eurų	48.7%	Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio)	38.3%
1800-2100 eurų	46.7%	Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai)	38.3%
2100-2400 eurų	53.8%	Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės	37.1%
2400 eurų ir daugiau	75.0%		
Nenurodė	36.4%		
Darbinis statusas		Gyvenimo Klaipėdoje trukmė	
Dirbantys	46.1%	Gimę Klaipėdoje	42.0%
Pensininkas	31.4%	iki 5 metų	37.3%
Dekretinėse, vaiko...	54.5%	nuo 5 iki 15 m.	51.7%
Bedarbis, ieškantis darbo	29.8%	nuo 15 iki 30 m.	40.6%
Studentas	45.5%	nuo 30 iki 50 m.	39.0%
Moksleivis	36.8%	virš 50 m.	28.8%

# Prioritetas: Jūrinės kultūros ir tematikos stiprinimas; Klaipėdos kaip jūrinio miesto įvaizdžio stiprinimas.

(% dalis palaikančių prioritetą socialinėse-demografinėse grupėse; interviu duomenys)

Vartotojų profiliai		Vartotojų kartos	
Gamtos mylėtojai	48.9%	Gimę iki 1960-ųjų	60.5%
Namisėdos	59.5%	Permainų karta (1961–1980)	53.9%
Kultūros puoselėtojai	46.8%	Nepriklausomybės karta (1981–1995)	51.4%
Socialumo mėgėjai	55.8%	Karta Z / Gen Z (1996–2010)	51.4%
Vartotojai pagal kultūros vartojimo aprėptį		Vartotojai pagal kultūrinį skonį	
Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai	59.6%	Trumpalaikės popkultūros vartotojai	56.1%
Vidutinio spektro pomėgių	48.6%	Populiarių kultūros formų mėgėjai	52.8%
Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)	53.7%	Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai	55.1%
Vartotojai pagal pajamų grupes		Gyvenamoji vieta	
iki 600 eurų	64.4%	Senamies ir senoji dalis	41.9%
600-900 eurų	51.2%	Centras (nuo turgaus iki Kauno g.)	51.2%
900-1200 eurų	57.1%	Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.)	54.5%
1200-1500 eurų	39.0%	Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.)	63.8%
1500-1800 eurų	38.5%	Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio)	56.7%
1800-2100 eurų	63.3%	Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai)	50.0%
2100-2400 eurų	76.9%	Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės	62.9%
2400 eurų ir daugiau	75.0%		
Nenurodė	54.3%		
Darbinis statusas		Gyvenimo Klaipėdoje trukmė	
Dirbantys	50.7%	Gimę Klaipėdoje	56.4%
Pensininkas	58.9%	iki 5 metų	49.2%
De Bretinėse, vaiko priežiūros...	45.5%	nuo 5 iki 15 m.	51.7%
Bedarbis, ieškantis darbo	61.4%	nuo 15 iki 30 m.	51.6%
Studentas	72.7%	nuo 30 iki 50 m.	45.1%
Moksleivis	68.4%	virš 50 m.	66.7%

# Prioritetas: Kūrybinių verslų ir profesionalaus meno skatinimas bei vystymas.

(% dalis palaikančių prioritetą socialinėse-demografinėse grupėse; interviu duomenys)

Vartotojų profiliai	Vartotojų kartos																																
<table border="1"> <tr><td>Gamtos mylėtojai</td><td>34.6%</td></tr> <tr><td>Namisėdos</td><td>24.4%</td></tr> <tr><td>Kultūros puoselėtojai</td><td>35.4%</td></tr> <tr><td>Socialumo mėgėjai</td><td>24.8%</td></tr> </table>	Gamtos mylėtojai	34.6%	Namisėdos	24.4%	Kultūros puoselėtojai	35.4%	Socialumo mėgėjai	24.8%	<table border="1"> <tr><td>Gimę iki 1960-ųjų</td><td>24.1%</td></tr> <tr><td>Permainų karta (1961–1980)</td><td>29.2%</td></tr> <tr><td>Nepriklausomybės karta (1981–1995)</td><td>29.7%</td></tr> <tr><td>Karta Z / Gen Z (1996–2010)</td><td>25.7%</td></tr> </table>	Gimę iki 1960-ųjų	24.1%	Permainų karta (1961–1980)	29.2%	Nepriklausomybės karta (1981–1995)	29.7%	Karta Z / Gen Z (1996–2010)	25.7%																
Gamtos mylėtojai	34.6%																																
Namisėdos	24.4%																																
Kultūros puoselėtojai	35.4%																																
Socialumo mėgėjai	24.8%																																
Gimę iki 1960-ųjų	24.1%																																
Permainų karta (1961–1980)	29.2%																																
Nepriklausomybės karta (1981–1995)	29.7%																																
Karta Z / Gen Z (1996–2010)	25.7%																																
Vartotojai pagal kultūros vartojimo aprėptį	Vartotojai pagal kultūrinį skonį																																
<table border="1"> <tr><td>Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai</td><td>25.6%</td></tr> <tr><td>Vidutinio spektro pomėgių</td><td>31.8%</td></tr> <tr><td>Platus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)</td><td>25.4%</td></tr> </table>	Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai	25.6%	Vidutinio spektro pomėgių	31.8%	Platus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)	25.4%	<table border="1"> <tr><td>Trumpalaikės popkultūros vartotojai</td><td>27.7%</td></tr> <tr><td>Populiarių kultūros formų mėgėjai</td><td>24.1%</td></tr> <tr><td>Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai</td><td>32.1%</td></tr> </table>	Trumpalaikės popkultūros vartotojai	27.7%	Populiarių kultūros formų mėgėjai	24.1%	Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai	32.1%																				
Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai	25.6%																																
Vidutinio spektro pomėgių	31.8%																																
Platus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)	25.4%																																
Trumpalaikės popkultūros vartotojai	27.7%																																
Populiarių kultūros formų mėgėjai	24.1%																																
Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai	32.1%																																
Vartotojai pagal pajamų grupes	Gyvenamoji vieta																																
<table border="1"> <tr><td>iki 600 eurų</td><td>23.5%</td></tr> <tr><td>600-900 eurų</td><td>28.9%</td></tr> <tr><td>900-1200 eurų</td><td>22.4%</td></tr> <tr><td>1200-1500 eurų</td><td>37.7%</td></tr> <tr><td>1500-1800 eurų</td><td>30.8%</td></tr> <tr><td>1800-2100 eurų</td><td>26.7%</td></tr> <tr><td>2100-2400 eurų</td><td>15.4%</td></tr> <tr><td>2400 eurų ir daugiau</td><td>12.5%</td></tr> <tr><td>Nenurodė</td><td>30.1%</td></tr> </table>	iki 600 eurų	23.5%	600-900 eurų	28.9%	900-1200 eurų	22.4%	1200-1500 eurų	37.7%	1500-1800 eurų	30.8%	1800-2100 eurų	26.7%	2100-2400 eurų	15.4%	2400 eurų ir daugiau	12.5%	Nenurodė	30.1%	<table border="1"> <tr><td>Senamies ir senoji dalis</td><td>26.7%</td></tr> <tr><td>Centras (nuo turgaus iki Kauno g.)</td><td>36.8%</td></tr> <tr><td>Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.)</td><td>33.9%</td></tr> <tr><td>Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.)</td><td>16.2%</td></tr> <tr><td>Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio)</td><td>30.0%</td></tr> <tr><td>Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai)</td><td>25.0%</td></tr> <tr><td>Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės</td><td>24.3%</td></tr> </table>	Senamies ir senoji dalis	26.7%	Centras (nuo turgaus iki Kauno g.)	36.8%	Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.)	33.9%	Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.)	16.2%	Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio)	30.0%	Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai)	25.0%	Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės	24.3%
iki 600 eurų	23.5%																																
600-900 eurų	28.9%																																
900-1200 eurų	22.4%																																
1200-1500 eurų	37.7%																																
1500-1800 eurų	30.8%																																
1800-2100 eurų	26.7%																																
2100-2400 eurų	15.4%																																
2400 eurų ir daugiau	12.5%																																
Nenurodė	30.1%																																
Senamies ir senoji dalis	26.7%																																
Centras (nuo turgaus iki Kauno g.)	36.8%																																
Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.)	33.9%																																
Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.)	16.2%																																
Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio)	30.0%																																
Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai)	25.0%																																
Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės	24.3%																																
Darbinis statusas	Gyvenimo Klaipėdoje trukmė																																
<table border="1"> <tr><td>Dirbantys</td><td>27.9%</td></tr> <tr><td>Pensininkas</td><td>25.9%</td></tr> <tr><td>Dekretinėse, vaiko...</td><td>18.2%</td></tr> <tr><td>Bedarbis, ieškantis darbo</td><td>33.3%</td></tr> <tr><td>Studentas</td><td>27.3%</td></tr> <tr><td>Moksleivis</td><td>31.6%</td></tr> </table>	Dirbantys	27.9%	Pensininkas	25.9%	Dekretinėse, vaiko...	18.2%	Bedarbis, ieškantis darbo	33.3%	Studentas	27.3%	Moksleivis	31.6%	<table border="1"> <tr><td>Gimę Klaipėdoje</td><td>29.6%</td></tr> <tr><td>iki 5 metų</td><td>33.9%</td></tr> <tr><td>nuo 5 iki 15 m.</td><td>27.6%</td></tr> <tr><td>nuo 15 iki 30 m.</td><td>26.6%</td></tr> <tr><td>nuo 30 iki 50 m.</td><td>24.4%</td></tr> <tr><td>virš 50 m.</td><td>18.2%</td></tr> </table>	Gimę Klaipėdoje	29.6%	iki 5 metų	33.9%	nuo 5 iki 15 m.	27.6%	nuo 15 iki 30 m.	26.6%	nuo 30 iki 50 m.	24.4%	virš 50 m.	18.2%								
Dirbantys	27.9%																																
Pensininkas	25.9%																																
Dekretinėse, vaiko...	18.2%																																
Bedarbis, ieškantis darbo	33.3%																																
Studentas	27.3%																																
Moksleivis	31.6%																																
Gimę Klaipėdoje	29.6%																																
iki 5 metų	33.9%																																
nuo 5 iki 15 m.	27.6%																																
nuo 15 iki 30 m.	26.6%																																
nuo 30 iki 50 m.	24.4%																																
virš 50 m.	18.2%																																

## Prioritetas: Aktyvus bendruomenių įtraukimas į kūrybinius ir meninius procesus.

(% dalis palaikančių prioritetą socialinėse-demografinėse grupėse; interviu duomenys)

Vartotojų profiliai	Vartotojų kartos																																
<table border="1"> <tr><td>Gamtos mylėtojai</td><td>42.9%</td></tr> <tr><td>Namisėdos</td><td>41.0%</td></tr> <tr><td>Kultūros puoselėtojai</td><td>41.8%</td></tr> <tr><td>Socialumo mėgėjai</td><td>41.2%</td></tr> </table>	Gamtos mylėtojai	42.9%	Namisėdos	41.0%	Kultūros puoselėtojai	41.8%	Socialumo mėgėjai	41.2%	<table border="1"> <tr><td>Gimę iki 1960-ųjų</td><td>41.4%</td></tr> <tr><td>Permainų karta (1961–1980)</td><td>43.0%</td></tr> <tr><td>Nepriklausomybės karta (1981–1995)</td><td>40.0%</td></tr> <tr><td>Karta Z / Gen Z (1996–2010)</td><td>40.0%</td></tr> </table>	Gimę iki 1960-ųjų	41.4%	Permainų karta (1961–1980)	43.0%	Nepriklausomybės karta (1981–1995)	40.0%	Karta Z / Gen Z (1996–2010)	40.0%																
Gamtos mylėtojai	42.9%																																
Namisėdos	41.0%																																
Kultūros puoselėtojai	41.8%																																
Socialumo mėgėjai	41.2%																																
Gimę iki 1960-ųjų	41.4%																																
Permainų karta (1961–1980)	43.0%																																
Nepriklausomybės karta (1981–1995)	40.0%																																
Karta Z / Gen Z (1996–2010)	40.0%																																
Vartotojai pagal kultūros vartojimo aprėptį	Vartotojai pagal kultūrinį skonį																																
<table border="1"> <tr><td>Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai</td><td>36.2%</td></tr> <tr><td>Vidutinio spektro pomėgių</td><td>45.7%</td></tr> <tr><td>Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)</td><td>46.3%</td></tr> </table>	Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai	36.2%	Vidutinio spektro pomėgių	45.7%	Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)	46.3%	<table border="1"> <tr><td>Trumpalaikės popkultūros vartotojai</td><td>36.1%</td></tr> <tr><td>Populiarių kultūros formų mėgėjai</td><td>49.1%</td></tr> <tr><td>Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai</td><td>42.3%</td></tr> </table>	Trumpalaikės popkultūros vartotojai	36.1%	Populiarių kultūros formų mėgėjai	49.1%	Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai	42.3%																				
Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai	36.2%																																
Vidutinio spektro pomėgių	45.7%																																
Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)	46.3%																																
Trumpalaikės popkultūros vartotojai	36.1%																																
Populiarių kultūros formų mėgėjai	49.1%																																
Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai	42.3%																																
Vartotojai pagal pajamų grupes	Gyvenamoji vieta																																
<table border="1"> <tr><td>iki 600 eurų</td><td>34.8%</td></tr> <tr><td>600-900 eurų</td><td>35.5%</td></tr> <tr><td>900-1200 eurų</td><td>42.9%</td></tr> <tr><td>1200-1500 eurų</td><td>35.1%</td></tr> <tr><td>1500-1800 eurų</td><td>46.2%</td></tr> <tr><td>1800-2100 eurų</td><td>26.7%</td></tr> <tr><td>2100-2400 eurų</td><td>38.5%</td></tr> <tr><td>2400 eurų ir daugiau</td><td>37.5%</td></tr> <tr><td>Nenurodė</td><td>54.9%</td></tr> </table>	iki 600 eurų	34.8%	600-900 eurų	35.5%	900-1200 eurų	42.9%	1200-1500 eurų	35.1%	1500-1800 eurų	46.2%	1800-2100 eurų	26.7%	2100-2400 eurų	38.5%	2400 eurų ir daugiau	37.5%	Nenurodė	54.9%	<table border="1"> <tr><td>Senamies ir senoji dalis</td><td>45.7%</td></tr> <tr><td>Centras (nuo turgaus iki Kauno g.)</td><td>53.6%</td></tr> <tr><td>Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.)</td><td>28.1%</td></tr> <tr><td>Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.)</td><td>22.3%</td></tr> <tr><td>Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio)</td><td>60.0%</td></tr> <tr><td>Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai)</td><td>60.0%</td></tr> <tr><td>Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės</td><td>42.9%</td></tr> </table>	Senamies ir senoji dalis	45.7%	Centras (nuo turgaus iki Kauno g.)	53.6%	Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.)	28.1%	Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.)	22.3%	Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio)	60.0%	Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai)	60.0%	Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės	42.9%
iki 600 eurų	34.8%																																
600-900 eurų	35.5%																																
900-1200 eurų	42.9%																																
1200-1500 eurų	35.1%																																
1500-1800 eurų	46.2%																																
1800-2100 eurų	26.7%																																
2100-2400 eurų	38.5%																																
2400 eurų ir daugiau	37.5%																																
Nenurodė	54.9%																																
Senamies ir senoji dalis	45.7%																																
Centras (nuo turgaus iki Kauno g.)	53.6%																																
Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.)	28.1%																																
Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.)	22.3%																																
Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio)	60.0%																																
Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai)	60.0%																																
Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės	42.9%																																
Darbinis statusas	Gyvenimo Klaipėdoje trukmė																																
<table border="1"> <tr><td>Dirbantys</td><td>43.9%</td></tr> <tr><td>Pensininkas</td><td>39.5%</td></tr> <tr><td>Dekretinėse, vaiko...</td><td>45.5%</td></tr> <tr><td>Bedarbis, ieškantis darbo</td><td>33.3%</td></tr> <tr><td>Studentas</td><td>36.4%</td></tr> <tr><td>Moksleivis</td><td>36.8%</td></tr> </table>	Dirbantys	43.9%	Pensininkas	39.5%	Dekretinėse, vaiko...	45.5%	Bedarbis, ieškantis darbo	33.3%	Studentas	36.4%	Moksleivis	36.8%	<table border="1"> <tr><td>Gimę Klaipėdoje</td><td>40.3%</td></tr> <tr><td>iki 5 metų</td><td>37.3%</td></tr> <tr><td>nuo 5 iki 15 m.</td><td>48.3%</td></tr> <tr><td>nuo 15 iki 30 m.</td><td>50.0%</td></tr> <tr><td>nuo 30 iki 50 m.</td><td>42.7%</td></tr> <tr><td>virš 50 m.</td><td>36.4%</td></tr> </table>	Gimę Klaipėdoje	40.3%	iki 5 metų	37.3%	nuo 5 iki 15 m.	48.3%	nuo 15 iki 30 m.	50.0%	nuo 30 iki 50 m.	42.7%	virš 50 m.	36.4%								
Dirbantys	43.9%																																
Pensininkas	39.5%																																
Dekretinėse, vaiko...	45.5%																																
Bedarbis, ieškantis darbo	33.3%																																
Studentas	36.4%																																
Moksleivis	36.8%																																
Gimę Klaipėdoje	40.3%																																
iki 5 metų	37.3%																																
nuo 5 iki 15 m.	48.3%																																
nuo 15 iki 30 m.	50.0%																																
nuo 30 iki 50 m.	42.7%																																
virš 50 m.	36.4%																																

# Prioritetas: Miesto daugiakultūriškos tapatybės ir tarptautiškumo skatinimas.

(% dalis palaikančių prioritetą socialinėse-demografinėse grupėse; interviu duomenys)

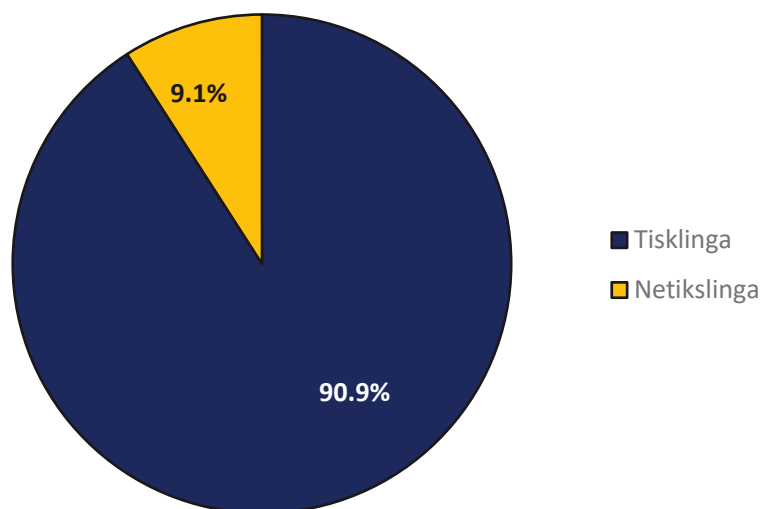
Vartotojų profiliai	Vartotojų kartos																																
<table border="1"> <tr><td>Gamtos mylėtojai</td><td>16.5%</td></tr> <tr><td>Namisėdos</td><td>18.0%</td></tr> <tr><td>Kultūros puoselėtojai</td><td>12.7%</td></tr> <tr><td>Socialumo mėgėjai</td><td>19.0%</td></tr> </table>	Gamtos mylėtojai	16.5%	Namisėdos	18.0%	Kultūros puoselėtojai	12.7%	Socialumo mėgėjai	19.0%	<table border="1"> <tr><td>Gimę iki 1960-ųjų</td><td>13.0%</td></tr> <tr><td>Permainų karta (1961–1980)</td><td>18.7%</td></tr> <tr><td>Nepriklausomybės karta (1981–1995)</td><td>17.1%</td></tr> <tr><td>Karta Z / Gen Z (1996–2010)</td><td>24.3%</td></tr> </table>	Gimę iki 1960-ųjų	13.0%	Permainų karta (1961–1980)	18.7%	Nepriklausomybės karta (1981–1995)	17.1%	Karta Z / Gen Z (1996–2010)	24.3%																
Gamtos mylėtojai	16.5%																																
Namisėdos	18.0%																																
Kultūros puoselėtojai	12.7%																																
Socialumo mėgėjai	19.0%																																
Gimę iki 1960-ųjų	13.0%																																
Permainų karta (1961–1980)	18.7%																																
Nepriklausomybės karta (1981–1995)	17.1%																																
Karta Z / Gen Z (1996–2010)	24.3%																																
Vartotojai pagal kultūros vartojimo aprėptį	Vartotojai pagal kultūrinį skonį																																
<table border="1"> <tr><td>Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai</td><td>17.3%</td></tr> <tr><td>Vidutinio spektro pomėgių</td><td>16.3%</td></tr> <tr><td>Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)</td><td>20.1%</td></tr> </table>	Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai	17.3%	Vidutinio spektro pomėgių	16.3%	Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)	20.1%	<table border="1"> <tr><td>Trumpalaikės popkultūros vartotojai</td><td>13.5%</td></tr> <tr><td>Populiarių kultūros formų mėgėjai</td><td>21.3%</td></tr> <tr><td>Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai</td><td>17.9%</td></tr> </table>	Trumpalaikės popkultūros vartotojai	13.5%	Populiarių kultūros formų mėgėjai	21.3%	Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai	17.9%																				
Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai	17.3%																																
Vidutinio spektro pomėgių	16.3%																																
Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)	20.1%																																
Trumpalaikės popkultūros vartotojai	13.5%																																
Populiarių kultūros formų mėgėjai	21.3%																																
Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai	17.9%																																
Vartotojai pagal pajamų grupes	Gyvenamoji vieta																																
<table border="1"> <tr><td>iki 600 eurų</td><td>13.6%</td></tr> <tr><td>600-900 eurų</td><td>23.1%</td></tr> <tr><td>900-1200 eurų</td><td>20.4%</td></tr> <tr><td>1200-1500 eurų</td><td>13.0%</td></tr> <tr><td>1500-1800 eurų</td><td>25.6%</td></tr> <tr><td>1800-2100 eurų</td><td>23.3%</td></tr> <tr><td>2100-2400 eurų</td><td>7.7%</td></tr> <tr><td>2400 eurų ir daugiau</td><td>15.6%</td></tr> <tr><td>Nenurodė</td><td>15.6%</td></tr> </table>	iki 600 eurų	13.6%	600-900 eurų	23.1%	900-1200 eurų	20.4%	1200-1500 eurų	13.0%	1500-1800 eurų	25.6%	1800-2100 eurų	23.3%	2100-2400 eurų	7.7%	2400 eurų ir daugiau	15.6%	Nenurodė	15.6%	<table border="1"> <tr><td>Senamies ir senoji dalis</td><td>17.1%</td></tr> <tr><td>Centras (nuo turgaus iki Kauno g.)</td><td>12.0%</td></tr> <tr><td>Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.)</td><td>20.7%</td></tr> <tr><td>Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.)</td><td>16.2%</td></tr> <tr><td>Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio)</td><td>11.7%</td></tr> <tr><td>Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai)</td><td>25.0%</td></tr> <tr><td>Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės</td><td>24.3%</td></tr> </table>	Senamies ir senoji dalis	17.1%	Centras (nuo turgaus iki Kauno g.)	12.0%	Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.)	20.7%	Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.)	16.2%	Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio)	11.7%	Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai)	25.0%	Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės	24.3%
iki 600 eurų	13.6%																																
600-900 eurų	23.1%																																
900-1200 eurų	20.4%																																
1200-1500 eurų	13.0%																																
1500-1800 eurų	25.6%																																
1800-2100 eurų	23.3%																																
2100-2400 eurų	7.7%																																
2400 eurų ir daugiau	15.6%																																
Nenurodė	15.6%																																
Senamies ir senoji dalis	17.1%																																
Centras (nuo turgaus iki Kauno g.)	12.0%																																
Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.)	20.7%																																
Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.)	16.2%																																
Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio)	11.7%																																
Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai)	25.0%																																
Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės	24.3%																																
Darbinis statusas	Gyvenimo Klaipėdoje trukmė																																
<table border="1"> <tr><td>Dirbantys</td><td>18.6%</td></tr> <tr><td>Pensininkas</td><td>13.0%</td></tr> <tr><td>Dekretinėse, vaiko...</td><td>27.3%</td></tr> <tr><td>Bedarbis, ieškantis darbo</td><td>21.1%</td></tr> <tr><td>Studentas</td><td>18.2%</td></tr> <tr><td>Moksleivis</td><td>21.1%</td></tr> </table>	Dirbantys	18.6%	Pensininkas	13.0%	Dekretinėse, vaiko...	27.3%	Bedarbis, ieškantis darbo	21.1%	Studentas	18.2%	Moksleivis	21.1%	<table border="1"> <tr><td>Gimę Klaipėdoje</td><td>18.8%</td></tr> <tr><td>iki 5 metų</td><td>22.0%</td></tr> <tr><td>nuo 5 iki 15 m.</td><td>12.1%</td></tr> <tr><td>nuo 15 iki 30 m.</td><td>17.2%</td></tr> <tr><td>nuo 30 iki 50 m.</td><td>18.3%</td></tr> <tr><td>virš 50 m.</td><td>10.6%</td></tr> </table>	Gimę Klaipėdoje	18.8%	iki 5 metų	22.0%	nuo 5 iki 15 m.	12.1%	nuo 15 iki 30 m.	17.2%	nuo 30 iki 50 m.	18.3%	virš 50 m.	10.6%								
Dirbantys	18.6%																																
Pensininkas	13.0%																																
Dekretinėse, vaiko...	27.3%																																
Bedarbis, ieškantis darbo	21.1%																																
Studentas	18.2%																																
Moksleivis	21.1%																																
Gimę Klaipėdoje	18.8%																																
iki 5 metų	22.0%																																
nuo 5 iki 15 m.	12.1%																																
nuo 15 iki 30 m.	17.2%																																
nuo 30 iki 50 m.	18.3%																																
virš 50 m.	10.6%																																

## 14. „Klaipėda – Europos kultūros sostinė 2035“: lūkesčiai ir pasitikėjimas

Viena iš Klaipėdos miesto kultūros strategijos 2017-2030 m. atsiradimo priežasčių buvo miesto apsisprendimas dalyvauti konkurse dėl „Europos kultūros sostinė 2022“ vardo. 2016 m. buvo organizuota klaipėdiečių apklausa, kurioje siekta įvertinti jų palaikymą šiam projektui ir lūkesčius. Tuo metu 54.7 proc. miestiečių optimistiškai tikėjo, kad miestas ir jo kultūros bendruomenės bus pajėgios įgyvendinti šį projektą, o 32.3 proc. buvo pasiryžę būti savanoriais ir įvairiai padėti organizuojant kultūros renginius. Kitiškai vertinančių uostamiesčio kultūrininkų galimybes šiame užmanyme buvo apie 12.6 proc. Labiausiai tikėta, kad „Europos kultūros sostinė“ turėtų pritraukti daugiau pinigų į miestą (tuo tikėjo apie 87.8 proc. miestiečių) ir pagerintų miesto įvaizdį (85.6 proc.).

Nepaisant gana akivaizdaus gyventojų palaikymo, 2016 m. Klaipėda pralaimėjo konkursą Kaunui.

2035 m. vienas iš Lietuvos miestų vėl turėtų pasipuošti „Europos kultūros sostinės“ titulu. Svarstant Klaipėdos miesto galimybes naujai sudalyvauti konkurse 2028 m., tikslinga įvertinti tai, kokį kreditą miestiečiai suteikia uostamiesčio kultūros sektoriui, koks yra pasitikėjimas kultūros bendruomenių pajėgumais, kokie projektuojami lūkesčiai, kokios grupės labiau palaiko šią idėją, o kurios vertina kritiškai.

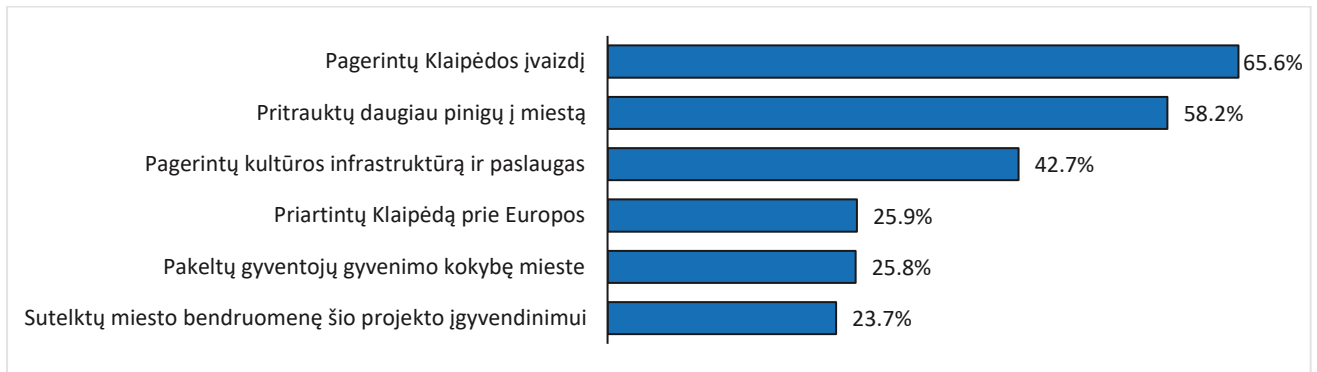


### 14.1. pav. Gyventojų nuomonė, ar tikslinga Klaipėdos miestui siekti Europos kultūros sostinės titulo 2035 m. (% dalis; n=691; proc. dalis; interviu metodas)

Bendra miestiečių nuostata apie užmanymą „Klaipėda – Europos kultūros sostinė 2025“ (KEKS 2035) yra labai pozityvi. 90.9 proc. laikosi nuomonės, kad Klaipėdos miestui yra tikslinga siekti Europos kultūros sostinės titulo 2035 m. (internetinė apklausa - 84.8 proc.). Tai rodo labai didelį visuomenės palaikymą.

Šį projektą miestiečiai labiau sieja su:

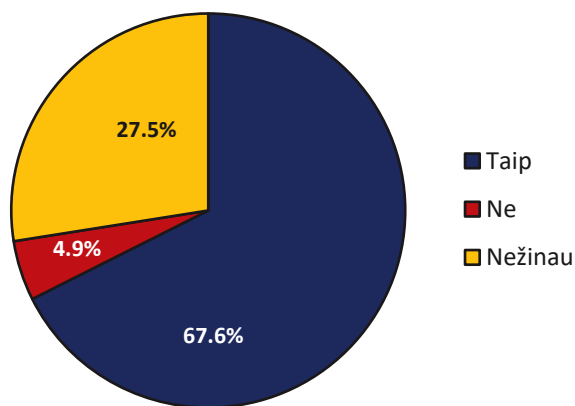
- miesto įvaizdžio pagerinimu (65,6 proc.) (internetinė apklausa – 71,5 proc.);
- finansų pritraukimu į miestą (58,2 proc.) (internetinė apklausa – 59 proc.);
- galimybe pagerinti kultūros infrastruktūrą ir paslaugas (42,7 proc.) (internetinė apklausa – 60,1 proc.).



**14.2. pav. Kokią naudą, miestiečių nuomone, duotų projektas „Europos kultūros sostinė 2035“ (% dalis; n=691; proc. dalis; interviu metodas)**

Apie 67,6 proc. laikosi nuomonės, kad miesto bendruomenė būtų pajėgi įgyvendinti šį projektą (internetinė apklausa – 64,5 proc.). Šis rodiklis yra ženkliai pakilęs, lyginant su 2016 m. apklausos duomenimis, kai tokių buvo 54.7 proc. Didžiausią pasitikėjimo kreditą miesto kultūros bendruomenėms suteikia: klaipėdiečiai gimę iki 1960-ųjų; plataus kultūrinio spektro vartotojai; gaunantys 2100-2300 eurų pajamas; gyvenantys naujuose kvartaluose šiaurinėje miesto dalyje (įskaitant Melnragę ir Girulius) bei pietinės dalies, esančios tarp Statybininkų ir Jūrininkų prospektų, gyventojai. Galima pastebėti ir paradoksišką situaciją, kad KEKS 2035 palaikančios grupės dažniausiai turi ir šiek tiek rezervuotą nuostatą dėl vietos kultūros bendruomenių pajėgumų įgyvendinti šį projektą.

18,8 proc. miestiečių sutiktų prisidėti prie KEKS 2035 projekto įgyvendinimo kaip savanoriai (internetinė apklausa - 56,9 proc., kas rodo gana didelį angažuotumą tų, kurie turi aukštesnes pajamas ir labiau įsitraukę į kultūros vartojimą). Labiausiai pasiryžusios padėti grupės: dabartiniai moksleiviai; naujakuriai, kurie uostamiestyje dar nepragyveno daugiau nei 5 m.; Z kartos /Gen-Z atstovai; gyvenantys naujuose kvartaluose šiaurinėje miesto dalyje (įskaitant Melnragę ir Girulius).



**14.3. pav. Gyventojų nuomonė, ar Klaipėdos kultūros bendruomenės būtų pajėgios įgyvendinti projektą „Europos kultūros sostinė 2035“ (% dalis; n=691; proc. dalis; interviu metodas)**

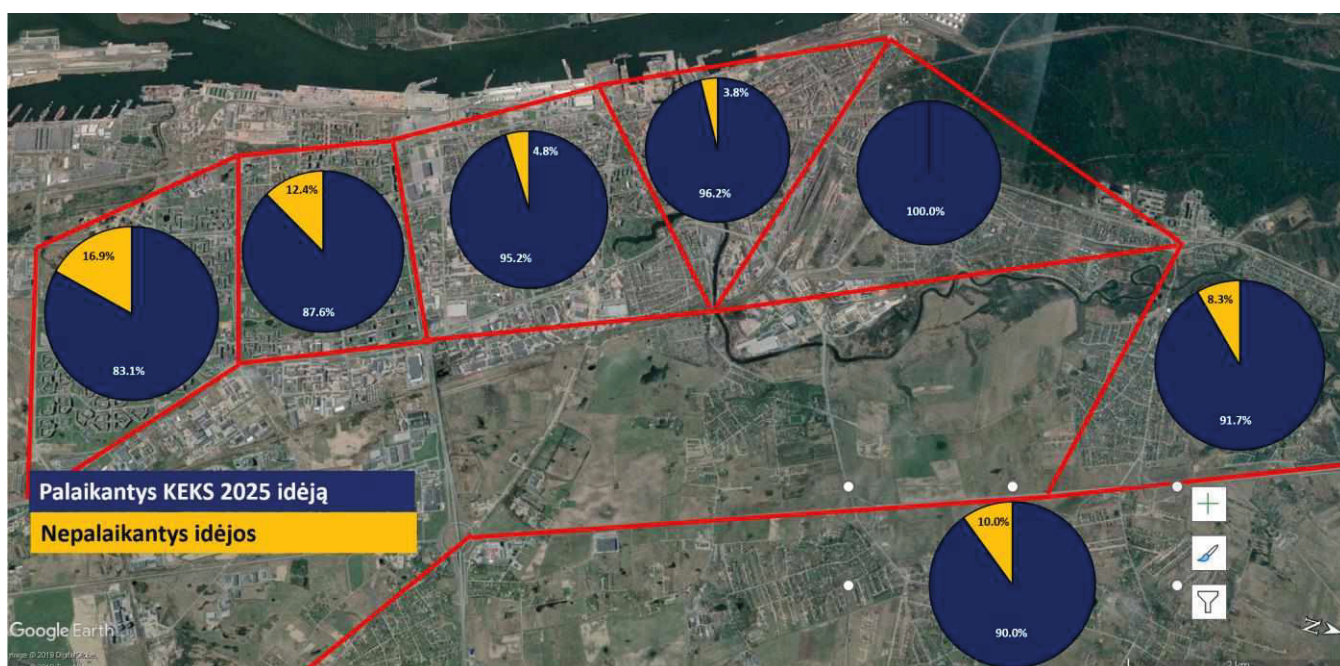
Labiausiai KEKS 2035 idėją palaikančios gyventojų grupės:

- studentija (100 proc. palaiko šią idėją);
- naujakuriai, kurie uostamiestyje dar nepragyveno 5 m. (96,6 proc.);
- gyvenantys šiaurinėje miesto dalyje, tarp geležinkelio ir Tauralaukio (100 proc.);
- senamiesčio ir senosios miesto dalies gyventojai (96,2 proc.).

KEKS 2035 projektas yra gan sudėtingas, tad yra ir abejonių tiek dėl jo tikslingumo, tiek dėl kultūros bendruomenių pajėgumų jį įgyvendinti. Bendrame optimistinio požiūrio fone išsiskiria pačios kultūros bendruomenės kritiškas žvilgsnis į užmanymą. Būtent tarp kultūros sektoriaus darbuotojų yra šiek tiek mažiau palaikančių idėją – 82.8 yra už jos įgyvendinimą, o 17.2 proc. jos nepalaiko. Taip pat čia yra daugiau ir kritikos dėl savo pačių pajėgumų – apie 64.1 proc. tiki, kad galima įgyvendinti KEKS 2035 vietos pajėgomis, o 13.7 proc. tuo netiki.

Mažiau KEKS 2035 idėją palaikančios grupės:

- gyventojai, kurių pajamos nesiekia 600 eurų (84.1 proc. palaikančių šią idėją);
- gyvenantys pietiniame miesto pakraštyje (tarp Statybininkų ir Jūrininkų prospekto) (83.1 proc.);
- pensininkai (85.9 proc.).



14.4. pav. Gyventojų dalis, likusi palaikyti Klaipėdos siekį tapti Europos kultūros sostine 2025 m. (% dalis apklaustųjų pažymėtuose gyvenamuosiuose kvartaluose)

# Kokia dalis palaiko idėją, kad Klaipėda turėtų siekti Europos kultūros sostinės titulo 2035 m.

(% dalis socialinėse-demografinėse grupėse; interviu duomenys)

Vartotojų profiliai	Vartotojų kartos																																
<table border="1"> <tr><td>Gamtos mylėtojai</td><td>91.7%</td></tr> <tr><td>Namisėdos</td><td>89.3%</td></tr> <tr><td>Kultūros puoselėtojai</td><td>94.9%</td></tr> <tr><td>Socialumo mėgėjai</td><td>90.5%</td></tr> </table>	Gamtos mylėtojai	91.7%	Namisėdos	89.3%	Kultūros puoselėtojai	94.9%	Socialumo mėgėjai	90.5%	<table border="1"> <tr><td>Gimę iki 1960-ųjų</td><td>87.7%</td></tr> <tr><td>Permainų karta (1961–1980)</td><td>92.6%</td></tr> <tr><td>Nepriklausomybės karta (1981–1995)</td><td>92.0%</td></tr> <tr><td>Karta Z / Gen Z (1996–2010)</td><td>88.6%</td></tr> </table>	Gimę iki 1960-ųjų	87.7%	Permainų karta (1961–1980)	92.6%	Nepriklausomybės karta (1981–1995)	92.0%	Karta Z / Gen Z (1996–2010)	88.6%																
Gamtos mylėtojai	91.7%																																
Namisėdos	89.3%																																
Kultūros puoselėtojai	94.9%																																
Socialumo mėgėjai	90.5%																																
Gimę iki 1960-ųjų	87.7%																																
Permainų karta (1961–1980)	92.6%																																
Nepriklausomybės karta (1981–1995)	92.0%																																
Karta Z / Gen Z (1996–2010)	88.6%																																
Vartotojai pagal kultūros vartojimo aprėptį	Vartotojai pagal kultūrinį skonį																																
<table border="1"> <tr><td>Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai</td><td>89.4%</td></tr> <tr><td>Vidutinio spektro pomėgių</td><td>93.1%</td></tr> <tr><td>Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)</td><td>90.3%</td></tr> </table>	Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai	89.4%	Vidutinio spektro pomėgių	93.1%	Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)	90.3%	<table border="1"> <tr><td>Trumpalaikės popkultūros vartotojai</td><td>93.2%</td></tr> <tr><td>Populiarių kultūros formų mėgėjai</td><td>92.1%</td></tr> <tr><td>Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai</td><td>86.5%</td></tr> </table>	Trumpalaikės popkultūros vartotojai	93.2%	Populiarių kultūros formų mėgėjai	92.1%	Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai	86.5%																				
Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai	89.4%																																
Vidutinio spektro pomėgių	93.1%																																
Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)	90.3%																																
Trumpalaikės popkultūros vartotojai	93.2%																																
Populiarių kultūros formų mėgėjai	92.1%																																
Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai	86.5%																																
Vartotojai pagal pajamų grupes	Gyvenamoji vieta																																
<table border="1"> <tr><td>iki 600 eurų</td><td>84.1%</td></tr> <tr><td>600-900 eurų</td><td>88.4%</td></tr> <tr><td>900-1200 eurų</td><td>96.9%</td></tr> <tr><td>1200-1500 eurų</td><td>92.2%</td></tr> <tr><td>1500-1800 eurų</td><td>89.7%</td></tr> <tr><td>1800-2100 eurų</td><td>90.0%</td></tr> <tr><td>2100-2400 eurų</td><td>84.6%</td></tr> <tr><td>2400 eurų ir daugiau</td><td>100.0%</td></tr> <tr><td>Nenurodė</td><td>94.2%</td></tr> </table>	iki 600 eurų	84.1%	600-900 eurų	88.4%	900-1200 eurų	96.9%	1200-1500 eurų	92.2%	1500-1800 eurų	89.7%	1800-2100 eurų	90.0%	2100-2400 eurų	84.6%	2400 eurų ir daugiau	100.0%	Nenurodė	94.2%	<table border="1"> <tr><td>Senamies ir senoji dalis</td><td>96.2%</td></tr> <tr><td>Centras (nuo turgaus iki Kauno g.)</td><td>95.2%</td></tr> <tr><td>Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.)</td><td>87.6%</td></tr> <tr><td>Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.)</td><td>83.1%</td></tr> <tr><td>Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio)</td><td>100.0%</td></tr> <tr><td>Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai)</td><td>91.7%</td></tr> <tr><td>Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės</td><td>90.0%</td></tr> </table>	Senamies ir senoji dalis	96.2%	Centras (nuo turgaus iki Kauno g.)	95.2%	Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.)	87.6%	Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.)	83.1%	Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio)	100.0%	Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai)	91.7%	Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės	90.0%
iki 600 eurų	84.1%																																
600-900 eurų	88.4%																																
900-1200 eurų	96.9%																																
1200-1500 eurų	92.2%																																
1500-1800 eurų	89.7%																																
1800-2100 eurų	90.0%																																
2100-2400 eurų	84.6%																																
2400 eurų ir daugiau	100.0%																																
Nenurodė	94.2%																																
Senamies ir senoji dalis	96.2%																																
Centras (nuo turgaus iki Kauno g.)	95.2%																																
Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.)	87.6%																																
Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.)	83.1%																																
Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio)	100.0%																																
Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai)	91.7%																																
Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės	90.0%																																
Darbinis statusas	Gyvenimo Klaipėdoje trukmė																																
<table border="1"> <tr><td>Dirbantys</td><td>92.9%</td></tr> <tr><td>Pensininkas</td><td>85.9%</td></tr> <tr><td>Dekretinėse, vaiko priežiūros...</td><td>100.0%</td></tr> <tr><td>Bedarbis, ieškantis darbo</td><td>93.0%</td></tr> <tr><td>Studentas</td><td>100.0%</td></tr> <tr><td>Moksleivis</td><td>78.9%</td></tr> </table>	Dirbantys	92.9%	Pensininkas	85.9%	Dekretinėse, vaiko priežiūros...	100.0%	Bedarbis, ieškantis darbo	93.0%	Studentas	100.0%	Moksleivis	78.9%	<table border="1"> <tr><td>Gimę Klaipėdoje</td><td>92.3%</td></tr> <tr><td>iki 5 metų</td><td>96.6%</td></tr> <tr><td>nuo 5 iki 15 m.</td><td>93.1%</td></tr> <tr><td>nuo 15 iki 30 m.</td><td>84.4%</td></tr> <tr><td>nuo 30 iki 50 m.</td><td>89.0%</td></tr> <tr><td>virš 50 m.</td><td>84.8%</td></tr> </table>	Gimę Klaipėdoje	92.3%	iki 5 metų	96.6%	nuo 5 iki 15 m.	93.1%	nuo 15 iki 30 m.	84.4%	nuo 30 iki 50 m.	89.0%	virš 50 m.	84.8%								
Dirbantys	92.9%																																
Pensininkas	85.9%																																
Dekretinėse, vaiko priežiūros...	100.0%																																
Bedarbis, ieškantis darbo	93.0%																																
Studentas	100.0%																																
Moksleivis	78.9%																																
Gimę Klaipėdoje	92.3%																																
iki 5 metų	96.6%																																
nuo 5 iki 15 m.	93.1%																																
nuo 15 iki 30 m.	84.4%																																
nuo 30 iki 50 m.	89.0%																																
virš 50 m.	84.8%																																

# Kokia dalis klaipėdiečių tiki, kad miesto kultūros bendruomenės būtų pajėgios įgyvendinti projektą „Europos kultūros sostinė 2035“

(% dalis socialinėse-demografinėse grupėse; interviu duomenys)

Vartotojų profiliai	Vartotojų kartos																																
<table border="1"> <tr><td>Gamtos mylėtojai</td><td>69.9%</td></tr> <tr><td>Namisėdos</td><td>70.7%</td></tr> <tr><td>Kultūros puoselėtojai</td><td>64.6%</td></tr> <tr><td>Socialumo mėgėjai</td><td>65.0%</td></tr> </table>	Gamtos mylėtojai	69.9%	Namisėdos	70.7%	Kultūros puoselėtojai	64.6%	Socialumo mėgėjai	65.0%	<table border="1"> <tr><td>Gimę iki 1960-ųjų</td><td>76.5%</td></tr> <tr><td>Permainų karta (1961–1980)</td><td>64.8%</td></tr> <tr><td>Nepriklausomybės karta (1981–1995)</td><td>70.9%</td></tr> <tr><td>Karta Z / Gen Z (1996–2010)</td><td>50.0%</td></tr> </table>	Gimę iki 1960-ųjų	76.5%	Permainų karta (1961–1980)	64.8%	Nepriklausomybės karta (1981–1995)	70.9%	Karta Z / Gen Z (1996–2010)	50.0%																
Gamtos mylėtojai	69.9%																																
Namisėdos	70.7%																																
Kultūros puoselėtojai	64.6%																																
Socialumo mėgėjai	65.0%																																
Gimę iki 1960-ųjų	76.5%																																
Permainų karta (1961–1980)	64.8%																																
Nepriklausomybės karta (1981–1995)	70.9%																																
Karta Z / Gen Z (1996–2010)	50.0%																																
Vartotojai pagal kultūros vartojimo aprėptį	Vartotojai pagal kultūrinį skonį																																
<table border="1"> <tr><td>Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai</td><td>61.5%</td></tr> <tr><td>Vidutinio spektro pomėgių</td><td>69.4%</td></tr> <tr><td>Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)</td><td>78.4%</td></tr> </table>	Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai	61.5%	Vidutinio spektro pomėgių	69.4%	Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)	78.4%	<table border="1"> <tr><td>Trumpalaikės popkultūros vartotojai</td><td>68.6%</td></tr> <tr><td>Populiarių kultūros formų mėgėjai</td><td>68.1%</td></tr> <tr><td>Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai</td><td>67.3%</td></tr> </table>	Trumpalaikės popkultūros vartotojai	68.6%	Populiarių kultūros formų mėgėjai	68.1%	Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai	67.3%																				
Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai	61.5%																																
Vidutinio spektro pomėgių	69.4%																																
Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)	78.4%																																
Trumpalaikės popkultūros vartotojai	68.6%																																
Populiarių kultūros formų mėgėjai	68.1%																																
Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai	67.3%																																
Vartotojai pagal pajamų grupes	Gyvenamoji vieta																																
<table border="1"> <tr><td>iki 600 eurų</td><td>65.2%</td></tr> <tr><td>600-900 eurų</td><td>65.3%</td></tr> <tr><td>900-1200 eurų</td><td>77.6%</td></tr> <tr><td>1200-1500 eurų</td><td>72.7%</td></tr> <tr><td>1500-1800 eurų</td><td>69.2%</td></tr> <tr><td>1800-2100 eurų</td><td>70.0%</td></tr> <tr><td>2100-2400 eurų</td><td>84.6%</td></tr> <tr><td>2400 eurų ir daugiau</td><td>62.5%</td></tr> <tr><td>Nenurodė</td><td>61.3%</td></tr> </table>	iki 600 eurų	65.2%	600-900 eurų	65.3%	900-1200 eurų	77.6%	1200-1500 eurų	72.7%	1500-1800 eurų	69.2%	1800-2100 eurų	70.0%	2100-2400 eurų	84.6%	2400 eurų ir daugiau	62.5%	Nenurodė	61.3%	<table border="1"> <tr><td>Senamies ir senoji dalis</td><td>62.9%</td></tr> <tr><td>Centras (nuo turgaus iki Kauno g.)</td><td>72.0%</td></tr> <tr><td>Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.)</td><td>52.9%</td></tr> <tr><td>Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.)</td><td>82.3%</td></tr> <tr><td>Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio)</td><td>73.3%</td></tr> <tr><td>Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai)</td><td>83.3%</td></tr> <tr><td>Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės</td><td>50.0%</td></tr> </table>	Senamies ir senoji dalis	62.9%	Centras (nuo turgaus iki Kauno g.)	72.0%	Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.)	52.9%	Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.)	82.3%	Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio)	73.3%	Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai)	83.3%	Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės	50.0%
iki 600 eurų	65.2%																																
600-900 eurų	65.3%																																
900-1200 eurų	77.6%																																
1200-1500 eurų	72.7%																																
1500-1800 eurų	69.2%																																
1800-2100 eurų	70.0%																																
2100-2400 eurų	84.6%																																
2400 eurų ir daugiau	62.5%																																
Nenurodė	61.3%																																
Senamies ir senoji dalis	62.9%																																
Centras (nuo turgaus iki Kauno g.)	72.0%																																
Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.)	52.9%																																
Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.)	82.3%																																
Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio)	73.3%																																
Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai)	83.3%																																
Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės	50.0%																																
Darbinis statusas	Gyvenimo Klaipėdoje trukmė																																
<table border="1"> <tr><td>Dirbantys</td><td>66.4%</td></tr> <tr><td>Pensininkas</td><td>74.6%</td></tr> <tr><td>Dekretinėse, vaiko...</td><td>63.6%</td></tr> <tr><td>Bedarbis, ieškantis darbo</td><td>61.4%</td></tr> <tr><td>Studentas</td><td>54.5%</td></tr> <tr><td>Moksleivis</td><td>52.6%</td></tr> </table>	Dirbantys	66.4%	Pensininkas	74.6%	Dekretinėse, vaiko...	63.6%	Bedarbis, ieškantis darbo	61.4%	Studentas	54.5%	Moksleivis	52.6%	<table border="1"> <tr><td>Gimę Klaipėdoje</td><td>67.1%</td></tr> <tr><td>iki 5 metų</td><td>67.8%</td></tr> <tr><td>nuo 5 iki 15 m.</td><td>67.2%</td></tr> <tr><td>nuo 15 iki 30 m.</td><td>60.9%</td></tr> <tr><td>nuo 30 iki 50 m.</td><td>72.0%</td></tr> <tr><td>virš 50 m.</td><td>71.2%</td></tr> </table>	Gimę Klaipėdoje	67.1%	iki 5 metų	67.8%	nuo 5 iki 15 m.	67.2%	nuo 15 iki 30 m.	60.9%	nuo 30 iki 50 m.	72.0%	virš 50 m.	71.2%								
Dirbantys	66.4%																																
Pensininkas	74.6%																																
Dekretinėse, vaiko...	63.6%																																
Bedarbis, ieškantis darbo	61.4%																																
Studentas	54.5%																																
Moksleivis	52.6%																																
Gimę Klaipėdoje	67.1%																																
iki 5 metų	67.8%																																
nuo 5 iki 15 m.	67.2%																																
nuo 15 iki 30 m.	60.9%																																
nuo 30 iki 50 m.	72.0%																																
virš 50 m.	71.2%																																

# Kokia dalis klaipėdiečių yra pasiryžę tapti „Klaipėda – Europos kultūros sostinė“ savanoriais

(% dalis socialinėse-demografinėse grupėse; interviu duomenys)

Vartotojų profiliai	Vartotojų kartos																																
<table border="1"> <tr><td>Gamtos mylėtojai</td><td>19.5%</td></tr> <tr><td>Namisėdos</td><td>16.1%</td></tr> <tr><td>Kultūros puoselėtojai</td><td>21.5%</td></tr> <tr><td>Socialumo mėgėjai</td><td>19.7%</td></tr> </table>	Gamtos mylėtojai	19.5%	Namisėdos	16.1%	Kultūros puoselėtojai	21.5%	Socialumo mėgėjai	19.7%	<table border="1"> <tr><td>Gimę iki 1960-ųjų</td><td>8.0%</td></tr> <tr><td>Permainų karta (1961–1980)</td><td>18.7%</td></tr> <tr><td>Nepriklausomybės karta (1981–1995)</td><td>23.4%</td></tr> <tr><td>Karta Z / Gen Z (1996–2010)</td><td>32.9%</td></tr> </table>	Gimę iki 1960-ųjų	8.0%	Permainų karta (1961–1980)	18.7%	Nepriklausomybės karta (1981–1995)	23.4%	Karta Z / Gen Z (1996–2010)	32.9%																
Gamtos mylėtojai	19.5%																																
Namisėdos	16.1%																																
Kultūros puoselėtojai	21.5%																																
Socialumo mėgėjai	19.7%																																
Gimę iki 1960-ųjų	8.0%																																
Permainų karta (1961–1980)	18.7%																																
Nepriklausomybės karta (1981–1995)	23.4%																																
Karta Z / Gen Z (1996–2010)	32.9%																																
Vartotojai pagal kultūros vartojimo aprėptį	Vartotojai pagal kultūrinį skonį																																
<table border="1"> <tr><td>Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai</td><td>13.5%</td></tr> <tr><td>Vidutinio spektro pomėgių</td><td>17.6%</td></tr> <tr><td>Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)</td><td>33.6%</td></tr> </table>	Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai	13.5%	Vidutinio spektro pomėgių	17.6%	Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)	33.6%	<table border="1"> <tr><td>Trumpalaikės popkultūros vartotojai</td><td>17.9%</td></tr> <tr><td>Populiarių kultūros formų mėgėjai</td><td>20.4%</td></tr> <tr><td>Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai</td><td>17.9%</td></tr> </table>	Trumpalaikės popkultūros vartotojai	17.9%	Populiarių kultūros formų mėgėjai	20.4%	Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai	17.9%																				
Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai	13.5%																																
Vidutinio spektro pomėgių	17.6%																																
Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)	33.6%																																
Trumpalaikės popkultūros vartotojai	17.9%																																
Populiarių kultūros formų mėgėjai	20.4%																																
Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai	17.9%																																
Vartotojai pagal pajamų grupes	Gyvenamoji vieta																																
<table border="1"> <tr><td>iki 600 eurų</td><td>12.1%</td></tr> <tr><td>600-900 eurų</td><td>18.2%</td></tr> <tr><td>900-1200 eurų</td><td>26.5%</td></tr> <tr><td>1200-1500 eurų</td><td>26.0%</td></tr> <tr><td>1500-1800 eurų</td><td>38.5%</td></tr> <tr><td>1800-2100 eurų</td><td>26.7%</td></tr> <tr><td>2100-2400 eurų</td><td>15.4%</td></tr> <tr><td>2400 eurų ir daugiau</td><td>12.5%</td></tr> <tr><td>Nenurodė</td><td>11.6%</td></tr> </table>	iki 600 eurų	12.1%	600-900 eurų	18.2%	900-1200 eurų	26.5%	1200-1500 eurų	26.0%	1500-1800 eurų	38.5%	1800-2100 eurų	26.7%	2100-2400 eurų	15.4%	2400 eurų ir daugiau	12.5%	Nenurodė	11.6%	<table border="1"> <tr><td>Senamies ir senoji dalis</td><td>16.2%</td></tr> <tr><td>Centras (nuo turgaus iki Kauno g.)</td><td>22.4%</td></tr> <tr><td>Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.)</td><td>12.4%</td></tr> <tr><td>Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.)</td><td>26.9%</td></tr> <tr><td>Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio)</td><td>6.7%</td></tr> <tr><td>Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai)</td><td>33.3%</td></tr> <tr><td>Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės</td><td>12.9%</td></tr> </table>	Senamies ir senoji dalis	16.2%	Centras (nuo turgaus iki Kauno g.)	22.4%	Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.)	12.4%	Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.)	26.9%	Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio)	6.7%	Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai)	33.3%	Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės	12.9%
iki 600 eurų	12.1%																																
600-900 eurų	18.2%																																
900-1200 eurų	26.5%																																
1200-1500 eurų	26.0%																																
1500-1800 eurų	38.5%																																
1800-2100 eurų	26.7%																																
2100-2400 eurų	15.4%																																
2400 eurų ir daugiau	12.5%																																
Nenurodė	11.6%																																
Senamies ir senoji dalis	16.2%																																
Centras (nuo turgaus iki Kauno g.)	22.4%																																
Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.)	12.4%																																
Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.)	26.9%																																
Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio)	6.7%																																
Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai)	33.3%																																
Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės	12.9%																																
Darbinis statusas	Gyvenimo Klaipėdoje trukmė																																
<table border="1"> <tr><td>Dirbantys</td><td>21.6%</td></tr> <tr><td>Pensininkas</td><td>9.2%</td></tr> <tr><td>Dekretinėse, vaiko priežiūros...</td><td>18.2%</td></tr> <tr><td>Bedarbis, ieškantis darbo</td><td>14.0%</td></tr> <tr><td>Studentas</td><td>27.3%</td></tr> <tr><td>Moksleivis</td><td>63.2%</td></tr> </table>	Dirbantys	21.6%	Pensininkas	9.2%	Dekretinėse, vaiko priežiūros...	18.2%	Bedarbis, ieškantis darbo	14.0%	Studentas	27.3%	Moksleivis	63.2%	<table border="1"> <tr><td>Gimę Klaipėdoje</td><td>20.2%</td></tr> <tr><td>iki 5 metų</td><td>35.6%</td></tr> <tr><td>nuo 5 iki 15 m.</td><td>19.0%</td></tr> <tr><td>nuo 15 iki 30 m.</td><td>12.5%</td></tr> <tr><td>nuo 30 iki 50 m.</td><td>17.1%</td></tr> <tr><td>virš 50 m.</td><td>4.5%</td></tr> </table>	Gimę Klaipėdoje	20.2%	iki 5 metų	35.6%	nuo 5 iki 15 m.	19.0%	nuo 15 iki 30 m.	12.5%	nuo 30 iki 50 m.	17.1%	virš 50 m.	4.5%								
Dirbantys	21.6%																																
Pensininkas	9.2%																																
Dekretinėse, vaiko priežiūros...	18.2%																																
Bedarbis, ieškantis darbo	14.0%																																
Studentas	27.3%																																
Moksleivis	63.2%																																
Gimę Klaipėdoje	20.2%																																
iki 5 metų	35.6%																																
nuo 5 iki 15 m.	19.0%																																
nuo 15 iki 30 m.	12.5%																																
nuo 30 iki 50 m.	17.1%																																
virš 50 m.	4.5%																																

**PRIEDAI**

# Priedas Nr. 1. Klausimai su atsakymais

Priede pateikiamos klausimų formuluotės ir atsakymai, kuriuos respondentai pateikė interviu metu ir internetu. Pateikiami 3 rodikliai:

- a) Reprezentatyvios apklausos (duomenys rinkti interviu metu) rezultatai. Imtis visais atvejais išlieka stabili – 691 respondentas. Duomenys didžia dalimi pateikiami procentais. Vidurkiai pateikiami tais atvejais, kai buvo respondentų nuostatos matuotos skalėse. Vidurkiai suteikia galimybę sugretinti kelis reiškinius ir išvengti duomenų pertekliaus. Reprezentatyvios apklausos rodikliai turėtų būti laikomi patikimiausiais nei kiti rodikliai.
- b) Internetinės apklausos rezultatai susiję su aktyvesnių socialinių grupių mobilizacija, reiklesniu požiūriu ir didesne kritika. Imtis atskirų klausimų atžvilgiu svyruoja, kadangi apklausoje respondentai praleido gan daug klausimų. Šie rodikliai turėtų būti vertinami rezervuotai, bet jie leidžia susidaryti vaizdą apie aktyvesnius kultūros vartotojus, jų elgseną ir vertinimus. Tai yra didesnių pajamų socialinė grupė, kuri kultūros reikmėms skiria žymiai daugiau finansų, jų skonio standartai yra aukštesni ir poreikiai labiau specializuoti.
- c) Išvestiniai reprezentatyvios ir internetinės apklausos rodikliai, kuriems pritaikytas statistinis „svėrimas“. Kadangi internetinės apklausos respondentų sudėtis neatitinka bendros populiacijos struktūros (sudalyvavo žymiai didesnis tam tikro amžiaus moterų skaičius nei jų yra bendrai), šios apklausos duomenims buvo pritaikytas atsitiktinių iteracijų metodas (angl. *RIM, Random Iteration Method*), dažnai supaprastintai vadinamas „svėrimu“. Metodo esmė – pritaikyti duomenis realios populiacijos proporcijoms (pvz., sumažinti tam tikros amžiaus grupės ar lyties pernelyg ryškų dominavimą, padidinti apklausoje mažiau reprezentuojamos grupės matomumą), kas leidžia subalansuoti duomenis. Duomenys buvo balansuojami atsižvelgiant į Klaipėdos miesto gyventojų proporcijas pagal lytį, amžiaus grupes ir gyvenamąsias teritorijas ir jungiami su reprezentatyvios apklausos duomenų masyvu. Svertinius duomenis reikėtų vertinti irgi rezervuotai, kadangi tai nėra aritmetiškai išvestinis dviejų apklausų rodiklis. Didžia dalimi „pasverti“ duomenys yra labiau artimesni reprezentatyvios apklausos rodikliams.

Duomenys pateikiami sugrupuoti į teminius skyrelius:

1. Klaipėdiečių laisvalaikio prioritetai ir kultūrinės elgsenos profiliai
2. Klaipėdos kultūrinio gyvenimo vertinimas
3. Klaipėdos kultūros įstaigų lankomumas ir vertinimas
4. Klaipėdos muziejų lankomumas ir vertinimas
5. Klaipėdos bibliotekų lankomumas ir vertinimas
6. Klaipėdos masinių renginių lankomumas ir vertinimas
7. Kultūros renginių ir vietų lankymas kituose Lietuvos miestuose ir vietovėse
8. Lankymosi kultūros renginiuose motyvai ir biudžetas kultūros reikmėms
9. Kultūros komunikacijos kanalai
10. Klaipėdiečių kultūriniai pomėgiai ir skoniai
11. Klaipėdos kultūros strateginių prioritetų matymas, savanorystė kultūros įstaigose ir nuostatos projekto „Klaipėda – Europos kultūros sostinė 2035“ atžvilgiu
12. Klaipėdos miesto semantika

# 1. Klaipėdiečių laisvalaikio prioritetai ir kultūrinės elgsenos profiliai

	Reprezentatyvi apklausa (interviu)	Internetinė apklausa	Apjungti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys po „svėrimo“
<b>Kuo Jūs dažniausiai užsiimate, kai turite laisvo laiko?</b>			
<i>Pasirinkite ne daugiau kaip 2 atsakymus</i>			
Daugiausia laiko skiriu kultūrinei veiklai	6.3%	26.6%	15.2%
Daugiausia laiko praleidžiu gamtoje	36.6%	26.8%	32.4%
Dažniausiai pramogauju, einu į kavines, barus, vakarėlius ir pan.	6.7%	8.0%	7.0%
Dažniausiai bendrauju su draugais ir pažįstamais	25.5%	16.4%	23.2%
Daugiausia laiko skiriu vaikams ir šeimai	29.6%	29.2%	24.8%
Skaitau knygas	15.8%	21.9%	18.0%
Daugiausia laiko skiriu savo hobiui (rankdarbiai, žvejyba ir pan.)	16.8%	10.3%	16.2%
Sportuoju	16.5%	13.8%	14.4%
Renkuosi užsiėmimus meno kolektyvuose ir saviraiškos būreliuose (šokių ansambliai, chorai, mėgėjų teatras ir pan.)	0.7%	8.7%	4.3%
Laiką praleidžiu socialiniuose tinkluose	10.2%	9.3%	10.4%
Tiesiog ilsiuosi, nieko neveikiu	14.1%	11.6%	13.8%
Kita	2.0%	0. %	1.2%
<b>Klaipėdiečių profiliai pagal laisvalaikio praleidimo būdą</b>			
Gamtos mylėtojai	19.2	14.0	18.2
Namisėdos	29.7	27.0	28.0
Kultūros puoselėtojai	11.4	33.4	19.7
Socialumo mėgėjai	39.7	25.5	34.1
<b>Klaipėdiečių profiliai pagal kultūros vartojimo spektrą</b>			
Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai	45.1	17.7	36.0
Vidutinio pomėgių spektro vartotojai	35.5	31.2	31.7
Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)	19.4	51.1	32.3
<b>Klaipėdiečių profiliai pagal kultūrinį skonį</b>			
Trumpalaikės popkultūros vartotojai	42.8	32.3	39.1
Populiarių kultūros formų mėgėjai	31.3	41.5	34.9
Profesionalaus meno ir elitinės kultūros mėgėjai	22.6	26.2	26.0

## 2. Klaipėdos kultūrinio gyvenimo vertinimas

	Reprezentatyvi apklausa (interviu)	Internetinė apklausa	Apjungti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys po „svėrimo“
<b>Įvertinkite 10 balų skalėje dabartinę Klaipėdos kultūrinio gyvenimo situaciją ir kultūrinių veiklų pasiūlą</b>			
<i>Savo vertinimą parašykite 10 balų skalėje. 1 - Labai bloga; 10 - Labai gera</i>			
Vidurkis 10 balų skalėje	7.81	6.66	7.25
<b>Kaip, jūsų nuomone, pasikeitė kultūrinis gyvenimas ir kultūrinių renginių pasiūla Klaipėdoje per paskutinius 2 metus?</b>			
Kultūrinis gyvenimas ir pasiūla <b>žymiai pagerėjo</b>	22.7	19.8	24.9
Kultūrinis gyvenimas ir pasiūla <b>šiek tiek pagerėjo</b>	46.0	32.1	39.4
Kultūrinis gyvenimas ir pasiūla <b>iš esmės nepasikeitė</b>	28.5	25.6	29.1
Kultūrinis gyvenimas ir pasiūla <b>šiek tiek pablogėjo</b>	2.3	6.6	5.0
Kultūrinis gyvenimas ir pasiūla <b>labai pablogėjo</b>	0.4	3.1	1.6
Neatsakė	---	12.8	
<b>Ar per paskutinius 2 metus jūs dažniau pradėjote lankytis mieste vykstančiuose kultūros renginiuose?</b>			
Kultūros renginiuose lankausi <b>žymiai dažniau nei anksčiau</b>	4.2	14.5	11.6
Kultūros renginiuose lankausi <b>šiek tiek dažniau, nei anksčiau</b>	22.7	24.1	24.5
Mano elgsena iš <b>esmės nepasikeitė</b>	46.3	36.9	43.3
Kultūros renginiuose lankausi <b>šiek tiek mažiau, nei anksčiau</b>	14.9	8.2	11.5
Kultūros renginiuose lankausi <b>žymiai mažiau, nei anksčiau</b>	11.9	3.3	9.1
Neatsakė	---	13.0	
<b>Ar kultūrinis gyvenimas Klaipėdoje patenkina Jūsų kultūrinius poreikius?</b>			
Visiškai patenkina	63.2	24.7	51.7
Iš dalies patenkina	35.0	46.4	42.0
Nepatenkina	1.7	8.7	6.2
Neatsakė	---	20.2	
<b>Ar sutinkate su teiginiu, kas bet kuriuo metų laiku Klaipėdoje galite rasti kultūros renginių ar kultūrinių veiklų pagal savo poreikius?</b>			
Visiškai nesutinku	6.4	8.8	8.9
Ko gero nesutikčiau	8.4	24.7	16.9
Ko gero sutikčiau	46.6	32.9	43.7
Visiškai sutinku	38.6	13.5	30.5
Neatsakė	---	20.0	
<b>Ar Jums trūksta kultūros renginių Klaipėdoje?</b>			
Taip	14.9	44.1	30.6
Ne	85.1	35.6	69.4
Neatsakė	---	20.3	

### 3. Klaipėdos kultūros įstaigų lankomumas ir vertinimas

	Reprezentatyvi apklausa (interviu)	Internetinė apklausa	Apjungti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys po „svėrimo“
<b>Ar per pastaruosius 12 mėn. teko lankyti kultūros renginiuose šiose kultūros įstaigoje?</b>			
Klaipėdos koncertų salėje	40.1%	64.4%	52.7%
Klaipėdos dramos teatre	36.2%	56.7%	44.6%
Kultūros centre „Žvejų rūmai“	51.4%	60.6%	56.0%
Klaipėdos valstybiniame muzikiniame teatre	29.5%	54.5%	38.9%
Klaipėdos lėlių teatre	6.5%	13.5%	8.2%
„Švyturio“ arenoje	62.1%	56.0%	61.9%
Kultūros fabrike (KUFA)	28.4%	58.7%	39.8%
Kino teatre „Forum Cinema“	53.5%	61.1%	55.9%
KKC Parodų rūmuose ir Meno kiemas	15.6%	36.8%	24.2%
Etnokultūros centre	8.0%	25.6%	6.5%
Tautinių kultūrų centre	5.4%	6.9%	13.9%
P. Domšaičio galerijoje	15.5%	32.7%	5.7%
Renginių erdvėje „Renginių kombinatas“	10.6%	15.4%	24.7%
Renginių erdvė „Herkus Kantas“	9.0%	26.8%	11.0%
Renginių erdvė „Hofas“	11.7%	37.8%	14.4%
Renginių erdvė „Tema“	3.8%	0.0%	2.3%
Nesilankė nei viename šių įstaigų renginyje	12.7%	15.3%	
<b>Kaip vertinate Klaipėdos kultūros įstaigų paslaugų kokybę?</b>			
<i>Klausimas tik tiems, kurie buvo nors viename konkrečios kultūros įstaigos renginyje.</i>			
<i>Vertinimo vidurkis 5 balų skalėje; 1 - Labai bloga; 5 - Labai gera.</i>			
Klaipėdos koncertų salėje	4.39	4.24	4.30
Klaipėdos dramos teatre	4.54	4.44	4.48
Kultūros centre „Žvejų rūmai“	4.14	3.67	3.89
Klaipėdos valstybiniame muzikiniame teatre	4.75	4.55	4.62
Klaipėdos lėlių teatre	4.31	4.60	4.50
„Švyturio“ arenoje	4.44	4.05	4.26
Kultūros fabrike (KUFA)	4.41	4.16	4.25
Kino teatre „Forum Cinema“	4.49	4.08	4.28
KKC Parodų rūmuose ir Meno kiemas	4.21	3.87	3.99
Etnokultūros centre	4.27	4.24	4.35
Tautinių kultūrų centre	4.35	4.44	4.21
P. Domšaičio galerijoje	4.42	3.67	4.20
Renginių erdvėje „Renginių kombinatas“	4.19	4.55	4.08
Renginių erdvė „Herkus Kantas“	4.30	4.60	4.31
Renginių erdvė „Hofas“	4.38	4.05	4.18
Renginių erdvė „Tema“	4.00	4.16	4.23

	Reprezentatyvi apklausa (interviu)	Internetinė apklausa	Apjungti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys po „svėrimo“
<b>Atsižvelgdami į savo ir savo pažįstamų kultūrinį skonį, į kurią Klaipėdos kultūrinę įstaigą ar vietą jūs pirmiausiai nortumėte nusivesti savo svečius?</b>			
<i>Atviras klausimas</i>			
Klaipėdos koncertų salė	3.3	6.3	5.4
Klaipėdos dramos teatras	6.1	10.2	9.5
Kultūros centras „Žvejų rūmai“	2.6	0.6	2.1
Klaipėdos valstybinis muzikinis teatras	14.3	19.9	24.3
Klaipėdos lėlių teatras	0.0	0.4	0.1
„Švyturio“ arena	4.2	0.6	3.4
Kultūros fabrikas (KUFA)	2.6	2.2	2.6
Kino teatras „Forum Cinema“	1.3	0.0	0.9
Kultūrų komunikacijų centras	0.6	0.0	0.4
Etnokultūros centras	0.1	1.0	0.6
Tautinių kultūrų centras	0.3	0.0	0.2
P. Domšaičio galerijas	0.7	1.1	0.9
Renginių erdvė „Renginių kombinatas“	0.1	0.0	0.1
Renginių erdvė „Herkus Kantas“	0.3	1.1	0.6
Renginių erdvė „Hofas“	0.4	0.9	0.6
Mažosios Lietuvos istorijos muziejus	0.6	0.4	0.6
Pilies muziejus	5.4	0.9	4.1
Jūrų muziejus-delfinariumas	25.8	4.2	21.4
Laivas-muziejus „Sūduvis“	2.0	0.0	1.4
Istorinių automobilių muziejus	0.7	0.0	0.5
Kita	28.5	0.0	20.2
Neatsakė	---	50.1	

## 4. Klaipėdos muziejų lankomumas ir vertinimas

	Reprezentatyvi apklausa (interviu)	Internetinė apklausa	Apjungti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys po „svėrimo“
<b>Ar per pastaruosius 12 mėn. Jums teko lankytis kokiame nors Klaipėdos muziejuje?</b>			
Taip	50.4	62.2	59.8
Ne	49.6	19.1	40.2
Neatsakė	---	18.6	
<b>Kokiuose Klaipėdos muziejuose jums teko apsilankyti?</b>			
Mažosios Lietuvos istorijos muziejus	9.0%	29.3%	20.8%
Pilies muziejus	21.7%	36.1%	30.8%
Kalvystės muziejus	7.1%	10.1%	11.5%
Rezistencijos ir tremties muziejus	1.4%	2.2%	1.7%
Laikrodžių muziejus	17.5%	30.6%	25.3%
Jūrų muziejus	35.7%	46.6%	42.9%
Laive-muziejus „Sūduvis“	12.2%	21.3%	17.1%
Istorinių automobilių muziejus	6.9%	6.6%	8.5%
<b>Kaip vertinate aplankytų Klaipėdos muziejų paslaugų kokybę?</b>			
<i>Klausimas tik tiems, kurie buvo konkrečiame muziejuje.</i>			
<i>Vertinimo vidurkis 5 balų skalėje; 1 - Labai bloga; 5 - Labai gera.</i>			
Mažosios Lietuvos istorijos muziejus	4.32	4.09	4.14
Pilies muziejus	4.60	4.42	4.48
Kalvystės muziejus	4.18	3.82	3.96
Rezistencijos ir tremties muziejus	3.90	3.88	3.89
Laikrodžių muziejus	4.35	4.10	4.18
Jūrų muziejus	4.72	4.54	4.61
Laive-muziejus „Sūduvis“	4.42	4.29	4.33
Istorinių automobilių muziejus	4.58	4.44	4.51

## 5. Klaipėdos bibliotekų lankomumas ir vertinimas

	Reprezentatyvi apklausa (interviu)	Internetinė apklausa	Apjungti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys po „svėrimo“
<b>Ar per pastaruosius 12 mėn. Jums teko lankytis bibliotekoje?</b>			
Taip	26.8	56.6	43.2
Ne	73.2	25.8	56.8
Neatsakė	---	17.6	
<b>Kurioje bibliotekoje ar jos skyriuje jums teko apsilankyti?</b>			
Ievos Simonaitytės biblioteka	15.3%	42.0%	28.9%
Imanuelio Kanto viešoji biblioteka Suaugusiųjų aptarnavimo ir informacijos skyrius	3.8%	17.3%	11.9%
I. Kanto bibliotekos Meno skyrius	1.6%	10.8%	8.0%
I. Kanto bibliotekos Vaikų skyrius	1.9%	7.1%	3.6%
I. Kanto bibliotekos Jaunimo skyrius,	1.6%	7.7%	3.9%
Kalnupės biblioteka (su vaikų centru "Ruoniukas")	2.0%	3.8%	3.4%
Miško biblioteka	1.9%	4.6%	3.6%
Melnragės biblioteka	0.7%	8.7%	6.3%
Debreceno biblioteka	3.5%	2.7%	4.3%
Pempininkų biblioteka (su vaikų centru "Gerviukas")	2.7%	7.4%	4.7%
„Kauno Atžalyno“ biblioteka (su centru "Pelėdžiukas")	1.9%	10.2%	7.4%
Vingio biblioteka	1.6%	3.4%	2.2%
Girulių biblioteka	1.0%	7.8%	6.5%
Šiaulių biblioteka	1.0%	2.4%	2.2%
Laukininkų biblioteka	0.4%	3.2%	1.3%
Karlskronos biblioteka	0.3%	2.7%	1.6%
<b>Kaip vertinate aplankytos bibliotekos ar jos skyriaus paslaugų kokybę?</b>			
<i>Klausimas tik tiems, kurie buvo konkrečioje bibliotekoje ar jos skyriuje.</i>			
<i>Vertinimo vidurkis 5 balų skalėje; 1 - Labai bloga; 5 - Labai gera.</i>			
Ievos Simonaitytės biblioteka	4.64	4.46	4.50
Imanuelio Kanto viešoji biblioteka Suaugusiųjų aptarnavimo ir informacijos skyrius	4.46	4.33	4.35
I. Kanto bibliotekos Meno skyrius	4.09	4.49	4.45
I. Kanto bibliotekos Vaikų skyrius	4.54	4.41	4.43
I. Kanto bibliotekos Jaunimo skyrius,	4.55	4.28	4.32
Kalnupės biblioteka (su vaikų centru "Ruoniukas")	4.14	4.27	4.23
Miško biblioteka	4.38	4.28	4.31
Melnragės biblioteka	4.40	4.51	4.51
Debreceno biblioteka	3.96	4.33	4.13
Pempininkų biblioteka (su vaikų centru "Gerviukas")	4.26	4.22	4.23
„Kauno Atžalyno“ biblioteka (su centru "Pelėdžiukas")	4.54	4.55	4.55
Vingio biblioteka	3.91	4.07	4.03
Girulių biblioteka	4.57	4.48	4.49
Šiaulių biblioteka	4.00	4.37	4.27
Laukininkų biblioteka	4.33	4.04	4.07
Karlskronos biblioteka	4.00	4.10	4.09

	Reprezentatyvi apklausa (interviu)	Internetinė apklausa	Apjungti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys po „svėrimo“
<b>Kokia dalis klaipėdiečių ėmė knygas bibliotekoje?</b>			
Bendrai ėmė knygas	24.0	47.4	34.4
1-3 kartus	5.6	16.7	11.1
4-6 kartus	8.7	9.2	8.3
7-12 kartų	6.8	8.0	7.4
daugiau nei 12 kartų	2.9	13.5	7.6
<b>Kokia dalis klaipėdiečių lankėsi bibliotekų skaityklose?</b>			
Bendrai lankėsi skaityklose	10.7	26.2	19.0
1-3 kartus	6.5	14.8	10.0
4-6 kartus	2.6	3.7	5.2
7-12 kartų	0.7	3.2	1.3
daugiau nei 12 kartų	0.9	4.5	2.5
<b>Kokia dalis klaipėdiečių bibliotekose skaitė periodinę spaudą, žurnalus?</b>			
Bendrai skaitė periodinę spaudą	6.1	18.2	13.7
1-3 kartus	3.3	10.3	8.4
4-6 kartus	1.2	2.8	2.5
7-12 kartų	0.7	1.7	1.4
daugiau nei 12 kartų	0.9	3.4	1.3
<b>Kokia dalis klaipėdiečių bibliotekose naudojami internetu?</b>			
Bendrai naudojami internetu	6.3	14.0	10.4
1-3 kartus	4.2	7.8	4.7
4-6 kartus	1.9	1.8	2.6
7-12 kartų	0.1	1.0	2.3
daugiau nei 12 kartų	0.1	3.4	0.9
<b>Kokia dalis klaipėdiečių dalyvavo bibliotekoje vykusiame renginyje ar parodoje?</b>			
Bendrai dalyvavo bibliotekų organizuotuose renginiuose	12.1	43.5	28.2
1-3 kartus	7.5	24.0	14.1
4-6 kartus	3.6	9.2	5.8
7-12 kartų	0.4	4.6	3.1
daugiau nei 12 kartų	0.6	5.7	5.2

## 6. Klaipėdos masinių renginių lankomumas ir vertinimas

	Reprezentatyvi apklausa (interviu)	Internetinė apklausa	Apjungti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys po „svėrimo“
<b>Ar per pastaruosius 12 mėn. jums teko lankytis šiuose masiniuose Klaipėdos renginiuose?</b>			
Valstybinėms šventėms ir atmintinų datų minėjimui skirti renginiai (Sausio 13, Sausio 15, Vasario 16, Kovo 11, Liepos 6 ir kt.)	34.2%	50.3%	44.5%
Etnokultūros renginiai (Užgavėnių, Joninių šventės)	50.9%	31.9%	43.5%
Šviesų festivalis	61.6%	64.2%	62.7%
Teatro festivaliai (Jauno teatro dienos, TheAtrium, Materia Magica, Šermukšnis)	14.9%	30.7%	19.9%
Klasikinės muzikos festivaliai (Klaipėdos muzikos pavasaris, Permainų muzika, Klaipėdos festivalis (KVMT))	13.5%	31.5%	23.1%
Tarptautiniai literatūros festivaliai „Inkultūracija“ (Knygų mugė), Poezijos pavasaris, Novelės ruduo, Knygos meno festivalis	6.8%	13.1%	8.0%
Jūrinio identiteto renginiai: Laivų paradas, Dangės ralis, Dangės flotilė, F2, Švyturių ralis	53.7%	33.9%	47.4%
Jūrinės regatos: The tall ship races, Baltic sail	36.8%	38.7%	37.5%
Gatvės muzikos diena	26.5%	36.9%	31.4%
Muziejų naktis	10.9%	24.8%	14.6%
Lietuvos vakarų krašto dainų šventė	19.5%	23.2%	23.7%
Violončelės festivalis	10.3%	35.0%	20.7%
Džiazo festivalis	22.9%	40.1%	30.0%
Tarptautinis folkloro festivalis „Lauksnos“	11.6%	23.3%	15.6%
Jūros šventė	88.0%	77.0%	82.7%
Miesto gimtadieniui skirti renginiai rugpjūčio 1 d.	26.9%	32.3%	30.8%
Tarptautinis šiuolaikinio meno festivalis „Plartforma“	4.6%	12.8%	6.0%
BLON videožaidimų ir animacijos festivalis	3.0%	8.6%	4.4%
Tautinių kultūrų diena	10.7%	14.1%	11.4%
Kalėdiniai-naujametiniai renginiai	61.2%	51.3%	56.4%
Nesilankė nei viename iš paminėtų renginių	3.8%	1.3%	

	Reprezentatyvi apklausa (interviu)	Internetinė apklausa	Apjungti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys po „svėrimo“
<b>Kaip vertinate aplankytų masinių miesto renginių kokybę?</b>			
<i>Klausimas tik tiems, kurie buvo konkrečiame renginyje.</i>			
<i>Vertinimo vidurkis 5 balų skalėje; 1 - Labai bloga; 5 - Labai gera.</i>			
Valstybinėms šventėms ir atmintinų datų minėjimui skirti renginiai (Sausio 13, Sausio 15, Vasario 16, Kovo 11, Liepos 6 ir kt.)	4.07	3.85	3.94
Etnokultūros renginiai (Užgavėnių, Joninių šventės)	4.27	4.23	4.26
Šviesų festivalis	4.33	3.86	4.10
Teatro festivaliai (Jauno teatro dienos, TheAtrium, Materia Magica, Šermukšnis)	4.36	4.35	4.35
Klasikinės muzikos festivaliai (Klaipėdos muzikos pavasaris, Permainų muzika, Klaipėdos festivalis (KVM))	4.38	4.43	4.41
Tarptautiniai literatūros festivaliai „Inkultūracija“ (Knygų mugė), Poezijos pavasaris, Novelės ruduo, Knygos meno festivalis	4.02	4.24	4.16
Jūrinio identiteto renginiai: Laivų paradas, Dangės ralis, Dangės flotilė, F2, Švyturių ralis	4.51	4.11	4.36
Jūrinės regatos: The tall ship races, Baltic sail	4.44	4.23	4.34
Gatvės muzikos diena	4.22	3.88	4.03
Muziejų naktis	4.31	4.13	4.19
Lietuvos vakarų krašto dainų šventė	4.53	4.32	4.42
Violančelės festivalis	4.76	4.75	4.75
Džiazo festivalis	4.23	4.12	4.17
Tarptautinis folkloro festivalis „Lauksnos“	4.58	4.57	4.57
Jūros šventė	4.36	3.94	4.17
Miesto gimtadieniui skirti renginiai rugpjūčio 1 d.	4.30	4.07	4.18
Tarptautinis šiuolaikinio meno festivalis „Plartforma“	4.09	4.37	4.29
BLON videožaidimų ir animacijos festivalis	4.14	4.39	4.32
Tautinių kultūrų diena	4.22	4.31	4.27
Kalėdiniai-naujametiniai renginiai	4.32	4.04	4.20

## 7. Kultūros renginių ir vietų lankymas kituose Lietuvos miestuose ir vietovėse

	Reprezentatyvi apklausa (interviu)	Internetinė apklausa	Apjungti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys po „svėrimo“
<b>Ar per pastaruosius 12 mėn. specialiai vyko į kokius nors kultūrinius renginius, parodas, teatrą, koncertus ar kultūrinės vietas (muziejai, lankytinos vietos) kitose Lietuvos miestuose ar vietovėse?</b>			
Taip	33.6	60.7	50.7
Ne	66.4	18.2	49.3
Neatsakė	---	21.0	
<b>Kokia dalis klaipdiečių apsilankė žemiau išvardintuose kultūros renginiuose ar vietose kituose Lietuvos miestuose ar vietovėse?</b>			
Teatro spektaklyje	4.5%	26.5%	10.8%
Literatūriniuose skaitymuose, knygų pristatymuose, susitikimai su rašytojais	1.2%	8.9%	3.4%
Kabarete, komedijiniame pasirodyme	1.3%	3.6%	1.7%
Balete ar modernaus šokio pasirodyme	1.6%	11.8%	4.8%
Klasikinės muzikos koncerte	2.5%	19.7%	8.6%
Operoje	3.2%	14.4%	7.9%
Miuzikle	3.5%	9.2%	5.2%
Pop ar roko muzikos koncerte	8.2%	25.8%	13.1%
Džiazo ar bliuzo koncerte	2.3%	9.9%	6.1%
Liaudies ar etninės muzikos ir papročių, tradicijų koncerte	4.2%	7.9%	5.4%
World'o (muzika pagrįsta etninės muzikos elementais) koncerte	0.1%	4.4%	1.9%
Repo, hip hopo vakarėlyje ar koncerte	1.4%	8.4%	3.9%
Šokių arba elektroninės muzikos vakarėlyje	2.5%	11.8%	6.4%
Estradinės muzikos koncerte	3.0%	6.8%	4.1%
Dainuojamosios poezijos, bardų koncerte	0.6%	5.2%	3.2%
Liaudiškos vakaronės	1.2%	15.3%	7.1%
Kitos muzikos koncerte	3.0%	16.3%	10.0%
Tapybos ir grafikos darbų, fotografijų, skulptūrų, amatininkų dirbinių parodose	3.3%	39.6%	18.4%
Muziejuje	12.3%	31.0%	19.9%
Istorinėse vietose, kultūros paminkluose, įžymiuose pastatuose, archeologinėse vietose	9.3%	15.0%	10.9%
Kine ar kino festivalyje	3.5%	10.0%	5.7%
Tradicinių amatų dienos	4.5%	2.7%	4.2%
Kiti renginiai	2.6%	23.9%	10.2%

## 8. Lankymosi kultūros renginiuose motyvai ir biudžetas kultūros reikmėms

	Reprezentatyvi apklausa (interviu)	Internetinė apklausa	Apjungti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys po „svėrimo“
<b>Kas dažniausiai paskatina apsilankyti kultūros įstaigose ar renginiuose?</b>			
<i>iš sąrašo leista pasirinkti ne daugiau 3 atsakymų</i>			
Domiuosi kultūra, menu, mėgstu dalyvauti įvairiuose renginiuose;	20.4%	57.0%	36.3%
Patinka kultūros įstaigos atmosfera, aptarnavimas;	15.3%	23.9%	20.3%
Tai – laisvalaikio praleidimo forma;	59.2%	63.3%	60.2%
Noriu pažiūrėti naują ar gastrolinį spektaklį, koncertą ar pan., apie kurį daug kalbama / rašoma;	18.5%	40.9%	29.7%
Tai - galimybė pabendrauti su man įdomiais žmonėmis;	24.7%	22.8%	24.9%
Tai – papildoma vaikų auklėjimo, užimtumo galimybė;	15.8%	23.4%	16.2%
Tiesiog pasitaiko proga, kas nors pakviečia ar turiu galimybę nemokamai nueiti	50.9%	28.0%	41.4%
<b>Ar skiriama kokia nors dalis mėnesio biudžeto kultūros paslaugoms?</b>			
Taip	84.7	66.3	90.0
Ne	14.3	2.3	10.0
Neatsakė	1.0	31.4	
<b>Kiek vidutiniškai išleidžiate pinigų per mėnesį kultūrinėms paslaugoms? (eurais)</b>			
Kinui	11.6 €	20.4 €	15.7 €
Koncertams	20.9 €	29.6 €	24.1 €
Spektakliams	16.6 €	26.6 €	21.1 €
Knygoms įsigyti	12.4 €	20.2 €	16.1 €
Parodų lankymui	8.2 €	12.4 €	9.8 €
Edukaciniams užsiėmimams (tapybos, fotografijos, šokių ir kt. saviraiškos pamokoms)	17.0 €	24.2 €	17.9 €
Kitoms kultūros reikmėms	13.7 €	22.3 €	20.8 €
Bendros išlaidos visoms kultūros reikmėms	52.3 €	98.2 €	70.3 €
<b>Kaip vertina savo išlaidų kultūroms reikmėms pokyčius per paskutinius 12 mėnesių?</b>			
Išleidžia <b>žymiai daugiau</b> nei anksčiau	3.6	13.5	8.9
Išleidžia <b>šiek tiek daugiau</b> , nei anksčiau	22.6	20.7	26.0
Išleidžia <b>daug maž tiek pat</b> , kaip ir anksčiau	40.2	26.9	40.1
Išleidžia <b>šiek tiek mažiau</b> , nei anksčiau	17.2	4.2	13.9
Išleidžia <b>žymiai mažiau</b> , nei anksčiau	16.4	3.6	11.1
Neatsakė	---	31.1	

## 9. Kultūros komunikacijos kanalai

	Reprezentatyvi apklausa (interviu)	Internetinė apklausa	Apjungti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys po „svėrimo“
<b>Iš kur dažniausiai sužinoma apie vykstančius kultūrinius renginius Klaipėdoje?</b>			
<i>Galimi keli atsakymai</i>			
Perskaitau spaudoje (laikraštyje)	19.7%	18.3%	19.1%
Išgirstu per radiją, praneša per televiziją	37.6%	27.4%	32.7%
Pasako draugai, pažįstami	58.2%	50.6%	53.3%
Perskaitau afišose, plakatuose	25.5%	39.6%	33.4%
Praneša/ pakviečia kultūros renginių organizatoriai	5.6%	22.2%	14.1%
Randu informaciją internete	51.1%	77.7%	64.2%
Elektroniniu paštu gaunu kultūros įstaigų naujienlaiškius	4.3%	22.2%	14.0%
Gaunu informaciją socialiniuose tinkluose	42.1%	66.2%	51.8%
Randu informaciją kultūros įstaigų tinklalapiuose	11.6%	30.1%	20.2%
Pats ieškau (klausu kultūros renginių organizatorių, perku informacinius leidinius, kt..)	5.1%	21.9%	13.3%
Kita	1.3%	2.2%	1.5%
<b>Kuriuose internetiniuose tinklalapiuose ir socialiniuose tinkluose dažniausiai ieškoma informacijos apie kultūros renginius Klaipėdoje?</b>			
Klaipėdos m. savivaldybės tinklalapyje <a href="http://www.klaipeda.lt">www.klaipeda.lt</a>	17.8%	13.5%	21.3%
Klaipėdos kultūros ir turizmo informacijos centro tinklalapyje <a href="https://klaipedatravel.lt/">https://klaipedatravel.lt/</a>	6.2%	7.3%	6.7%
Informaciniame portale „Kultūros uostas“ <a href="http://kulturosuostas.lt/">http://kulturosuostas.lt/</a>	9.6%	13.8%	13.2%
Naujienų portale „Atvira Klaipėda.lt“ ( <a href="https://www.atviraklaipeda.lt/">https://www.atviraklaipeda.lt/</a> )	27.5%	32.3%	37.3%
Informaciniame portale „Miesto žirafos“ <a href="https://www.mzirafos.lt/">https://www.mzirafos.lt/</a>	19.1%	16.7%	18.7%
Informaciniame portale „Ką veikti“ ( <a href="https://www.kaveikti.lt/">https://www.kaveikti.lt/</a> )	15.3%	12.4%	16.0%
Įstaigos „Klaipėdos šventės“ tinklalapyje <a href="https://klaipedosventes.lt/">https://klaipedosventes.lt/</a>	24.0%	11.9%	20.2%
Informaciniame portale „Bilietai.lt“ <a href="http://www.bilietai.lt">www.bilietai.lt</a>	33.0%	24.5%	33.3%
Informaciniame portale „Tiketa.lt“ <a href="https://www.tiketa.lt/">https://www.tiketa.lt/</a>	17.8%	18.8%	19.2%
Socialiniame tinkle Facebook	41.8%	54.1%	55.2%
Socialiniame tinkle Instagram	11.6%	14.5%	14.8%
Kituose internetiniuose portaluose	14.3%	13.9%	16.7%
Informacijos apie kultūros renginius neieškau	30.1%	0.0%	17.3%
<b>Ar teko kada nors apsilankyti internetiniame portale apie Klaipėdoje vykstančius kultūros renginius „Kultūros uostas“ (kulturosuostas.lt)?</b>			
Nežinau tokio portalo iš viso	60.5	22.3	47.2
Žinau, bet nesilankiau	23.3	20.5	29.0
Teko apsilankyti 1-2 kartus	11.7	13.9	13.4
Lankausi gana retai, 1-2 kartus per mėnesį	3.3	8.2	5.7
Lankausi gan dažnai, daugiau nei 2 kartus per mėnesį	1.2	5.9	4.7
Neatsakė	---	29.2	
<b>Kaip vertinate „Kultūros uostas“ portalą šiais aspektais?</b>			
<i>Klausimas tik tiems, kurie lankėsi šiame portale.</i>			
<i>Vertinimo vidurkis 5 balų skalėje; 1 - Labai bloga; 5 - Labai gera.</i>			
Informacijos išsamumas	4.16	3.63	3.82
Naršymas	4.08	3.61	3.77
Informacija apie jus dominančius renginius	4.21	3.70	3.87
Meninis dizainas	4.21	3.56	3.79

## 10. Klaipėdiečių kultūriniai pomėgiai ir skoniai

	Reprezentatyvi apklausa (interviu)	Internetinė apklausa	Apjungti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys po „svėrimo“
<b>Kokias knygas mėgsta skaityti klaipėdiečiai?</b>			
Trilerius, detektyvus	26.2%	26.2%	24.9%
Meilės istorijas	15.6%	26.1%	18.2%
Poeziją	10.0%	11.8%	10.8%
Istorinius romanus	26.8%	34.8%	28.2%
Biografijas ir autobiografijas	21.6%	39.4%	30.1%
Kelionių literatūrą	14.6%	17.5%	14.1%
Mokslinės fantastikos, magiškosios fantastikos	10.3%	15.0%	12.1%
Apie sveikatą, dvasią ir kūną	18.7%	26.6%	21.0%
Mokslines	9.7%	20.9%	15.7%
Filosofines	12.7%	22.6%	15.6%
Klasikinę literatūrą	16.1%	34.3%	23.8%
Modernius autorius	3.9%	0.0%	2.3%
Kitokias	3.2%	27.7%	13.1%
<b>Kokius filmų žanrus mėgsta klaipėdiečiai?</b>			
Nuotykių	33.1%	40.1%	34.0%
Animacinius	11.7%	27.7%	15.5%
Komedijas	37.2%	53.5%	43.6%
Detektyvus	45.0%	38.9%	40.7%
Dokumentinius	38.1%	55.0%	42.5%
Dramas	33.1%	55.8%	41.1%
Fentezi	4.3%	7.2%	4.8%
Siaubo	14.5%	9.2%	12.8%
Muzikinius	8.8%	20.3%	14.7%
Nepriklausomų kūrėjų	5.8%	22.0%	11.2%
Mistinius	12.4%	22.8%	15.1%
Romantiškus	25.0%	41.4%	29.2%
Fantastinius	19.8%	25.2%	20.7%
Įtempto veiksmo (trilerius)	17.5%	22.7%	22.2%
Vesternus	6.5%	6.6%	6.5%
Karinius	14.3%	19.1%	17.1%
Kiti žanrai	2.0%	3.0%	2.1%
<b>Kokią muziką mėgsta klausytis klaipėdiečiai?</b>			
Klasikinė	43.4%	59.0%	50.2%
Bliuzas	13.5%	24.8%	19.2%
Country	15.2%	12.8%	16.7%
Elektroninė šokių muzika	16.5%	29.1%	19.7%
Liaudies/Folkas	30.5%	23.8%	28.2%
Repas/Hip hopas	15.5%	15.3%	13.7%
Soul/Funk	7.1%	20.8%	11.4%
Religinė	5.1%	9.2%	9.2%
Alternatyvi	9.7%	25.2%	16.2%
Džiazas	22.4%	39.6%	29.4%
Rokas	23.9%	39.1%	28.3%
Pop muzika	59.0%	61.1%	57.9%
Sunkusis metalas	5.9%	8.0%	7.1%
Muzikiniai takeliai filmams	7.5%	25.4%	13.3%
Indie muzika	4.3%	18.6%	8.5%
Kita muzika	1.9%	4.3%	3.5%

	Reprezentatyvi apklausa (interviu)	Internetinė apklausa	Apjungti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys po „svėrimo“
<b>Kokiomis meno rūšimis Jūs labiausiai domitės?</b>			
<b>Šiuolaikinis menas</b>			
Visiškai nesidomiu	24.7	6.5	18.8
Nesidomiu	23.6	11.4	17.6
Nei domiuosi, nei nesidomiu	30.8	27.4	29.4
Domiuosi	18.2	34.4	28.3
Labai domiuosi	2.6	11.1	5.9
Neatsakė	---	9.2	
Vidurkis 5 balų skalėje (1=visiškai nesidomiu; 5=labai domiuosi)	2.50	3.36	2.85
<b>Teatras</b>			
Visiškai nesidomiu	17.1	2.7	10.9
Nesidomiu	17.4	5.9	13.0
Nei domiuosi, nei nesidomiu	24.7	13.6	20.9
Domiuosi	33.3	50.0	41.4
Labai domiuosi	7.5	20.9	13.8
Neatsakė	---	6.9	
Vidurkis 5 balų skalėje (1=visiškai nesidomiu; 5=labai domiuosi)	2.97	3.87	3.34
<b>Muzika</b>			
Visiškai nesidomiu	4.1	.9	2.7
Nesidomiu	5.4	1.1	3.3
Nei domiuosi, nei nesidomiu	17.8	9.3	13.3
Domiuosi	51.4	42.7	49.6
Labai domiuosi	21.4	38.3	31.1
Neatsakė	---	7.7	
Vidurkis 5 balų skalėje (1=visiškai nesidomiu; 5=labai domiuosi)	3.81	4.26	4.03
<b>Literatūra</b>			
Visiškai nesidomiu	16.1	4.1	12.2
Nesidomiu	13.7	10.1	11.4
Nei domiuosi, nei nesidomiu	22.9	26.1	26.3
Domiuosi	34.0	34.3	34.9
Labai domiuosi	13.3	17.2	15.1
Neatsakė	---	8.2	
Vidurkis 5 balų skalėje (1=visiškai nesidomiu; 5=labai domiuosi)	3.15	3.55	3.29
<b>Kinas</b>			
Visiškai nesidomiu	8.8	1.1	6.1
Nesidomiu	8.4	3.8	6.8
Nei domiuosi, nei nesidomiu	24.9	14.7	21.0
Domiuosi	42.4	50.4	47.4
Labai domiuosi	15.5	21.6	18.6
Neatsakė	---	8.4	
Vidurkis 5 balų skalėje (1=visiškai nesidomiu; 5=labai domiuosi)	3.47	3.95	3.66
<b>Dailė</b>			
Visiškai nesidomiu	27.4	5.7	18.2
Nesidomiu	24.0	13.5	19.8
Nei domiuosi, nei nesidomiu	24.2	30.4	29.4
Domiuosi	17.1	30.9	23.6
Labai domiuosi	7.4	9.8	9.0
Neatsakė	---	9.7	18.2
Vidurkis 5 balų skalėje (1=visiškai nesidomiu; 5=labai domiuosi)	2.53	3.28	2.86
<b>Šokis</b>			
Visiškai nesidomiu	36.8	6.0	18.2
Nesidomiu	27.5	15.7	19.8
Nei domiuosi, nei nesidomiu	18.2	31.4	29.4
Domiuosi	14.2	27.9	23.6
Labai domiuosi	3.3	9.1	9.0

Neatsakė	---	9.9	
Vidurkis 5 balų skalėje (1=visiškai nesidomiu; 5=labai domiuosi)	2.20	3.20	2.62
<b>Fotografija</b>			
Visiškai nesidomiu	33.1	6.5	22.4
Nesidomiu	22.4	15.2	19.5
Nei domiuosi, nei nesidomiu	22.0	33.7	28.8
Domiuosi	16.6	25.8	21.4
Labai domiuosi	5.8	8.5	7.9
Neatsakė	---	10.3	
Vidurkis 5 balų skalėje (1=visiškai nesidomiu; 5=labai domiuosi)	2.40	3.16	2.73

## 11. Klaipėdos kultūros strateginių prioritetų matymas, savanorystė kultūros įstaigose ir nuostatos projekto „Klaipėda – Europos kultūros sostinė 2035“ atžvilgiu

	Reprezentatyvi apklausa (interviu)	Internetinė apklausa	Apjungti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys po „svėrimo“
<b>Klaipėdos miesto savivaldybė nori nustatyti kultūros vystymo ir rėmimo prioritetus artimiausiems 5 metams. Kurie du iš jų būtų svarbiausi miesto vystymuisi ir gyvybingumui? galima pasirinkti tik 2 atsakymus</b>			
Aktyvūs įvairių miesto bendruomenių ir socialinių grupių įtraukimas į kūrybinius ir meninius procesus	41.5%	31.2%	34.9 %
Miesto erdvių pritaikymas kultūrai ir renginiams; meninis viešųjų erdvių atnaujinimas	40.7%	57.6%	49.4 %
Kūrybinių verslų ir profesionalaus meno skatinimas bei vystymas	27.8%	40.7%	37.5 %
Miesto daugiakultūriškos tapatybės puoselėjimas ir kultūros tarptautiškumo skatinimas	17.5%	17.5%	16.8 %
Jūrinės kultūros ir tematikos stiprinimas kultūros renginiuose; Klaipėdos kaip jūrinio miesto įvaizdžio stiprinimas	54.6%	42.6%	44.2 %
<b>Ar teko per paskutinius 2 metus savanoriauti kokiose nors kultūros įstaigose ar renginiuose?</b>			
Taip	4.8	10.8	10.9
Ne	95.2	62.2	89.1
Neatsakė	---	26.9	
<b>Ar sutiktumėte savanoriauti ir padėti kultūros įstaigoms rengiant renginius?</b>			
Taip	13.3	29.5	25.7
Ne	81.9	30.6	74.3
Neatsakė	---	39.9	
<b>Ar žino, kad kiekvienais metais du Europos miestai paskelbiami Europos kultūros sostinėmis?</b>			
Taip	57.6	61.1	68.0
Ne	42.4	8.7	32.0
Neatsakė	---	30.2	
<b>Ar tikslinga būtų Klaipėdos miestui siekti Europos kultūros sostinės titulo 2035 m.?</b>			
Taip	90.9	58.9	89.8
Ne	9.1	10.6	10.2
Neatsakė	---	30.5	
<b>Jei Europos Komisija paskelbia Klaipėdą 2035 m. Europos kultūros sostine, ką tai duotų miestui?</b>			
Pagerintų Klaipėdos įvaizdį	65.6%	71.5%	68.0%
Pritrauktų daugiau pinigų į miestą	58.2%	59.0%	56.3%
Pagerintų kultūros infrastruktūrą ir paslaugas	42.7%	60.1%	48.8%
Sutelktų miesto bendruomenę šio projekto įgyvendinimui	23.7%	30.1%	32.2%
Pakeltų gyventojų gyvenimo kokybę mieste	25.8%	16.5%	25.5%
Priartintų Klaipėdą prie Europos	25.9%	21.2%	28.3%
<b>Ar miesto bendruomenė būtų pajėgi įgyvendinti projektą „Klaipėda - Europos kultūros sostinė“?</b>			
Taip	67.6	64.5	68.8
Ne	4.9	9.7	6.0
Nežinau	27.5	25.9	25.2
<b>Ar sutiktų tapti Klaipėdos – Europos kultūros sostinės – renginių savanoriu?</b>			
Taip	18.8	39.8	35.8
Ne	81.2	30.1	64.2
Neatsakė	---	30.1	

## 12. Klaipėdos miesto semantika

	Reprezentatyvi apklausa (interviu)	Internetinė apklausa	Apjungti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys po „svėrimo“
<b>Kurie žodžiai iš šio sąrašo geriausiai apibūdina Klaipėdą?</b>			
<i>Pasirinkite ne daugiau kaip 3 apibūdinimus iš sąrašo</i>			
Dinamiškas	16.1%	7.9%	12.5%
Stilingas	23.2%	8.5%	17.5%
Saugus	24.2%	22.8%	21.3%
Daugiatautis	25.6%	23.5%	26.4%
Perspektyvus	28.2%	31.2%	30.5%
Uždaras	4.5%	15.6%	8.2%
Atviras	25.8%	23.0%	26.5%
Nuobodus	6.1%	26.2%	13.2%
Bendruomeniškas	9.7%	10.9%	11.8%
Lietuviškas	9.3%	7.4%	8.6%
Šiuolaikiškas	25.0%	10.6%	18.6%
Europietiškas	14.2%	12.1%	13.4%
Išmanus	1.7%	1.3%	1.5%
Svetingas	20.1%	19.4%	20.4%
Ekologiškas	3.3%	4.0%	3.0%
Konservatyvus	4.6%	17.3%	8.0%
Pavojingas	1.4%	1.8%	1.7%
Įvairus	13.0%	21.6%	18.4%
Užsispyręs	0.6%	3.3%	1.1%

## Priedas Nr. 2. Klaipėdos kultūros institucijų veiklos vertinimai ir auditorijos

Priede pateikiami duomenys apie Klaipėdos miesto kultūros institucijų auditorijas ir šių institucijų veiklos vertinimus. Taip pat informaciniai kanalai, kuriais dažniausiai naudojasi šių institucijų lankytojai.

