



Kultura v Olomouckém kraji: výzkum kulturní participace obyvatel kraje

Listopad 2023

Olomoucký kraj

Jeremenkova 40a

779 00 Olomouc

IČ: 60609460, DIČ: CZ60609460

Dne 30. listopadu 2023

Dovolujeme si Vám předložit analytickou studii, jejíž předmětem je Výzkum kulturní participace obyvatel Olomouckého kraje.

Studie představuje výsledky reprezentativního výzkumu, který byl realizován v říjnu 2023 na reprezentativním vzorku 500 respondentů z celého Olomouckého kraje. Dotazník byl formulován ve spolupráci se zástupci krajské politické reprezentace a odboru sportu, kultury a památkové péče KÚ Olomouckého kraje. Cílem dotazníku bylo zjistit úroveň účasti obyvatel na kulturních službách na území Olomouckého kraje, včetně jejich spokojenosti s kulturními organizacemi a kulturními akcemi, které kraj dlouhodobě podporuje, dále byly součástí také otázky na dostupnost kultury, otázky na aktivní uměleckou činnost a kulturní angažovanost obyvatel kraje či výdaje domácností na kulturu.

Pevně věříme, že Vám tato analýza poskytne užitečné informace a bude hodnotným podkladem pro Vaši další činnost. V případě Vašeho zájmu jsme připraveni Vám nabídnout asistenci při používání zpracovaného materiálu či v rámci případné budoucí spolupráce.

S pozdravem

Tereza Raabová, Ondřej Špaček

Economic Impact Art s.r.o.

Obsah studie:

Představení výzkumu	4
Oddíl 1: Úvodní část dotazníku	7
Oddíl 2: Kulturní služby a infrastruktura	16
Oddíl 3: Příspěvkové organizace	20
Oddíl 4: Kulturní akce v Olomouckém kraji	33
Oddíl 5: Informovanost, dostupnost	38
Oddíl 6: Vlastní umělecká a kulturní angažovanost	46
Doporučení k rozvoji kultury	51

Představení výzkumu

Základní informace o výzkumu

Výzkum byl zadán odborem sportu, kultury a památkové péče KÚ Olomouckého kraje za účelem zmapování postojů a chování obyvatel Olomouckého kraje v oblasti kultury. Cílem průzkumu bylo získat co možná nejkomplexnější obraz toho, jak veřejnost v Olomouckém kraji vnímá oblast kultury, a získat tak podklad pro další rozvoj kultury v kraji.

Dotazník byl formulován ve spolupráci se zástupci krajské politické reprezentace a odboru sportu, kultury a památkové péče KÚ Olomouckého kraje. V říjnu 2023 byl dotazník distribuován pomocí výzkumné agentury a vyplněn **reprezentativní skupinou (panelem) 500 respondentů** dle kvót přibližně odpovídajících rozložení populace celého Olomouckého kraje. Díky výběru respondentů pomocí agentury víme následující charakteristiky dotázaných: pohlaví, věk, vzdělání, velikost místa bydliště, počet členů domácnosti a počet dětí, čistý příjem osobní, čistý příjem domácnosti, rodinný stav a ekonomická aktivita.

Dotazník byl členěn do několika částí:

Oddíl 1: Úvodní část dotazníku

Oddíl 2: Kulturní služby a infrastruktura

Oddíl 3: Příspěvkové organizace

Oddíl 4: Kulturní akce v Olomouckém kraji

Oddíl 5: Informovanost, dostupnost

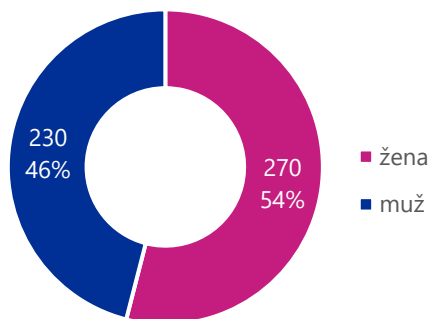
Oddíl 6: Vlastní umělecká a kulturní angažovanost

Průzkum může soužit také jako podklad pro kulturní příspěvkové organizace a akce dlouhodobě podporované Olomouckým krajem, nicméně pro hlubší analýzu spokojenosti a kvality jejich služeb by bylo vhodné zajistit výzkum přímo mezi návštěvníky konkrétních organizací a akcí.

