

**STRESZCZENIE WYNIKÓW BADANIA DOTYCZĄCEGO TOŻSAMOŚCI W
RAMACH REALIZACJI ZADAŃ PROJEKTU**

„RATUJMY DOMY PRZYSŁUPOWE”

działania władz w tym zakresie, a prawie co trzeci badany nie ma zdania.

Prawie 70% badanych uważa, że zamieszkiwany przez nich region jest atrakcyjny przyrodniczo, z czego prawie 40% uważa tak zdecydowanie. Poproszeni o wymienienie takich atrakcji wspominają np. Bory Dolnośląskie, Park w Dąbrowie, Górę Polaków, Karkonoski Park Narodowy, jaskinie, lasy, puszcze, Góry Izerskie, Sudety.

Badanych poprosiliśmy także o ocenę atrakcyjności regionu pod względem kulturalnym. Tutaj oceny były znacznie niższe, tylko nieco ponad 21% badanych uznało, że region jest atrakcyjnym pod względem kulturalnym. Co drugi badany był przeciwnego zdania, a ponad 29% nie potrafiło sprecyzować swojego zdania na ten temat. Sporo trudności sprawiło badanym wymienienie atrakcji kulturalnych regionu. Badani bardzo często wymieniali atrakcje przyrodnicze czy zabytki jako atrakcje turystyczne. Niemniej jednak najczęściej padały np. Festiwal Filmów Komedioowych, Galę Folkloru, Muzeum Ziemi czy odpusty.

Poprosiliśmy badanych także o ocenę atrakcyjności regionu pod względem zabytków. Tutaj oceny były znacznie wyższe, niż w przypadku atrakcyjności kulturalnej, choć nieco niższe niż w przypadku atrakcyjności przyrodniczej. Ponad 63% badanych uznało, że ich region jest atrakcyjny pod względem zabytków. Odmiennego zdania było ponad 30% badanych.

Badani mieli także odpowiedzieć jakie inne atrakcje turystyczne regionu znają. Największa znajomość występowała w przypadku Szlaku Cysterskiego (68%), Szlaku Romańskiego (51,8%) oraz Gór Izerskich (48,8%). Znajomość pozostałych atrakcji oscylowała w granicach od 34% do 42%.

WIEDZA NA TEMAT DOMÓW PRZYSŁUPOWYCH

Tylko 28,8% respondentów zapytana czy zna domy przysłupowe odpowiedziała pozytywnie. Tylko 14,5% była w stanie wymienić cechy charakterystyczne tego typu budownictwa. Najczęściej wymieniany był mur pruski, słupy oraz belki. Badani nie znają działań promocyjnych związanych z domami przysłupowymi. Znajomość taką deklaruje ledwie 0,5% badanych, a więc liczba osób znacznie mniejsza niż błąd statystyczny. Ta niewielka liczba osób nie była w stanie wymienić form promocji tej atrakcji. Domy przysłupowe nie są też zbyt wysoko oceniane pod względem atrakcyjności. Tylko niecałe 12% uważa, że jest to atrakcja turystyczna. Ponad 53% jest przeciwnego zdania, a prawie 35% nie ma zdania w tej kwestii. Także niewielka liczba badanych jest za tym, by promować domy przysłupowe jako atrakcję regionu. Uważa tak tylko 12% badanych. Blisko 60% jest przeciwnego zdania, a prawie 29% nie ma zdania.

STOSUNKI POLSKO-NIEMIECKIE NA TERENACH POGRANICZA

Połowa badanych ocenia stosunki łączące miejscową ludność z Niemcami pozytywnie (tj. daje oceny dobre, bardzo dobre oraz celujące). Prawie 16% uważa, że są dostateczne. Pozostałe osoby oceniły stosunki polsko-niemieckie na pograniczu jako mierne lub niedostateczne. Według nieco ponad połowy badanych stosunki z Niemcami powinny być jeszcze bardziej intensywne. Nieco mniejsza, choć także spora grupa (prawie 40%), uważa, że powinny one być mniej intensywne.

PREFERENCJE TURYSTYCZNE

Zapytaliśmy także badanych o ich preferencje turystyczne. Prawie 47% zadeklarowało, że lubi podróżować. Nieco mniej, choć także spora grupa badanych (45%), jest odmiennego zdania, czyli deklaruje, że nie lubi podróżować. Przytłaczająca większość badanych (82,2%) wyjeżdża turystycznie 1-2 razy do roku. Tylko niecałe 13% robi to nieco częściej (3-5 razy do roku), a 5% - 6 i więcej razy w roku. Aż 66% badanych w trakcie podróży zwiedza atrakcje architektury, np. zabytki. Niecała połowa (47,5%) badanych lubi poznawać lokalne zwyczaje w czasie podróży.

Poprosiliśmy o wymienienie najważniejszego źródła, które badani wykorzystują do zdobycia informacji nt. atrakcji turystycznych w odwiedzanych regionach. Trzy źródła są zdecydowanie najpopularniejsze: TV, przewodniki/książki oraz radio. Trochę dziwi mała popularność Internetu (inne badania pokazują jego znaczącą rolę jako wręcz niekiedy podstawowego źródła informacji), ale być może ludność zamieszkująca badane powiaty nie przekonała się jeszcze do tego medium.