1. Auditorijos struktūra pristatoma pasitelkus reprezentatyvios ir internetinės apklausų „svertinius“ duomenis. Kadangi internetinės apklausos respondentų sudėtis neatitinka bendros populiacijos struktūros (sudalyvavo žymiai didesnis tam tikro amžiaus moterų skaičius nei jų yra bendrai), šios apklausos duomenims pritaikytas atsiktinių iteracijų metodas (angl. *RIM, Random Iteration Method*), dažnai supaprastintai vadinamas „svėrimu“. Metodo esmė – pritaikyti duomenis realios populiacijos proporcijoms (pvz., sumažinti tam tikros amžiaus grupės ar lyties pernelyg ryškų dominavimą, padidinti apklausoje mažiau reprezentuojamų grupių matomumą), kas leidžia subalansuoti duomenis ir pasiekti didesnę duomenų reprezentatyvumą. Duomenys buvo balansuojami atsižvelgiant į Klaipėdos miesto gyventojų proporcijas pagal lytį, amžiaus grupes ir gyvenamąsias teritorijas ir jungiami su reprezentatyvios apklausos duomenų masyvu. Ši metodologinė korekcija svarbi tada, jei norima pasiekti ryškesnį vaizdą apie galimą auditorijos struktūrą.
2. Auditorijos struktūra pateikta visada atsižvelgiant į vidines jos proporcijas. Visų proporcijų suma visada lygi 100 proc.
3. Vertinimų vidurkiai skaičiuoti 5 balų skalėse (1=labai blogas vertinimas; 5=labai geras vertinimas). Vidurkių skaičiavimui „svėrimo“ metodas netaikytas, pasiliekant prie originalių vertinimų, išsakytų internetinės ir reprezentatyvios apklausos metu.
4. Kadangi kultūros institucijų vertinimuose dominuoja labai pozityvus vertinimas, grafikuose matomi vizualiniai skirtumai yra labai nedideli. Todėl vertinant tendencijas, būtina atsižvelgti į konkrečius skaičius, kur svyravimai gali būti labai menki, nors vizualiai matosi atotrūkiai.

Duomenys pateikiami toms Klaipėdos kultūros institucijoms, kurių lankytojų skaičius apklausoje buvo ne mažesnis nei 70 respondentų:

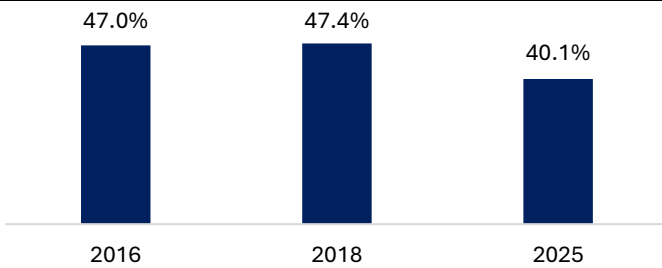
1. Klaipėdos koncertų salė
2. Klaipėdos dramos teatras
3. Kultūros centras „Žvejų rūmai“
4. Klaipėdos muzikinis teatras
5. Klaipėdos lėlių teatras
6. „Švyturio“ arena
7. Kultūros fabrikas (KUFA)
8. Klaipėdos kultūrų komunikacijų centras
9. Klaipėdos etnokultūros centras
10. Klaipėdos tautinių kultūrų centras
11. P. Domšaičio galerija
12. Mažosios Lietuvos istorijos muziejus
13. Pilies muziejus
14. Laikrodžių muziejus
15. Lietuvos jūrų muziejus
16. Laivas-muziejus „Sūduvis“
17. I. Simonaitytės biblioteka
18. I. Kanto biblioteka ir jos filialai

# Klaipėdos koncertų salės auditorijos struktūra, 2025

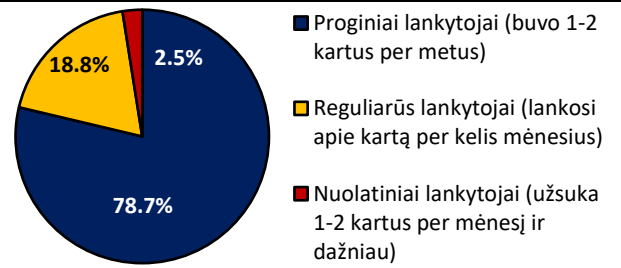
(%; svėrti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

## Bendras auditorijos dydis: dinamika 2016-2025

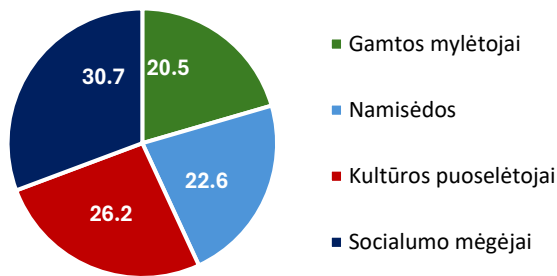
(kokia dalis apsilankė per paskutinius 12 mėn.; tik reprezentatyvi apklausa)



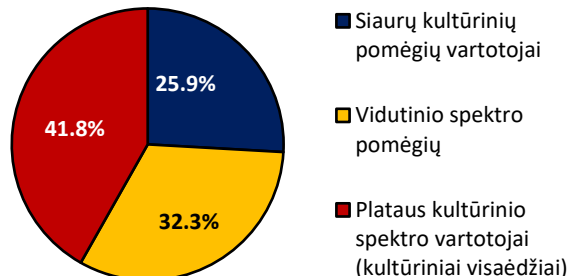
## Auditorijos sudėtis pagal apsilankymo dažnumą



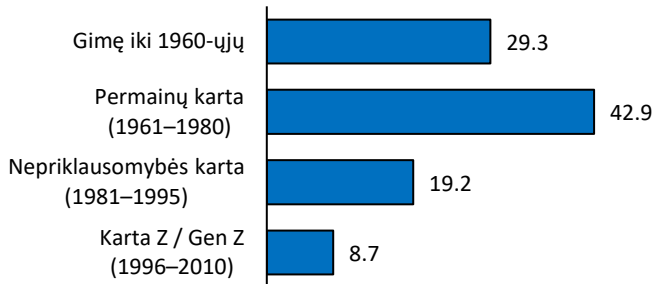
## Auditorijos struktūra pagal laisvalaikio profilius



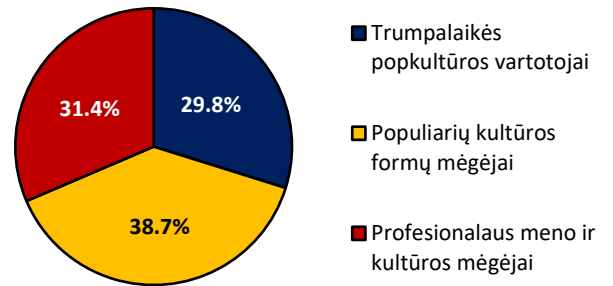
## Auditorijos sudėtis pagal kultūros vartojimo spektrą



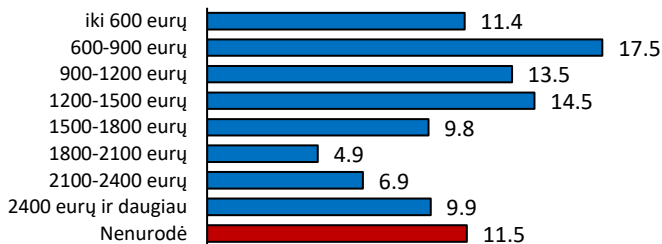
## Auditorijos amžiaus struktūra



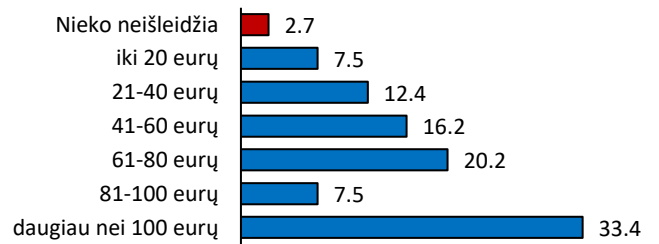
## Auditorijos sudėtis pagal kultūrinį skonį



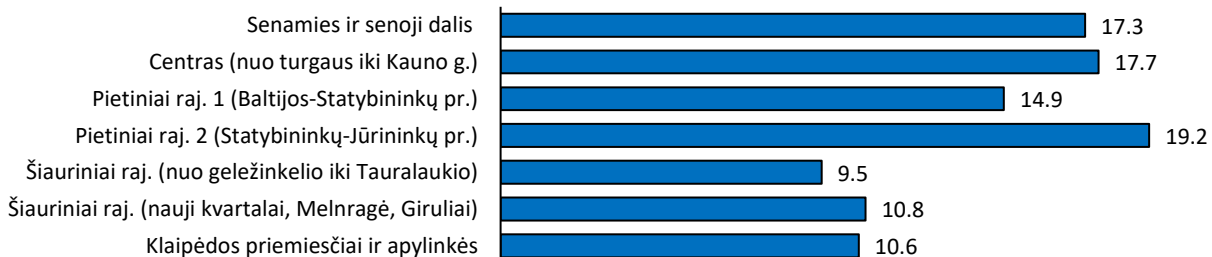
## Auditorijos struktūra pagal pajamų grupes



## Auditorijos struktūra pagal mėnesio išlaidas kultūrai



## Auditorijos struktūra pagal gyvenamąją vietą

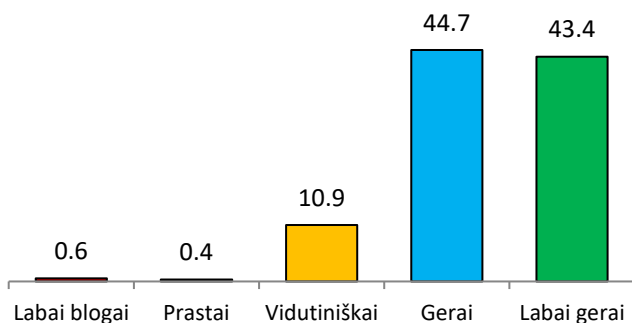


# Klaipėdos koncertų salės vertinimai skirtingose socialinėse grupėse

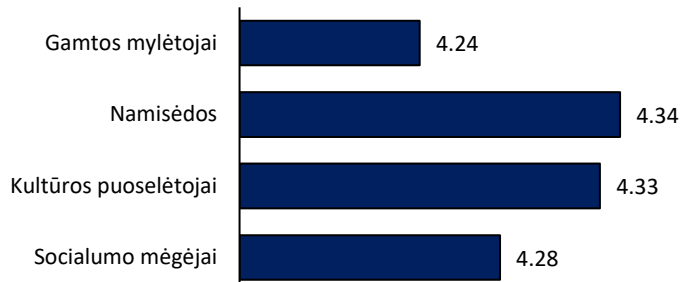
(integruoti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys; nesverti)

(vidurkis 5 balų skalėje: 1=labai blogai; 5=labai gerai)

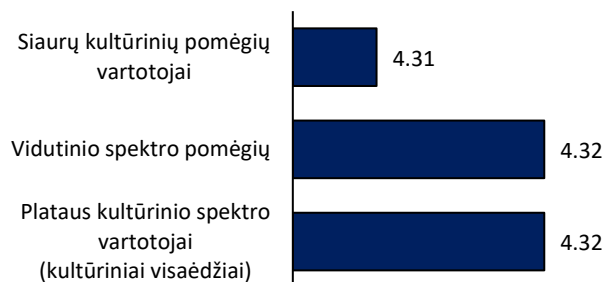
## Bendras vertinimas (%)



## Socialiniai laisvalaikio profiliai



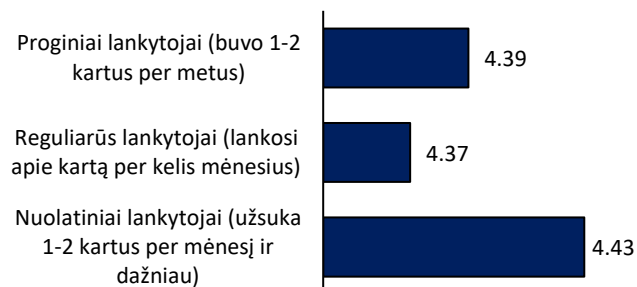
## Kultūros vartojimo spektras



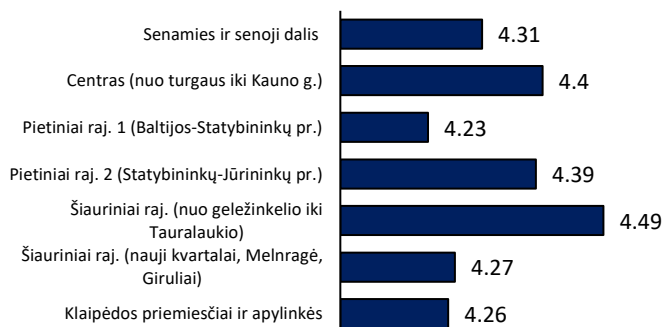
## Kultūrinis skonis



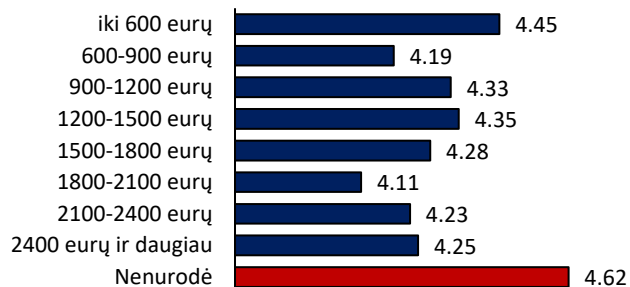
## Lankymosi reguliarumas



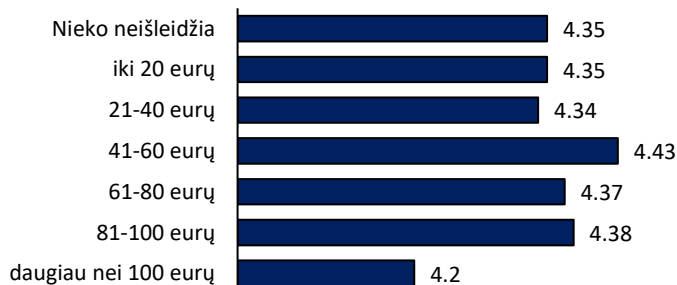
## Gyvenamoji vieta



## Pajamų grupės



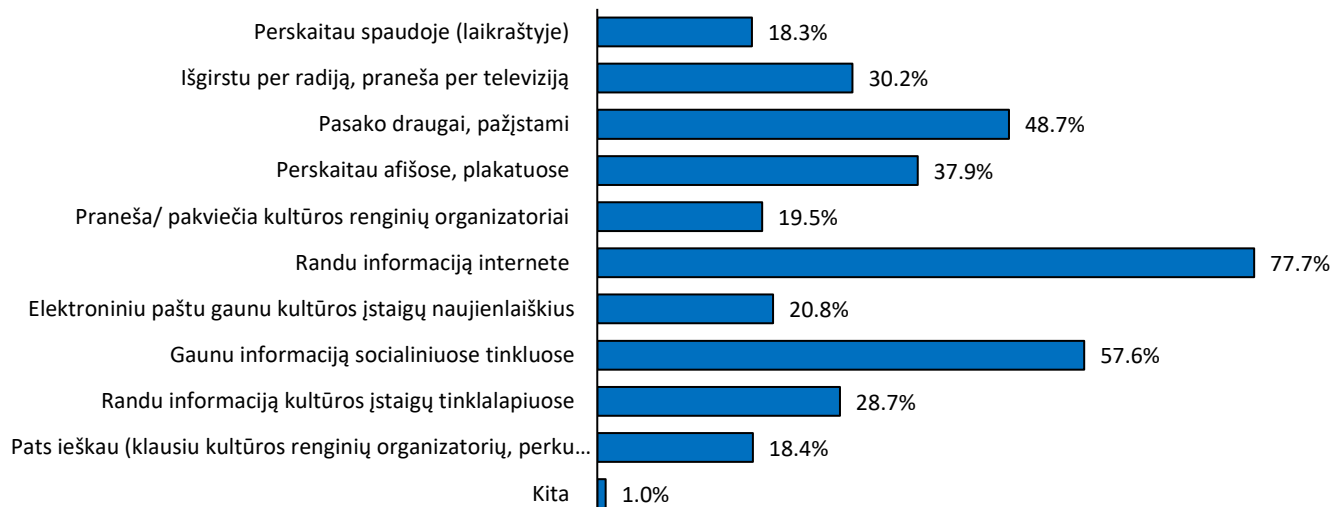
## Grupės, pagal mėnesio išlaidas kultūros reikmėms



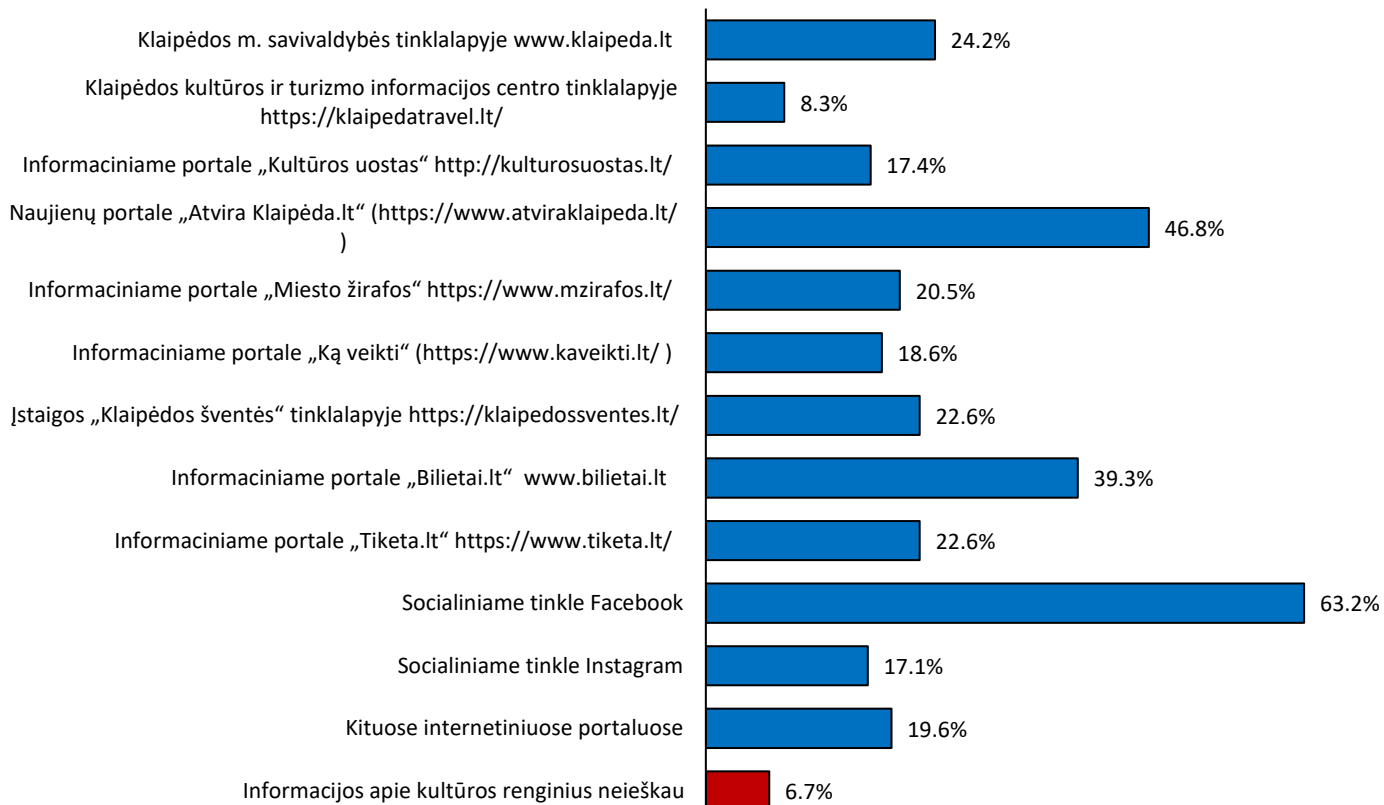
# Komunikacijos kanalai, kuriais dažniausiai naudojasi Klaipėdos koncertų salės lankytojai

(%; svėrti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

## Kaip dažniausiai sužinoma apie kultūros renginius Klaipėdoje?



## Kokiuose tinklalapiuose dažniausiai ieškoma informacijos apie kultūros renginius Klaipėdoje?

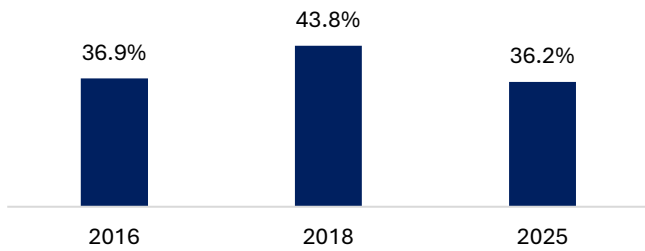


# Klaipėdos dramos teatro auditorijos struktūra, 2025

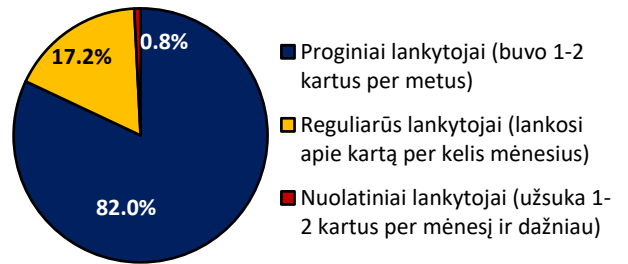
(%; svėrti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

## Bendras auditorijos dydis: dinamika 2016-2025

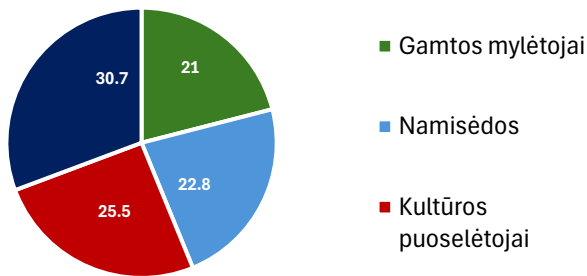
(kokia dalis apsilankė per paskutinius 12 mėn.; tik reprezentatyvi apklausa)



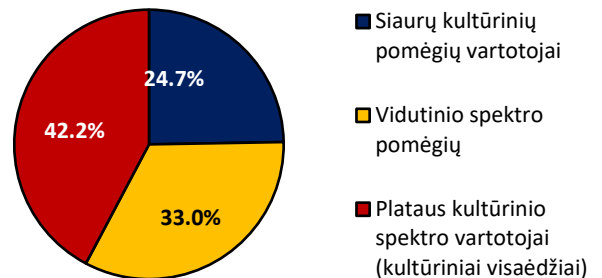
## Auditorijos sudėtis pagal apsilankymo dažnumą



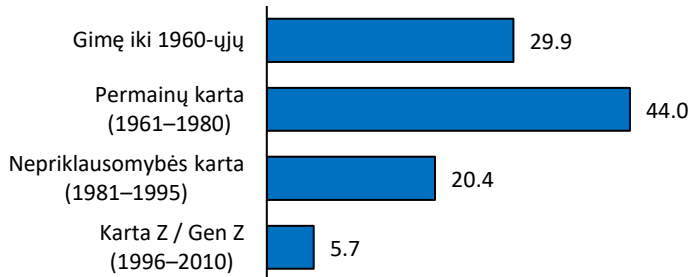
## Auditorijos struktūra pagal laisvalaikio profilius



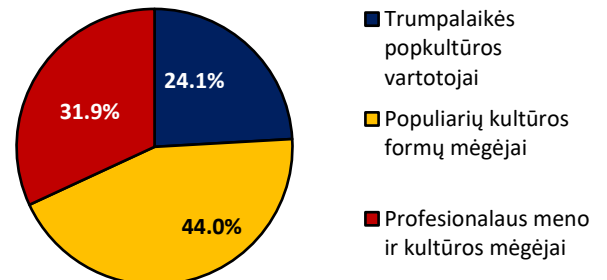
## Auditorijos sudėtis pagal kultūros vartojimo spektrą



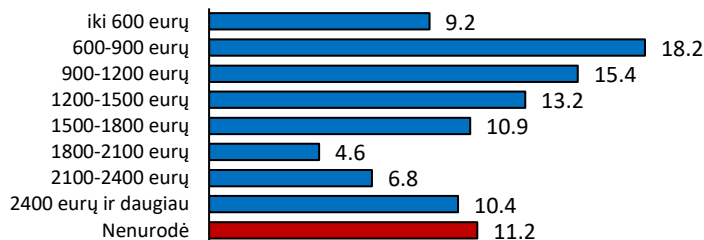
## Auditorijos amžiaus struktūra



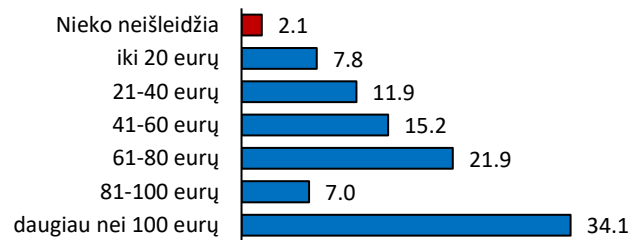
## Auditorijos sudėtis pagal kultūrinį skonį



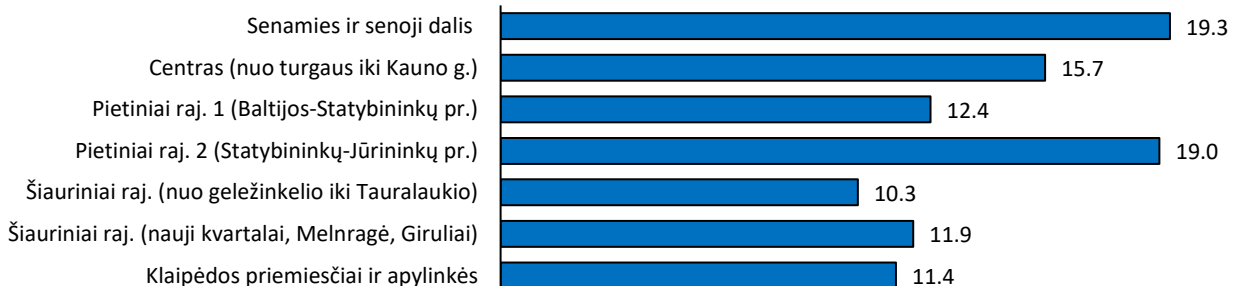
## Auditorijos struktūra pagal pajamų grupes



## Auditorijos struktūra pagal mėnesio išlaidas kultūrai



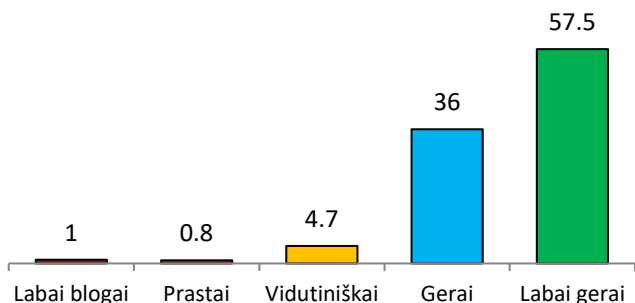
## Auditorijos struktūra pagal gyvenamąją vietą



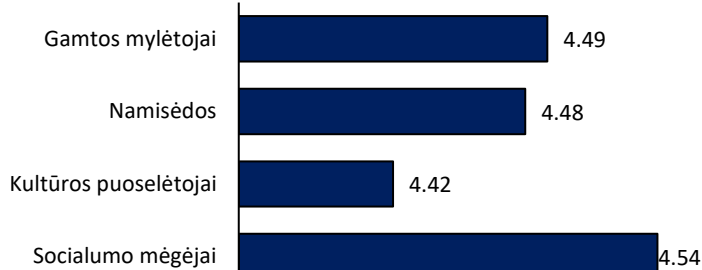
# Klaipėdos dramos teatro vertinimai skirtingose socialinėse grupėse

(integruoti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys; nesverti)  
(vidurkis 5 balų skalėje: 1=labai blogai; 5=labai gerai)

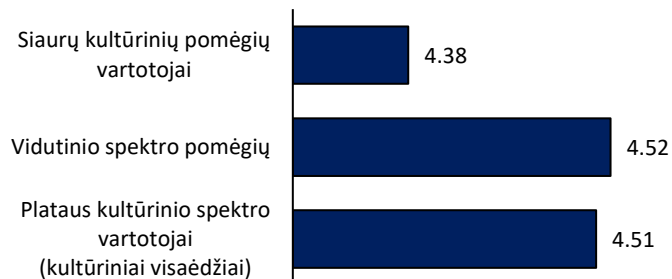
## Bendras vertinimas (%)



## Socialiniai laisvalaikio profiliai



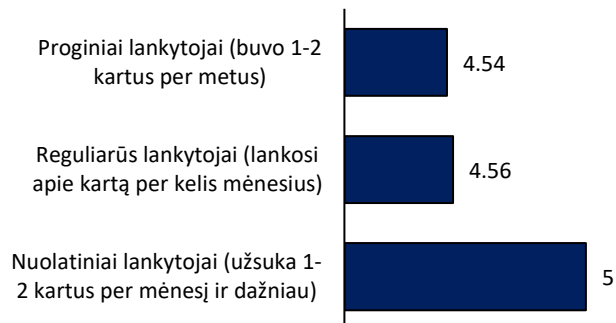
## Kultūros vartojimo spektras



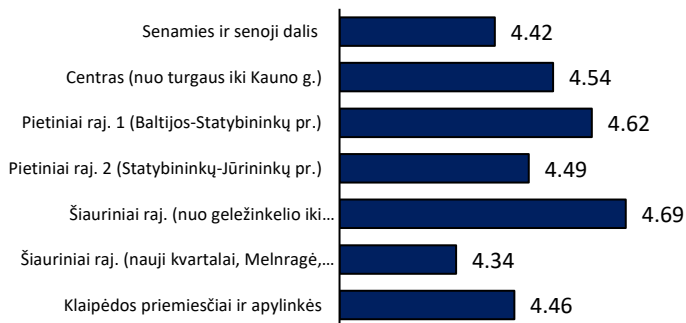
## Kultūrinis skonis



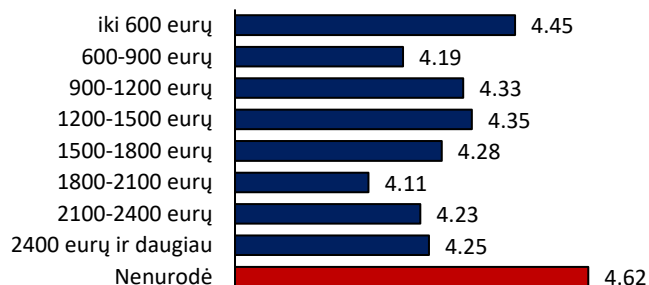
## Lankymosi reguliarumas



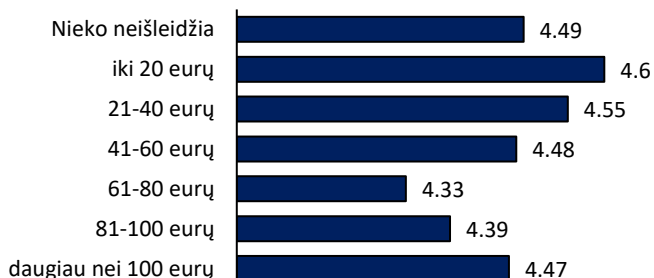
## Gyvenamoji vieta



## Pajamų grupės



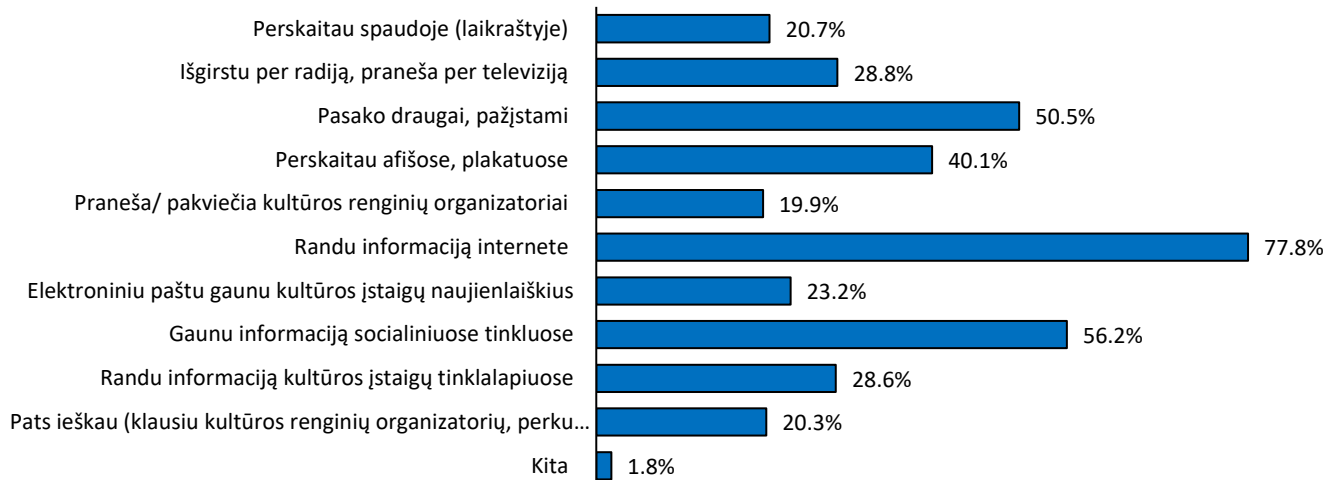
## Grupės, pagal mėnesio išlaidas kultūros reikmėms



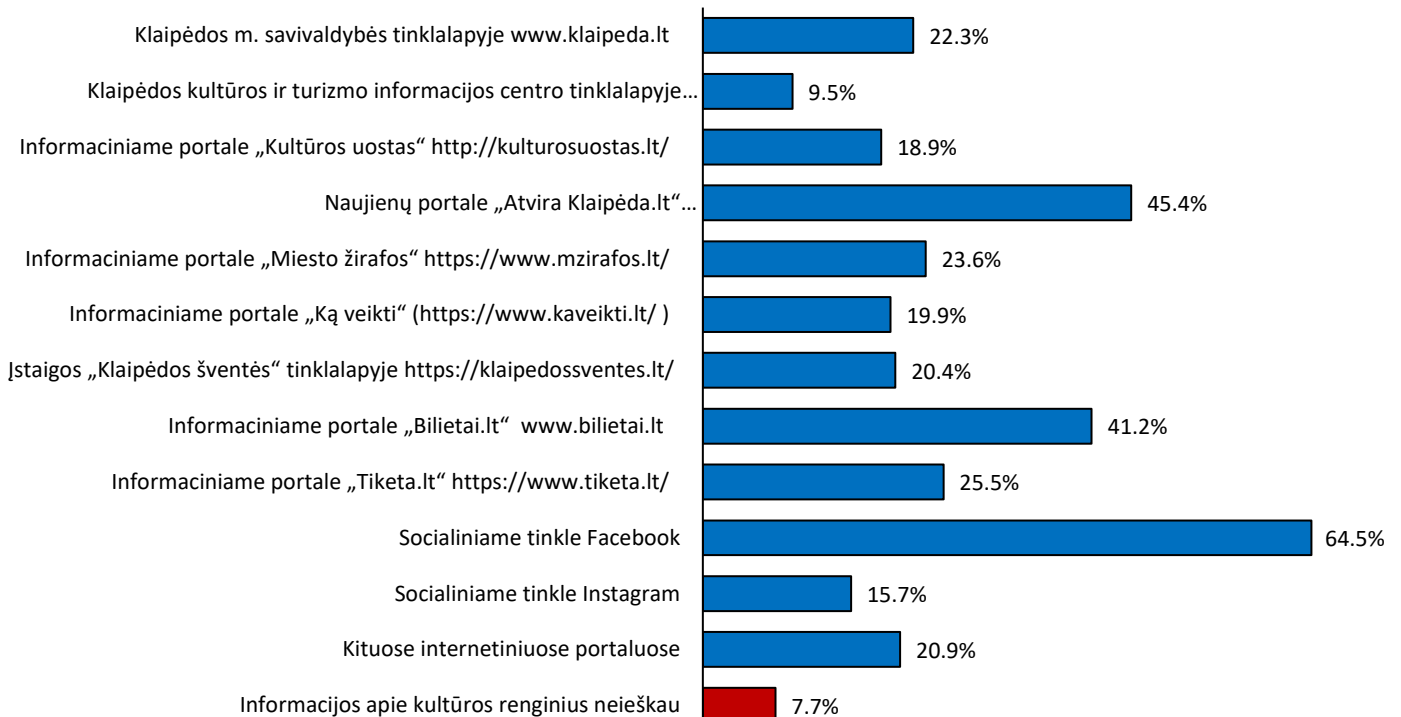
# Komunikacijos kanalai, kuriais dažniausiai naudojasi Klaipėdos dramos teatro lankytojai

(%; sverti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

## Kaip dažniausiai sužinoma apie kultūros renginius Klaipėdoje?



## Kokiuose tinklalapiuose dažniausiai ieškoma informacijos apie kultūros renginius Klaipėdoje?

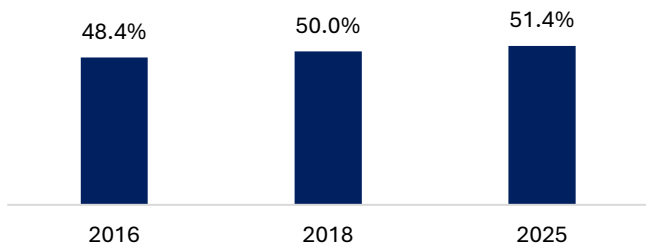


# Kultūros centro „Žvejų rūmai“ auditorijos struktūra, 2025

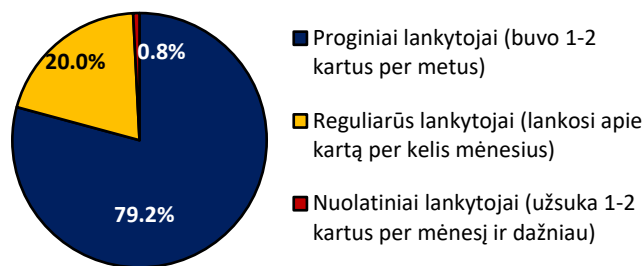
(%; svėrti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

## Bendras auditorijos dydis: dinamika 2016-2025

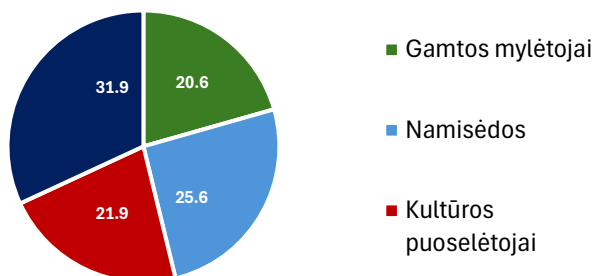
(kokia dalis apsilankė per paskutinius 12 mėn.; tik reprezentatyvi apklausa)



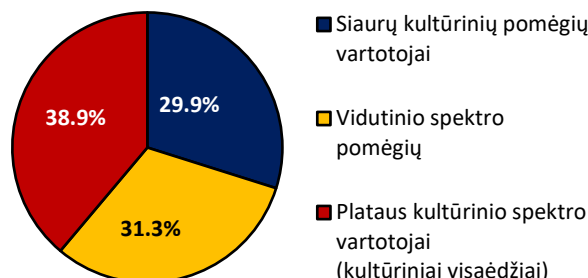
## Auditorijos sudėtis pagal apsilankymo dažnumą



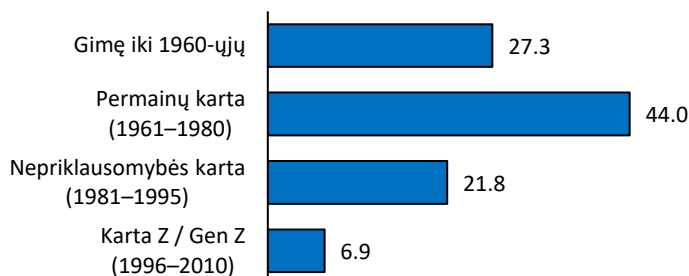
## Auditorijos struktūra pagal laisvalaikio profilius



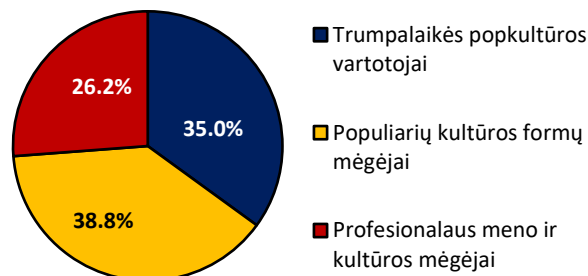
## Auditorijos sudėtis pagal kultūros vartojimo spektrą



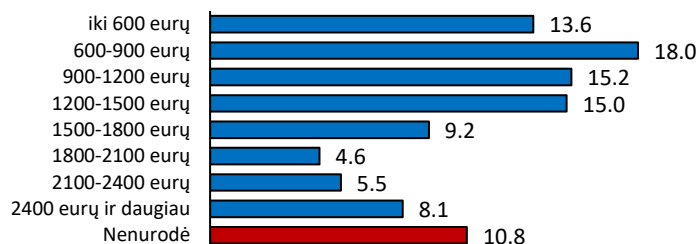
## Auditorijos amžiaus struktūra



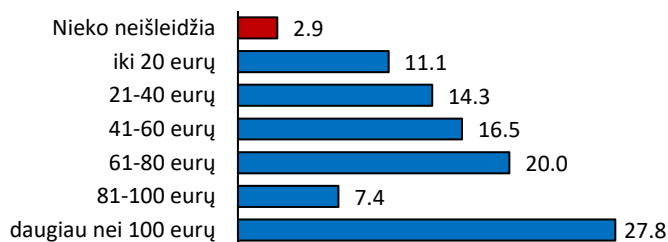
## Auditorijos sudėtis pagal kultūrinį skonį



## Auditorijos struktūra pagal pajamų grupes



## Auditorijos struktūra pagal mėnesio išlaidas kultūrai

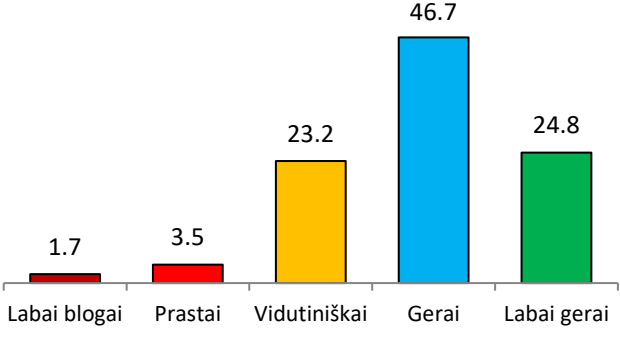
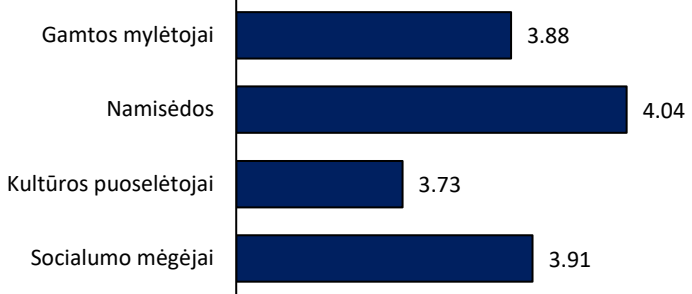

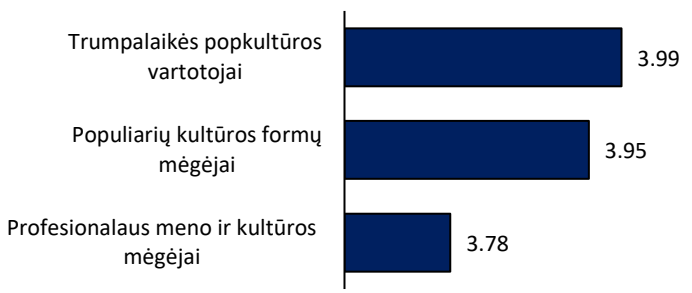
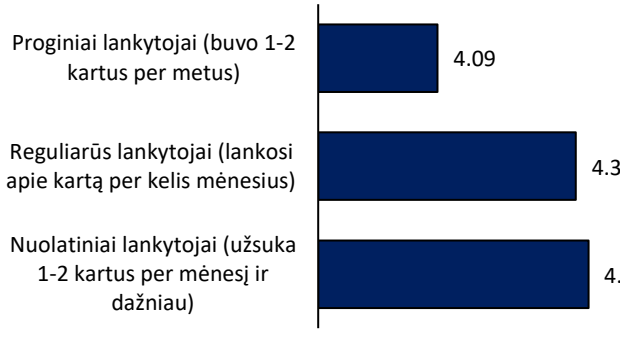
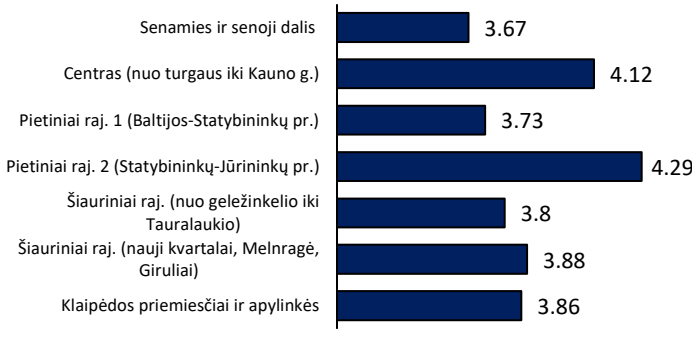
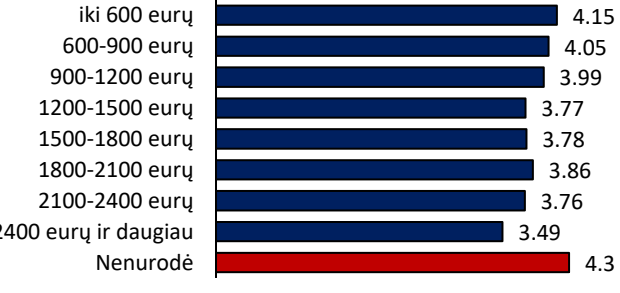
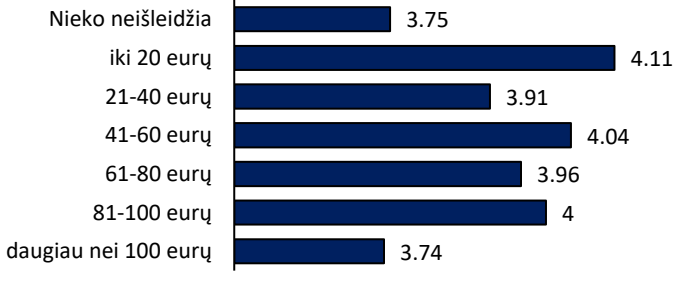


## Auditorijos struktūra pagal gyvenamąją vietą



# Kultūros centro „Žvejų rūmai“ vertinimai skirtingose socialinėse grupėse

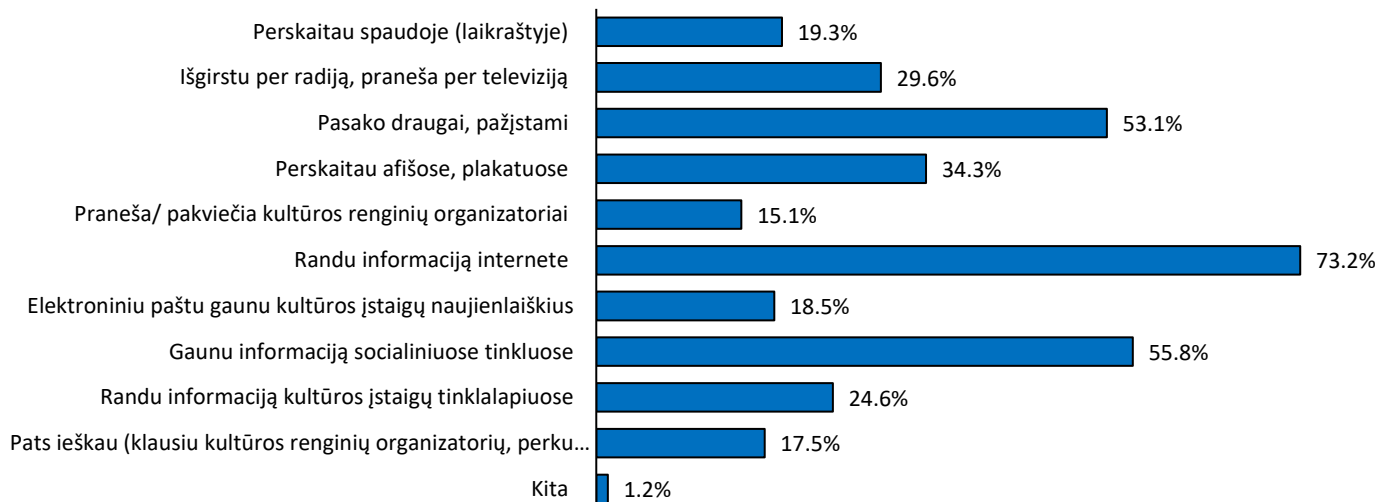
(integruoti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys; nesverti)  
(vidurkis 5 balų skalėje: 1=labai blogai; 5=labai gerai)

Bendras vertinimas (%)	Socialiniai laisvalaikio profiliai																																
 <table border="1"> <tr><td>Labai blogai</td><td>1.7</td></tr> <tr><td>Prastai</td><td>3.5</td></tr> <tr><td>Vidutiniškai</td><td>23.2</td></tr> <tr><td>Gerai</td><td>46.7</td></tr> <tr><td>Labai gerai</td><td>24.8</td></tr> </table>	Labai blogai	1.7	Prastai	3.5	Vidutiniškai	23.2	Gerai	46.7	Labai gerai	24.8	 <table border="1"> <tr><td>Gamtos mylėtojai</td><td>3.88</td></tr> <tr><td>Namisėdos</td><td>4.04</td></tr> <tr><td>Kultūros puoselėtojai</td><td>3.73</td></tr> <tr><td>Socialumo mėgėjai</td><td>3.91</td></tr> </table>	Gamtos mylėtojai	3.88	Namisėdos	4.04	Kultūros puoselėtojai	3.73	Socialumo mėgėjai	3.91														
Labai blogai	1.7																																
Prastai	3.5																																
Vidutiniškai	23.2																																
Gerai	46.7																																
Labai gerai	24.8																																
Gamtos mylėtojai	3.88																																
Namisėdos	4.04																																
Kultūros puoselėtojai	3.73																																
Socialumo mėgėjai	3.91																																
Kultūros vartojimo spektras	Kultūrinis skonis																																
 <table border="1"> <tr><td>Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai</td><td>4.04</td></tr> <tr><td>Vidutinio spektro pomėgių</td><td>3.87</td></tr> <tr><td>Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)</td><td>3.87</td></tr> </table>	Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai	4.04	Vidutinio spektro pomėgių	3.87	Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)	3.87	 <table border="1"> <tr><td>Trumpalaikės popkultūros vartotojai</td><td>3.99</td></tr> <tr><td>Populiarių kultūros formų mėgėjai</td><td>3.95</td></tr> <tr><td>Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai</td><td>3.78</td></tr> </table>	Trumpalaikės popkultūros vartotojai	3.99	Populiarių kultūros formų mėgėjai	3.95	Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai	3.78																				
Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai	4.04																																
Vidutinio spektro pomėgių	3.87																																
Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)	3.87																																
Trumpalaikės popkultūros vartotojai	3.99																																
Populiarių kultūros formų mėgėjai	3.95																																
Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai	3.78																																
Lankymosi reguliarumas	Gyvenamoji vieta																																
 <table border="1"> <tr><td>Proginiai lankytojai (buvo 1-2 kartus per metus)</td><td>4.09</td></tr> <tr><td>Reguliarūs lankytojai (lankosi apie kartą per kelis mėnesius)</td><td>4.31</td></tr> <tr><td>Nuolatiniai lankytojai (užsuka 1-2 kartus per mėnesį ir dažniau)</td><td>4.33</td></tr> </table>	Proginiai lankytojai (buvo 1-2 kartus per metus)	4.09	Reguliarūs lankytojai (lankosi apie kartą per kelis mėnesius)	4.31	Nuolatiniai lankytojai (užsuka 1-2 kartus per mėnesį ir dažniau)	4.33	 <table border="1"> <tr><td>Senamies ir senoji dalis</td><td>3.67</td></tr> <tr><td>Centras (nuo turgaus iki Kauno g.)</td><td>4.12</td></tr> <tr><td>Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.)</td><td>3.73</td></tr> <tr><td>Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.)</td><td>4.29</td></tr> <tr><td>Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio)</td><td>3.8</td></tr> <tr><td>Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai)</td><td>3.88</td></tr> <tr><td>Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės</td><td>3.86</td></tr> </table>	Senamies ir senoji dalis	3.67	Centras (nuo turgaus iki Kauno g.)	4.12	Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.)	3.73	Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.)	4.29	Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio)	3.8	Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai)	3.88	Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės	3.86												
Proginiai lankytojai (buvo 1-2 kartus per metus)	4.09																																
Reguliarūs lankytojai (lankosi apie kartą per kelis mėnesius)	4.31																																
Nuolatiniai lankytojai (užsuka 1-2 kartus per mėnesį ir dažniau)	4.33																																
Senamies ir senoji dalis	3.67																																
Centras (nuo turgaus iki Kauno g.)	4.12																																
Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.)	3.73																																
Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.)	4.29																																
Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio)	3.8																																
Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai)	3.88																																
Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės	3.86																																
Pajamų grupės	Grupės, pagal mėnesio išlaidas kultūros reikmėms																																
 <table border="1"> <tr><td>iki 600 eurų</td><td>4.15</td></tr> <tr><td>600-900 eurų</td><td>4.05</td></tr> <tr><td>900-1200 eurų</td><td>3.99</td></tr> <tr><td>1200-1500 eurų</td><td>3.77</td></tr> <tr><td>1500-1800 eurų</td><td>3.78</td></tr> <tr><td>1800-2100 eurų</td><td>3.86</td></tr> <tr><td>2100-2400 eurų</td><td>3.76</td></tr> <tr><td>2400 eurų ir daugiau</td><td>3.49</td></tr> <tr><td>Nenurodė</td><td>4.3</td></tr> </table>	iki 600 eurų	4.15	600-900 eurų	4.05	900-1200 eurų	3.99	1200-1500 eurų	3.77	1500-1800 eurų	3.78	1800-2100 eurų	3.86	2100-2400 eurų	3.76	2400 eurų ir daugiau	3.49	Nenurodė	4.3	 <table border="1"> <tr><td>Nieko neišleidžia</td><td>3.75</td></tr> <tr><td>iki 20 eurų</td><td>4.11</td></tr> <tr><td>21-40 eurų</td><td>3.91</td></tr> <tr><td>41-60 eurų</td><td>4.04</td></tr> <tr><td>61-80 eurų</td><td>3.96</td></tr> <tr><td>81-100 eurų</td><td>4</td></tr> <tr><td>daugiau nei 100 eurų</td><td>3.74</td></tr> </table>	Nieko neišleidžia	3.75	iki 20 eurų	4.11	21-40 eurų	3.91	41-60 eurų	4.04	61-80 eurų	3.96	81-100 eurų	4	daugiau nei 100 eurų	3.74
iki 600 eurų	4.15																																
600-900 eurų	4.05																																
900-1200 eurų	3.99																																
1200-1500 eurų	3.77																																
1500-1800 eurų	3.78																																
1800-2100 eurų	3.86																																
2100-2400 eurų	3.76																																
2400 eurų ir daugiau	3.49																																
Nenurodė	4.3																																
Nieko neišleidžia	3.75																																
iki 20 eurų	4.11																																
21-40 eurų	3.91																																
41-60 eurų	4.04																																
61-80 eurų	3.96																																
81-100 eurų	4																																
daugiau nei 100 eurų	3.74																																

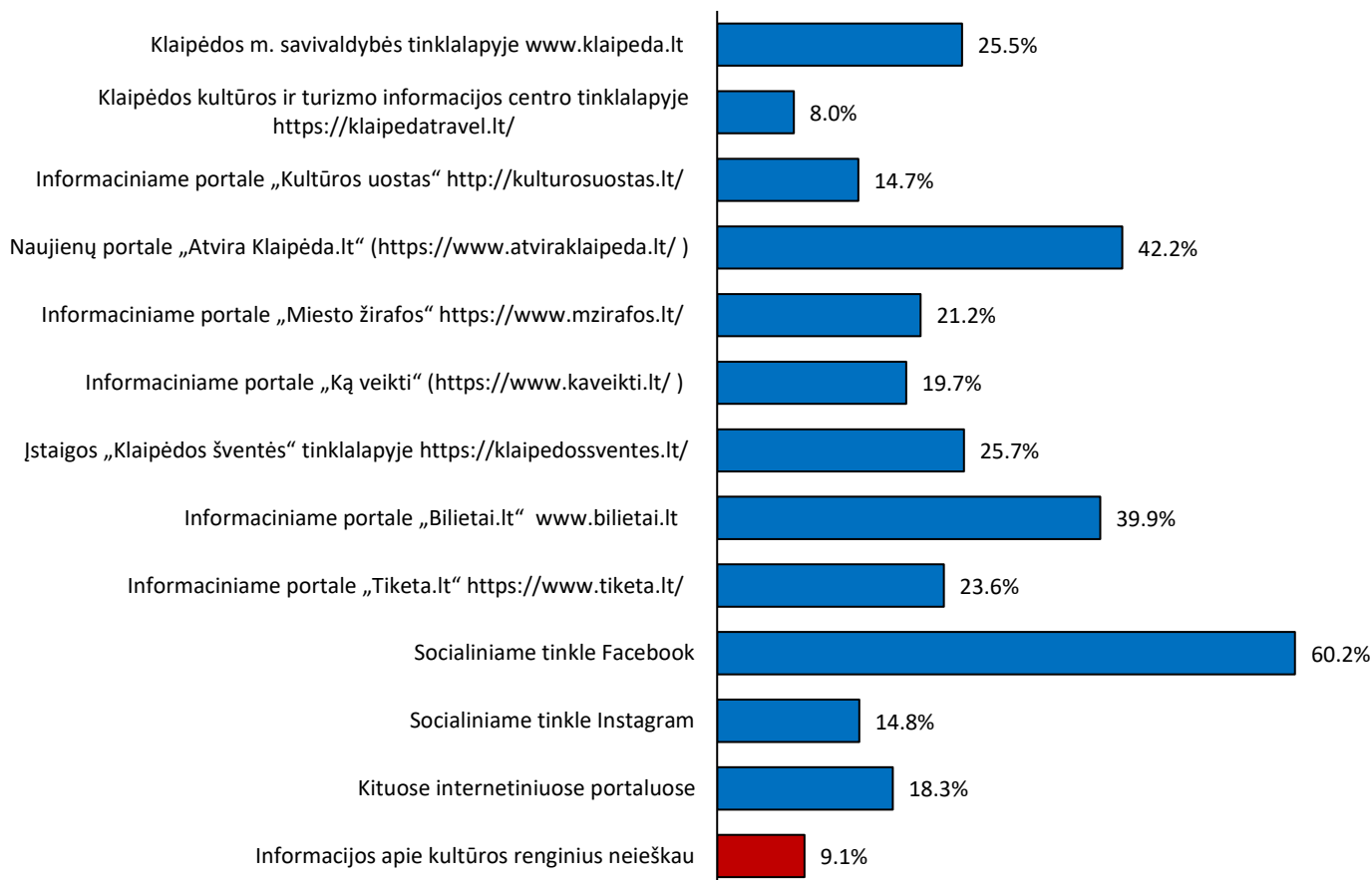
# Komunikacijos kanalai, kuriais dažniausiai naudojasi kultūros centro „Žvejų rūmai“ lankytojai

(%; svėrti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

## Kaip dažniausiai sužinoma apie kultūros renginius Klaipėdoje?



## Kokiuose tinklalapiuose dažniausiai ieškoma informacijos apie kultūros renginius Klaipėdoje?

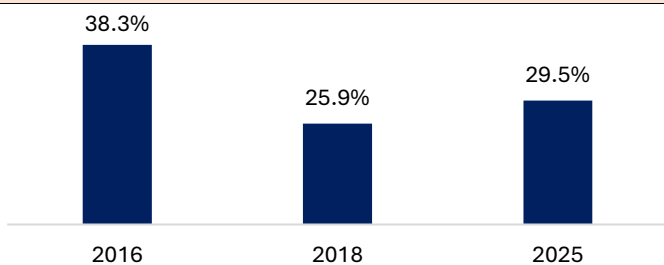


# Klaipėdos valstybinio muzikinio teatro auditorijos struktūra, 2025

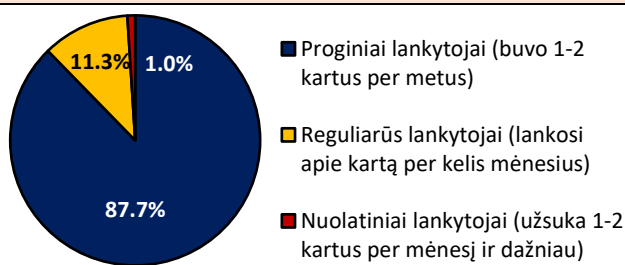
(%; svėrti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

## Bendras auditorijos dydis: dinamika 2016-2025

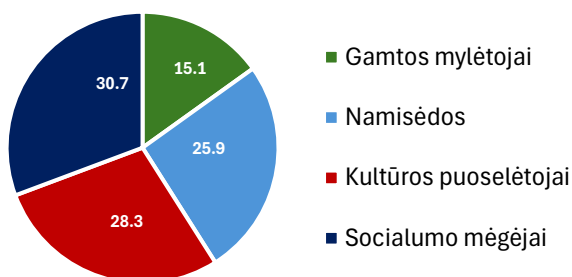
(kokia dalis apsilankė per paskutinius 12 mėn.; tik reprezentatyvi apklausa)



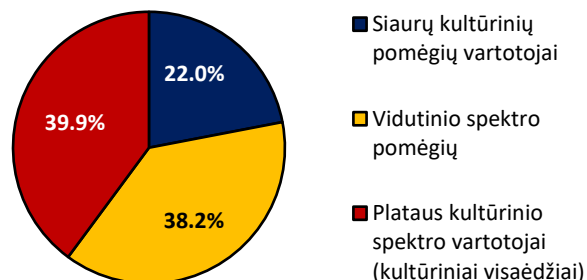
## Auditorijos sudėtis pagal apsilankymo dažnumą



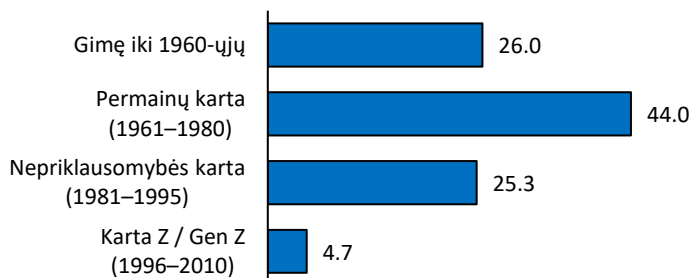
## Auditorijos struktūra pagal laisvalaikio profilius



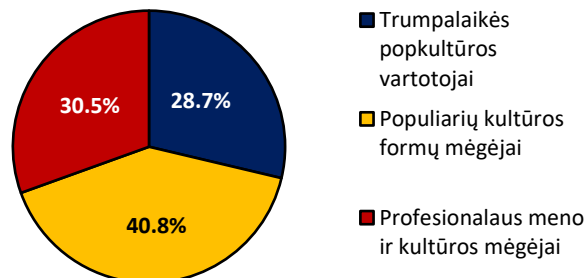
## Auditorijos sudėtis pagal kultūros vartojimo spektrą



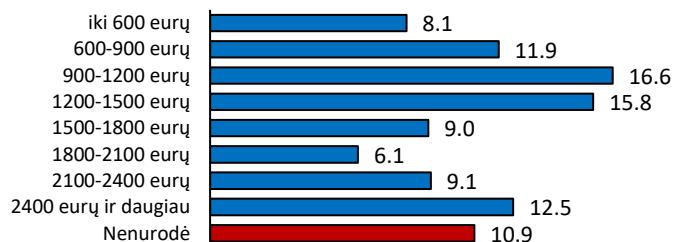
## Auditorijos amžiaus struktūra



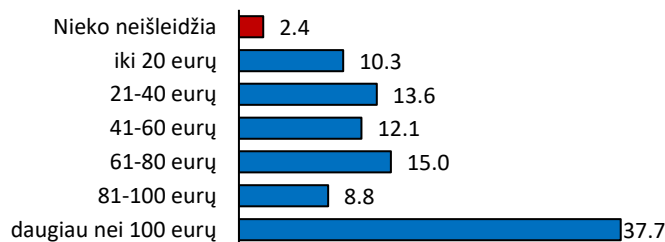
## Auditorijos sudėtis pagal kultūrinį skonį



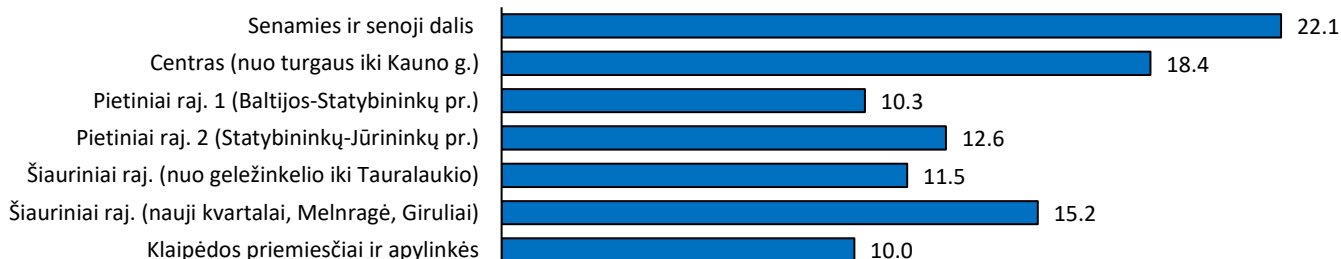
## Auditorijos struktūra pagal pajamų grupes



## Auditorijos struktūra pagal mėnesio išlaidas kultūrai



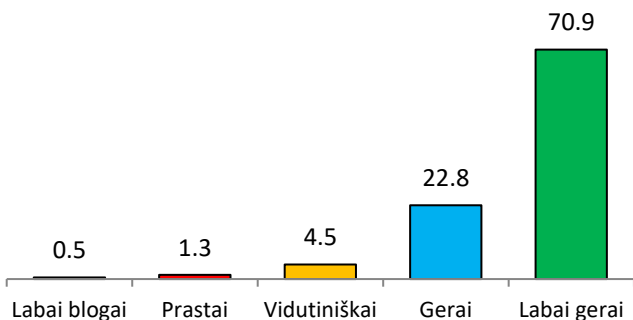
## Auditorijos struktūra pagal gyvenamąją vietą



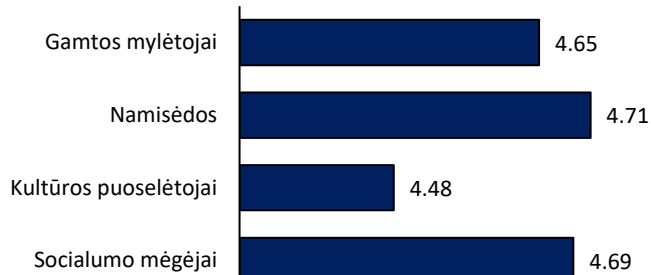
# Klaipėdos valstybinio muzikinio teatro vertinimai skirtingose socialinėse grupėse

(integruoti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys; nesverti)  
(vidurkis 5 balų skalėje: 1=labai blogai; 5=labai gerai)

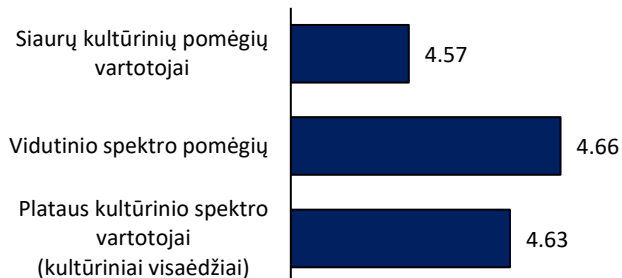
## Bendras vertinimas (%)



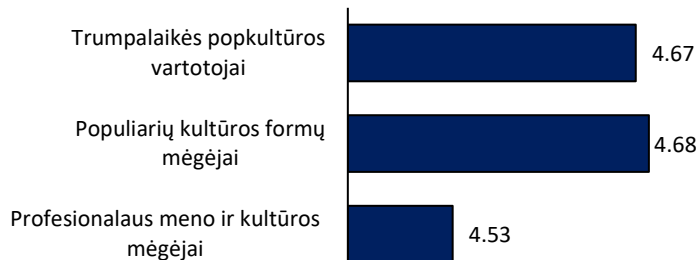
## Socialiniai laisvalaikio profiliai



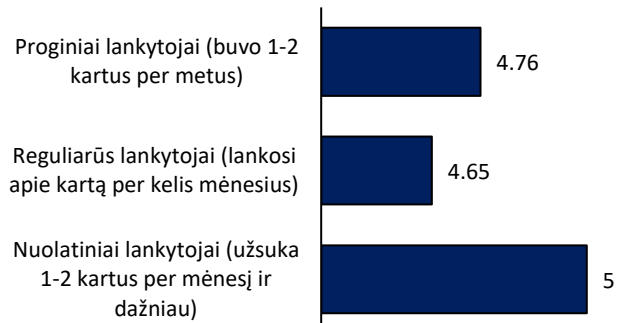
## Kultūros vartojimo spektras



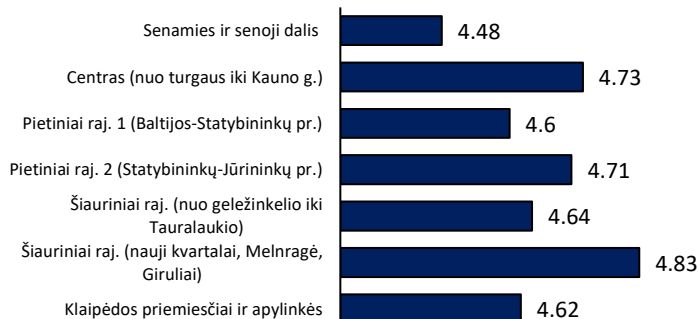
## Kultūrinis skonis



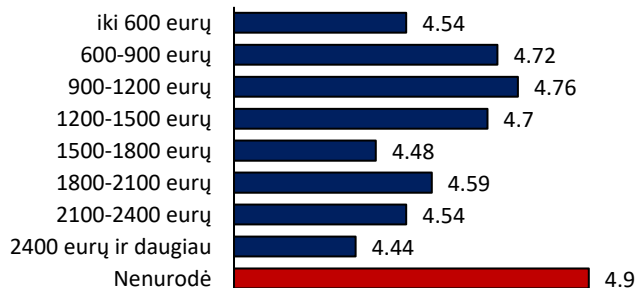
## Lankymosi reguliarumas



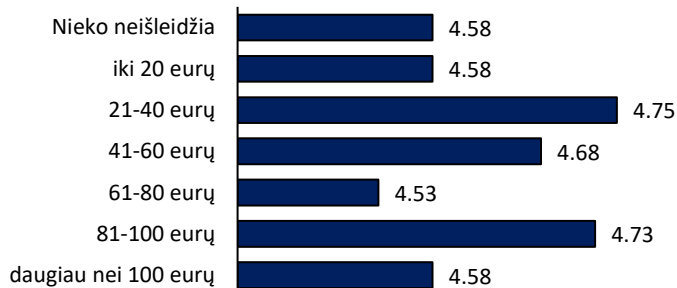
## Gyvenamoji vieta



## Pajamų grupės



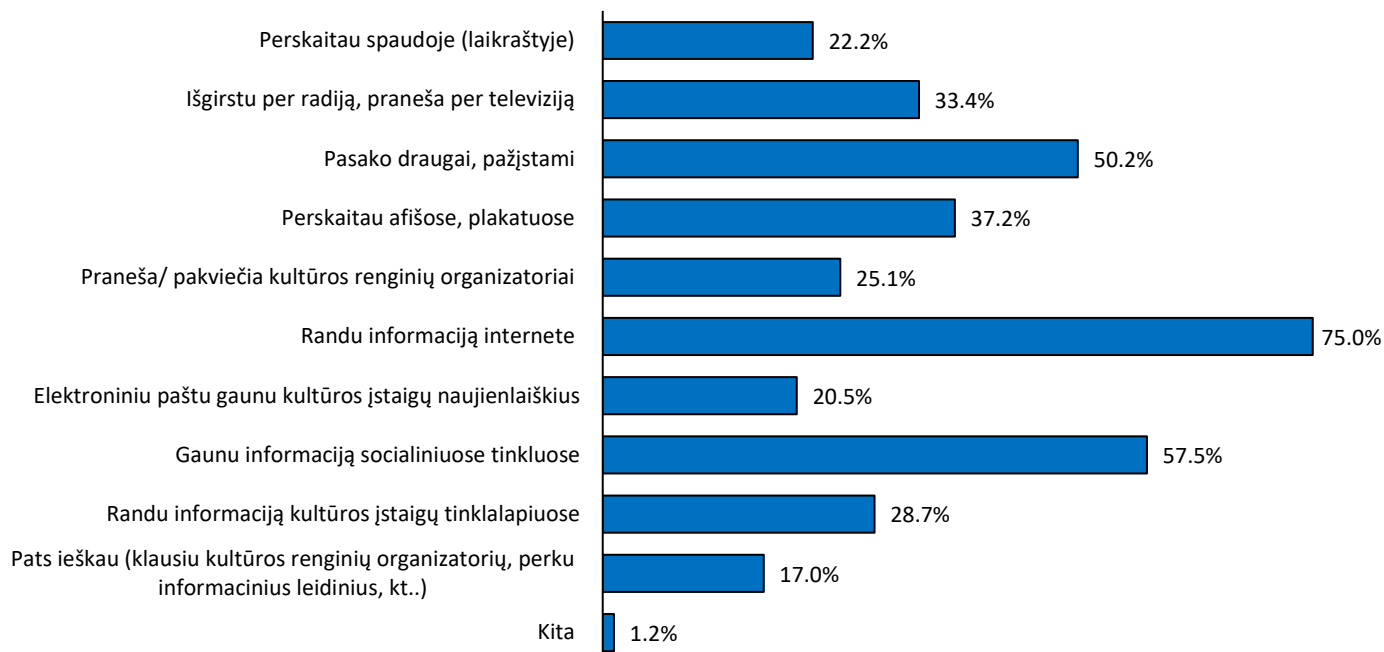
## Grupės, pagal mėnesio išlaidas kultūros reikmėms



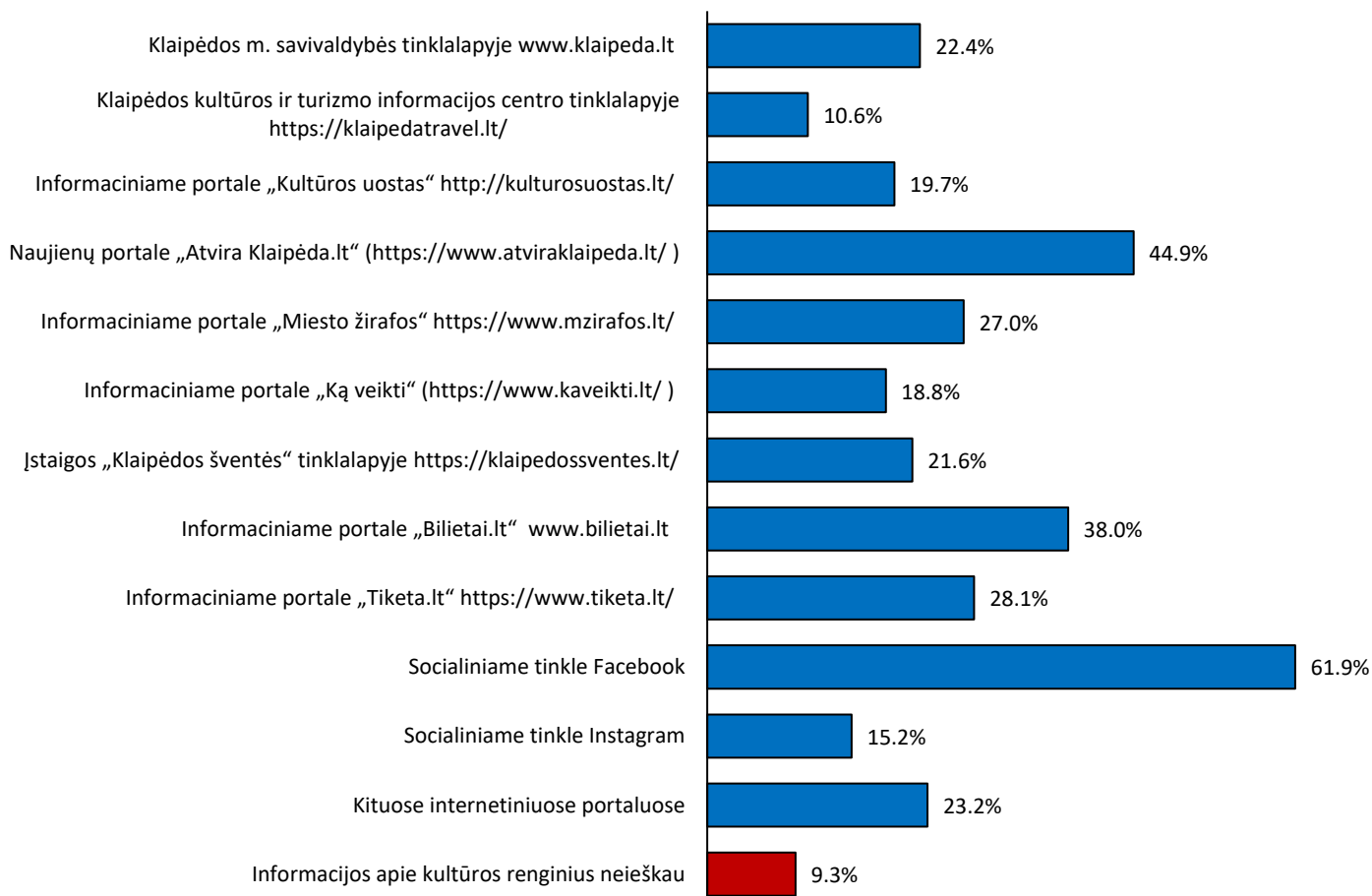
# Komunikacijos kanalai, kuriais dažniausiai naudojasi Klaipėdos valstybinio muzikinio teatro lankytojai

(%; sverti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

## Kaip dažniausiai sužinoma apie kultūros renginius Klaipėdoje?



## Kokiuose tinklalapiuose dažniausiai ieškoma informacijos apie kultūros renginius Klaipėdoje?

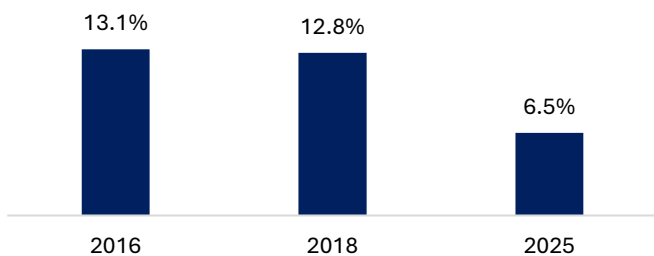


# Klaipėdos lėlių teatro auditorijos struktūra, 2025

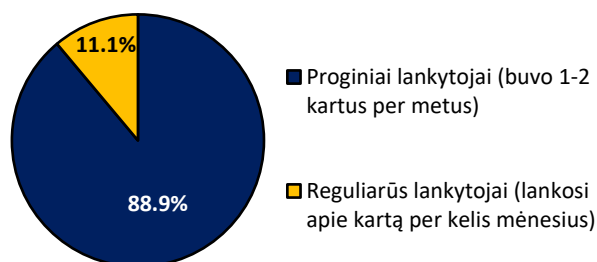
(%; svėrti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

## Bendras auditorijos dydis: dinamika 2016-2025

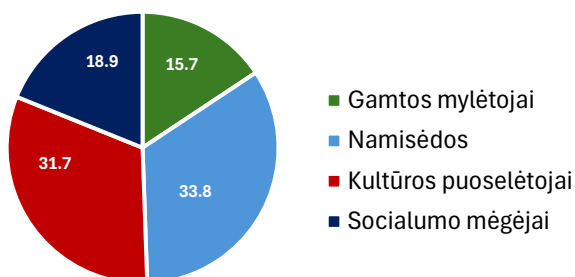
(kokia dalis apsilankė per paskutinius 12 mėn.; tik reprezentatyvi apklausa)



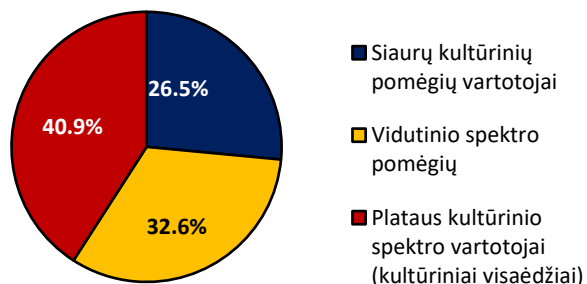
## Auditorijos sudėtis pagal apsilankymo dažnumą



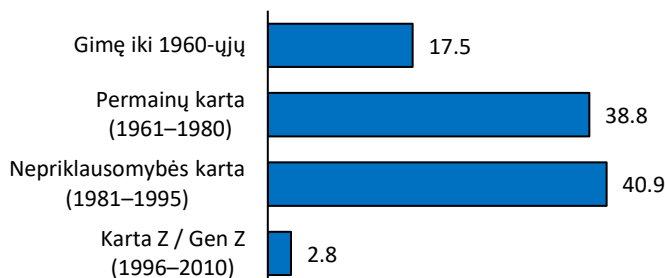
## Auditorijos struktūra pagal laisvalaikio profilius



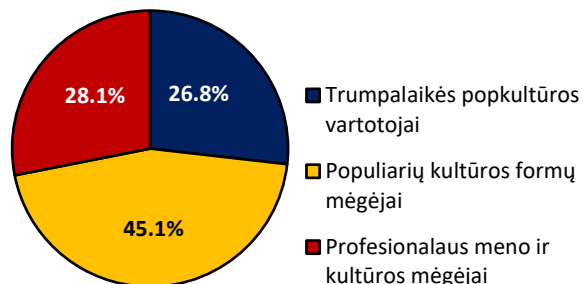
## Auditorijos sudėtis pagal kultūros vartojimo spektrą



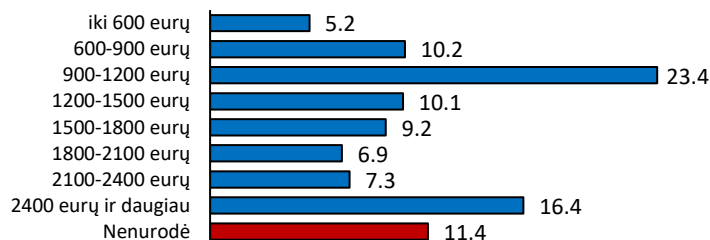
## Auditorijos amžiaus struktūra



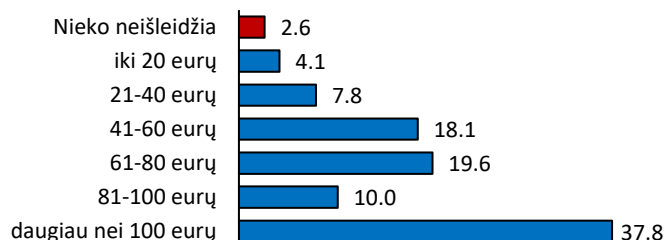
## Auditorijos sudėtis pagal kultūrinį skonį



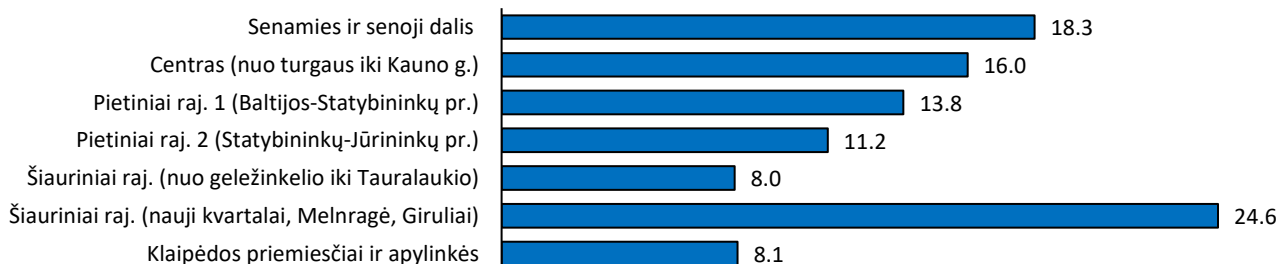
## Auditorijos struktūra pagal pajamų grupes



## Auditorijos struktūra pagal mėnesio išlaidas kultūrai



## Auditorijos struktūra pagal gyvenamąją vietą

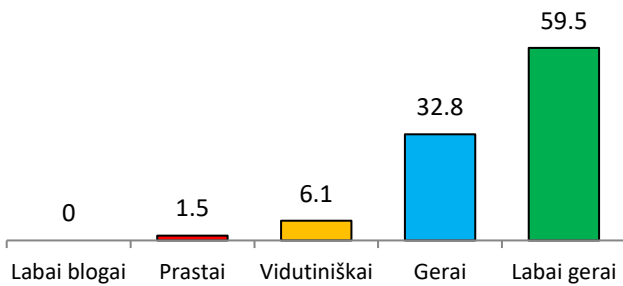


# Klaipėdos lėlių teatro vertinimai skirtingose socialinėse grupėse

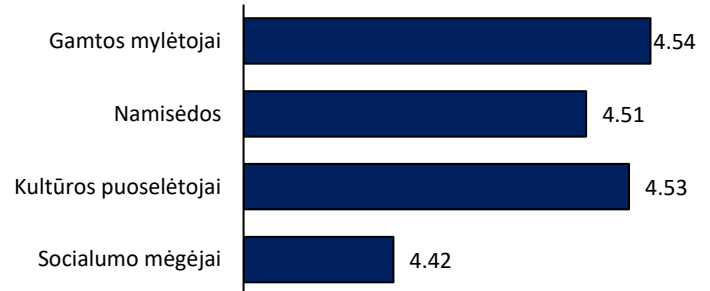
(integruoti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys; nesverti)

(vidurkis 5 balų skalėje: 1=labai blogai; 5=labai gerai)

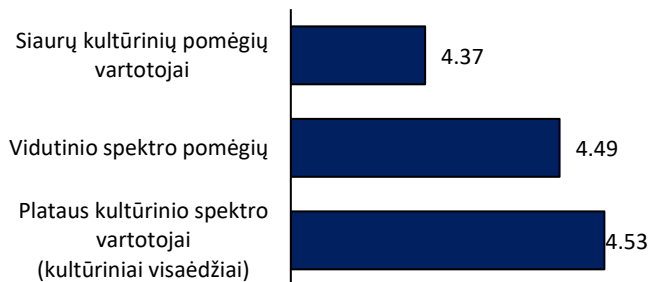
## Bendras vertinimas (%)



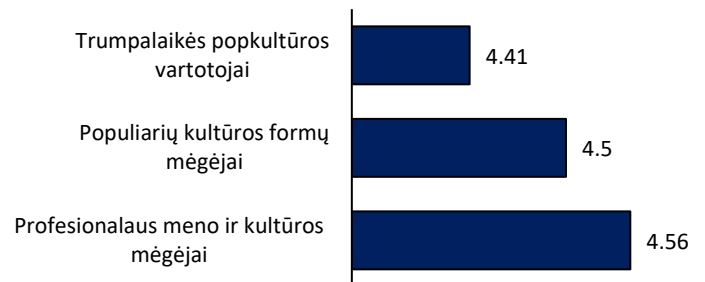
## Socialiniai laisvalaikio profiliai



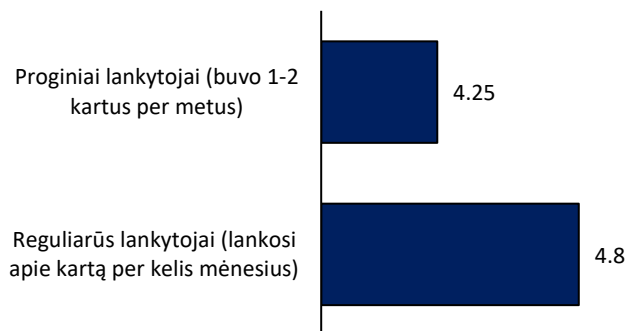
## Kultūros vartojimo spektras



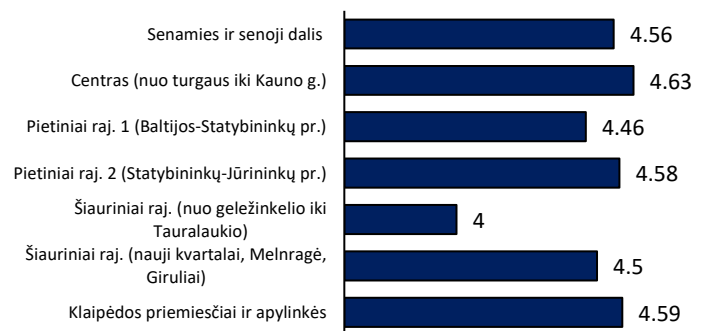
## Kultūrinis skonis



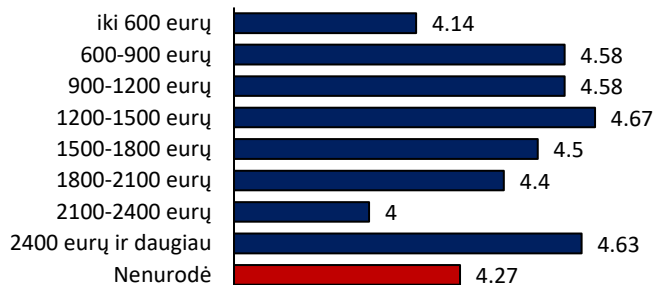
## Lankymosi reguliarumas



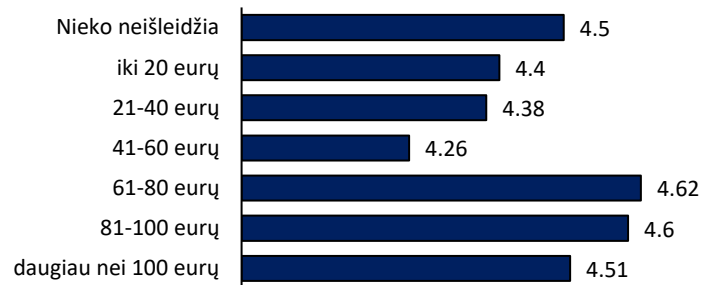
## Gyvenamoji vieta



## Pajamų grupės



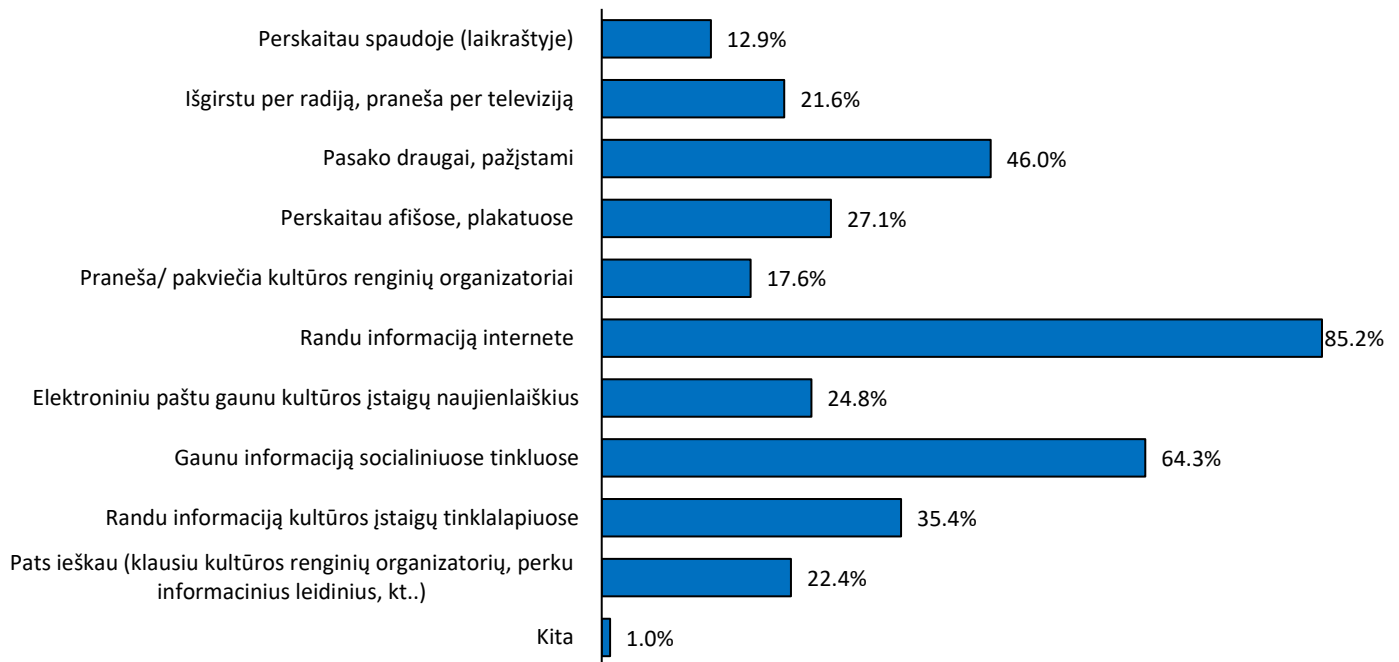
## Grupės, pagal mėnesio išlaidas kultūros reikmėms



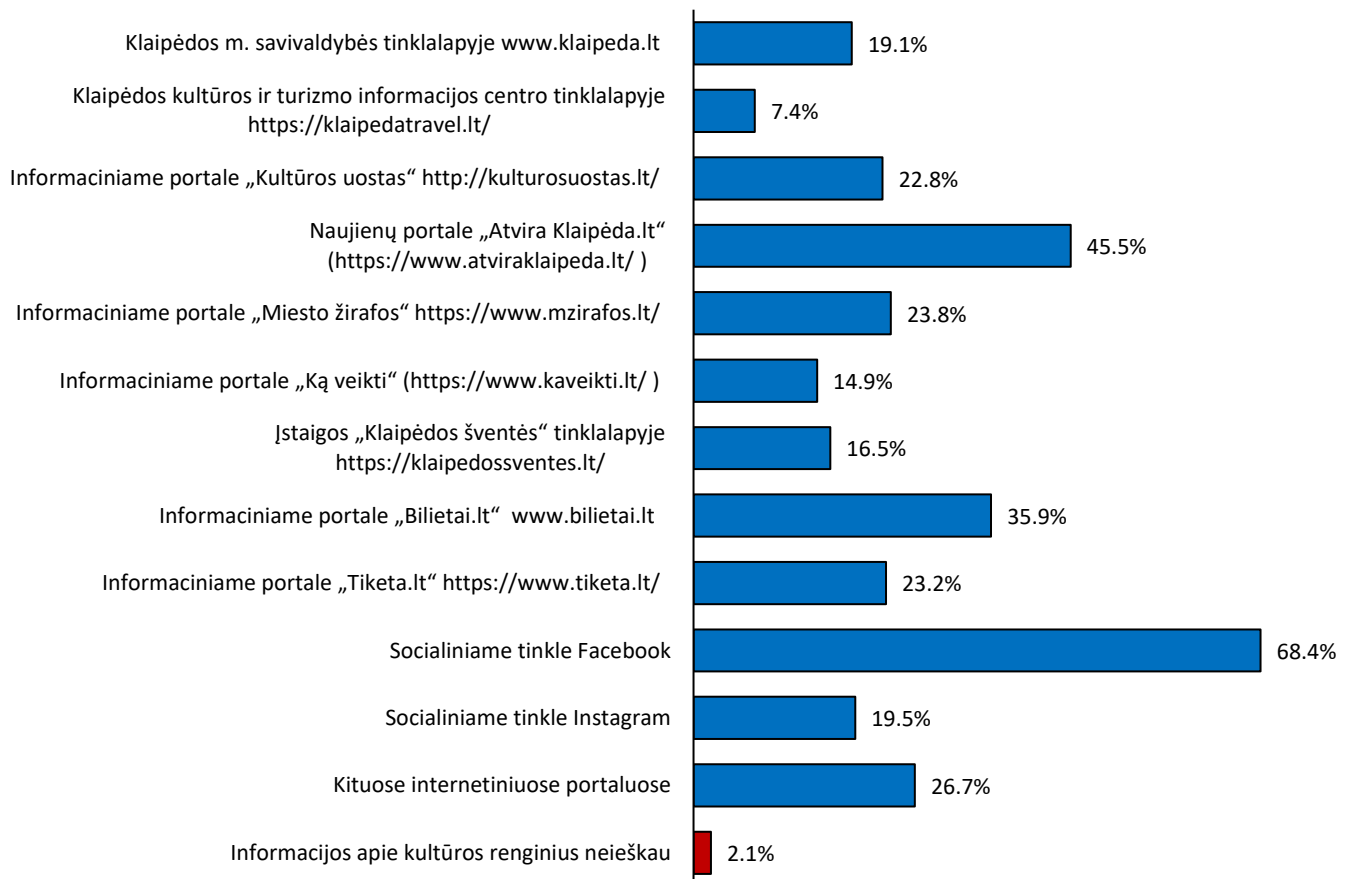
# Komunikacijos kanalai, kuriais dažniausiai naudojasi Klaipėdos lėlių teatro lankytojai

(%; svėrti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

## Kaip dažniausiai sužinoma apie kultūros renginius Klaipėdoje?



## Kokiuose tinklalapiuose dažniausiai ieškoma informacijos apie kultūros renginius Klaipėdoje?

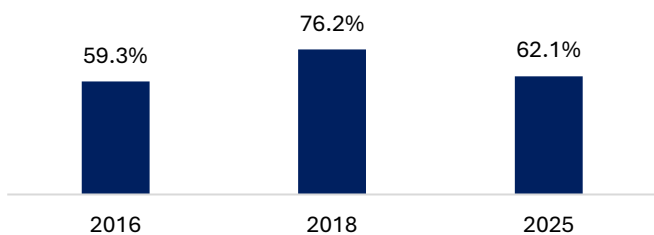


# „Švyturio“ arenos auditorijos struktūra, 2025

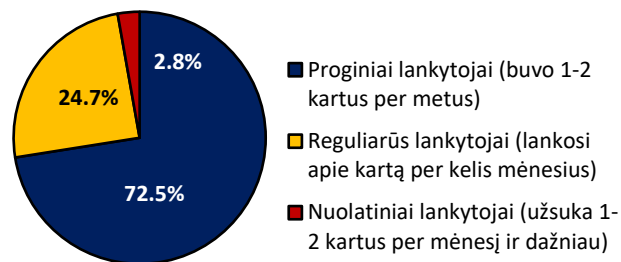
(%; svėrti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

## Bendras auditorijos dydis: dinamika 2016-2025

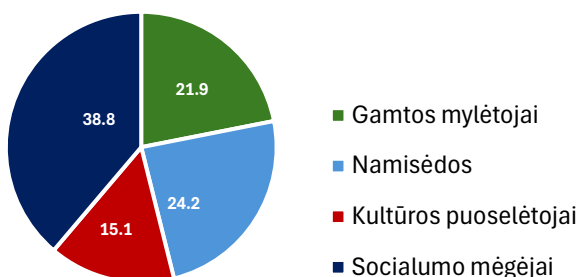
(kokia dalis apsilankė per paskutinius 12 mėn.; tik reprezentatyvi apklausa)