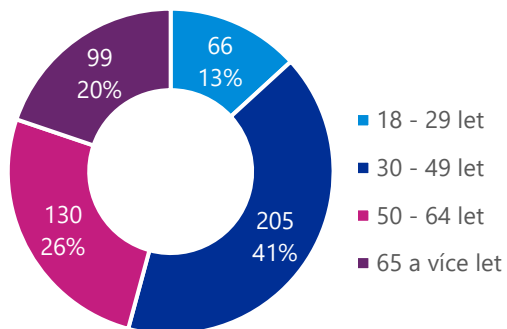
Profil respondentů (1/2)

Na této a další straně uvádíme charakteristiku panelu respondentů, kteří vyplnili dotazník. Jedná se o 500 dotazovaných vybraných přibližně podle struktury obyvatel Olomouckého kraje

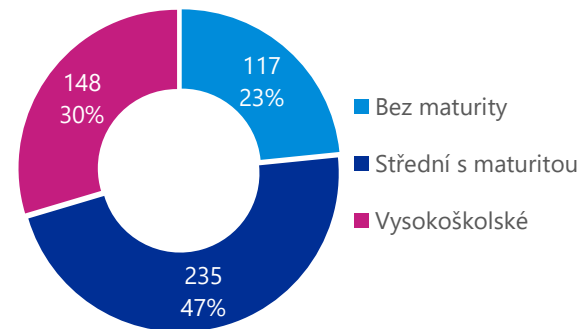
Pohlaví



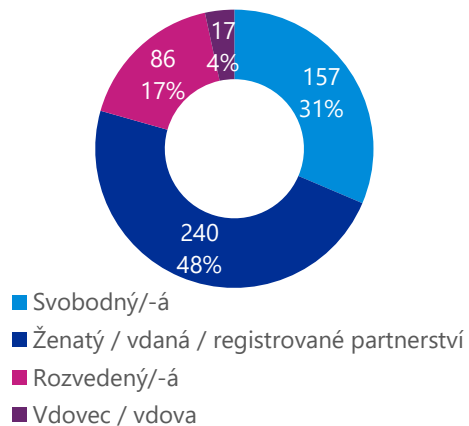
Věková kategorie



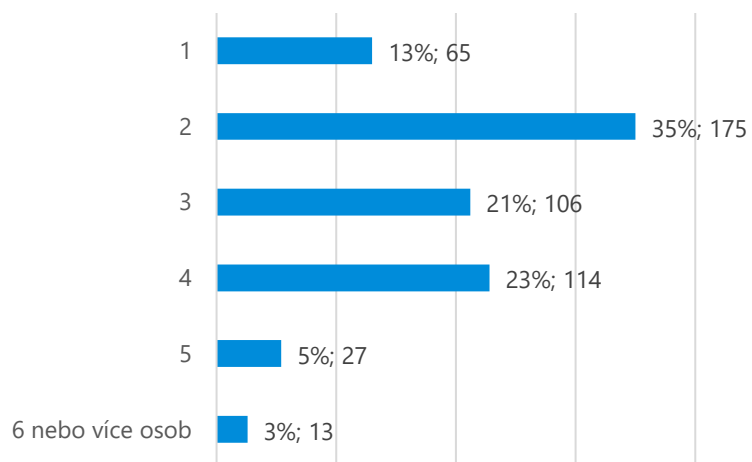
Dosažené vzdělání



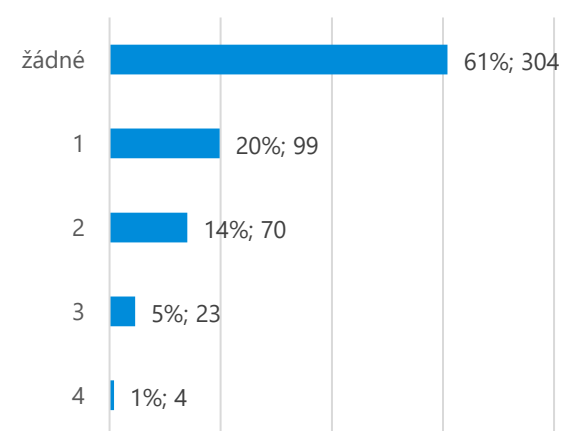
Rodinný stav



Počet členů domácnosti



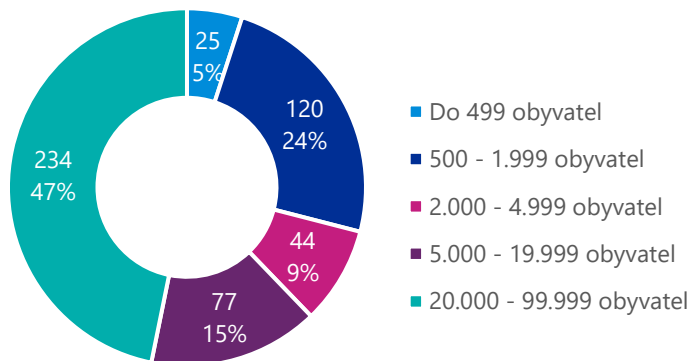
Počet dětí do 18 let



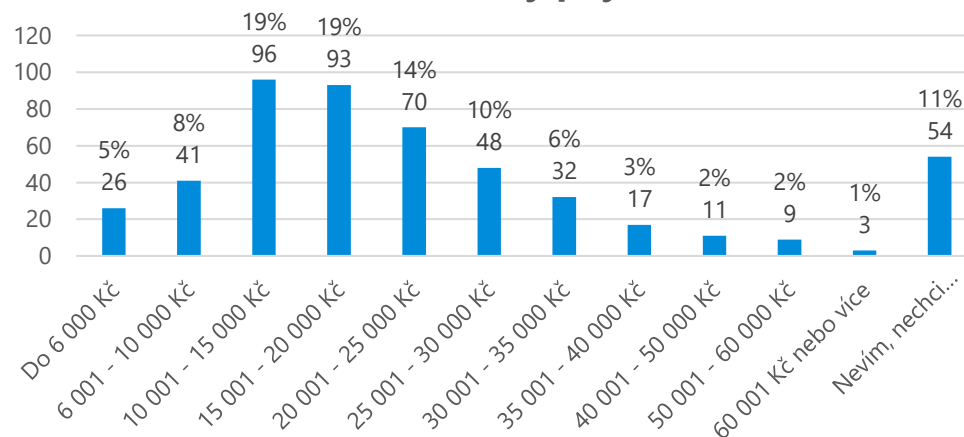
Profil respondentů (2/2)

Zde jsou uvedeny další charakteristiky respondentů - velikost obce, ve které bydlí a ekonomické charakteristiky panelu respondentů.

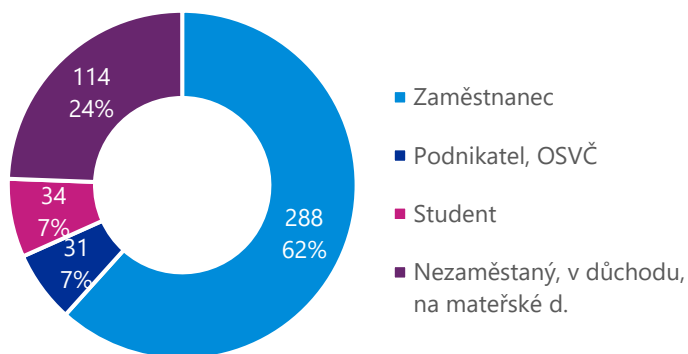
Velikost sídla bydliště



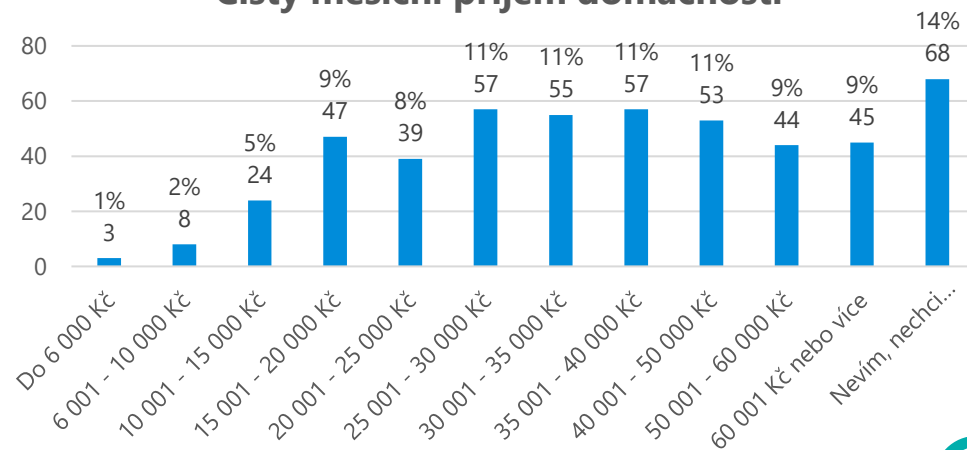
Osobní čistý příjem



Ekonomická aktivita



Čistý měsíční příjem domácnosti



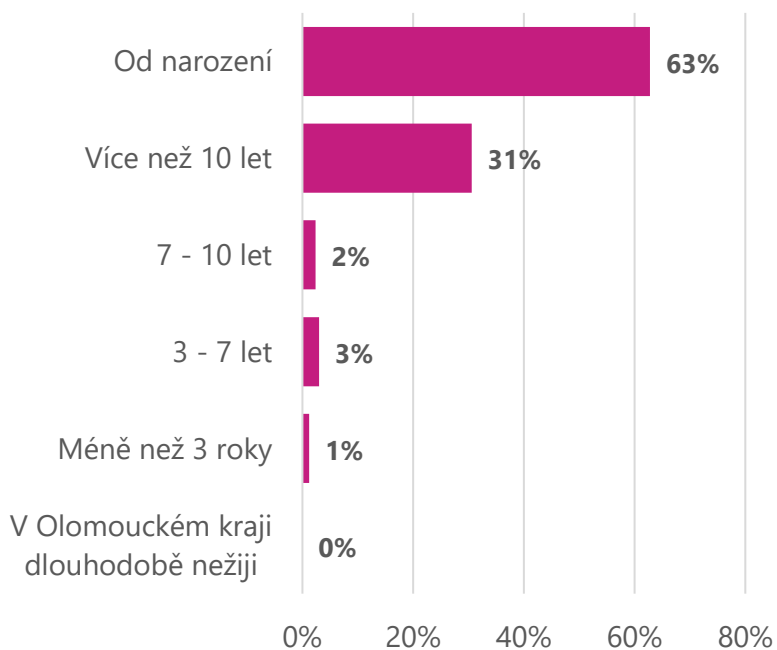
Oddíl 1: Úvodní část dotazníku

Profil respondentů

Na další relevantní otázky týkající se profilu respondentů jsme se doptali přímo v dotazníku. V rámci dotazníkového šetření byli respondenti tázáni na dobu, kterou žijí v Olomouckém kraji. Přibližně dvě třetiny respondentů (63 %) uvedly, že žijí v Olomouckém kraji od narození. Téměř třetina respondentů (31 %) žije na území kraje více než 10 let. Méně než 10 let žije v Olomouckém kraji jen 6 % respondentů. Nejvíce respondentů (37 %) uvedlo, že bydlí v rámci ORP Olomouc, dále 15 % žije v ORP Přerov a 12 % žije v ORP Prostějov. Nejvíce respondentů je přirozeně z ORP, ve kterých se nacházejí větší města a jsou i populačně větší, nejméně respondentů bylo z ORP Lipník nad Bečvou, Mohelnice, Litovel a Konice (vždy 1-2 %).

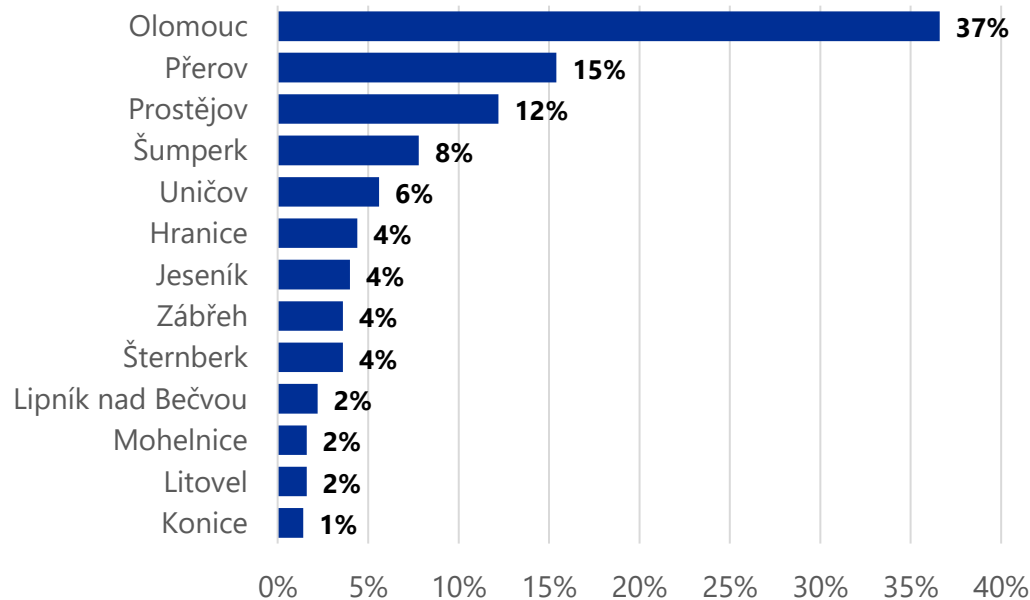
Jak dlouho žijete v Olomouckém kraji?

(N=500)



Uveďte, prosím, na území které obce s rozšířenou působností v Olomouckém kraji bydlíte?

(N=500)