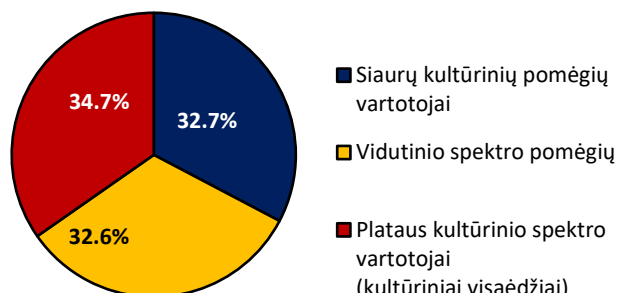
## Auditorijos sudėtis pagal apsilankymo dažnumą



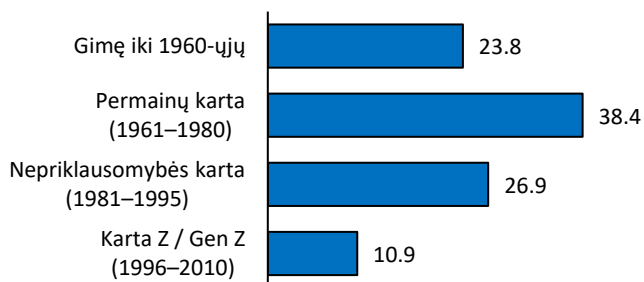
## Auditorijos struktūra pagal laisvalaikio profilius



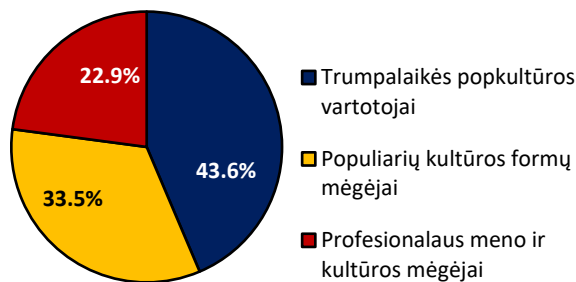
## Auditorijos sudėtis pagal kultūros vartojimo spektrą



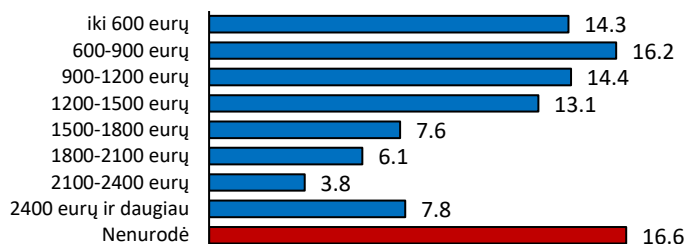
## Auditorijos amžiaus struktūra



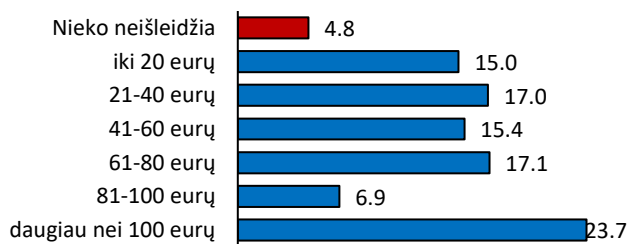
## Auditorijos sudėtis pagal kultūrinį skonį



## Auditorijos struktūra pagal pajamų grupes



## Auditorijos struktūra pagal mėnesio išlaidas kultūrai



## Auditorijos struktūra pagal gyvenamąją vietą

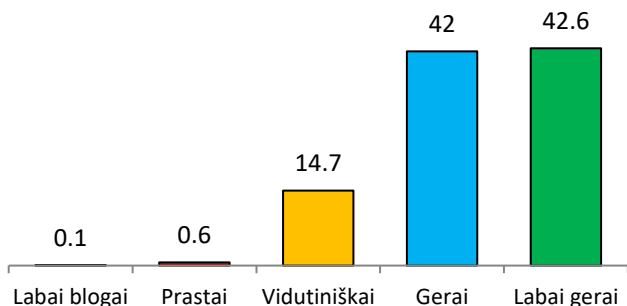


# „Švyturio“ arenos vertinimai skirtingose socialinėse grupėse

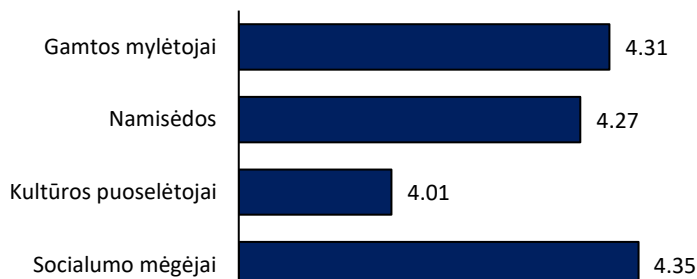
(integruoti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys; nesverti)

(vidurkis 5 balų skalėje: 1=labai blogai; 5=labai gerai)

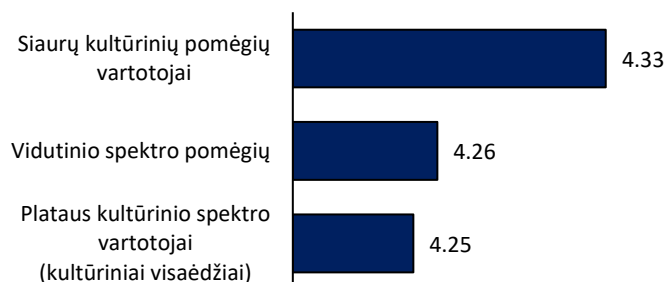
## Bendras vertinimas (%)



## Socialiniai laisvalaikio profiliai



## Kultūros vartojimo spektras



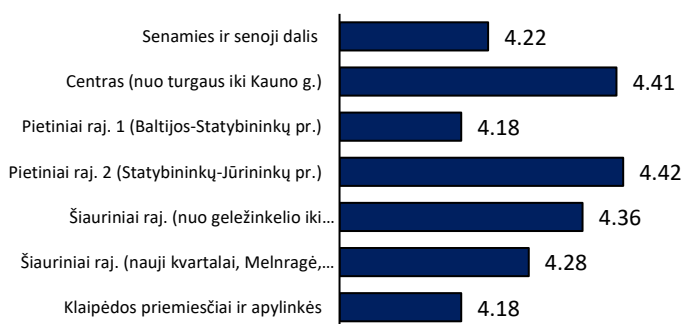
## Kultūrinis skonis



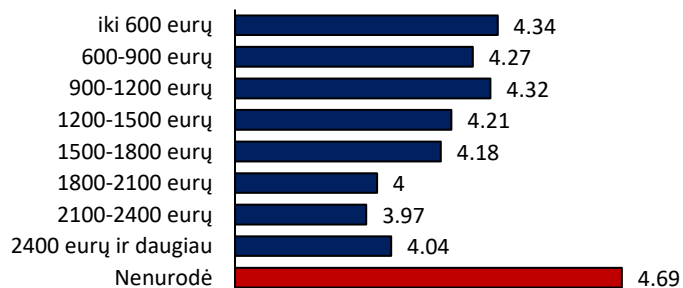
## Lankymosi reguliarumas



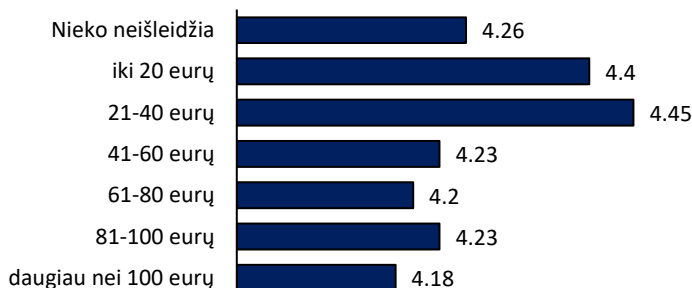
## Gyvenamoji vieta



## Pajamų grupės



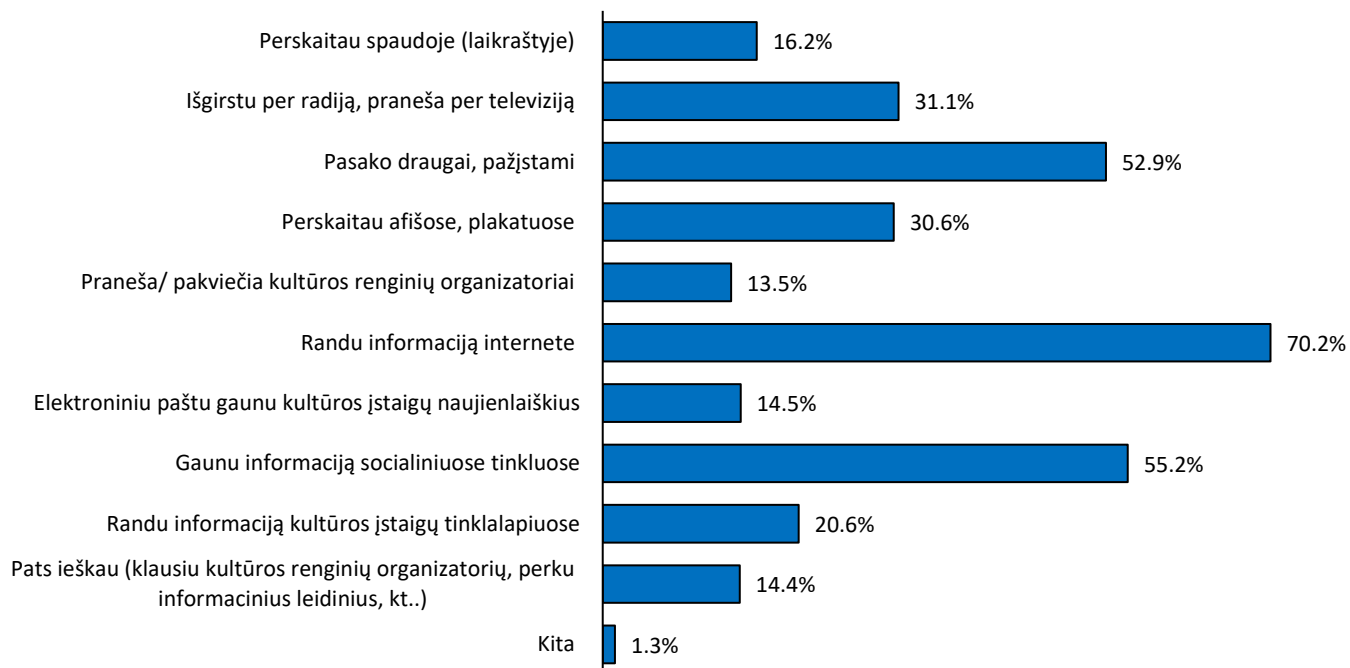
## Grupės, pagal mėnesio išlaidas kultūros reikmėms



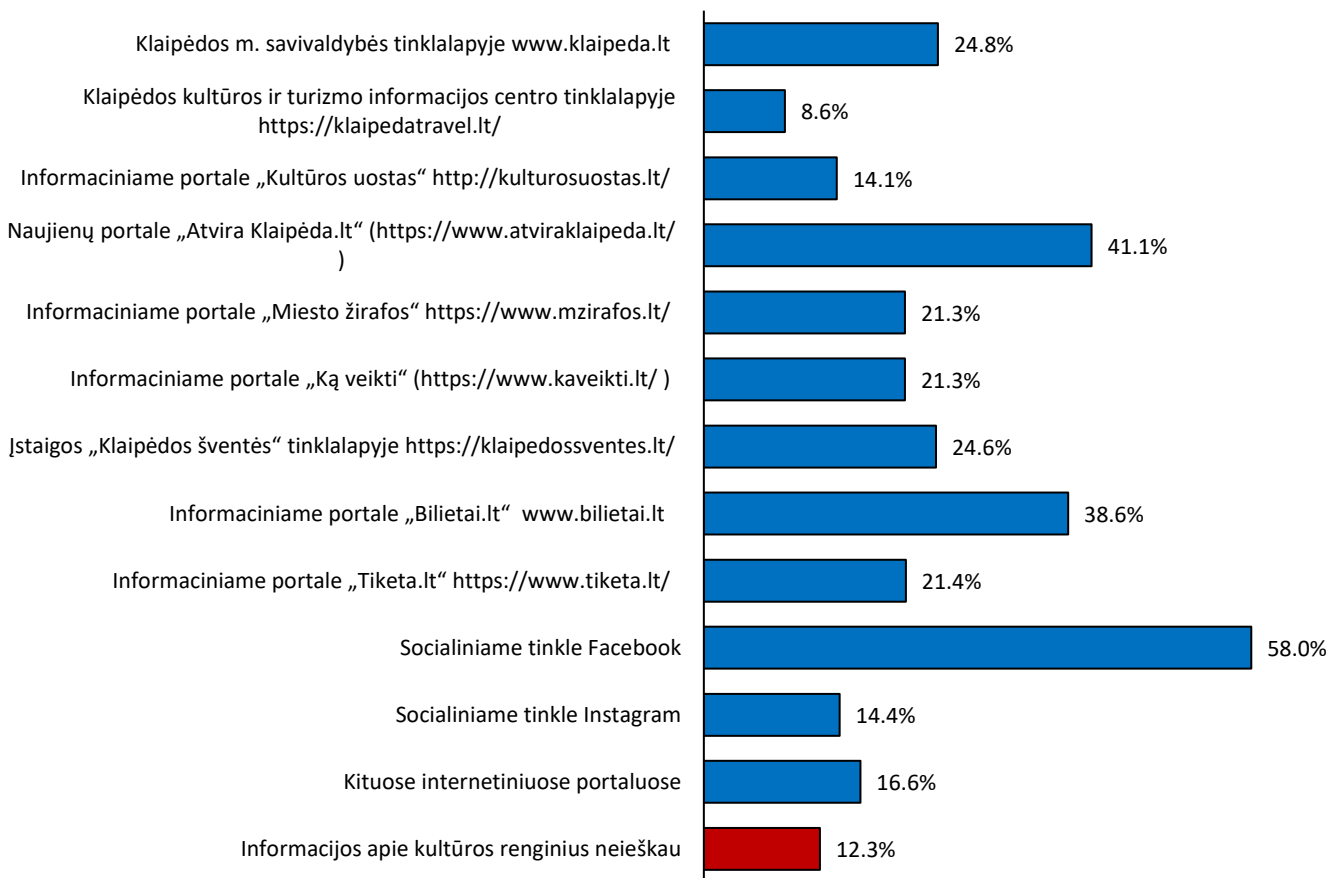
## Komunikacijos kanalai, kuriais dažniausiai naudojasi „Švyturio“ arenos lankytojai

(%; svėrti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

### Kaip dažniausiai sužinoma apie kultūros renginius Klaipėdoje?



### Kokiuose tinklalapiuose dažniausiai ieškoma informacijos apie kultūros renginius Klaipėdoje?

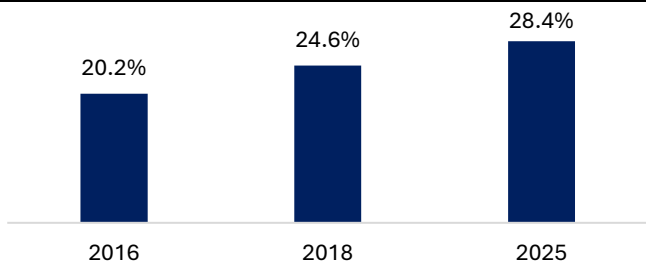


# „Kultūros fabrikas“ (KUFA) auditorijos struktūra, 2025

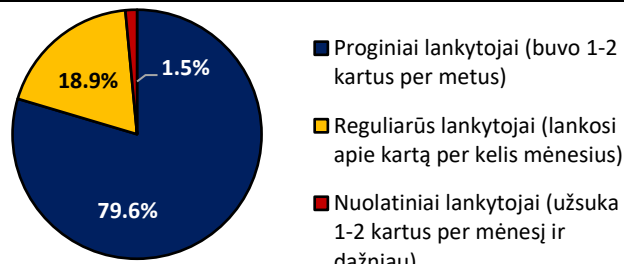
(%; svėrti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

## Bendras auditorijos dydis: dinamika 2016-2025

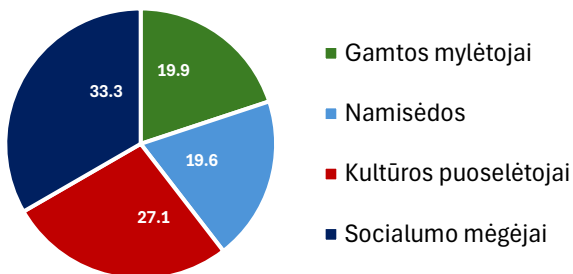
(kokia dalis apsilankė per paskutinius 12 mėn.; tik reprezentatyvi apklausa)



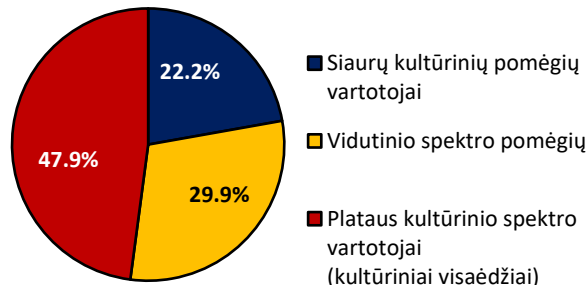
## Auditorijos sudėtis pagal apsilankymo dažnumą



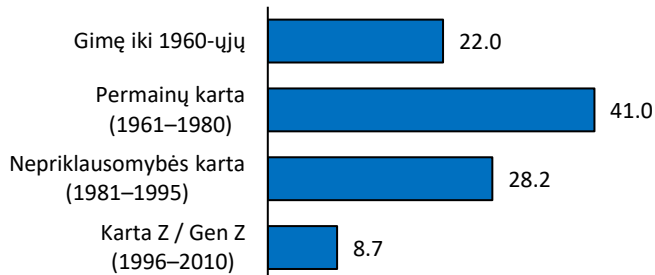
## Auditorijos struktūra pagal laisvalaikio profilius



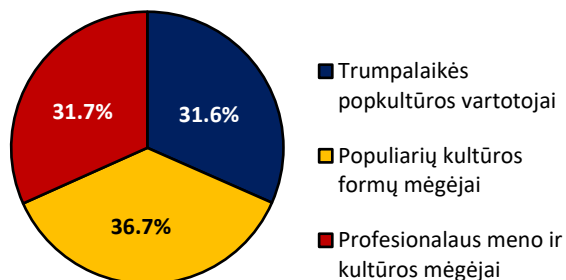
## Auditorijos sudėtis pagal kultūros vartojimo spektrą



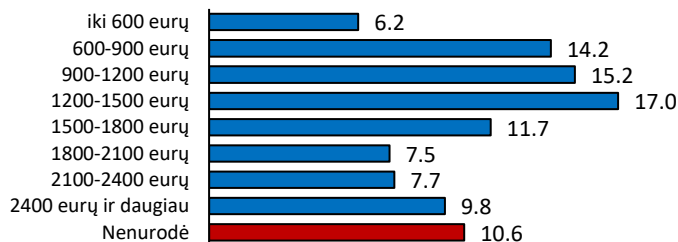
## Auditorijos amžiaus struktūra



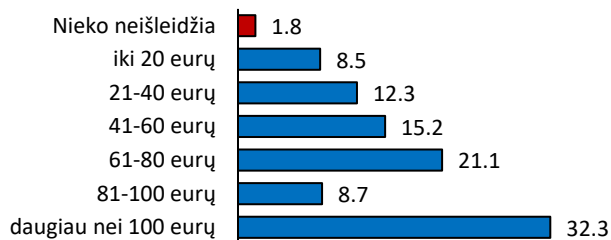
## Auditorijos sudėtis pagal kultūrinį skonį



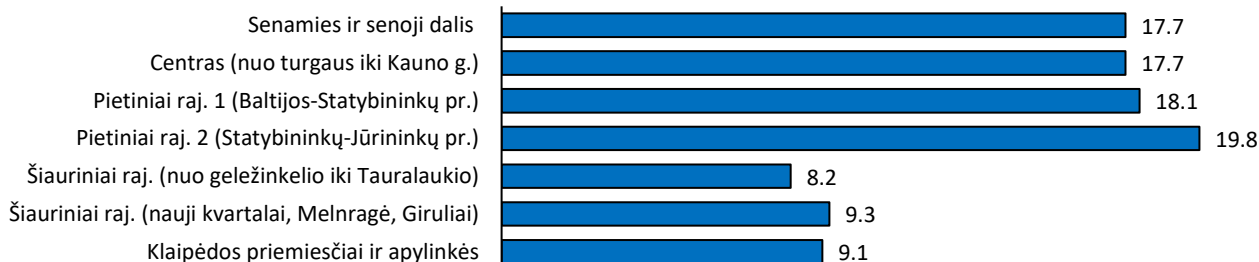
## Auditorijos struktūra pagal pajamų grupes



## Auditorijos struktūra pagal mėnesio išlaidas kultūrai



## Auditorijos struktūra pagal gyvenamąją vietą



# „Kultūros fabrikas“ (KUFA) vertinimai skirtingose socialinėse grupėse

(integruoti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys; nesverti)

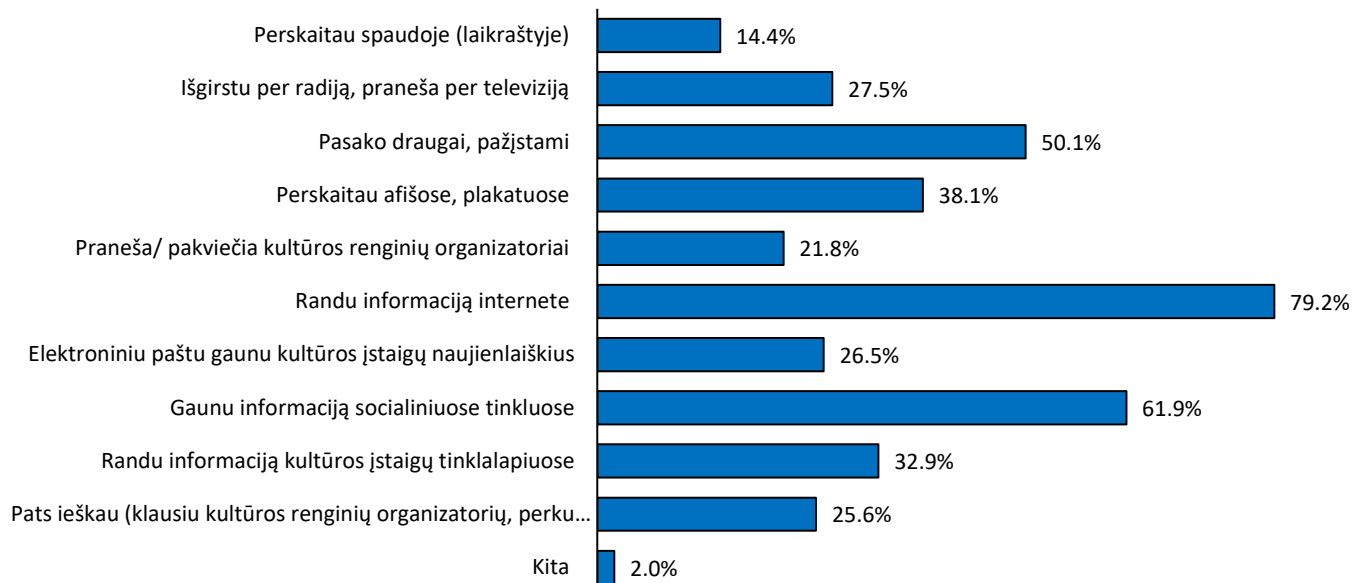
(vidurkis 5 balų skalėje: 1=labai blogai; 5=labai gerai)

Bendras vertinimas (%)	Socialiniai laisvalaikio profiliai																																
<table border="1"> <tr><td>Labai blogai</td><td>0.4</td></tr> <tr><td>Prastai</td><td>0.5</td></tr> <tr><td>Vidutiniškai</td><td>11.1</td></tr> <tr><td>Gerai</td><td>50.2</td></tr> <tr><td>Labai gerai</td><td>37.9</td></tr> </table>	Labai blogai	0.4	Prastai	0.5	Vidutiniškai	11.1	Gerai	50.2	Labai gerai	37.9	<table border="1"> <tr><td>Gamtos mylėtojai</td><td>4.29</td></tr> <tr><td>Namisėdos</td><td>4.15</td></tr> <tr><td>Kultūros puoselėtojai</td><td>4.2</td></tr> <tr><td>Socialumo mėgėjai</td><td>4.34</td></tr> </table>	Gamtos mylėtojai	4.29	Namisėdos	4.15	Kultūros puoselėtojai	4.2	Socialumo mėgėjai	4.34														
Labai blogai	0.4																																
Prastai	0.5																																
Vidutiniškai	11.1																																
Gerai	50.2																																
Labai gerai	37.9																																
Gamtos mylėtojai	4.29																																
Namisėdos	4.15																																
Kultūros puoselėtojai	4.2																																
Socialumo mėgėjai	4.34																																
Kultūros vartojimo spektras	Kultūrinis skonis																																
<table border="1"> <tr><td>Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai</td><td>4.31</td></tr> <tr><td>Vidutinio spektro pomėgių</td><td>4.18</td></tr> <tr><td>Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)</td><td>4.28</td></tr> </table>	Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai	4.31	Vidutinio spektro pomėgių	4.18	Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)	4.28	<table border="1"> <tr><td>Trumpalaikės popkultūros vartotojai</td><td>4.21</td></tr> <tr><td>Populiarių kultūros formų mėgėjai</td><td>4.27</td></tr> <tr><td>Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai</td><td>4.24</td></tr> </table>	Trumpalaikės popkultūros vartotojai	4.21	Populiarių kultūros formų mėgėjai	4.27	Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai	4.24																				
Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai	4.31																																
Vidutinio spektro pomėgių	4.18																																
Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)	4.28																																
Trumpalaikės popkultūros vartotojai	4.21																																
Populiarių kultūros formų mėgėjai	4.27																																
Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai	4.24																																
Lankymosi reguliarumas	Gyvenamoji vieta																																
<table border="1"> <tr><td>Proginiai lankytojai (buvo 1-2 kartus per metus)</td><td>4.37</td></tr> <tr><td>Reguliarūs lankytojai (lankosi apie kartą per kelis mėnesius)</td><td>4.57</td></tr> <tr><td>Nuolatiniai lankytojai (užsuka 1-2 kartus per mėnesį ir dažniau)</td><td>4.67</td></tr> </table>	Proginiai lankytojai (buvo 1-2 kartus per metus)	4.37	Reguliarūs lankytojai (lankosi apie kartą per kelis mėnesius)	4.57	Nuolatiniai lankytojai (užsuka 1-2 kartus per mėnesį ir dažniau)	4.67	<table border="1"> <tr><td>Senamies ir senoji dalis</td><td>4.23</td></tr> <tr><td>Centras (nuo turgaus iki Kauno g.)</td><td>4.24</td></tr> <tr><td>Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.)</td><td>4.26</td></tr> <tr><td>Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.)</td><td>4.14</td></tr> <tr><td>Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio)</td><td>4.4</td></tr> <tr><td>Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai)</td><td>4.45</td></tr> <tr><td>Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės</td><td>4.19</td></tr> </table>	Senamies ir senoji dalis	4.23	Centras (nuo turgaus iki Kauno g.)	4.24	Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.)	4.26	Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.)	4.14	Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio)	4.4	Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai)	4.45	Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės	4.19												
Proginiai lankytojai (buvo 1-2 kartus per metus)	4.37																																
Reguliarūs lankytojai (lankosi apie kartą per kelis mėnesius)	4.57																																
Nuolatiniai lankytojai (užsuka 1-2 kartus per mėnesį ir dažniau)	4.67																																
Senamies ir senoji dalis	4.23																																
Centras (nuo turgaus iki Kauno g.)	4.24																																
Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.)	4.26																																
Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.)	4.14																																
Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio)	4.4																																
Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai)	4.45																																
Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės	4.19																																
Pajamų grupės	Grupės, pagal mėnesio išlaidas kultūros reikmėms																																
<table border="1"> <tr><td>iki 600 eurų</td><td>4.21</td></tr> <tr><td>600-900 eurų</td><td>4.42</td></tr> <tr><td>900-1200 eurų</td><td>4.41</td></tr> <tr><td>1200-1500 eurų</td><td>4.25</td></tr> <tr><td>1500-1800 eurų</td><td>4.07</td></tr> <tr><td>1800-2100 eurų</td><td>4</td></tr> <tr><td>2100-2400 eurų</td><td>4.21</td></tr> <tr><td>2400 eurų ir daugiau</td><td>4.17</td></tr> <tr><td>Nenurodė</td><td>4.67</td></tr> </table>	iki 600 eurų	4.21	600-900 eurų	4.42	900-1200 eurų	4.41	1200-1500 eurų	4.25	1500-1800 eurų	4.07	1800-2100 eurų	4	2100-2400 eurų	4.21	2400 eurų ir daugiau	4.17	Nenurodė	4.67	<table border="1"> <tr><td>Nieko neišleidžia</td><td>4</td></tr> <tr><td>iki 20 eurų</td><td>4.16</td></tr> <tr><td>21-40 eurų</td><td>4.33</td></tr> <tr><td>41-60 eurų</td><td>4.3</td></tr> <tr><td>61-80 eurų</td><td>4.21</td></tr> <tr><td>81-100 eurų</td><td>4.34</td></tr> <tr><td>daugiau nei 100 eurų</td><td>4.19</td></tr> </table>	Nieko neišleidžia	4	iki 20 eurų	4.16	21-40 eurų	4.33	41-60 eurų	4.3	61-80 eurų	4.21	81-100 eurų	4.34	daugiau nei 100 eurų	4.19
iki 600 eurų	4.21																																
600-900 eurų	4.42																																
900-1200 eurų	4.41																																
1200-1500 eurų	4.25																																
1500-1800 eurų	4.07																																
1800-2100 eurų	4																																
2100-2400 eurų	4.21																																
2400 eurų ir daugiau	4.17																																
Nenurodė	4.67																																
Nieko neišleidžia	4																																
iki 20 eurų	4.16																																
21-40 eurų	4.33																																
41-60 eurų	4.3																																
61-80 eurų	4.21																																
81-100 eurų	4.34																																
daugiau nei 100 eurų	4.19																																

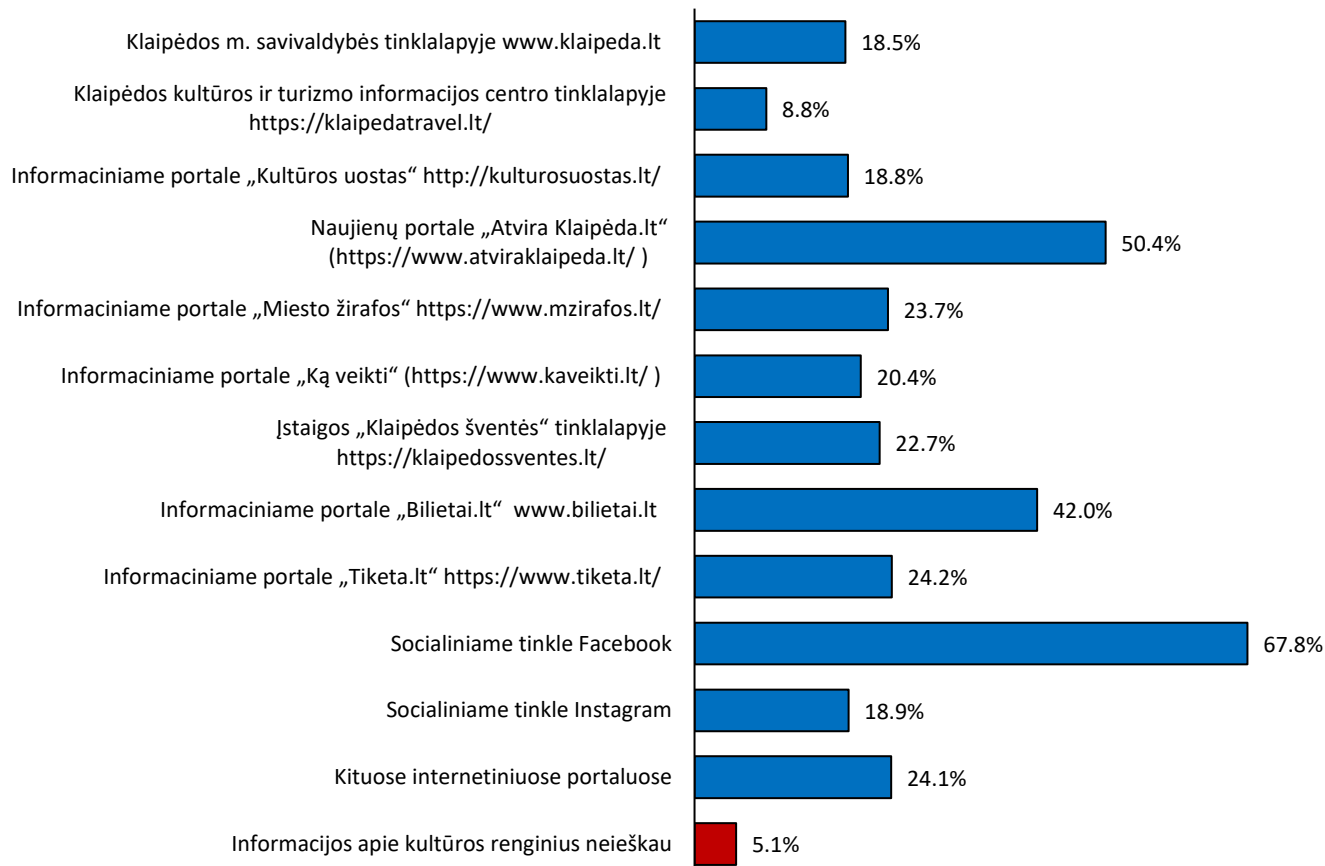
## Komunikacijos kanalai, kuriais dažniausiai naudojasi „Kultūros fabrikas“ (KUFA) lankytojai

(%; svėrti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

### Kaip dažniausiai sužinoma apie kultūros renginius Klaipėdoje?



### Kokiuose tinklalapiuose dažniausiai ieškoma informacijos apie kultūros renginius Klaipėdoje?

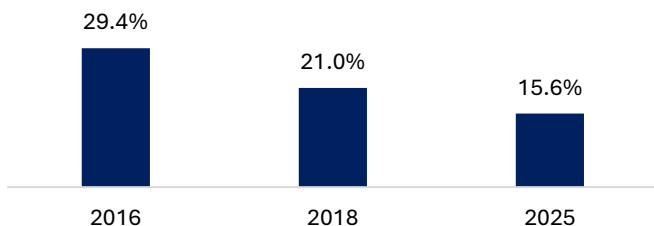


# Klaipėdos kultūrų komunikacijų centro auditorijos struktūra, 2025

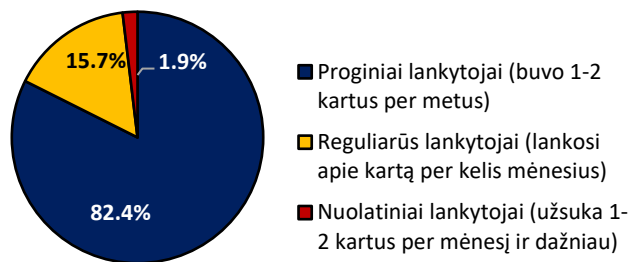
(%; svėrti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

## Bendras auditorijos dydis: dinamika 2016-2025

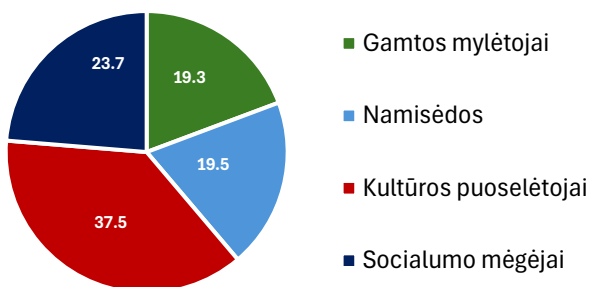
(kokia dalis apsilankė per paskutinius 12 mėn.; tik reprezentatyvi apklausa)



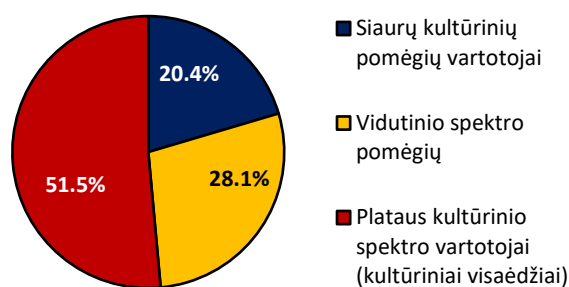
## Auditorijos sudėtis pagal apsilankymo dažnumą



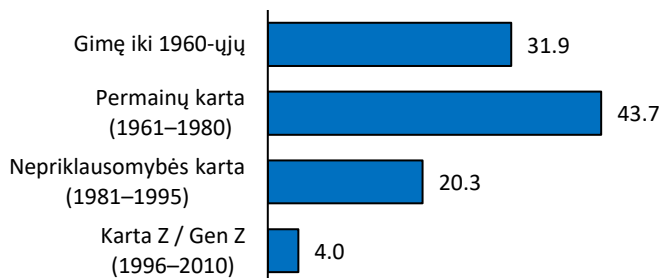
## Auditorijos struktūra pagal laisvalaikio profilius



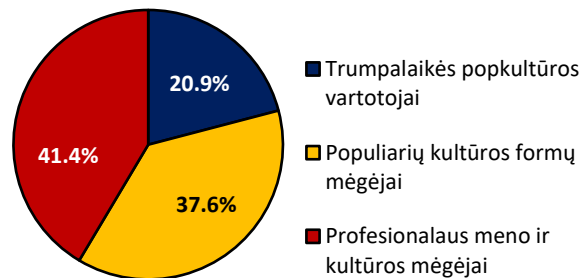
## Auditorijos sudėtis pagal kultūros vartojimo spektrą



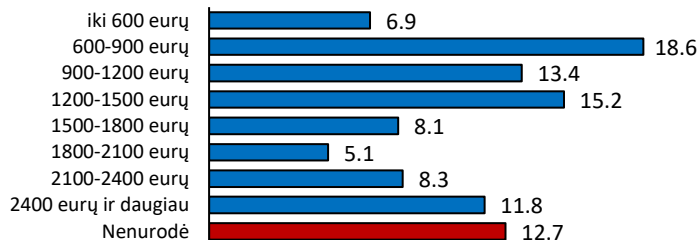
## Auditorijos amžiaus struktūra



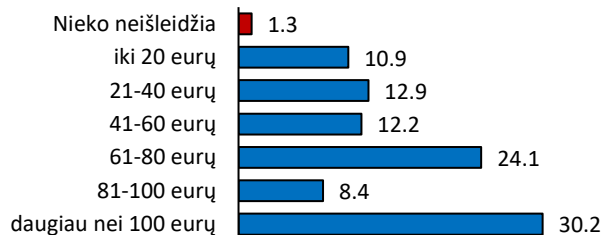
## Auditorijos sudėtis pagal kultūrinį skonį



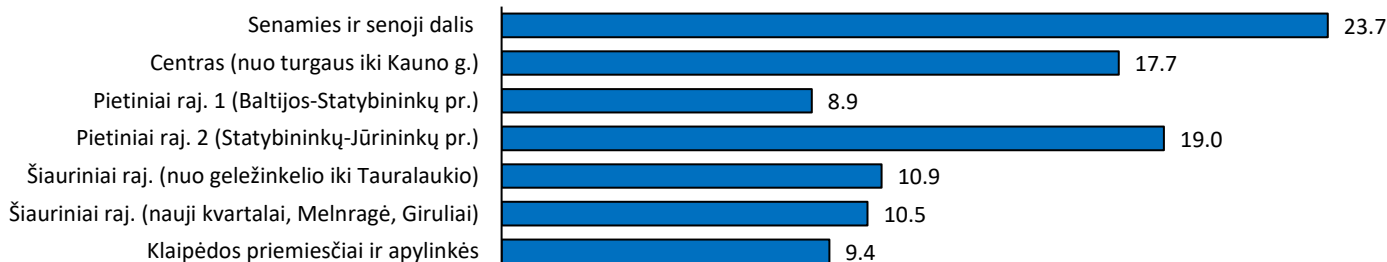
## Auditorijos struktūra pagal pajamų grupes



## Auditorijos struktūra pagal mėnesio išlaidas kultūrai



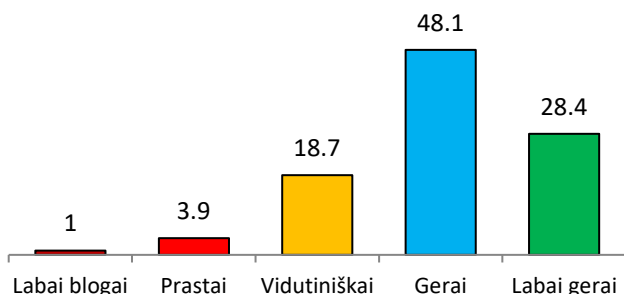
## Auditorijos struktūra pagal gyvenamąją vietą



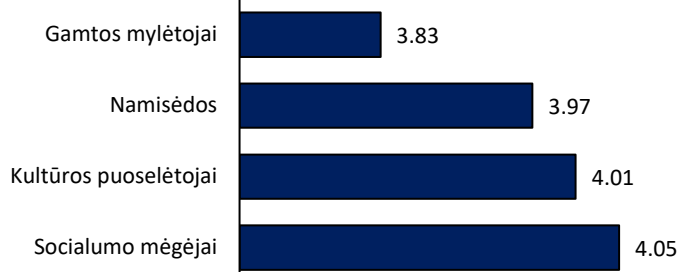
# Klaipėdos kultūrų komunikacijų centro vertinimai skirtingose socialinėse grupėse

(integruoti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys; nesverti)  
(vidurkis 5 balų skalėje: 1=labai blogai; 5=labai gerai)

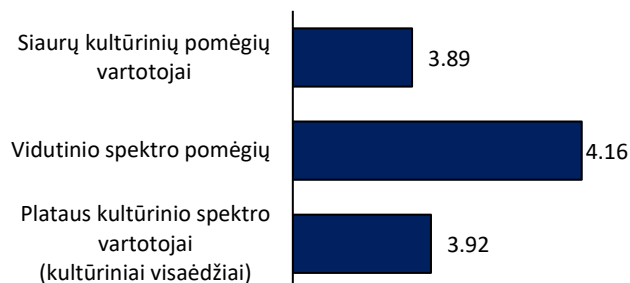
## Bendras vertinimas (%)



## Socialiniai laisvalaikio profiliai



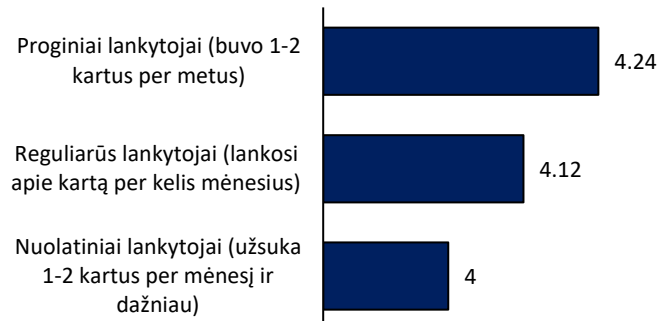
## Kultūros vartojimo spektras



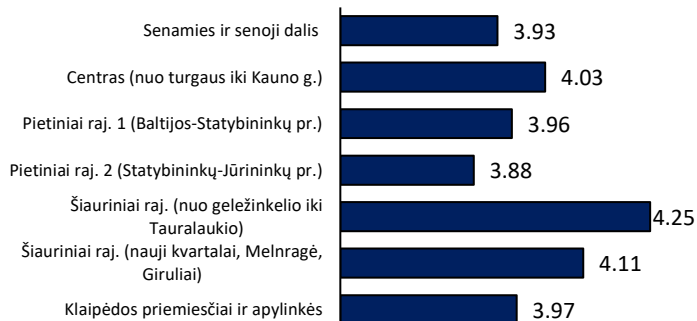
## Kultūrinis skonis



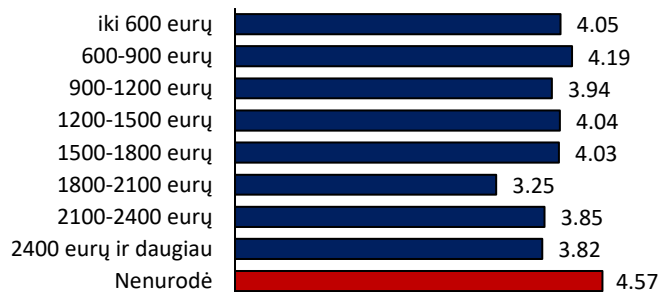
## Lankymosi reguliarumas



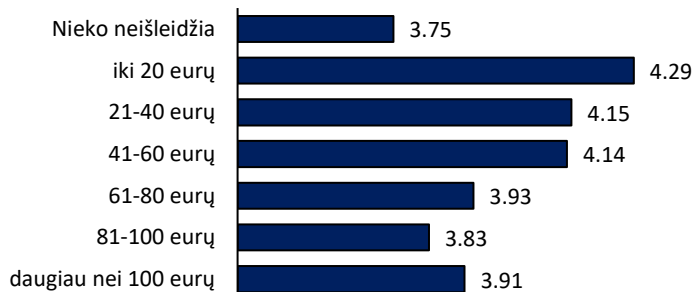
## Gyvenamoji vieta



## Pajamų grupės



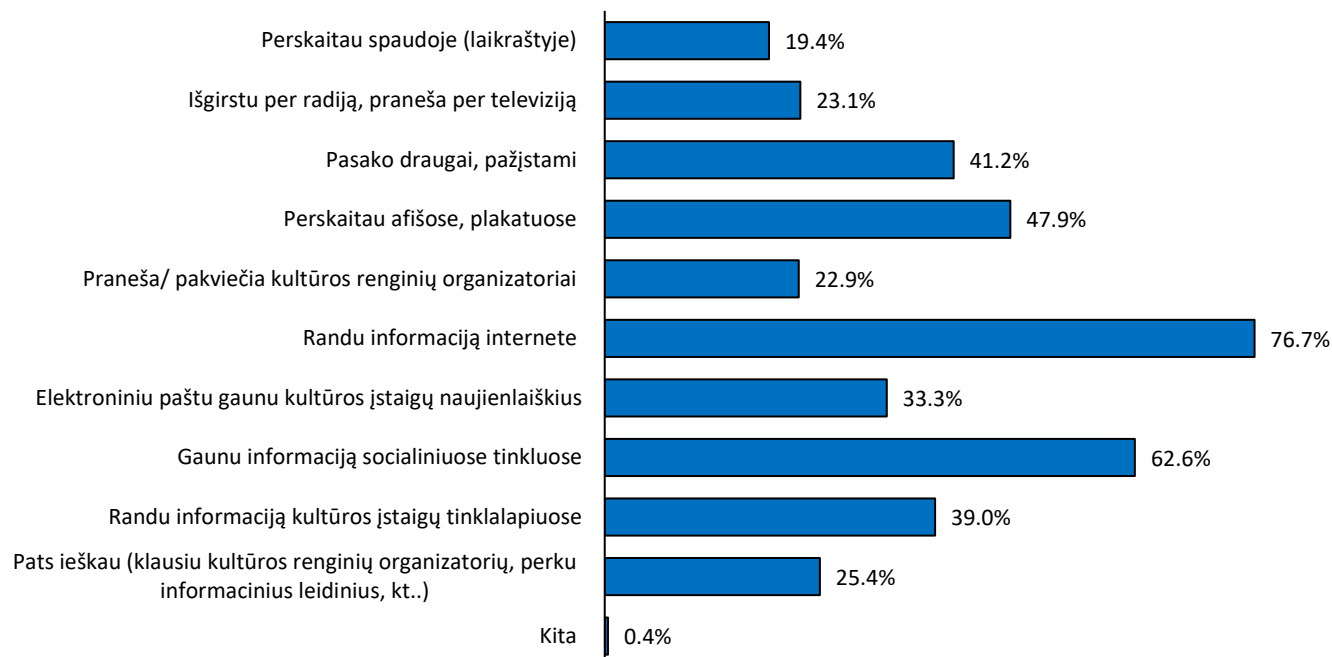
## Grupės, pagal mėnesio išlaidas kultūros reikmėms



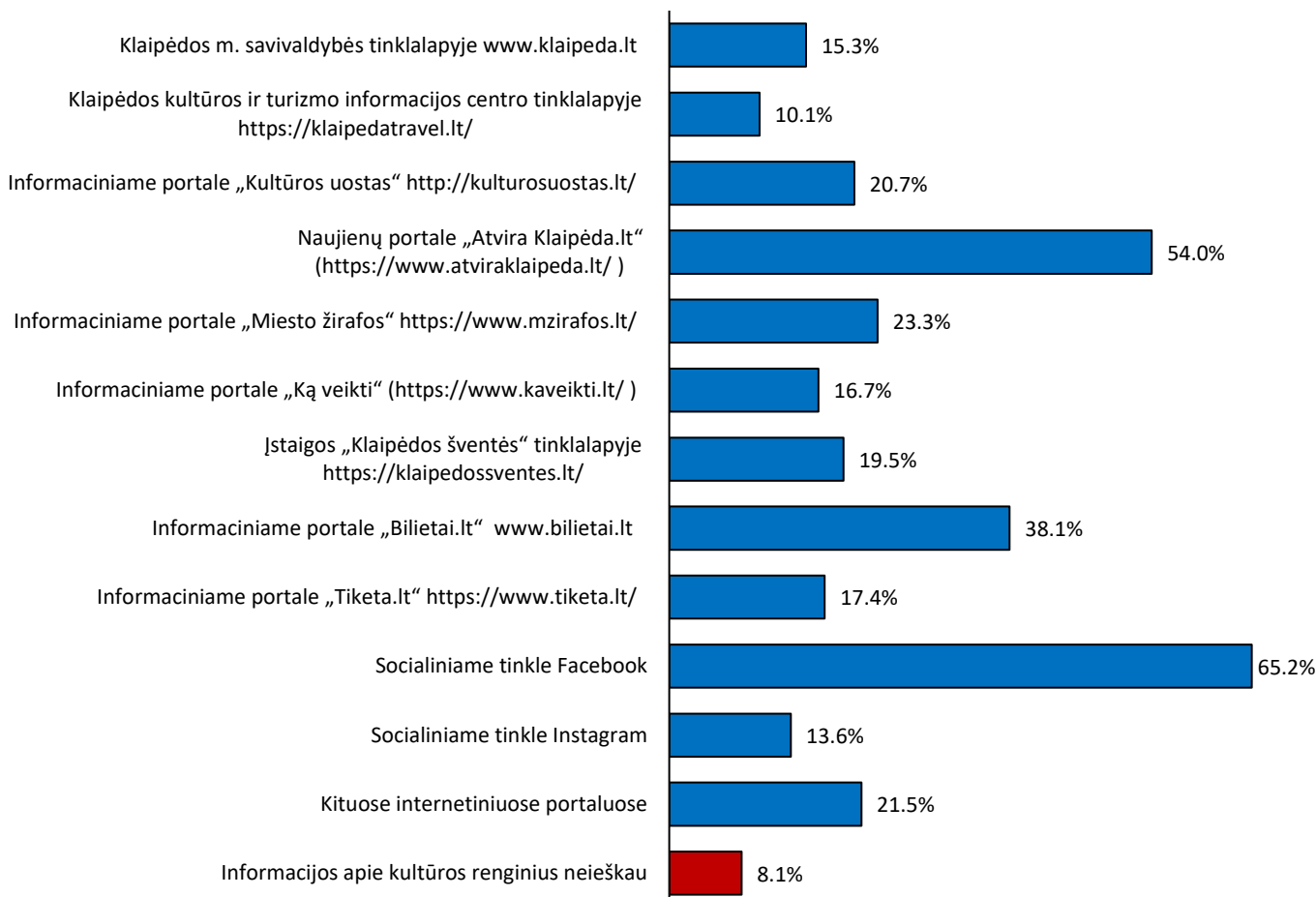
# Komunikacijos kanalai, kuriais dažniausiai naudojasi kultūrų komunikacijų centro lankytojai

(%; svėrti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

## Kaip dažniausiai sužinoma apie kultūros renginius Klaipėdoje?



## Kokiuose tinklalapiuose dažniausiai ieškoma informacijos apie kultūros renginius Klaipėdoje?

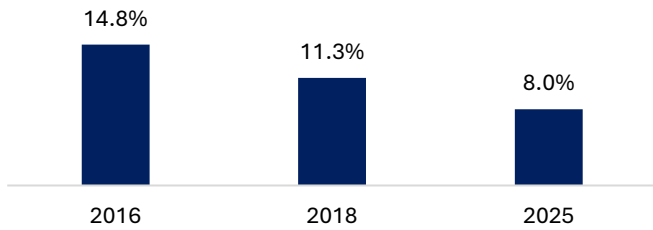


# Klaipėdos etnokultūros centro auditorijos struktūra, 2025

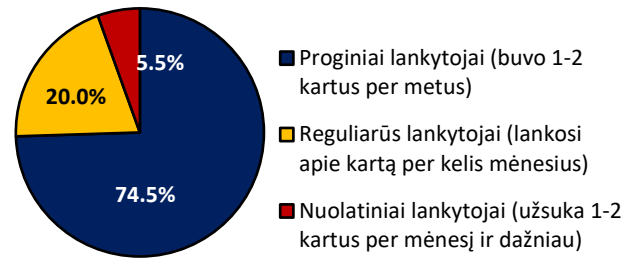
(%; svėrti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

## Bendras auditorijos dydis: dinamika 2016-2025

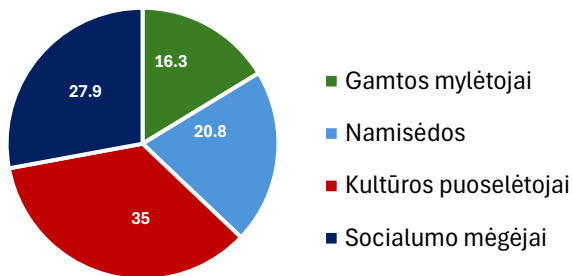
(kokia dalis apsilankė per paskutinius 12 mėn.; tik reprezentatyvi apklausa)



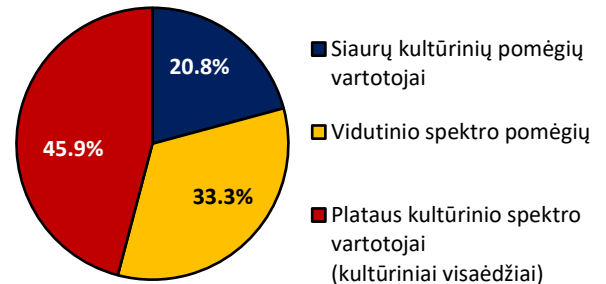
## Auditorijos sudėtis pagal apsilankymo dažnumą



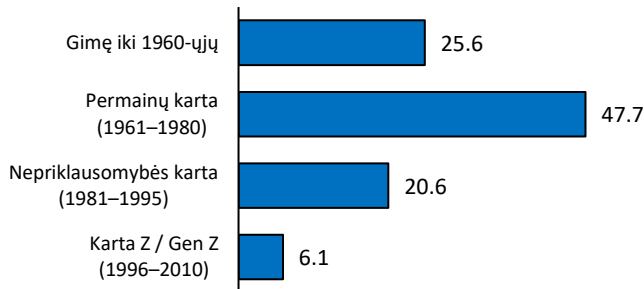
## Auditorijos struktūra pagal laisvalaikio profilius



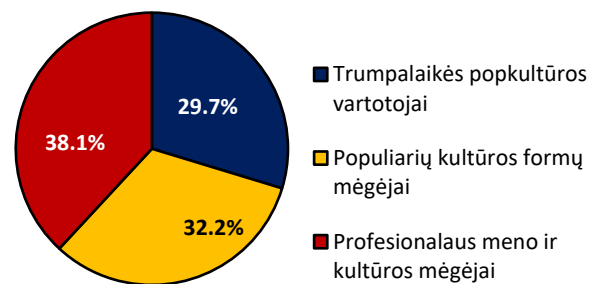
## Auditorijos sudėtis pagal kultūros vartojimo spektrą



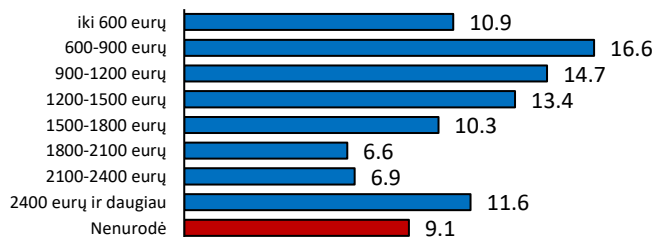
## Auditorijos amžiaus struktūra



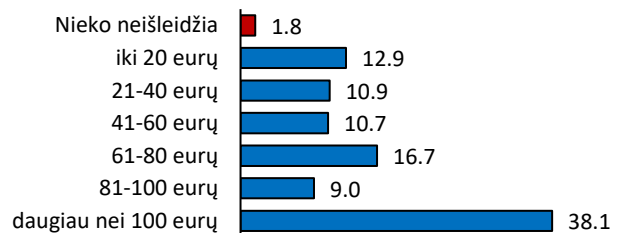
## Auditorijos sudėtis pagal kultūrinį skonį



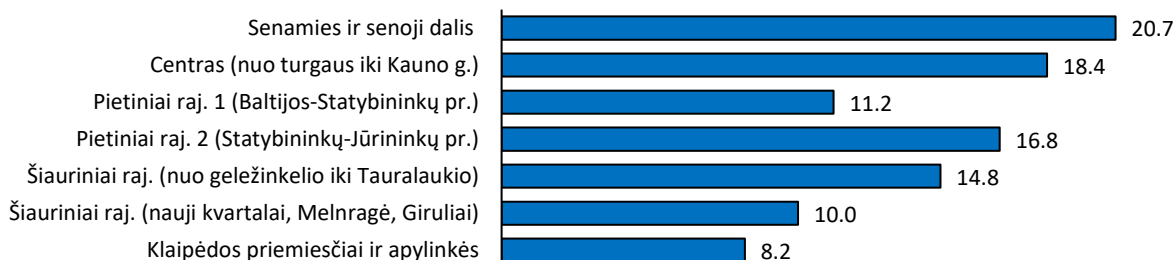
## Auditorijos struktūra pagal pajamų grupes



## Auditorijos struktūra pagal mėnesio išlaidas kultūrai

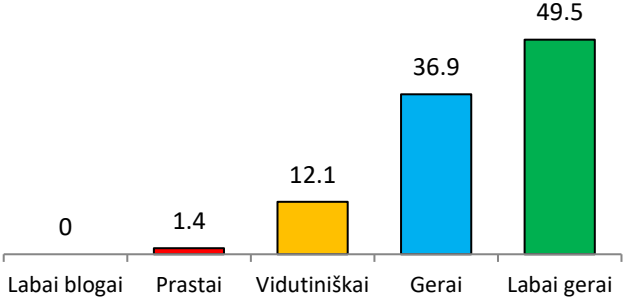
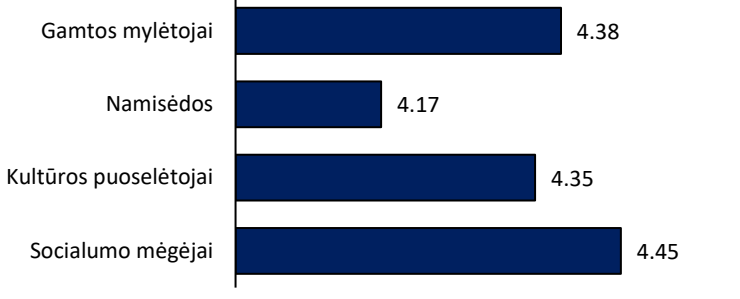
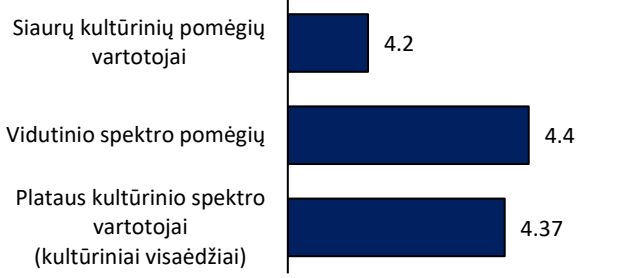
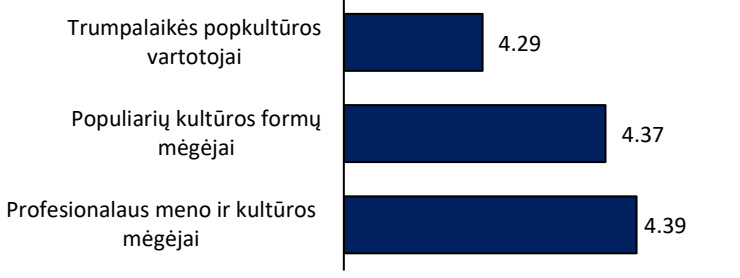
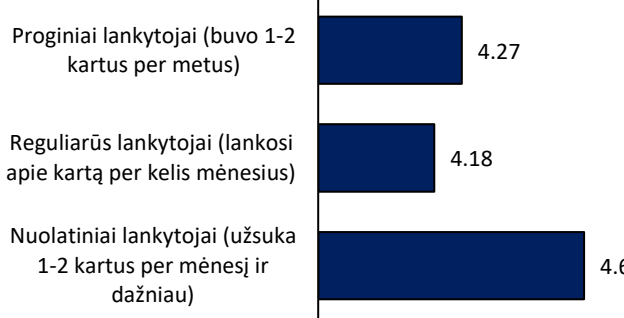
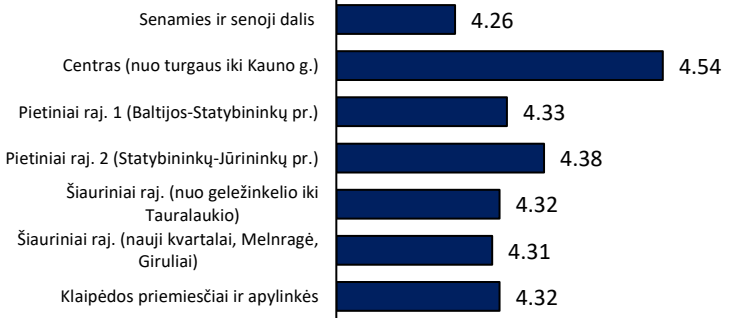
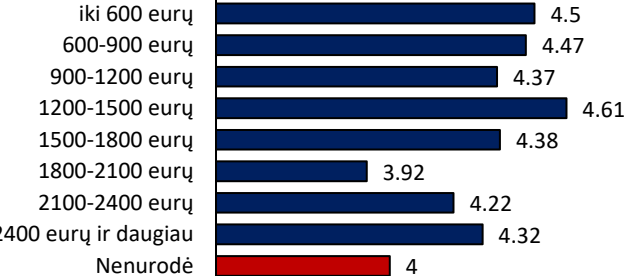



## Auditorijos struktūra pagal gyvenamąją vietą



# Klaipėdos etnokultūros centro vertinimai skirtingose socialinėse grupėse

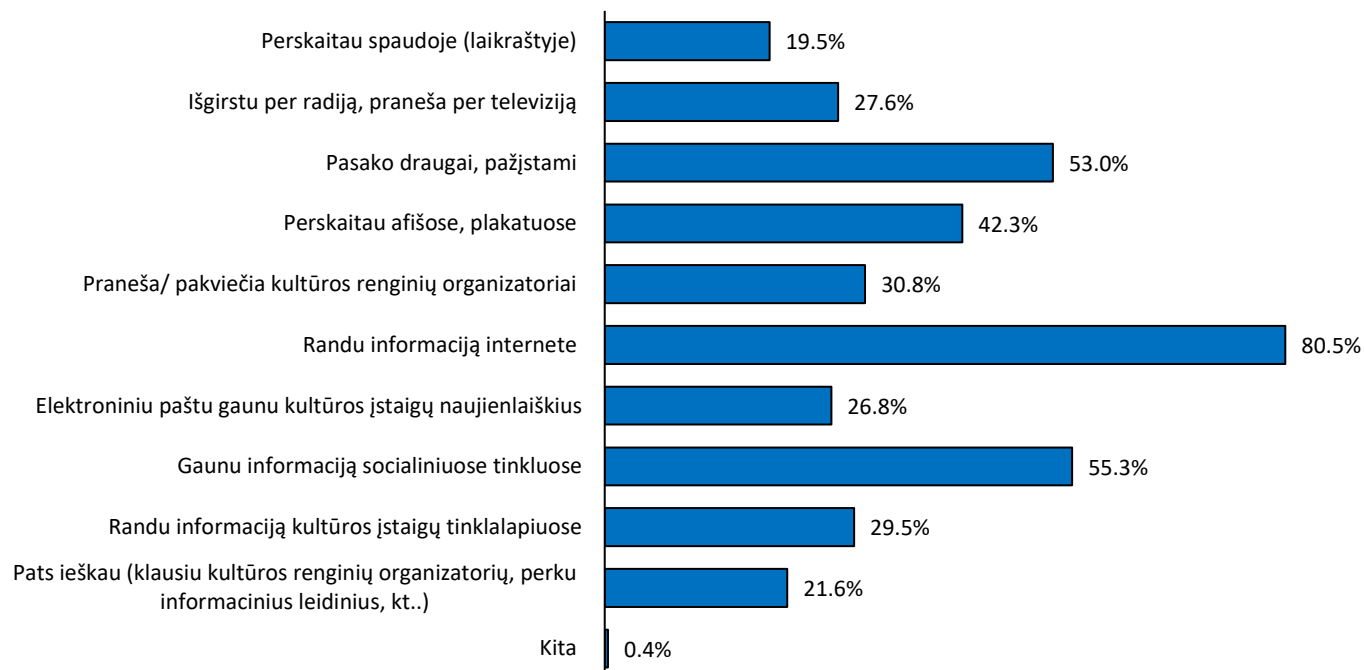
(integruoti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys; nesverti)  
(vidurkis 5 balų skalėje: 1=labai blogai; 5=labai gerai)

Bendras vertinimas (%)	Socialiniai laisvalaikio profiliai																																
 <table border="1"> <tr><td>Labai blogai</td><td>0</td></tr> <tr><td>Prastai</td><td>1.4</td></tr> <tr><td>Vidutiniškai</td><td>12.1</td></tr> <tr><td>Gerai</td><td>36.9</td></tr> <tr><td>Labai gerai</td><td>49.5</td></tr> </table>	Labai blogai	0	Prastai	1.4	Vidutiniškai	12.1	Gerai	36.9	Labai gerai	49.5	 <table border="1"> <tr><td>Gamtos mylėtojai</td><td>4.38</td></tr> <tr><td>Namisėdos</td><td>4.17</td></tr> <tr><td>Kultūros puoselėtojai</td><td>4.35</td></tr> <tr><td>Socialumo mėgėjai</td><td>4.45</td></tr> </table>	Gamtos mylėtojai	4.38	Namisėdos	4.17	Kultūros puoselėtojai	4.35	Socialumo mėgėjai	4.45														
Labai blogai	0																																
Prastai	1.4																																
Vidutiniškai	12.1																																
Gerai	36.9																																
Labai gerai	49.5																																
Gamtos mylėtojai	4.38																																
Namisėdos	4.17																																
Kultūros puoselėtojai	4.35																																
Socialumo mėgėjai	4.45																																
Kultūros vartojimo spektras	Kultūrinis skonis																																
 <table border="1"> <tr><td>Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai</td><td>4.2</td></tr> <tr><td>Vidutinio spektro pomėgių</td><td>4.4</td></tr> <tr><td>Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)</td><td>4.37</td></tr> </table>	Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai	4.2	Vidutinio spektro pomėgių	4.4	Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)	4.37	 <table border="1"> <tr><td>Trumpalaikės popkultūros vartotojai</td><td>4.29</td></tr> <tr><td>Populiarių kultūros formų mėgėjai</td><td>4.37</td></tr> <tr><td>Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai</td><td>4.39</td></tr> </table>	Trumpalaikės popkultūros vartotojai	4.29	Populiarių kultūros formų mėgėjai	4.37	Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai	4.39																				
Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai	4.2																																
Vidutinio spektro pomėgių	4.4																																
Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)	4.37																																
Trumpalaikės popkultūros vartotojai	4.29																																
Populiarių kultūros formų mėgėjai	4.37																																
Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai	4.39																																
Lankymosi reguliarumas	Gyvenamoji vieta																																
 <table border="1"> <tr><td>Proginiai lankytojai (buvo 1-2 kartus per metus)</td><td>4.27</td></tr> <tr><td>Reguliarūs lankytojai (lankosi apie kartą per kelis mėnesius)</td><td>4.18</td></tr> <tr><td>Nuolatiniai lankytojai (užsuka 1-2 kartus per mėnesį ir dažniau)</td><td>4.67</td></tr> </table>	Proginiai lankytojai (buvo 1-2 kartus per metus)	4.27	Reguliarūs lankytojai (lankosi apie kartą per kelis mėnesius)	4.18	Nuolatiniai lankytojai (užsuka 1-2 kartus per mėnesį ir dažniau)	4.67	 <table border="1"> <tr><td>Senamies ir senoji dalis</td><td>4.26</td></tr> <tr><td>Centras (nuo turgaus iki Kauno g.)</td><td>4.54</td></tr> <tr><td>Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.)</td><td>4.33</td></tr> <tr><td>Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.)</td><td>4.38</td></tr> <tr><td>Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio)</td><td>4.32</td></tr> <tr><td>Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnrage, Giruliai)</td><td>4.31</td></tr> <tr><td>Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės</td><td>4.32</td></tr> </table>	Senamies ir senoji dalis	4.26	Centras (nuo turgaus iki Kauno g.)	4.54	Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.)	4.33	Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.)	4.38	Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio)	4.32	Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnrage, Giruliai)	4.31	Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės	4.32												
Proginiai lankytojai (buvo 1-2 kartus per metus)	4.27																																
Reguliarūs lankytojai (lankosi apie kartą per kelis mėnesius)	4.18																																
Nuolatiniai lankytojai (užsuka 1-2 kartus per mėnesį ir dažniau)	4.67																																
Senamies ir senoji dalis	4.26																																
Centras (nuo turgaus iki Kauno g.)	4.54																																
Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.)	4.33																																
Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.)	4.38																																
Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio)	4.32																																
Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnrage, Giruliai)	4.31																																
Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės	4.32																																
Pajamų grupės	Grupės, pagal mėnesio išlaidas kultūros reikmėms																																
 <table border="1"> <tr><td>iki 600 eurų</td><td>4.5</td></tr> <tr><td>600-900 eurų</td><td>4.47</td></tr> <tr><td>900-1200 eurų</td><td>4.37</td></tr> <tr><td>1200-1500 eurų</td><td>4.61</td></tr> <tr><td>1500-1800 eurų</td><td>4.38</td></tr> <tr><td>1800-2100 eurų</td><td>3.92</td></tr> <tr><td>2100-2400 eurų</td><td>4.22</td></tr> <tr><td>2400 eurų ir daugiau</td><td>4.32</td></tr> <tr><td>Nenurodė</td><td>4</td></tr> </table>	iki 600 eurų	4.5	600-900 eurų	4.47	900-1200 eurų	4.37	1200-1500 eurų	4.61	1500-1800 eurų	4.38	1800-2100 eurų	3.92	2100-2400 eurų	4.22	2400 eurų ir daugiau	4.32	Nenurodė	4	 <table border="1"> <tr><td>Nieko neišleidžia</td><td>4.2</td></tr> <tr><td>iki 20 eurų</td><td>4.27</td></tr> <tr><td>21-40 eurų</td><td>4.48</td></tr> <tr><td>41-60 eurų</td><td>4.05</td></tr> <tr><td>61-80 eurų</td><td>4.5</td></tr> <tr><td>81-100 eurų</td><td>4.33</td></tr> <tr><td>daugiau nei 100 eurų</td><td>4.37</td></tr> </table>	Nieko neišleidžia	4.2	iki 20 eurų	4.27	21-40 eurų	4.48	41-60 eurų	4.05	61-80 eurų	4.5	81-100 eurų	4.33	daugiau nei 100 eurų	4.37
iki 600 eurų	4.5																																
600-900 eurų	4.47																																
900-1200 eurų	4.37																																
1200-1500 eurų	4.61																																
1500-1800 eurų	4.38																																
1800-2100 eurų	3.92																																
2100-2400 eurų	4.22																																
2400 eurų ir daugiau	4.32																																
Nenurodė	4																																
Nieko neišleidžia	4.2																																
iki 20 eurų	4.27																																
21-40 eurų	4.48																																
41-60 eurų	4.05																																
61-80 eurų	4.5																																
81-100 eurų	4.33																																
daugiau nei 100 eurų	4.37																																

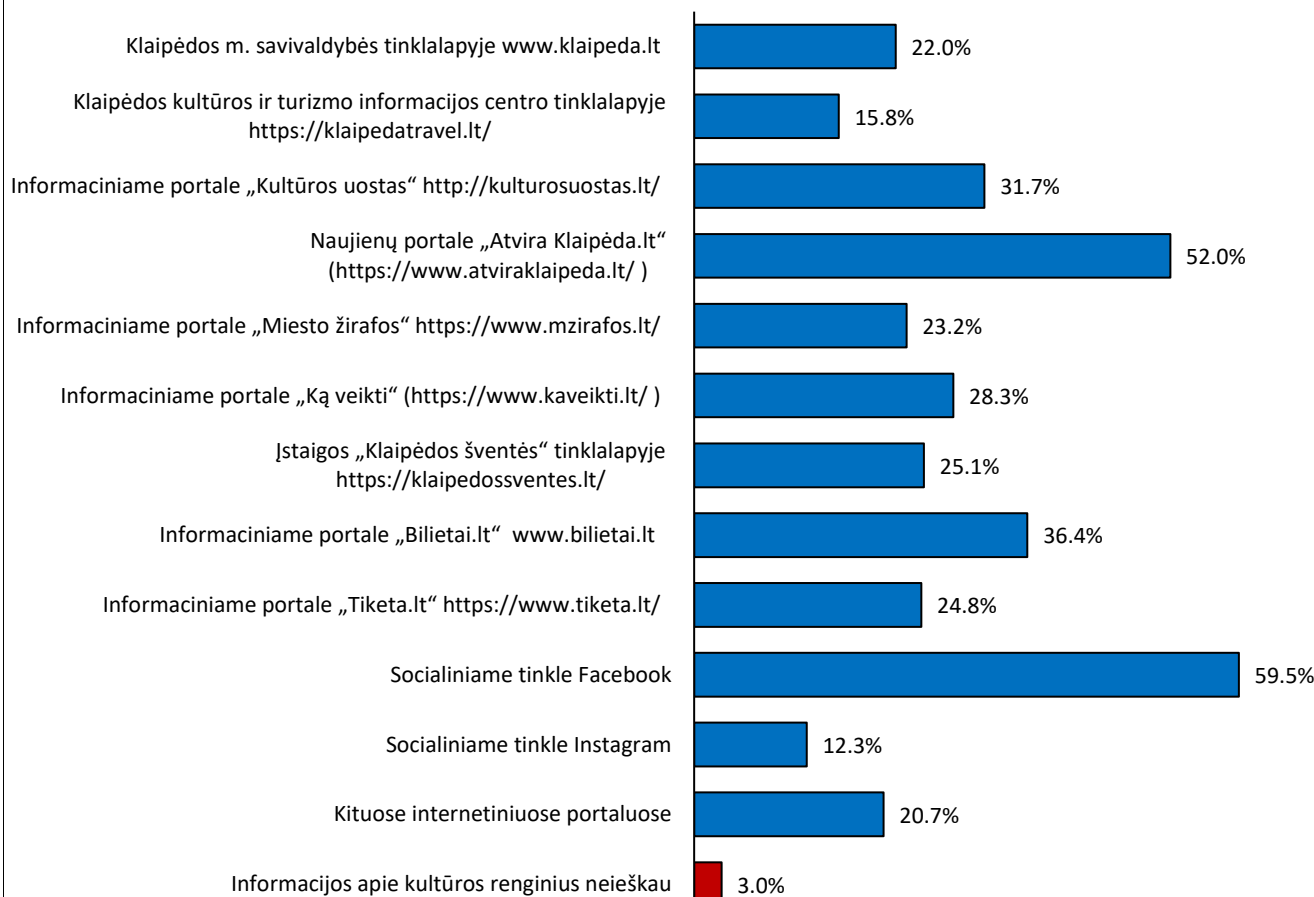
# Komunikacijos kanalai, kuriais dažniausiai naudojasi Klaipėdos etnokultūros centro lankytojai

(%; svėrti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

## Kaip dažniausiai sužinoma apie kultūros renginius Klaipėdoje?



## Kokiuose tinklalapiuose dažniausiai ieškoma informacijos apie kultūros renginius Klaipėdoje?

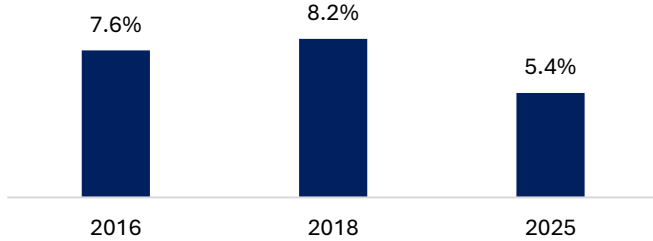


# Klaipėdos Tautinių kultūrų centro auditorijos struktūra, 2025

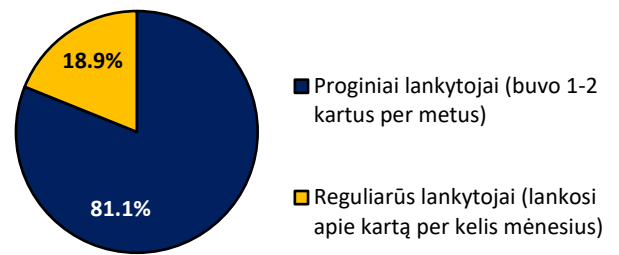
(%; svėrti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

## Bendras auditorijos dydis: dinamika 2016-2025

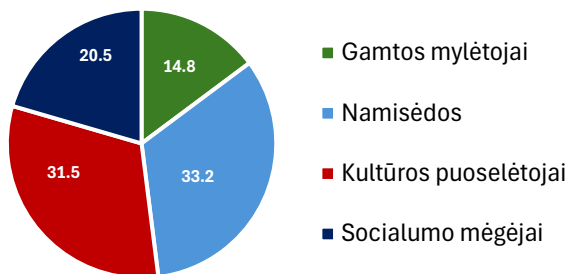
(kokia dalis apsilankė per paskutinius 12 mėn.; tik reprezentatyvi apklausa)



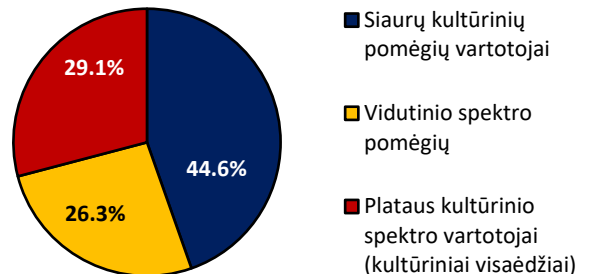
## Auditorijos sudėtis pagal apsilankymo dažnumą



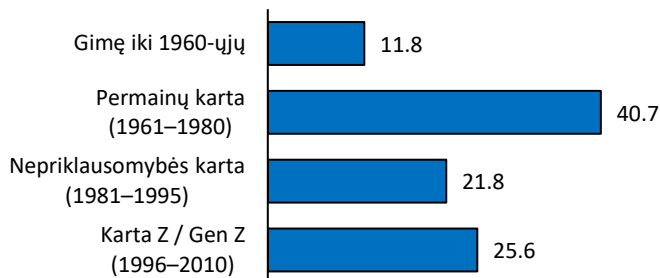
## Auditorijos struktūra pagal laisvalaikio profilius



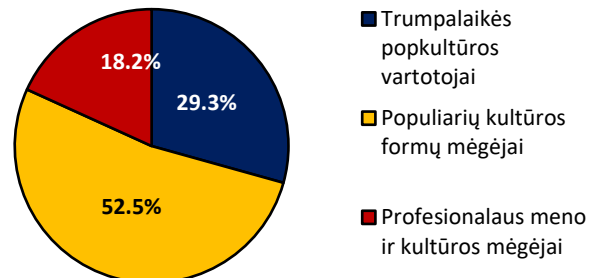
## Auditorijos sudėtis pagal kultūros vartojimo spektrą



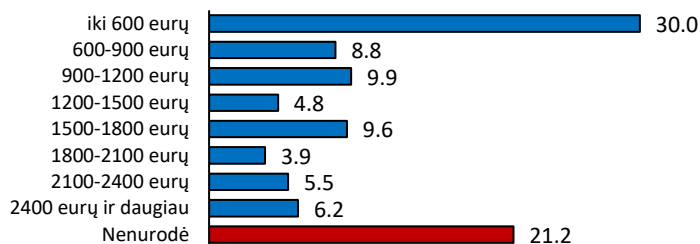
## Auditorijos amžiaus struktūra



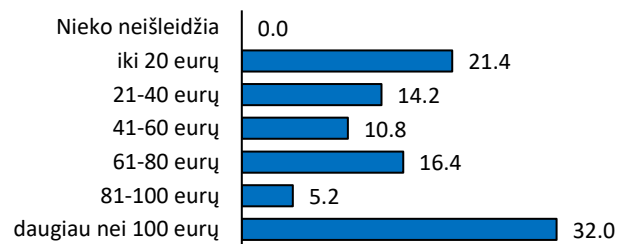
## Auditorijos sudėtis pagal kultūrinį skonį



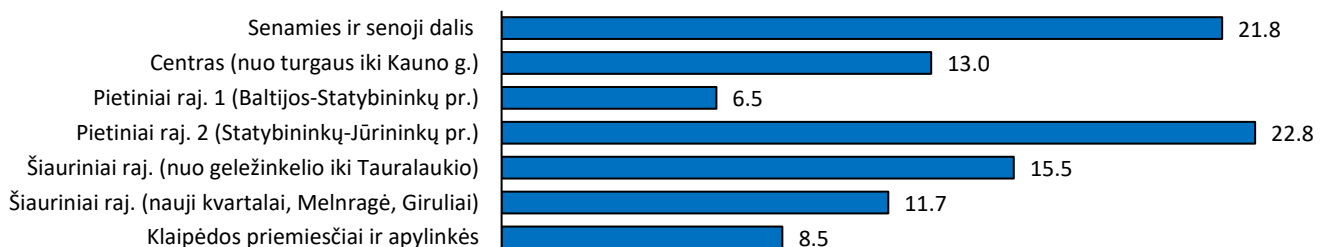
## Auditorijos struktūra pagal pajamų grupes



## Auditorijos struktūra pagal mėnesio išlaidas kultūrai

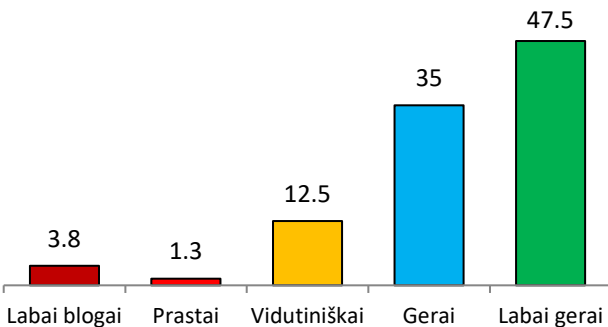
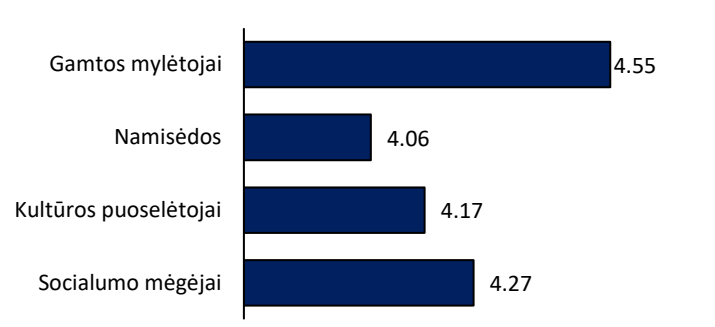
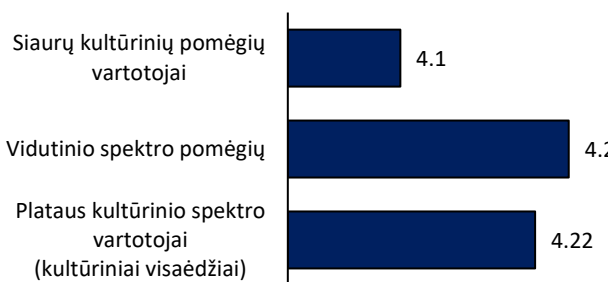
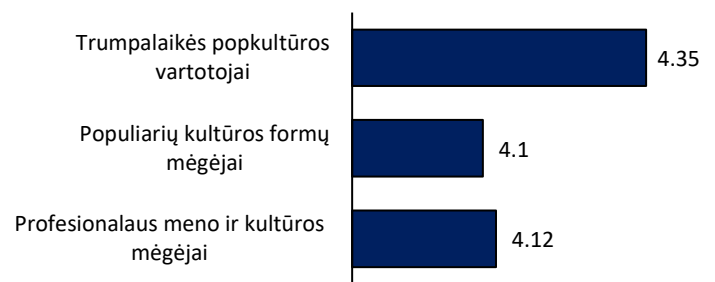
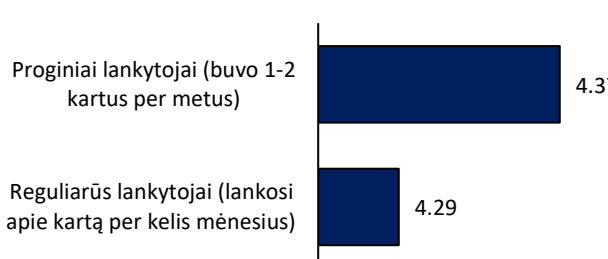
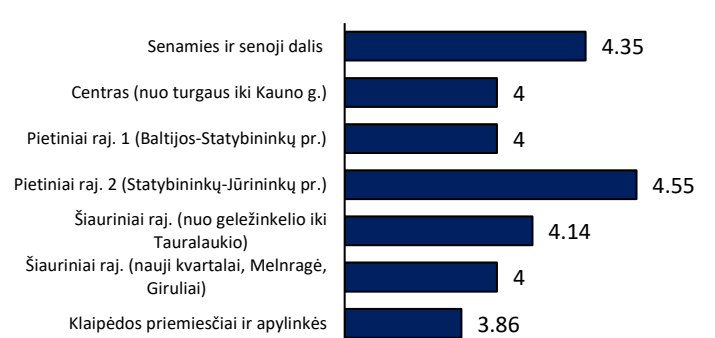
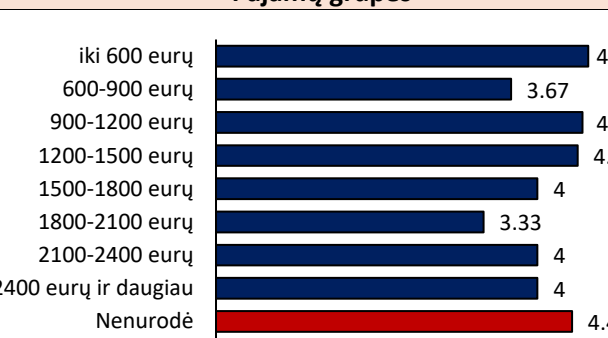
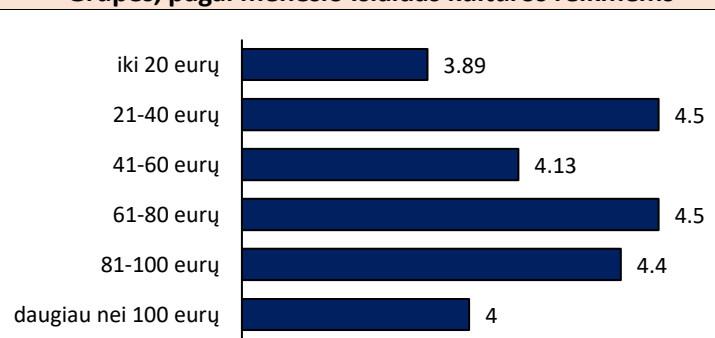


## Auditorijos struktūra pagal gyvenamąją vietą



# Klaipėdos Tautinių kultūrų centro vertinimai skirtingose socialinėse grupėse

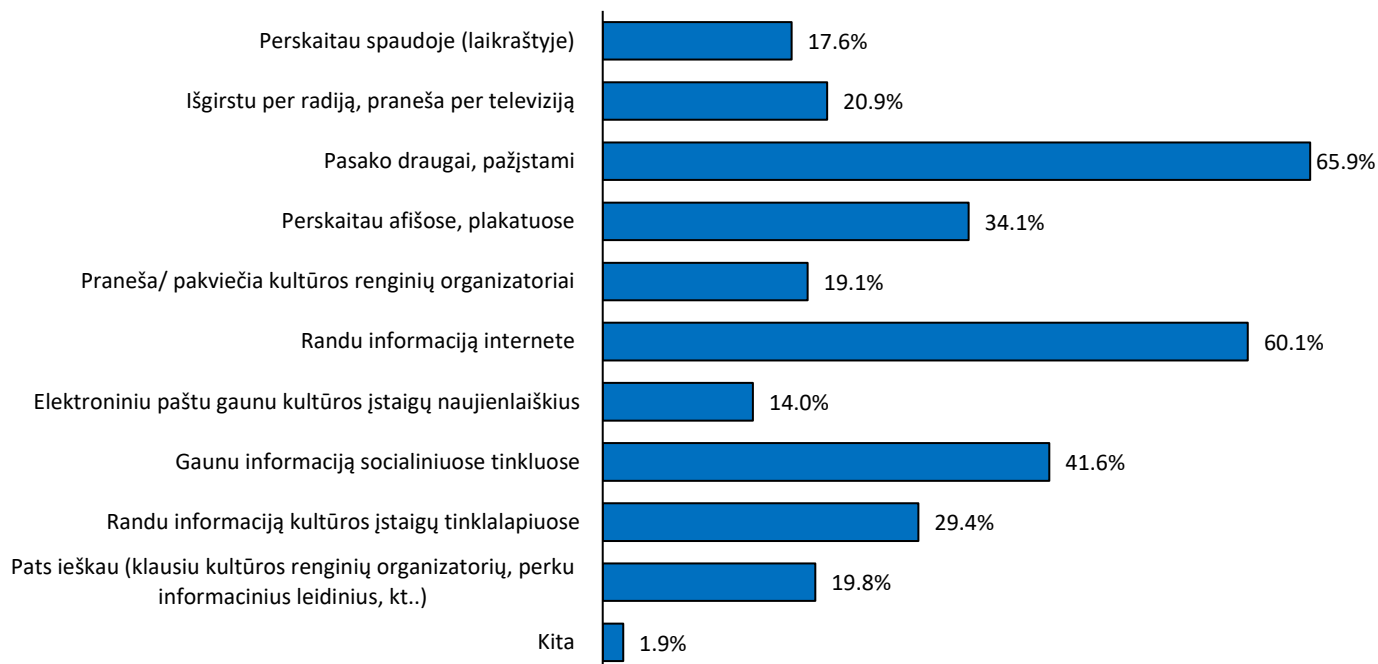
(integruoti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys; nesverti)  
(vidurkis 5 balų skalėje: 1=labai blogai; 5=labai gerai)

Bendras vertinimas (%)	Socialiniai laisvalaikio profiliai																																		
 <table border="1" style="margin-top: 10px; width: 100%; border-collapse: collapse;"> <caption>Bendras vertinimas (%)</caption> <tr><th>Vertinimas</th><th>Procentas</th></tr> <tr><td>Labai blogai</td><td>3.8</td></tr> <tr><td>Prastai</td><td>1.3</td></tr> <tr><td>Vidutiniškai</td><td>12.5</td></tr> <tr><td>Gerai</td><td>35</td></tr> <tr><td>Labai gerai</td><td>47.5</td></tr> </table>	Vertinimas	Procentas	Labai blogai	3.8	Prastai	1.3	Vidutiniškai	12.5	Gerai	35	Labai gerai	47.5	 <table border="1" style="margin-top: 10px; width: 100%; border-collapse: collapse;"> <caption>Socialiniai laisvalaikio profiliai</caption> <tr><th>Profilis</th><th>Vertinimas</th></tr> <tr><td>Gamtos mylėtojai</td><td>4.55</td></tr> <tr><td>Namisėdos</td><td>4.06</td></tr> <tr><td>Kultūros puoselėtojai</td><td>4.17</td></tr> <tr><td>Socialumo mėgėjai</td><td>4.27</td></tr> </table>	Profilis	Vertinimas	Gamtos mylėtojai	4.55	Namisėdos	4.06	Kultūros puoselėtojai	4.17	Socialumo mėgėjai	4.27												
Vertinimas	Procentas																																		
Labai blogai	3.8																																		
Prastai	1.3																																		
Vidutiniškai	12.5																																		
Gerai	35																																		
Labai gerai	47.5																																		
Profilis	Vertinimas																																		
Gamtos mylėtojai	4.55																																		
Namisėdos	4.06																																		
Kultūros puoselėtojai	4.17																																		
Socialumo mėgėjai	4.27																																		
Kultūros vartojimo spektras	Kultūrinis skonis																																		
 <table border="1" style="margin-top: 10px; width: 100%; border-collapse: collapse;"> <caption>Kultūros vartojimo spektras</caption> <tr><th>Spektras</th><th>Vertinimas</th></tr> <tr><td>Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai</td><td>4.1</td></tr> <tr><td>Vidutinio spektro pomėgių</td><td>4.25</td></tr> <tr><td>Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)</td><td>4.22</td></tr> </table>	Spektras	Vertinimas	Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai	4.1	Vidutinio spektro pomėgių	4.25	Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)	4.22	 <table border="1" style="margin-top: 10px; width: 100%; border-collapse: collapse;"> <caption>Kultūrinis skonis</caption> <tr><th>Skonis</th><th>Vertinimas</th></tr> <tr><td>Trumpalaikės popkultūros vartotojai</td><td>4.35</td></tr> <tr><td>Populiarių kultūros formų mėgėjai</td><td>4.1</td></tr> <tr><td>Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai</td><td>4.12</td></tr> </table>	Skonis	Vertinimas	Trumpalaikės popkultūros vartotojai	4.35	Populiarių kultūros formų mėgėjai	4.1	Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai	4.12																		
Spektras	Vertinimas																																		
Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai	4.1																																		
Vidutinio spektro pomėgių	4.25																																		
Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)	4.22																																		
Skonis	Vertinimas																																		
Trumpalaikės popkultūros vartotojai	4.35																																		
Populiarių kultūros formų mėgėjai	4.1																																		
Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai	4.12																																		
Lankymosi reguliarumas	Gyvenamoji vieta																																		
 <table border="1" style="margin-top: 10px; width: 100%; border-collapse: collapse;"> <caption>Lankymosi reguliarumas</caption> <tr><th>Reguliarumas</th><th>Vertinimas</th></tr> <tr><td>Proginiai lankytojai (buvo 1-2 kartus per metus)</td><td>4.37</td></tr> <tr><td>Reguliarūs lankytojai (lankosi apie kartą per kelis mėnesius)</td><td>4.29</td></tr> </table>	Reguliarumas	Vertinimas	Proginiai lankytojai (buvo 1-2 kartus per metus)	4.37	Reguliarūs lankytojai (lankosi apie kartą per kelis mėnesius)	4.29	 <table border="1" style="margin-top: 10px; width: 100%; border-collapse: collapse;"> <caption>Gyvenamoji vieta</caption> <tr><th>Vieta</th><th>Vertinimas</th></tr> <tr><td>Senamies ir senoji dalis</td><td>4.35</td></tr> <tr><td>Centras (nuo turgaus iki Kauno g.)</td><td>4</td></tr> <tr><td>Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.)</td><td>4</td></tr> <tr><td>Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.)</td><td>4.55</td></tr> <tr><td>Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio)</td><td>4.14</td></tr> <tr><td>Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai)</td><td>4</td></tr> <tr><td>Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės</td><td>3.86</td></tr> </table>	Vieta	Vertinimas	Senamies ir senoji dalis	4.35	Centras (nuo turgaus iki Kauno g.)	4	Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.)	4	Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.)	4.55	Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio)	4.14	Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai)	4	Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės	3.86												
Reguliarumas	Vertinimas																																		
Proginiai lankytojai (buvo 1-2 kartus per metus)	4.37																																		
Reguliarūs lankytojai (lankosi apie kartą per kelis mėnesius)	4.29																																		
Vieta	Vertinimas																																		
Senamies ir senoji dalis	4.35																																		
Centras (nuo turgaus iki Kauno g.)	4																																		
Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.)	4																																		
Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.)	4.55																																		
Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio)	4.14																																		
Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai)	4																																		
Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės	3.86																																		
Pajamų grupės	Grupės, pagal mėnesio išlaidas kultūros reikmėms																																		
 <table border="1" style="margin-top: 10px; width: 100%; border-collapse: collapse;"> <caption>Pajamų grupės</caption> <tr><th>Pajamų grupė</th><th>Vertinimas</th></tr> <tr><td>iki 600 eurų</td><td>4.63</td></tr> <tr><td>600-900 eurų</td><td>3.67</td></tr> <tr><td>900-1200 eurų</td><td>4.56</td></tr> <tr><td>1200-1500 eurų</td><td>4.5</td></tr> <tr><td>1500-1800 eurų</td><td>4</td></tr> <tr><td>1800-2100 eurų</td><td>3.33</td></tr> <tr><td>2100-2400 eurų</td><td>4</td></tr> <tr><td>2400 eurų ir daugiau</td><td>4</td></tr> <tr><td>Nenurodė</td><td>4.43</td></tr> </table>	Pajamų grupė	Vertinimas	iki 600 eurų	4.63	600-900 eurų	3.67	900-1200 eurų	4.56	1200-1500 eurų	4.5	1500-1800 eurų	4	1800-2100 eurų	3.33	2100-2400 eurų	4	2400 eurų ir daugiau	4	Nenurodė	4.43	 <table border="1" style="margin-top: 10px; width: 100%; border-collapse: collapse;"> <caption>Grupės, pagal mėnesio išlaidas kultūros reikmėms</caption> <tr><th>Grupė</th><th>Vertinimas</th></tr> <tr><td>iki 20 eurų</td><td>3.89</td></tr> <tr><td>21-40 eurų</td><td>4.5</td></tr> <tr><td>41-60 eurų</td><td>4.13</td></tr> <tr><td>61-80 eurų</td><td>4.5</td></tr> <tr><td>81-100 eurų</td><td>4.4</td></tr> <tr><td>daugiau nei 100 eurų</td><td>4</td></tr> </table>	Grupė	Vertinimas	iki 20 eurų	3.89	21-40 eurų	4.5	41-60 eurų	4.13	61-80 eurų	4.5	81-100 eurų	4.4	daugiau nei 100 eurų	4
Pajamų grupė	Vertinimas																																		
iki 600 eurų	4.63																																		
600-900 eurų	3.67																																		
900-1200 eurų	4.56																																		
1200-1500 eurų	4.5																																		
1500-1800 eurų	4																																		
1800-2100 eurų	3.33																																		
2100-2400 eurų	4																																		
2400 eurų ir daugiau	4																																		
Nenurodė	4.43																																		
Grupė	Vertinimas																																		
iki 20 eurų	3.89																																		
21-40 eurų	4.5																																		
41-60 eurų	4.13																																		
61-80 eurų	4.5																																		
81-100 eurų	4.4																																		
daugiau nei 100 eurų	4																																		

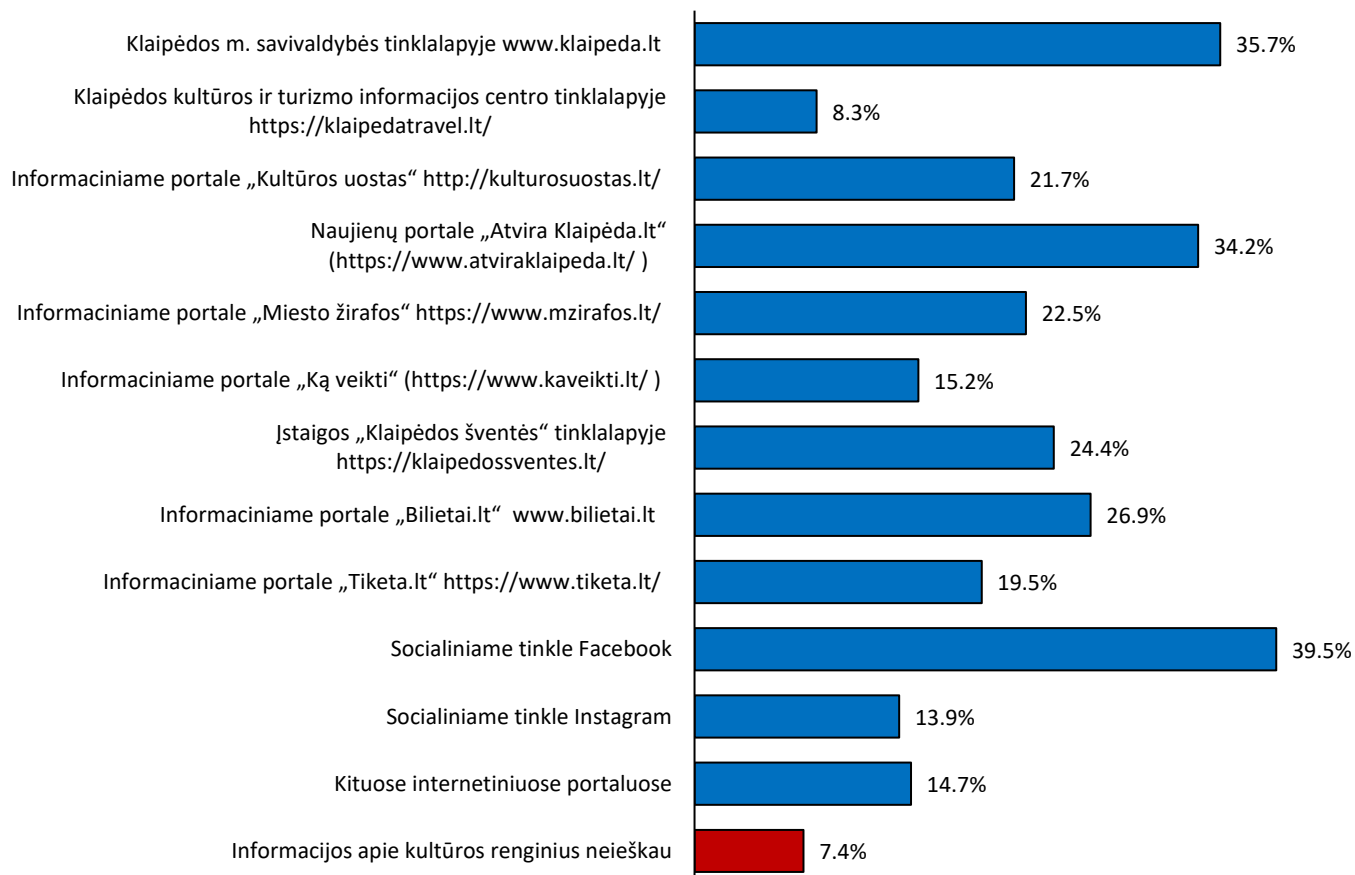
# Komunikacijos kanalai, kuriais dažniausiai naudojasi Klaipėdos Tautinių kultūrų centro lankytojai

(%; svėrti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

## Kaip dažniausiai sužinoma apie kultūros renginius Klaipėdoje?



## Kokiuose tinklalapiuose dažniausiai ieškoma informacijos apie kultūros renginius Klaipėdoje?

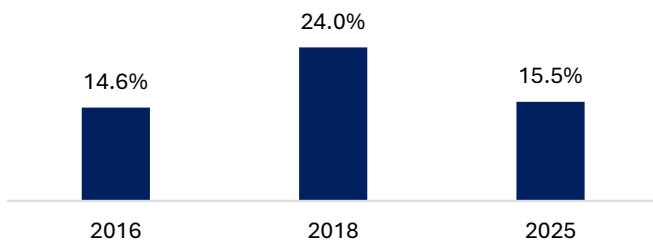


# Prano Domšaičio galerijos auditorijos struktūra, 2025

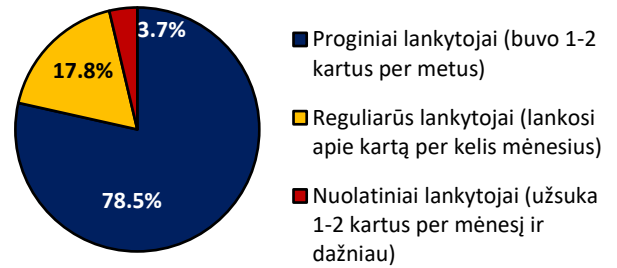
(%; svėrti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

## Bendras auditorijos dydis: dinamika 2016-2025

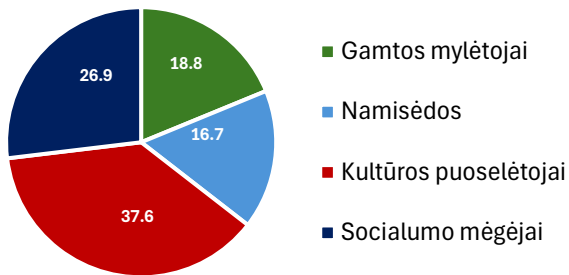
(kokia dalis apsilankė per paskutinius 12 mėn.; tik reprezentatyvi apklausa)



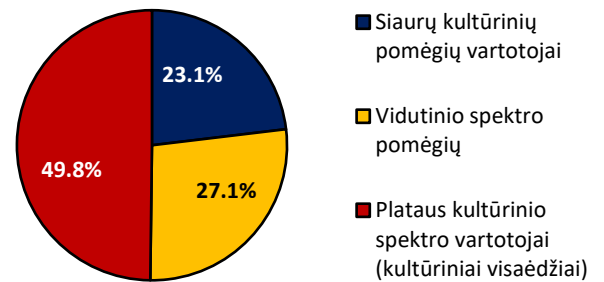
## Auditorijos sudėtis pagal apsilankymo dažnumą



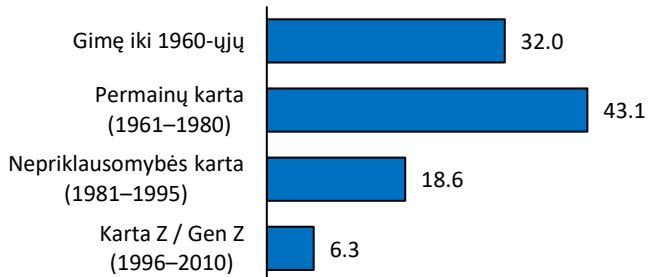
## Auditorijos struktūra pagal laisvalaikio profilius



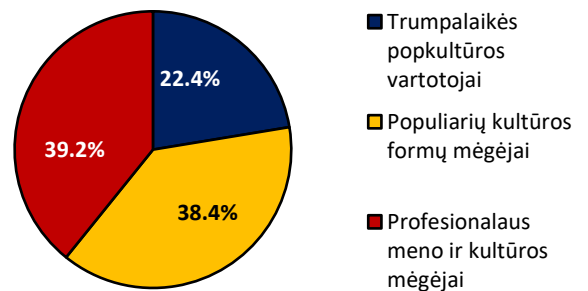
## Auditorijos sudėtis pagal kultūros vartojimo spektrą



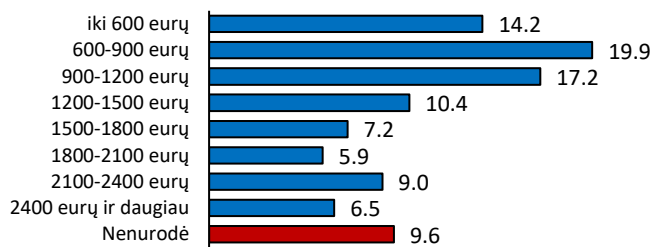
## Auditorijos amžiaus struktūra



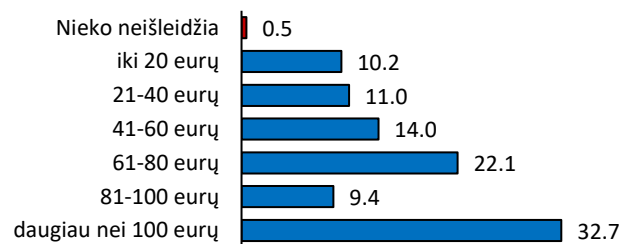
## Auditorijos sudėtis pagal kultūrinį skonį



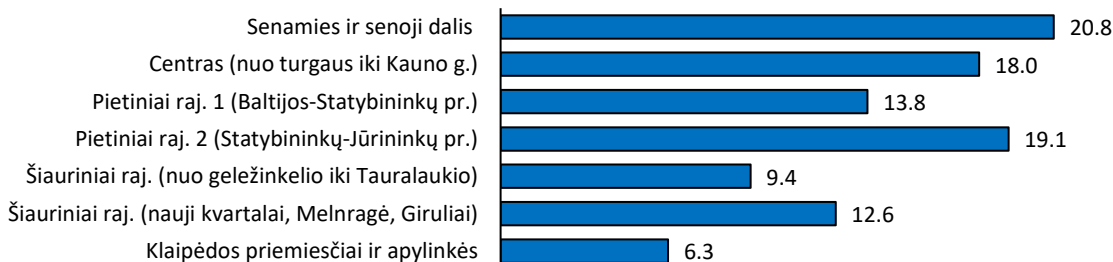
## Auditorijos struktūra pagal pajamų grupes



## Auditorijos struktūra pagal mėnesio išlaidas kultūrai



## Auditorijos struktūra pagal gyvenamąją vietą



# Prano Domšaičio galerijos vertinimai skirtingose socialinėse grupėse

(integruoti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys; nesverti)

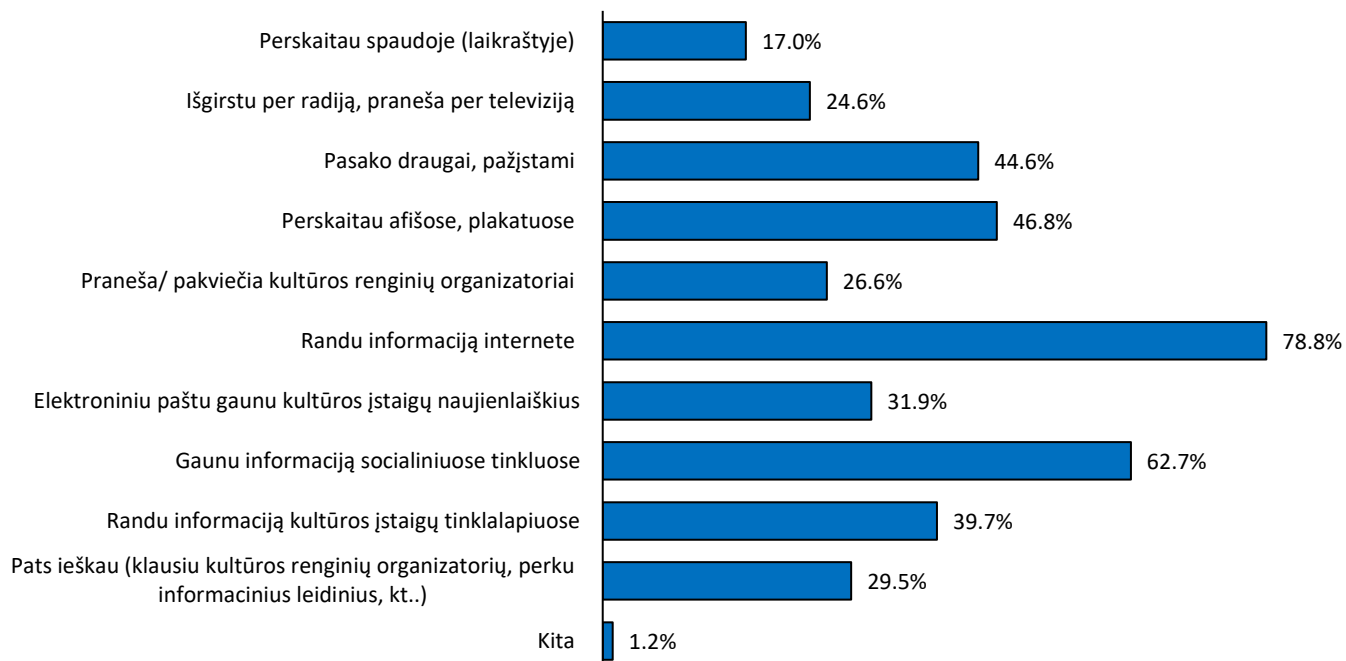
(vidurkis 5 balų skalėje: 1=labai blogai; 5=labai gerai)

Bendras vertinimas (%)	Socialiniai laisvalaikio profiliai																																
<table border="1"> <tr><td>Labai blogai</td><td>0.6</td></tr> <tr><td>Prastai</td><td>1.3</td></tr> <tr><td>Vidutiniškai</td><td>11.8</td></tr> <tr><td>Gerai</td><td>50.2</td></tr> <tr><td>Labai gerai</td><td>36.1</td></tr> </table>	Labai blogai	0.6	Prastai	1.3	Vidutiniškai	11.8	Gerai	50.2	Labai gerai	36.1	<table border="1"> <tr><td>Gamtos mylėtojai</td><td>4.17</td></tr> <tr><td>Namisėdos</td><td>4.18</td></tr> <tr><td>Kultūros puoselėtojai</td><td>4.23</td></tr> <tr><td>Socialumo mėgėjai</td><td>4.17</td></tr> </table>	Gamtos mylėtojai	4.17	Namisėdos	4.18	Kultūros puoselėtojai	4.23	Socialumo mėgėjai	4.17														
Labai blogai	0.6																																
Prastai	1.3																																
Vidutiniškai	11.8																																
Gerai	50.2																																
Labai gerai	36.1																																
Gamtos mylėtojai	4.17																																
Namisėdos	4.18																																
Kultūros puoselėtojai	4.23																																
Socialumo mėgėjai	4.17																																
Kultūros vartojimo spektras	Kultūrinis skonis																																
<table border="1"> <tr><td>Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai</td><td>4.19</td></tr> <tr><td>Vidutinio spektro pomėgių</td><td>4.31</td></tr> <tr><td>Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)</td><td>4.16</td></tr> </table>	Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai	4.19	Vidutinio spektro pomėgių	4.31	Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)	4.16	<table border="1"> <tr><td>Trumpalaikės popkultūros vartotojai</td><td>4.27</td></tr> <tr><td>Populiarių kultūros formų mėgėjai</td><td>4.19</td></tr> <tr><td>Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai</td><td>4.14</td></tr> </table>	Trumpalaikės popkultūros vartotojai	4.27	Populiarių kultūros formų mėgėjai	4.19	Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai	4.14																				
Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai	4.19																																
Vidutinio spektro pomėgių	4.31																																
Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)	4.16																																
Trumpalaikės popkultūros vartotojai	4.27																																
Populiarių kultūros formų mėgėjai	4.19																																
Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai	4.14																																
Lankymosi reguliarumas	Gyvenamoji vieta																																
<table border="1"> <tr><td>Proginiai lankytojai (buvo 1-2 kartus per metus)</td><td>4.42</td></tr> <tr><td>Reguliarūs lankytojai (lankosi apie kartą per kelis mėnesius)</td><td>4.53</td></tr> <tr><td>Nuolatiniai lankytojai (užsuka 1-2 kartus per mėnesį ir dažniau)</td><td>4</td></tr> </table>	Proginiai lankytojai (buvo 1-2 kartus per metus)	4.42	Reguliarūs lankytojai (lankosi apie kartą per kelis mėnesius)	4.53	Nuolatiniai lankytojai (užsuka 1-2 kartus per mėnesį ir dažniau)	4	<table border="1"> <tr><td>Senamies ir senoji dalis</td><td>4.24</td></tr> <tr><td>Centras (nuo turgaus iki Kauno g.)</td><td>4.14</td></tr> <tr><td>Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.)</td><td>4.06</td></tr> <tr><td>Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.)</td><td>4.37</td></tr> <tr><td>Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio)</td><td>4.4</td></tr> <tr><td>Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai)</td><td>4.29</td></tr> <tr><td>Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės</td><td>4.12</td></tr> </table>	Senamies ir senoji dalis	4.24	Centras (nuo turgaus iki Kauno g.)	4.14	Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.)	4.06	Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.)	4.37	Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio)	4.4	Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai)	4.29	Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės	4.12												
Proginiai lankytojai (buvo 1-2 kartus per metus)	4.42																																
Reguliarūs lankytojai (lankosi apie kartą per kelis mėnesius)	4.53																																
Nuolatiniai lankytojai (užsuka 1-2 kartus per mėnesį ir dažniau)	4																																
Senamies ir senoji dalis	4.24																																
Centras (nuo turgaus iki Kauno g.)	4.14																																
Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.)	4.06																																
Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.)	4.37																																
Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio)	4.4																																
Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai)	4.29																																
Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės	4.12																																
Pajamų grupės	Grupės, pagal mėnesio išlaidas kultūros reikmėms																																
<table border="1"> <tr><td>iki 600 eurų</td><td>4.44</td></tr> <tr><td>600-900 eurų</td><td>4.31</td></tr> <tr><td>900-1200 eurų</td><td>4.17</td></tr> <tr><td>1200-1500 eurų</td><td>4.37</td></tr> <tr><td>1500-1800 eurų</td><td>4.16</td></tr> <tr><td>1800-2100 eurų</td><td>3.84</td></tr> <tr><td>2100-2400 eurų</td><td>4</td></tr> <tr><td>2400 eurų ir daugiau</td><td>4.14</td></tr> <tr><td>Nenurodė</td><td>4.37</td></tr> </table>	iki 600 eurų	4.44	600-900 eurų	4.31	900-1200 eurų	4.17	1200-1500 eurų	4.37	1500-1800 eurų	4.16	1800-2100 eurų	3.84	2100-2400 eurų	4	2400 eurų ir daugiau	4.14	Nenurodė	4.37	<table border="1"> <tr><td>Nieko neišleidžia</td><td>4</td></tr> <tr><td>iki 20 eurų</td><td>4.04</td></tr> <tr><td>21-40 eurų</td><td>4.26</td></tr> <tr><td>41-60 eurų</td><td>4.29</td></tr> <tr><td>61-80 eurų</td><td>4.13</td></tr> <tr><td>81-100 eurų</td><td>4.13</td></tr> <tr><td>daugiau nei 100 eurų</td><td>4.27</td></tr> </table>	Nieko neišleidžia	4	iki 20 eurų	4.04	21-40 eurų	4.26	41-60 eurų	4.29	61-80 eurų	4.13	81-100 eurų	4.13	daugiau nei 100 eurų	4.27
iki 600 eurų	4.44																																
600-900 eurų	4.31																																
900-1200 eurų	4.17																																
1200-1500 eurų	4.37																																
1500-1800 eurų	4.16																																
1800-2100 eurų	3.84																																
2100-2400 eurų	4																																
2400 eurų ir daugiau	4.14																																
Nenurodė	4.37																																
Nieko neišleidžia	4																																
iki 20 eurų	4.04																																
21-40 eurų	4.26																																
41-60 eurų	4.29																																
61-80 eurų	4.13																																
81-100 eurų	4.13																																
daugiau nei 100 eurų	4.27																																

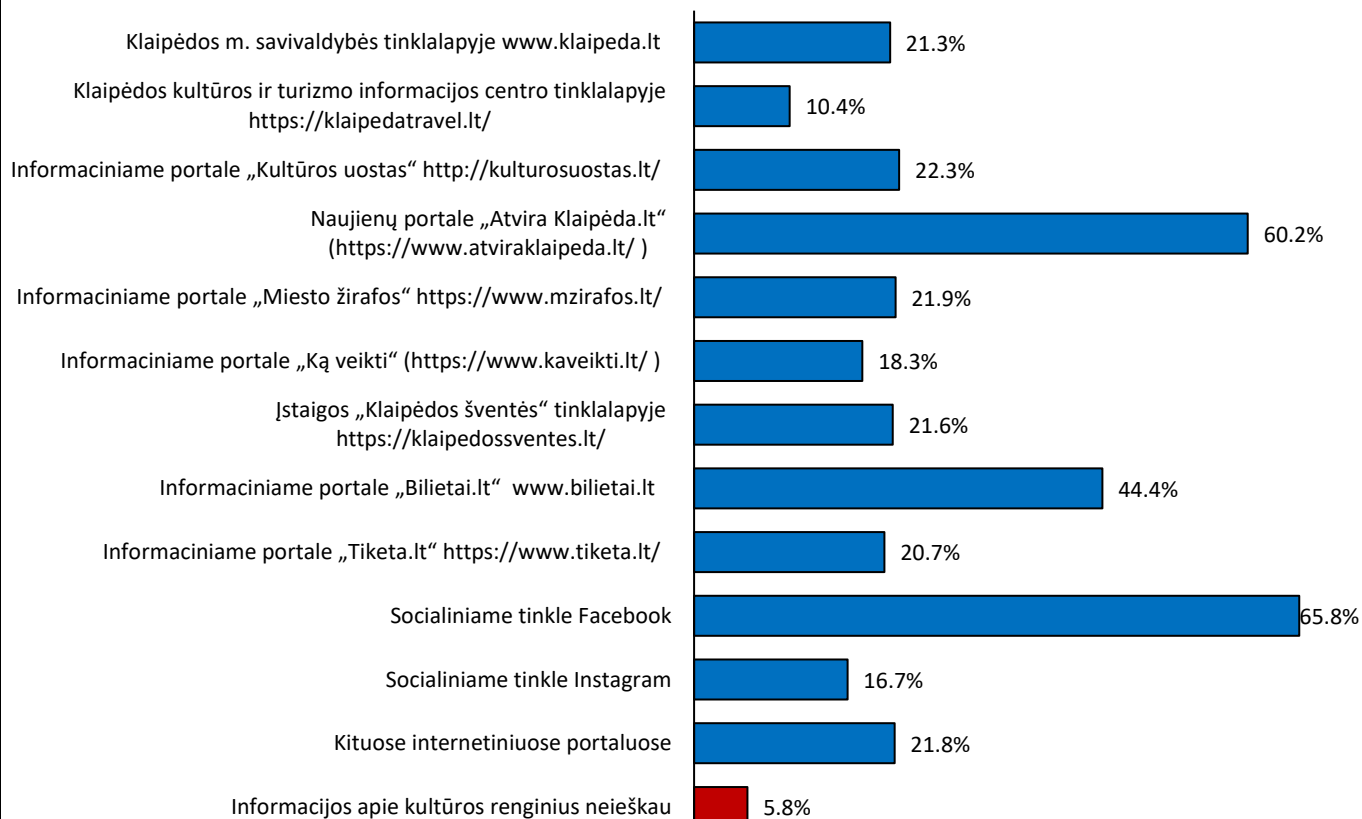
# Komunikacijos kanalai, kuriais dažniausiai naudojasi Prano Domšaičio galerijos lankytojai

(%; svirti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

## Kaip dažniausiai sužinoma apie kultūros renginius Klaipėdoje?



## Kokiuose tinklalapiuose dažniausiai ieškoma informacijos apie kultūros renginius Klaipėdoje?

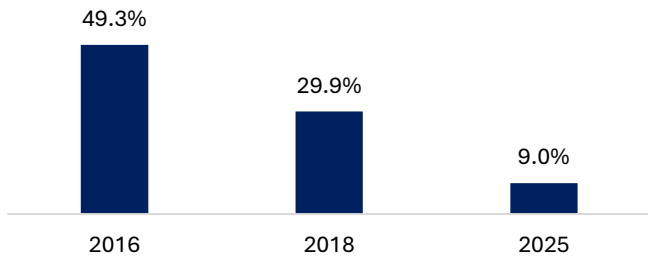


# Mažosios Lietuvos istorijos muziejaus auditorijos struktūra, 2025

(%; svėrti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

## Bendras auditorijos dydis: dinamika 2016-2025

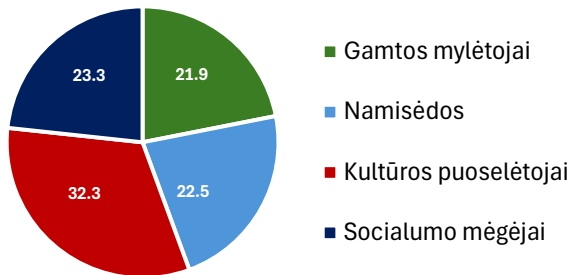
(kokia dalis apsilankė per paskutinius 12 mėn.; tik reprezentatyvi apklausa)



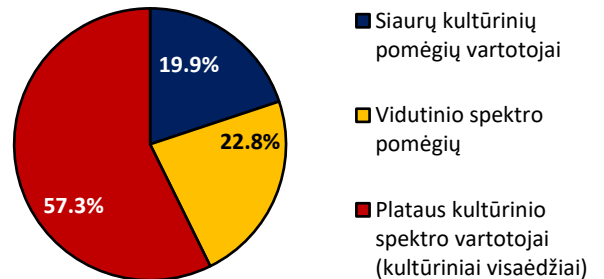
## Pastabos

2016 ir 2018 m. vienoje kategorijoje buvo visi Mažosios Lietuvos muziejaus padaliniai, kuriuos tuo metu buvo aplankyti. 2025 m. Mažosios Lietuvos muziejus išskirtas kaip savarankiškas vertinimo vienetas. Auditorijos sumažėjimą labiausiai lėmė ir Pilies muziejaus atidarymas.

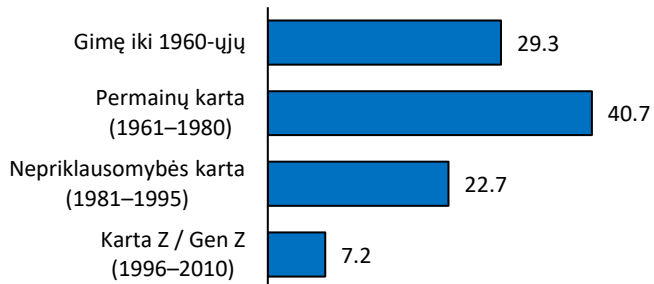
## Auditorijos struktūra pagal laisvalaikio profilius



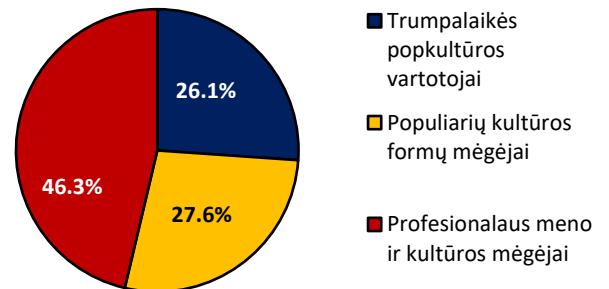
## Auditorijos sudėtis pagal kultūros vartojimo spektrą



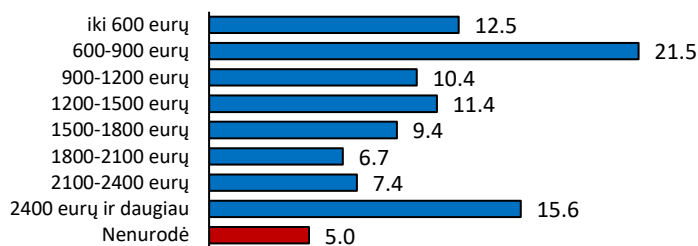
## Auditorijos amžiaus struktūra



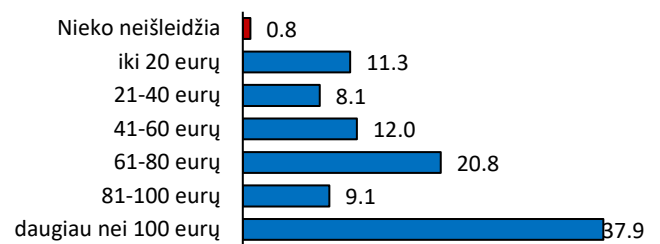
## Auditorijos sudėtis pagal kultūrinį skonį



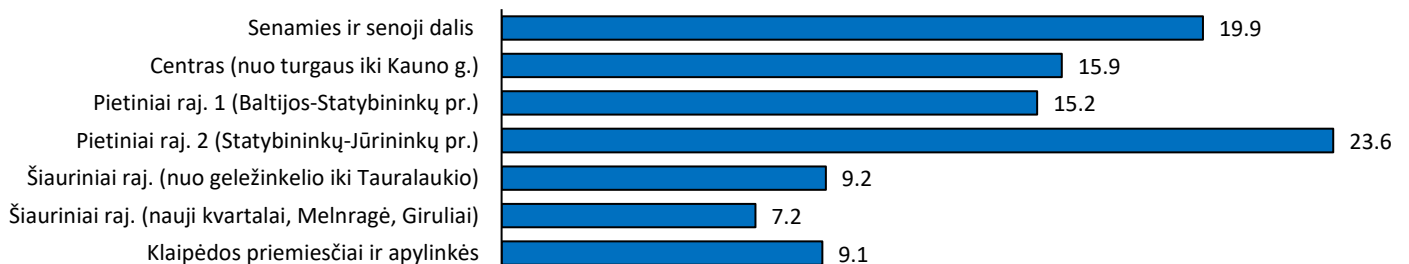
## Auditorijos struktūra pagal pajamų grupes



## Auditorijos struktūra pagal mėnesio išlaidas kultūrai



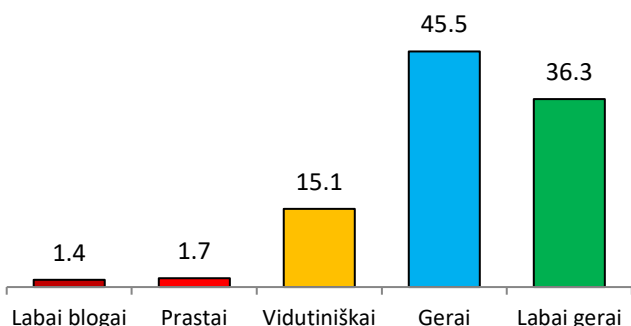
## Auditorijos struktūra pagal gyvenamąją vietą



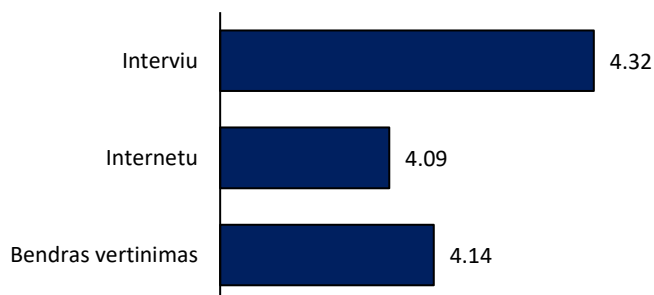
# Mažosios Lietuvos istorijos muziejaus vertinimai skirtingose socialinėse grupėse

(integruoti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys; nesverti)  
(vidurkis 5 balų skalėje: 1=labai blogai; 5=labai gerai)

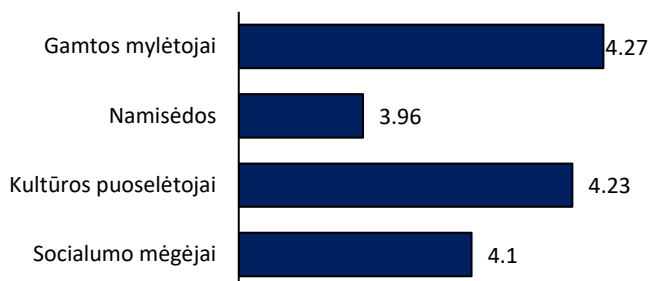
## Bendras vertinimas (%)



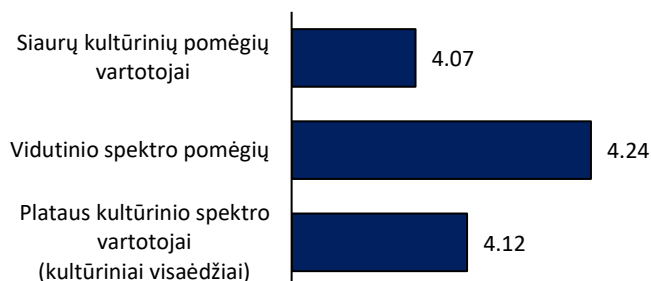
## Metodas



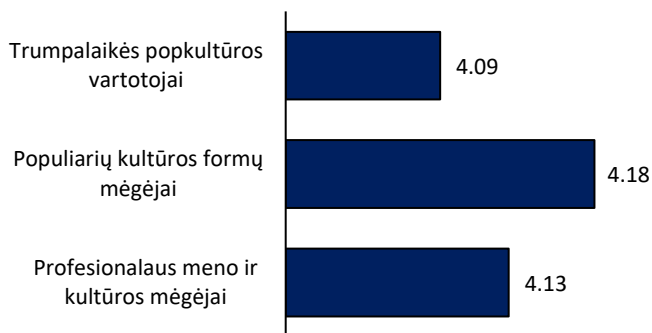
## Socialiniai laisvalaikio profiliai



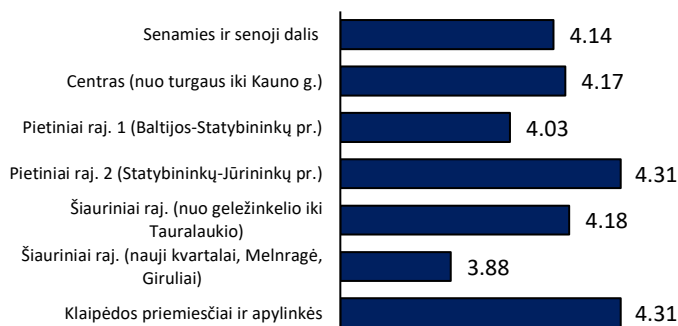
## Kultūros vartojimo spektras



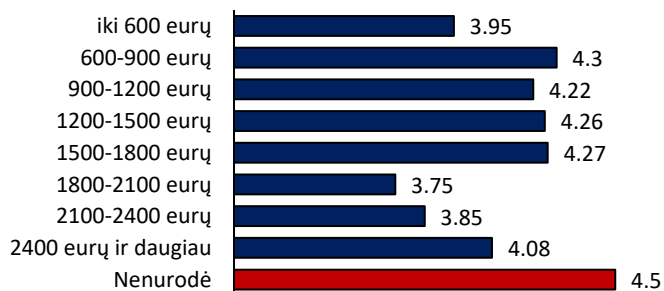
## Kultūrinis skonis



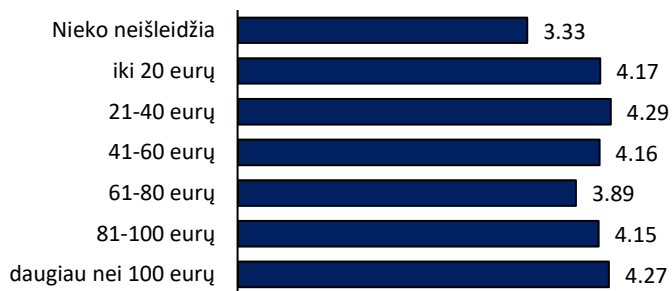
## Gyvenamoji vieta



## Pajamų grupės



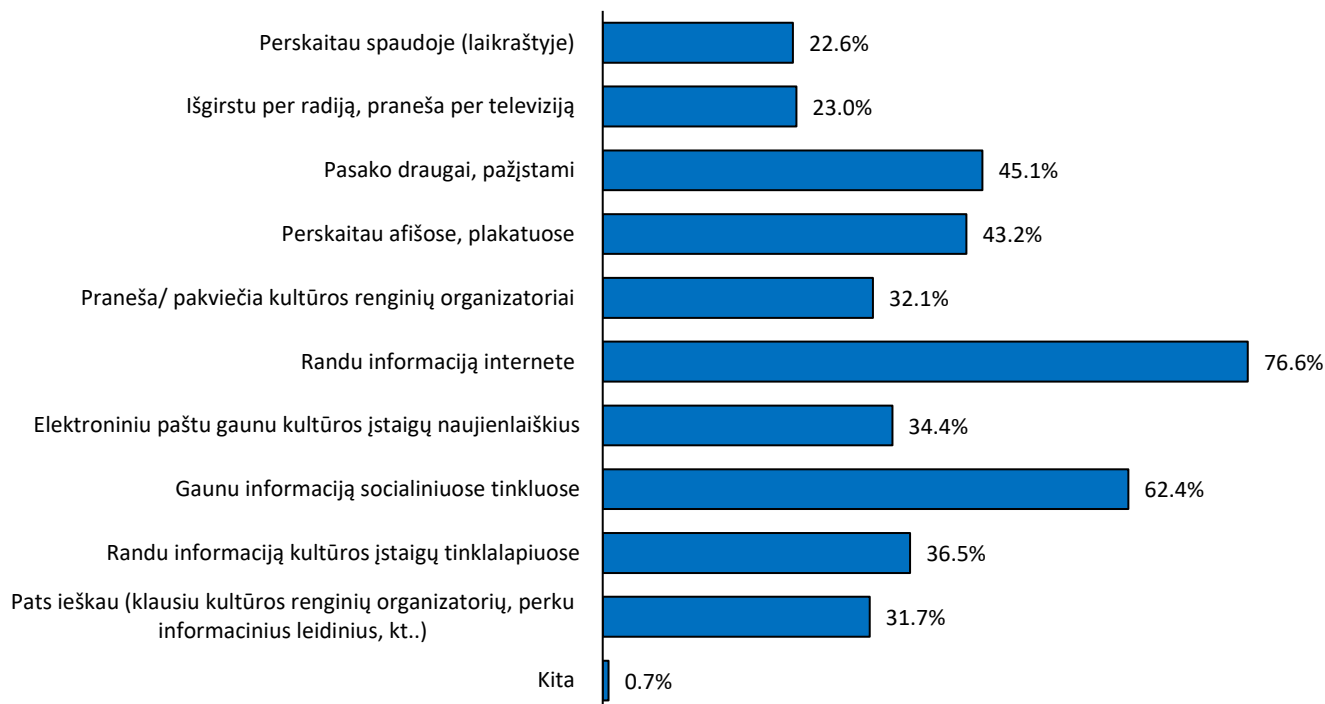
## Grupės, pagal mėnesio išlaidas kultūros reikmėms



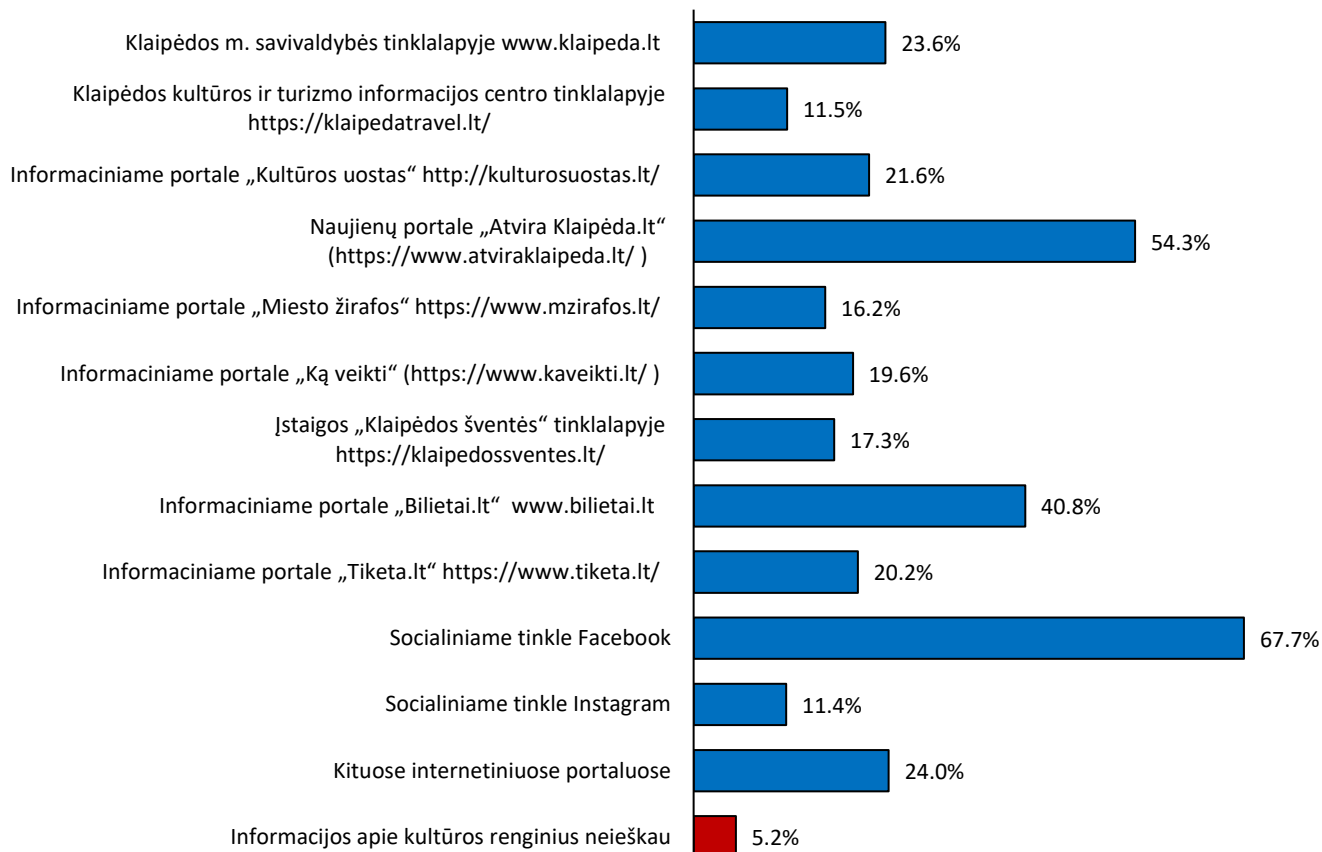
## Komunikacijos kanalai, kuriais dažniausiai naudojasi Mažosios Lietuvos istorijos muziejaus lankytojai

(%; svėrti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

### Kaip dažniausiai sužinoma apie kultūros renginius Klaipėdoje?

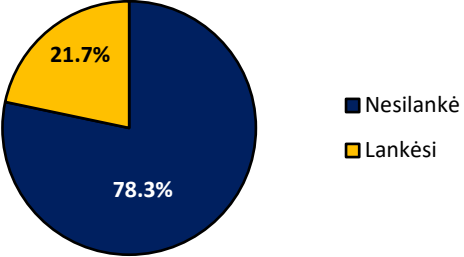
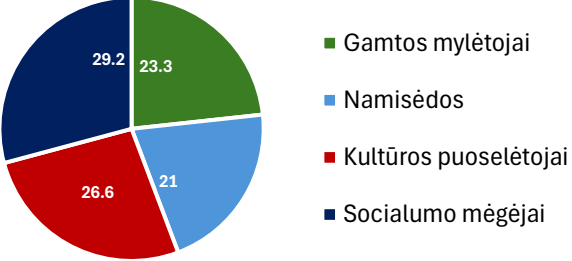
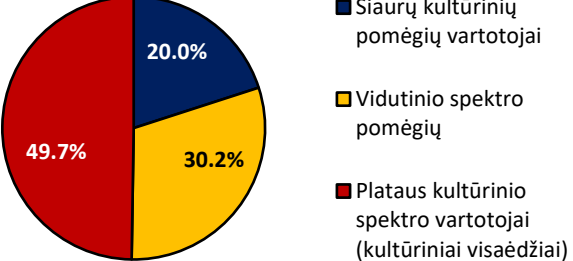
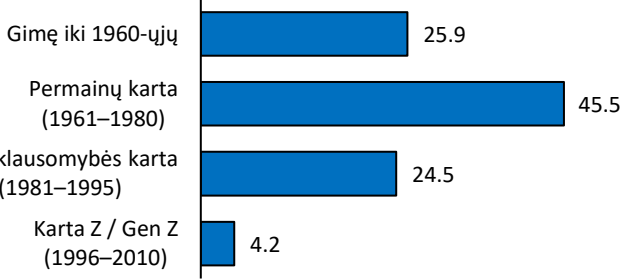
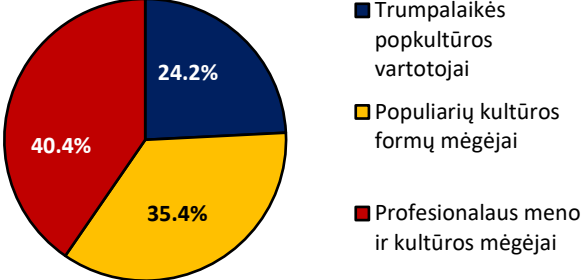
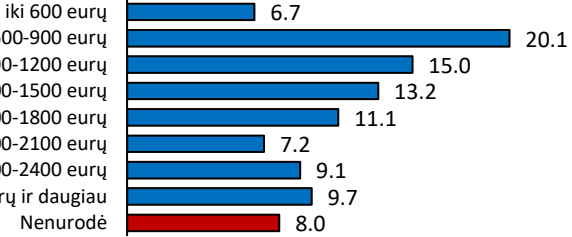
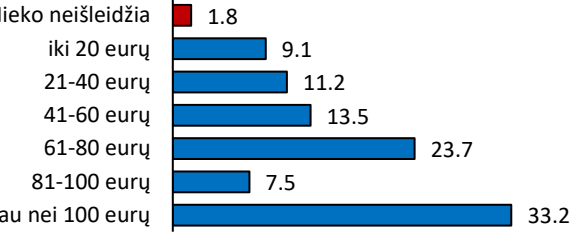
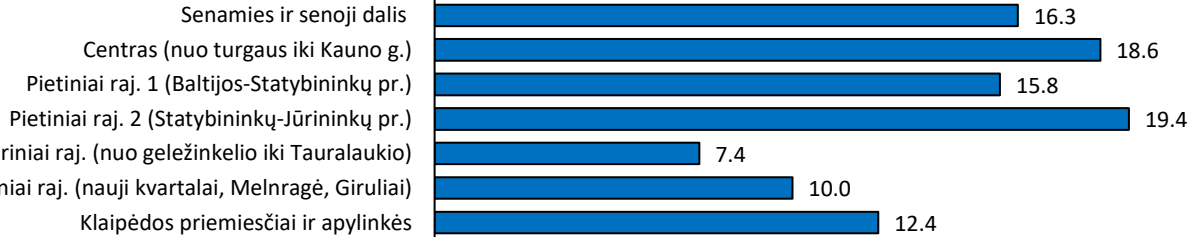


### Kokiuose tinklalapiuose dažniausiai ieškoma informacijos apie kultūros renginius Klaipėdoje?



# Pilies muziejaus auditorijos struktūra, 2025

(%; svėrti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

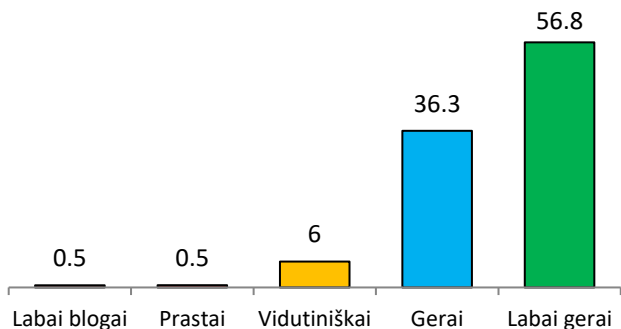
<b>Bendras auditorijos dydis</b> (kokia dalis apsilankė per paskutinius 12 mėn.; tik reprezentatyvi apklausa)	<b>Pastabos</b>
 <p>■ Nesilankė ■ Lankėsi</p>	<p>Pilies muziejus 2016 ir 2018 m. nebuvo įtrauktas į gyventojų apklausą kaip atskiras objektas. Jis buvo integruotas į bendrą Mažosios Lietuvos istorijos muziejaus ir jo padalinių vertinimą.</p>
<b>Auditorijos struktūra pagal laisvalaikio profilius</b>	<b>Auditorijos sudėtis pagal kultūros vartojimo spektrą</b>
 <p>■ Gamtos mylėtojai ■ Namisėdos ■ Kultūros puoselėtojai ■ Socialumo mėgėjai</p>	 <p>■ Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai ■ Vidutinio spektro pomėgių ■ Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)</p>
<b>Auditorijos amžiaus struktūra</b>	<b>Auditorijos sudėtis pagal kultūrinį skonį</b>
 <p>Gimę iki 1960-ųjų 25.9 Permainų karta (1961–1980) 45.5 Nepriklausomybės karta (1981–1995) 24.5 Karta Z / Gen Z (1996–2010) 4.2</p>	 <p>■ Trumpalaikės popkultūros vartotojai ■ Populiarių kultūros formų mėgėjai ■ Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai</p>
<b>Auditorijos struktūra pagal pajamų grupes</b>	<b>Auditorijos struktūra pagal mėnesio išlaidas kultūrai</b>
 <p>iki 600 eurų 6.7 600-900 eurų 20.1 900-1200 eurų 15.0 1200-1500 eurų 13.2 1500-1800 eurų 11.1 1800-2100 eurų 7.2 2100-2400 eurų 9.1 2400 eurų ir daugiau 9.7 Nenurodė 8.0</p>	 <p>Nieko neišleidžia 1.8 iki 20 eurų 9.1 21-40 eurų 11.2 41-60 eurų 13.5 61-80 eurų 23.7 81-100 eurų 7.5 daugiau nei 100 eurų 33.2</p>
<b>Auditorijos struktūra pagal gyvenamąją vietą</b>	
 <p>Senamies ir senoji dalis 16.3 Centras (nuo turgaus iki Kauno g.) 18.6 Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.) 15.8 Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.) 19.4 Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio) 7.4 Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai) 10.0 Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės 12.4</p>	

# Pilies muziejaus vertinimai skirtingose socialinėse grupėse

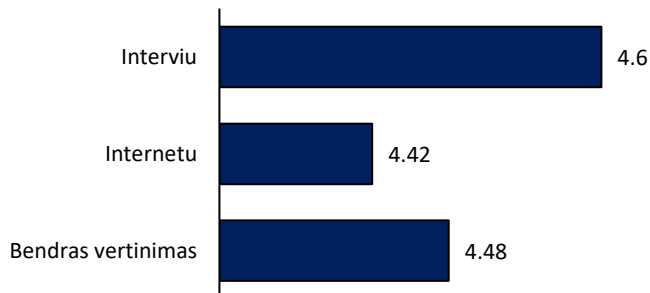
(integruoti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys; nesverti)

(vidurkis 5 balų skalėje: 1=labai blogai; 5=labai gerai)

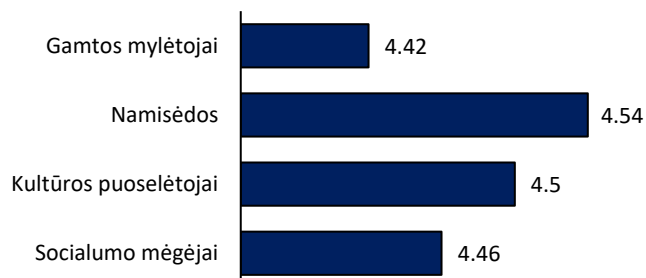
## Bendras vertinimas (%)



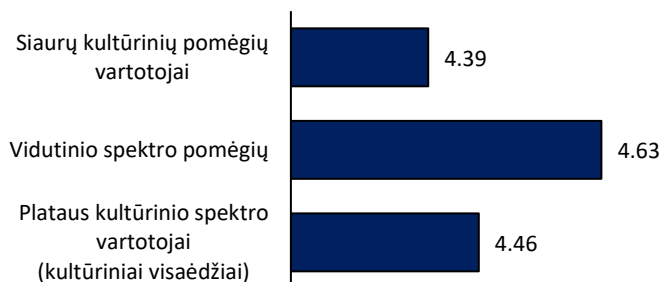
## Metodas



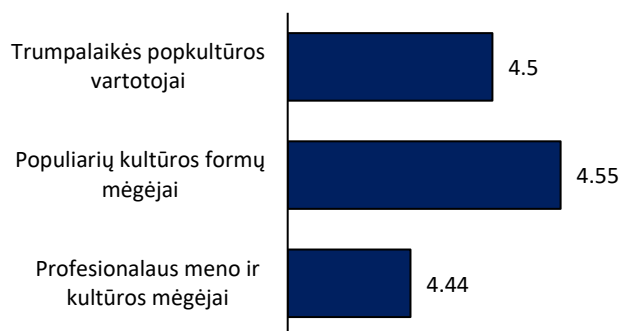
## Socialiniai laisvalaikio profiliai



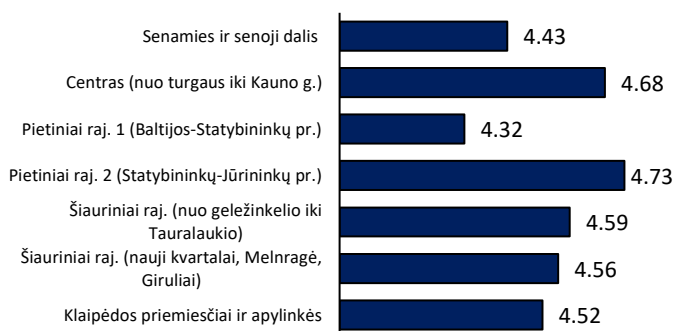
## Kultūros vartojimo spektras



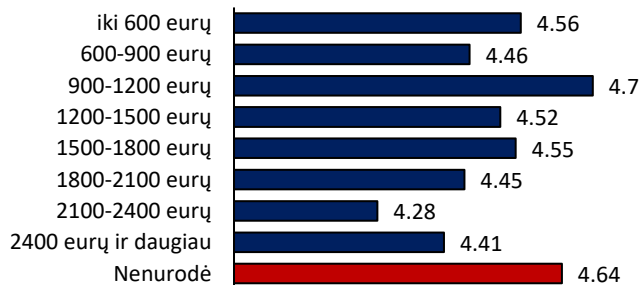
## Kultūrinis skonis



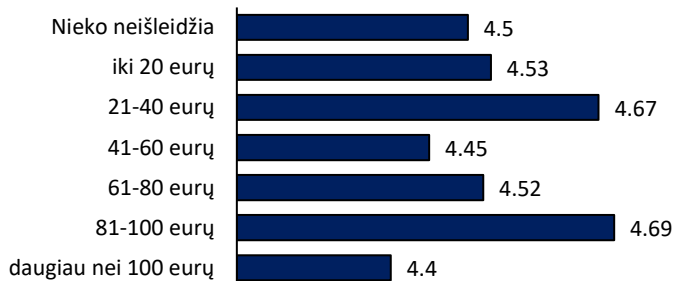
## Gyvenamoji vieta



## Pajamų grupės



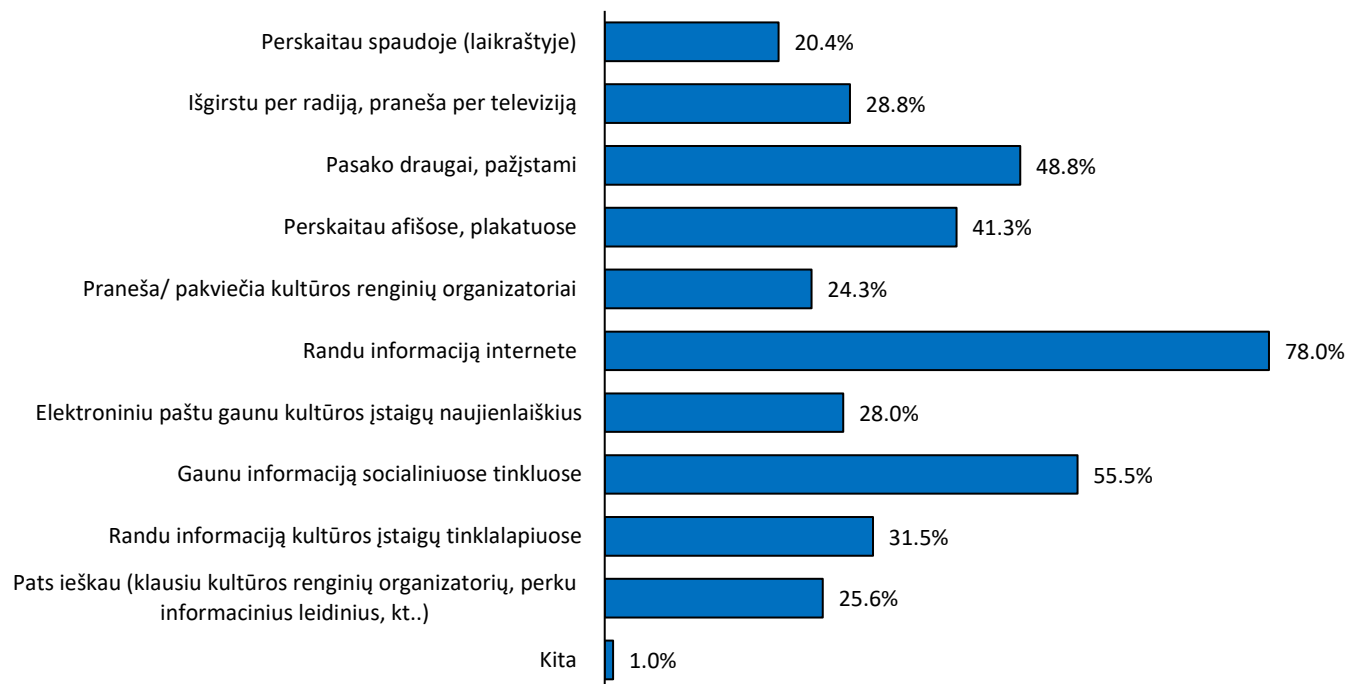
## Grupės, pagal mėnesio išlaidas kultūros reikmėms



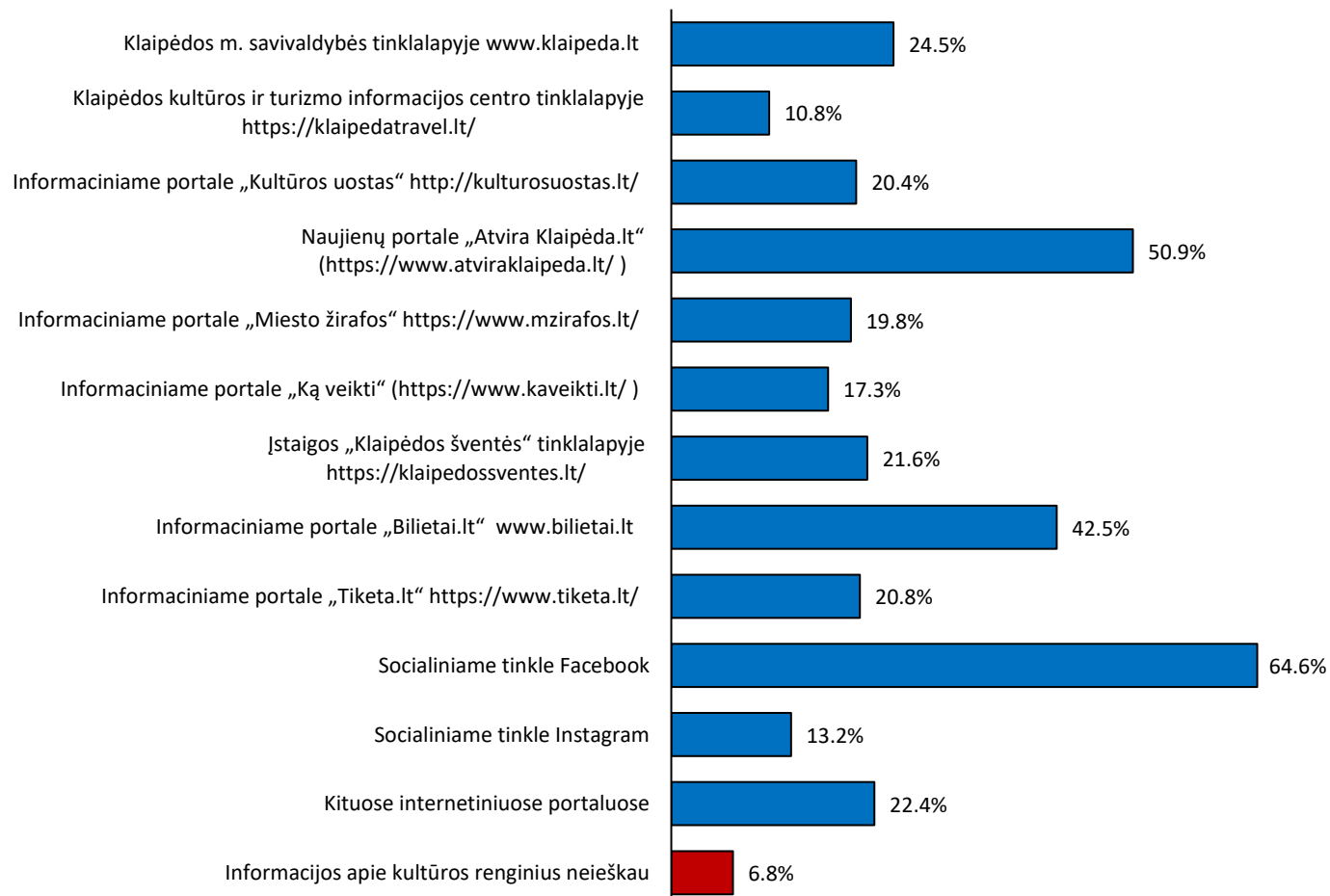
## Komunikacijos kanalai, kuriais dažniausiai naudojasi Pilies muziejaus lankytojai

(%; svėrti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

### Kaip dažniausiai sužinoma apie kultūros renginius Klaipėdoje?



### Kokiuose tinklalapiuose dažniausiai ieškoma informacijos apie kultūros renginius Klaipėdoje?

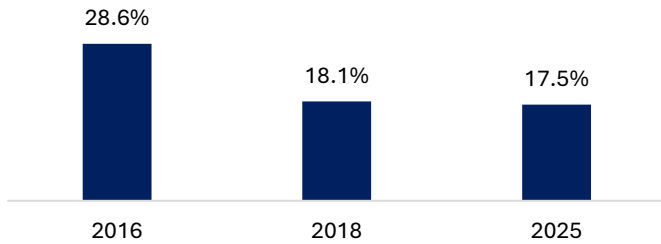


# Laikrodžių muziejaus auditorijos struktūra, 2025

(%; svėrti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

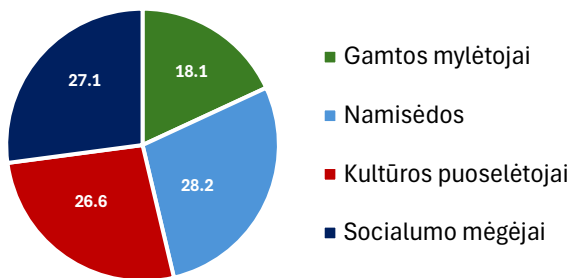
## Bendras auditorijos dydis: dinamika 2016-2025

(kokia dalis apsilankė per paskutinius 12 mėn.; tik reprezentatyvi apklausa)

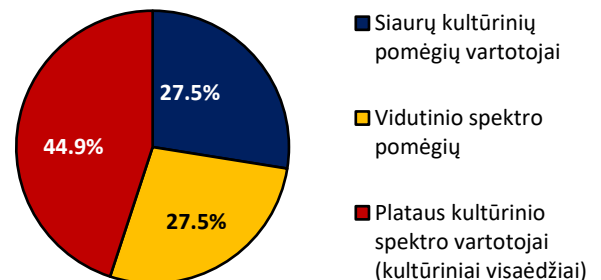


## Pastabos

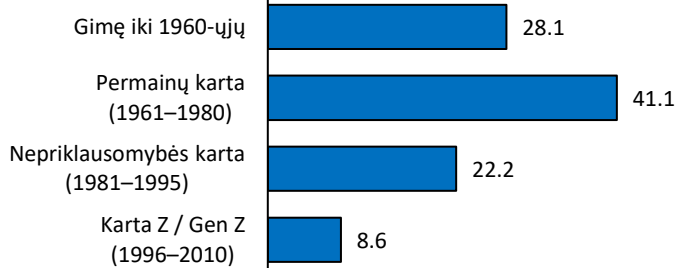
## Auditorijos struktūra pagal laisvalaikio profilius



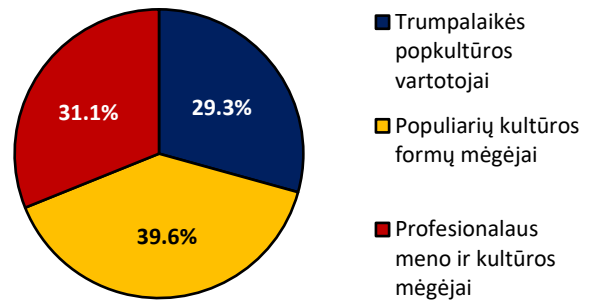
## Auditorijos sudėtis pagal kultūros vartojimo spektrą



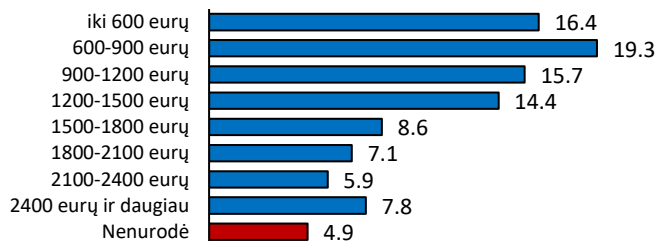
## Auditorijos amžiaus struktūra



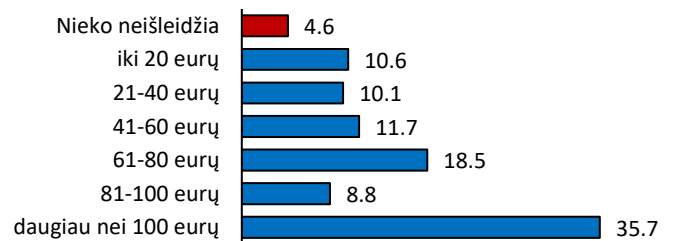
## Auditorijos sudėtis pagal kultūrinį skonį



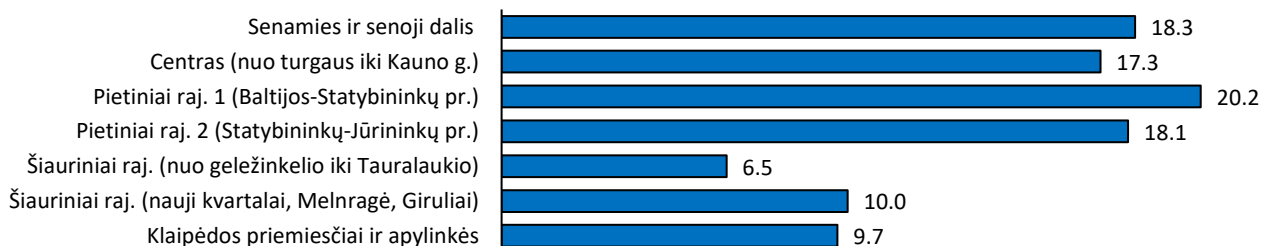
## Auditorijos struktūra pagal pajamų grupes



## Auditorijos struktūra pagal mėnesio išlaidas kultūrai



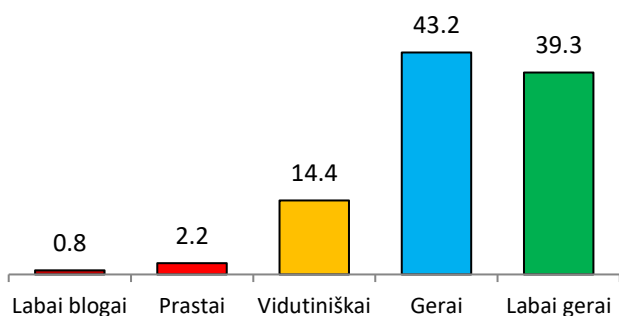
## Auditorijos struktūra pagal gyvenamąją vietą



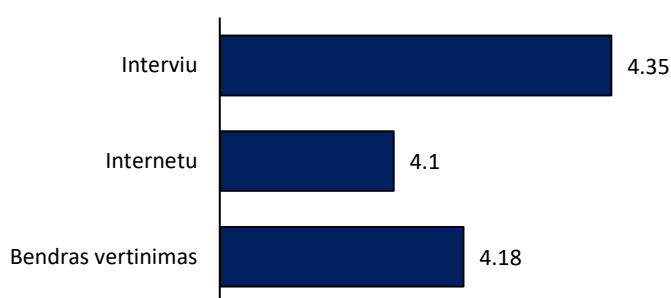
# Laikrodžių muziejaus vertinimai skirtingose socialinėse grupėse

(integruoti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys; nesverti)  
(vidurkis 5 balų skalėje: 1=labai blogai; 5=labai gerai)

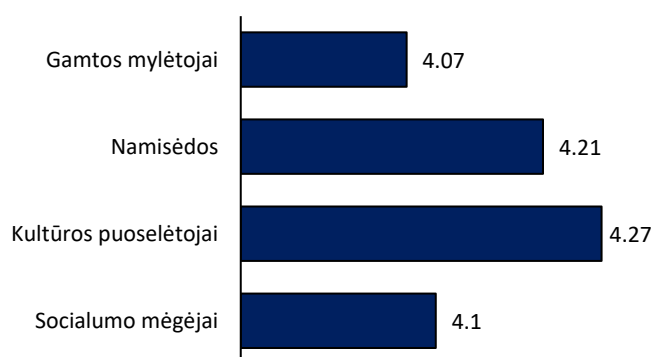
## Bendras vertinimas (%)



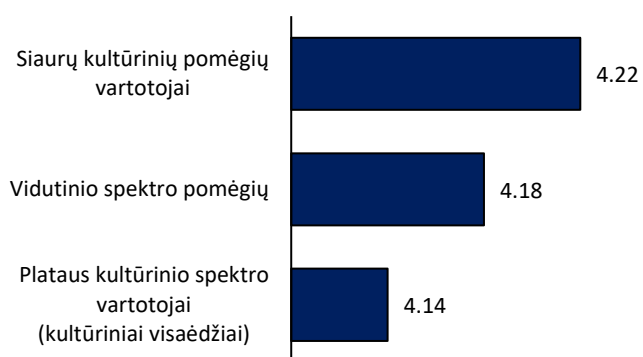
## Metodas



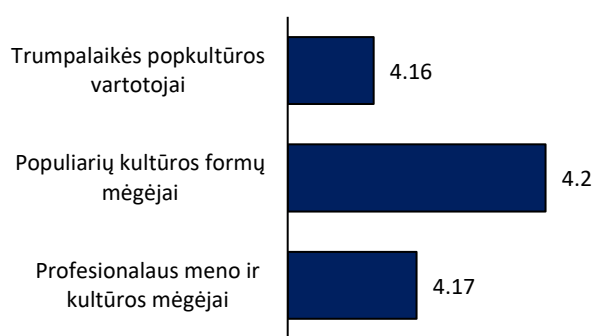
## Socialiniai laisvalaikio profiliai



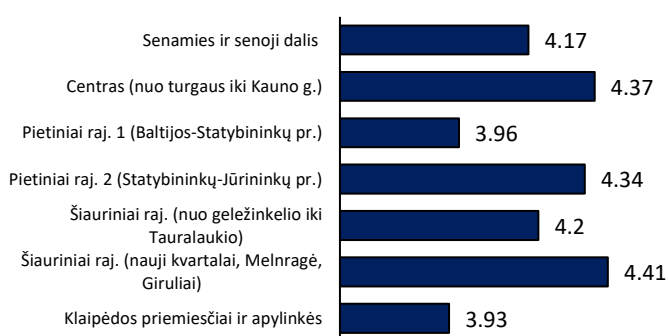
## Kultūros vartojimo spektras



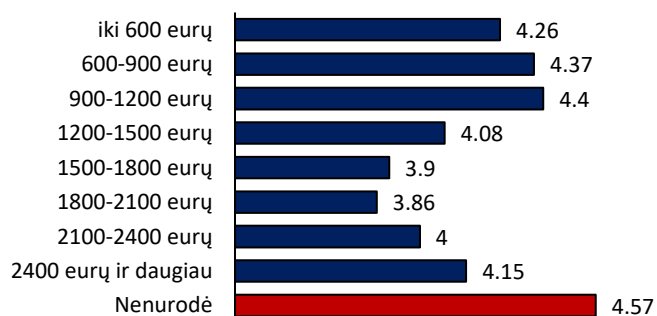
## Kultūrinis skonis



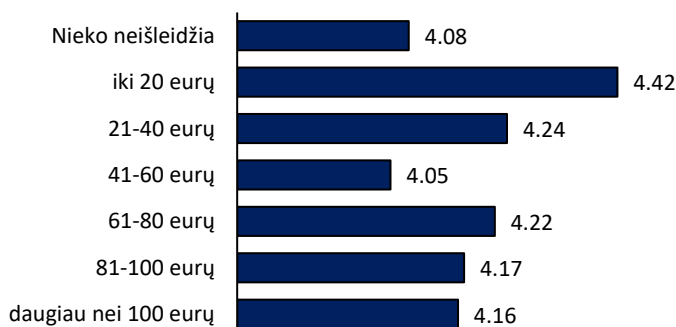
## Gyvenamoji vieta



## Pajamų grupės



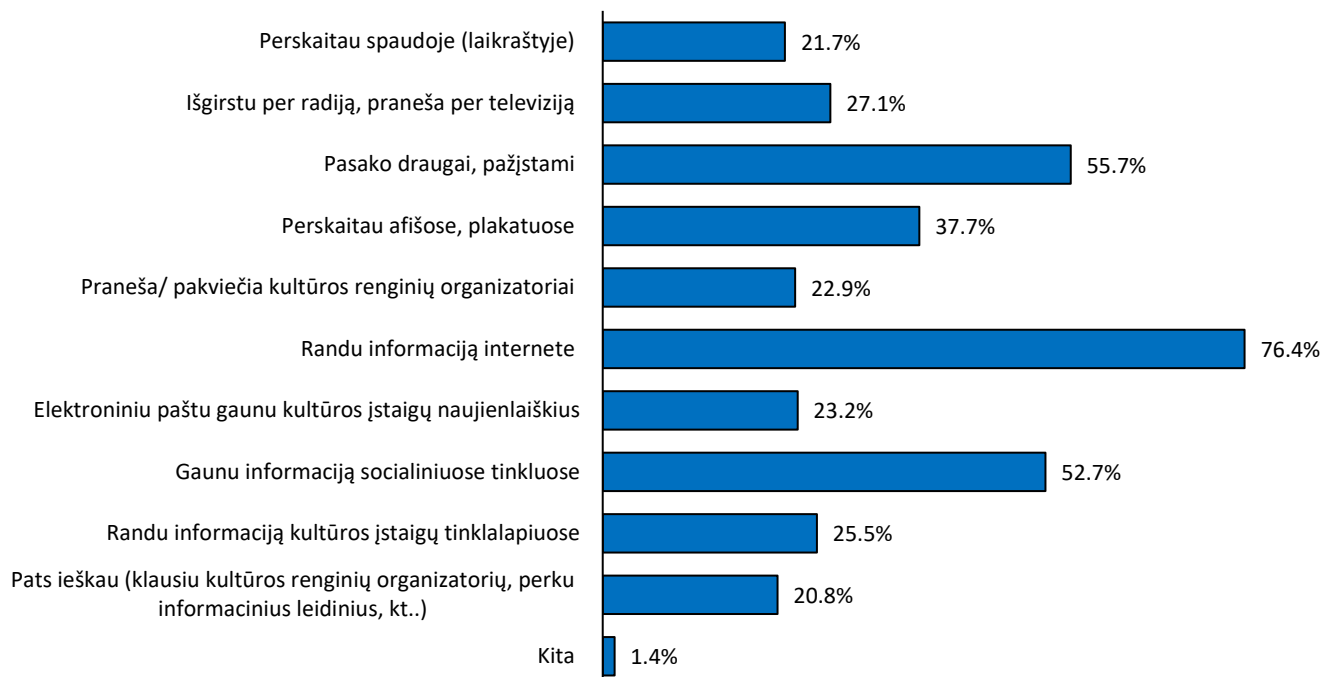
## Grupės, pagal mėnesio išlaidas kultūros reikmėms



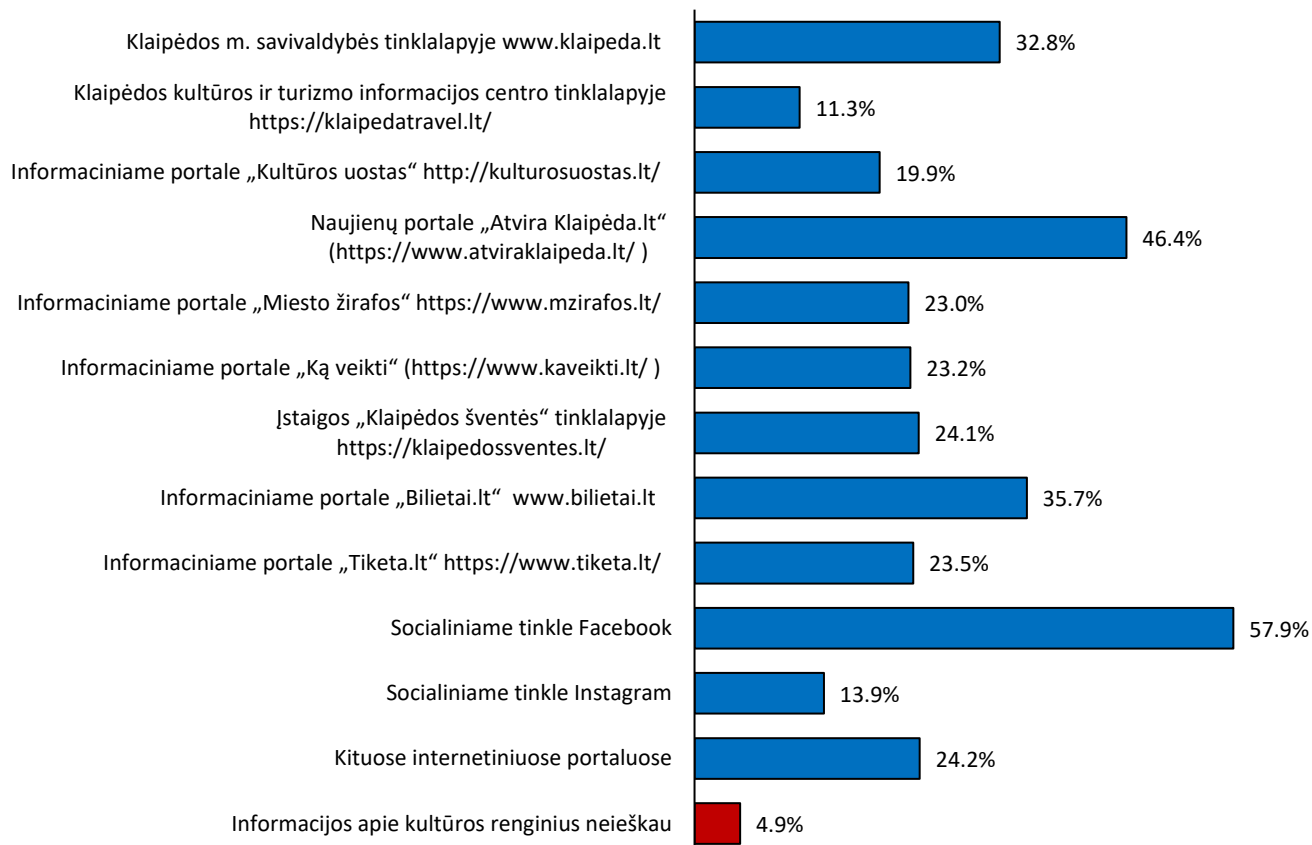
## Komunikacijos kanalai, kuriais dažniausiai naudojasi Laikrodžių muziejaus lankytojai

(%; svirti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

### Kaip dažniausiai sužinoma apie kultūros renginius Klaipėdoje?



### Kokiuose tinklalapiuose dažniausiai ieškoma informacijos apie kultūros renginius Klaipėdoje?

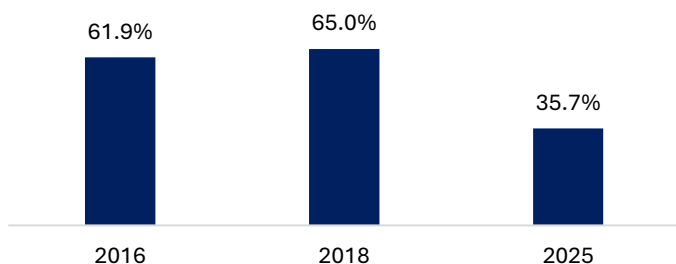


# Lietuvos jūrų muziejaus auditorijos struktūra, 2025

(%; svėrti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

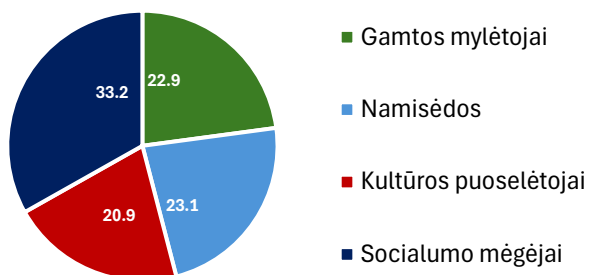
## Bendras auditorijos dydis: dinamika 2016-2025

(kokia dalis apsilankė per paskutinius 12 mėn.; tik reprezentatyvi apklausa)

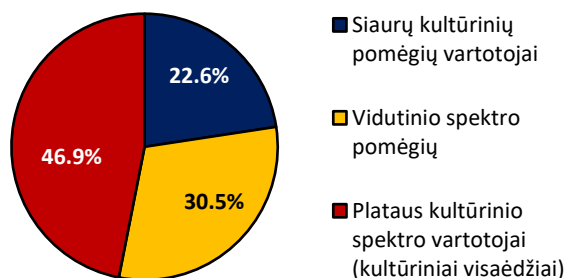


## Pastabos

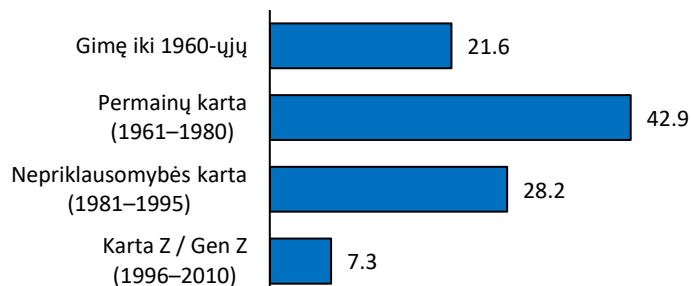
## Auditorijos struktūra pagal laisvalaikio profilius



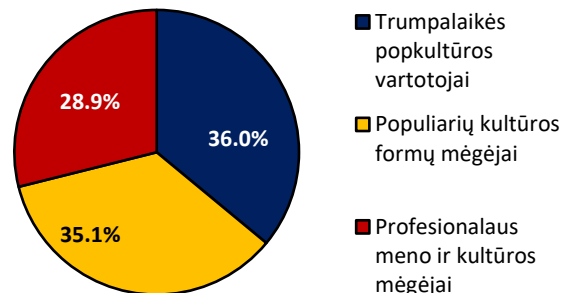
## Auditorijos sudėtis pagal kultūros vartojimo spektrą



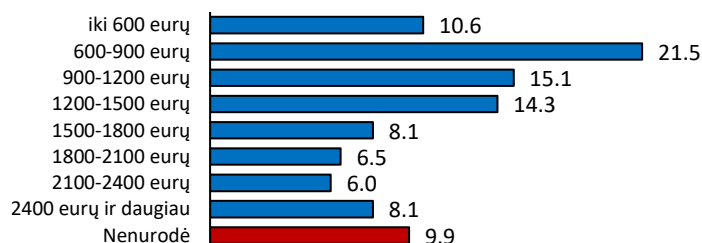
## Auditorijos amžiaus struktūra



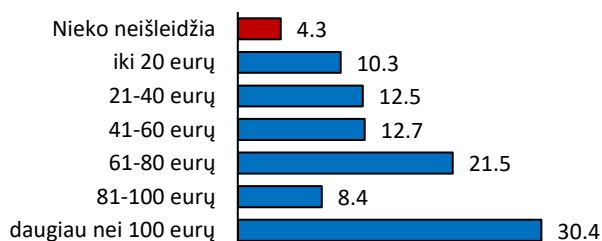
## Auditorijos sudėtis pagal kultūrinį skonį



## Auditorijos struktūra pagal pajamų grupes



## Auditorijos struktūra pagal mėnesio išlaidas kultūrai



## Auditorijos struktūra pagal gyvenamąją vietą

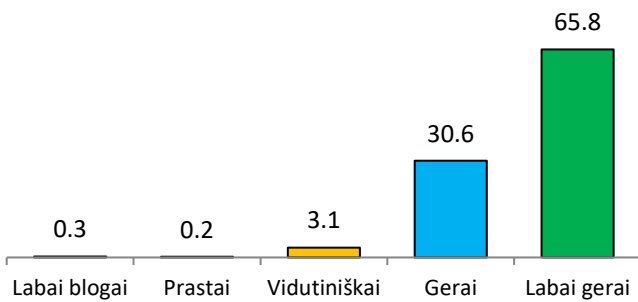


# Lietuvos jūrų muziejaus vertinimai skirtingose socialinėse grupėse

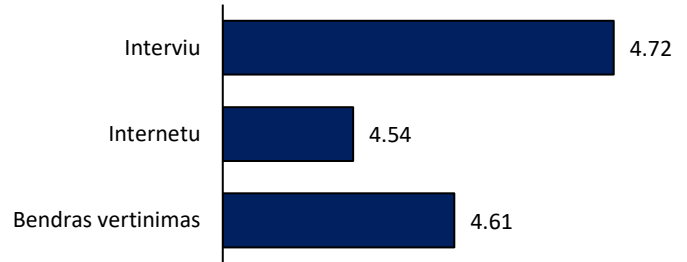
(integruoti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys; nesverti)

(vidurkis 5 balų skalėje: 1=labai blogai; 5=labai gerai)

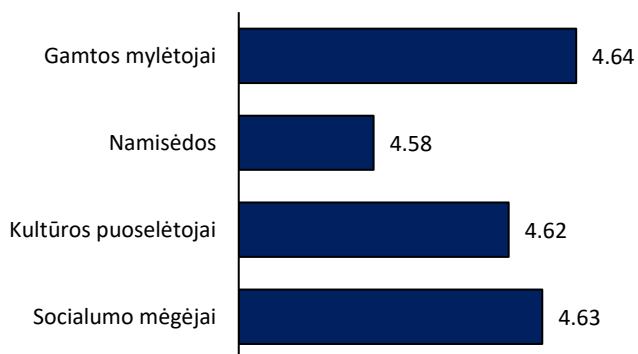
## Bendras vertinimas (%)



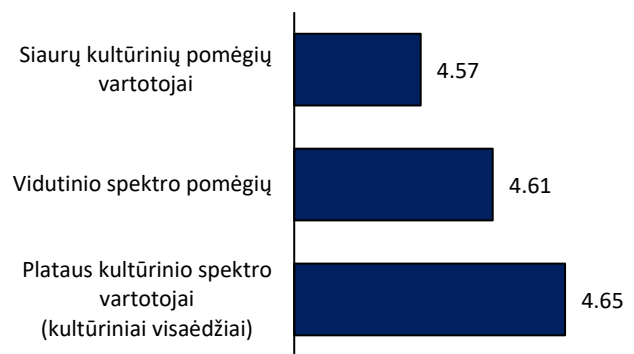
## Metodas



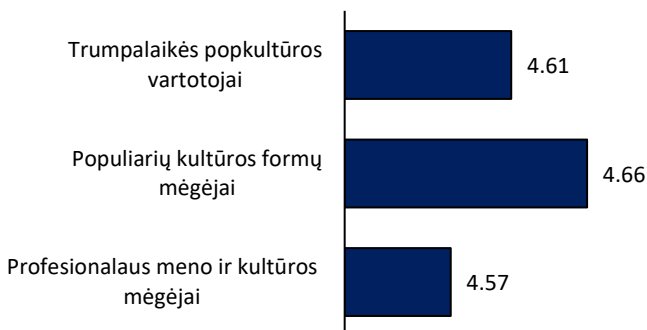
## Socialiniai laisvalaikio profiliai



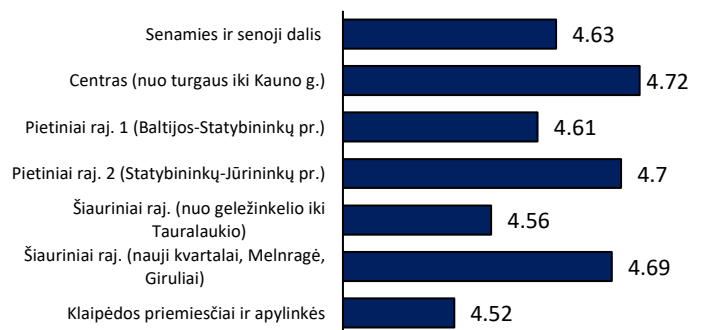
## Kultūros vartojimo spektras



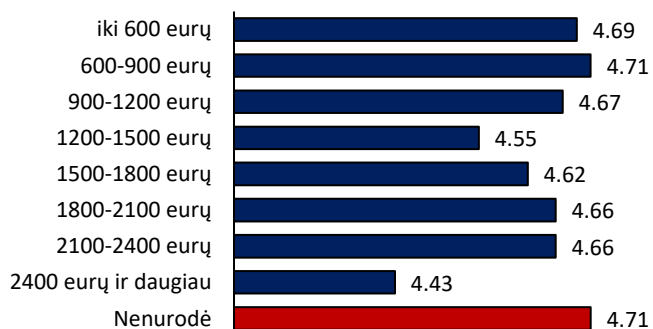
## Kultūrinis skonis



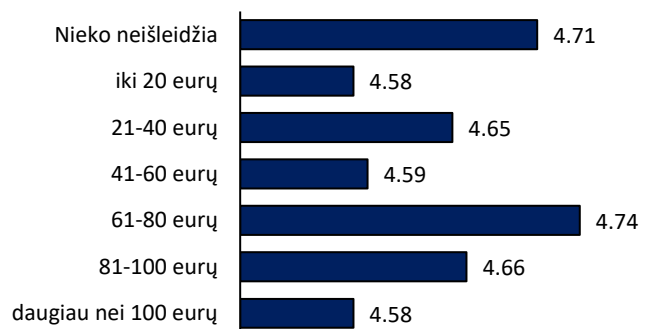
## Gyvenamoji vieta



## Pajamų grupės



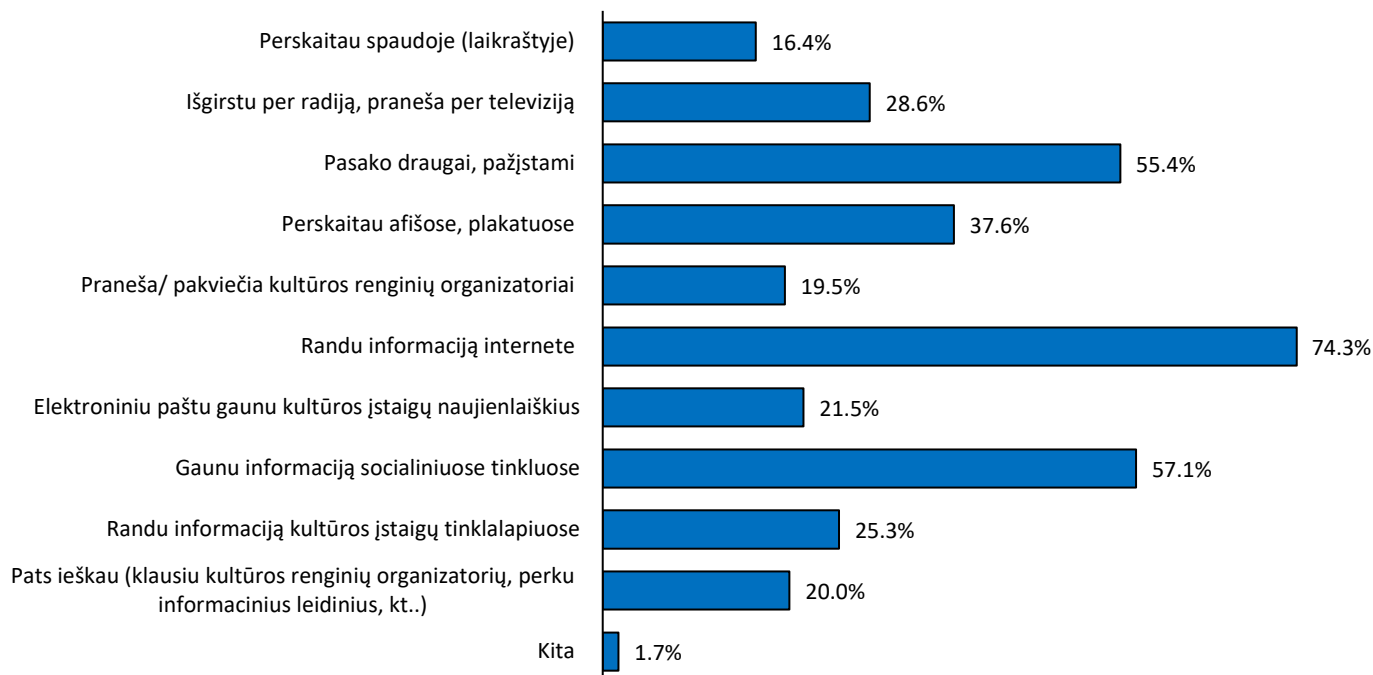
## Grupės, pagal mėnesio išlaidas kultūros reikmėms



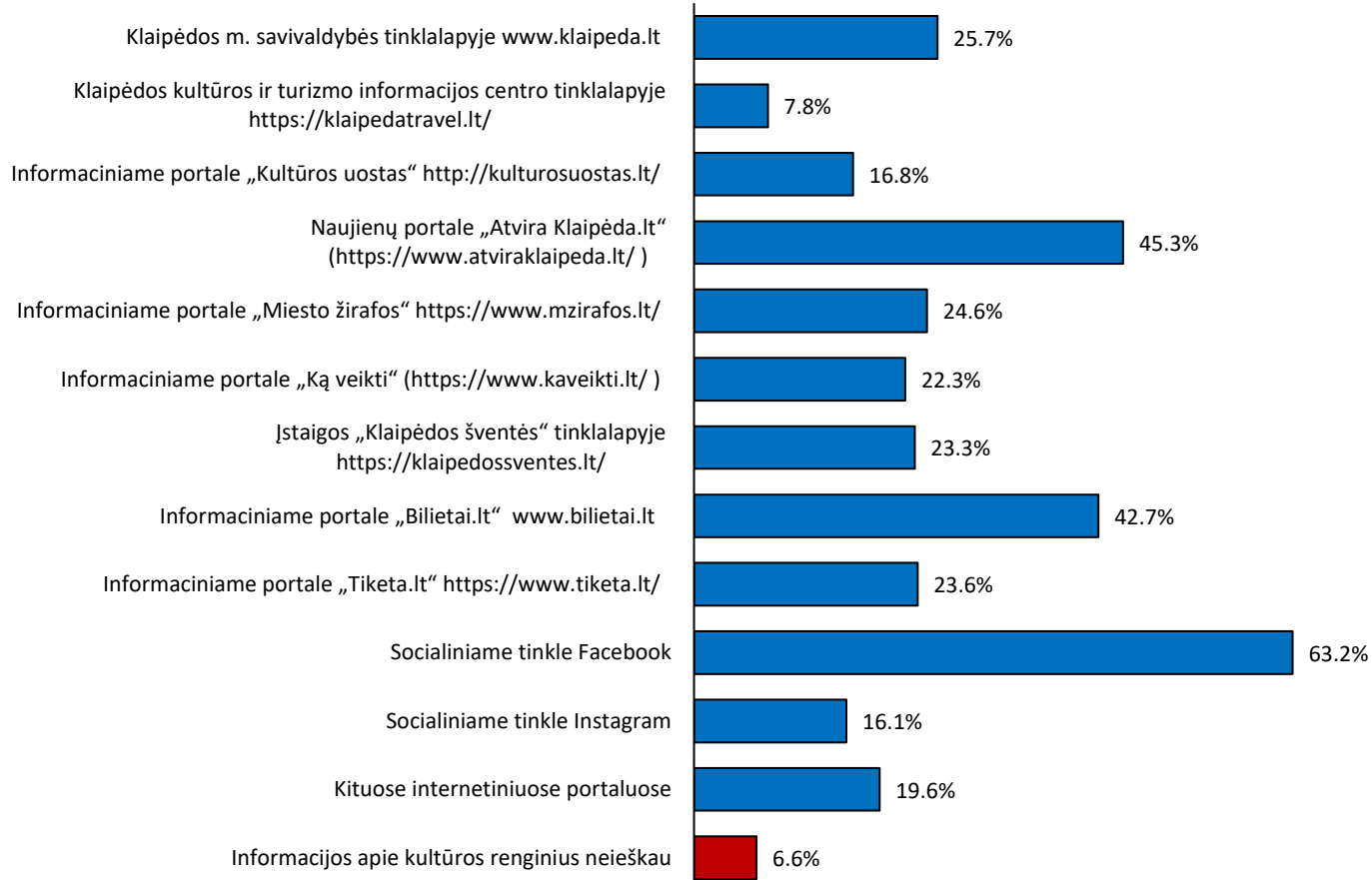
## Komunikacijos kanalai, kuriais dažniausiai naudojasi Lietuvos jūrų muziejaus lankytojai

(%; svėrti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

### Kaip dažniausiai sužinoma apie kultūros renginius Klaipėdoje?

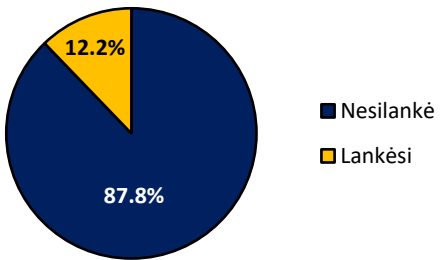
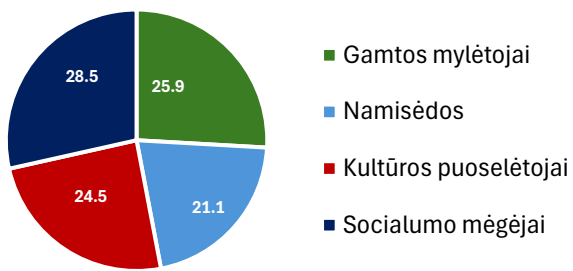
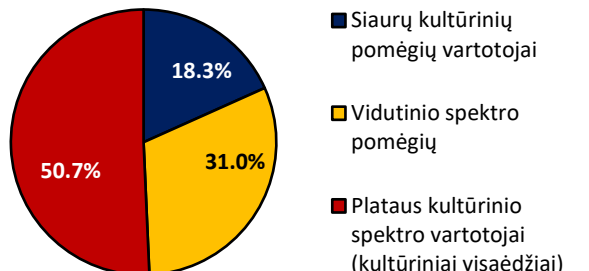
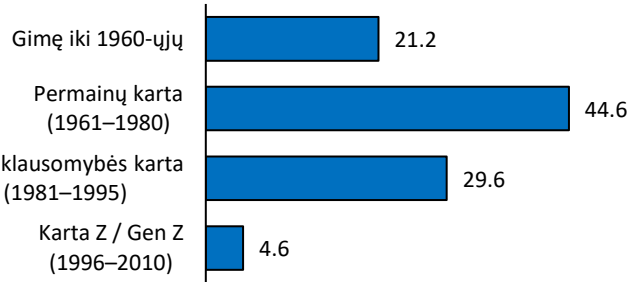
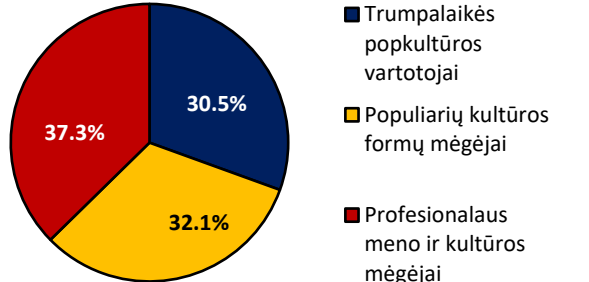
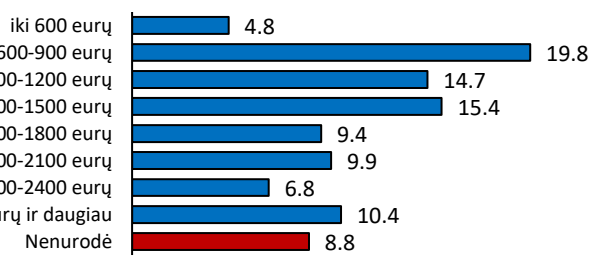
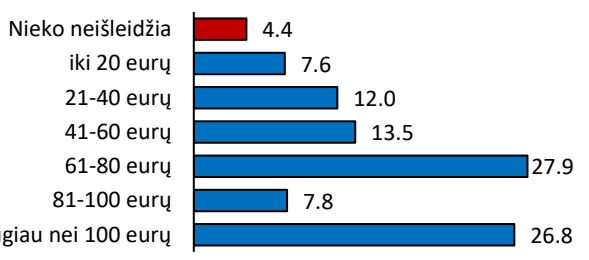
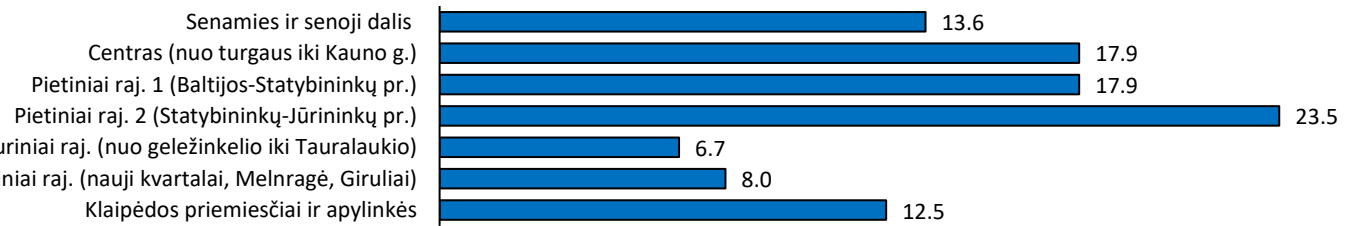


### Kokiuose tinklalapiuose dažniausiai ieškoma informacijos apie kultūros renginius Klaipėdoje?



# Laivo-muziejaus „Sūduvis“ auditorijos struktūra, 2025

(%; svėrti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

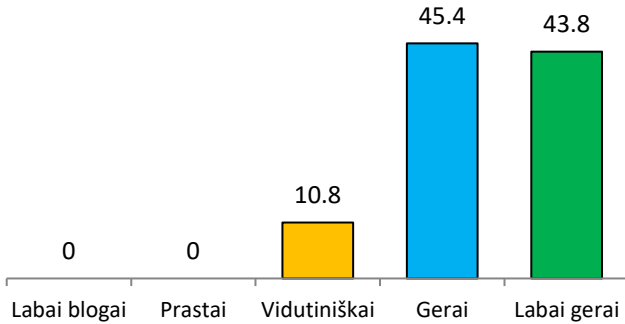
<b>Bendras auditorijos dydis</b> (kokia dalis apsilankė per paskutinius 12 mėn.; tik reprezentatyvi apklausa)	<b>Pastabos</b>
 <p> <span style="color: #003366;">■</span> Nesilankė  <span style="color: #FFD700;">■</span> Lankėsi                     </p>	<p>Laivas-muziejus „Sūduvis“ įtrauktas į apklausą kaip atskiras lankytinas objektas, nors yra Lietuvos jūrų muziejaus pavaldume.</p>
<b>Auditorijos struktūra pagal laisvalaikio profilius</b>	<b>Auditorijos sudėtis pagal kultūros vartojimo spektrą</b>
 <p> <span style="color: #003366;">■</span> Socialumo mėgėjai  <span style="color: #008000;">■</span> Gamtos mylėtojai  <span style="color: #0000FF;">■</span> Namisėdos  <span style="color: #CC0000;">■</span> Kultūros puoselėtojai                     </p>	 <p> <span style="color: #003366;">■</span> Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai  <span style="color: #FFD700;">■</span> Vidutinio spektro pomėgių  <span style="color: #CC0000;">■</span> Platus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)                     </p>
<b>Auditorijos amžiaus struktūra</b>	<b>Auditorijos sudėtis pagal kultūrinį skonį</b>
 <p>                     Gimę iki 1960-ųjų: 21.2                      Permainų karta (1961–1980): 44.6                      Nepriklausomybės karta (1981–1995): 29.6                      Karta Z / Gen Z (1996–2010): 4.6                 </p>	 <p> <span style="color: #003366;">■</span> Trumpalaikės popkultūros vartotojai  <span style="color: #FFD700;">■</span> Populiarių kultūros formų mėgėjai  <span style="color: #CC0000;">■</span> Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai                     </p>
<b>Auditorijos struktūra pagal pajamų grupes</b>	<b>Auditorijos struktūra pagal mėnesio išlaidas kultūrai</b>
 <p>                     iki 600 eurų: 4.8                      600-900 eurų: 19.8                      900-1200 eurų: 14.7                      1200-1500 eurų: 15.4                      1500-1800 eurų: 9.4                      1800-2100 eurų: 9.9                      2100-2400 eurų: 6.8                      2400 eurų ir daugiau: 10.4                      Nenurodė: 8.8                 </p>	 <p>                     Nieko neišleidžia: 4.4                      iki 20 eurų: 7.6                      21-40 eurų: 12.0                      41-60 eurų: 13.5                      61-80 eurų: 27.9                      81-100 eurų: 7.8                      daugiau nei 100 eurų: 26.8                 </p>
<b>Auditorijos struktūra pagal gyvenamąją vietą</b>	
 <p>                     Senamies ir senoji dalis: 13.6                      Centras (nuo turgaus iki Kauno g.): 17.9                      Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.): 17.9                      Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.): 23.5                      Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio): 6.7                      Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai): 8.0                      Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės: 12.5                 </p>	

# Laivo-muziejaus „Sūduvis“ vertinimai skirtingose socialinėse grupėse

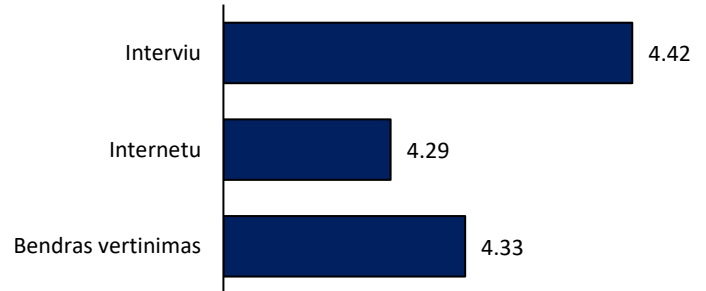
(integruoti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys; nesverti)