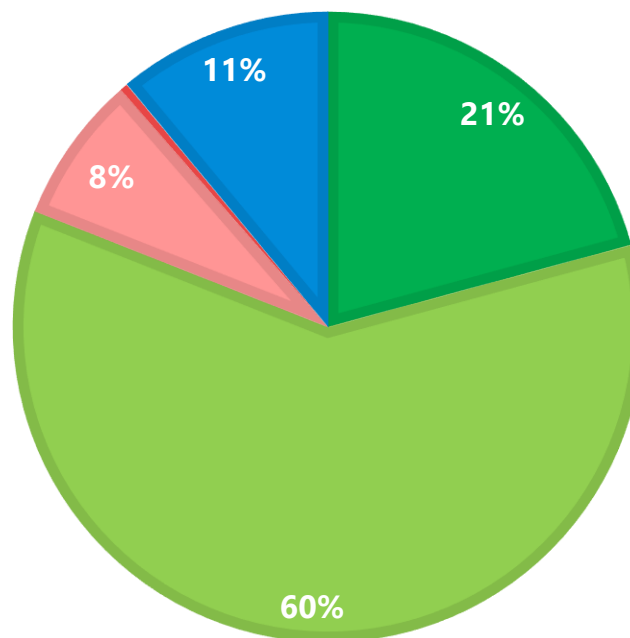


Spokojenost s kulturním vyžitím v celém Olomouckém kraji

Většina respondentů (81 %) je spokojena s kulturním vyžitím v rámci kraje: 21 % je velmi spokojeno a 60 % spíše spokojeno. Spíše nespokojených je 8 % respondentů a velmi nespokojený není téměř žádný respondent. Celkově se 11 % respondentů nedokázalo k otázce vyjádřit a posoudit svoji spokojenost s kulturním vyžitím v kraji.

Jak jste spokojeni s kulturním vyžitím v celém Olomouckém kraji?

(N=500)



■ Velmi spokojen/a

■ Spíše spokojen/a

■ Spíše nespokojen/a

■ Velmi nespokojen/a

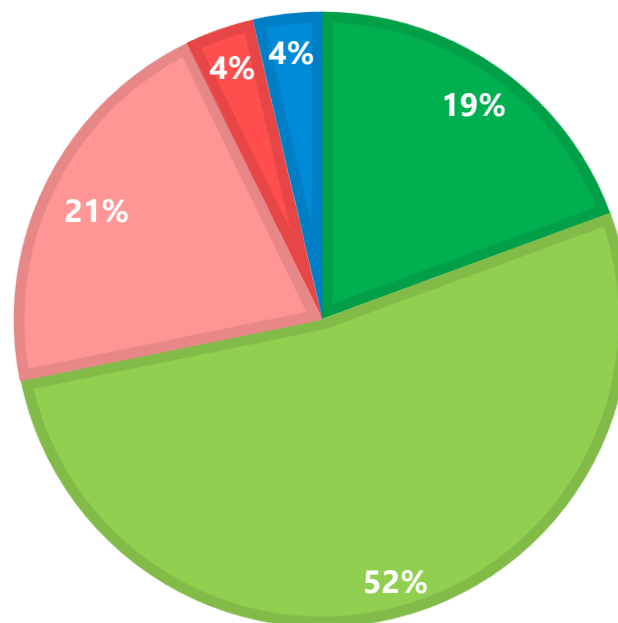
■ Nevím / nedokážu posoudit