(vidurkis 5 balų skalėje: 1=labai blogai; 5=labai gerai)

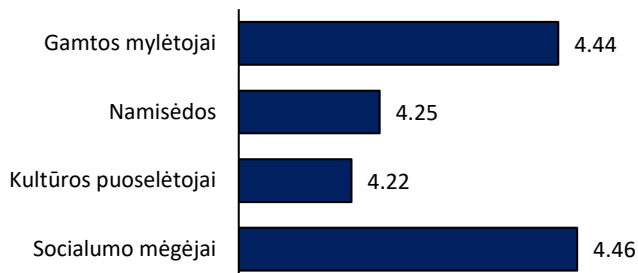
## Bendras vertinimas (%)



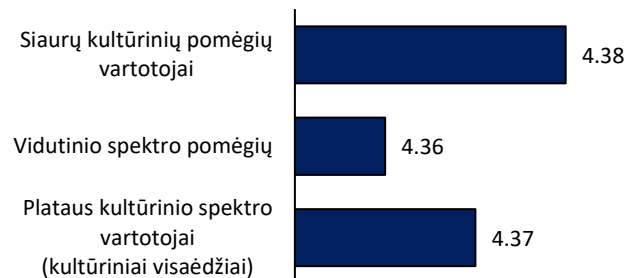
## Metodas



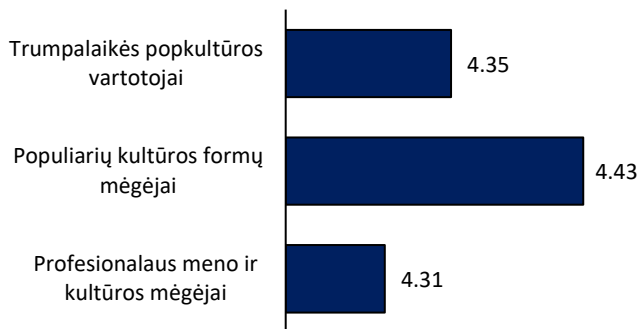
## Socialiniai laisvalaikio profiliai



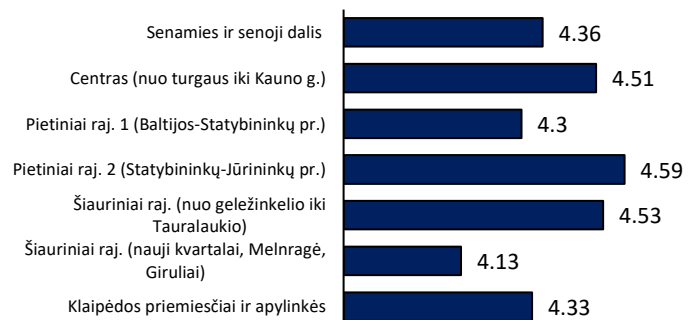
## Kultūros vartojimo spektras



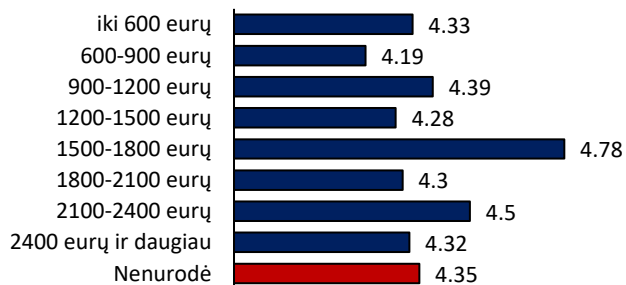
## Kultūrinis skonis



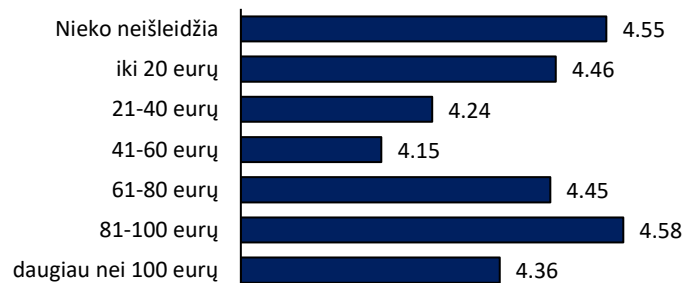
## Gyvenamoji vieta



## Pajamų grupės



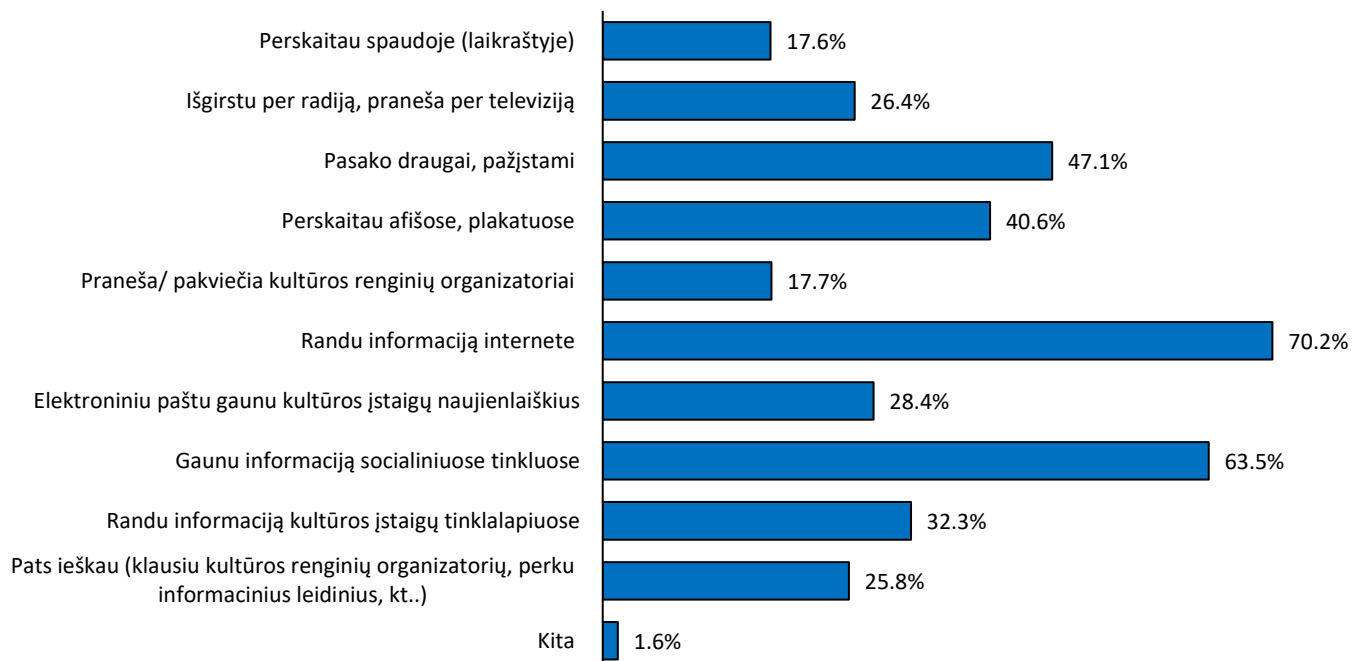
## Grupės, pagal mėnesio išlaidas kultūros reikmėms



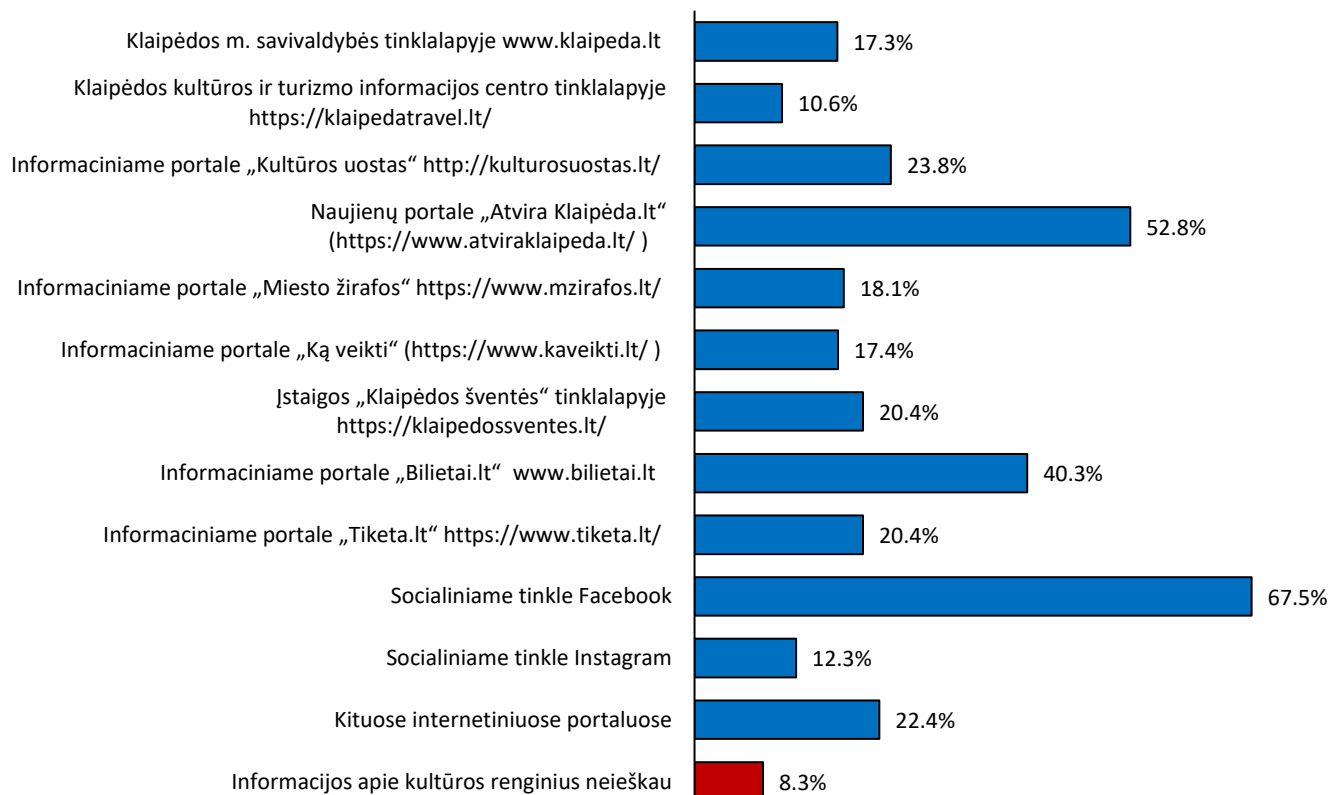
## Komunikacijos kanalai, kuriais dažniausiai naudojasi laivo-muziejaus „Sūduvis“ lankytojai

(%; svėrti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

### Kaip dažniausiai sužinoma apie kultūros renginius Klaipėdoje?



### Kokiuose tinklalapiuose dažniausiai ieškoma informacijos apie kultūros renginius Klaipėdoje?

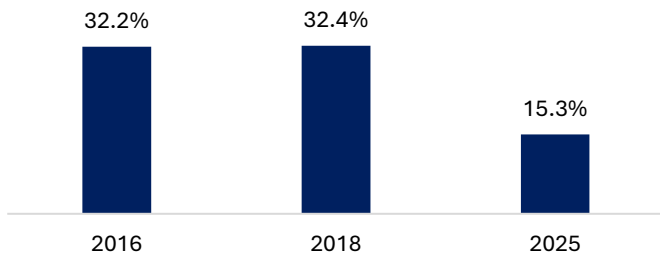


# Ievos Simonaitytės bibliotekos auditorijos struktūra, 2025

(%; svėrti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

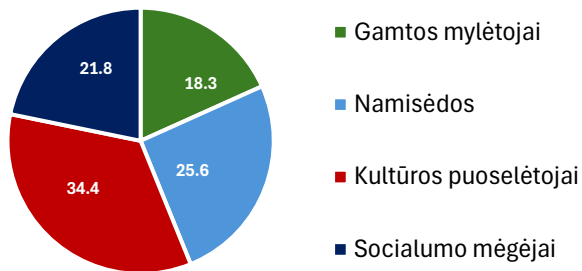
## Bendras auditorijos dydis: dinamika 2016-2025

(kokia dalis apsilankė per paskutinius 12 mėn.; tik reprezentatyvi apklausa)

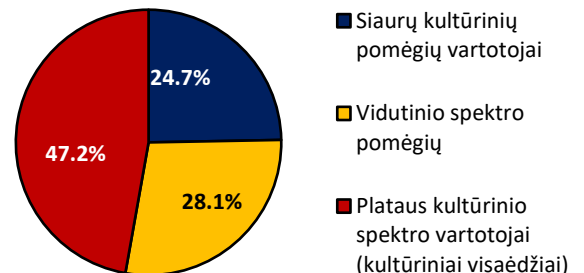


## Pastabos

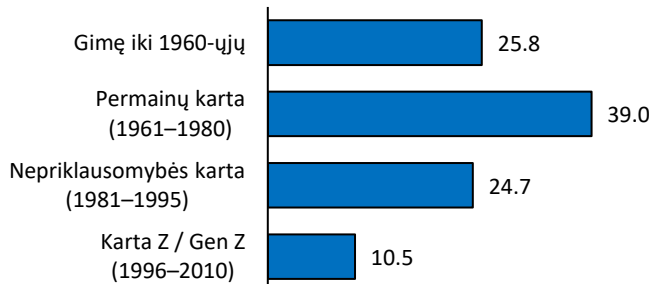
## Auditorijos struktūra pagal laisvalaikio profilius



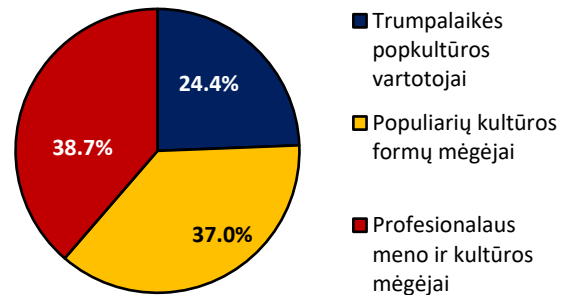
## Auditorijos sudėtis pagal kultūros vartojimo spektrą



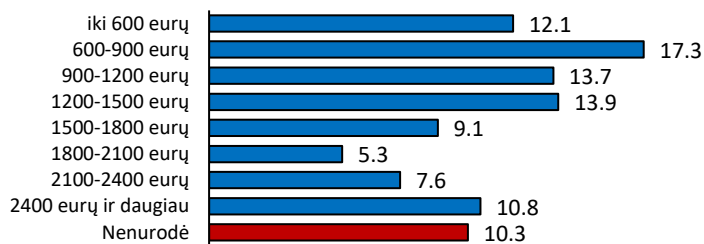
## Auditorijos amžiaus struktūra



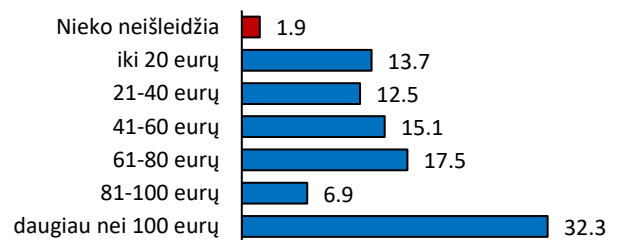
## Auditorijos sudėtis pagal kultūrinį skonį



## Auditorijos struktūra pagal pajamų grupes



## Auditorijos struktūra pagal mėnesio išlaidas kultūrai



## Auditorijos struktūra pagal gyvenamąją vietą



# I. Simonaitės bibliotekos vertinimai skirtingose socialinėse grupėse

(integruoti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys; nesverti)

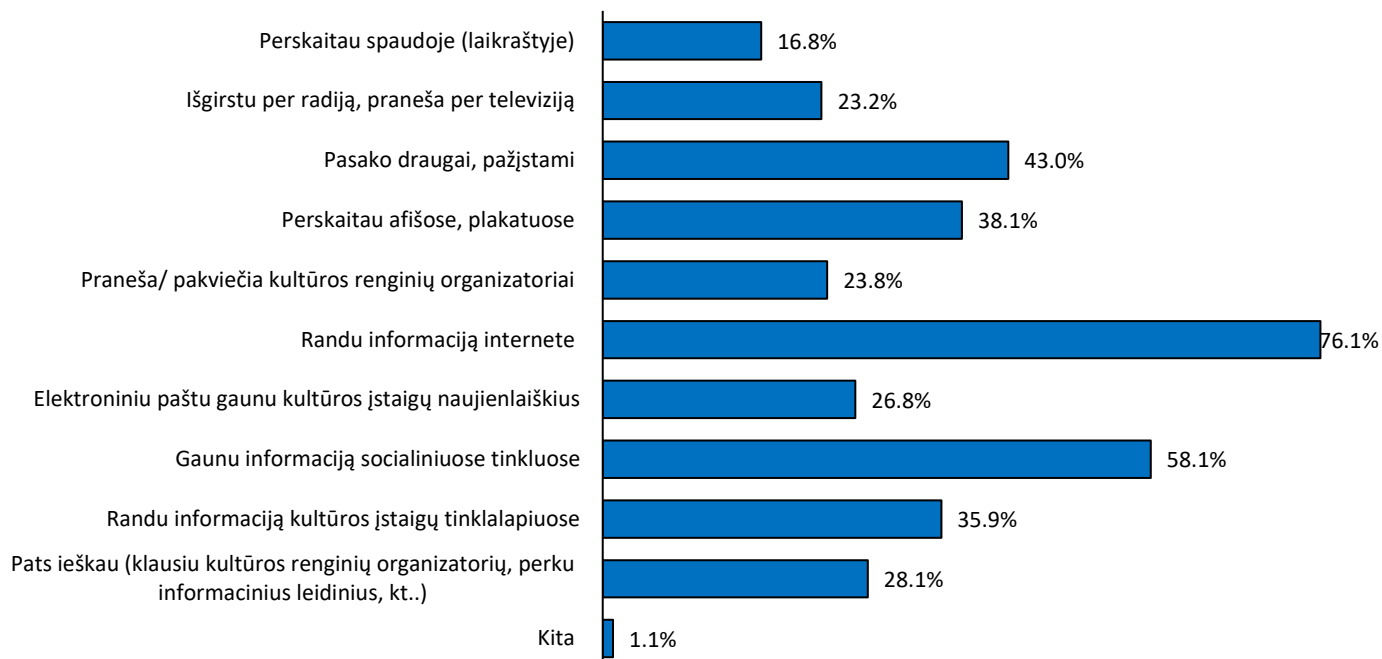
(vidurkis 5 balų skalėje: 1=labai blogai; 5=labai gerai)

Bendras vertinimas (%)	Metodas
<p>0.5    0.7    5.1    35.6    58.2</p> <p>Labai blogai    Prastai    Vidutiniškai    Gerai    Labai gerai</p>	<p>Interviu    4.64</p> <p>Internetu    4.46</p> <p>Bendras vertinimas    4.5</p>
Socialiniai laisvalaikio profiliai	Kultūros vartojimo spektras
<p>Gamtos mylėtojai    4.54</p> <p>Namisėdos    4.44</p> <p>Kultūros puoselėtojai    4.53</p> <p>Socialumo mėgėjai    4.5</p>	<p>Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai    4.51</p> <p>Vidutinio spektro pomėgių    4.57</p> <p>Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)    4.48</p>
Kultūrinis skonis	Gyvenamoji vieta
<p>Trumpalaikės popkultūros vartotojai    4.53</p> <p>Populiarių kultūros formų mėgėjai    4.51</p> <p>Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai    4.52</p>	<p>Senamies ir senoji dalis    4.52</p> <p>Centras (nuo turgaus iki Kauno g.)    4.6</p> <p>Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.)    4.28</p> <p>Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.)    4.59</p> <p>Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio)    4.63</p> <p>Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai)    4.47</p> <p>Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės    4.5</p>
Pajamų grupės	Grupės, pagal mėnesio išlaidas kultūros reikmėms
<p>iki 600 eurų    4.68</p> <p>600-900 eurų    4.38</p> <p>900-1200 eurų    4.55</p> <p>1200-1500 eurų    4.48</p> <p>1500-1800 eurų    4.64</p> <p>1800-2100 eurų    4.41</p> <p>2100-2400 eurų    4.19</p> <p>2400 eurų ir daugiau    4.47</p> <p>Nenurodė    4.67</p>	<p>Nieko neišleidžia    4.7</p> <p>iki 20 eurų    4.46</p> <p>21-40 eurų    4.53</p> <p>41-60 eurų    4.55</p> <p>61-80 eurų    4.52</p> <p>81-100 eurų    4.51</p> <p>daugiau nei 100 eurų    4.5</p>

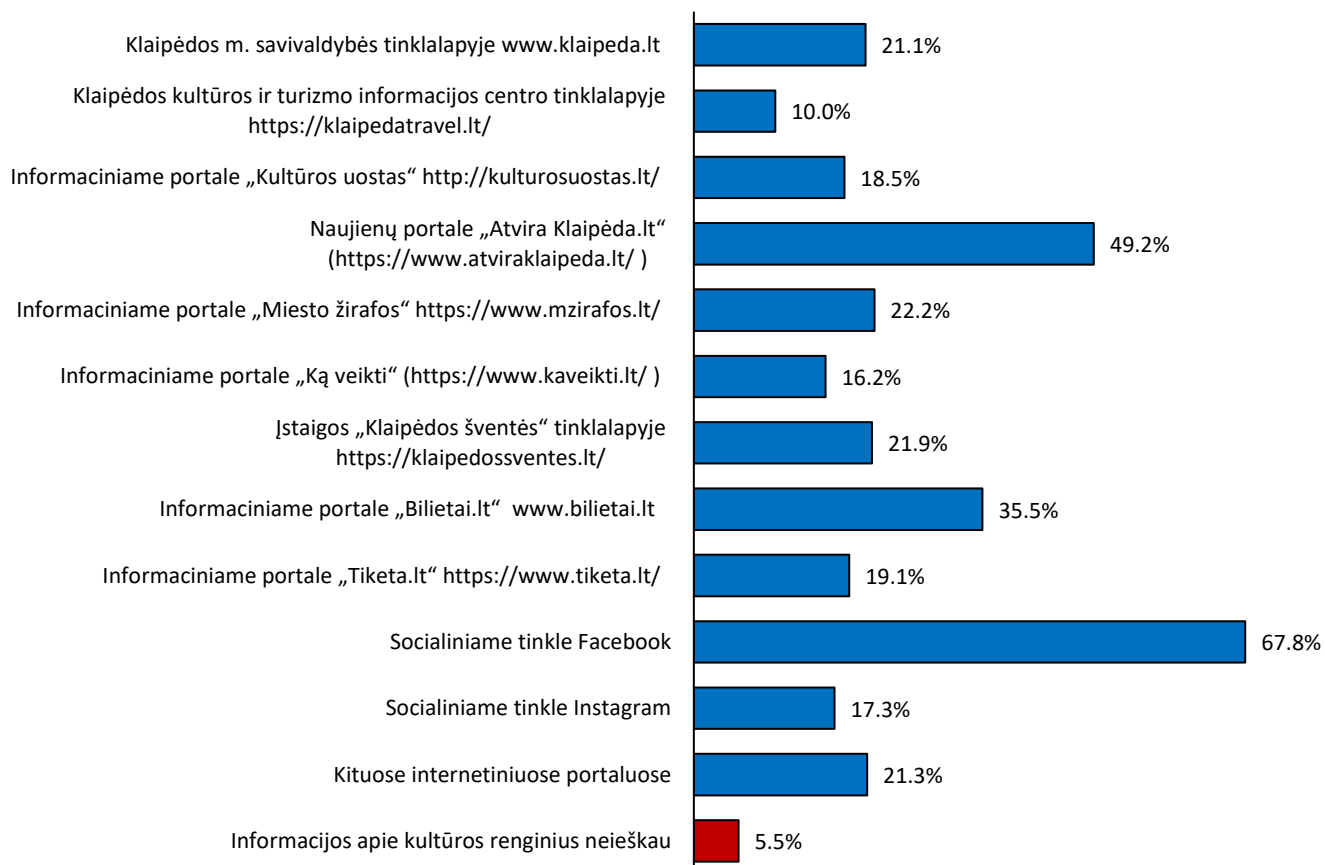
## Komunikacijos kanalai, kuriais dažniausiai naudojasi Ievos Simonaitytės bibliotekos lankytojai

(%; svirti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

### Kaip dažniausiai sužinoma apie kultūros renginius Klaipėdoje?



### Kokiuose tinklalapiuose dažniausiai ieškoma informacijos apie kultūros renginius Klaipėdoje?

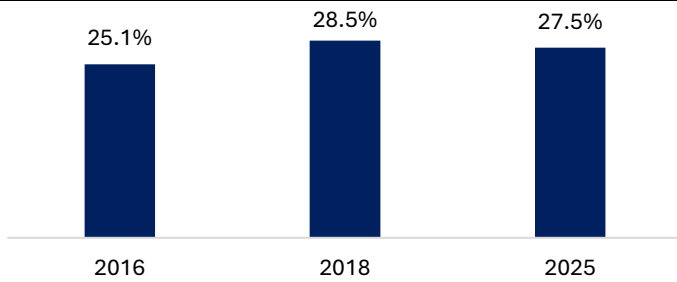


# I. Kanto bibliotekos auditorijos struktūra, 2025

(%; svėrti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

## Bendras auditorijos dydis: dinamika 2016-2025

(kokia dalis apsilankė per paskutinius 12 mėn.; tik reprezentatyvi apklausa)

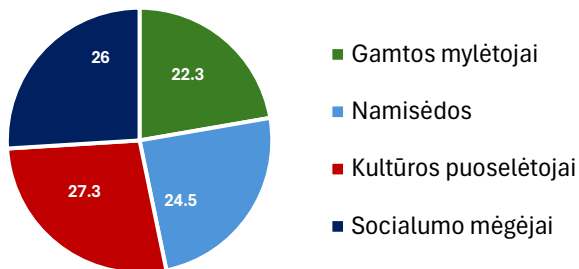


## Pastabos

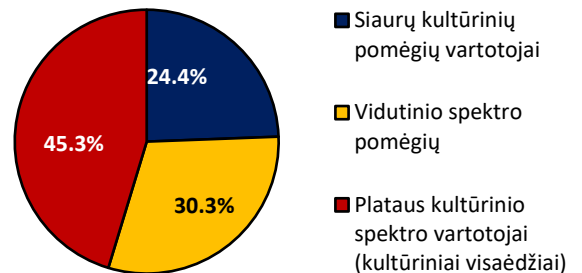
Apklausoje respondentų prašyta nurodyti, kokiuose konkrečiai I. Kanto bibliotekos skyriuose jie lankėsi ir įvertinti šių skyrių darbą.

Šiuose duomenyse pateikiami išvestiniai rodikliai, apibendrinantys visų filialų lankytojų struktūrą ir vertinimus. Daugiausiai buvo apsilankiusių Suaugusių aptarnavimo ir informacijos skyriuje (3.8 proc. dalyvavusių reprezentatyvioje apklausoje); Kauno „Atžalyno“ skyriuje (1.9 proc.); Pempininkų skyriuje (2.7 proc.) ir Meno skyriuje (1.6 proc.).

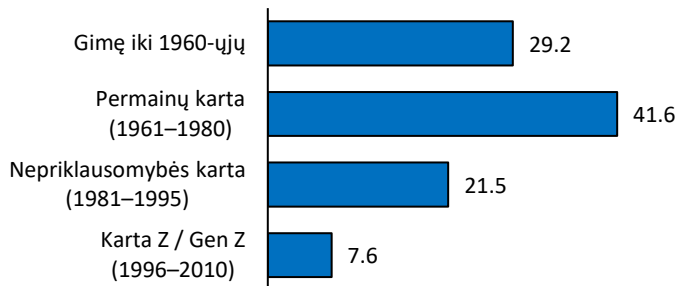
## Auditorijos struktūra pagal laisvalaikio profilius



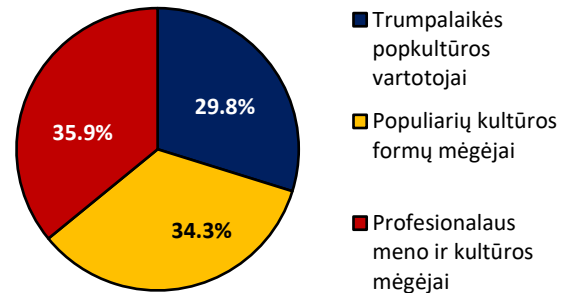
## Auditorijos sudėtis pagal kultūros vartojimo spektrą



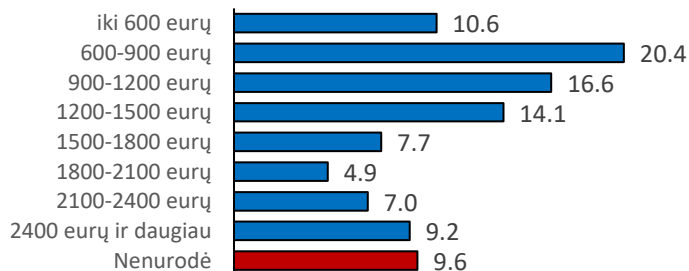
## Auditorijos amžiaus struktūra



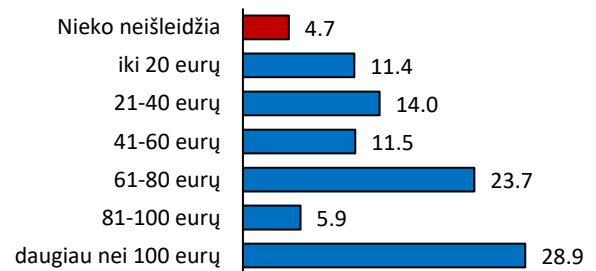
## Auditorijos sudėtis pagal kultūrinį skonį



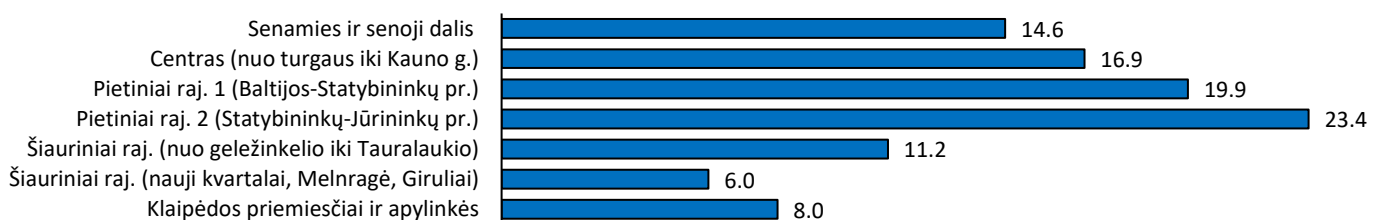
## Auditorijos struktūra pagal pajamų grupes



## Auditorijos struktūra pagal mėnesio išlaidas kultūrai



## Auditorijos struktūra pagal gyvenamąją vietą



# I. Kanto bibliotekos vertinimai skirtingose socialinėse grupėse

(integruoti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys; nesverti)

(vidurkis 5 balų skalėje: 1=labai blogai; 5=labai gerai)

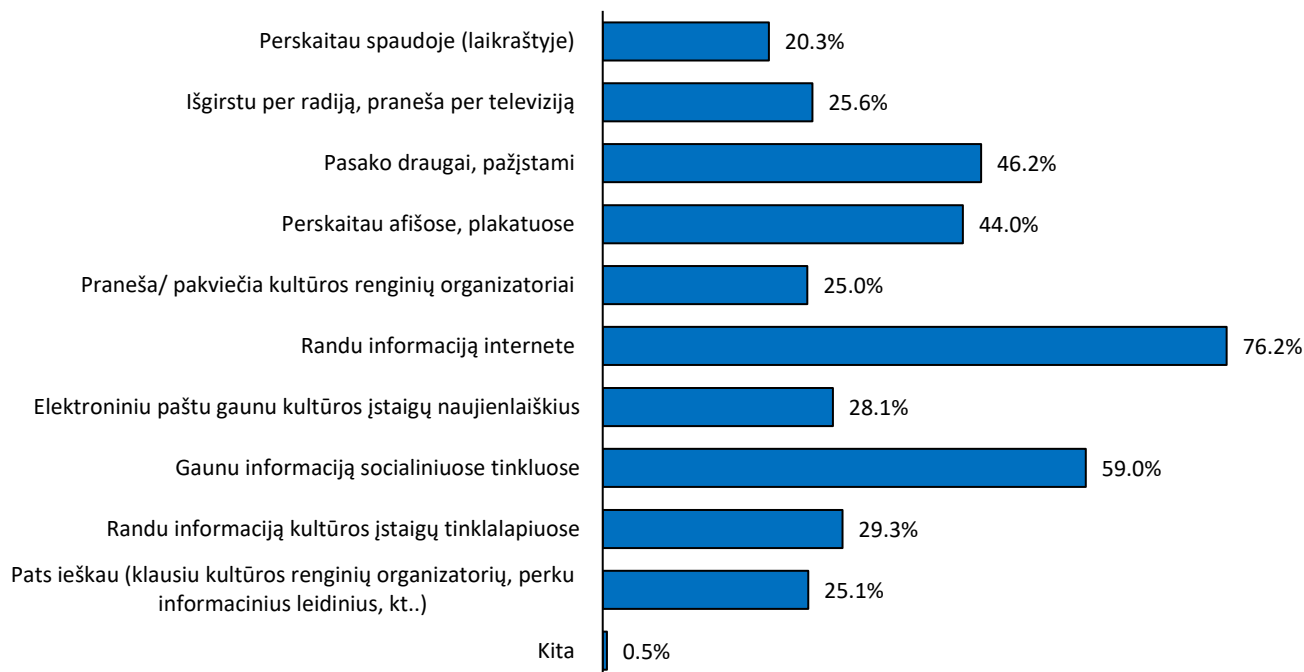
Bendras vertinimas (%)	Metodas																																				
<table border="1"> <tr><th>Vertinimas</th><th>Procentas</th></tr> <tr><td>Labai blogai</td><td>0.5</td></tr> <tr><td>Prastai</td><td>1.2</td></tr> <tr><td>Vidutiniškai</td><td>7.9</td></tr> <tr><td>Gerai</td><td>43</td></tr> <tr><td>Labai gerai</td><td>47.4</td></tr> </table>	Vertinimas	Procentas	Labai blogai	0.5	Prastai	1.2	Vidutiniškai	7.9	Gerai	43	Labai gerai	47.4	<table border="1"> <tr><th>Metodas</th><th>Vertinimas</th></tr> <tr><td>Interviu</td><td>4.3466</td></tr> <tr><td>Internetu</td><td>4.3904</td></tr> <tr><td>Bendras vertinimas</td><td>4.3778</td></tr> </table>	Metodas	Vertinimas	Interviu	4.3466	Internetu	4.3904	Bendras vertinimas	4.3778																
Vertinimas	Procentas																																				
Labai blogai	0.5																																				
Prastai	1.2																																				
Vidutiniškai	7.9																																				
Gerai	43																																				
Labai gerai	47.4																																				
Metodas	Vertinimas																																				
Interviu	4.3466																																				
Internetu	4.3904																																				
Bendras vertinimas	4.3778																																				
Socialiniai laisvalaikio profiliai	Kultūros vartojimo spektras																																				
<table border="1"> <tr><th>Profilis</th><th>Vertinimas</th></tr> <tr><td>Gamtos mylėtojai</td><td>4.3511</td></tr> <tr><td>Namisėdos</td><td>4.3956</td></tr> <tr><td>Kultūros puoselėtojai</td><td>4.3833</td></tr> <tr><td>Socialumo mėgėjai</td><td>4.3684</td></tr> </table>	Profilis	Vertinimas	Gamtos mylėtojai	4.3511	Namisėdos	4.3956	Kultūros puoselėtojai	4.3833	Socialumo mėgėjai	4.3684	<table border="1"> <tr><th>Spektras</th><th>Vertinimas</th></tr> <tr><td>Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai</td><td>4.3139</td></tr> <tr><td>Vidutinio spektro pomėgių</td><td>4.4272</td></tr> <tr><td>Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)</td><td>4.359</td></tr> </table>	Spektras	Vertinimas	Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai	4.3139	Vidutinio spektro pomėgių	4.4272	Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)	4.359																		
Profilis	Vertinimas																																				
Gamtos mylėtojai	4.3511																																				
Namisėdos	4.3956																																				
Kultūros puoselėtojai	4.3833																																				
Socialumo mėgėjai	4.3684																																				
Spektras	Vertinimas																																				
Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai	4.3139																																				
Vidutinio spektro pomėgių	4.4272																																				
Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)	4.359																																				
Kultūrinis skonis	Gyvenamoji vieta																																				
<table border="1"> <tr><th>Skonis</th><th>Vertinimas</th></tr> <tr><td>Trumpalaikės popkultūros vartotojai</td><td>4.31</td></tr> <tr><td>Populiarių kultūros formų mėgėjai</td><td>4.3963</td></tr> <tr><td>Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai</td><td>4.4464</td></tr> </table>	Skonis	Vertinimas	Trumpalaikės popkultūros vartotojai	4.31	Populiarių kultūros formų mėgėjai	4.3963	Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai	4.4464	<table border="1"> <tr><th>Vieta</th><th>Vertinimas</th></tr> <tr><td>Senamies ir senoji dalis</td><td>4.2842</td></tr> <tr><td>Centras (nuo turgaus iki Kauno g.)</td><td>4.6502</td></tr> <tr><td>Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.)</td><td>4.3216</td></tr> <tr><td>Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.)</td><td>4.4467</td></tr> <tr><td>Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio)</td><td>4.4974</td></tr> <tr><td>Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai)</td><td>4.3444</td></tr> <tr><td>Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės</td><td>4.2083</td></tr> </table>	Vieta	Vertinimas	Senamies ir senoji dalis	4.2842	Centras (nuo turgaus iki Kauno g.)	4.6502	Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.)	4.3216	Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.)	4.4467	Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio)	4.4974	Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai)	4.3444	Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės	4.2083												
Skonis	Vertinimas																																				
Trumpalaikės popkultūros vartotojai	4.31																																				
Populiarių kultūros formų mėgėjai	4.3963																																				
Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai	4.4464																																				
Vieta	Vertinimas																																				
Senamies ir senoji dalis	4.2842																																				
Centras (nuo turgaus iki Kauno g.)	4.6502																																				
Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.)	4.3216																																				
Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.)	4.4467																																				
Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio)	4.4974																																				
Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai)	4.3444																																				
Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės	4.2083																																				
Pajamų grupės	Grupės, pagal mėnesio išlaidas kultūros reikmėms																																				
<table border="1"> <tr><th>Pajamų grupė</th><th>Vertinimas</th></tr> <tr><td>iki 600 eurų</td><td>4.3547</td></tr> <tr><td>600-900 eurų</td><td>4.2365</td></tr> <tr><td>900-1200 eurų</td><td>4.3793</td></tr> <tr><td>1200-1500 eurų</td><td>4.4909</td></tr> <tr><td>1500-1800 eurų</td><td>4.3842</td></tr> <tr><td>1800-2100 eurų</td><td>4.1035</td></tr> <tr><td>2100-2400 eurų</td><td>4.386</td></tr> <tr><td>2400 eurų ir daugiau</td><td>4.2721</td></tr> <tr><td>Nenurodė</td><td>4.5</td></tr> </table>	Pajamų grupė	Vertinimas	iki 600 eurų	4.3547	600-900 eurų	4.2365	900-1200 eurų	4.3793	1200-1500 eurų	4.4909	1500-1800 eurų	4.3842	1800-2100 eurų	4.1035	2100-2400 eurų	4.386	2400 eurų ir daugiau	4.2721	Nenurodė	4.5	<table border="1"> <tr><th>Grupė</th><th>Vertinimas</th></tr> <tr><td>Nieko neišleidžia</td><td>4.3542</td></tr> <tr><td>iki 20 eurų</td><td>4.3976</td></tr> <tr><td>21-40 eurų</td><td>4.4311</td></tr> <tr><td>41-60 eurų</td><td>4.2824</td></tr> <tr><td>61-80 eurų</td><td>4.3931</td></tr> <tr><td>81-100 eurų</td><td>4.3228</td></tr> <tr><td>daugiau nei 100 eurų</td><td>4.3956</td></tr> </table>	Grupė	Vertinimas	Nieko neišleidžia	4.3542	iki 20 eurų	4.3976	21-40 eurų	4.4311	41-60 eurų	4.2824	61-80 eurų	4.3931	81-100 eurų	4.3228	daugiau nei 100 eurų	4.3956
Pajamų grupė	Vertinimas																																				
iki 600 eurų	4.3547																																				
600-900 eurų	4.2365																																				
900-1200 eurų	4.3793																																				
1200-1500 eurų	4.4909																																				
1500-1800 eurų	4.3842																																				
1800-2100 eurų	4.1035																																				
2100-2400 eurų	4.386																																				
2400 eurų ir daugiau	4.2721																																				
Nenurodė	4.5																																				
Grupė	Vertinimas																																				
Nieko neišleidžia	4.3542																																				
iki 20 eurų	4.3976																																				
21-40 eurų	4.4311																																				
41-60 eurų	4.2824																																				
61-80 eurų	4.3931																																				
81-100 eurų	4.3228																																				
daugiau nei 100 eurų	4.3956																																				

# Komunikacijos kanalai, kuriais dažniausiai naudojasi

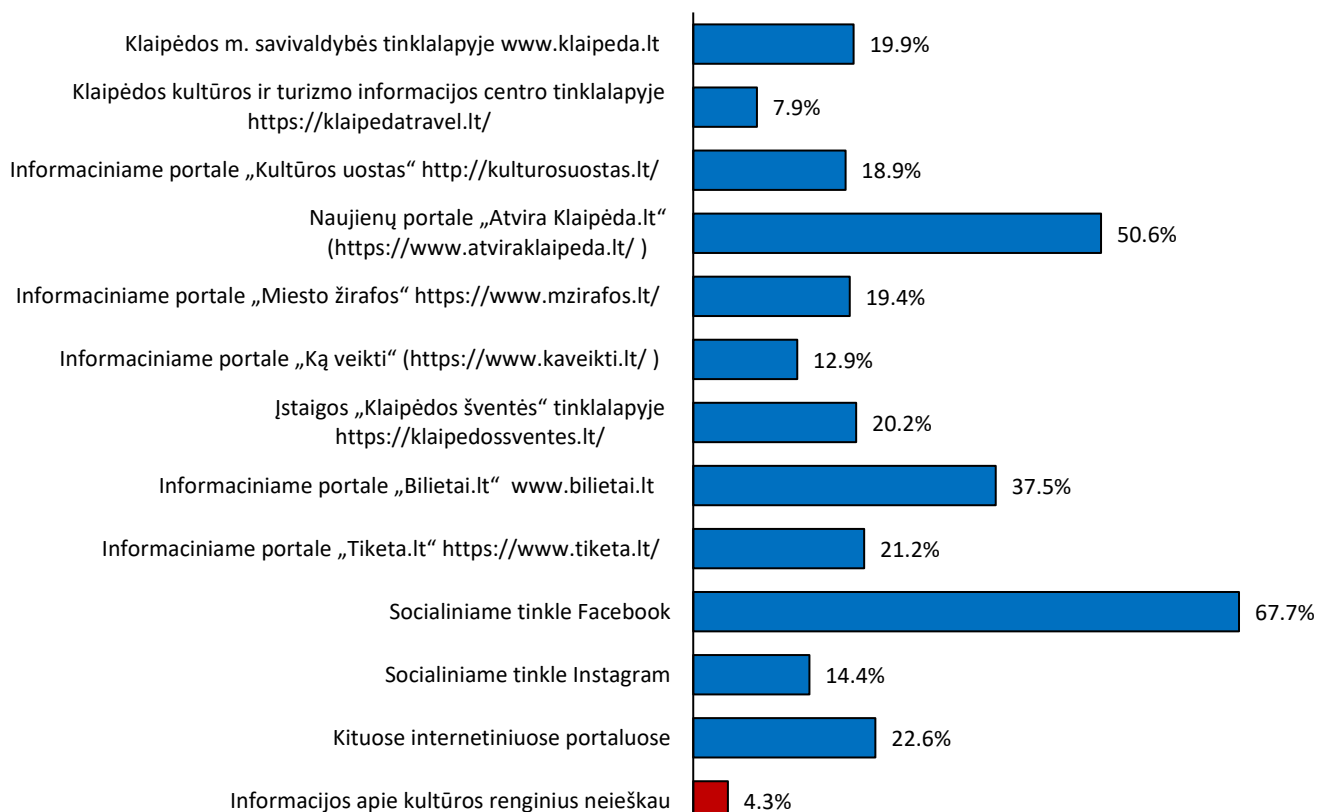
## I. Kanto bibliotekos lankytojai

(%; svirti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

### Kaip dažniausiai sužinoma apie kultūros renginius Klaipėdoje?



### Kokiuose tinklalapiuose dažniausiai ieškoma informacijos apie kultūros renginius Klaipėdoje?



# Priedas Nr. 3. Klaipėdos svarbiausių kultūros renginių ir festivalių vertinimai ir auditorijos

Priede pateikiami duomenys apie Klaipėdos miesto kultūros festivalių ir masinių renginių auditorijas ir šių renginių vertinimus. Taip pat informaciniai kanalai, kuriais dažniausiai naudojasi šių renginių lankytojai.

1. Auditorijos struktūra pristatoma pasitelkus reprezentatyvios ir internetinės apklausų „svertinius“ duomenis. Kadangi internetinės apklausos respondentų sudėtis neatitinka bendros populiacijos struktūros (sudalyvavo žymiai didesnis tam tikro amžiaus moterų skaičius nei jų yra bendrai), šios apklausos duomenims pritaikytas atsitiktinių iteracijų metodas (angl. *RIM, Random Iteration Method*), dažnai supaprastintai vadinamas „svėrimu“. Metodo esmė – pritaikyti duomenis realios populiacijos proporcijoms (pvz., sumažinti tam tikros amžiaus grupės ar lyties pernelyg ryškų dominavimą, padidinti apklausoje mažiau reprezentuojamų grupių matomumą), kas leidžia subalansuoti duomenis ir pasiekti didesnę duomenų reprezentatyvumą. Duomenys buvo balansuojami atsižvelgiant į Klaipėdos miesto gyventojų proporcijas pagal lytį, amžiaus grupes ir gyvenamąsias teritorijas ir jungiami su reprezentatyvios apklausos duomenų masyvu. Ši metodologinė korekcija svarbi tada, jei norima pasiekti ryškesnę vaizdą apie galimą auditorijos struktūrą.
2. Auditorijos struktūra pateikta visada atsižvelgiant į vidines jos proporcijas. Visų proporcijų suma visada lygi 100 proc.
3. Vertinimų vidurkiai skaičiuoti 5 balų skalėse (1=labai blogas vertinimas; 5=labai geras vertinimas). Vidurkių skaičiavimui „svėrimo“ metodas netaikytas, pasiliekančias prie originalių vertinimų, išsakytų internetinės ir reprezentatyvios apklausos metu.
4. Kadangi kultūros renginių vertinimuose dominuoja labai pozityvus vertinimas, grafikuose matomi vizualiniai skirtumai yra labai nedideli – skirtis tik šimtosios dalimi. Todėl vertinant tendencijas, būtina atsižvelgti į konkrečius skaičius, kur svyravimai gali būti labai menki, nors vizualiai matosi atotrūkiai.
5. Kadangi 2025 m. apklausa vyko balandžio-birželio dienomis, dažnai išsakyti vertinimai atspindi nuomones apie ankstesnių metų renginius (2024-ųjų).

Duomenys pateikiami šiems Klaipėdos kultūros renginiams ir festivaliams:

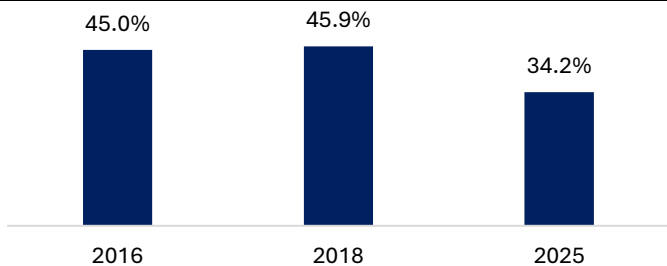
1. Valstybinėms šventėms ir atmintinų datų minėjimui skirti renginiai (Sausio 13, Sausio 15, Vasario 16, Kovo 11, Liepos 6 ir kt.)
2. Etnokultūros renginiai (Užgavėnių, Joninių šventės)
3. Šviesų festivalis
4. Teatro festivaliai (Jauno teatro dienos, TheAtrium, Materia Magica, Šermukšnis)
5. Klasikinės muzikos festivaliai (Klaipėdos muzikos pavasaris, Permainų muzika, Klaipėdos festivalis (KVMT))
6. Tarptautiniai literatūros festivaliai „Inkultūracija“ (Knygų mugė), Poezijos pavasaris, Novelės ruduo, Knygos meno festivalis
7. Jūrinio identiteto renginiai: Laidų paradas, Dangės ralis, Dangės flotilė, F2, Švyturių ralis
8. Jūrinės regatos: The Tall Ship Races, Baltic Sail
9. Gatvės muzikos diena
10. Muziejų naktis
11. Lietuvos vakarų krašto dainų šventė
12. Violončelės festivalis
13. Džiazo festivalis
14. Tarptautinis folkloro festivalis „Lauksnos“
15. Jūros šventė
16. Miesto gimtadieniui skirti renginiai rugpjūčio 1 d.
17. Tarptautinis šiuolaikinio meno festivalis „Platforma“
18. BLON videožaidimų ir animacijos festivalis
19. Tautinių kultūrų diena
20. Kalėdiniai-naujametiniai renginiai

# Valstybinių švenčių ir atmintinių dienų auditorijos struktūra, 2025

(%; svėrti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

## Bendras auditorijos dydis: dinamika 2016-2025

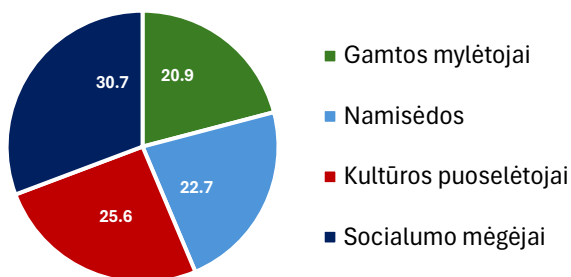
(kokia dalis apsilankė per paskutinius 12 mėn.; tik reprezentatyvi apklausa)



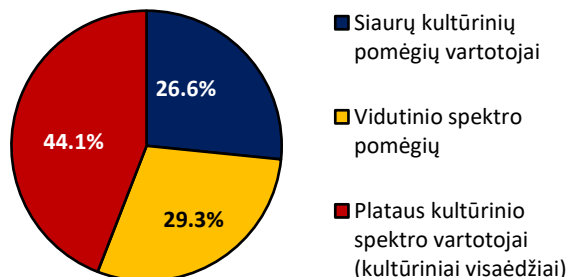
## Pastabos

Apklausoje ši bendra ir plati kategorija apėmė valstybinėms šventėms ir atmintinių datų minėjimui skirtus renginius kaip Sausio 13-oji, Sausio 15-oji, Vasario 16-oji, Kovo 11-oji, Liepos 6-oji ir kt.

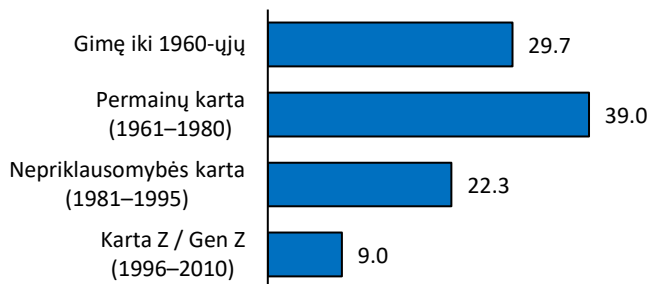
## Auditorijos struktūra pagal laisvalaikio profilius



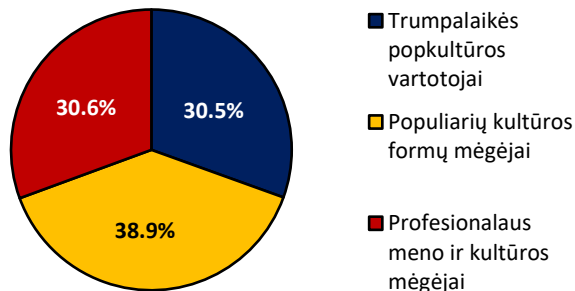
## Auditorijos sudėtis pagal kultūros vartojimo spektrą



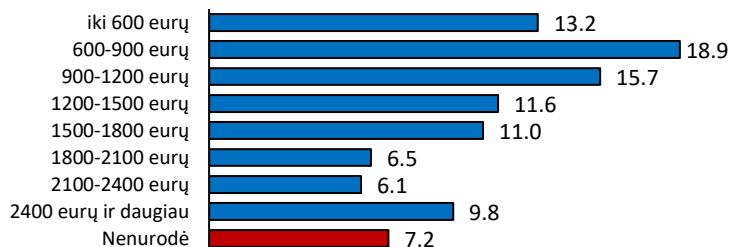
## Auditorijos amžiaus struktūra



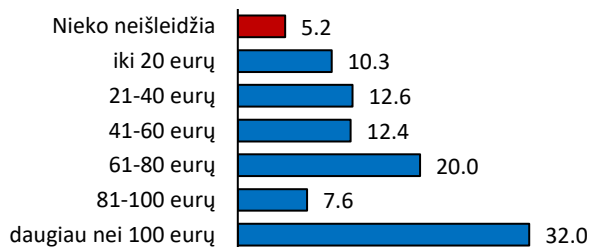
## Auditorijos sudėtis pagal kultūrinį skonį



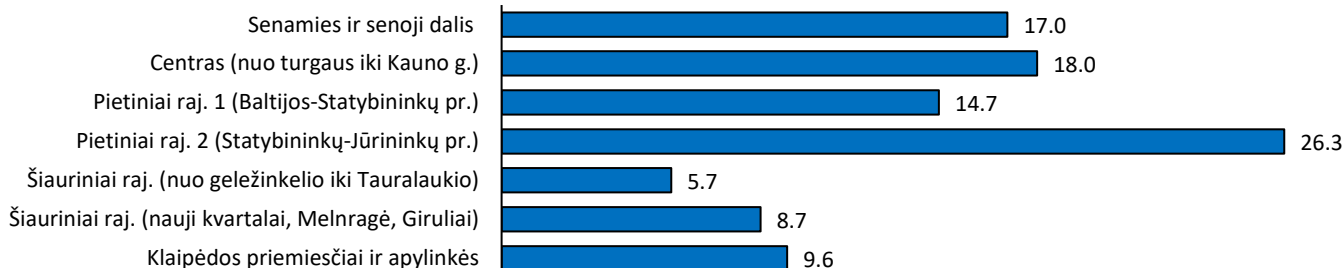
## Auditorijos struktūra pagal pajamų grupes



## Auditorijos struktūra pagal mėnesio išlaidas kultūrai



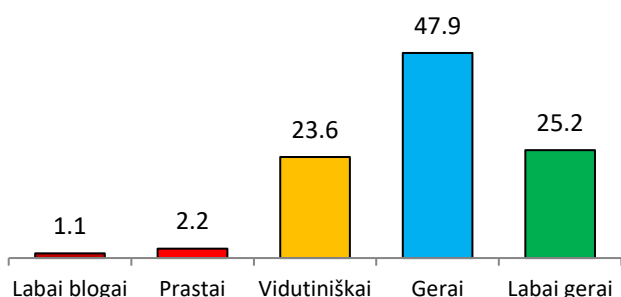
## Auditorijos struktūra pagal gyvenamąją vietą



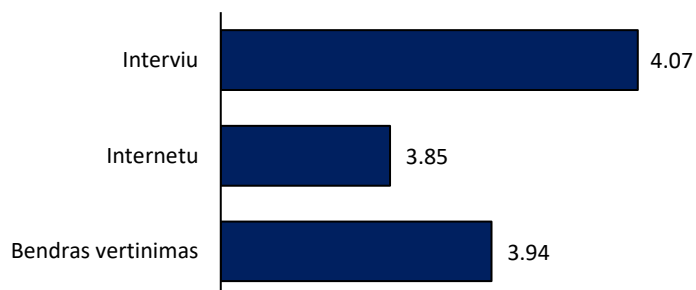
# Valstybinių švenčių ir atmintinų dienų vertinimai skirtingose socialinėse grupėse

(integruoti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys; nesverti)  
(vidurkis 5 balų skalėje: 1=labai blogai; 5=labai gerai)

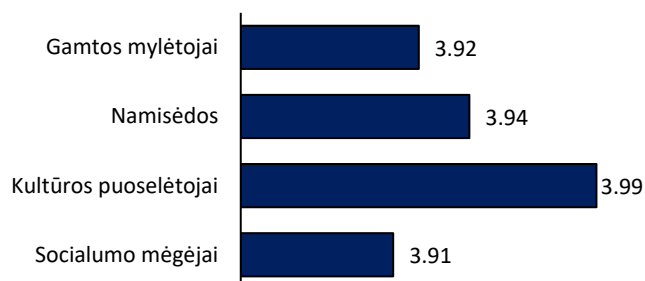
## Bendras vertinimas (%)



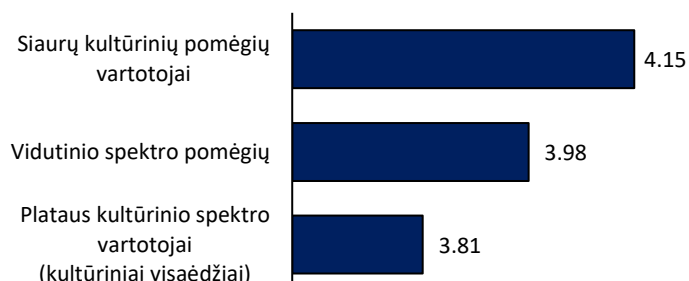
## Metodas



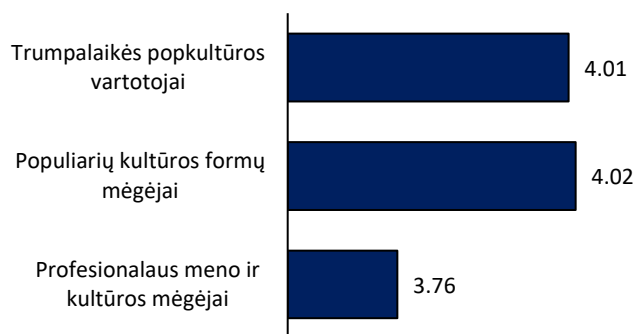
## Socialiniai laisvalaikio profiliai



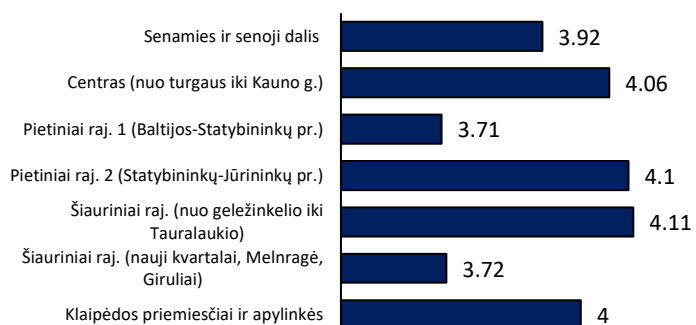
## Kultūros vartojimo spektras



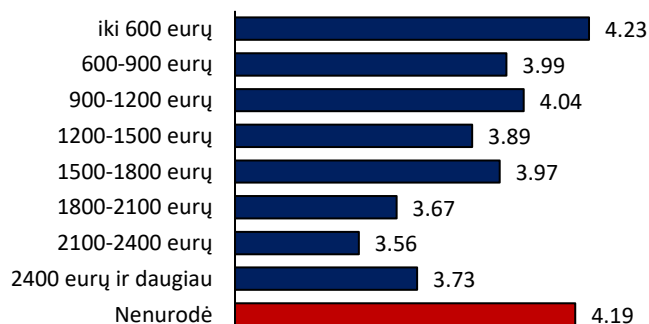
## Kultūrinis skonis



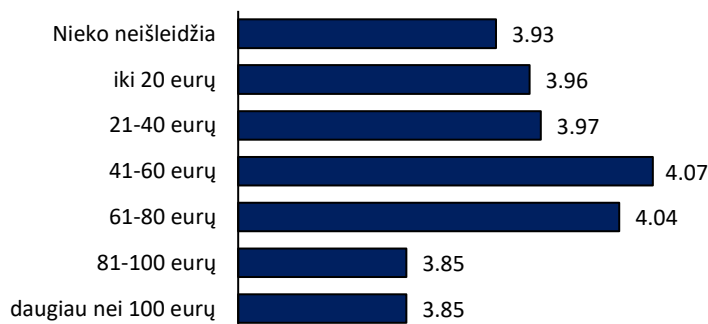
## Gyvenamoji vieta



## Pajamų grupės



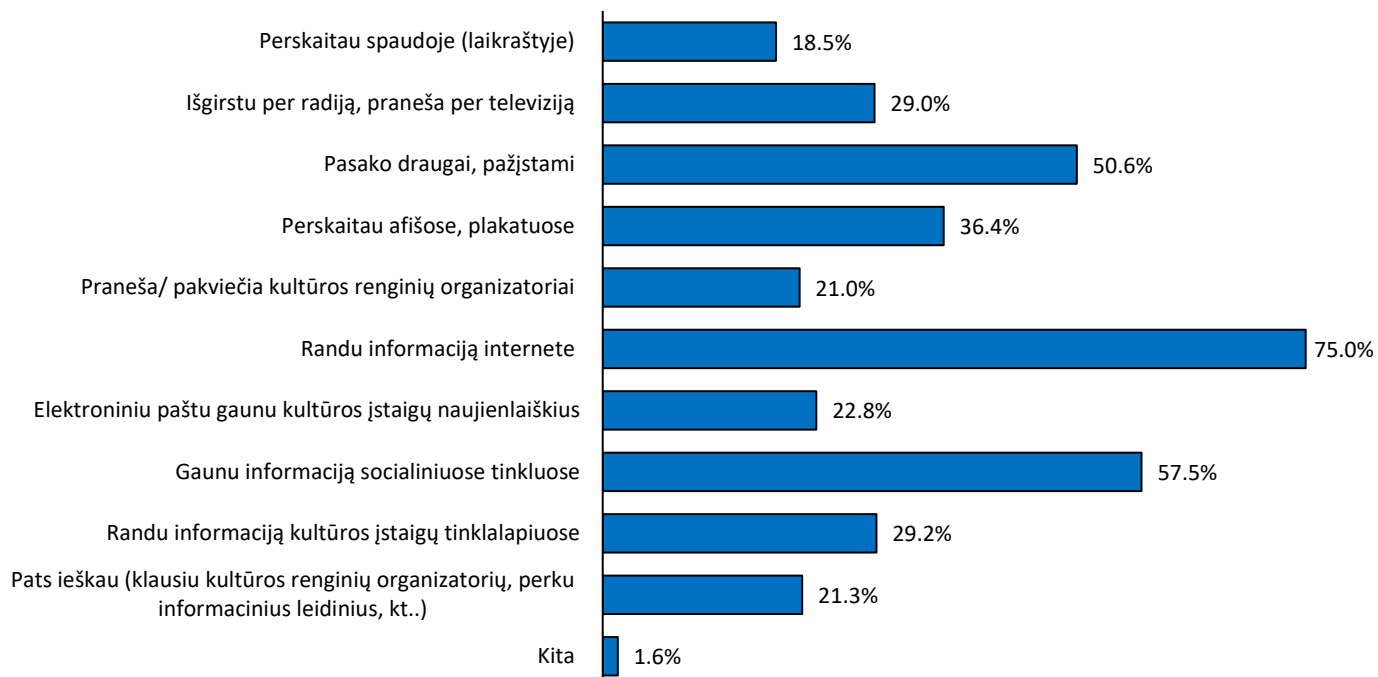
## Grupės, pagal mėnesio išlaidas kultūros reikmėms



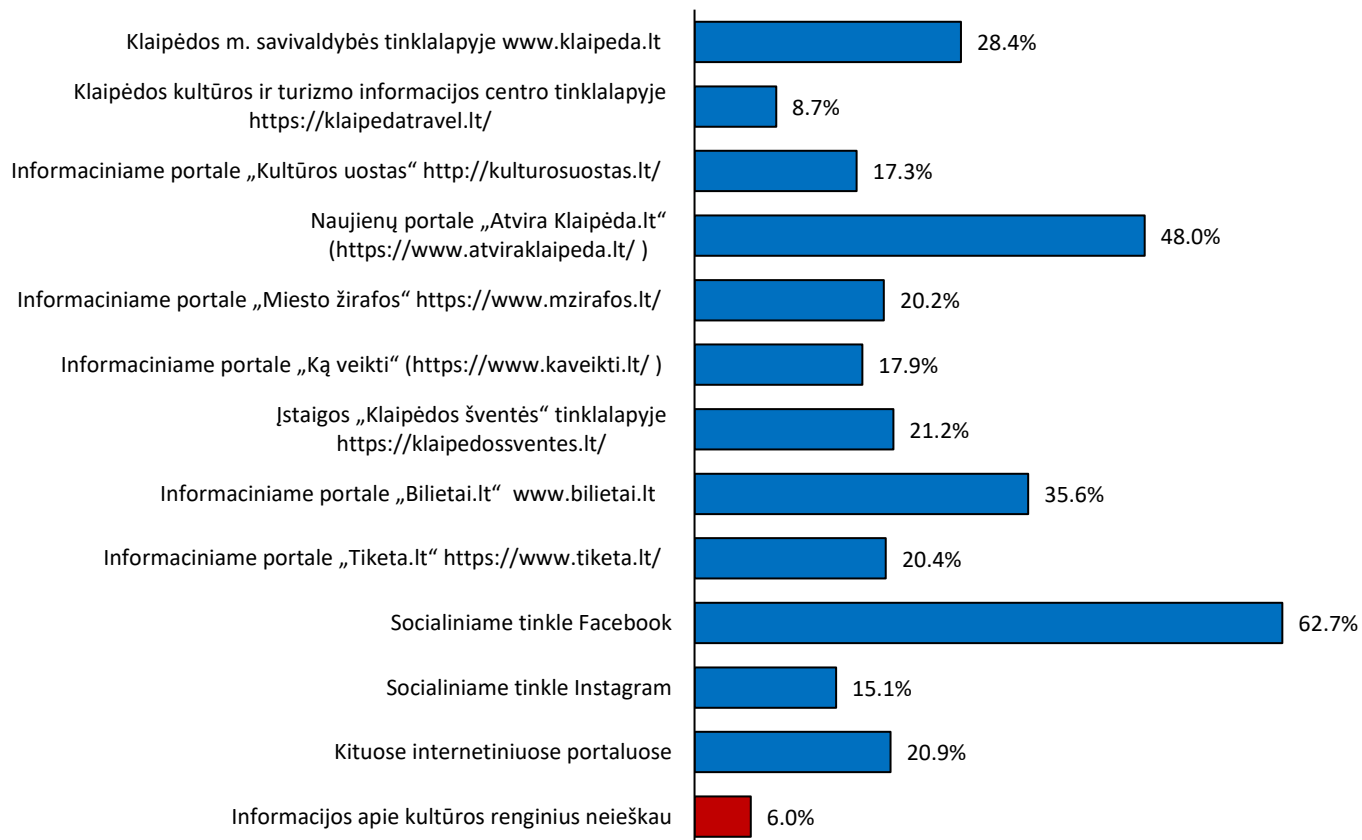
## Komunikacijos kanalai, kuriais dažniausiai naudojasi valstybinių švenčių ir atmintinų dienų lankytojai

(%; svirti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

### Kaip dažniausiai sužinoma apie kultūros renginius Klaipėdoje?



### Kokiuose tinklalapiuose dažniausiai ieškoma informacijos apie kultūros renginius Klaipėdoje?

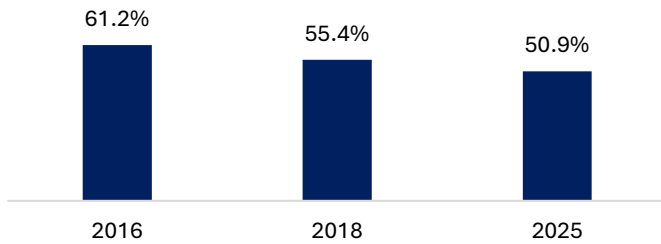


# Etnokultūros renginių auditorijos struktūra, 2025

(%; svėrti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

## Bendras auditorijos dydis: dinamika 2016-2025

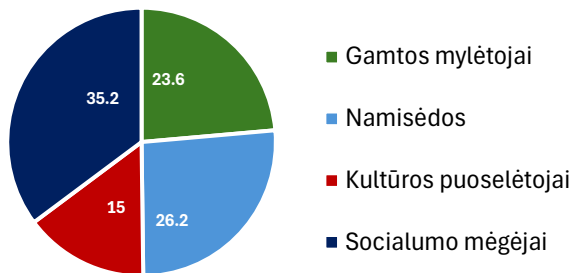
(kokia dalis apsilankė per paskutinius 12 mėn.; tik reprezentatyvi apklausa)



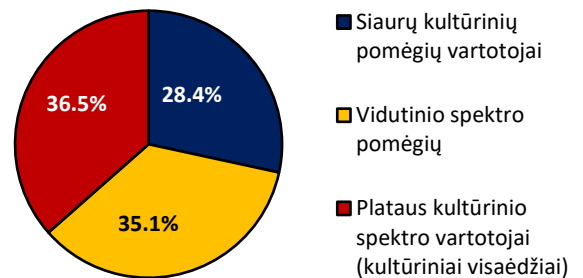
## Pastabos

Apklausoje ši bendra ir plati kategorija apėmė tokius etnokultūrinius renginius kaip Užgavėnės, Joninių šventės, Velykos.

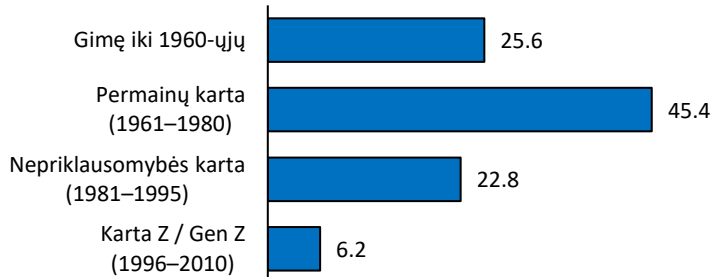
## Auditorijos struktūra pagal laisvalaikio profilius



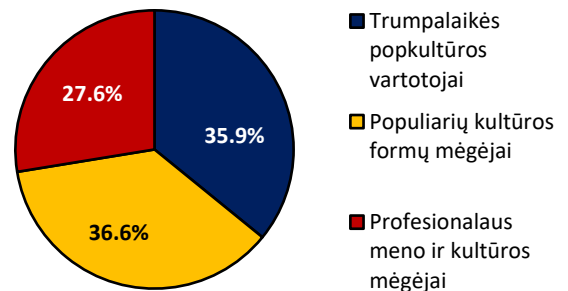
## Auditorijos sudėtis pagal kultūros vartojimo spektrą



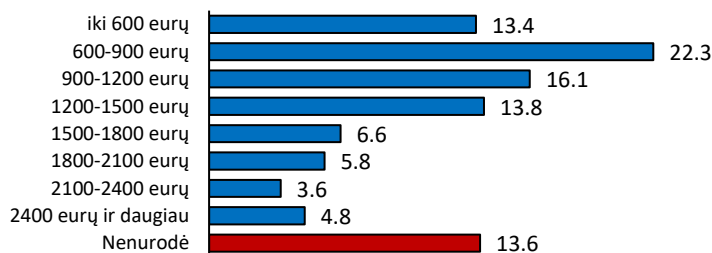
## Auditorijos amžiaus struktūra



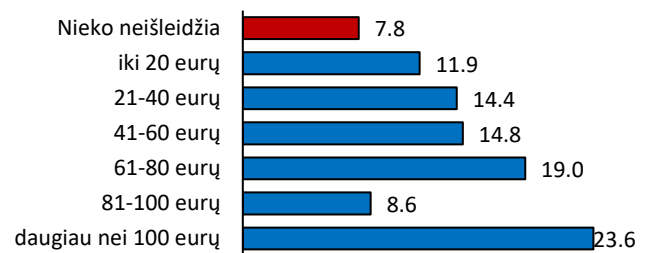
## Auditorijos sudėtis pagal kultūrinį skonį



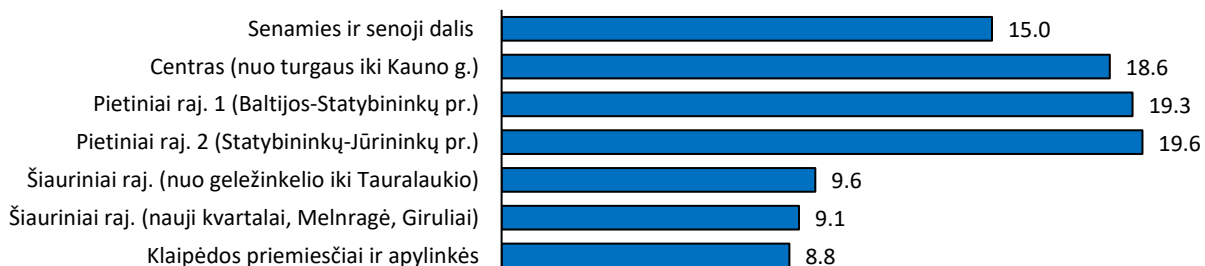
## Auditorijos struktūra pagal pajamų grupes



## Auditorijos struktūra pagal mėnesio išlaidas kultūrai



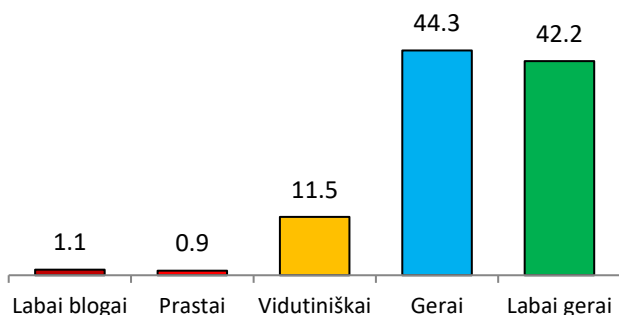
## Auditorijos struktūra pagal gyvenamąją vietą



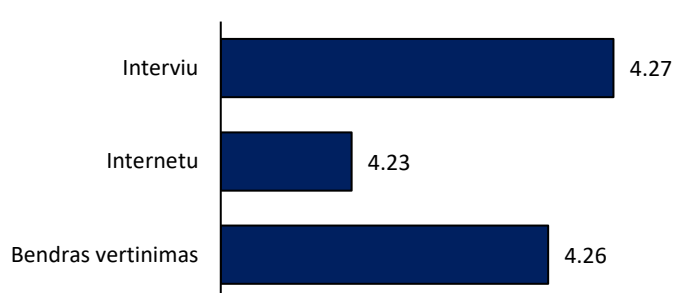
# Etnokultūros renginių vertinimai skirtingose socialinėse grupėse

(integruoti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys; nesverti)  
(vidurkis 5 balų skalėje: 1=labai blogai; 5=labai gerai)

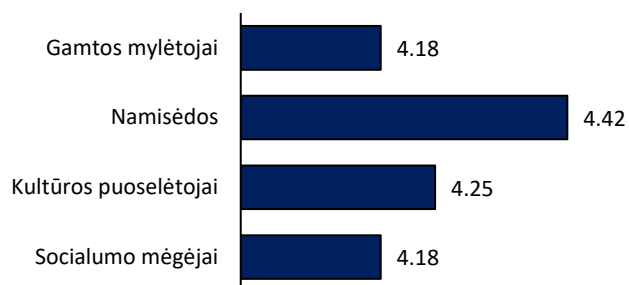
## Bendras vertinimas (%)



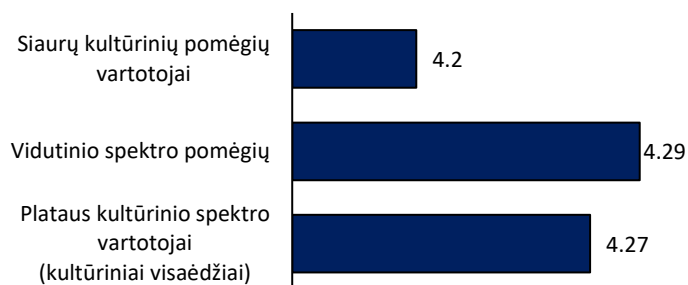
## Metodas



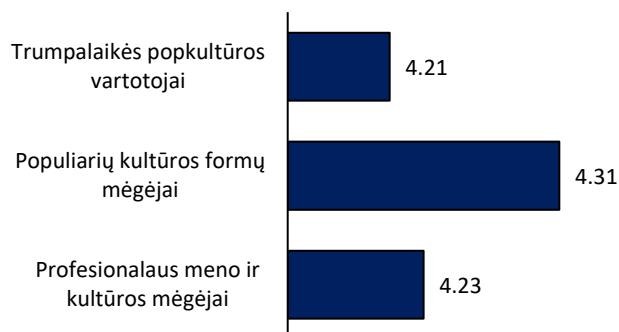
## Socialiniai laisvalaikio profiliai



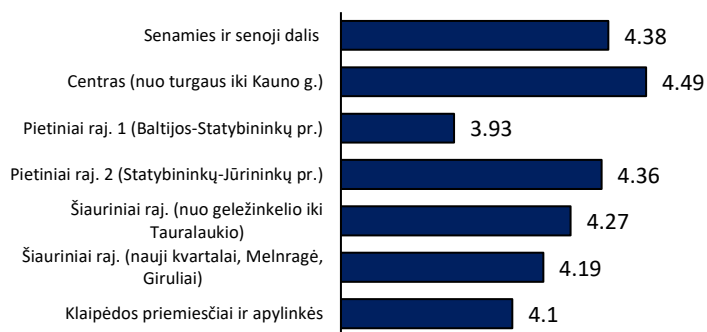
## Kultūros vartojimo spektras



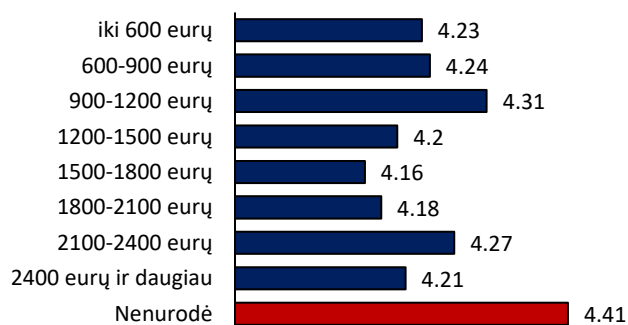
## Kultūrinis skonis



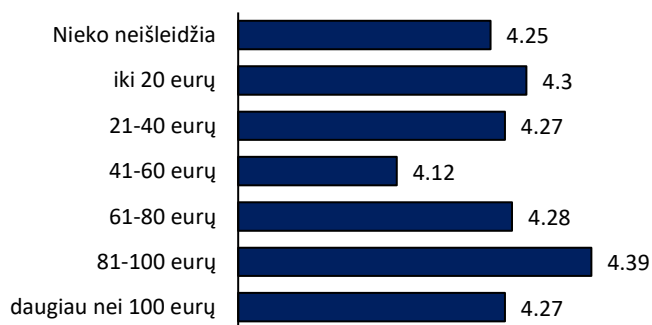
## Gyvenamoji vieta



## Pajamų grupės



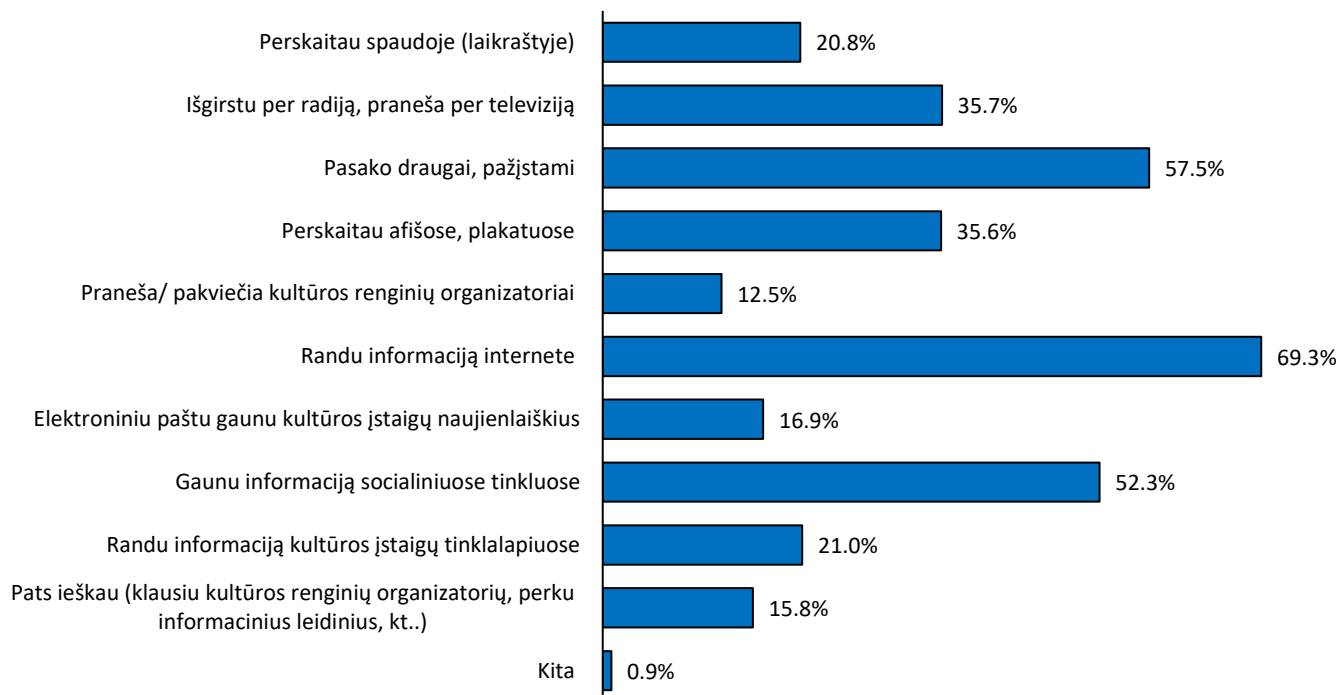
## Grupės, pagal mėnesio išlaidas kultūros reikmėms



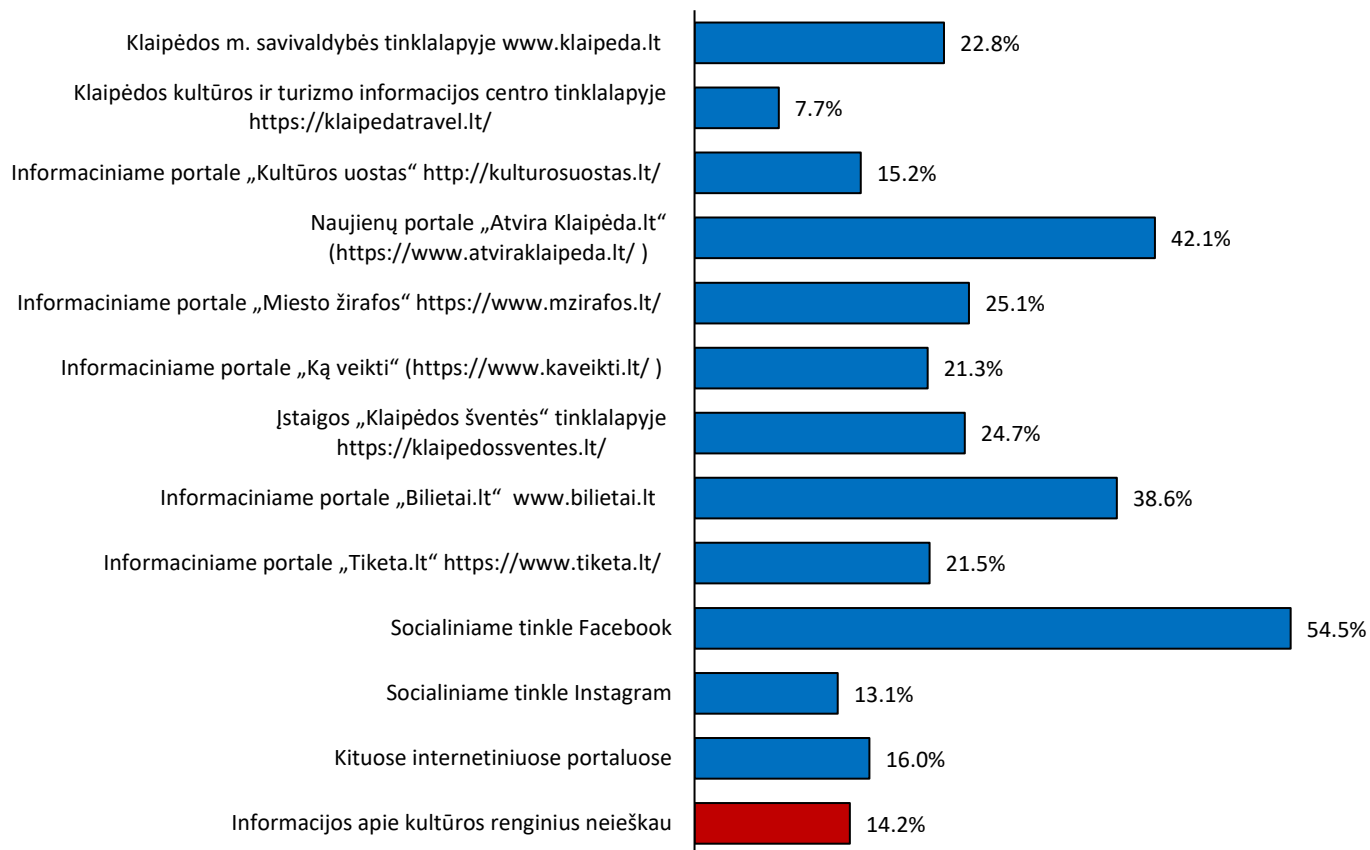
# Komunikacijos kanalai, kuriais dažniausiai naudojasi etnokultūros renginių lankytojai

(%; svėrti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

## Kaip dažniausiai sužinoma apie kultūros renginius Klaipėdoje?



## Kokiuose tinklalapiuose dažniausiai ieškoma informacijos apie kultūros renginius Klaipėdoje?

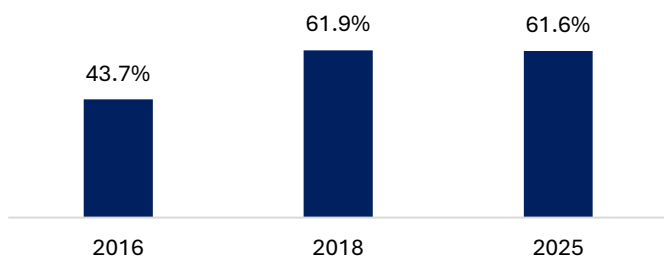


# Šviesų festivalio auditorijos struktūra, 2025

(%; sverti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

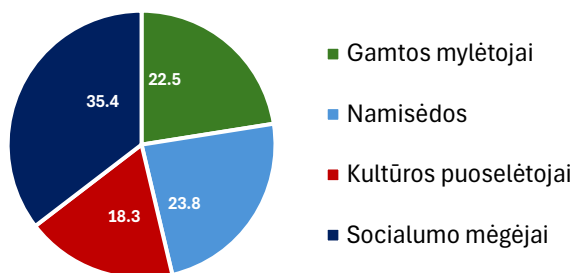
## Bendras auditorijos dydis: dinamika 2016-2025

(kokia dalis apsilankė per paskutinius 12 mėn.; tik reprezentatyvi apklausa)

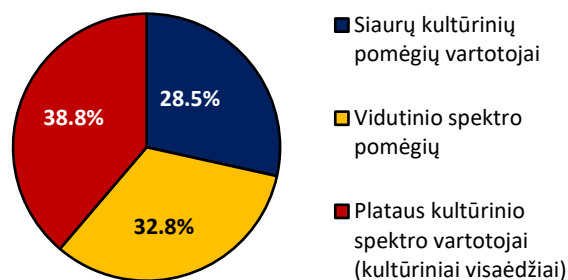


## Pastabos

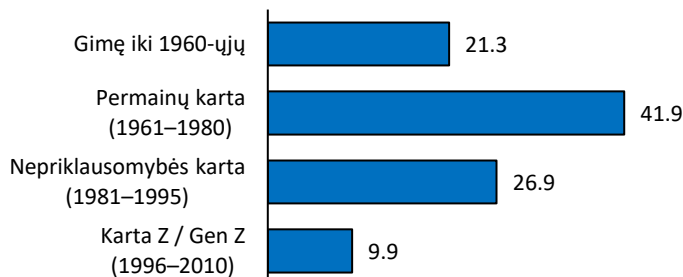
## Auditorijos struktūra pagal laisvalaikio profilius



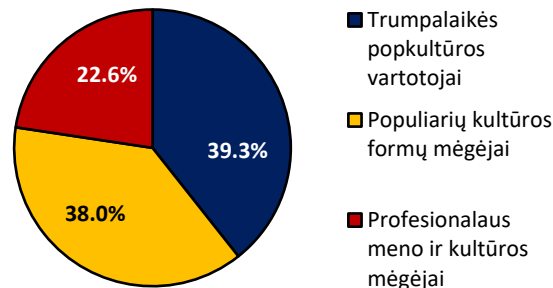
## Auditorijos sudėtis pagal kultūros vartojimo spektrą



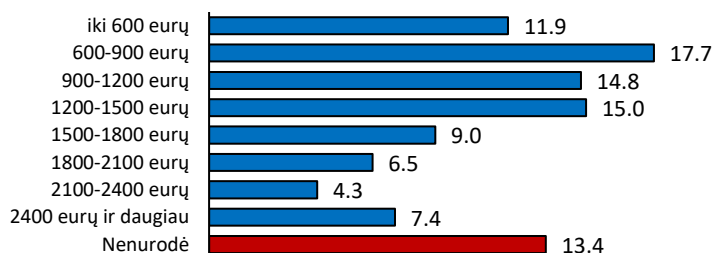
## Auditorijos amžiaus struktūra



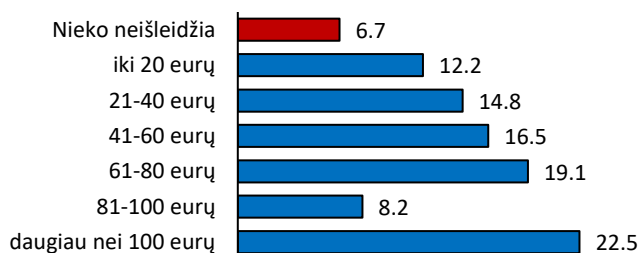
## Auditorijos sudėtis pagal kultūrinį skonį



## Auditorijos struktūra pagal pajamų grupes



## Auditorijos struktūra pagal mėnesio išlaidas kultūrai



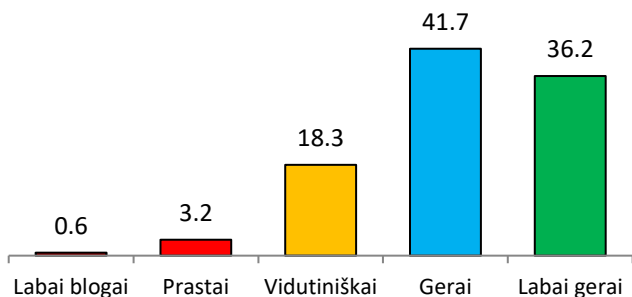
## Auditorijos struktūra pagal gyvenamąją vietą



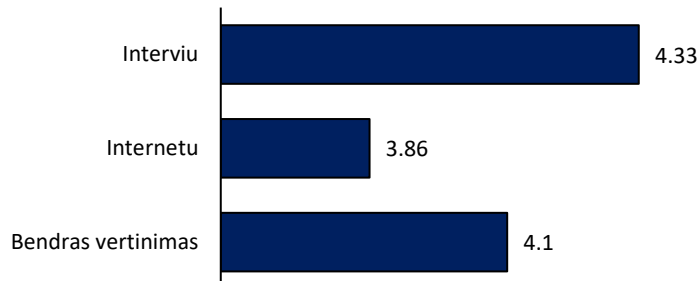
# Šviesų festivalio vertinimai skirtingose socialinėse grupėse

(integruoti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys; nesverti)  
(vidurkis 5 balų skalėje: 1=labai blogai; 5=labai gerai)

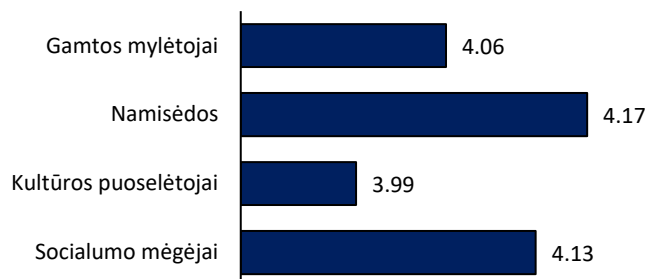
## Bendras vertinimas (%)



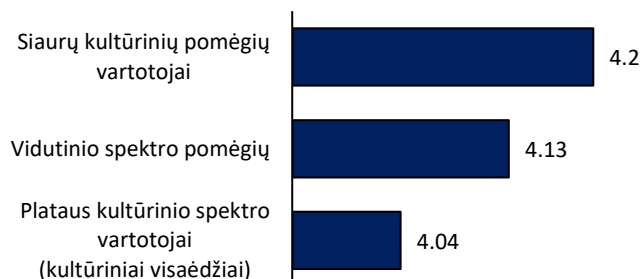
## Metodas



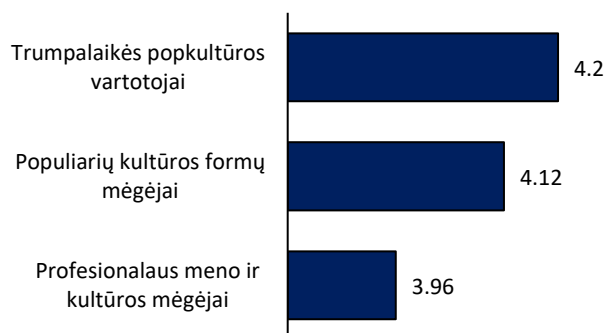
## Socialiniai laisvalaikio profiliai



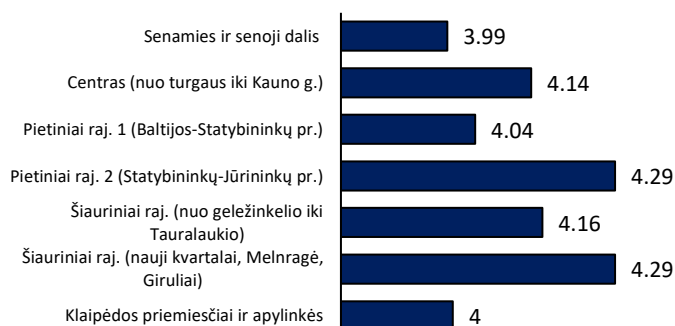
## Kultūros vartojimo spektras



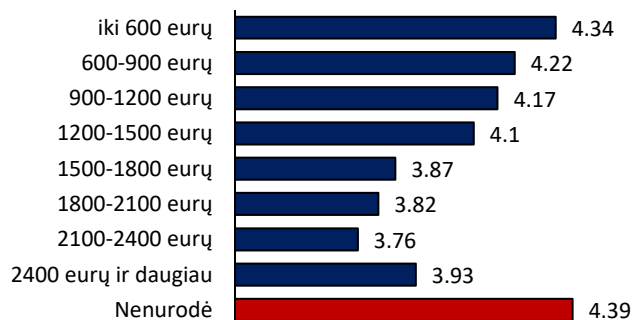
## Kultūrinis skonis



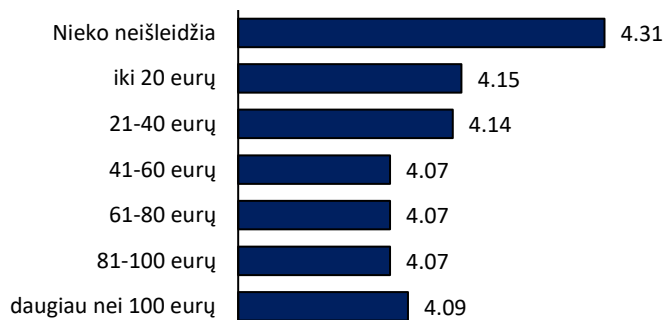
## Gyvenamoji vieta



## Pajamų grupės



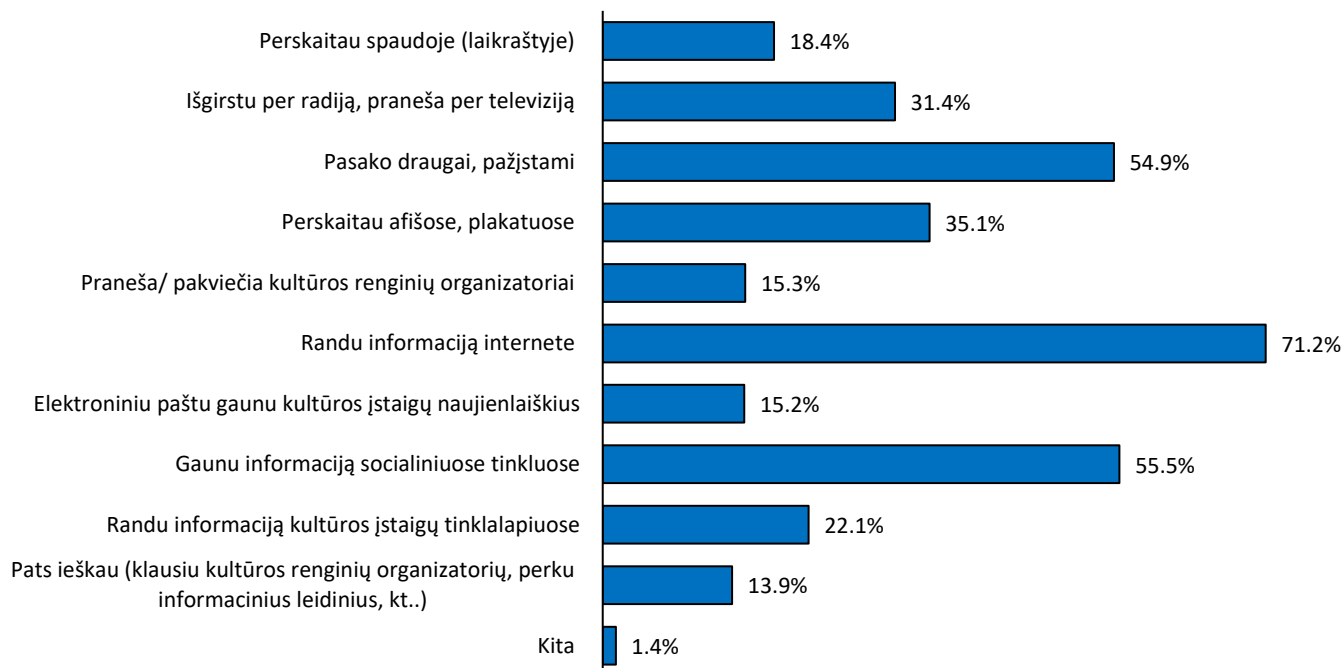
## Grupės, pagal mėnesio išlaidas kultūros reikmėms



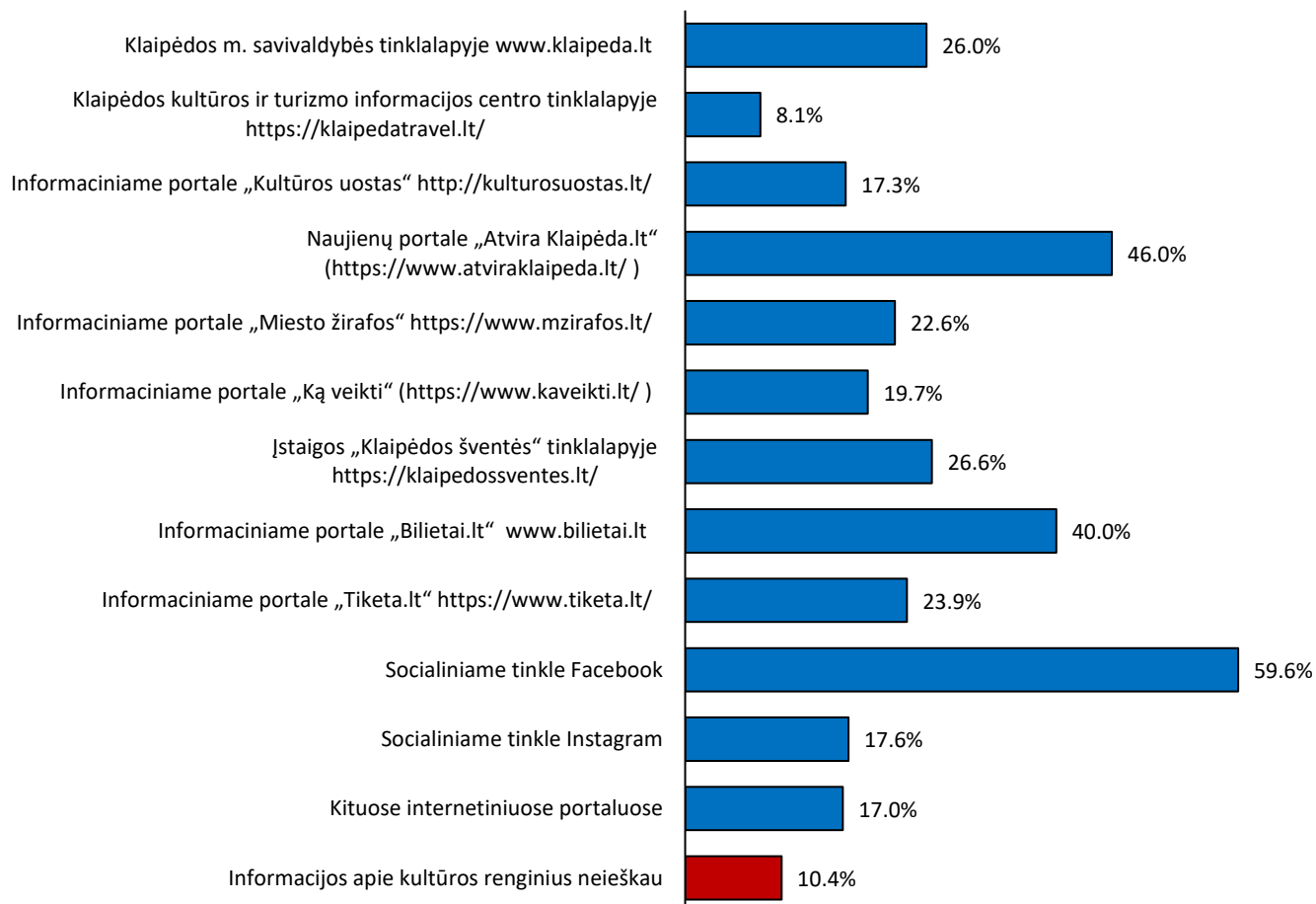
# Komunikacijos kanalai, kuriais dažniausiai naudojasi Šviesų festivalio lankytojai

(%; svirti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

## Kaip dažniausiai sužinoma apie kultūros renginius Klaipėdoje?



## Kokiuose tinklalapiuose dažniausiai ieškoma informacijos apie kultūros renginius Klaipėdoje?

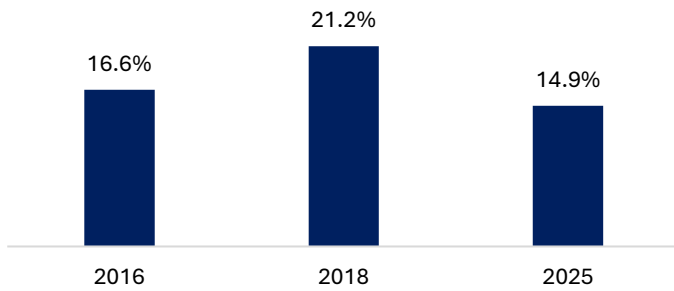


# Teatrų festivalių auditorijos struktūra, 2025

(%; svėrti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

## Bendras auditorijos dydis: dinamika 2016-2025

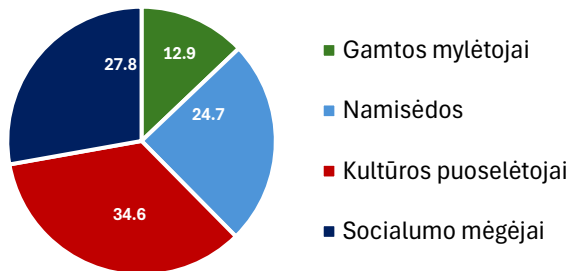
(kokia dalis apsilankė per paskutinius 12 mėn.; tik reprezentatyvi apklausa)



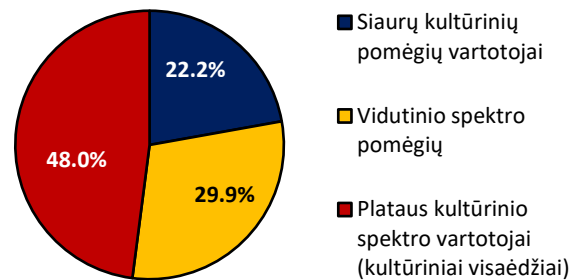
## Pastabos

Ši plati kategorija apėmė įvairius teatro festivalius, organizuojamus Klaipėdos mieste, kaip Jauno teatro dienos, TheAtrium, *Materia Magica*, Šermukšnis ir pan.