Důležitost kulturního a společenského vyžití

Více jak 70 % respondentů považuje možnosti pro kulturní a společenské vyžití za velmi či spíše důležité ve svém životě, přičemž velmi důležité jsou pro 19 % respondentů a spíše důležité pro 52 % respondentů. Za spíše nedůležité je považuje 21 % respondentů a velmi nedůležité jen 4 %. Zbývající 4 % respondentů odpověděly, že to neví či to neumí posoudit.

Jak moc jsou pro vás důležité možnosti pro kulturní a společenské vyžití?

(N=500)



■ Velmi důležité ■ Spíše důležité ■ Spíše nedůležité ■ Velmi nedůležité ■ Nevím / nedokážu posoudit

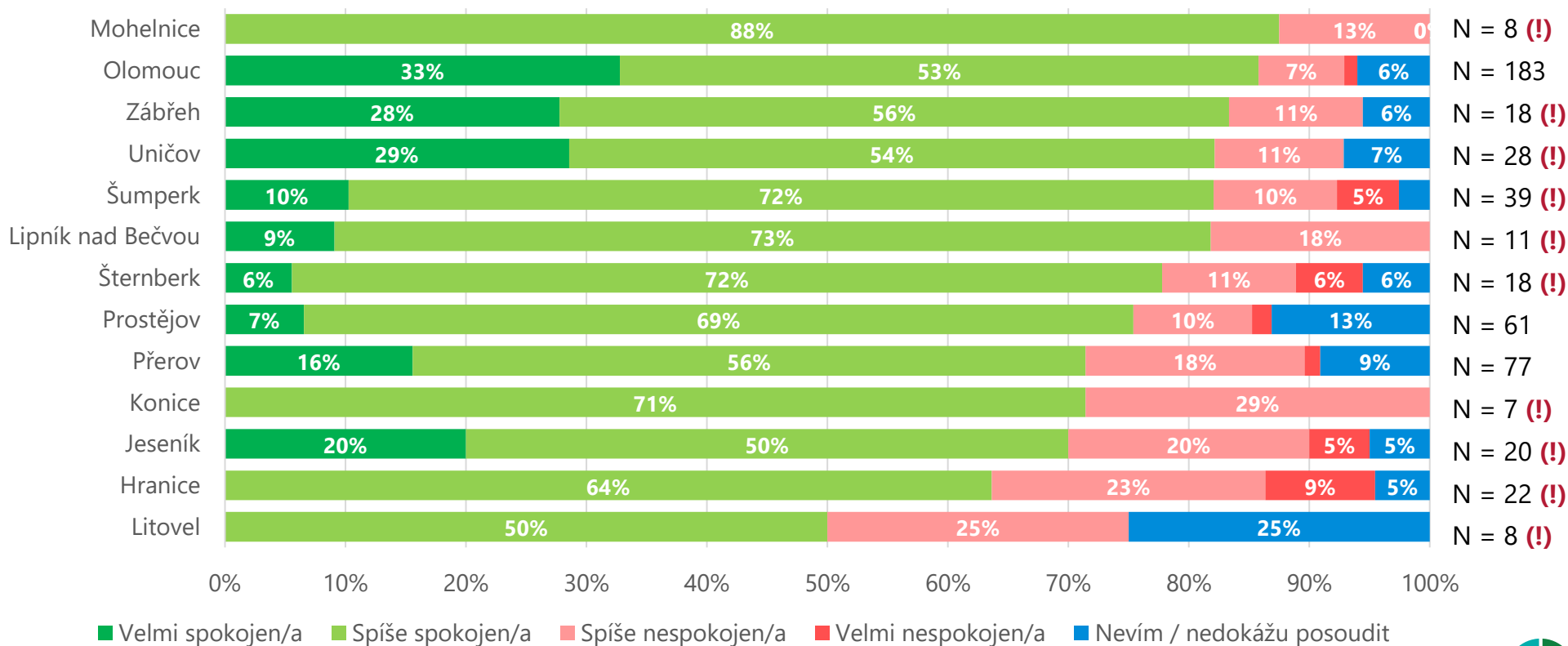
Spokojenost s kulturním vyžitím ve své lokalitě (ORP)