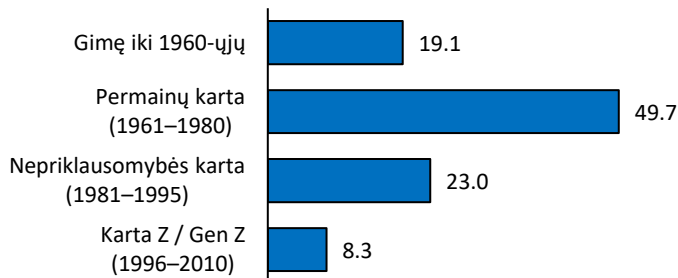
## Auditorijos struktūra pagal laisvalaikio profilius



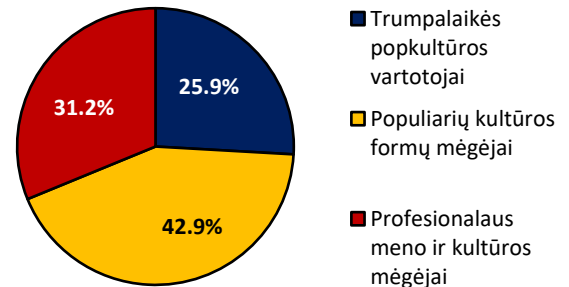
## Auditorijos sudėtis pagal kultūros vartojimo spektrą



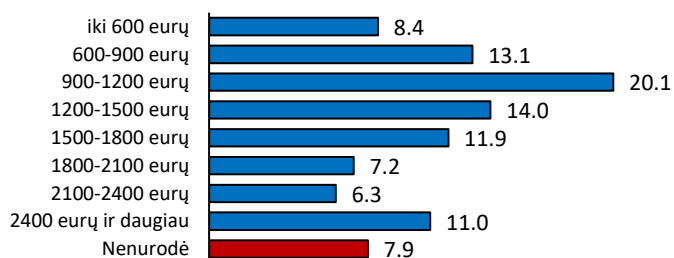
## Auditorijos amžiaus struktūra



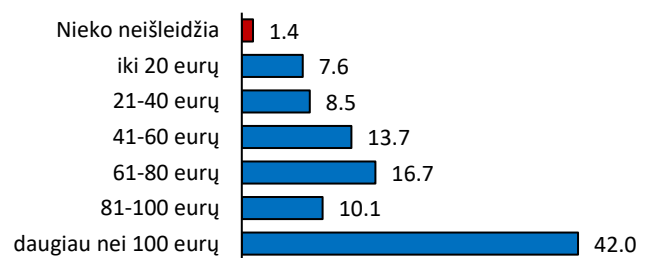
## Auditorijos sudėtis pagal kultūrinį skonį



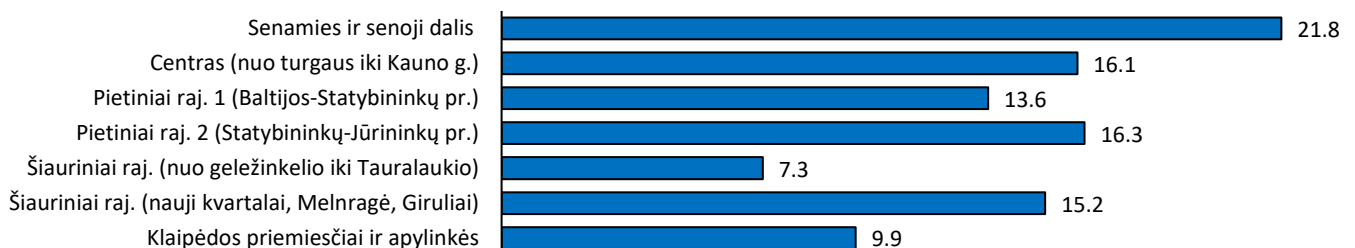
## Auditorijos struktūra pagal pajamų grupes



## Auditorijos struktūra pagal mėnesio išlaidas kultūrai



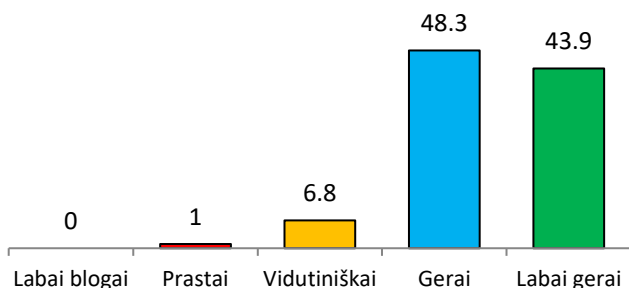
## Auditorijos struktūra pagal gyvenamąją vietą



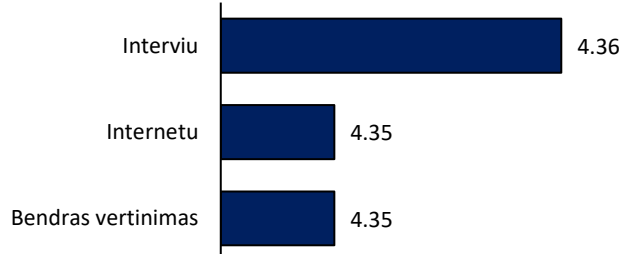
# Teatrų festivalių vertinimai skirtingose socialinėse grupėse

(integruoti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys; nesverti)  
(vidurkis 5 balų skalėje: 1=labai blogai; 5=labai gerai)

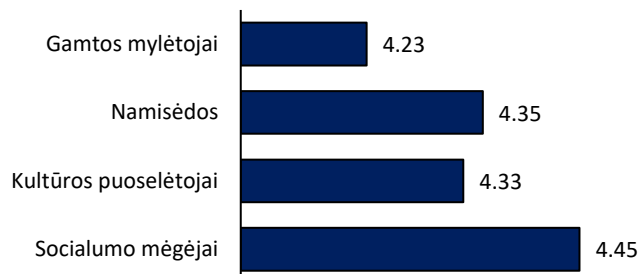
## Bendras vertinimas (%)



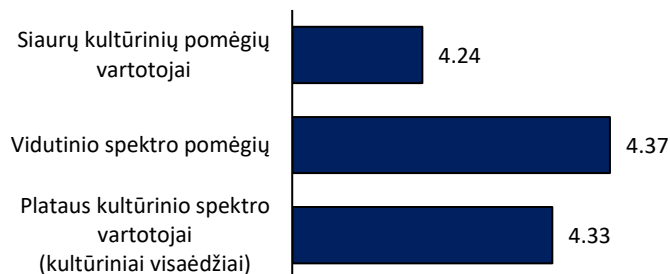
## Metodas



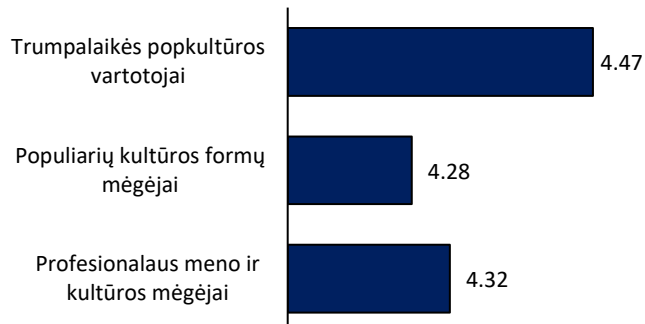
## Socialiniai laisvalaikio profiliai



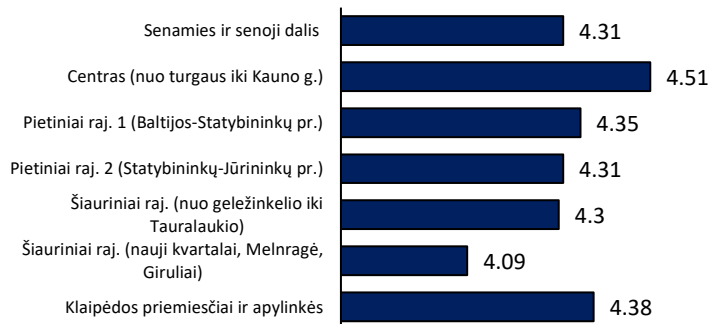
## Kultūros vartojimo spektras



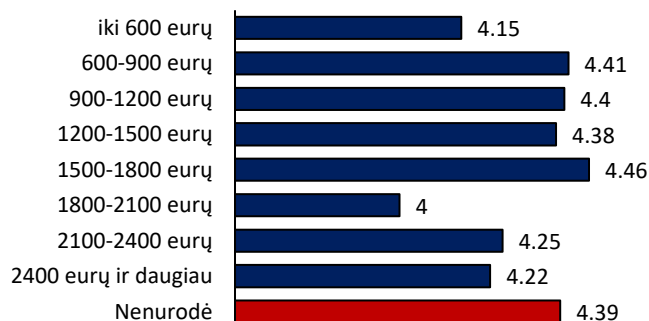
## Kultūrinis skonis



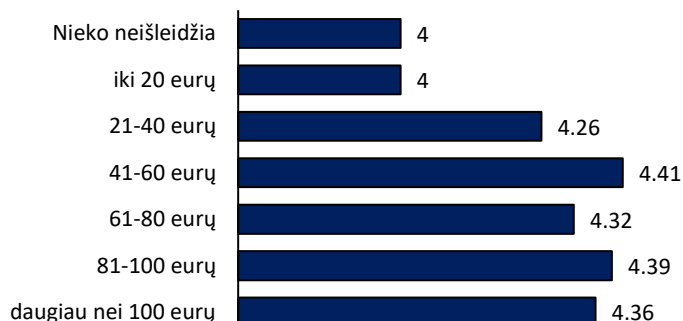
## Gyvenamoji vieta



## Pajamų grupės



## Grupės, pagal mėnesio išlaidas kultūros reikmėms



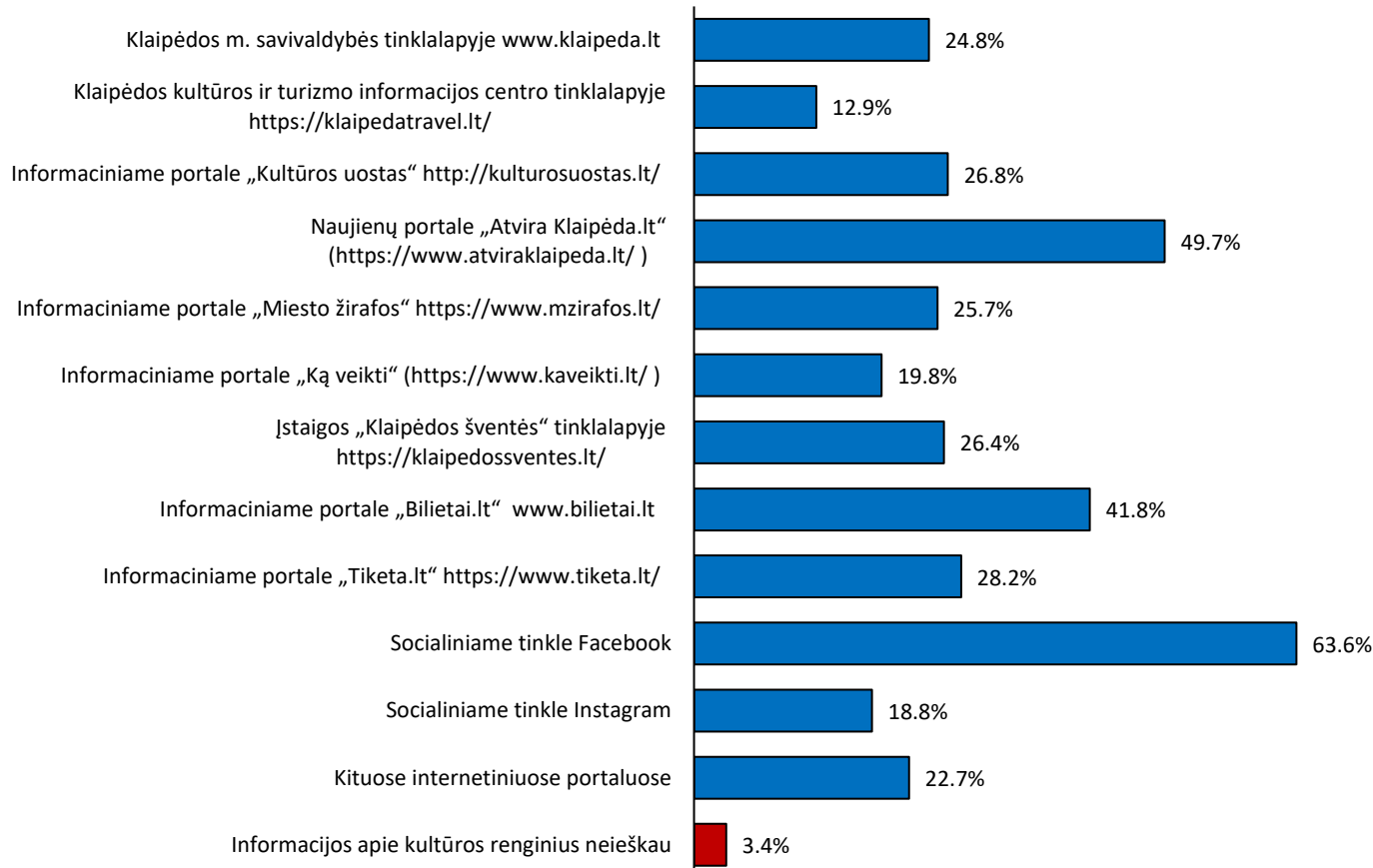
## Komunikacijos kanalai, kuriais dažniausiai naudojasi teatrų festivalių lankytojai

(%; svėrti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

### Kaip dažniausiai sužinoma apie kultūros renginius Klaipėdoje?



### Kokiuose tinklalapiuose dažniausiai ieškoma informacijos apie kultūros renginius Klaipėdoje?

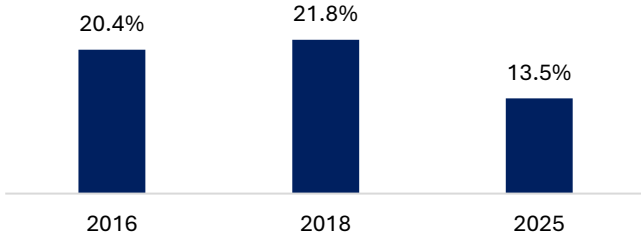


# Klasikinės muzikos festivalių auditorijos struktūra, 2025

(%; svėrti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

## Bendras auditorijos dydis: dinamika 2016-2025

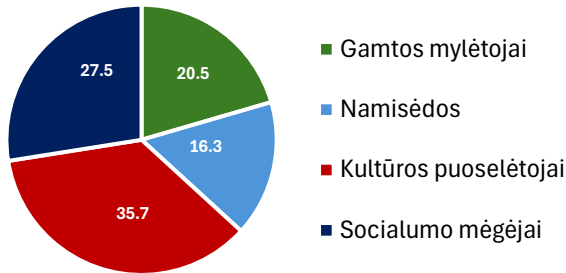
(kokia dalis apsilankė per paskutinius 12 mėn.; tik reprezentatyvi apklausa)



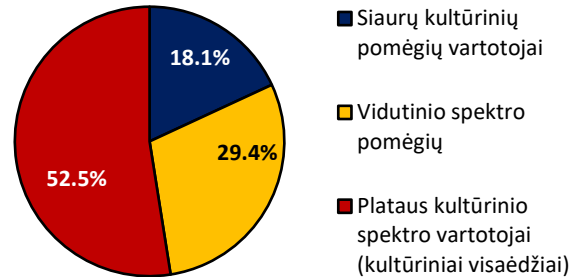
## Pastabos

Apklausoje ši bendra ir plati kategorija apėmė klasikinės muzikos festivalius kaip Klaipėdos muzikos pavasaris, Permainų muzika, Klaipėdos festivalis.

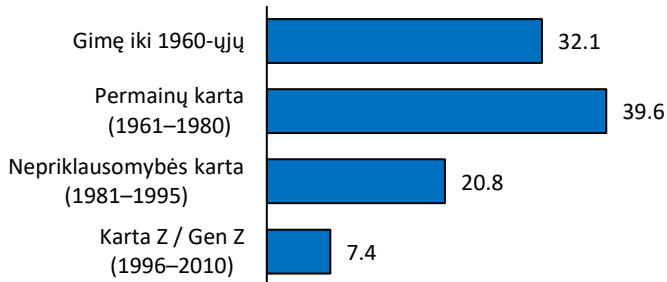
## Auditorijos struktūra pagal laisvalaikio profilius



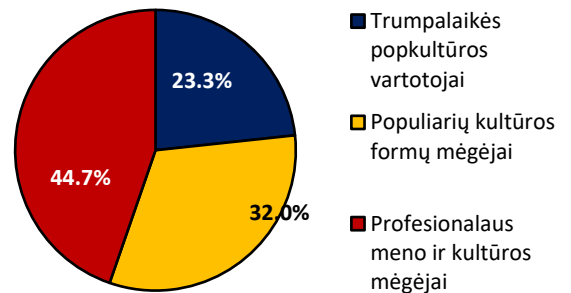
## Auditorijos sudėtis pagal kultūros vartojimo spektrą



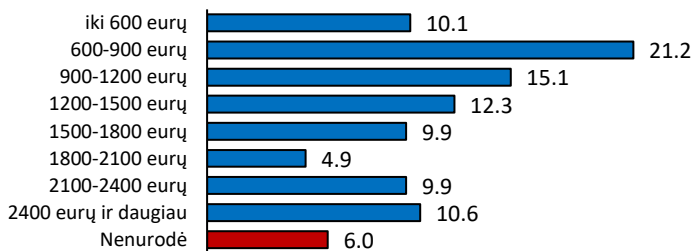
## Auditorijos amžiaus struktūra



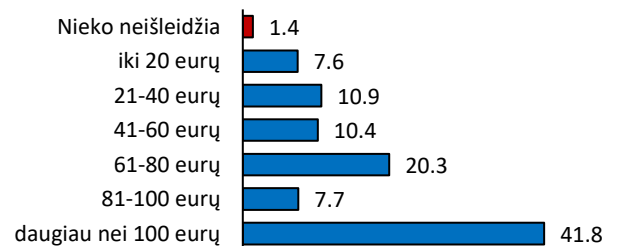
## Auditorijos sudėtis pagal kultūrinį skonį



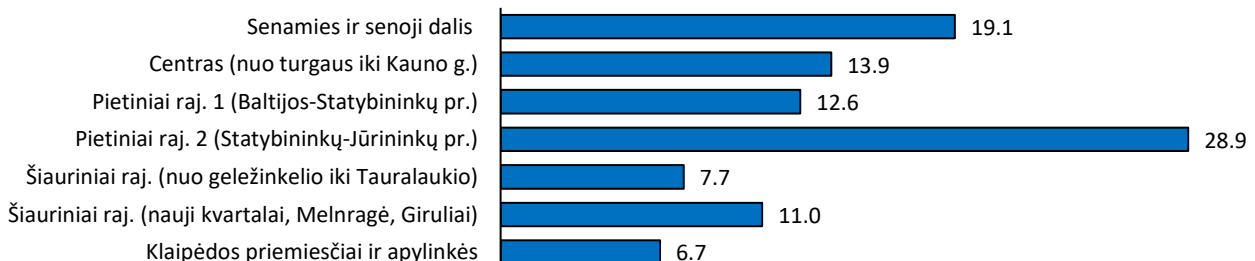
## Auditorijos struktūra pagal pajamų grupes



## Auditorijos struktūra pagal mėnesio išlaidas kultūrai



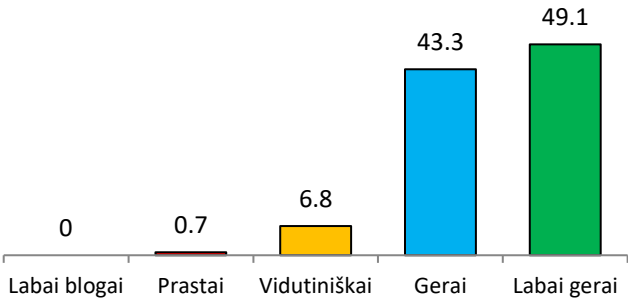
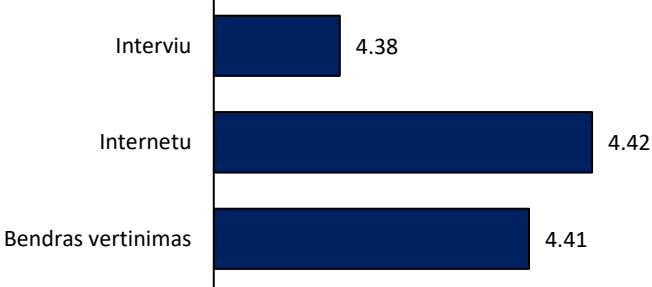
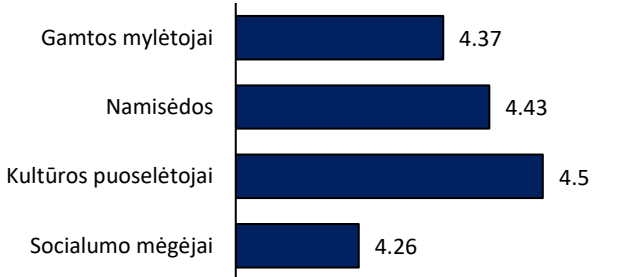
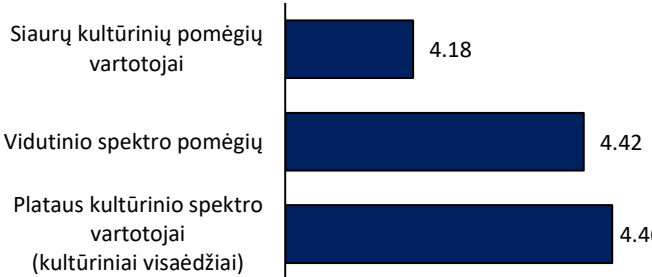
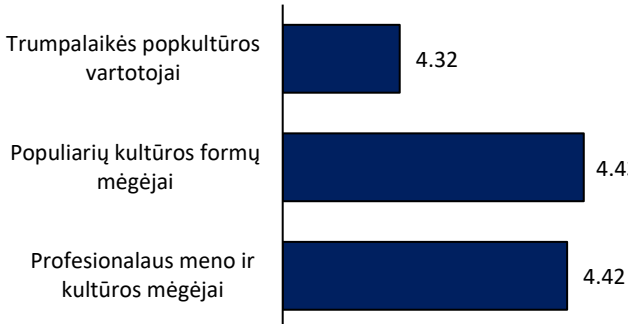
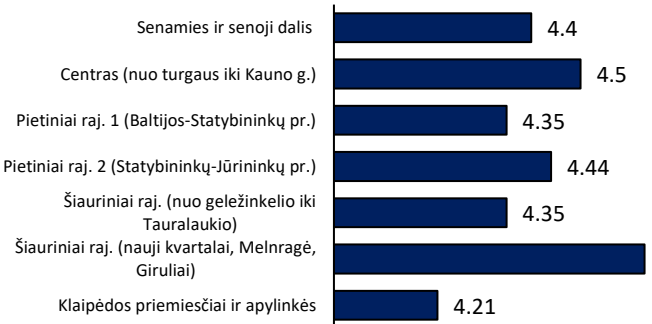
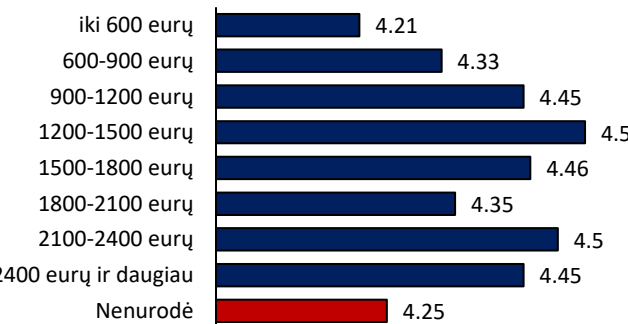
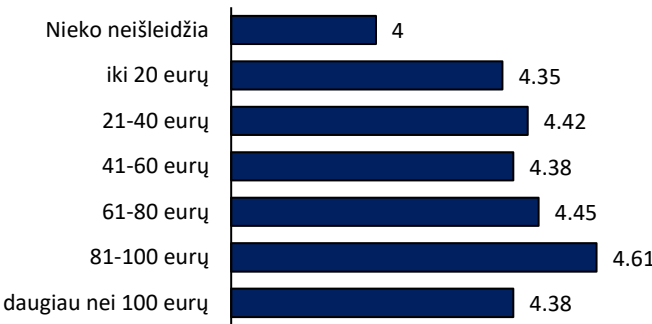
## Auditorijos struktūra pagal gyvenamąją vietą



# Klasikinės muzikos festivalių vertinimai skirtingose socialinėse grupėse

(integruoti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys; nesverti)

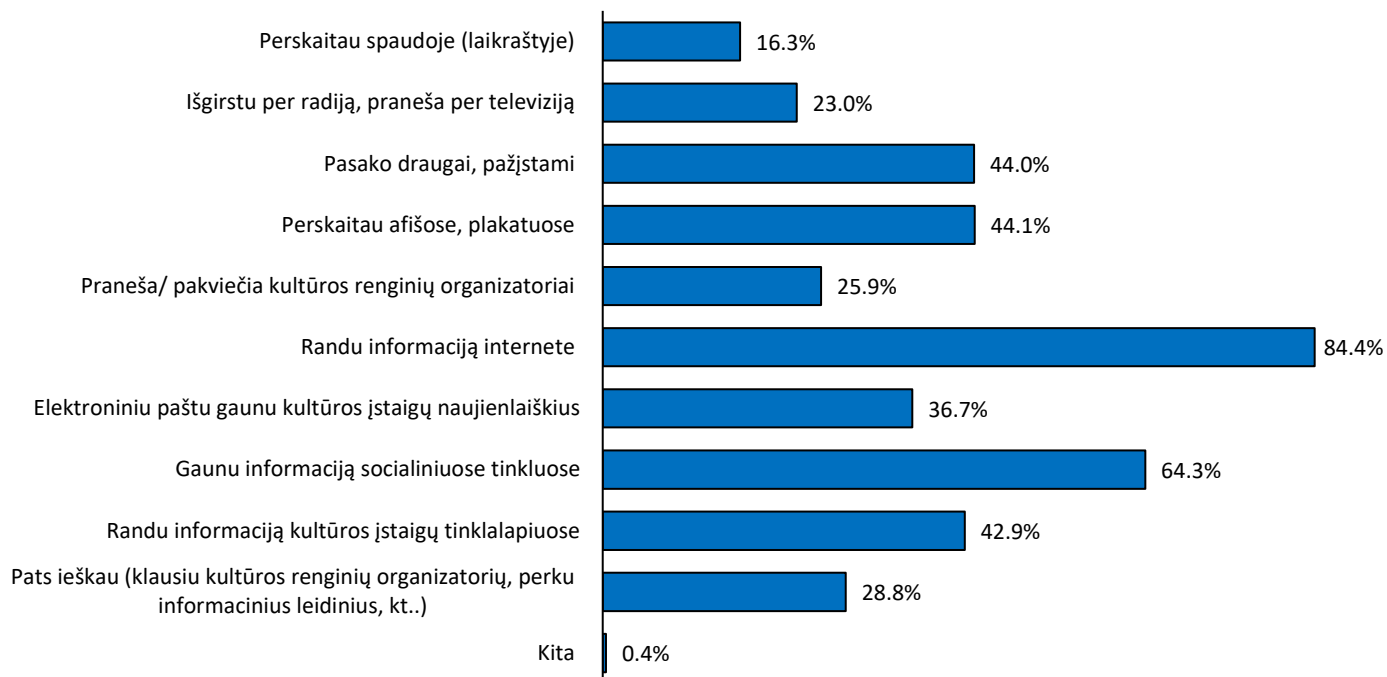
(vidurkis 5 balų skalėje: 1=labai blogai; 5=labai gerai)

Bendras vertinimas (%)	Metodas																																				
 <table border="1"> <thead> <tr> <th>Vertinimas</th> <th>Procentas</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Labai blogai</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Prastai</td> <td>0.7</td> </tr> <tr> <td>Vidutiniškai</td> <td>6.8</td> </tr> <tr> <td>Gerai</td> <td>43.3</td> </tr> <tr> <td>Labai gerai</td> <td>49.1</td> </tr> </tbody> </table>	Vertinimas	Procentas	Labai blogai	0	Prastai	0.7	Vidutiniškai	6.8	Gerai	43.3	Labai gerai	49.1	 <table border="1"> <thead> <tr> <th>Metodas</th> <th>Vertinimas</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Interviu</td> <td>4.38</td> </tr> <tr> <td>Internetu</td> <td>4.42</td> </tr> <tr> <td>Bendras vertinimas</td> <td>4.41</td> </tr> </tbody> </table>	Metodas	Vertinimas	Interviu	4.38	Internetu	4.42	Bendras vertinimas	4.41																
Vertinimas	Procentas																																				
Labai blogai	0																																				
Prastai	0.7																																				
Vidutiniškai	6.8																																				
Gerai	43.3																																				
Labai gerai	49.1																																				
Metodas	Vertinimas																																				
Interviu	4.38																																				
Internetu	4.42																																				
Bendras vertinimas	4.41																																				
Socialiniai laisvalaikio profiliai	Kultūros vartojimo spektras																																				
 <table border="1"> <thead> <tr> <th>Profilis</th> <th>Vertinimas</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Gamtos mylėtojai</td> <td>4.37</td> </tr> <tr> <td>Namisėdos</td> <td>4.43</td> </tr> <tr> <td>Kultūros puoselėtojai</td> <td>4.5</td> </tr> <tr> <td>Socialumo mėgėjai</td> <td>4.26</td> </tr> </tbody> </table>	Profilis	Vertinimas	Gamtos mylėtojai	4.37	Namisėdos	4.43	Kultūros puoselėtojai	4.5	Socialumo mėgėjai	4.26	 <table border="1"> <thead> <tr> <th>Spektras</th> <th>Vertinimas</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai</td> <td>4.18</td> </tr> <tr> <td>Vidutinio spektro pomėgių</td> <td>4.42</td> </tr> <tr> <td>Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)</td> <td>4.46</td> </tr> </tbody> </table>	Spektras	Vertinimas	Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai	4.18	Vidutinio spektro pomėgių	4.42	Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)	4.46																		
Profilis	Vertinimas																																				
Gamtos mylėtojai	4.37																																				
Namisėdos	4.43																																				
Kultūros puoselėtojai	4.5																																				
Socialumo mėgėjai	4.26																																				
Spektras	Vertinimas																																				
Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai	4.18																																				
Vidutinio spektro pomėgių	4.42																																				
Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)	4.46																																				
Kultūrinis skonis	Gyvenamoji vieta																																				
 <table border="1"> <thead> <tr> <th>Skonis</th> <th>Vertinimas</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Trumpalaikės popkultūros vartotojai</td> <td>4.32</td> </tr> <tr> <td>Populiarių kultūros formų mėgėjai</td> <td>4.43</td> </tr> <tr> <td>Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai</td> <td>4.42</td> </tr> </tbody> </table>	Skonis	Vertinimas	Trumpalaikės popkultūros vartotojai	4.32	Populiarių kultūros formų mėgėjai	4.43	Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai	4.42	 <table border="1"> <thead> <tr> <th>Vieta</th> <th>Vertinimas</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Senamies ir senoji dalis</td> <td>4.4</td> </tr> <tr> <td>Centras (nuo turgaus iki Kauno g.)</td> <td>4.5</td> </tr> <tr> <td>Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.)</td> <td>4.35</td> </tr> <tr> <td>Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.)</td> <td>4.44</td> </tr> <tr> <td>Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio)</td> <td>4.35</td> </tr> <tr> <td>Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai)</td> <td>4.63</td> </tr> <tr> <td>Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės</td> <td>4.21</td> </tr> </tbody> </table>	Vieta	Vertinimas	Senamies ir senoji dalis	4.4	Centras (nuo turgaus iki Kauno g.)	4.5	Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.)	4.35	Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.)	4.44	Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio)	4.35	Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai)	4.63	Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės	4.21												
Skonis	Vertinimas																																				
Trumpalaikės popkultūros vartotojai	4.32																																				
Populiarių kultūros formų mėgėjai	4.43																																				
Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai	4.42																																				
Vieta	Vertinimas																																				
Senamies ir senoji dalis	4.4																																				
Centras (nuo turgaus iki Kauno g.)	4.5																																				
Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.)	4.35																																				
Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.)	4.44																																				
Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio)	4.35																																				
Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai)	4.63																																				
Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės	4.21																																				
Pajamų grupės	Grupės, pagal mėnesio išlaidas kultūros reikmėms																																				
 <table border="1"> <thead> <tr> <th>Pajamų grupė</th> <th>Vertinimas</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>iki 600 eurų</td> <td>4.21</td> </tr> <tr> <td>600-900 eurų</td> <td>4.33</td> </tr> <tr> <td>900-1200 eurų</td> <td>4.45</td> </tr> <tr> <td>1200-1500 eurų</td> <td>4.54</td> </tr> <tr> <td>1500-1800 eurų</td> <td>4.46</td> </tr> <tr> <td>1800-2100 eurų</td> <td>4.35</td> </tr> <tr> <td>2100-2400 eurų</td> <td>4.5</td> </tr> <tr> <td>2400 eurų ir daugiau</td> <td>4.45</td> </tr> <tr> <td>Nenurodė</td> <td>4.25</td> </tr> </tbody> </table>	Pajamų grupė	Vertinimas	iki 600 eurų	4.21	600-900 eurų	4.33	900-1200 eurų	4.45	1200-1500 eurų	4.54	1500-1800 eurų	4.46	1800-2100 eurų	4.35	2100-2400 eurų	4.5	2400 eurų ir daugiau	4.45	Nenurodė	4.25	 <table border="1"> <thead> <tr> <th>Grupė</th> <th>Vertinimas</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nieko neišleidžia</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>iki 20 eurų</td> <td>4.35</td> </tr> <tr> <td>21-40 eurų</td> <td>4.42</td> </tr> <tr> <td>41-60 eurų</td> <td>4.38</td> </tr> <tr> <td>61-80 eurų</td> <td>4.45</td> </tr> <tr> <td>81-100 eurų</td> <td>4.61</td> </tr> <tr> <td>daugiau nei 100 eurų</td> <td>4.38</td> </tr> </tbody> </table>	Grupė	Vertinimas	Nieko neišleidžia	4	iki 20 eurų	4.35	21-40 eurų	4.42	41-60 eurų	4.38	61-80 eurų	4.45	81-100 eurų	4.61	daugiau nei 100 eurų	4.38
Pajamų grupė	Vertinimas																																				
iki 600 eurų	4.21																																				
600-900 eurų	4.33																																				
900-1200 eurų	4.45																																				
1200-1500 eurų	4.54																																				
1500-1800 eurų	4.46																																				
1800-2100 eurų	4.35																																				
2100-2400 eurų	4.5																																				
2400 eurų ir daugiau	4.45																																				
Nenurodė	4.25																																				
Grupė	Vertinimas																																				
Nieko neišleidžia	4																																				
iki 20 eurų	4.35																																				
21-40 eurų	4.42																																				
41-60 eurų	4.38																																				
61-80 eurų	4.45																																				
81-100 eurų	4.61																																				
daugiau nei 100 eurų	4.38																																				

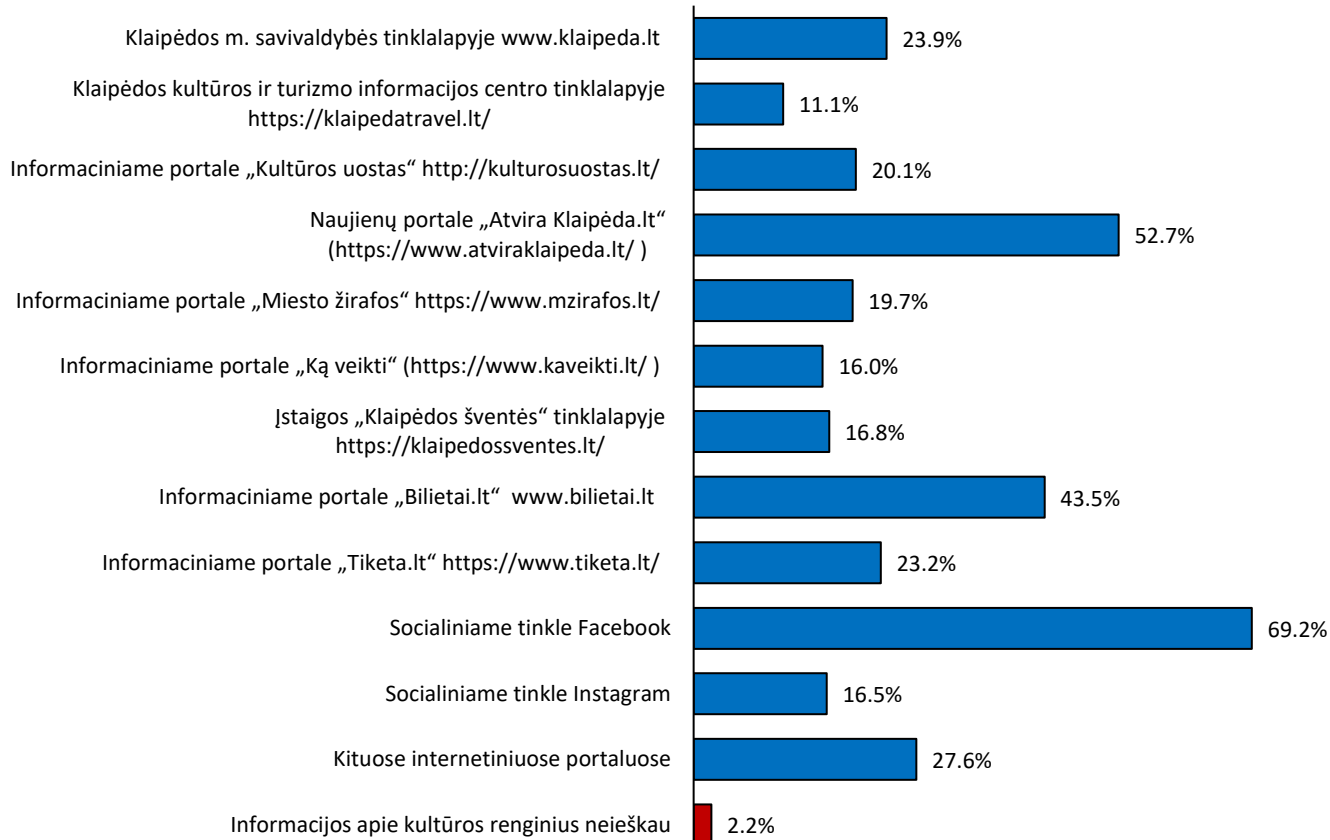
# Komunikacijos kanalai, kuriais dažniausiai naudojasi Klasikinės muzikos festivalių lankytojai

(%; svirti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

## Kaip dažniausiai sužinoma apie kultūros renginius Klaipėdoje?

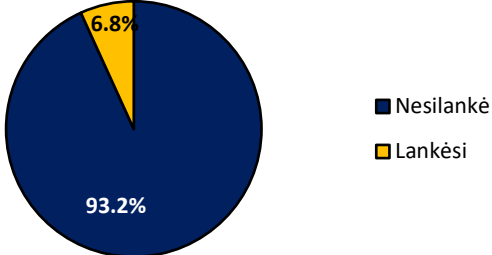
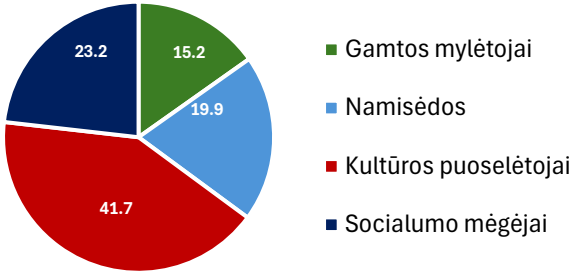
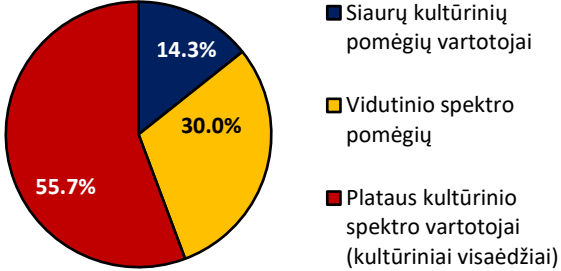
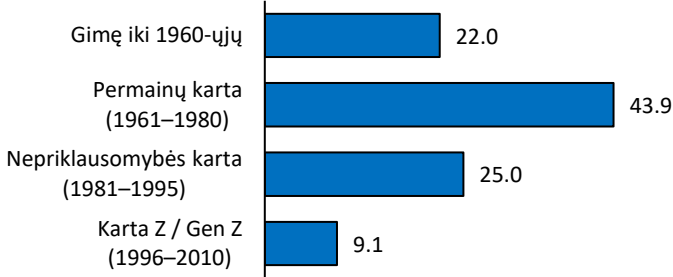
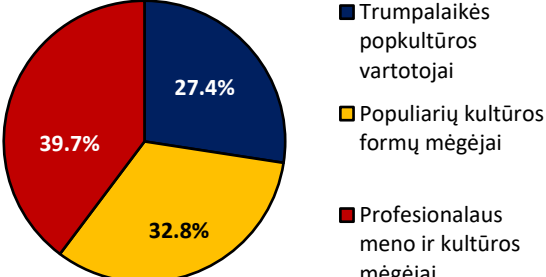
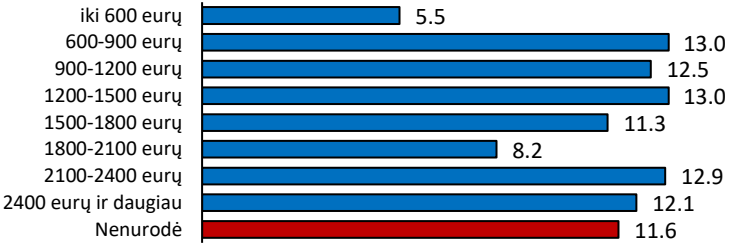
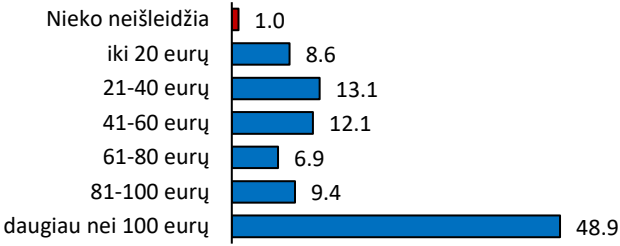
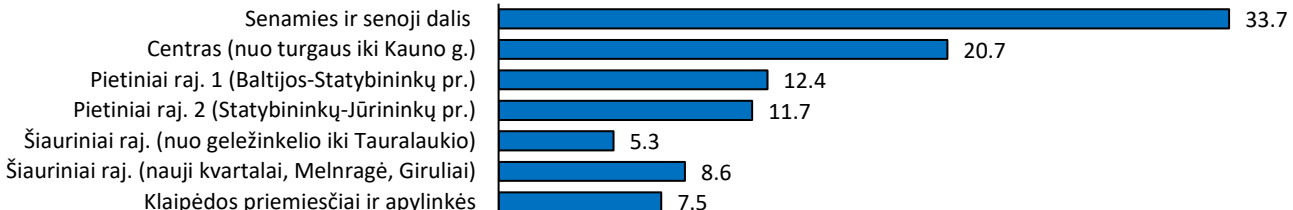


## Kokiuose tinklalapiuose dažniausiai ieškoma informacijos apie kultūros renginius Klaipėdoje?



# Literatūros festivalių auditorijos struktūra, 2025

(%; svėrti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

<b>Bendras auditorijos dydis</b> (kokia dalis apsilankė per paskutinius 12 mėn.; tik reprezentatyvi apklausa)	<b>Pastabos</b>
 <p> <span style="color: #003366;">■</span> Nesilankė  <span style="color: #FFD700;">■</span> Lankėsi                     </p>	<p>Apklausoje ši bendra ir plati kategorija apėmė renginius kaip tarptautinis literatūros festivalis „Inkultūracija“, Klaipėdos knygų mugė, Poezijos pavasaris, Novelės rudo, Knygos meno festivalis.</p> <p>2016 ir 2018 m. apklausose literatūriniai renginiai nebuvo įtraukti.</p>
<b>Auditorijos struktūra pagal laisvalaikio profilius</b>	<b>Auditorijos sudėtis pagal kultūros vartojimo spektrą</b>
 <p> <span style="color: #003366;">■</span> Socialumo mėgėjai  <span style="color: #FF0000;">■</span> Kultūros puoselėtojai  <span style="color: #0000FF;">■</span> Namisėdos  <span style="color: #008000;">■</span> Gamtos mylėtojai                     </p>	 <p> <span style="color: #FF0000;">■</span> Platus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)  <span style="color: #FFD700;">■</span> Vidutinio spektro pomėgių  <span style="color: #003366;">■</span> Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai                     </p>
<b>Auditorijos amžiaus struktūra</b>	<b>Auditorijos sudėtis pagal kultūrinį skonį</b>
 <p>                     Gimę iki 1960-ųjų: 22.0                      Permainų karta (1961–1980): 43.9                      Nepriklausomybės karta (1981–1995): 25.0                      Karta Z / Gen Z (1996–2010): 9.1                 </p>	 <p> <span style="color: #FF0000;">■</span> Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai  <span style="color: #FFD700;">■</span> Populiarių kultūros formų mėgėjai  <span style="color: #003366;">■</span> Trumpalaikės popkultūros vartotojai                     </p>
<b>Auditorijos struktūra pagal pajamų grupes</b>	<b>Auditorijos struktūra pagal mėnesio išlaidas kultūrai</b>
 <p>                     iki 600 eurų: 5.5                      600-900 eurų: 13.0                      900-1200 eurų: 12.5                      1200-1500 eurų: 13.0                      1500-1800 eurų: 11.3                      1800-2100 eurų: 8.2                      2100-2400 eurų: 12.9                      2400 eurų ir daugiau: 12.1                      Nenurodė: 11.6                 </p>	 <p>                     Nieko neišleidžia: 1.0                      iki 20 eurų: 8.6                      21-40 eurų: 13.1                      41-60 eurų: 12.1                      61-80 eurų: 6.9                      81-100 eurų: 9.4                      daugiau nei 100 eurų: 48.9                 </p>
<b>Auditorijos struktūra pagal gyvenamąją vietą</b>	
 <p>                     Senamies ir senoji dalis: 33.7                      Centras (nuo turgaus iki Kauno g.): 20.7                      Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.): 12.4                      Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.): 11.7                      Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio): 5.3                      Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai): 8.6                      Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės: 7.5                 </p>	

# Literatūros festivalių vertinimai skirtingose socialinėse grupėse

(integruoti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys; nesverti)

(vidurkis 5 balų skalėje: 1=labai blogai; 5=labai gerai)

Bendras vertinimas (%)	Metodas																																
<table border="1"> <tr><td>Labai blogai</td><td>0</td></tr> <tr><td>Prastai</td><td>1.5</td></tr> <tr><td>Vidutiniškai</td><td>14.6</td></tr> <tr><td>Gerai</td><td>50</td></tr> <tr><td>Labai gerai</td><td>33.8</td></tr> </table>	Labai blogai	0	Prastai	1.5	Vidutiniškai	14.6	Gerai	50	Labai gerai	33.8	<table border="1"> <tr><td>Interviu</td><td>4.02</td></tr> <tr><td>Internetu</td><td>4.24</td></tr> <tr><td>Bendras vertinimas</td><td>4.16</td></tr> </table>	Interviu	4.02	Internetu	4.24	Bendras vertinimas	4.16																
Labai blogai	0																																
Prastai	1.5																																
Vidutiniškai	14.6																																
Gerai	50																																
Labai gerai	33.8																																
Interviu	4.02																																
Internetu	4.24																																
Bendras vertinimas	4.16																																
Socialiniai laisvalaikio profiliai	Kultūros vartojimo spektras																																
<table border="1"> <tr><td>Gamtos mylėtojai</td><td>3.89</td></tr> <tr><td>Namisėdos</td><td>4.35</td></tr> <tr><td>Kultūros puoselėtojai</td><td>4.21</td></tr> <tr><td>Socialumo mėgėjai</td><td>4.04</td></tr> </table>	Gamtos mylėtojai	3.89	Namisėdos	4.35	Kultūros puoselėtojai	4.21	Socialumo mėgėjai	4.04	<table border="1"> <tr><td>Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai</td><td>3.6</td></tr> <tr><td>Vidutinio spektro pomėgių</td><td>4.15</td></tr> <tr><td>Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)</td><td>4.22</td></tr> </table>	Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai	3.6	Vidutinio spektro pomėgių	4.15	Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)	4.22																		
Gamtos mylėtojai	3.89																																
Namisėdos	4.35																																
Kultūros puoselėtojai	4.21																																
Socialumo mėgėjai	4.04																																
Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai	3.6																																
Vidutinio spektro pomėgių	4.15																																
Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)	4.22																																
Kultūrinis skonis	Gyvenamoji vieta																																
<table border="1"> <tr><td>Trumpalaikės popkultūros vartotojai</td><td>4.06</td></tr> <tr><td>Populiarių kultūros formų mėgėjai</td><td>4.24</td></tr> <tr><td>Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai</td><td>4</td></tr> </table>	Trumpalaikės popkultūros vartotojai	4.06	Populiarių kultūros formų mėgėjai	4.24	Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai	4	<table border="1"> <tr><td>Senamies ir senoji dalis</td><td>4.16</td></tr> <tr><td>Centras (nuo turgaus iki Kauno g.)</td><td>4.33</td></tr> <tr><td>Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.)</td><td>3.85</td></tr> <tr><td>Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.)</td><td>4.33</td></tr> <tr><td>Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio)</td><td>4</td></tr> <tr><td>Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai)</td><td>4.22</td></tr> <tr><td>Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės</td><td>3.85</td></tr> </table>	Senamies ir senoji dalis	4.16	Centras (nuo turgaus iki Kauno g.)	4.33	Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.)	3.85	Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.)	4.33	Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio)	4	Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai)	4.22	Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės	3.85												
Trumpalaikės popkultūros vartotojai	4.06																																
Populiarių kultūros formų mėgėjai	4.24																																
Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai	4																																
Senamies ir senoji dalis	4.16																																
Centras (nuo turgaus iki Kauno g.)	4.33																																
Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.)	3.85																																
Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.)	4.33																																
Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio)	4																																
Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai)	4.22																																
Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės	3.85																																
Pajamų grupės	Grupės, pagal mėnesio išlaidas kultūros reikmėms																																
<table border="1"> <tr><td>iki 600 eurų</td><td>3.71</td></tr> <tr><td>600-900 eurų</td><td>4.07</td></tr> <tr><td>900-1200 eurų</td><td>4.29</td></tr> <tr><td>1200-1500 eurų</td><td>4.11</td></tr> <tr><td>1500-1800 eurų</td><td>4.19</td></tr> <tr><td>1800-2100 eurų</td><td>3.89</td></tr> <tr><td>2100-2400 eurų</td><td>4.25</td></tr> <tr><td>2400 eurų ir daugiau</td><td>4.15</td></tr> <tr><td>Nenurodė</td><td>4</td></tr> </table>	iki 600 eurų	3.71	600-900 eurų	4.07	900-1200 eurų	4.29	1200-1500 eurų	4.11	1500-1800 eurų	4.19	1800-2100 eurų	3.89	2100-2400 eurų	4.25	2400 eurų ir daugiau	4.15	Nenurodė	4	<table border="1"> <tr><td>Nieko neišleidžia</td><td>5</td></tr> <tr><td>iki 20 eurų</td><td>3.56</td></tr> <tr><td>21-40 eurų</td><td>4.38</td></tr> <tr><td>41-60 eurų</td><td>4.07</td></tr> <tr><td>61-80 eurų</td><td>4</td></tr> <tr><td>81-100 eurų</td><td>4.35</td></tr> <tr><td>daugiau nei 100 eurų</td><td>4.1</td></tr> </table>	Nieko neišleidžia	5	iki 20 eurų	3.56	21-40 eurų	4.38	41-60 eurų	4.07	61-80 eurų	4	81-100 eurų	4.35	daugiau nei 100 eurų	4.1
iki 600 eurų	3.71																																
600-900 eurų	4.07																																
900-1200 eurų	4.29																																
1200-1500 eurų	4.11																																
1500-1800 eurų	4.19																																
1800-2100 eurų	3.89																																
2100-2400 eurų	4.25																																
2400 eurų ir daugiau	4.15																																
Nenurodė	4																																
Nieko neišleidžia	5																																
iki 20 eurų	3.56																																
21-40 eurų	4.38																																
41-60 eurų	4.07																																
61-80 eurų	4																																
81-100 eurų	4.35																																
daugiau nei 100 eurų	4.1																																

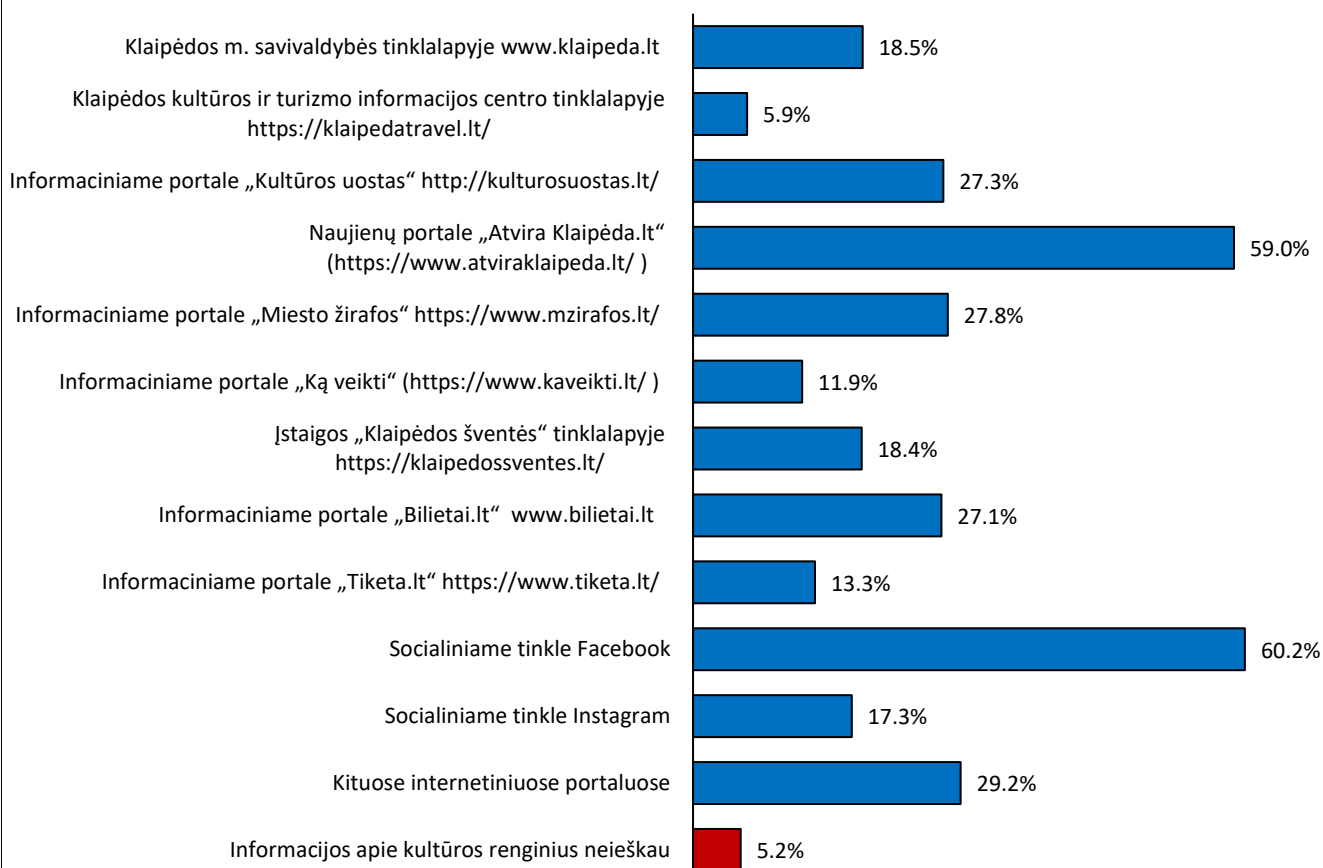
## Komunikacijos kanalai, kuriais dažniausiai naudojasi literatūros festivalių lankytojai

(%; svirti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

### Kaip dažniausiai sužinoma apie kultūros renginius Klaipėdoje?



### Kokiuose tinklalapiuose dažniausiai ieškoma informacijos apie kultūros renginius Klaipėdoje?

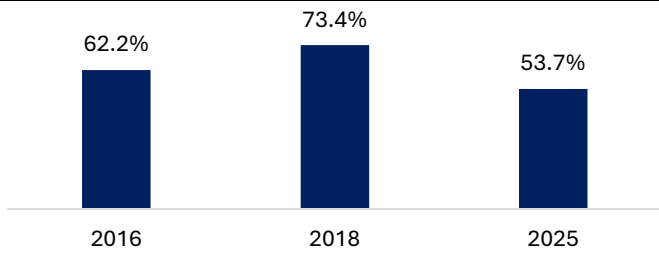


# Jūrinio identiteto renginių auditorijos struktūra, 2025

(%; svėrti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

## Bendras auditorijos dydis: dinamika 2016-2025

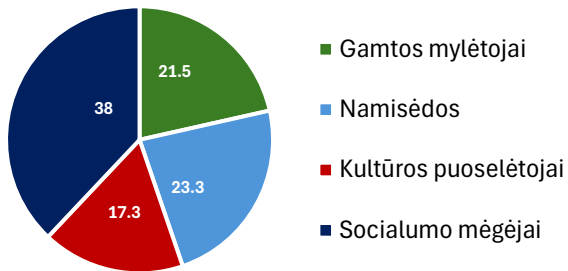
(kokia dalis apsilankė per paskutinius 12 mėn.; tik reprezentatyvi apklausa)



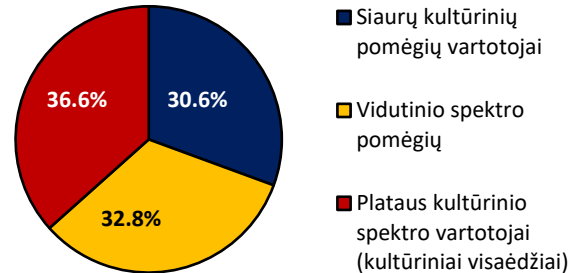
## Pastabos

2025 m. apklausoje ši bendra ir plati kategorija apėmė tokius jūrinio identiteto renginius, kaip Laivų paradas, Dangės ralis, Dangės flotilė, F2, Švyturių ralis. 2016 ir 2018 m. buvo vertinamas tik Laivų paradas, kurio duomenys ir pateikti šalia esančiame grafike.

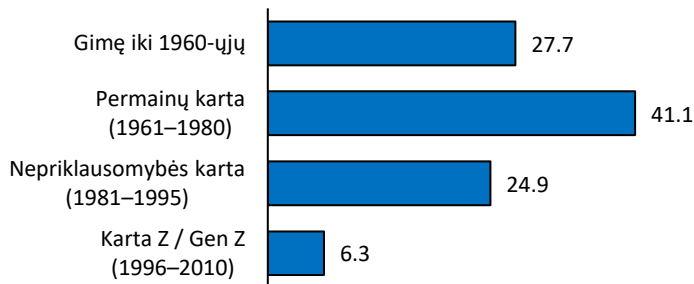
## Auditorijos struktūra pagal laisvalaikio profilius



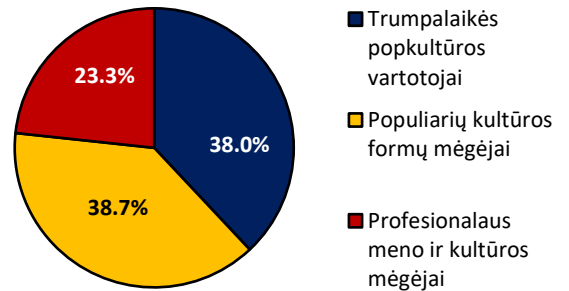
## Auditorijos sudėtis pagal kultūros vartojimo spektrą



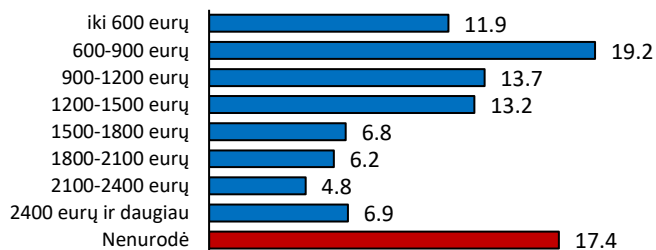
## Auditorijos amžiaus struktūra



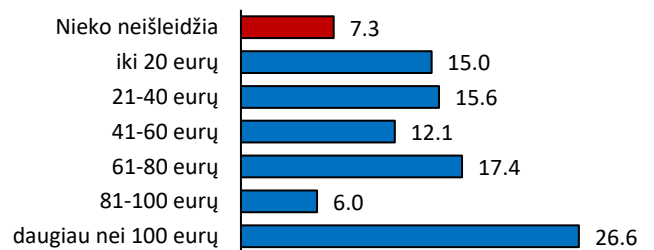
## Auditorijos sudėtis pagal kultūrinį skonį



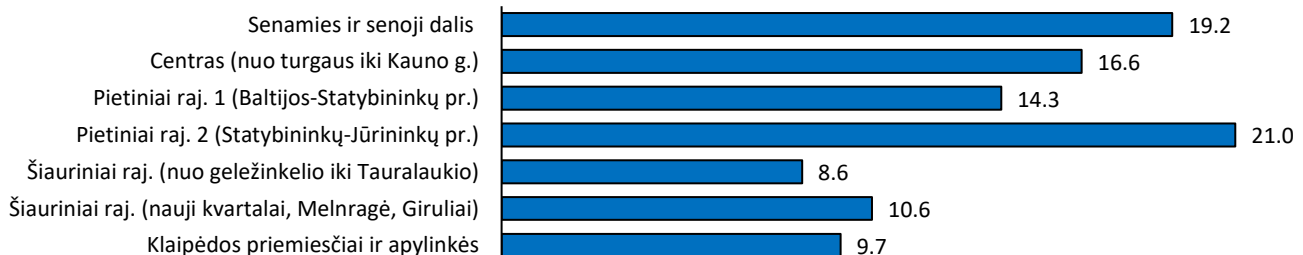
## Auditorijos struktūra pagal pajamų grupes



## Auditorijos struktūra pagal mėnesio išlaidas kultūrai



## Auditorijos struktūra pagal gyvenamąją vietą

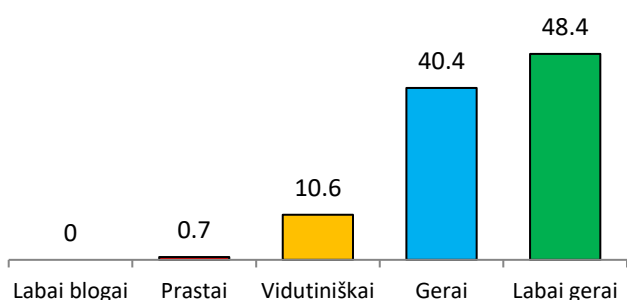


# Jūrinio identiteto renginių vertinimai skirtingose socialinėse grupėse

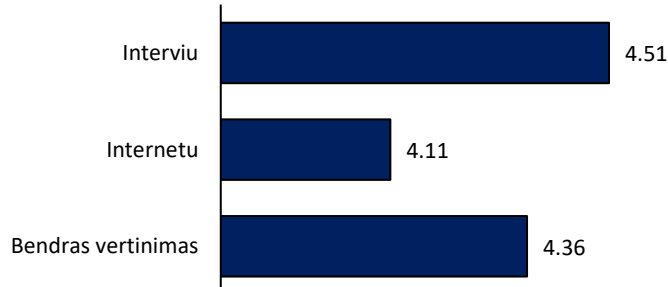
(integruoti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys; nesverti)

(vidurkis 5 balų skalėje: 1=labai blogai; 5=labai gerai)

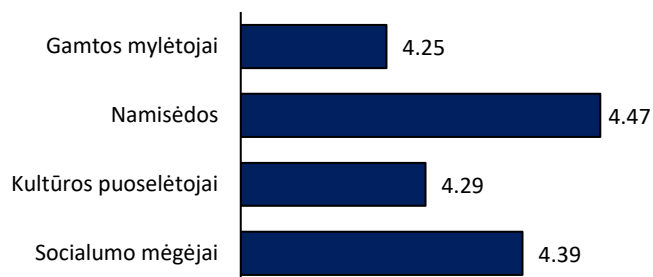
## Bendras vertinimas (%)



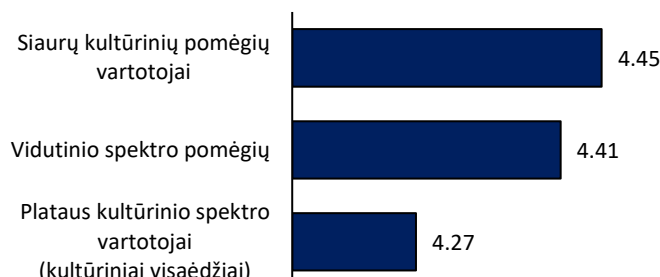
## Metodas



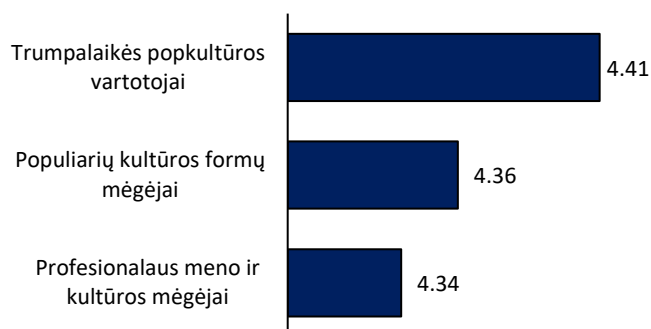
## Socialiniai laisvalaikio profiliai



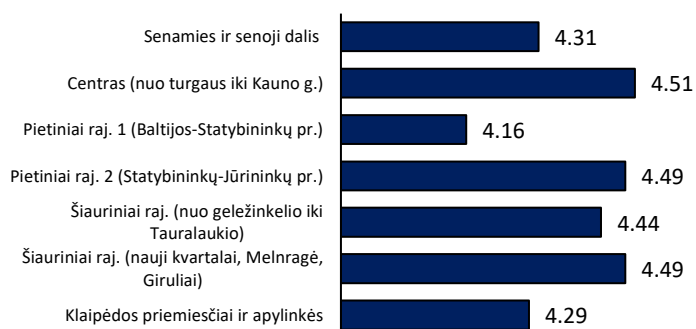
## Kultūros vartojimo spektras



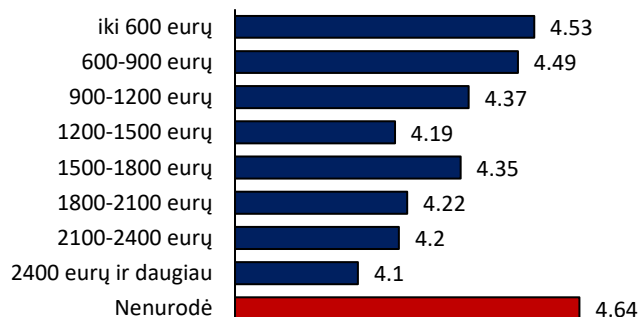
## Kultūrinis skonis



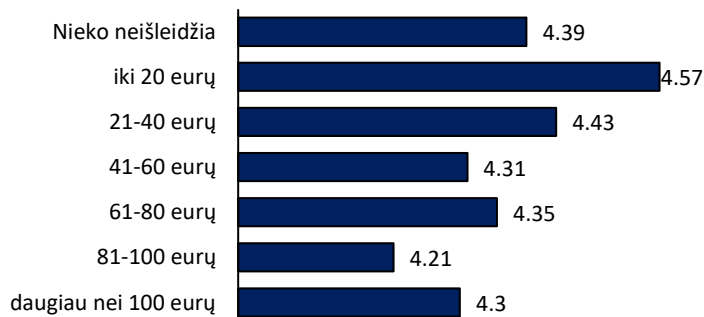
## Gyvenamoji vieta



## Pajamų grupės



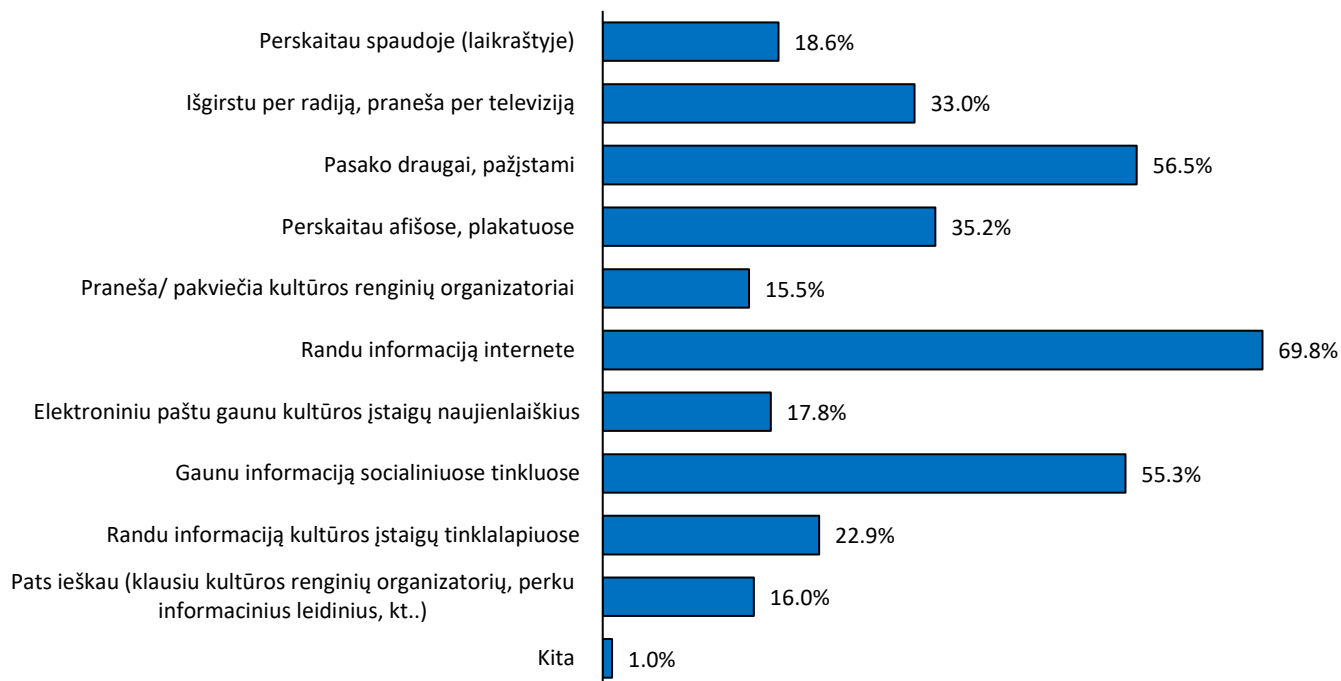
## Grupės, pagal mėnesio išlaidas kultūros reikmėms



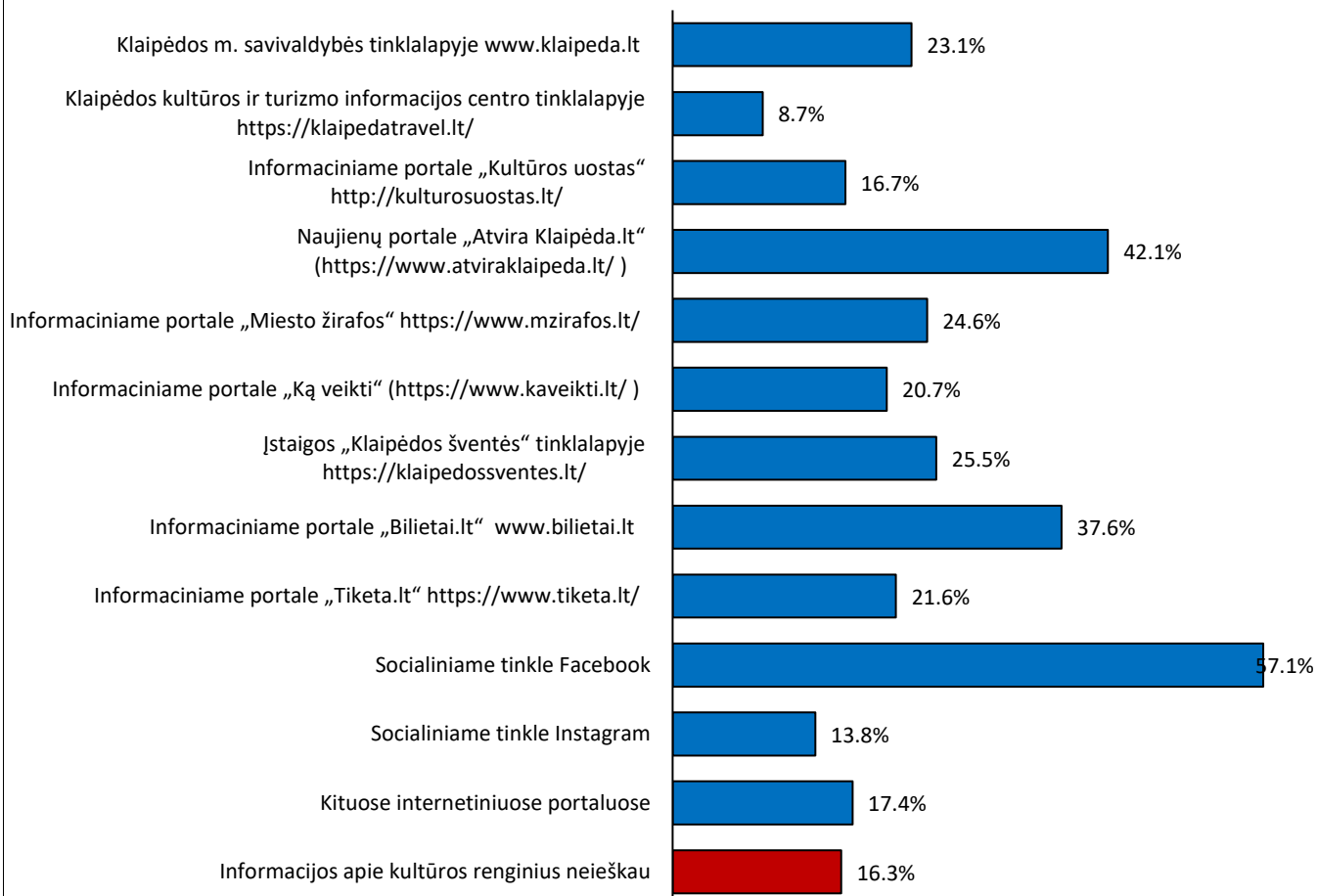
## Komunikacijos kanalai, kuriais dažniausiai naudojasi Jūrinio identiteto renginių lankytojai

(%; svirti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

### Kaip dažniausiai sužinoma apie kultūros renginius Klaipėdoje?

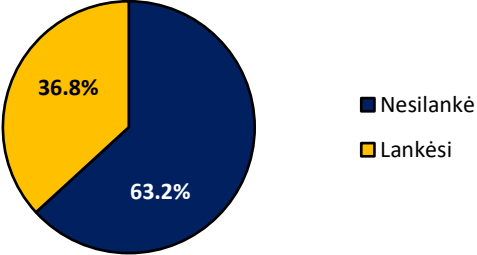
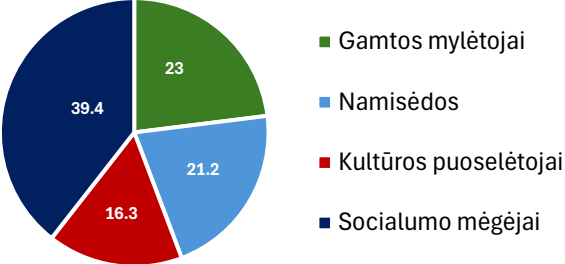
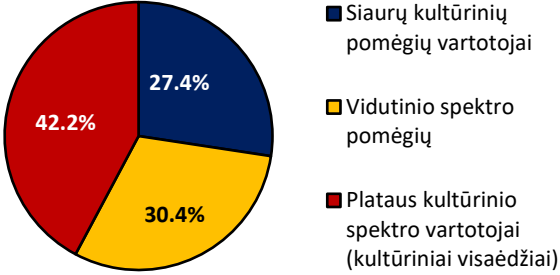
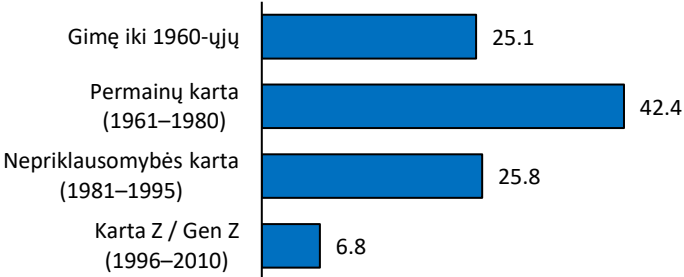
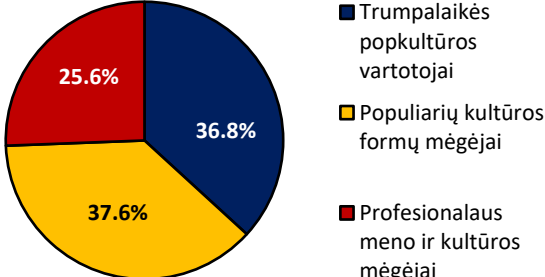
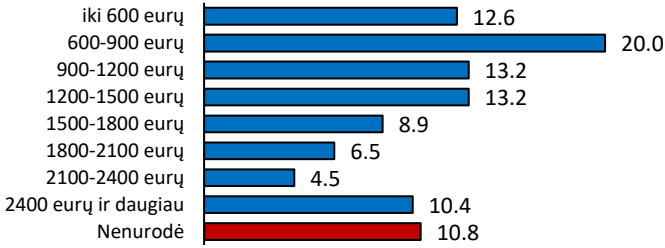
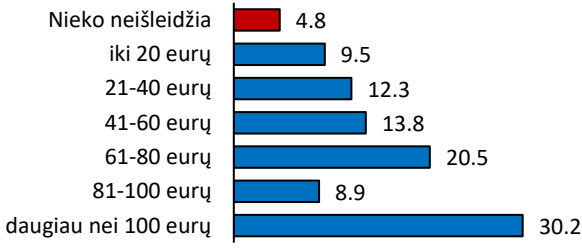
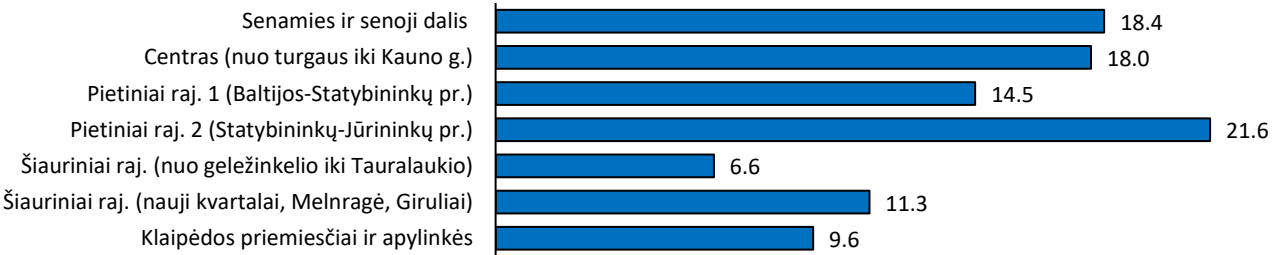


### Kokiuose tinklalapiuose dažniausiai ieškoma informacijos apie kultūros renginius Klaipėdoje?



# Jūrinių regatų auditorijos struktūra, 2025

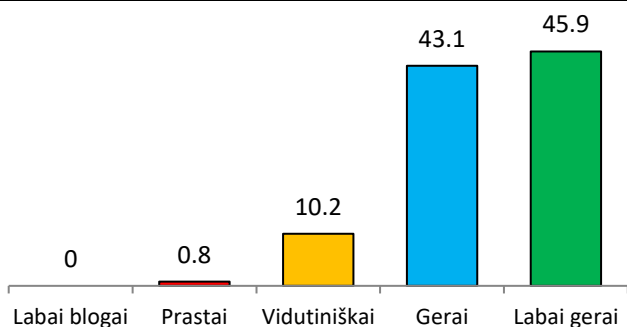
(%; svėrti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

Bendras auditorijos dydis (tik reprezentatyvi apklausa)	Pastabos
 <p>■ Nesilankė ■ Lankėsi</p>	<p>Apklausoje ši bendra kategorija apėmė tokias tarptautines jūrines regatas kaip <i>The Tall Ships Races</i> ir <i>Baltic Sail</i>. Nurodomos 2024 m. vykusios regatos, o ne 2025 m. 2016 ir 2018 m. apklausose klausimo apie regatas nebuvo.</p>
Auditorijos struktūra pagal laisvalaikio profilius	Auditorijos sudėtis pagal kultūros vartojimo spektrą
 <p>■ Gamtos mylėtojai ■ Namisėdos ■ Kultūros puoselėtojai ■ Socialumo mėgėjai</p>	 <p>■ Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai ■ Vidutinio spektro pomėgių ■ Platus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)</p>
Auditorijos amžiaus struktūra	Auditorijos sudėtis pagal kultūrinį skonį
 <p>Gimę iki 1960-ųjų 25.1 Permainų karta (1961–1980) 42.4 Nepriklausomybės karta (1981–1995) 25.8 Karta Z / Gen Z (1996–2010) 6.8</p>	 <p>■ Trumpalaikės popkultūros vartotojai ■ Populiarių kultūros formų mėgėjai ■ Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai</p>
Auditorijos struktūra pagal pajamų grupes	Auditorijos struktūra pagal mėnesio išlaidas kultūrai
 <p>iki 600 eurų 12.6 600-900 eurų 20.0 900-1200 eurų 13.2 1200-1500 eurų 13.2 1500-1800 eurų 8.9 1800-2100 eurų 6.5 2100-2400 eurų 4.5 2400 eurų ir daugiau 10.4 Nenurodė 10.8</p>	 <p>Nieko neišleidžia 4.8 iki 20 eurų 9.5 21-40 eurų 12.3 41-60 eurų 13.8 61-80 eurų 20.5 81-100 eurų 8.9 daugiau nei 100 eurų 30.2</p>
Auditorijos struktūra pagal gyvenamąją vietą	
 <p>Senamies ir senoji dalis 18.4 Centras (nuo turgaus iki Kauno g.) 18.0 Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.) 14.5 Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.) 21.6 Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Turalaukio) 6.6 Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai) 11.3 Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės 9.6</p>	

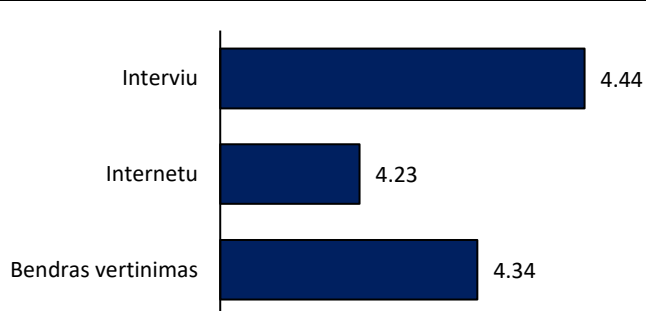
# Jūrinių regatų vertinimai skirtingose socialinėse grupėse

(integruoti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys; nesverti)  
(vidurkis 5 balų skalėje: 1=labai blogai; 5=labai gerai)

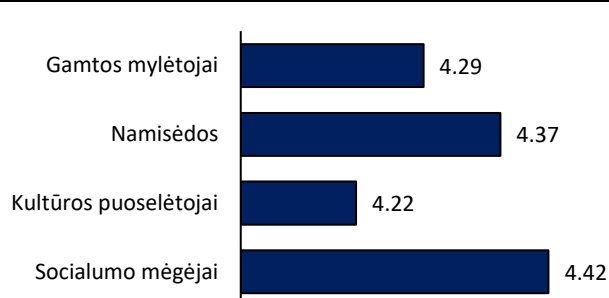
## Bendras vertinimas (%)



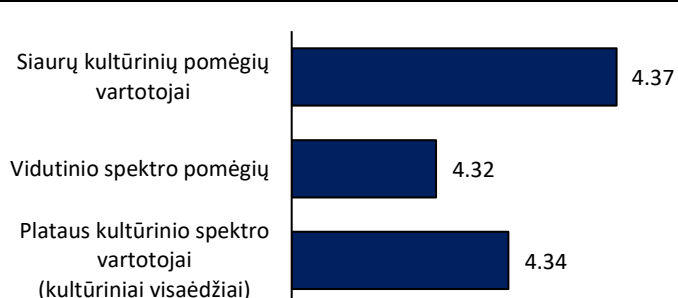
## Metodas



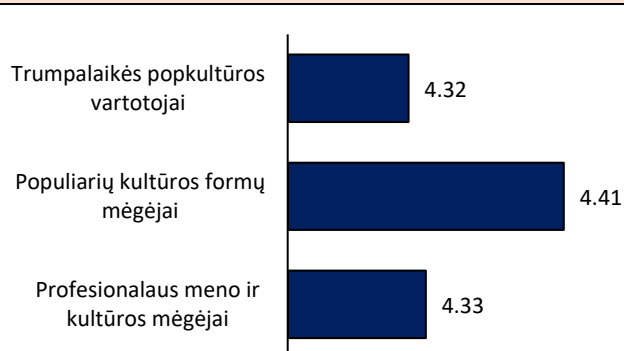
## Socialiniai laisvalaikio profiliai



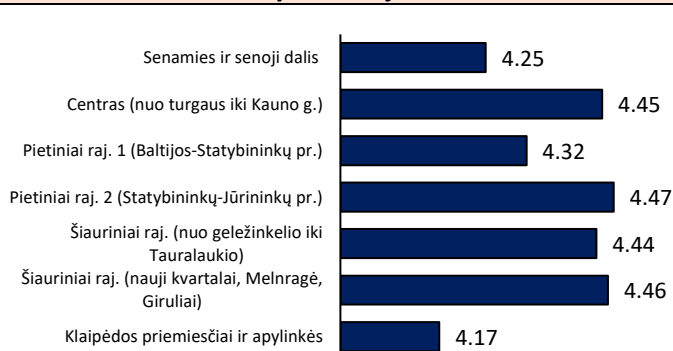
## Kultūros vartojimo spektras



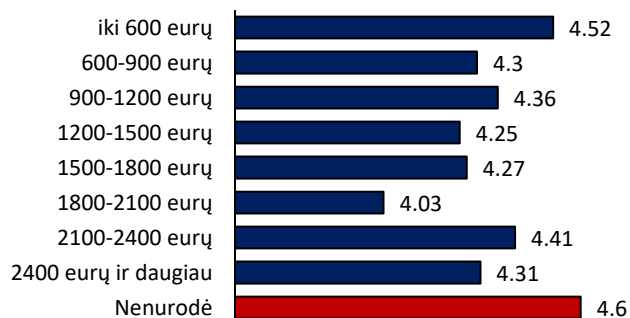
## Kultūrinis skonis



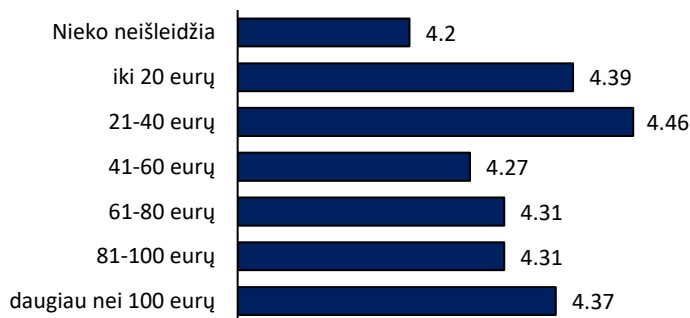
## Gyvenamoji vieta



## Pajamų grupės



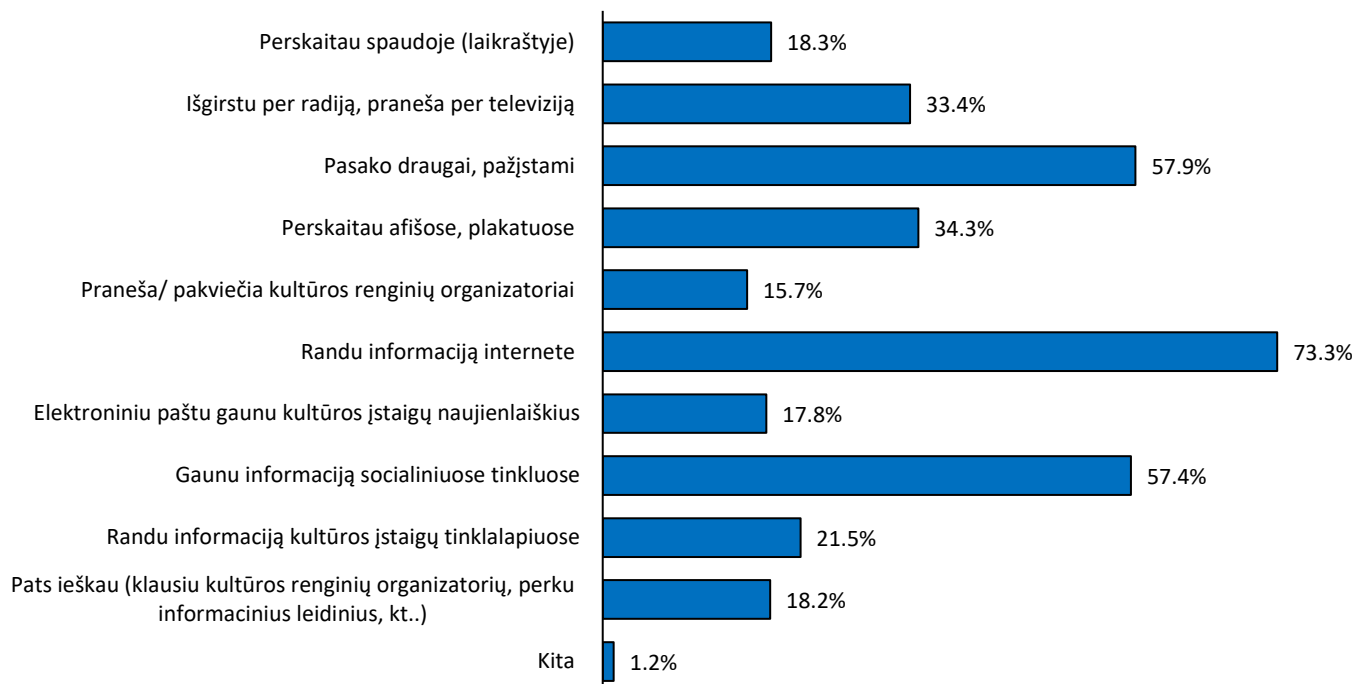
## Grupės, pagal mėnesio išlaidas kultūros reikmėms



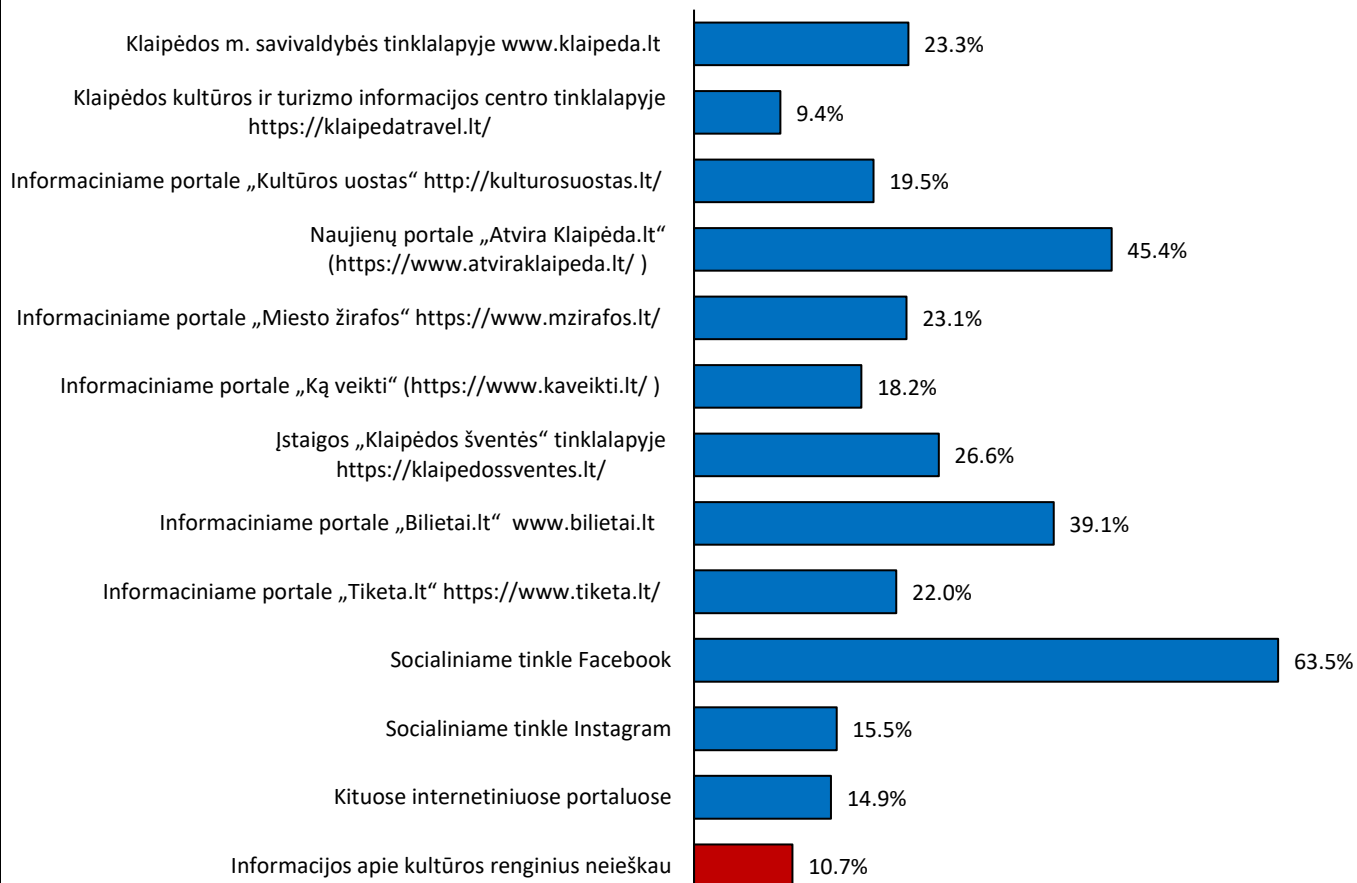
## Komunikacijos kanalai, kuriais dažniausiai naudojasi Jūrinių regatų lankytojai

(%; svėrti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

### Kaip dažniausiai sužinoma apie kultūros renginius Klaipėdoje?



### Kokiuose tinklalapiuose dažniausiai ieškoma informacijos apie kultūros renginius Klaipėdoje?

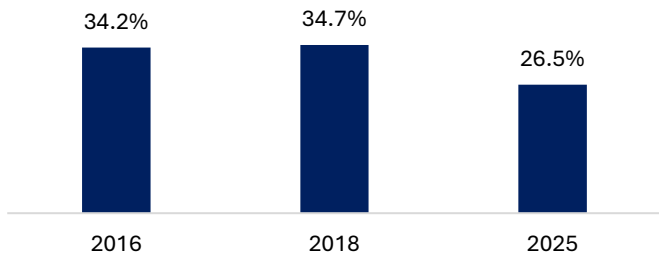


# Gatvės muzikos dienos renginių auditorijos struktūra, 2025

(%; svėrti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

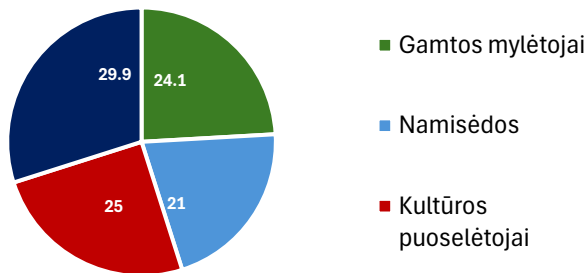
## Bendras auditorijos dydis: dinamika 2016-2025

(kokia dalis apsilankė per paskutinius 12 mėn.; tik reprezentatyvi apklausa)

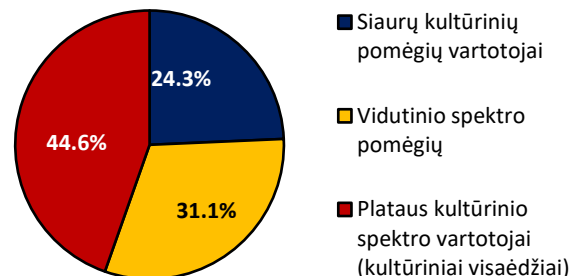


## Pastabos

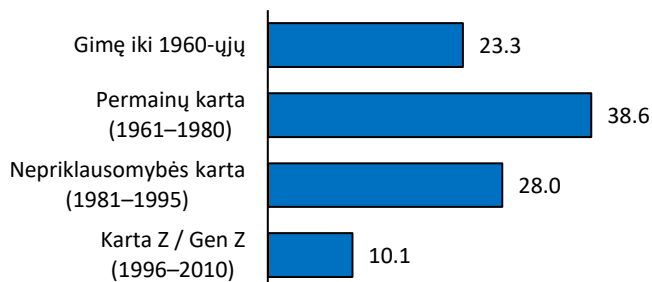
## Auditorijos struktūra pagal laisvalaikio profilius



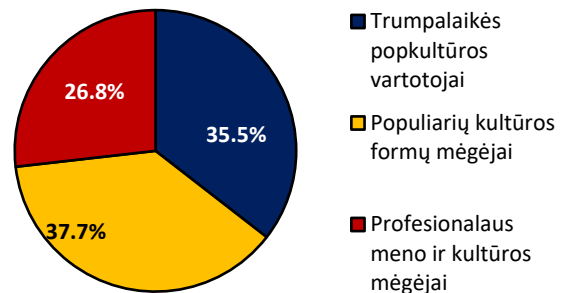
## Auditorijos sudėtis pagal kultūros vartojimo spektrą



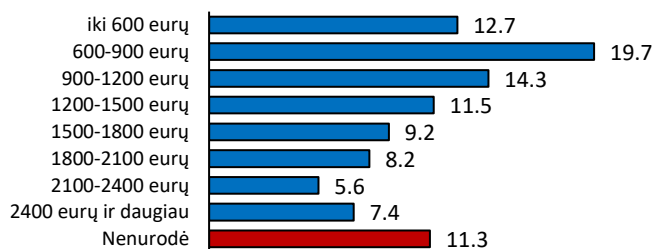
## Auditorijos amžiaus struktūra



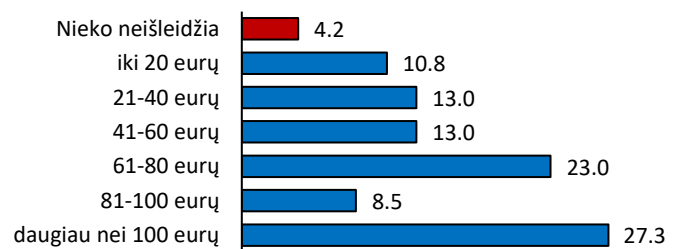
## Auditorijos sudėtis pagal kultūrinį skonį



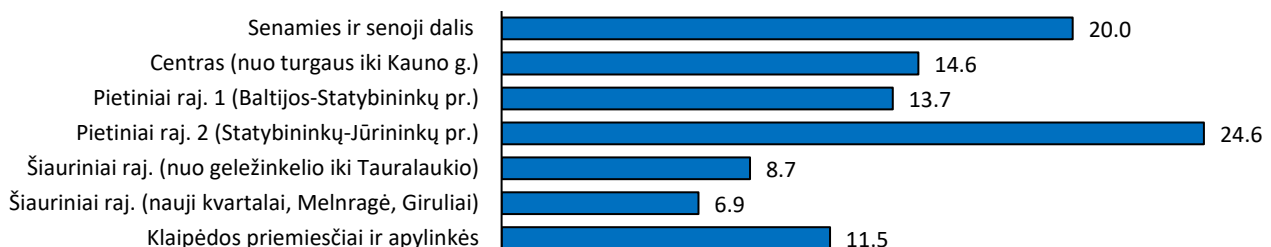
## Auditorijos struktūra pagal pajamų grupes