Další otázka zjišťovala spokojenost s kulturním vyžitím v lokalitě bydliště (na území obce s rozšířenou působností), proto je v grafu prezentována podle jednotlivých ORP, avšak zde je potřeba upozornit na nízký počet respondentů v některých méně lidnatých lokalitách, tzn. v takto vysoké míře podrobnosti (ORP) se nejedná o reprezentativní vzorek responsí.

Více než 80% podíl velmi či spíše spokojených obyvatel s kulturním vyžitím mají ORP Olomouc, Mohelnice, Zábřeh, Uničov Šumperk a Lipník nad Bečvou (tj. 6 ze 13 ORP). Na opačném konci skončily **ORP Konice, Jeseník, Hranice a Litovel, kde nejméně 25 % odpovědělo, že je spíše nebo velmi nespokojeno s kulturním vyžitím** v rámci jejich ORP.

Jak jste spokojeni s kulturním vyžitím v uvedené lokalitě (ORP)?

(N=500)

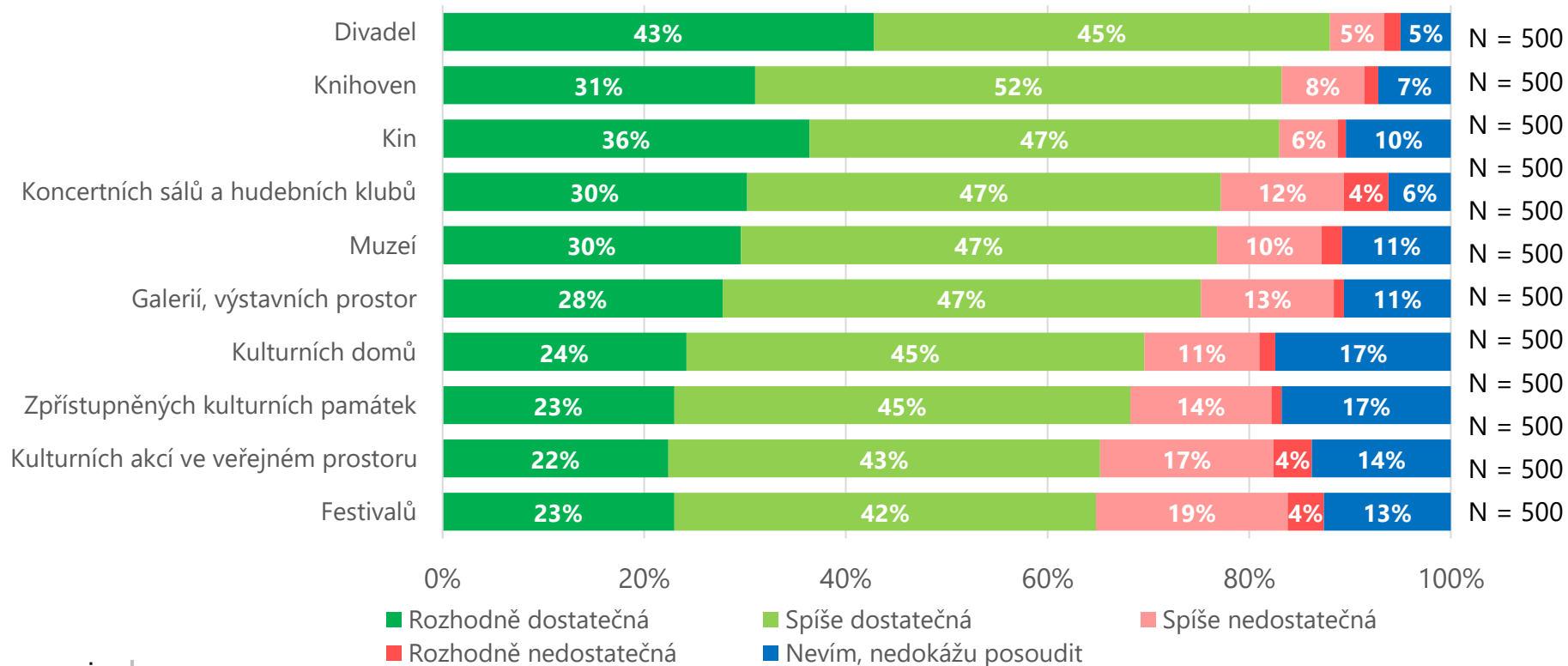


Nabídka kvalitních kulturních akcí v Olomouckém kraji

Většina respondentů si myslí, že nabídka kvalitních kulturních akcí je v rámci kraje dostatečná. Jako rozhodně či spíše dostatečnou hodnotili respondenti nejčastěji nabídku **kvalitních divadelních představení** (43 % ji považuje za rozhodně dostatečnou a 45 % za spíše dostatečnou). Následně nad 80 % respondentů je ještě spokojeno s nabídkou kvalitních **knihoven a kin**. **Nejvíce respondentů je nespokojených s nedostatečnou nabídkou festivalů a kulturních akcí ve veřejném prostoru** (nad 20 %).

Jaká je dle Vašeho názoru v Olomouckém kraji nabídka kvalitních kulturních akcí?

(N=500)