## Auditorijos struktūra pagal mėnesio išlaidas kultūrai

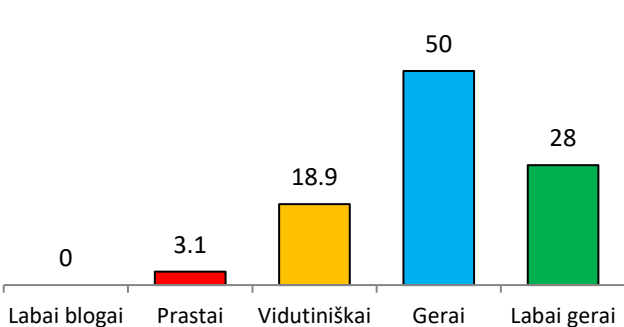
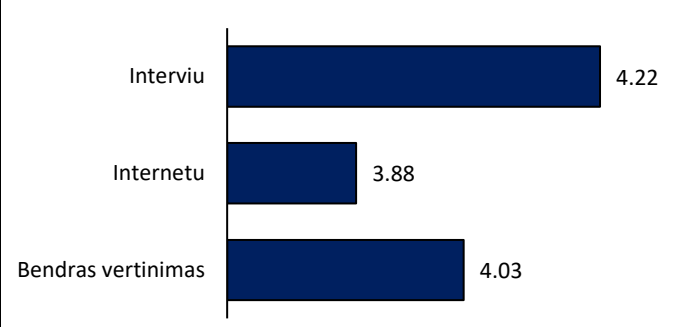
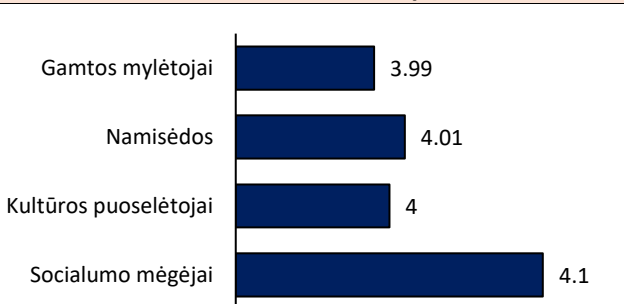
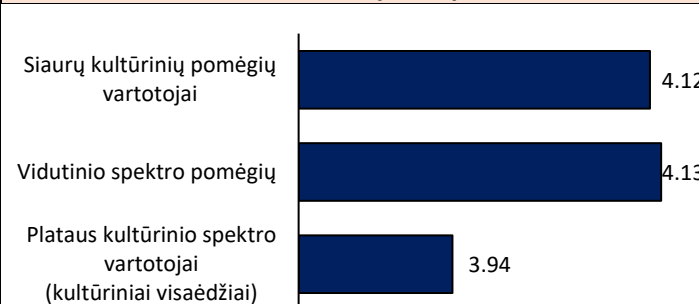
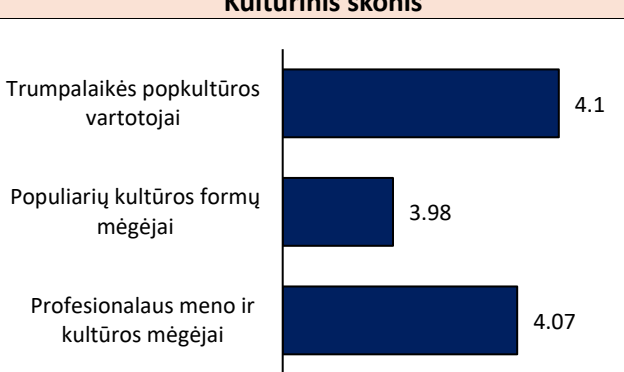
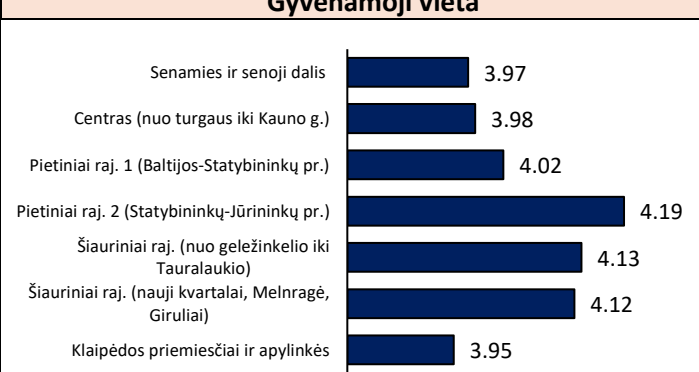
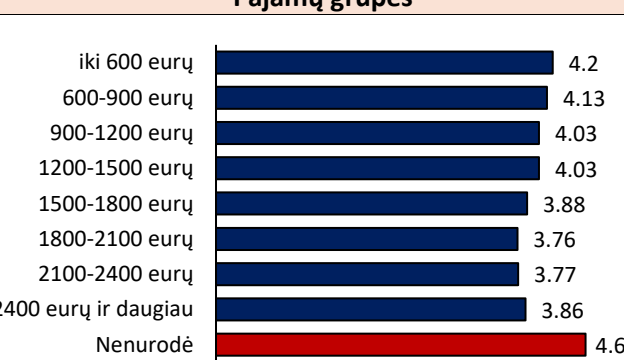
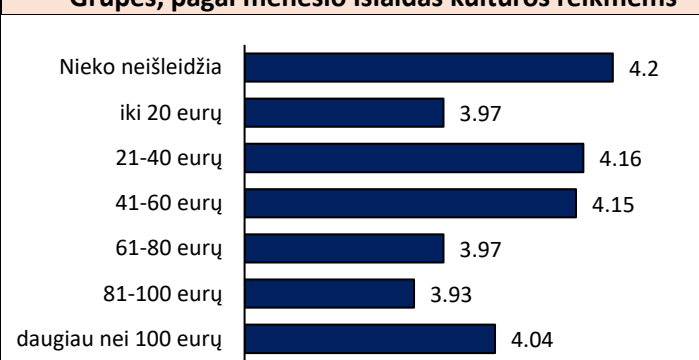


## Auditorijos struktūra pagal gyvenamąją vietą



# Gatvės muzikos dienos renginių vertinimai skirtingose socialinėse grupėse

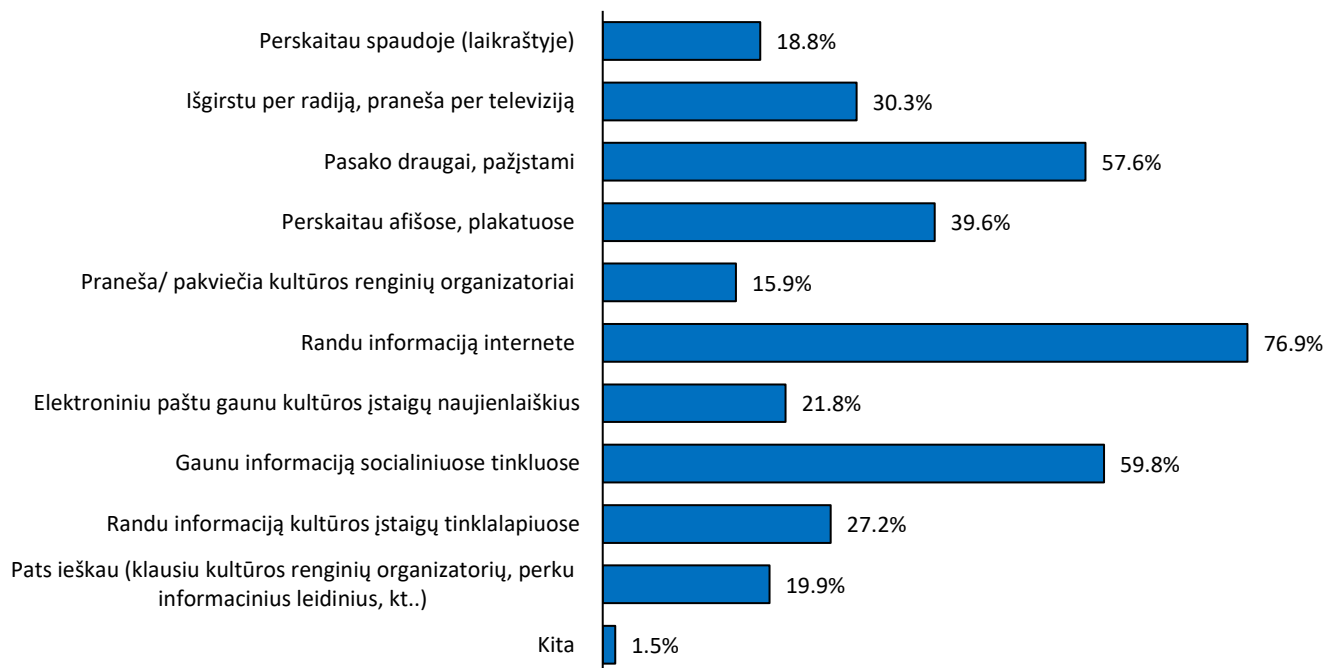
(integruoti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys; nesverti)  
(vidurkis 5 balų skalėje: 1=labai blogai; 5=labai gerai)

Bendras vertinimas (%)	Metodas																																				
 <table border="1"> <tr><th>Vertinimas</th><th>Procentas</th></tr> <tr><td>Labai blogai</td><td>0</td></tr> <tr><td>Prastai</td><td>3.1</td></tr> <tr><td>Vidutiniškai</td><td>18.9</td></tr> <tr><td>Gerai</td><td>50</td></tr> <tr><td>Labai gerai</td><td>28</td></tr> </table>	Vertinimas	Procentas	Labai blogai	0	Prastai	3.1	Vidutiniškai	18.9	Gerai	50	Labai gerai	28	 <table border="1"> <tr><th>Metodas</th><th>Vertinimas</th></tr> <tr><td>Interviu</td><td>4.22</td></tr> <tr><td>Internetu</td><td>3.88</td></tr> <tr><td>Bendras vertinimas</td><td>4.03</td></tr> </table>	Metodas	Vertinimas	Interviu	4.22	Internetu	3.88	Bendras vertinimas	4.03																
Vertinimas	Procentas																																				
Labai blogai	0																																				
Prastai	3.1																																				
Vidutiniškai	18.9																																				
Gerai	50																																				
Labai gerai	28																																				
Metodas	Vertinimas																																				
Interviu	4.22																																				
Internetu	3.88																																				
Bendras vertinimas	4.03																																				
Socialiniai laisvalaikio profiliai	Kultūros vartojimo spektras																																				
 <table border="1"> <tr><th>Profilis</th><th>Vertinimas</th></tr> <tr><td>Gamtos mylėtojai</td><td>3.99</td></tr> <tr><td>Namisėdos</td><td>4.01</td></tr> <tr><td>Kultūros puoselėtojai</td><td>4</td></tr> <tr><td>Socialumo mėgėjai</td><td>4.1</td></tr> </table>	Profilis	Vertinimas	Gamtos mylėtojai	3.99	Namisėdos	4.01	Kultūros puoselėtojai	4	Socialumo mėgėjai	4.1	 <table border="1"> <tr><th>Spektras</th><th>Vertinimas</th></tr> <tr><td>Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai</td><td>4.12</td></tr> <tr><td>Vidutinio spektro pomėgių</td><td>4.13</td></tr> <tr><td>Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)</td><td>3.94</td></tr> </table>	Spektras	Vertinimas	Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai	4.12	Vidutinio spektro pomėgių	4.13	Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)	3.94																		
Profilis	Vertinimas																																				
Gamtos mylėtojai	3.99																																				
Namisėdos	4.01																																				
Kultūros puoselėtojai	4																																				
Socialumo mėgėjai	4.1																																				
Spektras	Vertinimas																																				
Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai	4.12																																				
Vidutinio spektro pomėgių	4.13																																				
Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)	3.94																																				
Kultūrinis skonis	Gyvenamoji vieta																																				
 <table border="1"> <tr><th>Skonis</th><th>Vertinimas</th></tr> <tr><td>Trumpalaikės popkultūros vartotojai</td><td>4.1</td></tr> <tr><td>Populiarių kultūros formų mėgėjai</td><td>3.98</td></tr> <tr><td>Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai</td><td>4.07</td></tr> </table>	Skonis	Vertinimas	Trumpalaikės popkultūros vartotojai	4.1	Populiarių kultūros formų mėgėjai	3.98	Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai	4.07	 <table border="1"> <tr><th>Vieta</th><th>Vertinimas</th></tr> <tr><td>Senamies ir senoji dalis</td><td>3.97</td></tr> <tr><td>Centras (nuo turgaus iki Kauno g.)</td><td>3.98</td></tr> <tr><td>Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.)</td><td>4.02</td></tr> <tr><td>Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.)</td><td>4.19</td></tr> <tr><td>Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio)</td><td>4.13</td></tr> <tr><td>Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai)</td><td>4.12</td></tr> <tr><td>Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės</td><td>3.95</td></tr> </table>	Vieta	Vertinimas	Senamies ir senoji dalis	3.97	Centras (nuo turgaus iki Kauno g.)	3.98	Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.)	4.02	Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.)	4.19	Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio)	4.13	Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai)	4.12	Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės	3.95												
Skonis	Vertinimas																																				
Trumpalaikės popkultūros vartotojai	4.1																																				
Populiarių kultūros formų mėgėjai	3.98																																				
Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai	4.07																																				
Vieta	Vertinimas																																				
Senamies ir senoji dalis	3.97																																				
Centras (nuo turgaus iki Kauno g.)	3.98																																				
Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.)	4.02																																				
Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.)	4.19																																				
Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio)	4.13																																				
Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai)	4.12																																				
Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės	3.95																																				
Pajamų grupės	Grupės, pagal mėnesio išlaidas kultūros reikmėms																																				
 <table border="1"> <tr><th>Pajamų grupė</th><th>Vertinimas</th></tr> <tr><td>iki 600 eurų</td><td>4.2</td></tr> <tr><td>600-900 eurų</td><td>4.13</td></tr> <tr><td>900-1200 eurų</td><td>4.03</td></tr> <tr><td>1200-1500 eurų</td><td>4.03</td></tr> <tr><td>1500-1800 eurų</td><td>3.88</td></tr> <tr><td>1800-2100 eurų</td><td>3.76</td></tr> <tr><td>2100-2400 eurų</td><td>3.77</td></tr> <tr><td>2400 eurų ir daugiau</td><td>3.86</td></tr> <tr><td>Nenurodė</td><td>4.61</td></tr> </table>	Pajamų grupė	Vertinimas	iki 600 eurų	4.2	600-900 eurų	4.13	900-1200 eurų	4.03	1200-1500 eurų	4.03	1500-1800 eurų	3.88	1800-2100 eurų	3.76	2100-2400 eurų	3.77	2400 eurų ir daugiau	3.86	Nenurodė	4.61	 <table border="1"> <tr><th>Grupė</th><th>Vertinimas</th></tr> <tr><td>Nieko neišleidžia</td><td>4.2</td></tr> <tr><td>iki 20 eurų</td><td>3.97</td></tr> <tr><td>21-40 eurų</td><td>4.16</td></tr> <tr><td>41-60 eurų</td><td>4.15</td></tr> <tr><td>61-80 eurų</td><td>3.97</td></tr> <tr><td>81-100 eurų</td><td>3.93</td></tr> <tr><td>daugiau nei 100 eurų</td><td>4.04</td></tr> </table>	Grupė	Vertinimas	Nieko neišleidžia	4.2	iki 20 eurų	3.97	21-40 eurų	4.16	41-60 eurų	4.15	61-80 eurų	3.97	81-100 eurų	3.93	daugiau nei 100 eurų	4.04
Pajamų grupė	Vertinimas																																				
iki 600 eurų	4.2																																				
600-900 eurų	4.13																																				
900-1200 eurų	4.03																																				
1200-1500 eurų	4.03																																				
1500-1800 eurų	3.88																																				
1800-2100 eurų	3.76																																				
2100-2400 eurų	3.77																																				
2400 eurų ir daugiau	3.86																																				
Nenurodė	4.61																																				
Grupė	Vertinimas																																				
Nieko neišleidžia	4.2																																				
iki 20 eurų	3.97																																				
21-40 eurų	4.16																																				
41-60 eurų	4.15																																				
61-80 eurų	3.97																																				
81-100 eurų	3.93																																				
daugiau nei 100 eurų	4.04																																				

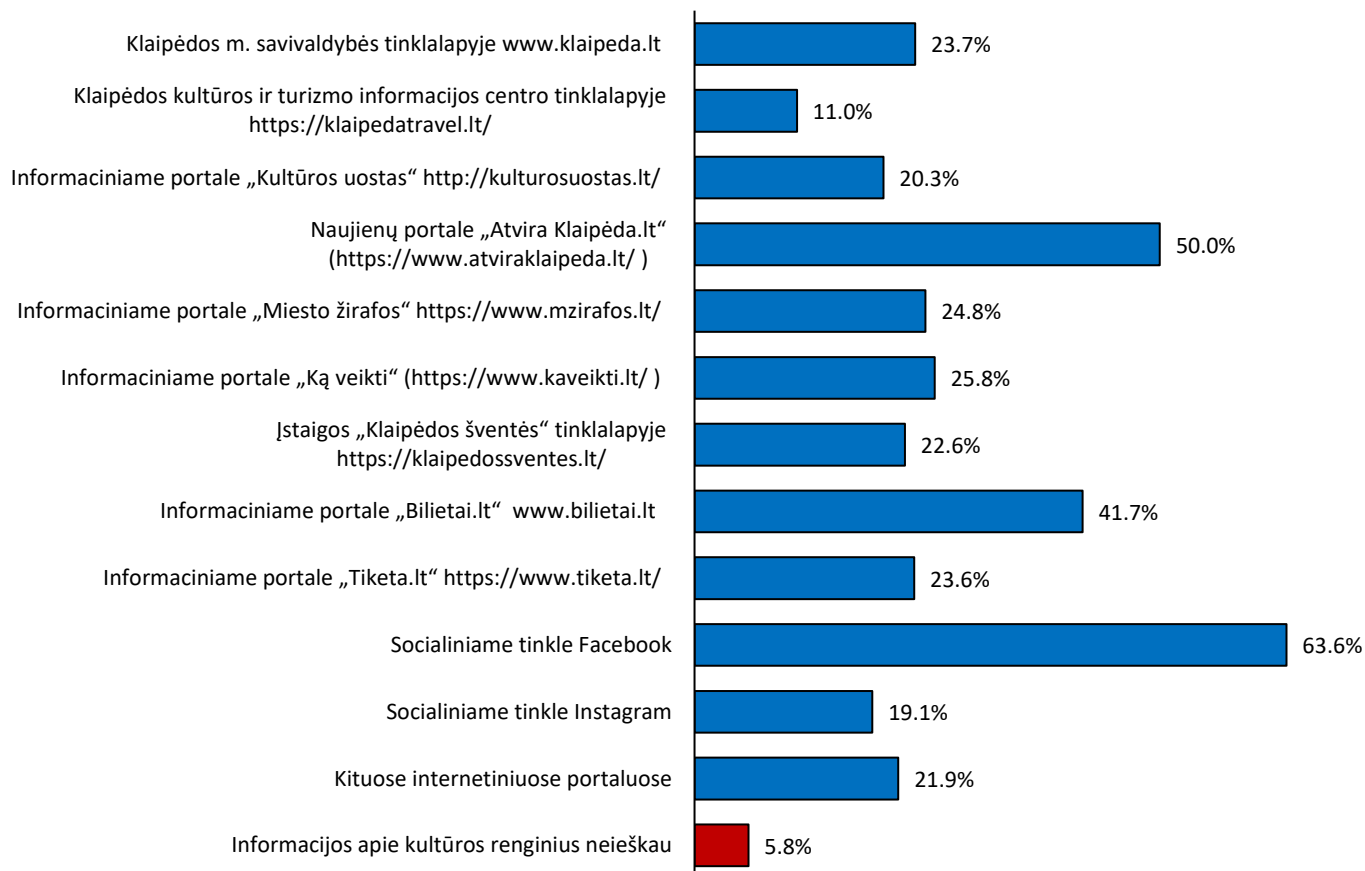
## Komunikacijos kanalai, kuriais dažniausiai naudojasi Gatvės muzikos dienos renginių lankytojai

(%; svirti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

### Kaip dažniausiai sužinoma apie kultūros renginius Klaipėdoje?



### Kokiuose tinklalapiuose dažniausiai ieškoma informacijos apie kultūros renginius Klaipėdoje?

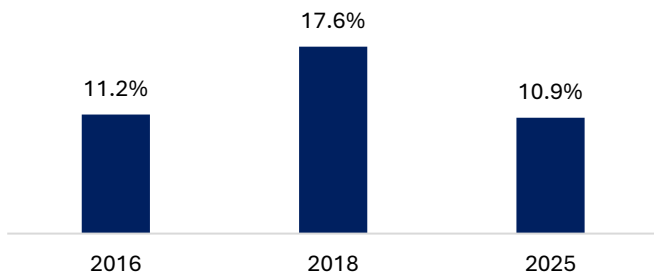


# Muziejų nakties renginių auditorijos struktūra, 2025

(%; svėrti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

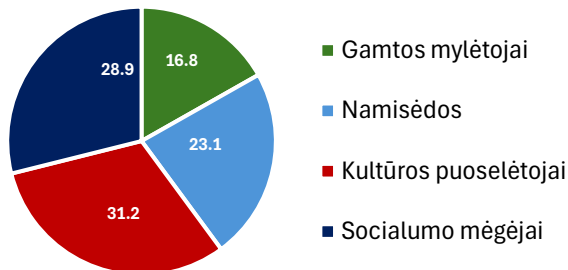
## Bendras auditorijos dydis: dinamika 2016-2025

(kokia dalis apsilankė per paskutinius 12 mėn.; tik reprezentatyvi apklausa)

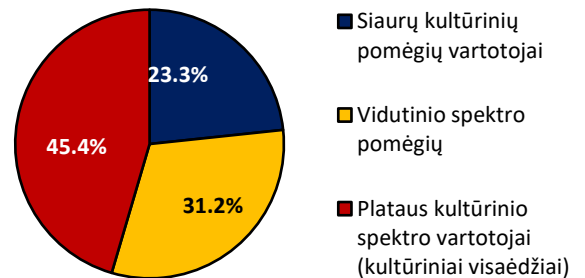


## Pastabos

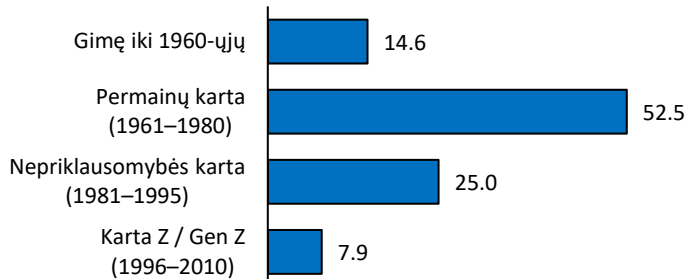
## Auditorijos struktūra pagal laisvalaikio profilius



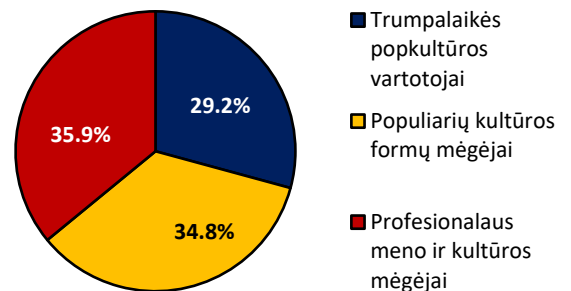
## Auditorijos sudėtis pagal kultūros vartojimo spektrą



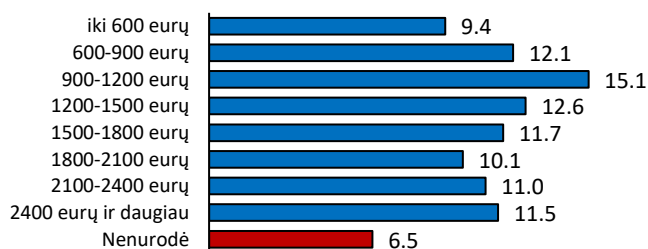
## Auditorijos amžiaus struktūra



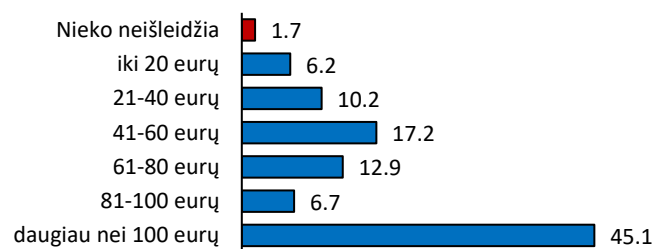
## Auditorijos sudėtis pagal kultūrinį skonį



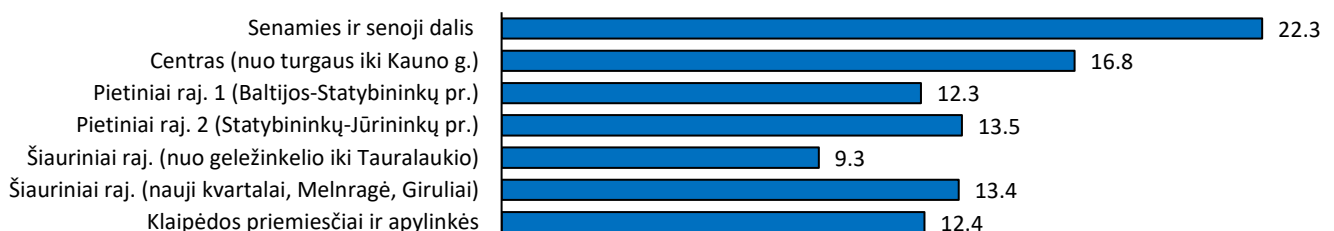
## Auditorijos struktūra pagal pajamų grupes



## Auditorijos struktūra pagal mėnesio išlaidas kultūrai



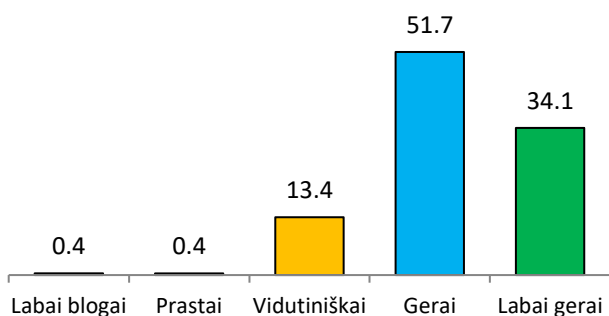
## Auditorijos struktūra pagal gyvenamąją vietą



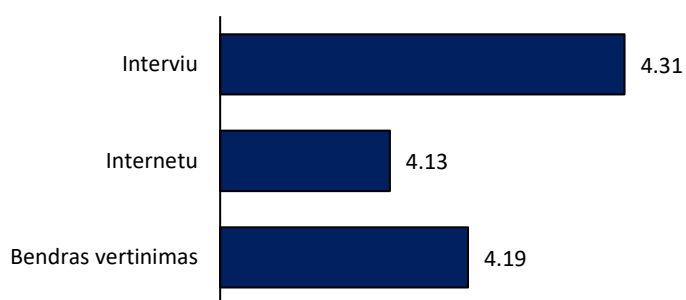
# Muziejų nakties renginių vertinimai skirtingose socialinėse grupėse

(integruoti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys; nesverti)  
(vidurkis 5 balų skalėje: 1=labai blogai; 5=labai gerai)

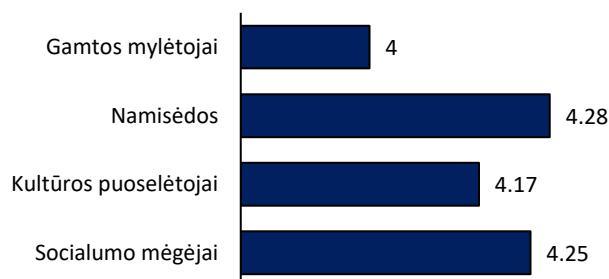
## Bendras vertinimas (%)



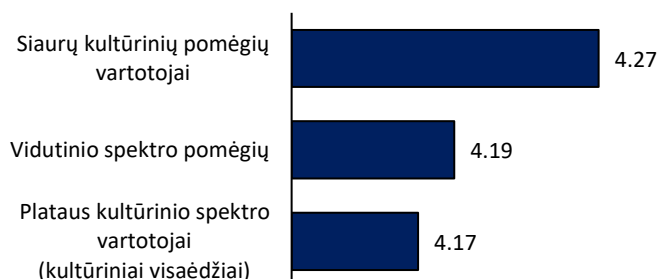
## Metodas



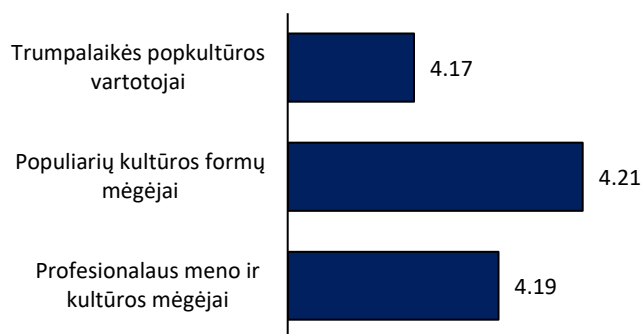
## Socialiniai laisvalaikio profiliai



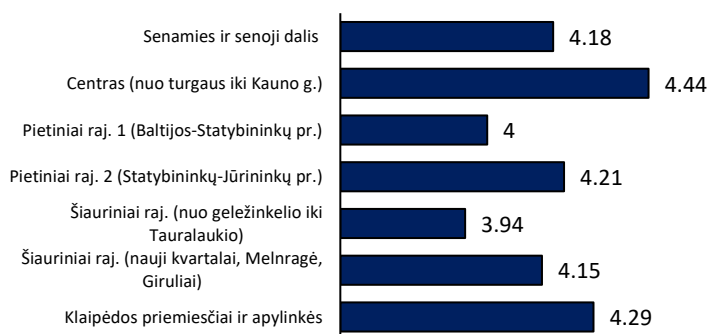
## Kultūros vartojimo spektras



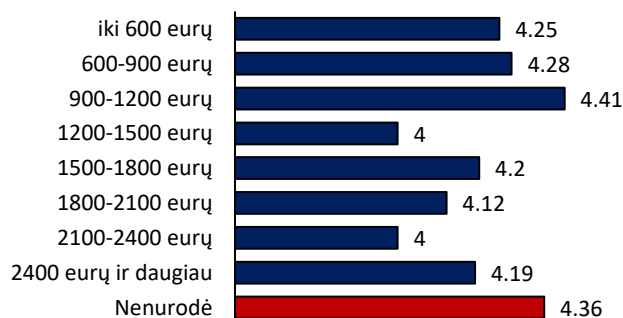
## Kultūrinis skonis



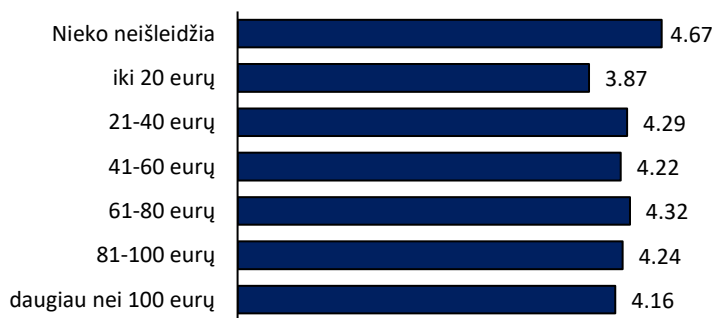
## Gyvenamoji vieta



## Pajamų grupės



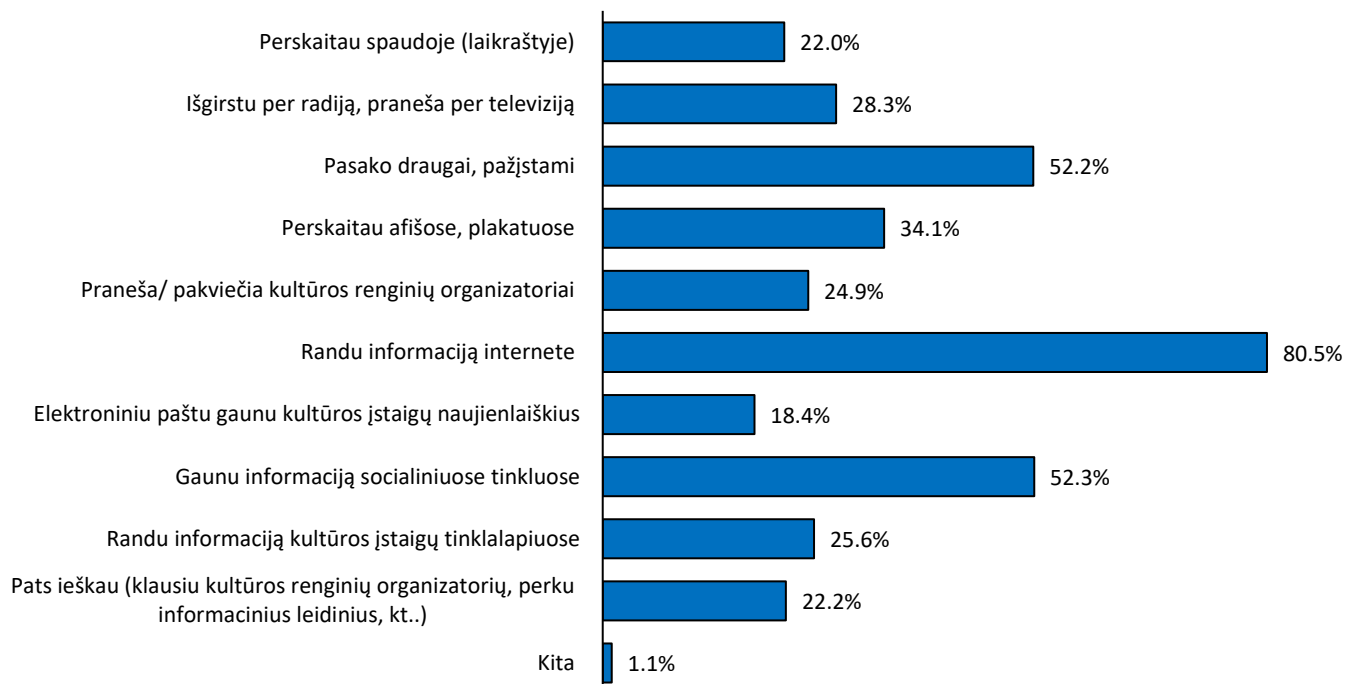
## Grupės, pagal mėnesio išlaidas kultūros reikmėms



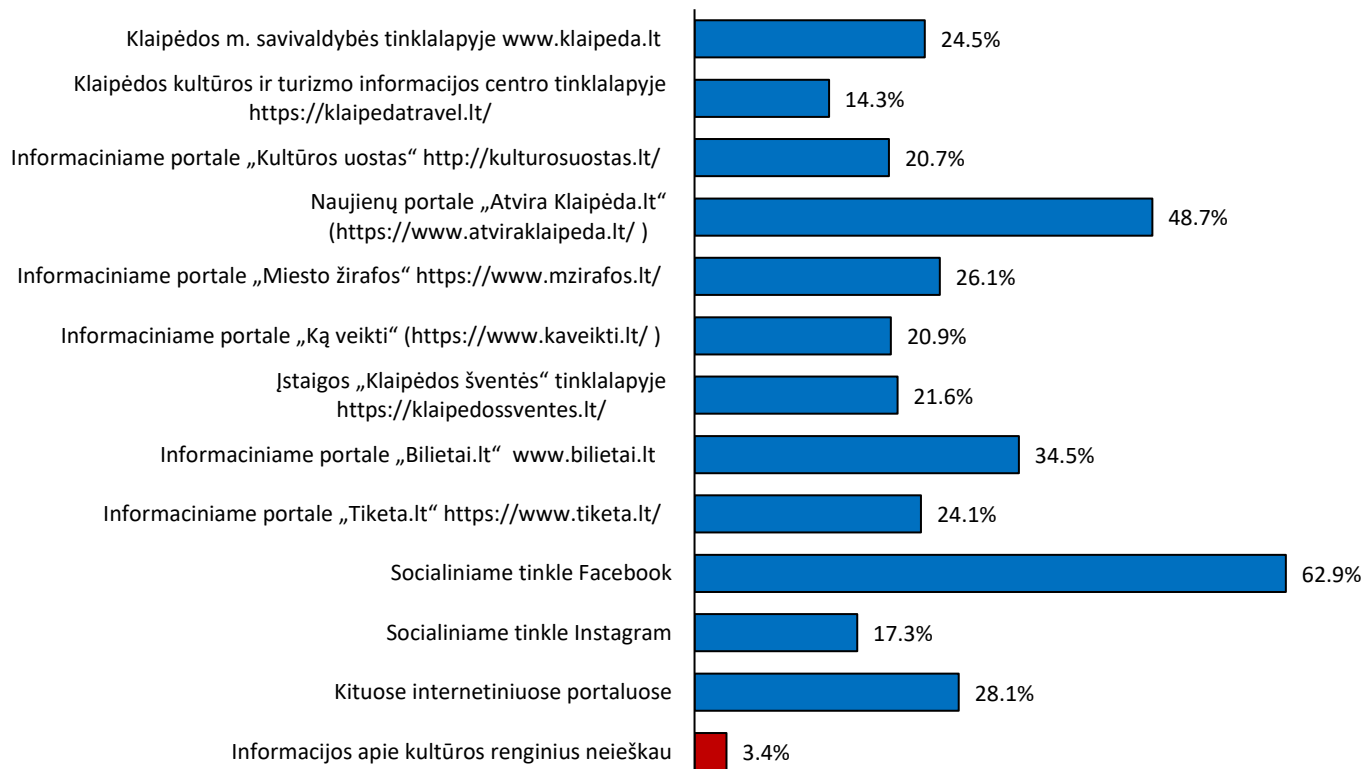
# Komunikacijos kanalai, kuriais dažniausiai naudojasi Muziejų nakties renginių lankytojai

(%; svėrti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

## Kaip dažniausiai sužinoma apie kultūros renginius Klaipėdoje?



## Kokiuose tinklalapiuose dažniausiai ieškoma informacijos apie kultūros renginius Klaipėdoje?

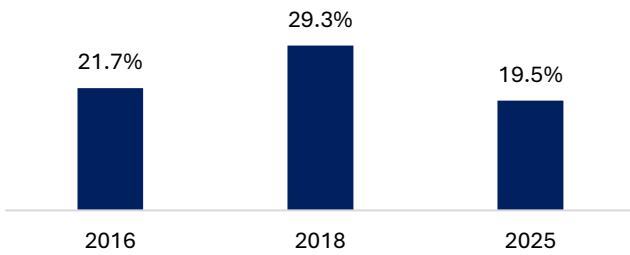


# Lietuvos vakarų krašto dainų šventės auditorijos struktūra, 2025

(%; svėrti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

## Bendras auditorijos dydis: dinamika 2016-2025

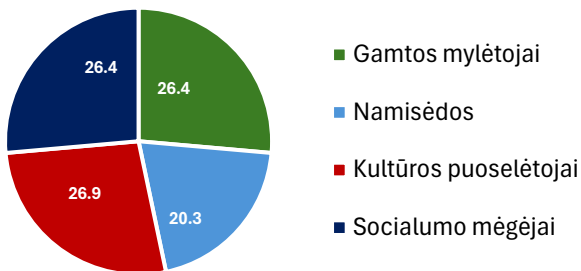
(kokia dalis apsilankė per paskutinius 12 mėn.; tik reprezentatyvi apklausa)



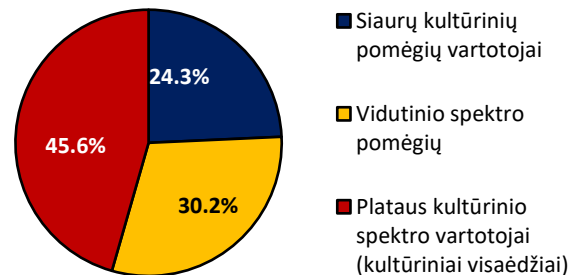
## Pastabos

2016 ir 2018 m. buvo vertintos Mažosios Lietuvos dainų šventės.

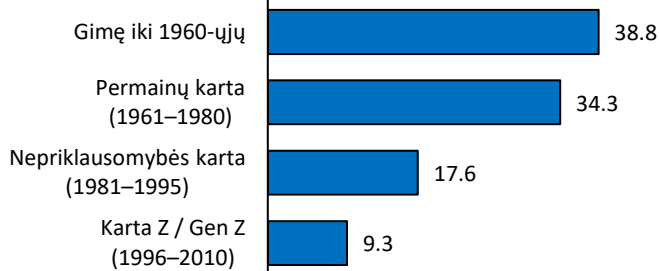
## Auditorijos struktūra pagal laisvalaikio profilius



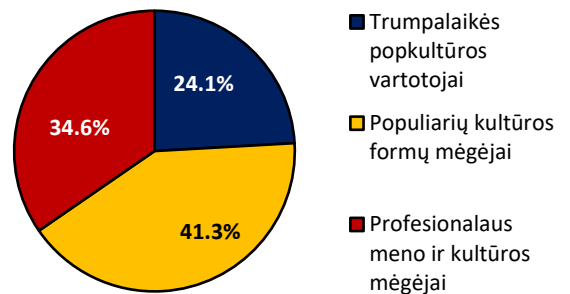
## Auditorijos sudėtis pagal kultūros vartojimo spektrą



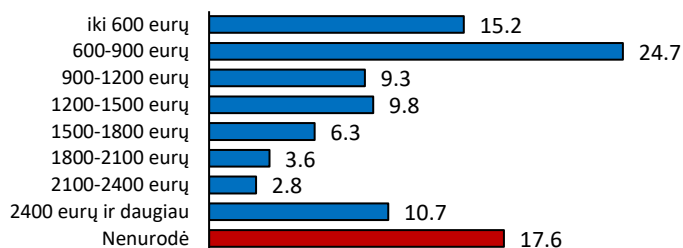
## Auditorijos amžiaus struktūra



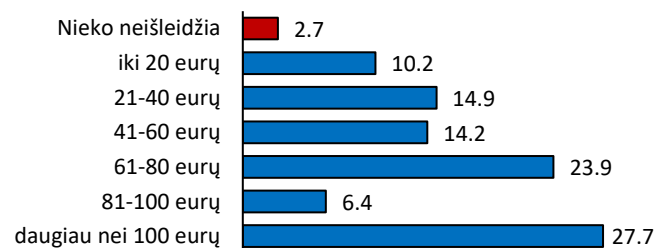
## Auditorijos sudėtis pagal kultūrinį skonį



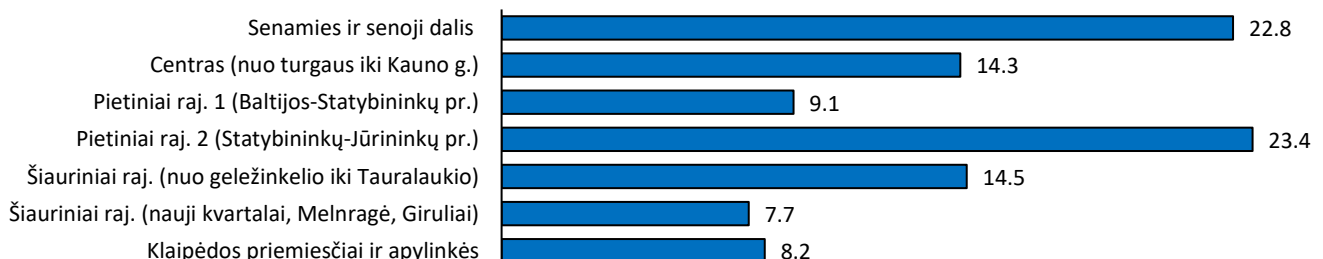
## Auditorijos struktūra pagal pajamų grupes



## Auditorijos struktūra pagal mėnesio išlaidas kultūrai



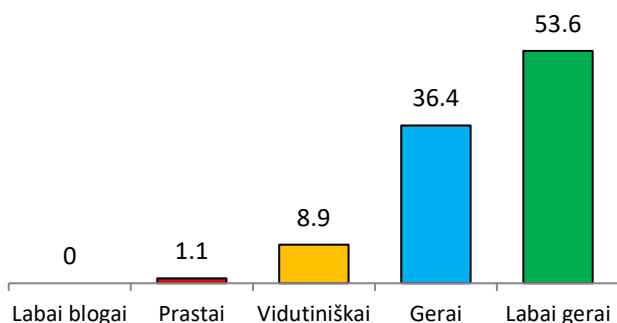
## Auditorijos struktūra pagal gyvenamąją vietą



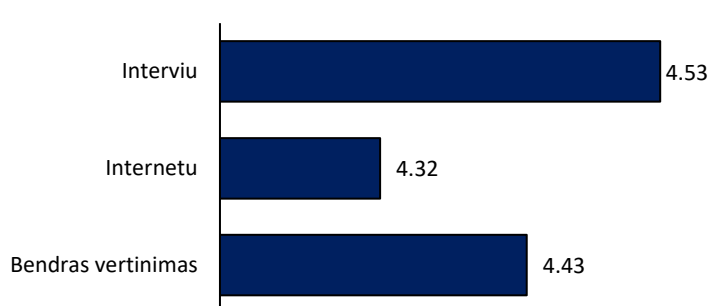
# Lietuvos vakarų krašto dainų šventės vertinimai skirtingose socialinėse grupėse

(integruoti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys; nesverti)  
(vidurkis 5 balų skalėje: 1=labai blogai; 5=labai gerai)

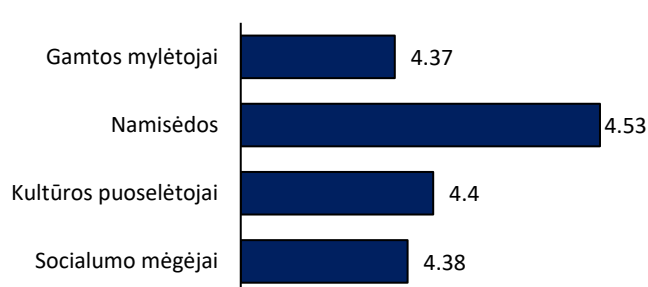
## Bendras vertinimas (%)



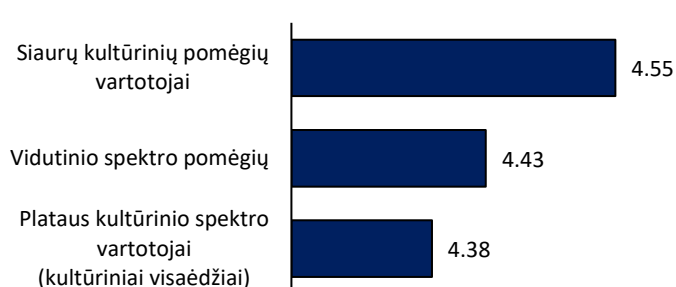
## Metodas



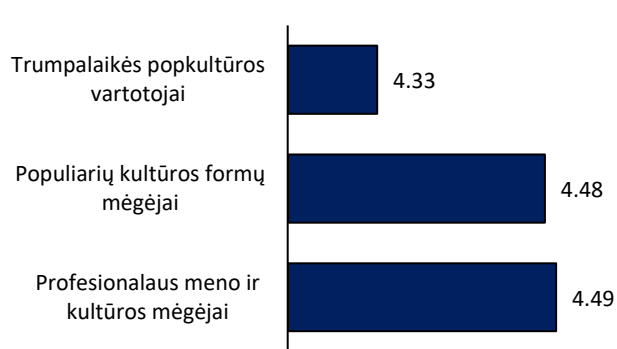
## Socialiniai laisvalaikio profiliai



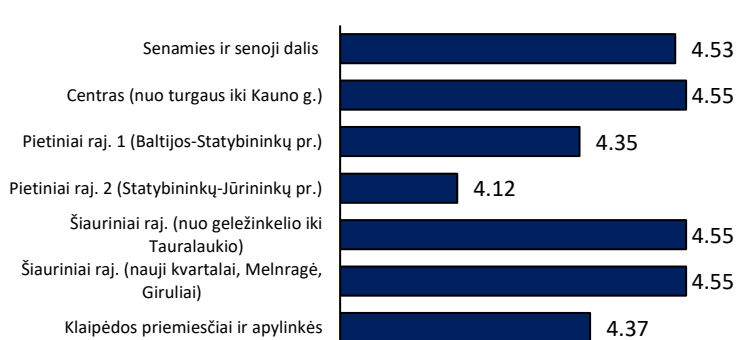
## Kultūros vartojimo spektras



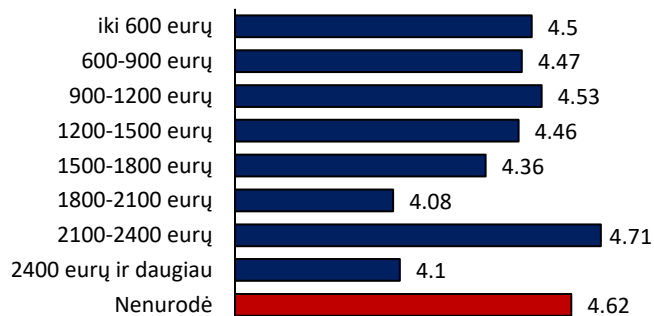
## Kultūrinis skonis



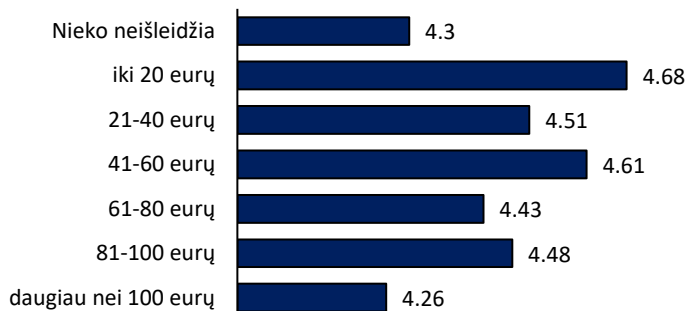
## Gyvenamoji vieta



## Pajamų grupės



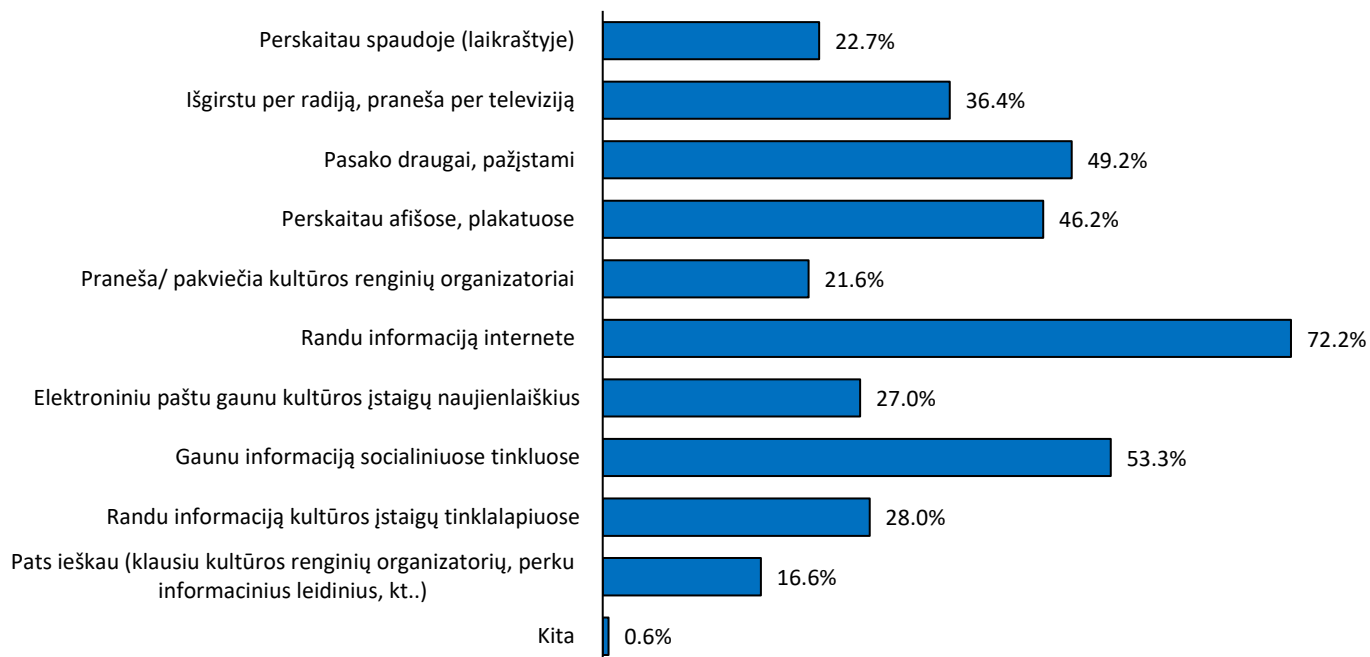
## Grupės, pagal mėnesio išlaidas kultūros reikmėms



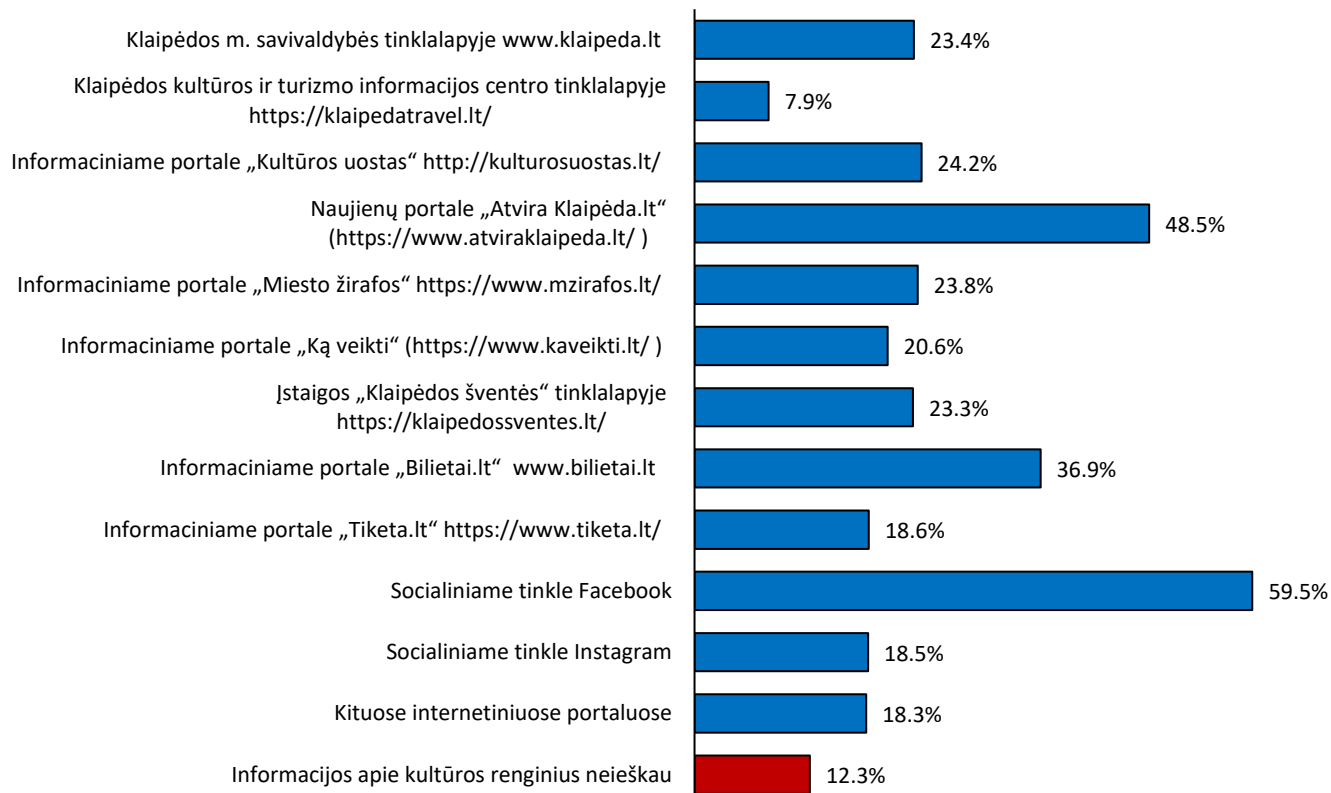
## Komunikacijos kanalai, kuriais dažniausiai naudojasi Lietuvos vakarų krašto dainų šventės lankytojai

(%; svirti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

### Kaip dažniausiai sužinoma apie kultūros renginius Klaipėdoje?

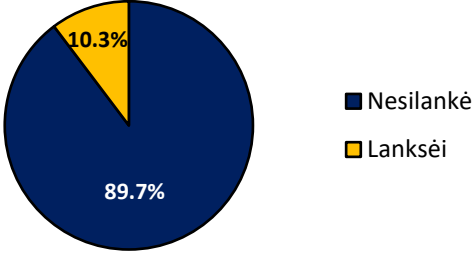
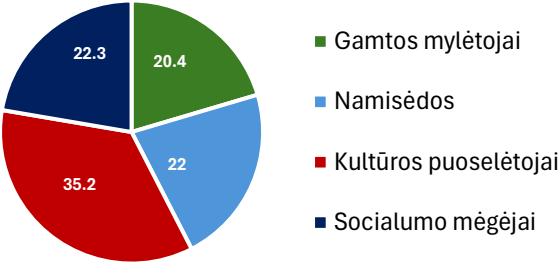
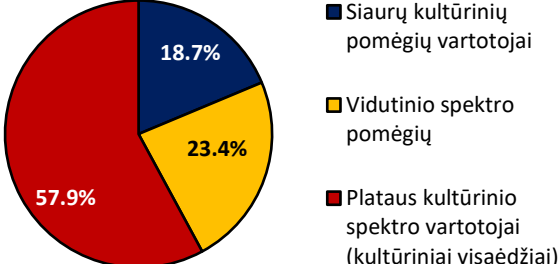
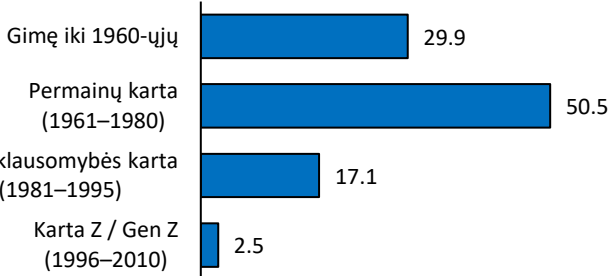
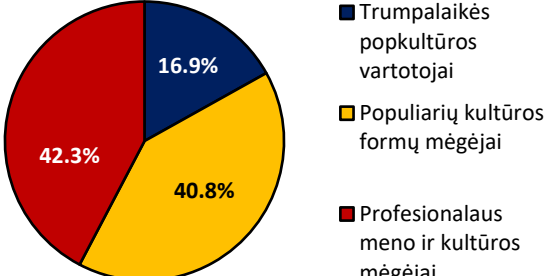
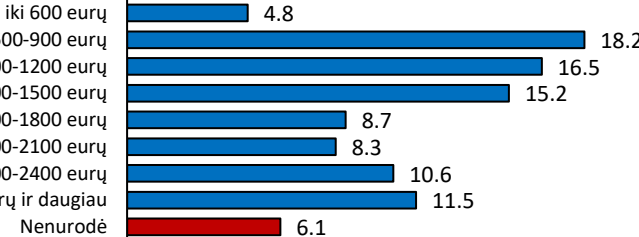
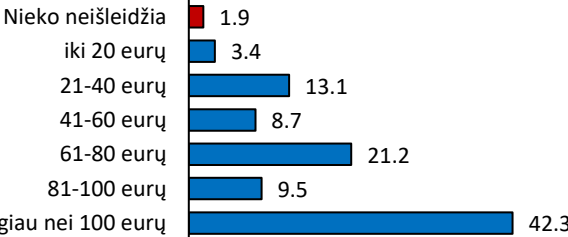
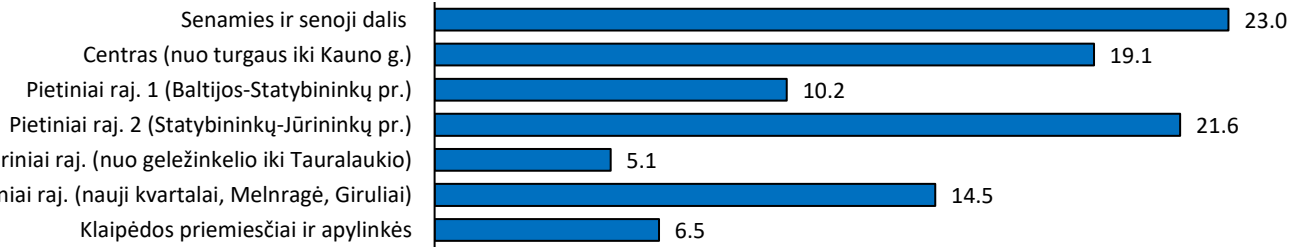


### Kokiuose tinklalapiuose dažniausiai ieškoma informacijos apie kultūros renginius Klaipėdoje?



# Violončelės festivalio auditorijos struktūra, 2025

(%; svėrti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

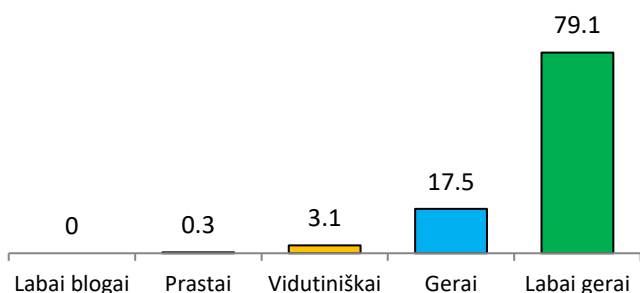
Bendras auditorijos dydis (tik reprezentatyvi apklausa)	Pastabos
 <p>■ Nesilankė ■ Lankėsi</p>	
Auditorijos struktūra pagal laisvalaikio profilius	Auditorijos sudėtis pagal kultūros vartojimo spektrą
 <p>■ Gamtos mylėtojai ■ Namisėdos ■ Kultūros puoselėtojai ■ Socialumo mėgėjai</p>	 <p>■ Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai ■ Vidutinio spektro pomėgių ■ Platus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)</p>
Auditorijos amžiaus struktūra	Auditorijos sudėtis pagal kultūrinį skonį
 <p>Gimę iki 1960-ųjų 29.9 Permainų karta (1961–1980) 50.5 Nepriklausomybės karta (1981–1995) 17.1 Karta Z / Gen Z (1996–2010) 2.5</p>	 <p>■ Trumpalaikės popkultūros vartotojai ■ Populiarių kultūros formų mėgėjai ■ Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai</p>
Auditorijos struktūra pagal pajamų grupes	Auditorijos struktūra pagal mėnesio išlaidas kultūrai
 <p>iki 600 eurų 4.8 600-900 eurų 18.2 900-1200 eurų 16.5 1200-1500 eurų 15.2 1500-1800 eurų 8.7 1800-2100 eurų 8.3 2100-2400 eurų 10.6 2400 eurų ir daugiau 11.5 Nenurodė 6.1</p>	 <p>Nieko neišleidžia 1.9 iki 20 eurų 3.4 21-40 eurų 13.1 41-60 eurų 8.7 61-80 eurų 21.2 81-100 eurų 9.5 daugiau nei 100 eurų 42.3</p>
Auditorijos struktūra pagal gyvenamąją vietą	
 <p>Senamies ir senoji dalis 23.0 Centras (nuo turgaus iki Kauno g.) 19.1 Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.) 10.2 Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.) 21.6 Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio) 5.1 Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai) 14.5 Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės 6.5</p>	

# Violončelės festivalio vertinimai skirtingose socialinėse grupėse

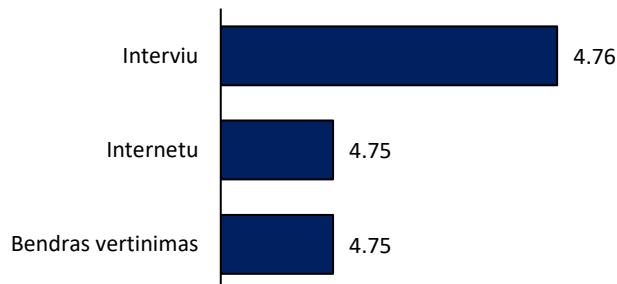
(integruoti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys; nesverti)

(vidurkis 5 balų skalėje: 1=labai blogai; 5=labai gerai)

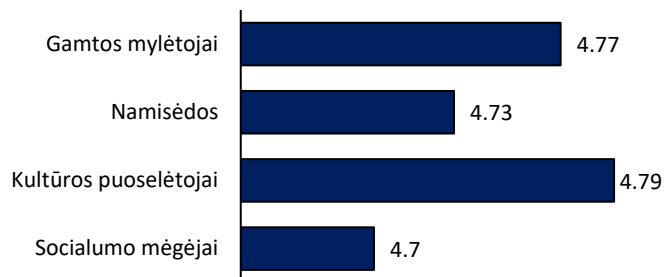
## Bendras vertinimas (%)



## Metodas



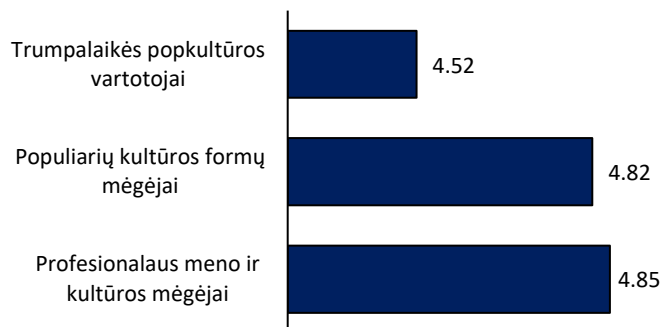
## Socialiniai laisvalaikio profiliai



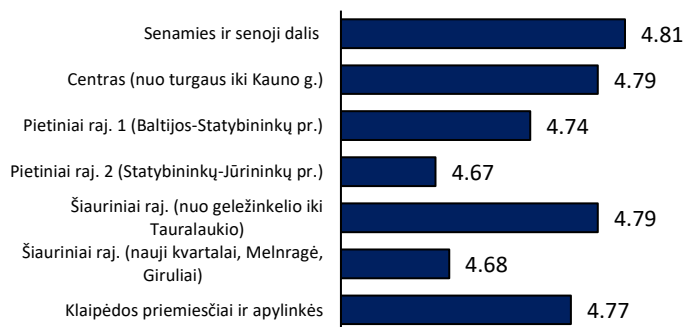
## Kultūros vartojimo spektras



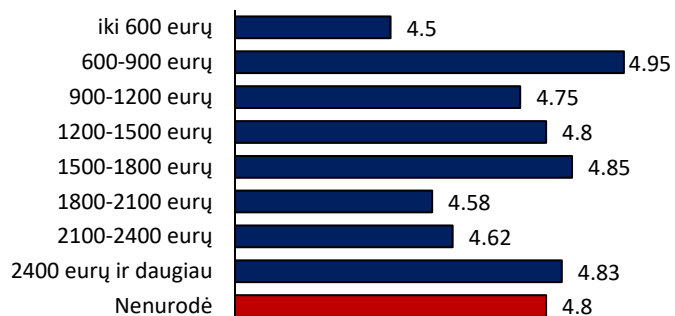
## Kultūrinis skonis



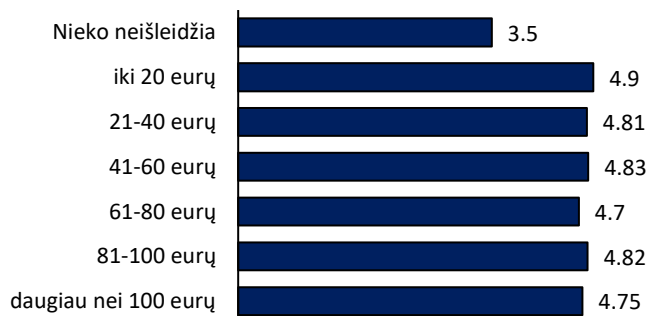
## Gyvenamoji vieta



## Pajamų grupės



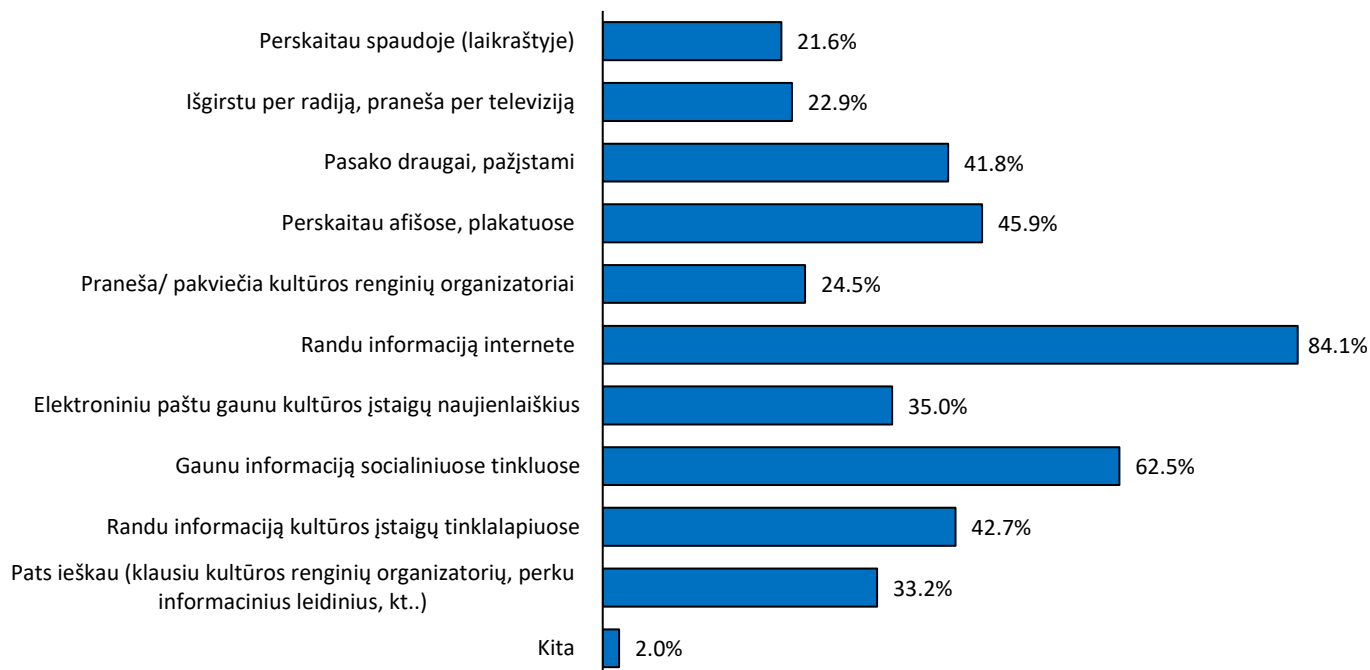
## Grupės, pagal mėnesio išlaidas kultūros reikmėms



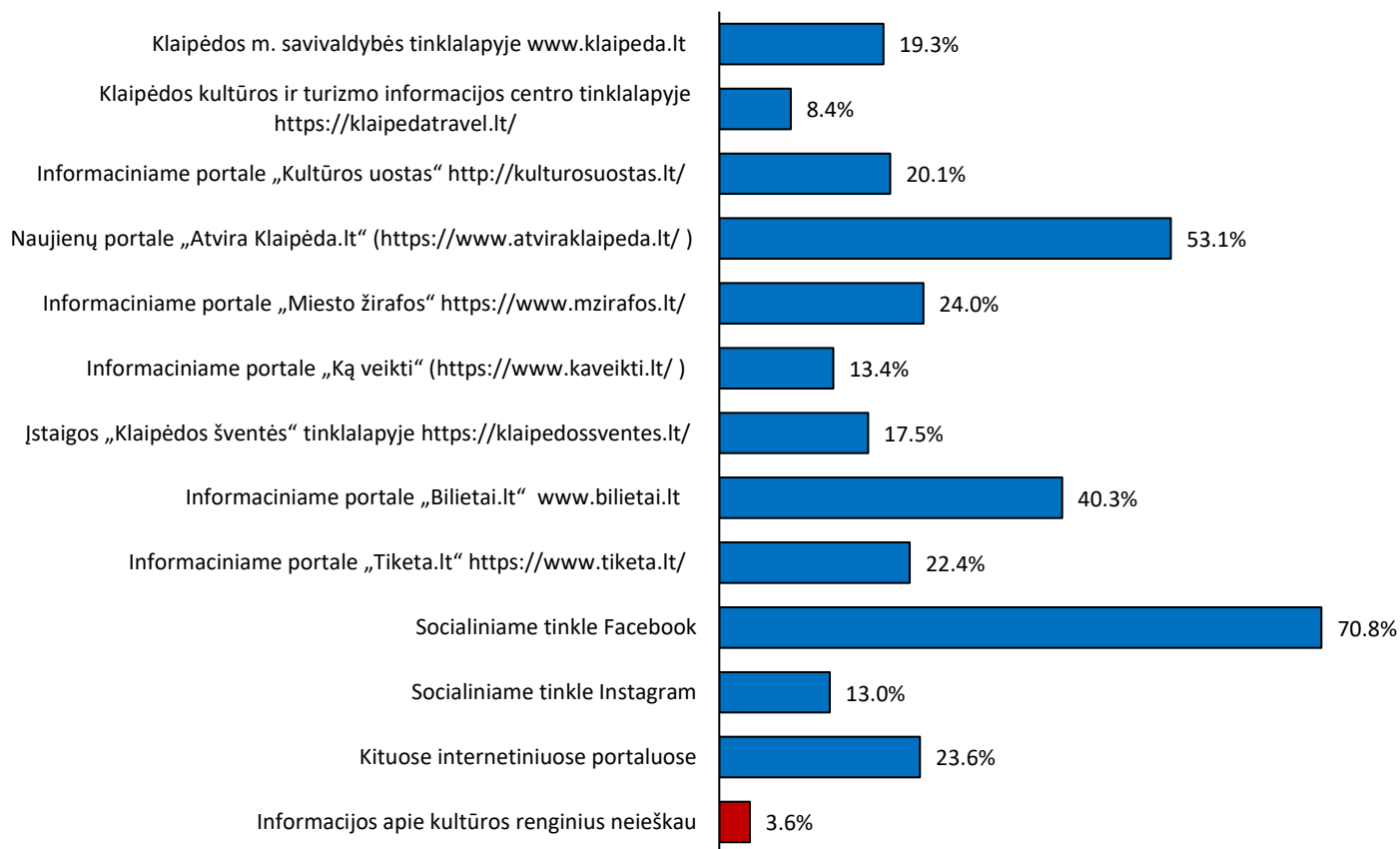
# Komunikacijos kanalai, kuriais dažniausiai naudojami Violončelės festivalio lankytojai

(%; svėrti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

## Kaip dažniausiai sužinoma apie kultūros renginius Klaipėdoje?



## Kokiuose tinklalapiuose dažniausiai ieškoma informacijos apie kultūros renginius Klaipėdoje?

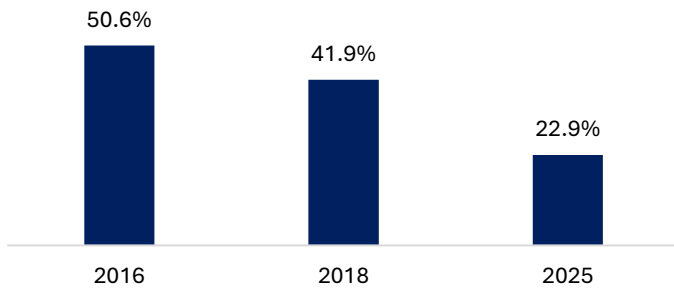


# Klaipėdos pilies džiaz festivalio auditorijos struktūra, 2025

(%; svėrti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

## Bendras auditorijos dydis: dinamika 2016-2025

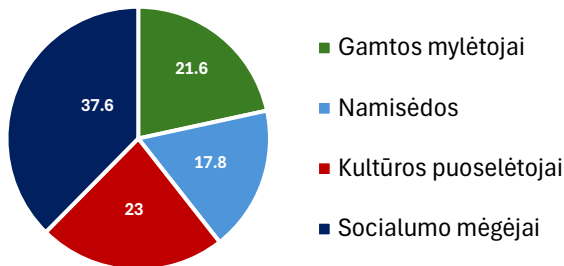
(kokia dalis apsilankė per paskutinius 12 mėn.; tik reprezentatyvi apklausa)



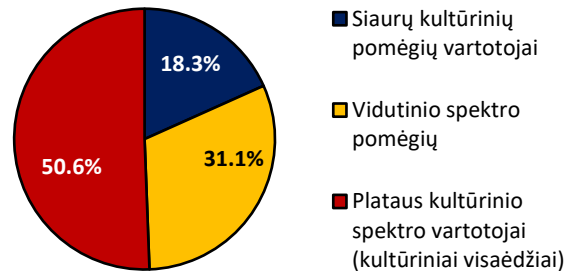
## Pastabos

2025 m. apklausa vyko balandžio-birželio mėnesiais. Čia pateikti vertinimai atspindi 2024 m. lankytojų struktūrą ir vertinimus.

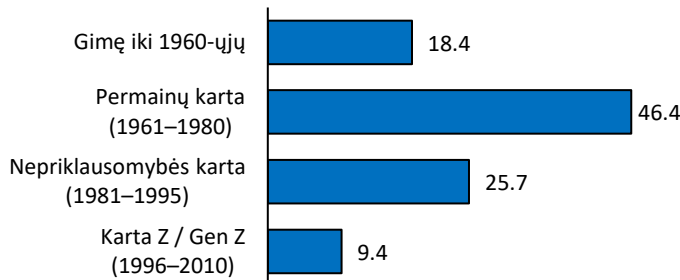
## Auditorijos struktūra pagal laisvalaikio profilius



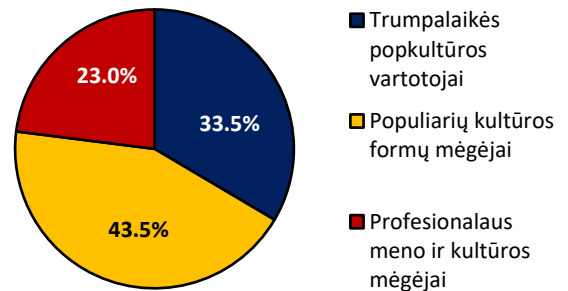
## Auditorijos sudėtis pagal kultūros vartojimo spektrą



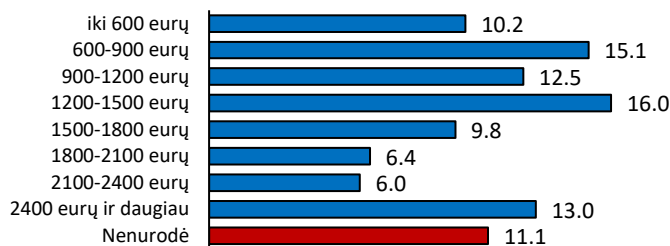
## Auditorijos amžiaus struktūra



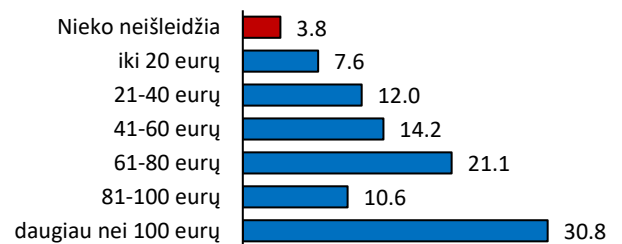
## Auditorijos sudėtis pagal kultūrinį skonį



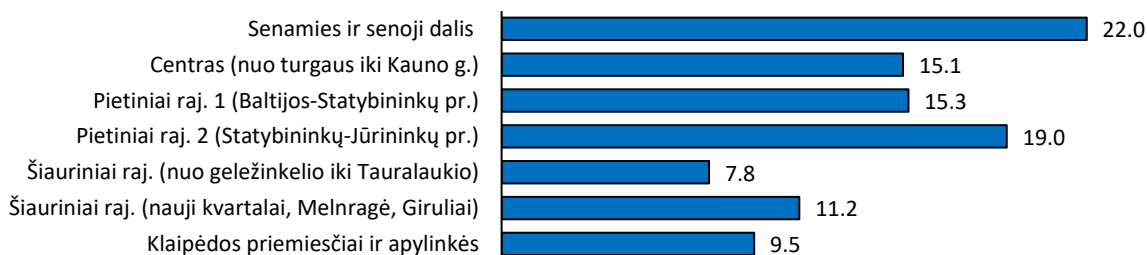
## Auditorijos struktūra pagal pajamų grupes



## Auditorijos struktūra pagal mėnesio išlaidas kultūrai



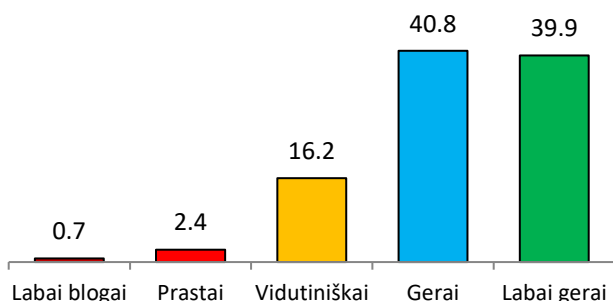
## Auditorijos struktūra pagal gyvenamąją vietą



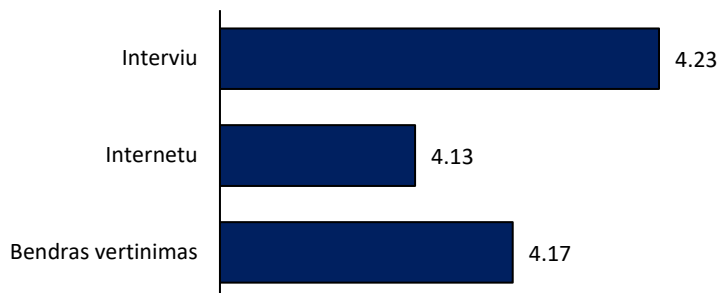
# Klaipėdos pilies džiaz festivalio vertinimai skirtingose socialinėse grupėse

(integruoti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys; nesverti)  
(vidurkis 5 balų skalėje: 1=labai blogai; 5=labai gerai)

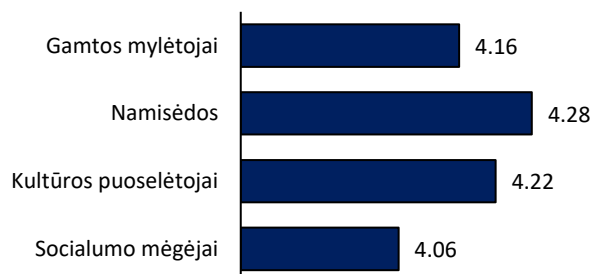
## Bendras vertinimas (%)



## Metodas



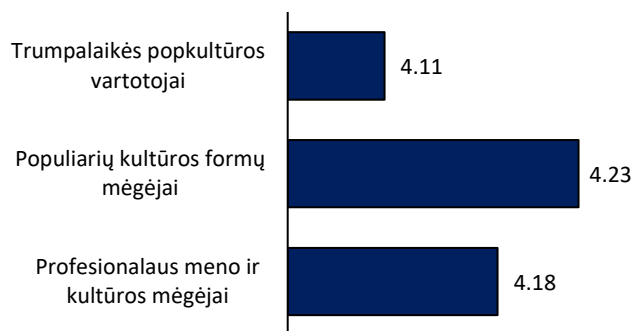
## Socialiniai laisvalaikio profiliai



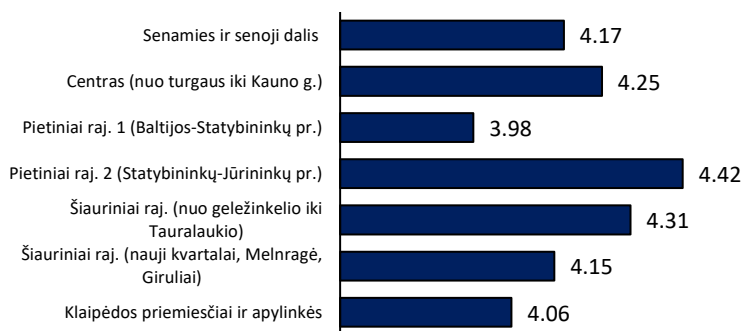
## Kultūros vartojimo spektras



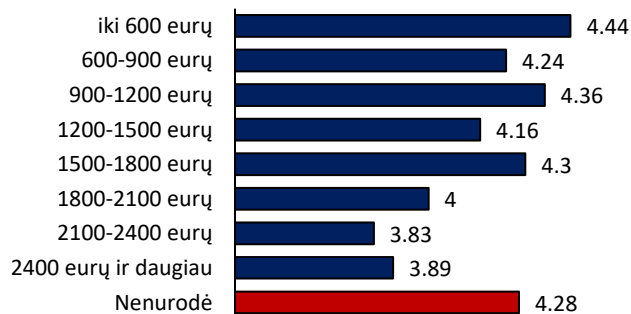
## Kultūrinis skonis



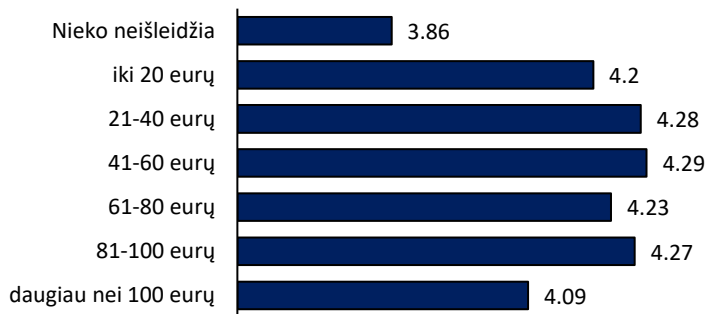
## Gyvenamoji vieta



## Pajamų grupės



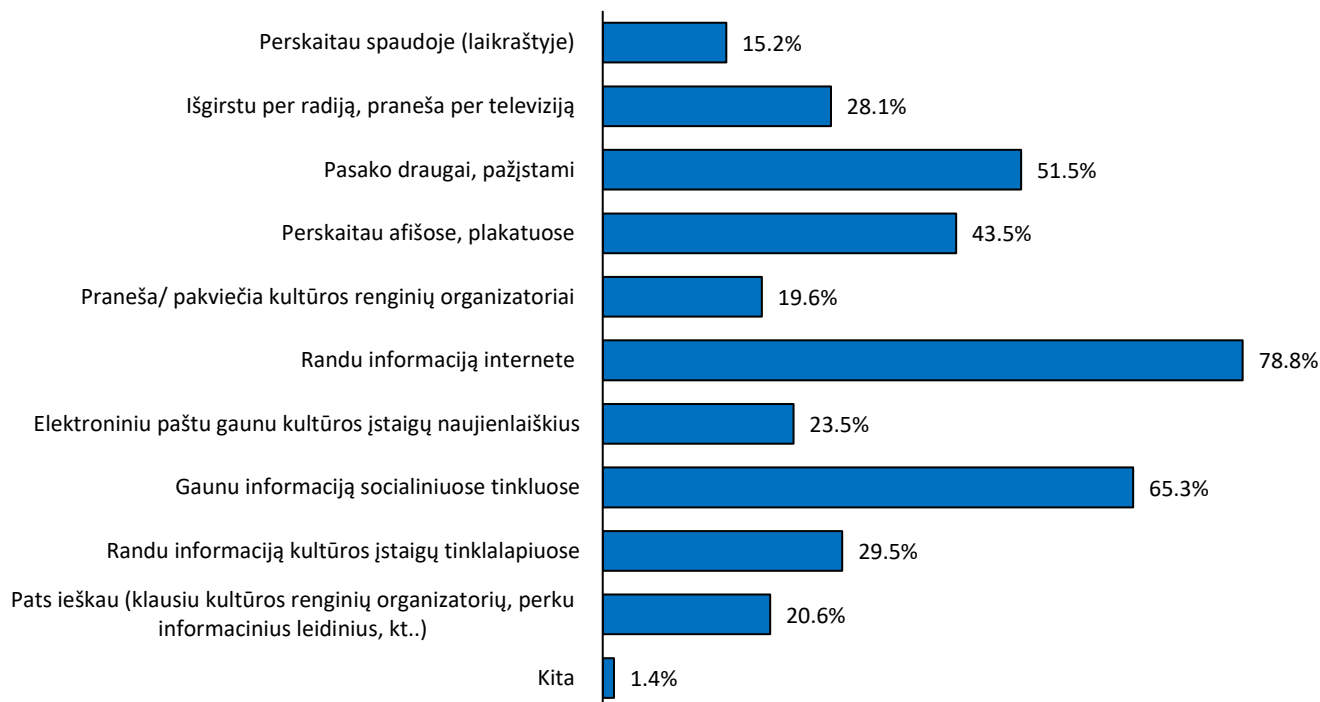
## Grupės, pagal mėnesio išlaidas kultūros reikmėms



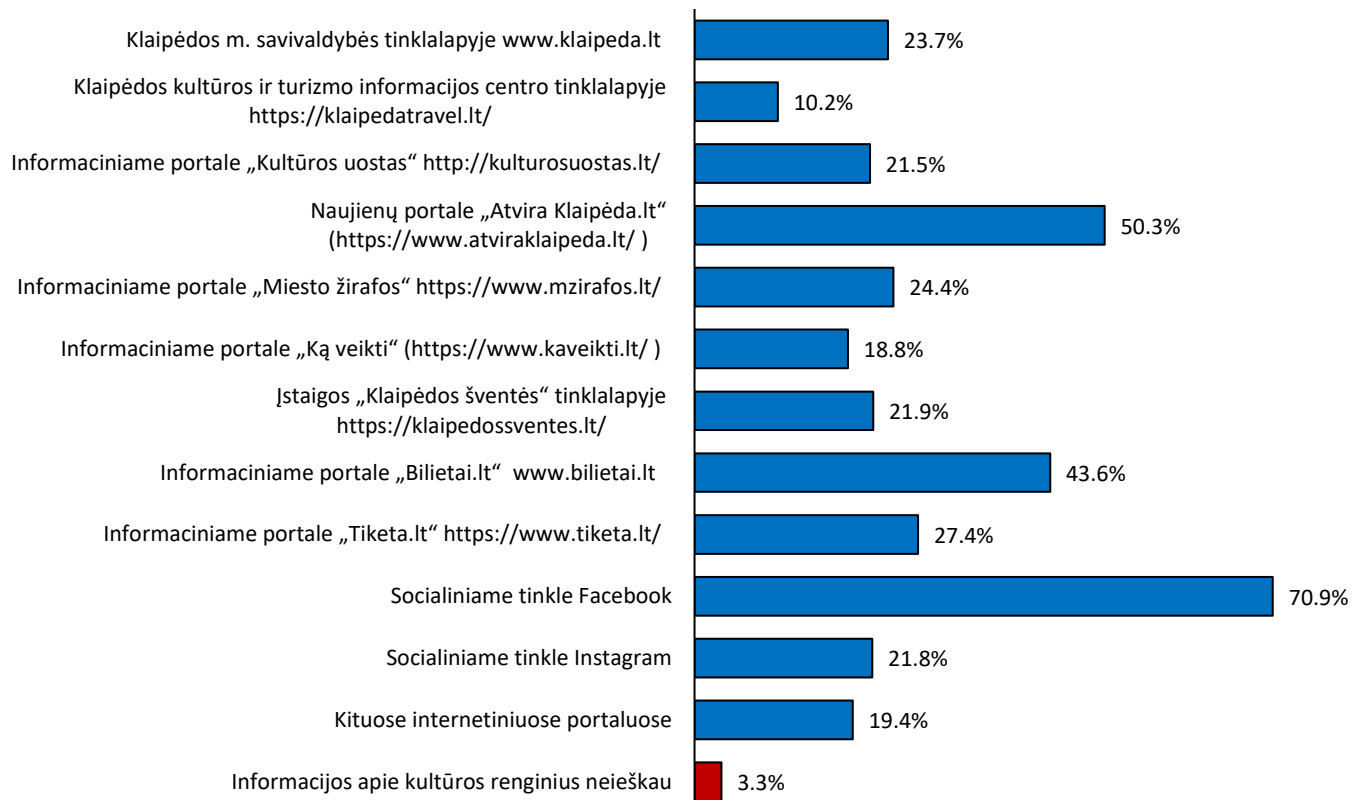
# Komunikacijos kanalai, kuriais dažniausiai naudojasi Klaipėdos pilies džiaz festivalio lankytojai

(%; svirti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

## Kaip dažniausiai sužinoma apie kultūros renginius Klaipėdoje?

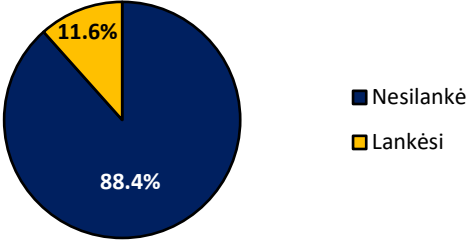
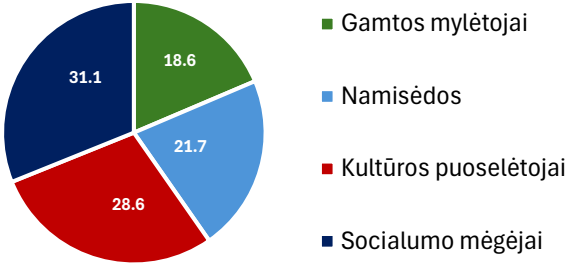
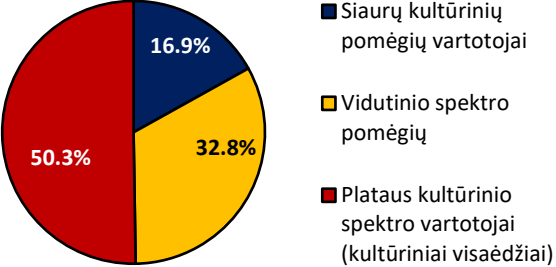
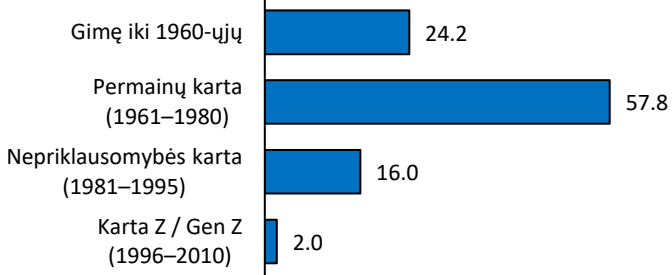
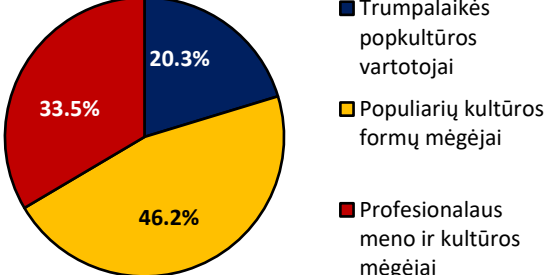
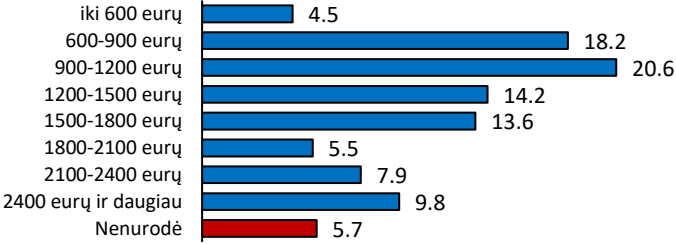
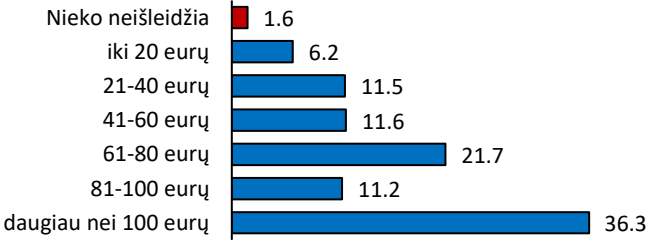
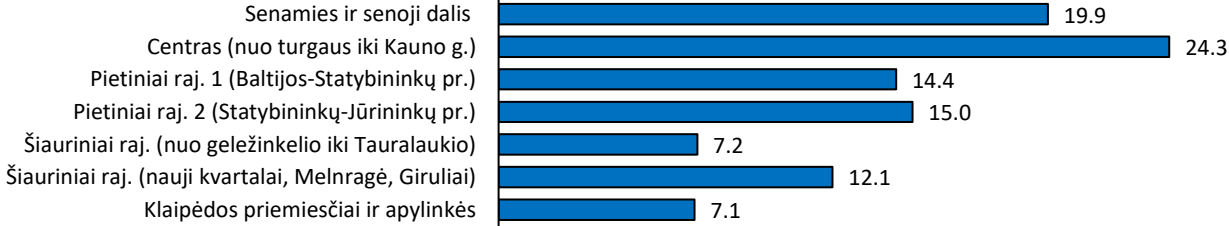


## Kokiuose tinklalapiuose dažniausiai ieškoma informacijos apie kultūros renginius Klaipėdoje?



# Tarptautinio nematerialaus kultūros paveldo festivalio „Lauksnos“ auditorijos struktūra, 2025

(%; svėrti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

Bendras auditorijos dydis (tik reprezentatyvi apklausa)	Pastabos
 <p>■ Nesilankė ■ Lankėsi</p>	<p>2025 m. gyventojų apklausa vyko balandžio-birželio mėnesiais. Vertinimuose nurodomas 2024 m. vykęs festivalis.</p>
Auditorijos struktūra pagal laisvalaikio profilius	Auditorijos sudėtis pagal kultūros vartojimo spektrą
 <p>■ Gamtos mylėtojai ■ Namisėdos ■ Kultūros puoselėtojai ■ Socialumo mėgėjai</p>	 <p>■ Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai ■ Vidutinio spektro pomėgių ■ Platus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)</p>
Auditorijos amžiaus struktūra	Auditorijos sudėtis pagal kultūrinį skonį
 <p>Gimę iki 1960-ųjų 24.2 Permainų karta (1961–1980) 57.8 Nepriklausomybės karta (1981–1995) 16.0 Karta Z / Gen Z (1996–2010) 2.0</p>	 <p>■ Trumpalaikės popkultūros vartotojai ■ Populiarių kultūros formų mėgėjai ■ Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai</p>
Auditorijos struktūra pagal pajamų grupes	Auditorijos struktūra pagal mėnesio išlaidas kultūrai
 <p>iki 600 eurų 4.5 600-900 eurų 18.2 900-1200 eurų 20.6 1200-1500 eurų 14.2 1500-1800 eurų 13.6 1800-2100 eurų 5.5 2100-2400 eurų 7.9 2400 eurų ir daugiau 9.8 Nenurodė 5.7</p>	 <p>Nieko neišleidžia 1.6 iki 20 eurų 6.2 21-40 eurų 11.5 41-60 eurų 11.6 61-80 eurų 21.7 81-100 eurų 11.2 daugiau nei 100 eurų 36.3</p>
Auditorijos struktūra pagal gyvenamąją vietą	
 <p>Senamies ir senoji dalis 19.9 Centras (nuo turgaus iki Kauno g.) 24.3 Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.) 14.4 Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.) 15.0 Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio) 7.2 Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai) 12.1 Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės 7.1</p>	

# Tarptautinio nematerialaus kultūros paveldo festivalio „Lauksnos“ vertinimai skirtingose socialinėse grupėse

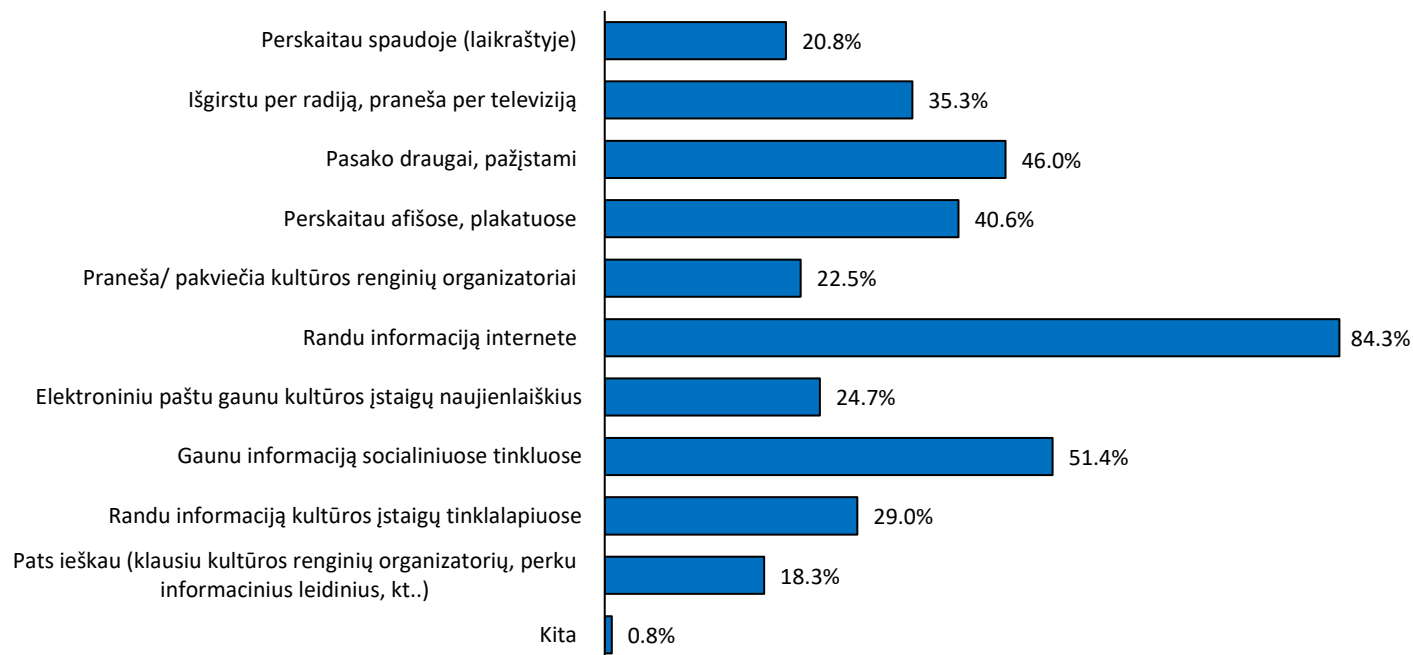
(integruoti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys; nesverti)  
(vidurkis 5 balų skalėje: 1=labai blogai; 5=labai gerai)

Bendras vertinimas (%)	Metodas
<p>0 0.4 4.4 32.6 62.6</p> <p>Labai blogai Prastai Vidutiniškai Gerai Labai gerai</p>	<p>Interviu 4.57</p> <p>Internetu 4.57</p> <p>Bendras vertinimas 4.57</p>
Socialiniai laisvalaikio profiliai	Kultūros vartojimo spektras
<p>Gamtos mylėtojai 4.62</p> <p>Namisėdos 4.7</p> <p>Kultūros puoselėtojai 4.57</p> <p>Socialumo mėgėjai 4.46</p>	<p>Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai 4.59</p> <p>Vidutinio spektro pomėgių 4.56</p> <p>Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai) 4.57</p>
Kultūrinis skonis	Gyvenamoji vieta
<p>Trumpalaikės popkultūros vartotojai 4.52</p> <p>Populiarių kultūros formų mėgėjai 4.54</p> <p>Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai 4.69</p>	<p>Senamies ir senoji dalis 4.56</p> <p>Centras (nuo turgaus iki Kauno g.) 4.61</p> <p>Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.) 4.44</p> <p>Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.) 4.71</p> <p>Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio) 4.76</p> <p>Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai) 4.42</p> <p>Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės 4.56</p>
Pajamų grupės	Grupės, pagal mėnesio išlaidas kultūros reikmėms
<p>iki 600 eurų 4.56</p> <p>600-900 eurų 4.77</p> <p>900-1200 eurų 4.49</p> <p>1200-1500 eurų 4.62</p> <p>1500-1800 eurų 4.48</p> <p>1800-2100 eurų 4.33</p> <p>2100-2400 eurų 4.91</p> <p>2400 eurų ir daugiau 4.62</p> <p>Nenurodė 4.5</p>	<p>Nieko neišleidžia 4.8</p> <p>iki 20 eurų 4.57</p> <p>21-40 eurų 4.73</p> <p>41-60 eurų 4.68</p> <p>61-80 eurų 4.54</p> <p>81-100 eurų 4.53</p> <p>daugiau nei 100 eurų 4.52</p>

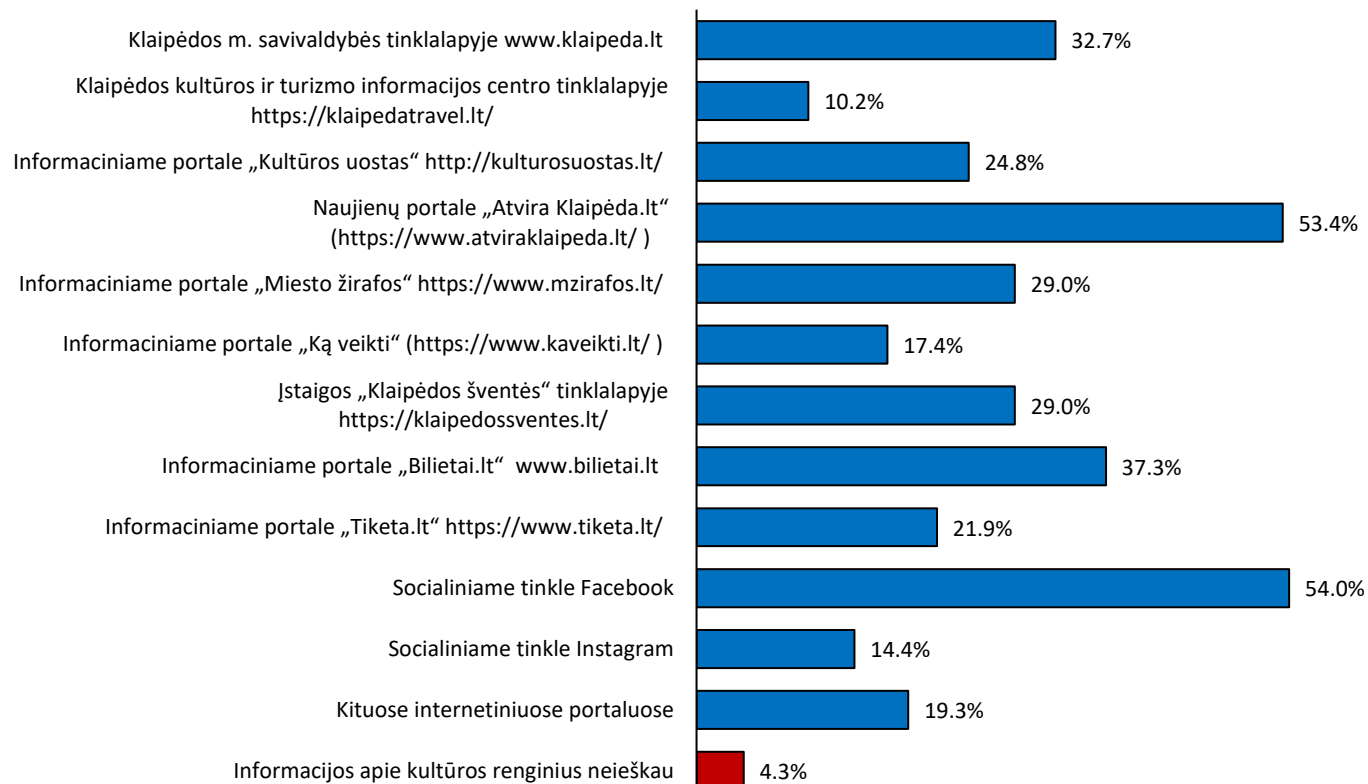
# Komunikacijos kanalai, kuriais dažniausiai naudojasi tarptautinio nematerialaus kultūros paveldo festivalio „Lauksnos“ lankytojai

(%; svėrti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

## Kaip dažniausiai sužinoma apie kultūros renginius Klaipėdoje?



## Kokiuose tinklalapiuose dažniausiai ieškoma informacijos apie kultūros renginius Klaipėdoje?

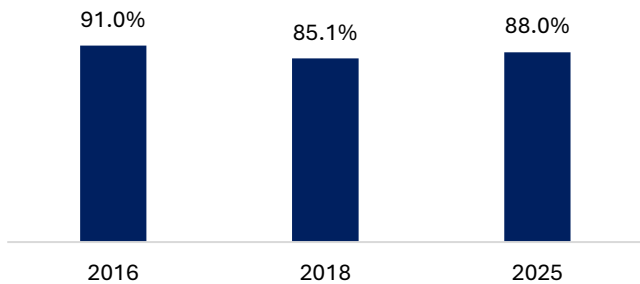


# Jūros šventės renginių auditorijos struktūra, 2025

(%; svėrti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

## Bendras auditorijos dydis: dinamika 2016-2025

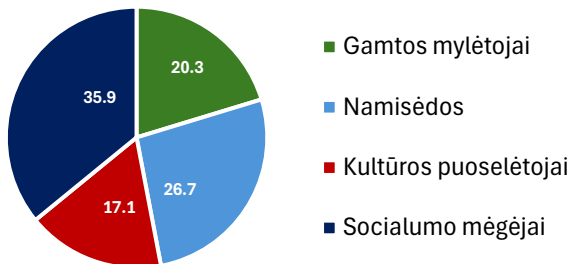
(kokia dalis apsilankė per paskutinius 12 mėn.; tik reprezentatyvi apklausa)



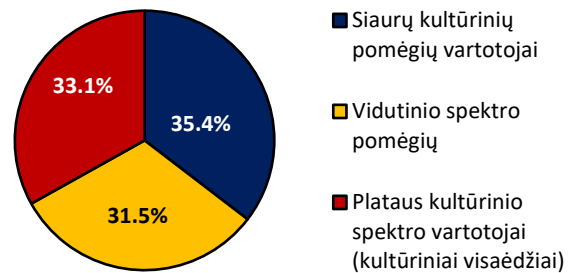
## Pastabos

2025 m. apklausa vyko balandžio-birželio mėnesiais. Čia pateikti vertinimai atspindi 2024 m. lankytojų struktūrą ir vertinimus.

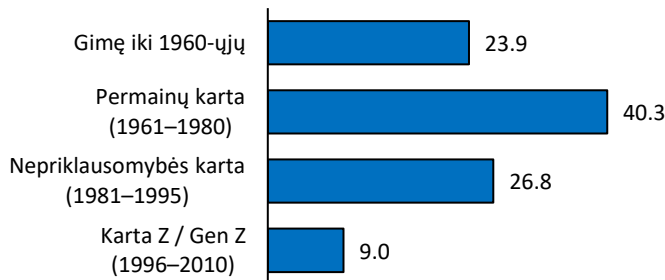
## Auditorijos struktūra pagal laisvalaikio profilius



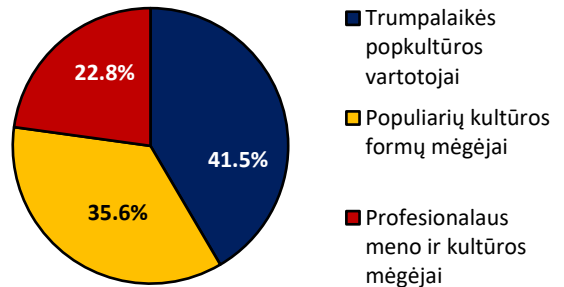
## Auditorijos sudėtis pagal kultūros vartojimo spektrą



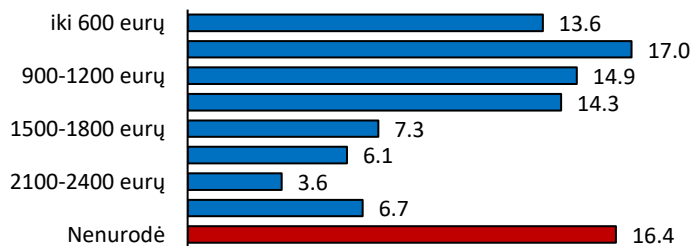
## Auditorijos amžiaus struktūra



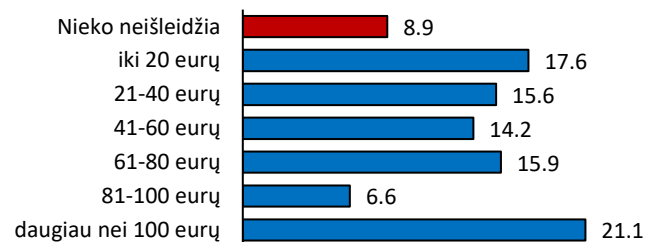
## Auditorijos sudėtis pagal kultūrinį skonį



## Auditorijos struktūra pagal pajamų grupes



## Auditorijos struktūra pagal mėnesio išlaidas kultūrai



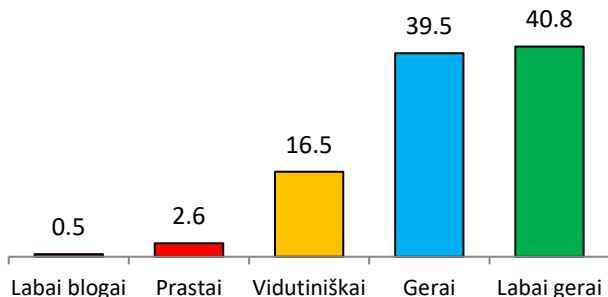
## Auditorijos struktūra pagal gyvenamąją vietą



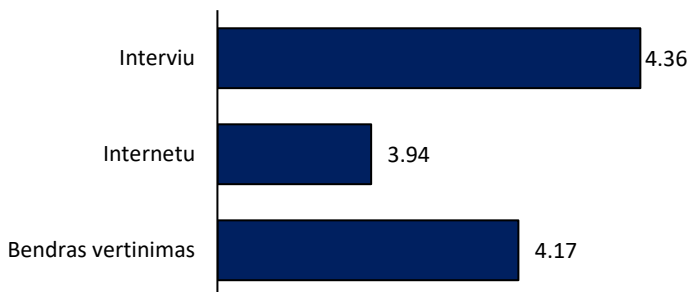
# Jūros šventės renginių vertinimai skirtingose socialinėse grupėse

(integruoti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys; nesverti)  
(vidurkis 5 balų skalėje: 1=labai blogai; 5=labai gerai)

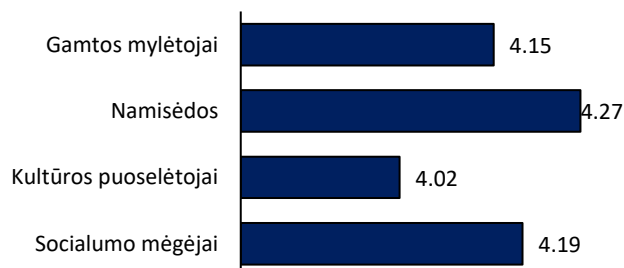
## Bendras vertinimas (%)



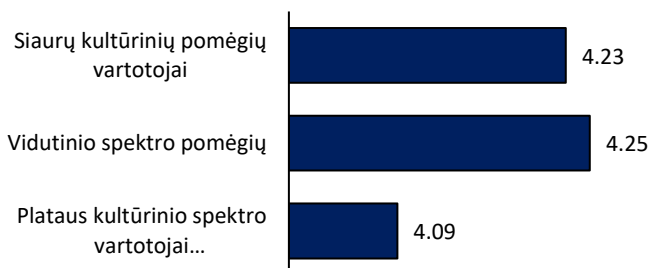
## Metodas



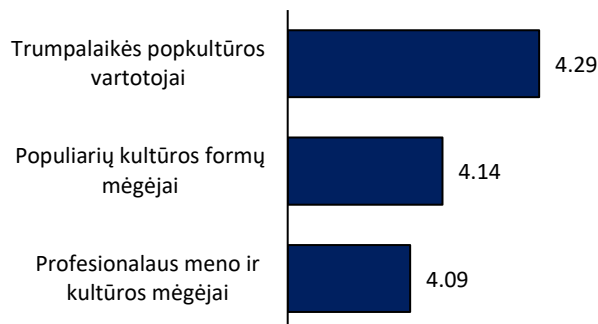
## Socialiniai laisvalaikio profiliai



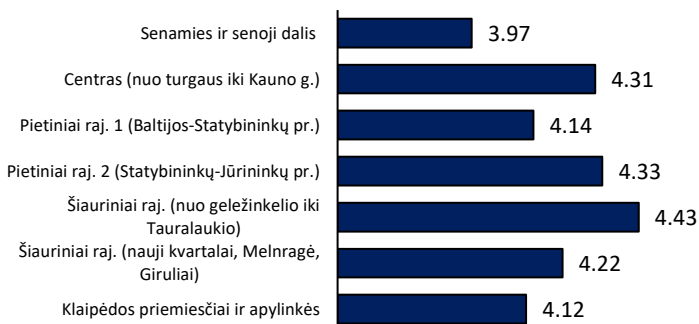
## Kultūros vartojimo spektras



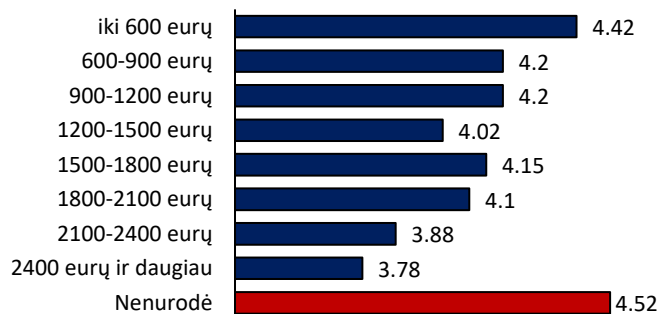
## Kultūrinis skonis



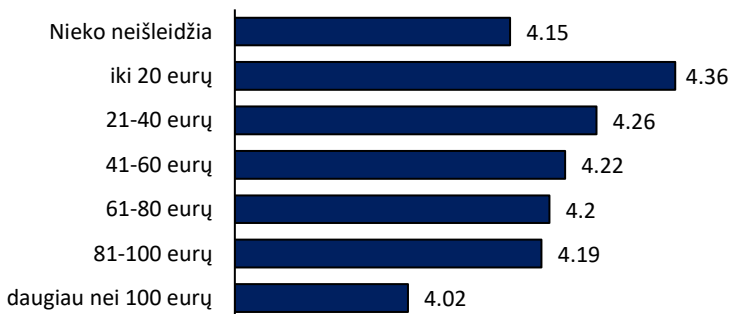
## Gyvenamoji vieta



## Pajamų grupės



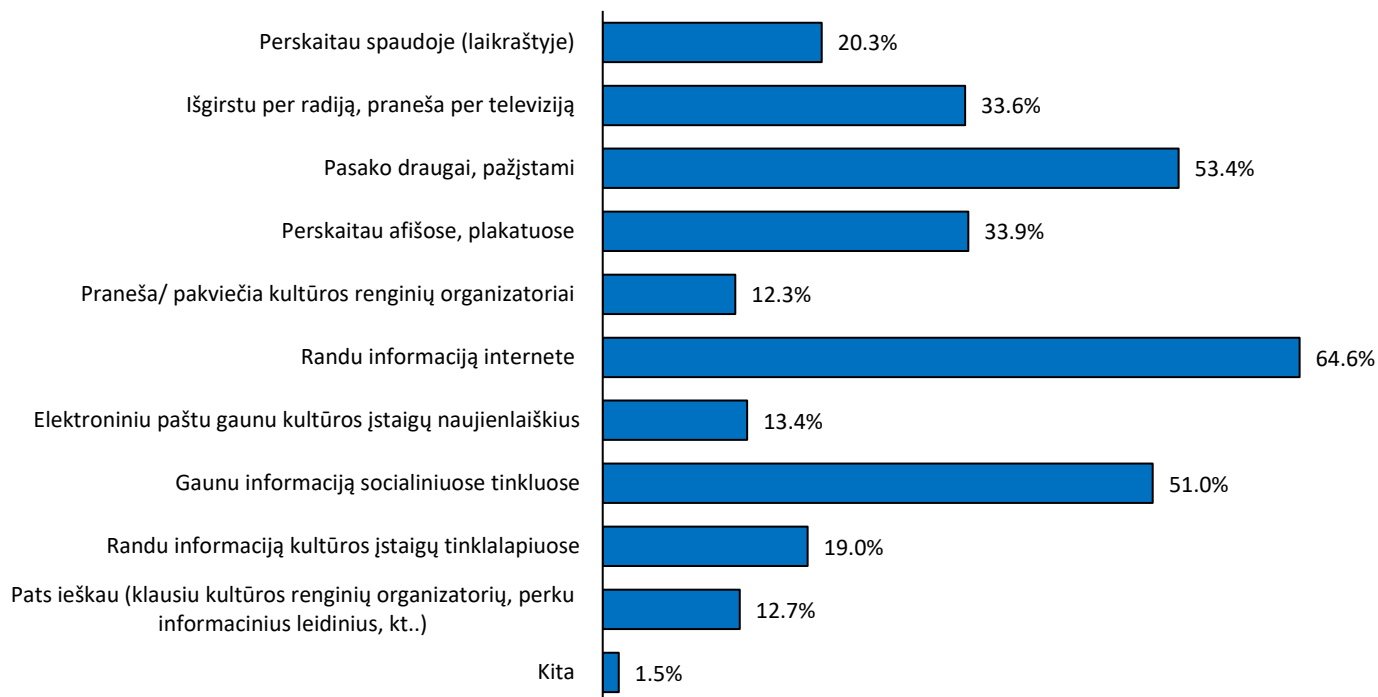
## Grupės, pagal mėnesio išlaidas kultūros reikmėms



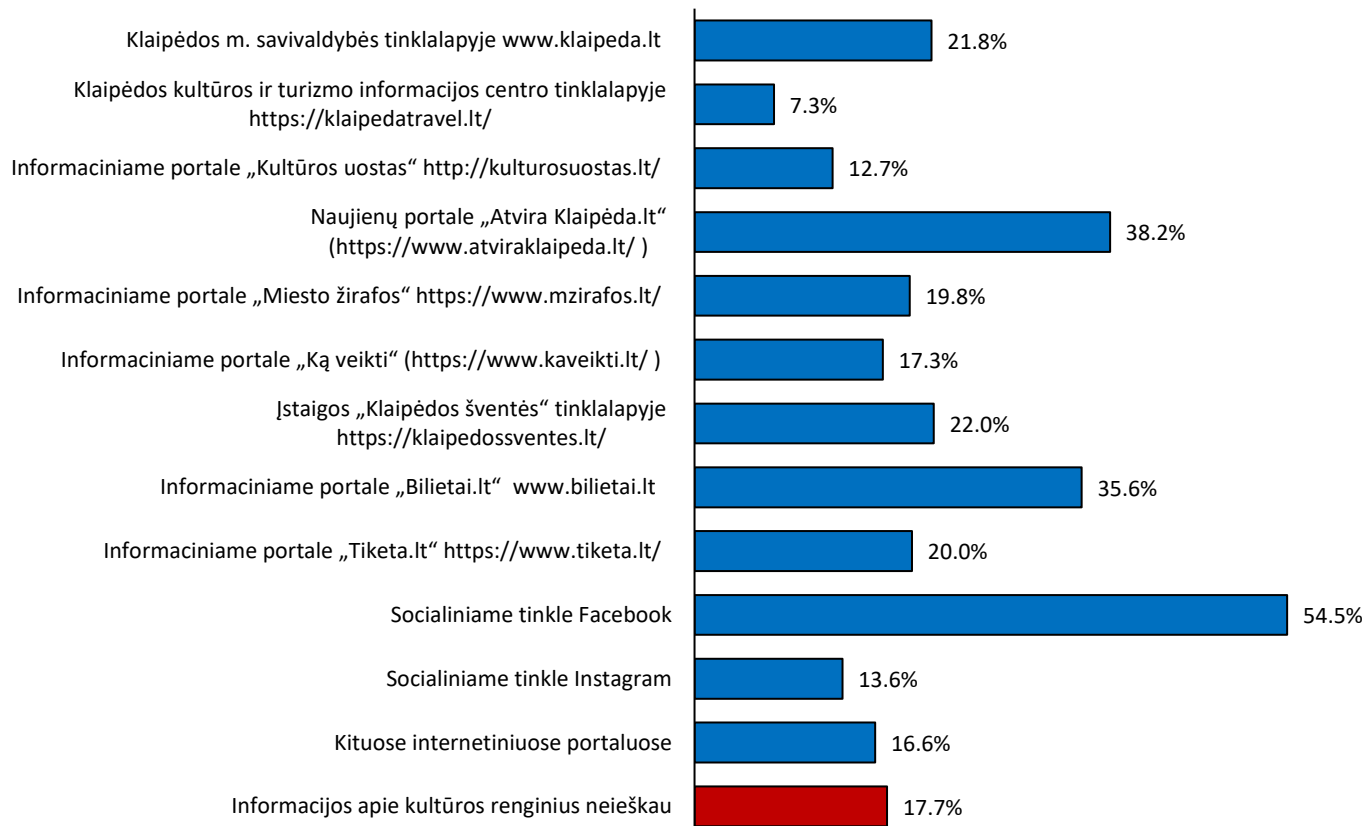
# Komunikacijos kanalai, kuriais dažniausiai naudojasi Jūros šventės renginių lankytojai

(%; svirti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

## Kaip dažniausiai sužinoma apie kultūros renginius Klaipėdoje?



## Kokiuose tinklalapiuose dažniausiai ieškoma informacijos apie kultūros renginius Klaipėdoje?

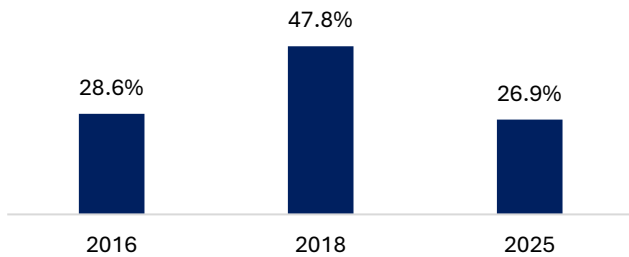


# Miesto gimtadienio renginių auditorijos struktūra, 2025

(%; svėrti reprezentatyvūs ir internetinės apklausos duomenys)

## Bendras auditorijos dydis: dinamika 2016-2025

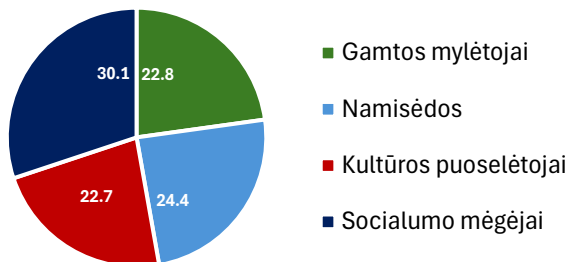
(kokia dalis apsilankė per paskutinius 12 mėn.; tik reprezentatyvi apklausa)



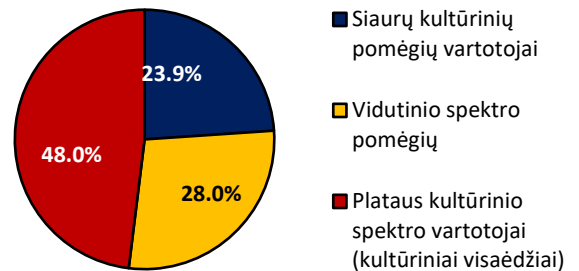
## Pastabos

2025 m. apklausa vyko balandžio-birželio mėnesiais. Čia pateikti vertinimai atspindi 2024 m. lankytojų struktūrą ir vertinimus.

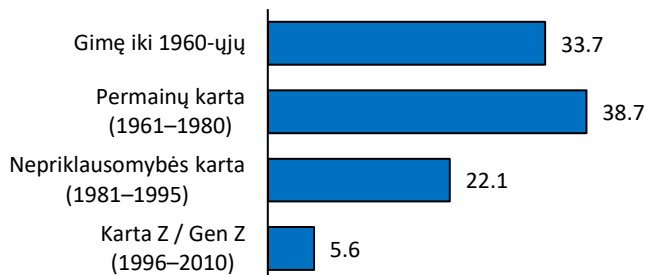
## Auditorijos struktūra pagal laisvalaikio profilius



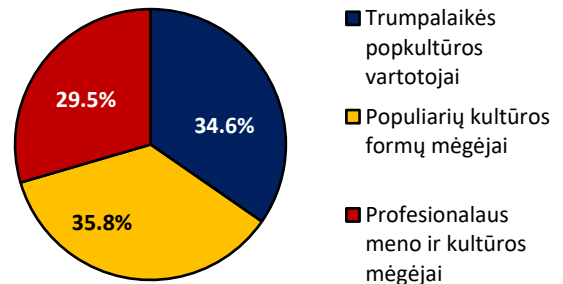
## Auditorijos sudėtis pagal kultūros vartojimo spektrą



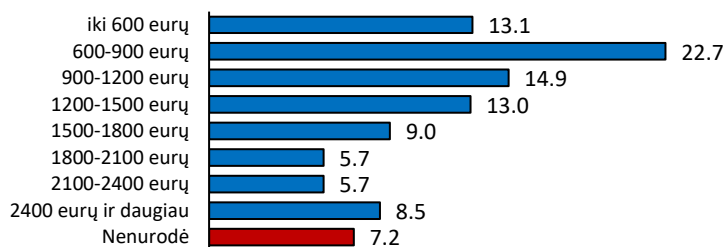
## Auditorijos amžiaus struktūra



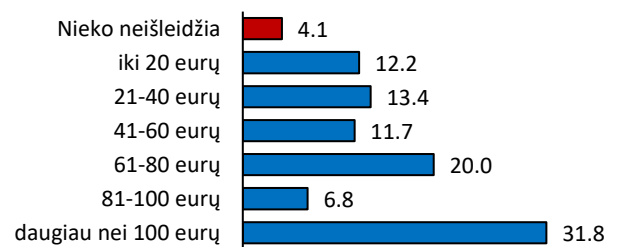
## Auditorijos sudėtis pagal kultūrinį skonį



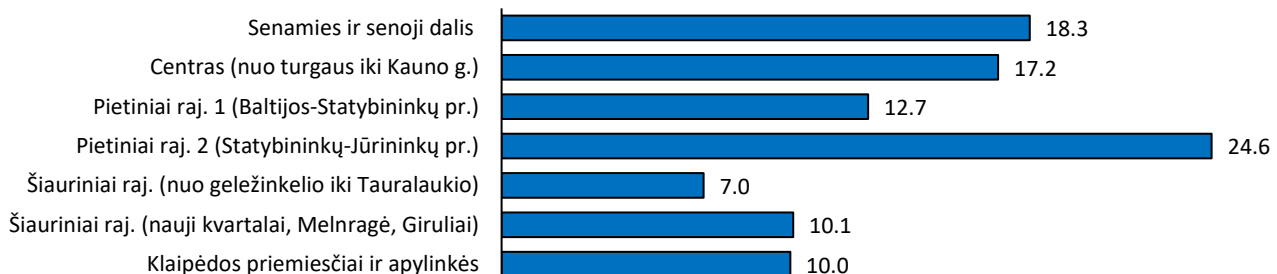
## Auditorijos struktūra pagal pajamų grupes



## Auditorijos struktūra pagal mėnesio išlaidas kultūrai



## Auditorijos struktūra pagal gyvenamąją vietą



# Miesto gimtadienio renginių vertinimai skirtingose socialinėse grupėse

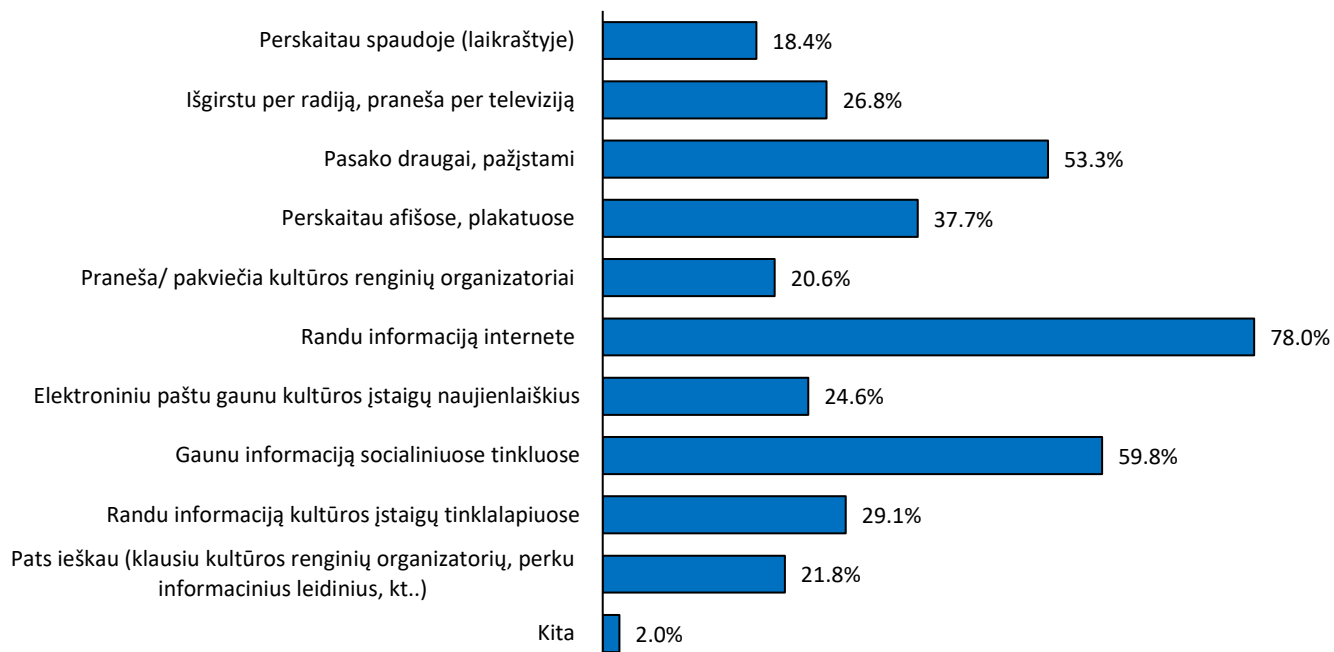
(integruoti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys; nesverti)  
(vidurkis 5 balų skalėje: 1=labai blogai; 5=labai gerai)

Bendras vertinimas (%)	Metodas																																
<table border="1"> <tr><td>Labai blogai</td><td>0.5</td></tr> <tr><td>Prastai</td><td>1</td></tr> <tr><td>Vidutiniškai</td><td>15.7</td></tr> <tr><td>Gerai</td><td>45.5</td></tr> <tr><td>Labai gerai</td><td>37.3</td></tr> </table>	Labai blogai	0.5	Prastai	1	Vidutiniškai	15.7	Gerai	45.5	Labai gerai	37.3	<table border="1"> <tr><td>Interviu</td><td>4.3</td></tr> <tr><td>Internetu</td><td>4.07</td></tr> <tr><td>Bendras vertinimas</td><td>4.18</td></tr> </table>	Interviu	4.3	Internetu	4.07	Bendras vertinimas	4.18																
Labai blogai	0.5																																
Prastai	1																																
Vidutiniškai	15.7																																
Gerai	45.5																																
Labai gerai	37.3																																
Interviu	4.3																																
Internetu	4.07																																
Bendras vertinimas	4.18																																
Socialiniai laisvalaikio profiliai	Kultūros vartojimo spektras																																
<table border="1"> <tr><td>Gamtos mylėtojai</td><td>4.18</td></tr> <tr><td>Namisėdos</td><td>4.26</td></tr> <tr><td>Kultūros puoselėtojai</td><td>4.08</td></tr> <tr><td>Socialumo mėgėjai</td><td>4.21</td></tr> </table>	Gamtos mylėtojai	4.18	Namisėdos	4.26	Kultūros puoselėtojai	4.08	Socialumo mėgėjai	4.21	<table border="1"> <tr><td>Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai</td><td>4.16</td></tr> <tr><td>Vidutinio spektro pomėgių</td><td>4.19</td></tr> <tr><td>Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)</td><td>4.2</td></tr> </table>	Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai	4.16	Vidutinio spektro pomėgių	4.19	Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)	4.2																		
Gamtos mylėtojai	4.18																																
Namisėdos	4.26																																
Kultūros puoselėtojai	4.08																																
Socialumo mėgėjai	4.21																																
Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai	4.16																																
Vidutinio spektro pomėgių	4.19																																
Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)	4.2																																
Kultūrinis skonis	Gyvenamoji vieta																																
<table border="1"> <tr><td>Trumpalaikės popkultūros vartotojai</td><td>4.22</td></tr> <tr><td>Populiarių kultūros formų mėgėjai</td><td>4.22</td></tr> <tr><td>Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai</td><td>4.08</td></tr> </table>	Trumpalaikės popkultūros vartotojai	4.22	Populiarių kultūros formų mėgėjai	4.22	Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai	4.08	<table border="1"> <tr><td>Senamies ir senoji dalis</td><td>4.06</td></tr> <tr><td>Centras (nuo turgaus iki Kauno g.)</td><td>4.16</td></tr> <tr><td>Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.)</td><td>4.21</td></tr> <tr><td>Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.)</td><td>4.37</td></tr> <tr><td>Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio)</td><td>4.27</td></tr> <tr><td>Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai)</td><td>4.29</td></tr> <tr><td>Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės</td><td>4.21</td></tr> </table>	Senamies ir senoji dalis	4.06	Centras (nuo turgaus iki Kauno g.)	4.16	Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.)	4.21	Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.)	4.37	Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio)	4.27	Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai)	4.29	Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės	4.21												
Trumpalaikės popkultūros vartotojai	4.22																																
Populiarių kultūros formų mėgėjai	4.22																																
Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai	4.08																																
Senamies ir senoji dalis	4.06																																
Centras (nuo turgaus iki Kauno g.)	4.16																																
Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.)	4.21																																
Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.)	4.37																																
Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio)	4.27																																
Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai)	4.29																																
Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės	4.21																																
Pajamų grupės	Grupės, pagal mėnesio išlaidas kultūros reikmėms																																
<table border="1"> <tr><td>iki 600 eurų</td><td>4.49</td></tr> <tr><td>600-900 eurų</td><td>4.24</td></tr> <tr><td>900-1200 eurų</td><td>4.16</td></tr> <tr><td>1200-1500 eurų</td><td>4.13</td></tr> <tr><td>1500-1800 eurų</td><td>4.12</td></tr> <tr><td>1800-2100 eurų</td><td>4.14</td></tr> <tr><td>2100-2400 eurų</td><td>3.95</td></tr> <tr><td>2400 eurų ir daugiau</td><td>3.92</td></tr> <tr><td>Nenurodė</td><td>4.5</td></tr> </table>	iki 600 eurų	4.49	600-900 eurų	4.24	900-1200 eurų	4.16	1200-1500 eurų	4.13	1500-1800 eurų	4.12	1800-2100 eurų	4.14	2100-2400 eurų	3.95	2400 eurų ir daugiau	3.92	Nenurodė	4.5	<table border="1"> <tr><td>Nieko neišleidžia</td><td>4.24</td></tr> <tr><td>iki 20 eurų</td><td>4.31</td></tr> <tr><td>21-40 eurų</td><td>4.2</td></tr> <tr><td>41-60 eurų</td><td>4.28</td></tr> <tr><td>61-80 eurų</td><td>4.13</td></tr> <tr><td>81-100 eurų</td><td>4.13</td></tr> <tr><td>daugiau nei 100 eurų</td><td>4.18</td></tr> </table>	Nieko neišleidžia	4.24	iki 20 eurų	4.31	21-40 eurų	4.2	41-60 eurų	4.28	61-80 eurų	4.13	81-100 eurų	4.13	daugiau nei 100 eurų	4.18
iki 600 eurų	4.49																																
600-900 eurų	4.24																																
900-1200 eurų	4.16																																
1200-1500 eurų	4.13																																
1500-1800 eurų	4.12																																
1800-2100 eurų	4.14																																
2100-2400 eurų	3.95																																
2400 eurų ir daugiau	3.92																																
Nenurodė	4.5																																
Nieko neišleidžia	4.24																																
iki 20 eurų	4.31																																
21-40 eurų	4.2																																
41-60 eurų	4.28																																
61-80 eurų	4.13																																
81-100 eurų	4.13																																
daugiau nei 100 eurų	4.18																																

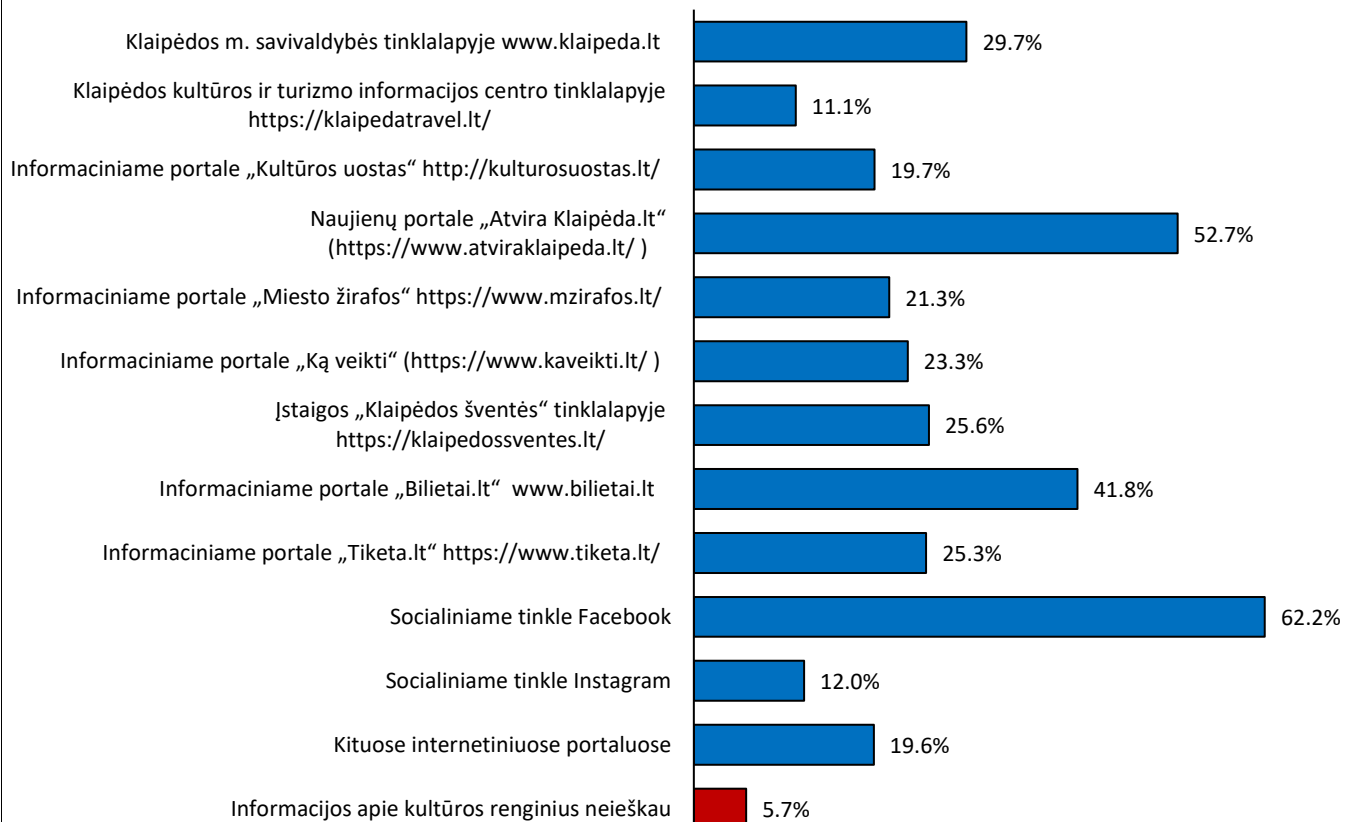
## Komunikacijos kanalai, kuriais dažniausiai naudojasi Miesto gimtadienio renginių lankytojai

(%; svėrti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

### Kaip dažniausiai sužinoma apie kultūros renginius Klaipėdoje?



### Kokiuose tinklalapiuose dažniausiai ieškoma informacijos apie kultūros renginius Klaipėdoje?

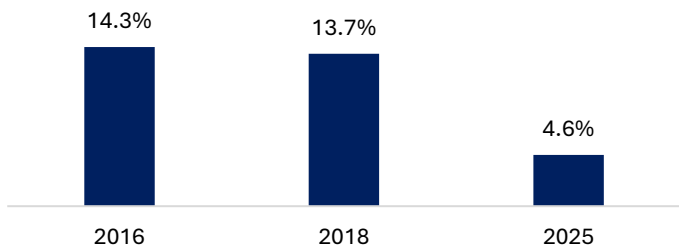


# Tarptautinio šiuolaikinio meno festivalio „Plartforma“ auditorijos struktūra, 2025

(%; svėrti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

## Bendras auditorijos dydis: dinamika 2016-2025

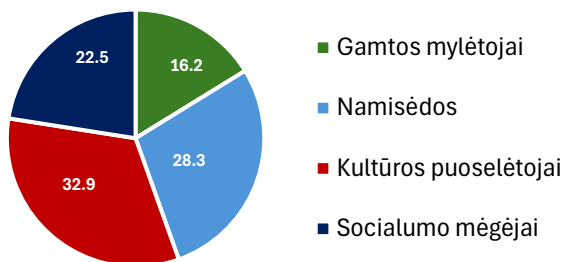
(kokia dalis apsilankė per paskutinius 12 mėn.; tik reprezentatyvi apklausa)



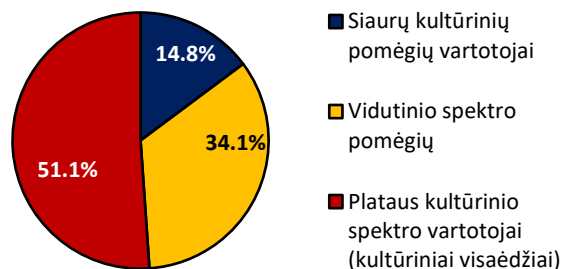
## Pastabos

2025 m. apklausa vyko balandžio-birželio mėnesiais. Čia pateikti vertinimai atspindi 2024 m. lankytojų struktūrą ir vertinimus.

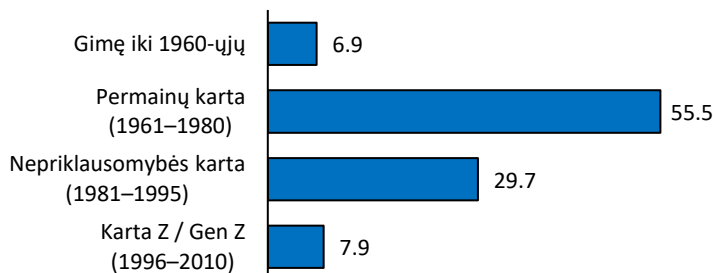
## Auditorijos struktūra pagal laisvalaikio profilius



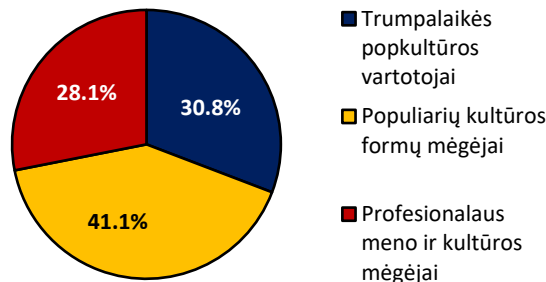
## Auditorijos sudėtis pagal kultūros vartojimo spektrą



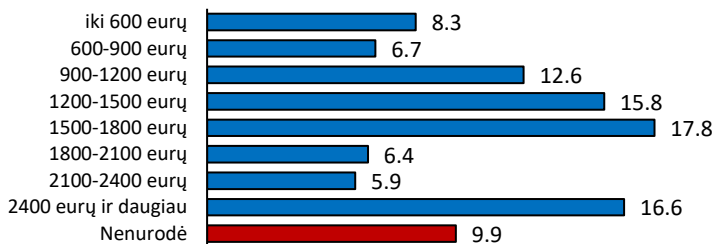
## Auditorijos amžiaus struktūra



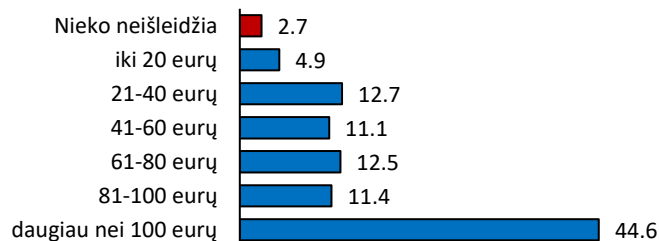
## Auditorijos sudėtis pagal kultūrinį skonį



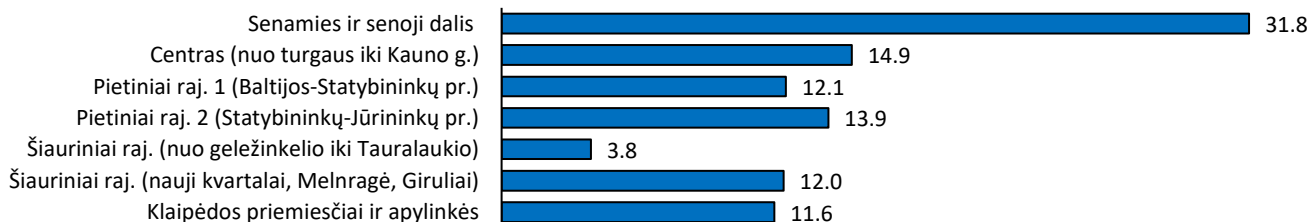
## Auditorijos struktūra pagal pajamų grupes



## Auditorijos struktūra pagal mėnesio išlaidas kultūrai



## Auditorijos struktūra pagal gyvenamąją vietą



# Tarptautinio šiuolaikinio meno festivalio „Plartforma“ vertinimai skirtingose socialinėse grupėse

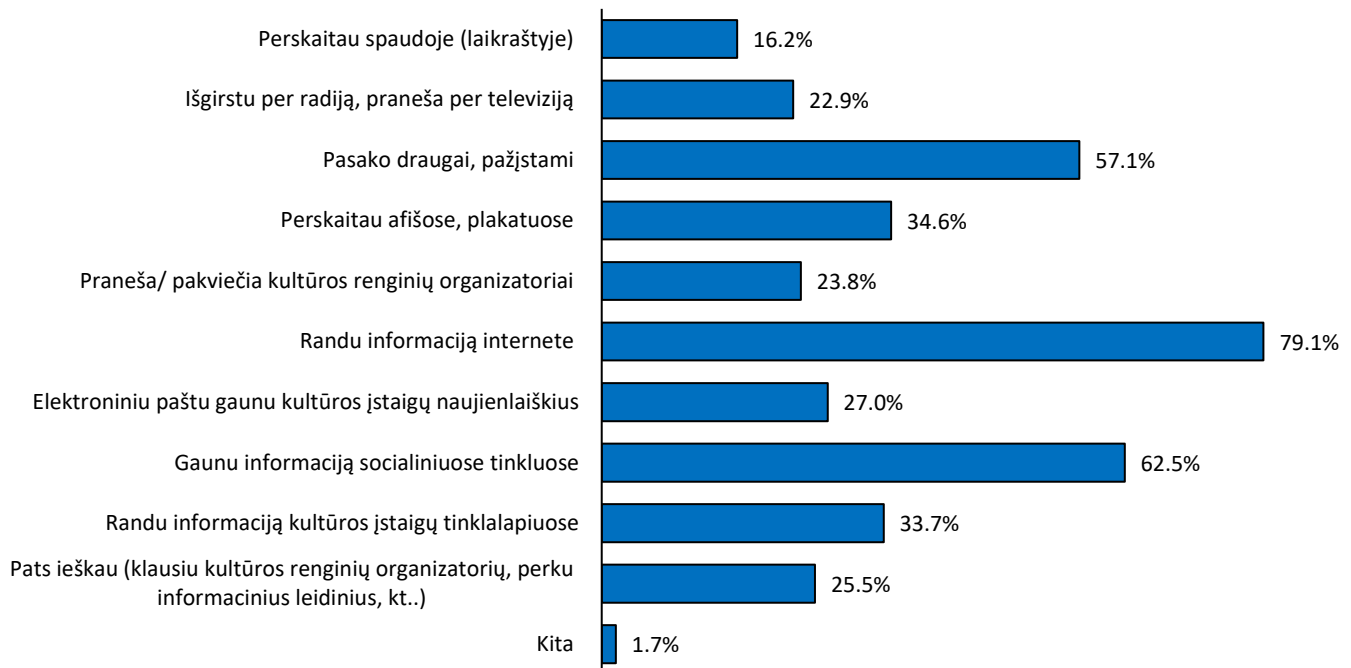
(integruoti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys; nesverti)  
(vidurkis 5 balų skalėje: 1=labai blogai; 5=labai gerai)

Bendras vertinimas (%)	Metodas
<p>Labai blogai 0, Prastai 1.8, Vidutiniškai 8.9, Gerai 47.3, Labai gerai 42</p>	<p>Interviu 4.09, Internetu 4.37, Bendras vertinimas 4.29</p>
Socialiniai laisvalaikio profiliai	Kultūros vartojimo spektras
<p>Gamtos mylėtojai 4.28, Namisėdos 4.12, Kultūros puoselėtojai 4.32, Socialumo mėgėjai 4.46</p>	<p>Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai 4, Vidutinio spektro pomėgių 4.28, Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai) 4.33</p>
Kultūrinis skonis	Gyvenamoji vieta
<p>Trumpalaikės popkultūros vartotojai 4.19, Populiarių kultūros formų mėgėjai 4.38, Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai 4.26</p>	<p>Senamies ir senoji dalis 4.31, Centras (nuo turgaus iki Kauno g.) 4.67, Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.) 4.45, Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.) 4, Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio) 4.4, Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai) 4.29, Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės 4.14</p>
Pajamų grupės	Grupės, pagal mėnesio išlaidas kultūros reikmėms
<p>iki 600 eurų 4.5, 600-900 eurų 4, 900-1200 eurų 4.42, 1200-1500 eurų 4.05, 1500-1800 eurų 4.37, 1800-2100 eurų 4.14, 2100-2400 eurų 4.5, 2400 eurų ir daugiau 4.32, Nenurodė 4.14</p>	<p>Nieko neišleidžia 4.5, iki 20 eurų 3.6, 21-40 eurų 4.55, 41-60 eurų 4.45, 61-80 eurų 4.47, 81-100 eurų 4.13, daugiau nei 100 eurų 4.23</p>

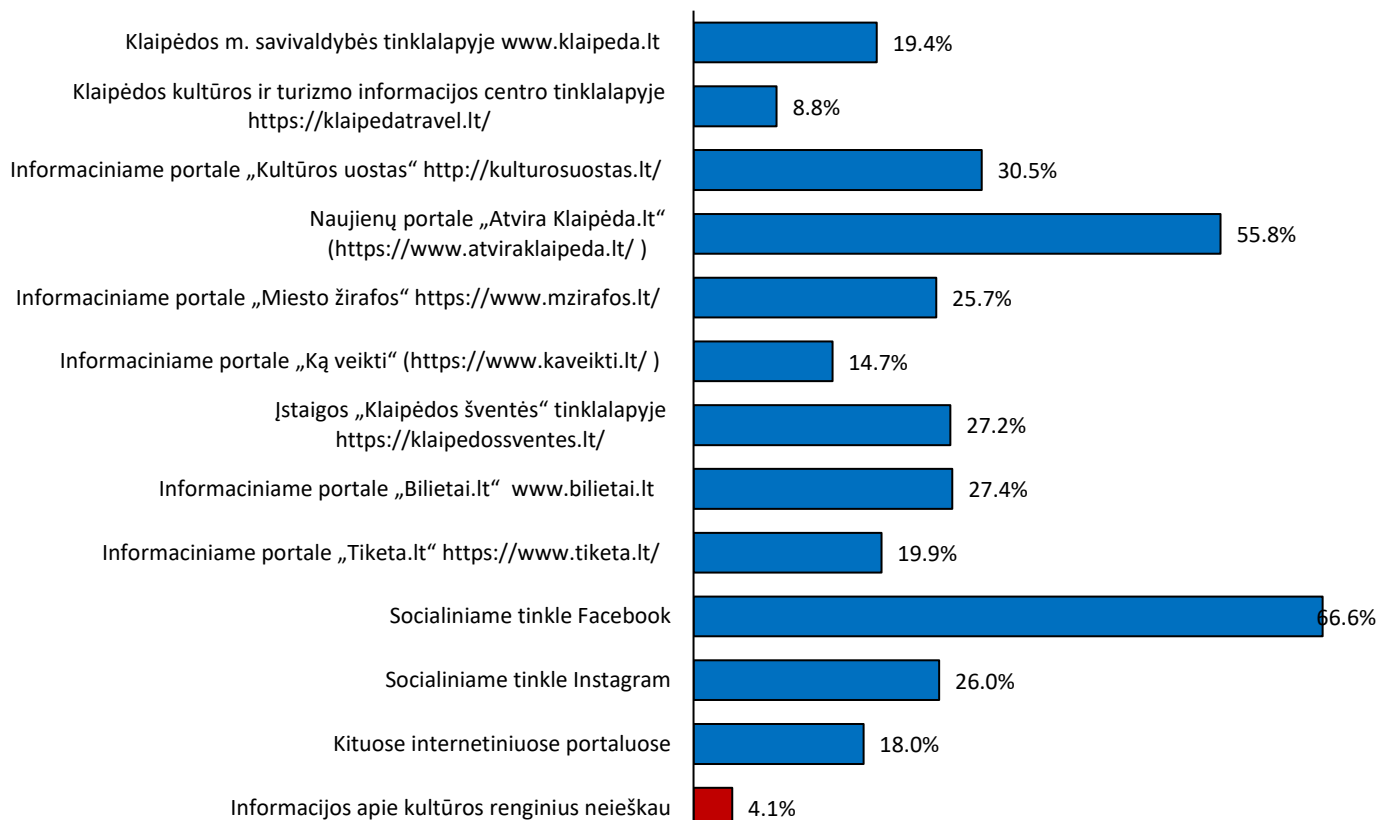
# Komunikacijos kanalai, kuriais dažniausiai naudojasi tarptautinio šiuolaikinio meno festivalio „Plartforma“ lankytojai

(%; svirti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

## Kaip dažniausiai sužinoma apie kultūros renginius Klaipėdoje?

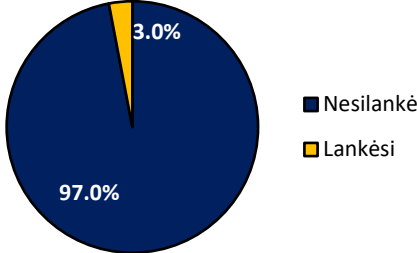
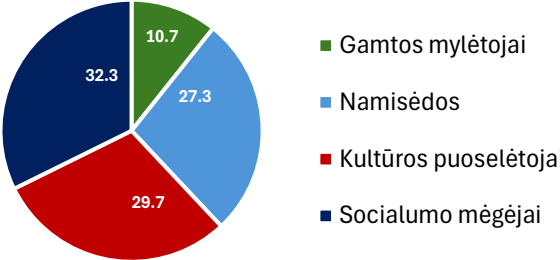
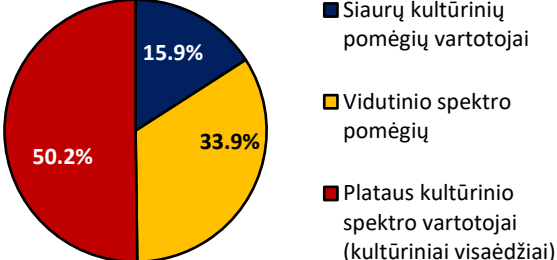
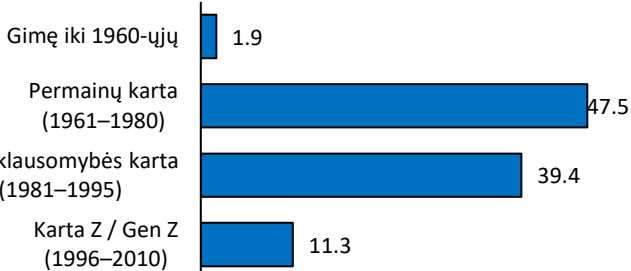
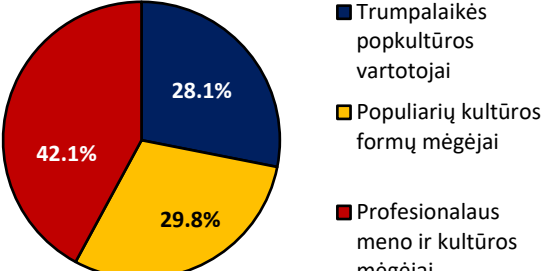
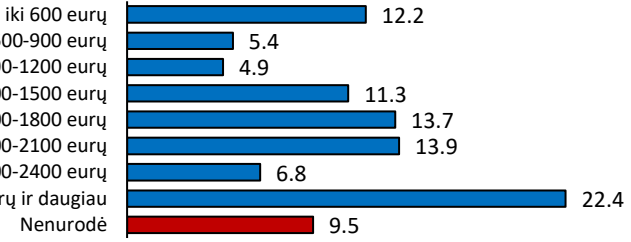
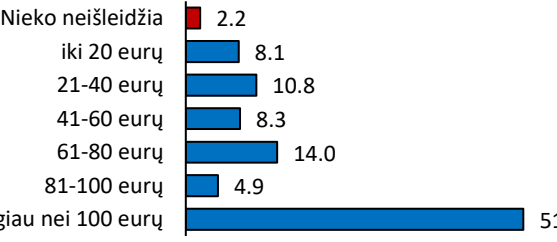
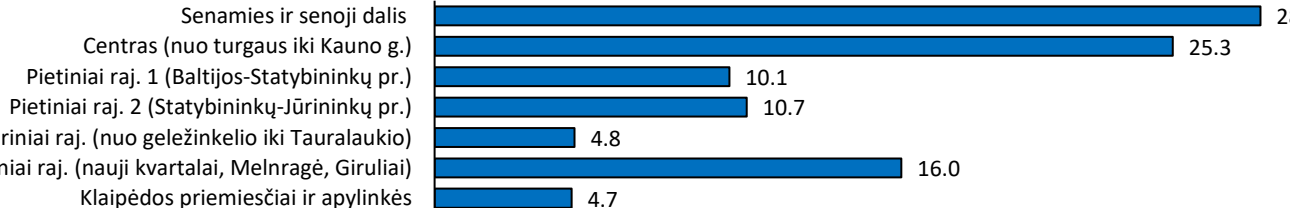


## Kokiuose tinklalapiuose dažniausiai ieškoma informacijos apie kultūros renginius Klaipėdoje?



# Animacijos ir videožaidimų festivalio BLON auditorijos struktūra, 2025

(%; svėrti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

Bendras auditorijos dydis (tik reprezentatyvi apklausa)	Pastabos
 <p>■ Nesilankė ■ Lankėsi</p>	<p>2025 m. gyventojų apklausa vyko balandžio-birželio mėnesiais. Vertinimuose nurodomas 2024 m. vykęs festivalis.</p>
Auditorijos struktūra pagal laisvalaikio profilį	Auditorijos sudėtis pagal kultūros vartojimo spektrą
 <p>■ Gamtos mylėtojai ■ Namisėdos ■ Kultūros puoselėtojai ■ Socialumo mėgėjai</p>	 <p>■ Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai ■ Vidutinio spektro pomėgių ■ Platus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)</p>
Auditorijos amžiaus struktūra	Auditorijos sudėtis pagal kultūrinį skonį
 <p>Gimę iki 1960-ųjų 1.9 Permainų karta (1961–1980) 47.5 Nepriklausomybės karta (1981–1995) 39.4 Karta Z / Gen Z (1996–2010) 11.3</p>	 <p>■ Trumpalaikės popkultūros vartotojai ■ Populiarių kultūros formų mėgėjai ■ Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai</p>
Auditorijos struktūra pagal pajamų grupes	Auditorijos struktūra pagal mėnesio išlaidas kultūrai
 <p>iki 600 eurų 12.2 600-900 eurų 5.4 900-1200 eurų 4.9 1200-1500 eurų 11.3 1500-1800 eurų 13.7 1800-2100 eurų 13.9 2100-2400 eurų 6.8 2400 eurų ir daugiau 22.4 Nenurodė 9.5</p>	 <p>Nieko neišleidžia 2.2 iki 20 eurų 8.1 21-40 eurų 10.8 41-60 eurų 8.3 61-80 eurų 14.0 81-100 eurų 4.9 daugiau nei 100 eurų 51.7</p>
Auditorijos struktūra pagal gyvenamąją vietą	
 <p>Senamies ir senoji dalis 28.3 Centras (nuo turgaus iki Kauno g.) 25.3 Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.) 10.1 Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.) 10.7 Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio) 4.8 Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai) 16.0 Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės 4.7</p>	

# Animacijos ir videožaidimų festivalio BLON vertinimai skirtingose socialinėse grupėse

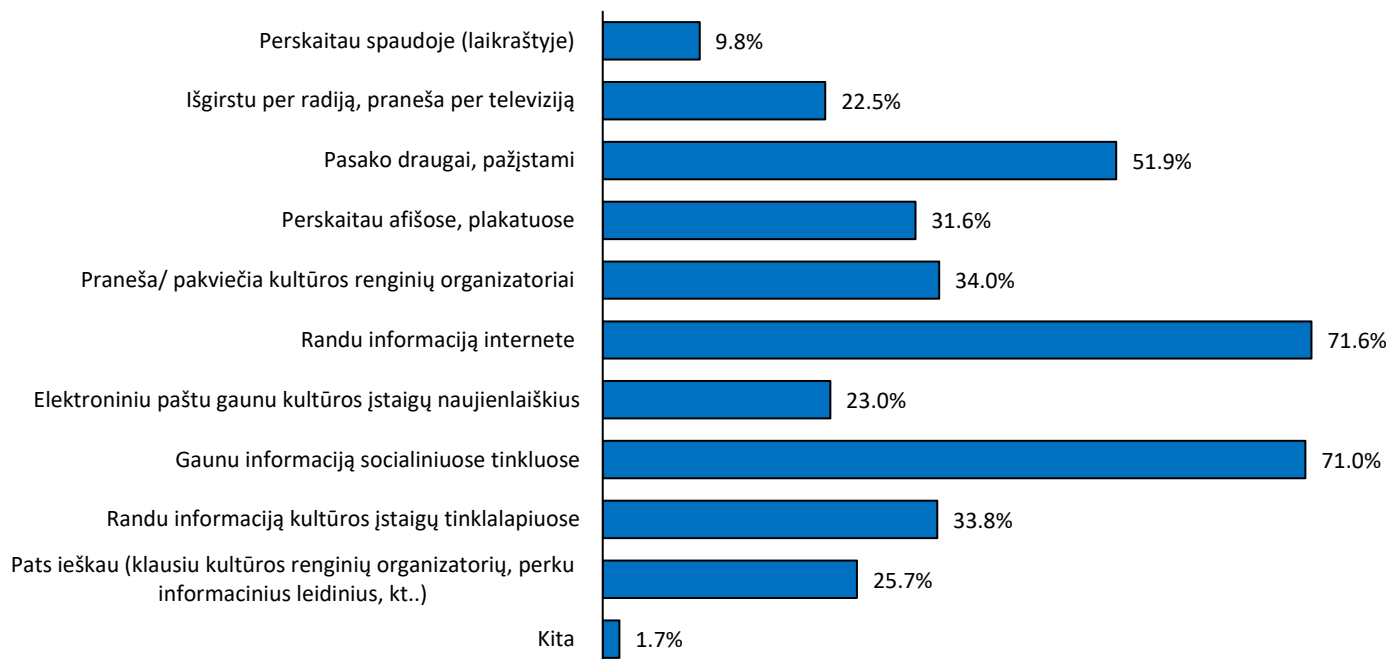
(integruoti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys; nesverti)  
(vidurkis 5 balų skalėje: 1=labai blogai; 5=labai gerai)

Bendras vertinimas (%)	Metodas
<p>0 0 13.3 41.3 45.3</p> <p>Labai blogai Prastai Vidutiniškai Gerai Labai gerai</p>	<p>Interviu 4.14</p> <p>Internetu 4.39</p> <p>Bendras vertinimas 4.32</p>
Socialiniai laisvalaikio profiliai	Kultūros vartojimo spektras
<p>Gamtos mylėtojai 4.73</p> <p>Namisėdos 4.31</p> <p>Kultūros puoselėtojai 4.38</p> <p>Socialumo mėgėjai 4</p>	<p>Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai 4.1</p> <p>Vidutinio spektro pomėgių 4.18</p> <p>Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai) 4.4</p>
Kultūrinis skonis	Gyvenamoji vieta
<p>Trumpalaikės popkultūros vartotojai 4.21</p> <p>Populiarių kultūros formų mėgėjai 4.41</p> <p>Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai 4.26</p>	<p>Senamies ir senoji dalis 4.46</p> <p>Centras (nuo turgaus iki Kauno g.) 4.17</p> <p>Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.) 4.33</p> <p>Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.) 4.33</p> <p>Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Tauralaukio) 4.33</p> <p>Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai) 4</p> <p>Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės 4.5</p>
Pajamų grupės	Grupės, pagal mėnesio išlaidas kultūros reikmėms
<p>iki 600 eurų 4.29</p> <p>600-900 eurų 3.5</p> <p>900-1200 eurų 4</p> <p>1200-1500 eurų 4.27</p> <p>1500-1800 eurų 4.2</p> <p>1800-2100 eurų 4.25</p> <p>2100-2400 eurų 3.67</p> <p>2400 eurų ir daugiau 4.73</p> <p>Nenurodė 4.2</p>	<p>Nieko neišleidžia 4.5</p> <p>iki 20 eurų 4.17</p> <p>21-40 eurų 4.17</p> <p>41-60 eurų 4</p> <p>61-80 eurų 4.33</p> <p>81-100 eurų 4.33</p> <p>daugiau nei 100 eurų 4.37</p>

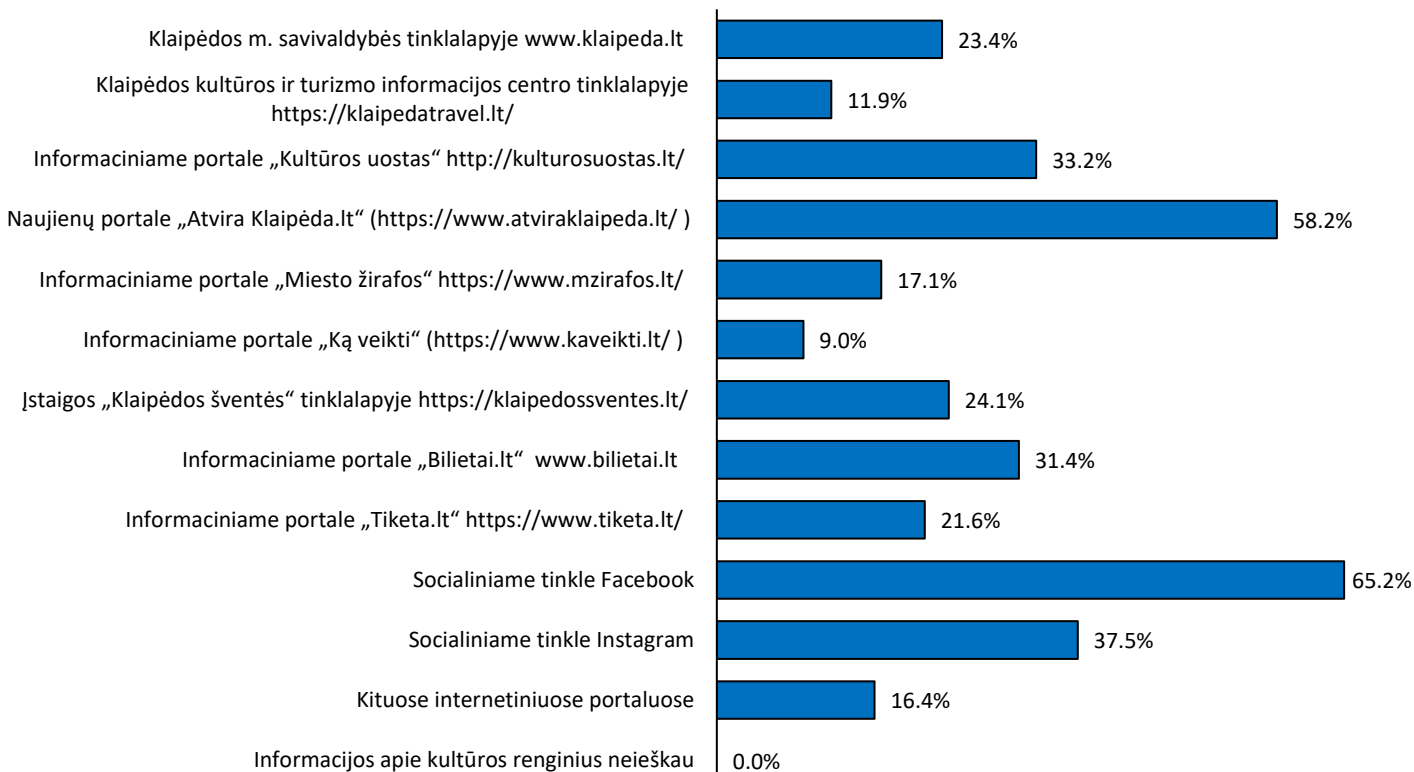
# Komunikacijos kanalai, kuriais dažniausiai naudojami Animacijos ir videožaidimų festivalio BLON lankytojai

(%; svėrti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

## Kaip dažniausiai sužinoma apie kultūros renginius Klaipėdoje?

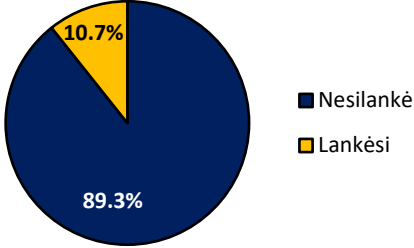
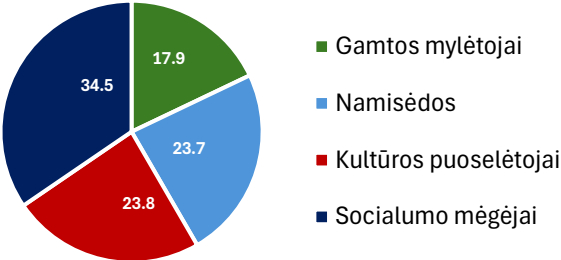
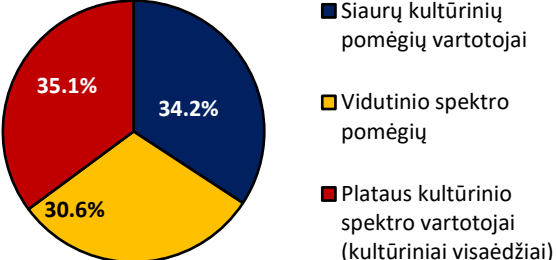
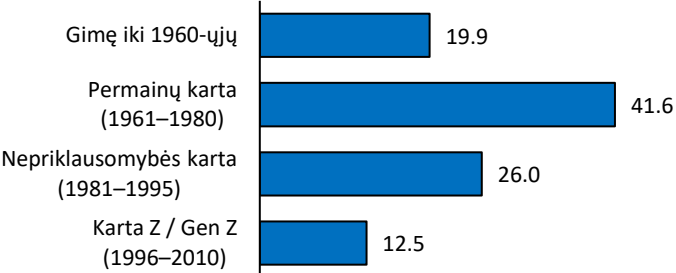
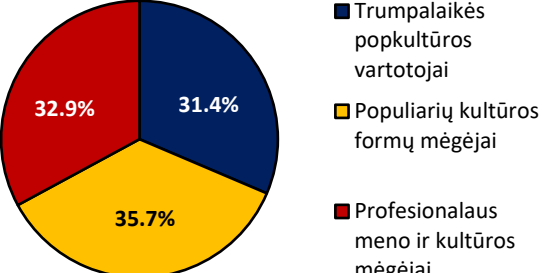
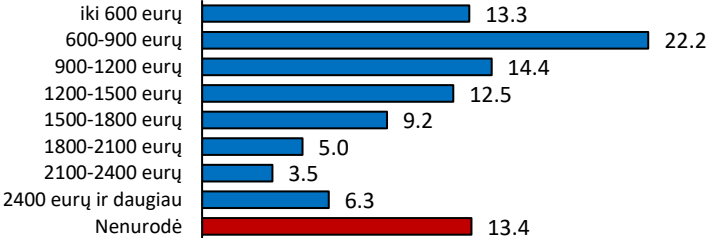
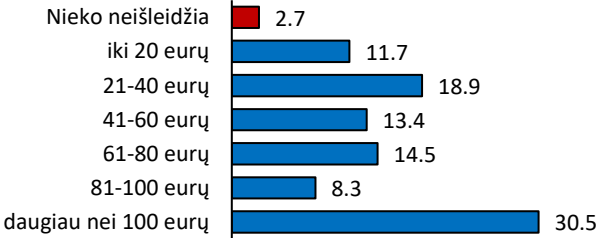
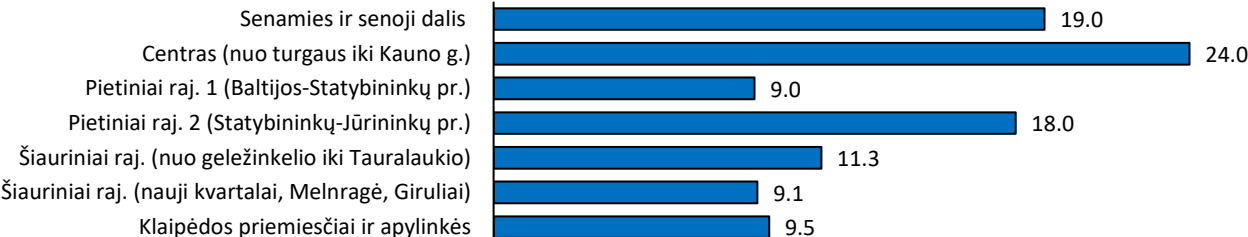


## Kokiuose tinklalapiuose dažniausiai ieškoma informacijos apie kultūros renginius Klaipėdoje?



# Tautinių kultūrų dienos renginių auditorijos struktūra, 2025

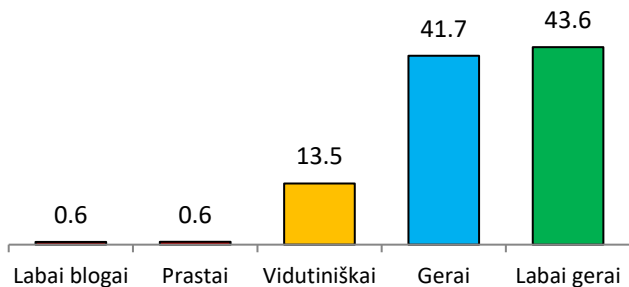
(%; svėrti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

Bendras auditorijos dydis (tik reprezentatyvi apklausa)	Pastabos
 <p>■ Nesilankė ■ Lankėsi</p>	<p>2025 m. gyventojų apklausa vyko balandžio-birželio mėnesiais. Vertinimuose gali atsispindėti nuomonės ir apie 2024 m. renginius.</p>
Auditorijos struktūra pagal laisvalaikio profilius	Auditorijos sudėtis pagal kultūros vartojimo spektrą
 <p>■ Gamtos mylėtojai ■ Namisėdos ■ Kultūros puoselėtojai ■ Socialumo mėgėjai</p>	 <p>■ Siaurų kultūrinių pomėgių vartotojai ■ Vidutinio spektro pomėgių ■ Plataus kultūrinio spektro vartotojai (kultūriniai visaėdžiai)</p>
Auditorijos amžiaus struktūra	Auditorijos sudėtis pagal kultūrinį skonį
 <p>Gimę iki 1960-ųjų 19.9 Permainų karta (1961–1980) 41.6 Nepriklausomybės karta (1981–1995) 26.0 Karta Z / Gen Z (1996–2010) 12.5</p>	 <p>■ Trumpalaikės popkultūros vartotojai ■ Populiarių kultūros formų mėgėjai ■ Profesionalaus meno ir kultūros mėgėjai</p>
Auditorijos struktūra pagal pajamų grupes	Auditorijos struktūra pagal mėnesio išlaidas kultūrai
 <p>iki 600 eurų 13.3 600-900 eurų 22.2 900-1200 eurų 14.4 1200-1500 eurų 12.5 1500-1800 eurų 9.2 1800-2100 eurų 5.0 2100-2400 eurų 3.5 2400 eurų ir daugiau 6.3 Nenurodė 13.4</p>	 <p>Nieko neišleidžia 2.7 iki 20 eurų 11.7 21-40 eurų 18.9 41-60 eurų 13.4 61-80 eurų 14.5 81-100 eurų 8.3 daugiau nei 100 eurų 30.5</p>
Auditorijos struktūra pagal gyvenamąją vietą	
 <p>Senamies ir senoji dalis 19.0 Centras (nuo turgaus iki Kauno g.) 24.0 Pietiniai raj. 1 (Baltijos-Statybininkų pr.) 9.0 Pietiniai raj. 2 (Statybininkų-Jūrininkų pr.) 18.0 Šiauriniai raj. (nuo geležinkelio iki Turalaukio) 11.3 Šiauriniai raj. (nauji kvartalai, Melnragė, Giruliai) 9.1 Klaipėdos priemiesčiai ir apylinkės 9.5</p>	

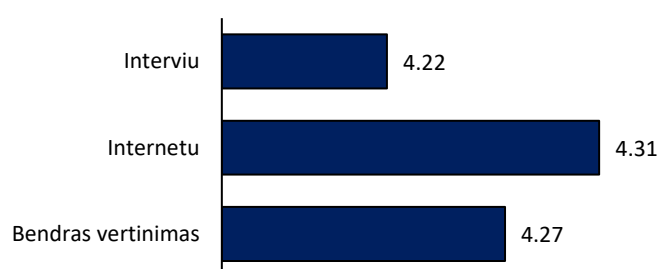
# Tautinių kultūrų dienos renginių vertinimai skirtingose socialinėse grupėse

(integruoti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys; nesverti)  
(vidurkis 5 balų skalėje: 1=labai blogai; 5=labai gerai)

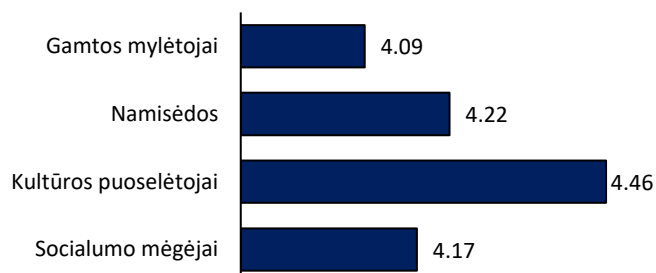
## Bendras vertinimas (%)



## Metodas



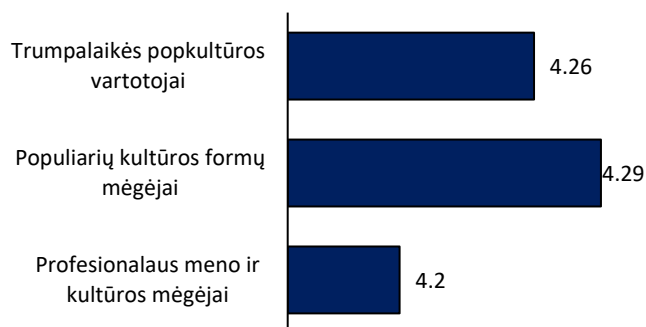
## Socialiniai laisvalaikio profiliai



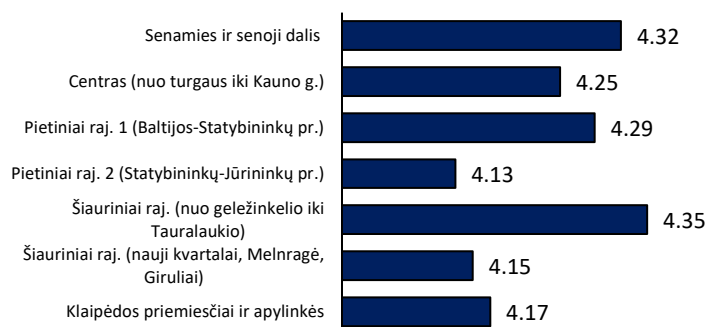
## Kultūros vartojimo spektras



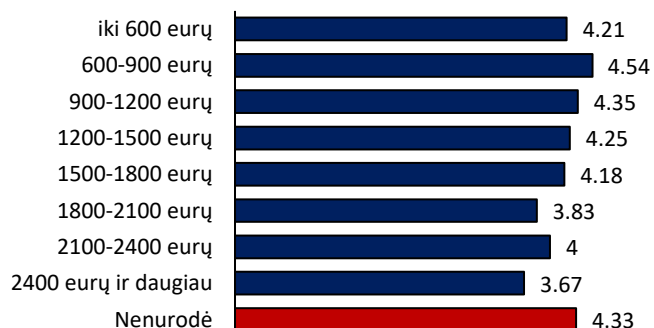
## Kultūrinis skonis



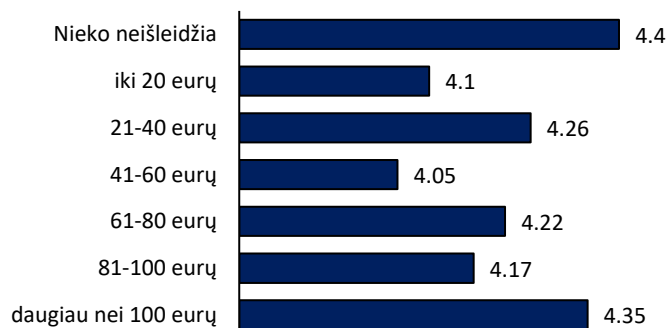
## Gyvenamoji vieta



## Pajamų grupės



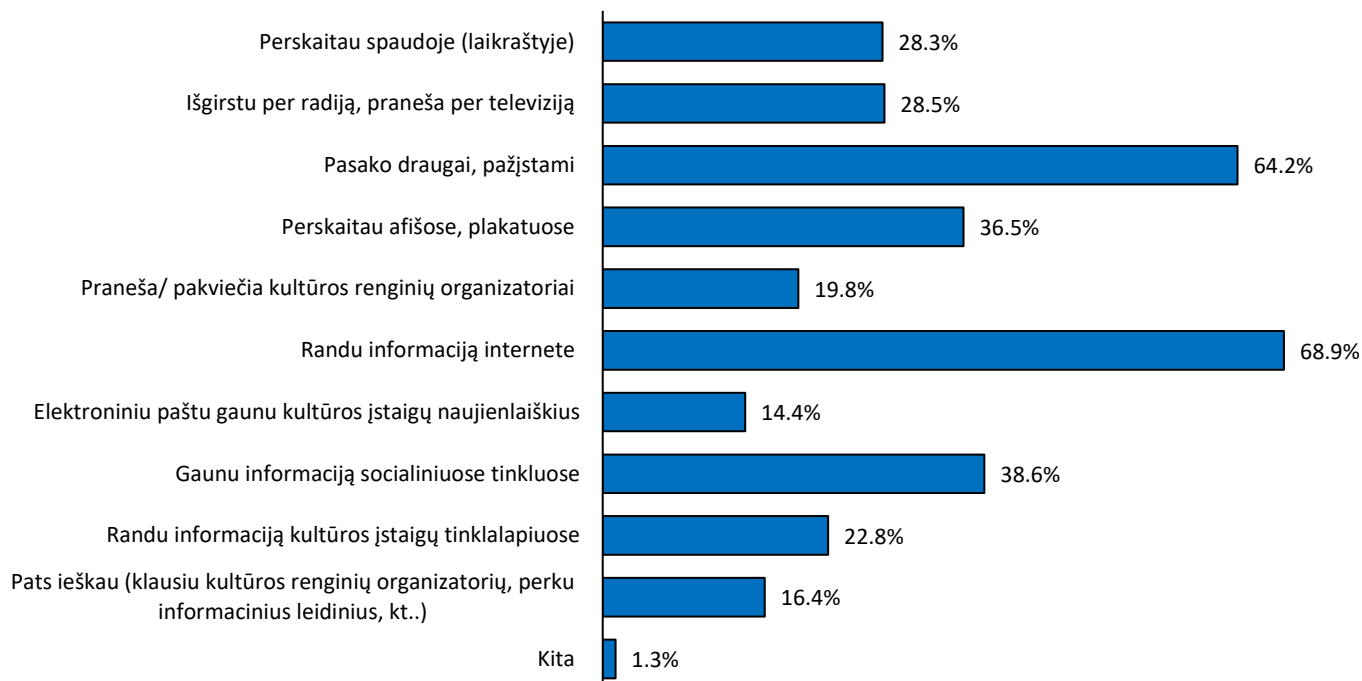
## Grupės, pagal mėnesio išlaidas kultūros reikmėms



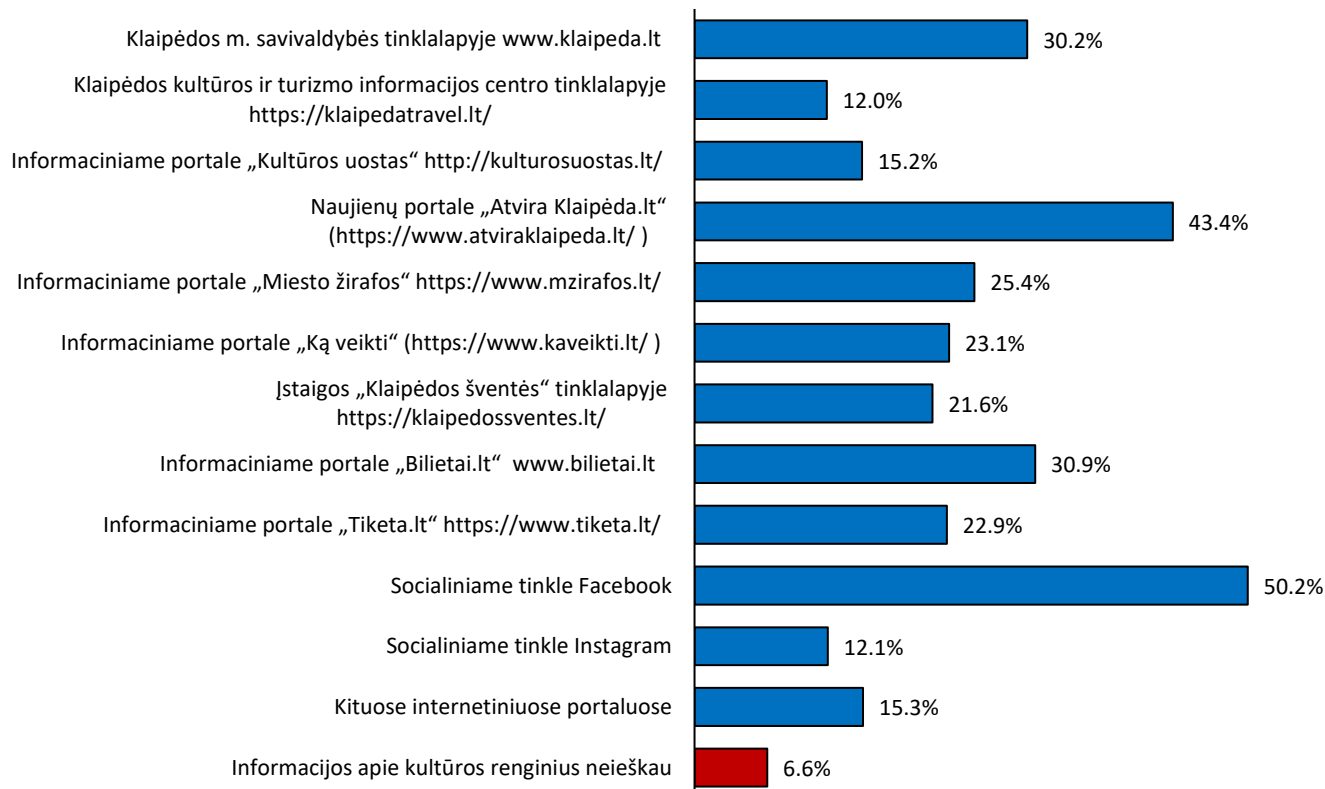
## Komunikacijos kanalai, kuriais dažniausiai naudojami Tautinių kultūrų dienos renginių lankytojai

(%; svėrti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

### Kaip dažniausiai sužinoma apie kultūros renginius Klaipėdoje?



### Kokiuose tinklalapiuose dažniausiai ieškoma informacijos apie kultūros renginius Klaipėdoje?

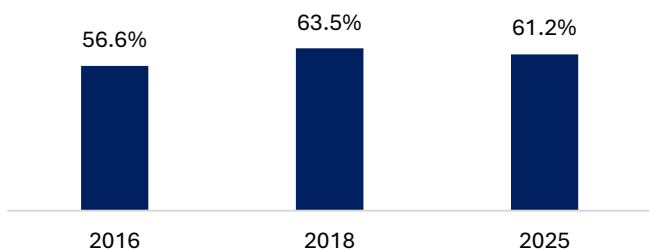


# Kalėdinių-naujametinių renginių auditorijos struktūra, 2025

(%; svėrti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

## Bendras auditorijos dydis: dinamika 2016-2025

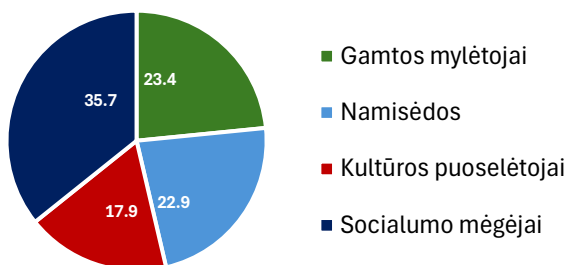
(kokia dalis apsilankė per paskutinius 12 mėn.; tik reprezentatyvi apklausa)



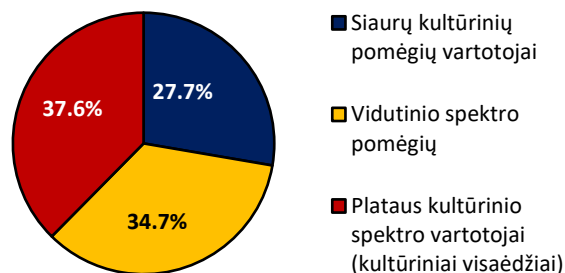
## Pastabos

2025 m. apklausa vyko balandžio-birželio mėnesiais. Čia pateikti vertinimai atspindi 2024 m. lankytojų struktūrą ir vertinimus.

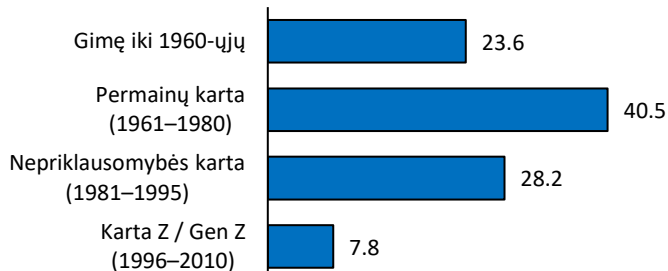
## Auditorijos struktūra pagal laisvalaikio profilius



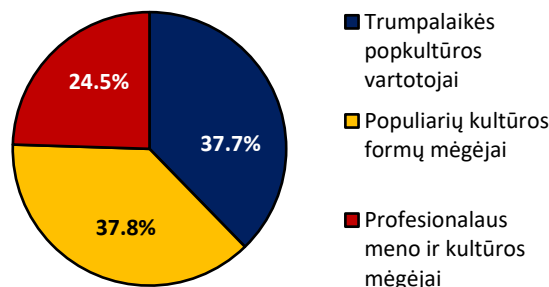
## Auditorijos sudėtis pagal kultūros vartojimo spektrą



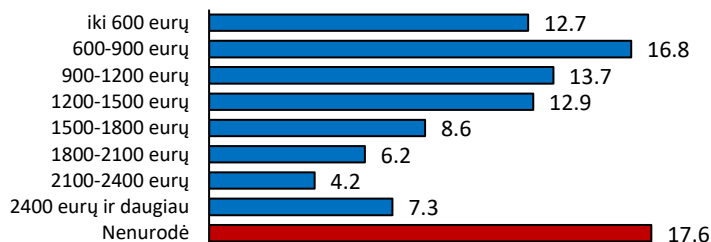
## Auditorijos amžiaus struktūra



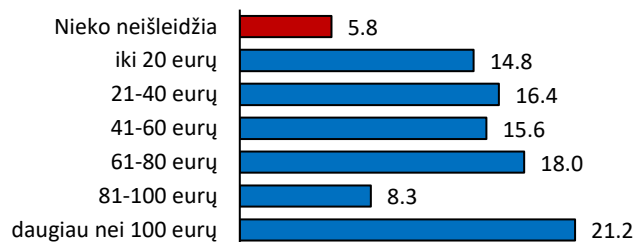
## Auditorijos sudėtis pagal kultūrinį skonį



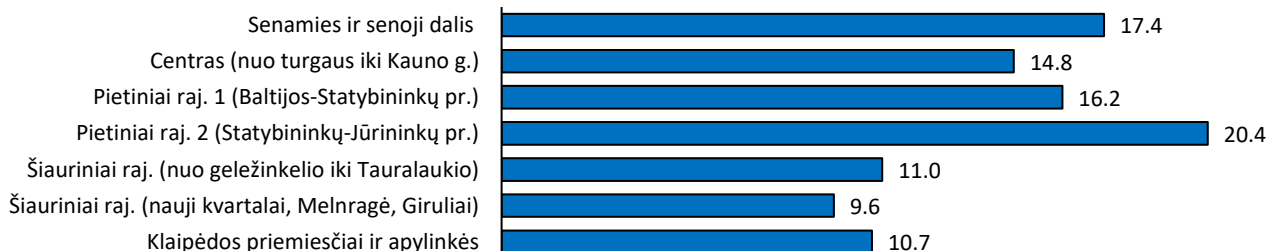
## Auditorijos struktūra pagal pajamų grupes



## Auditorijos struktūra pagal mėnesio išlaidas kultūrai



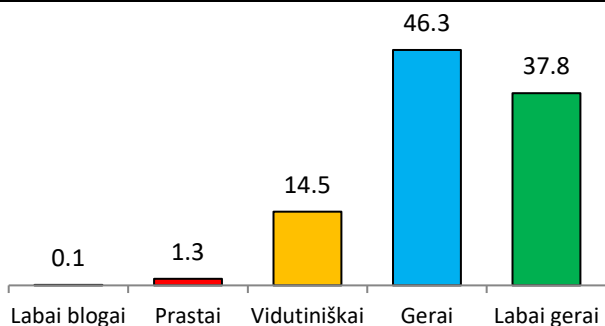
## Auditorijos struktūra pagal gyvenamąją vietą



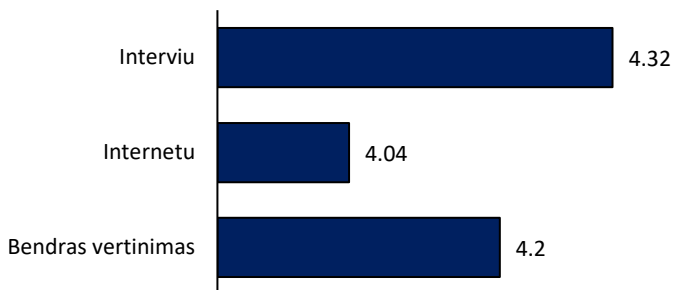
# Kalėdinių-naujametinių renginių vertinimai skirtingose socialinėse grupėse

(integruoti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys; nesverti)  
(vidurkis 5 balų skalėje: 1=labai blogai; 5=labai gerai)

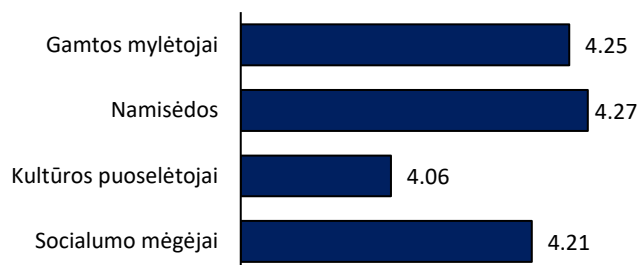
## Bendras vertinimas (%)



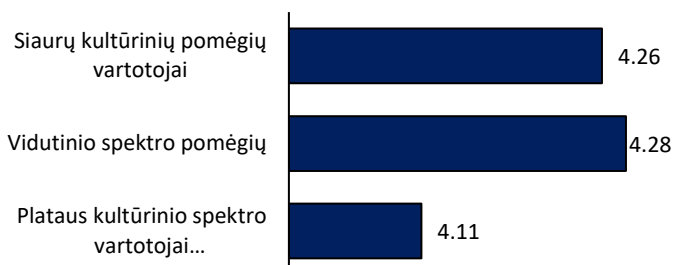
## Metodas



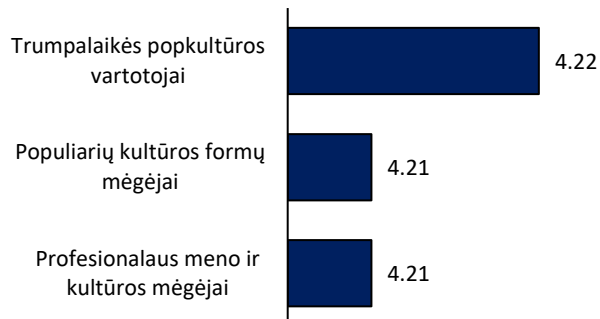
## Socialiniai laisvalaikio profiliai



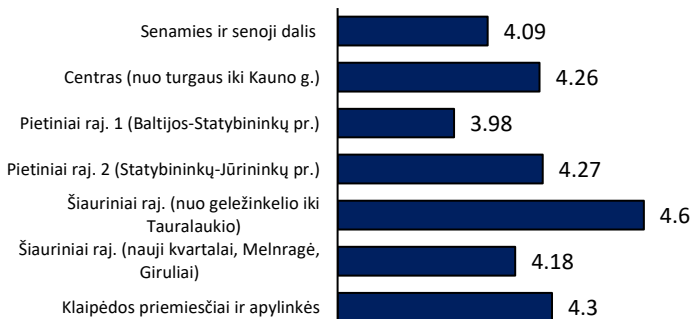
## Kultūros vartojimo spektras



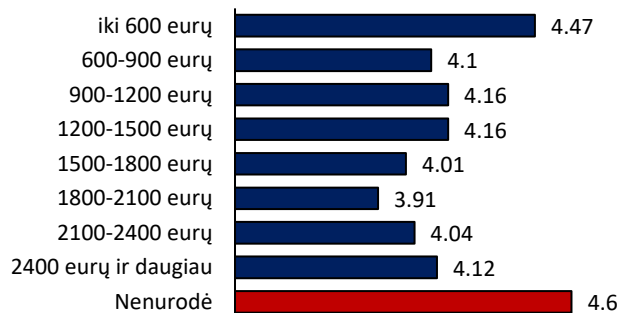
## Kultūrinis skonis



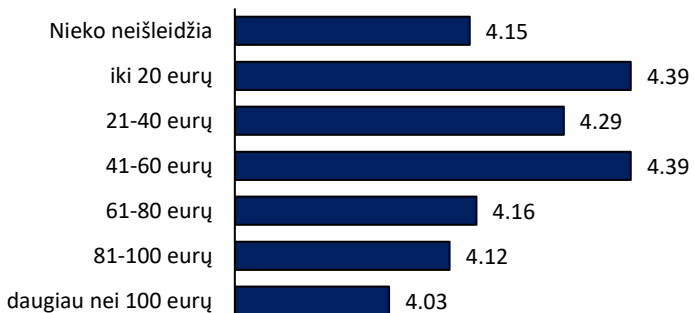
## Gyvenamoji vieta



## Pajamų grupės



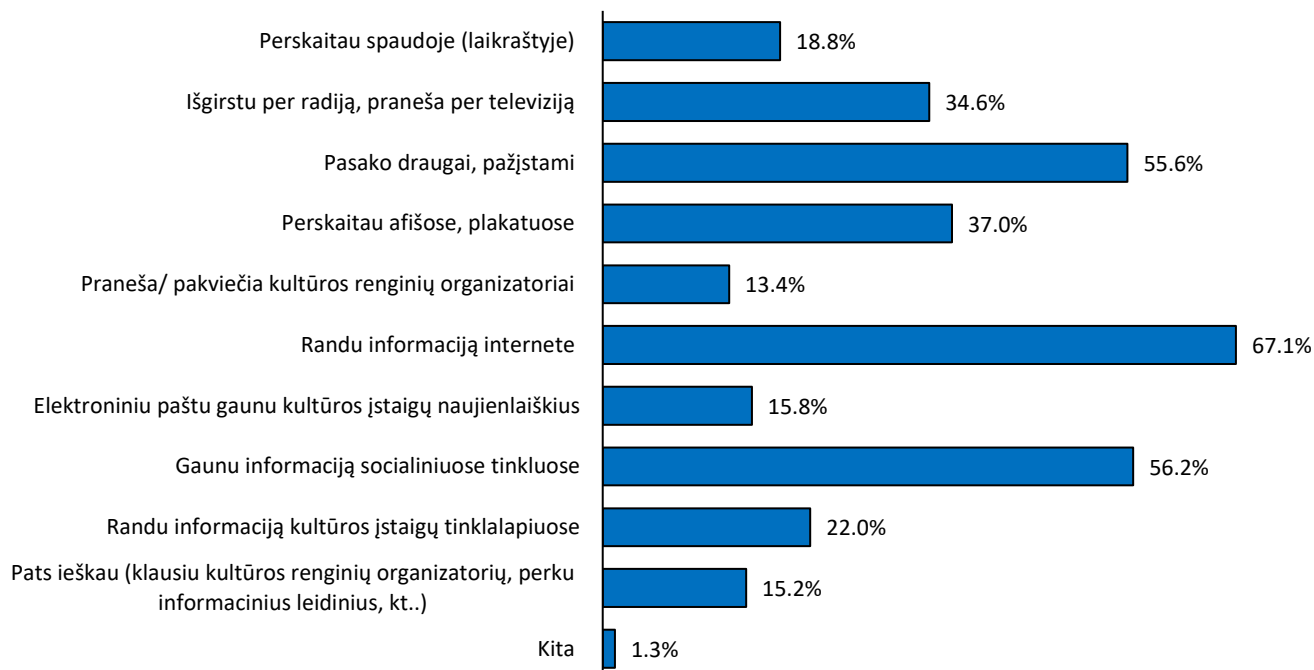
## Grupės, pagal mėnesio išlaidas kultūros reikmėms



## Komunikacijos kanalai, kuriais dažniausiai naudojasi Kalėdinių-naujametinių renginių lankytojai

(%; sverti reprezentatyvios ir internetinės apklausos duomenys)

### Kaip dažniausiai sužinoma apie kultūros renginius Klaipėdoje?



### Kokiuose tinklalapiuose dažniausiai ieškoma informacijos apie kultūros renginius Klaipėdoje?