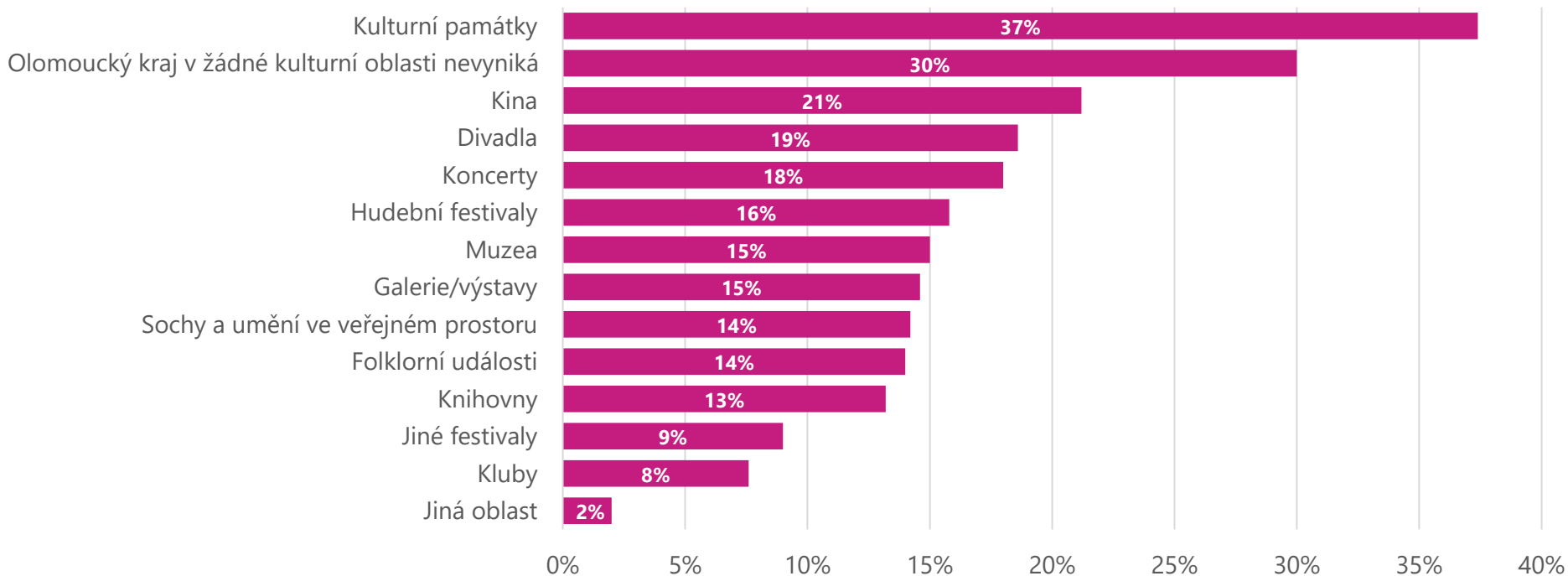


V čem Olomoucký kraj vyniká

Nejvíce respondentů si myslí že Olomoucký kraj vyniká v oblasti **kulturních památek, myslí si to až 37 % tázaných (187 z 500 osob)**. Druhou nejčastější odpovědí bylo, že Olomoucký kraj **v žádné kulturní oblasti nevyniká (30 % respondentů)**. Následně podle respondentů vynikají **kina** (21 % tázaných), **divadla** (19 %) a **koncerty** (18 %). Nejméně respondentů si myslí, že Olomoucký kraj vyniká knihovnami (15 % tázaných), jinými festivaly (9 %) a kluby (8 %). V rámci odpovědi „jiné“ respondenti nejčastěji popisovali přítomnost výstaviště FLORA, někteří zmínili kvalitní nabídku kulturních a venkovních akcí.

Vyniká podle Vás Olomoucký kraj v kulturní oblasti ve srovnání s jinými kraji, které jste navštívil/a? Pokud ano, ve kterých oblastech nejvíce?

(N=500, možnost více odpovědí)



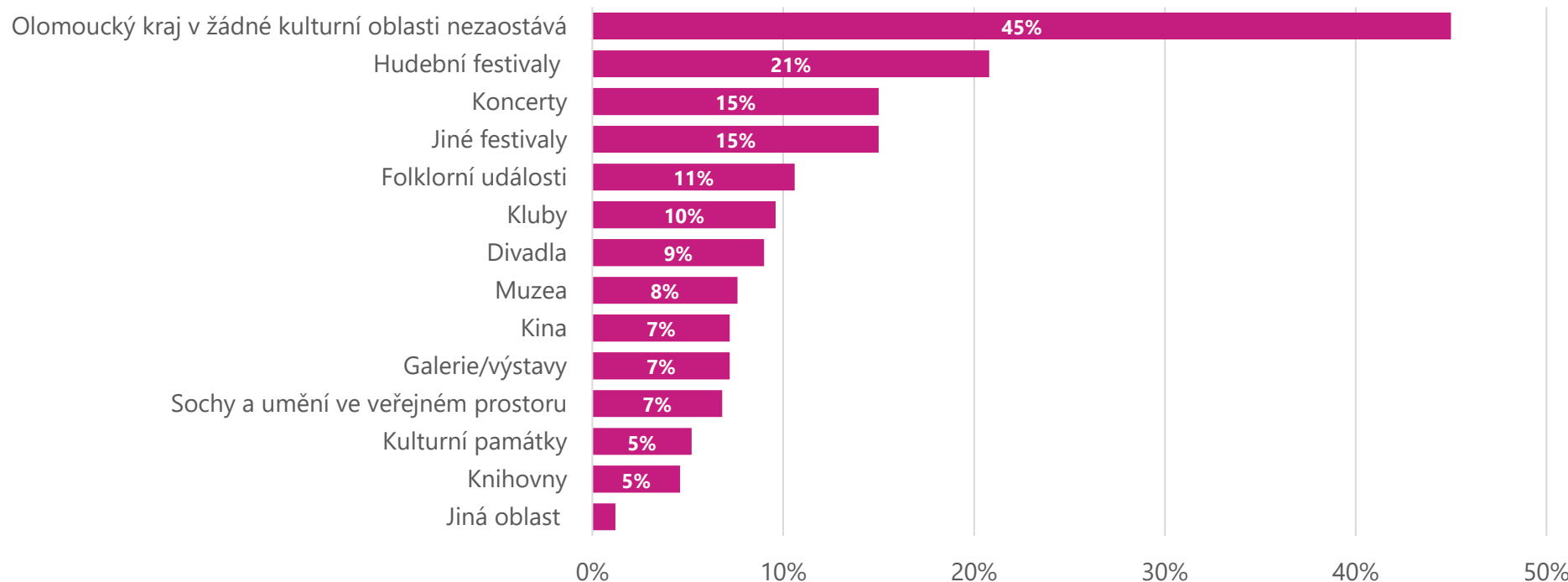
V čem Olomoucký kraj zaostává

Největší část respondentů (**45 % tázaných**) si myslí, že **Olomoucký kraj v žádné kulturní oblasti nezaostává**. Přesto řada z nich uvedla jako zaostávající oblasti **hudební festivaly** (21 % tázaných) a **koncerty** (15 % tázaných) a **jiné festivaly** (15 %) - v rámci jiných festivalů zmiňovali malou různorodost jiných forem kulturního využití a nedostatek gastronomickým festivalů.

Nejméně respondentů vidí jako nedostatečné knihovny a kulturní památky (vždy 5 % tázaných).

Zaostává podle Vás Olomoucký kraj v kulturní oblasti ve srovnání s jinými kraji, které jste navštívil/a? Pokud ano, ve kterých oblastech nejvíce?

(N=500)

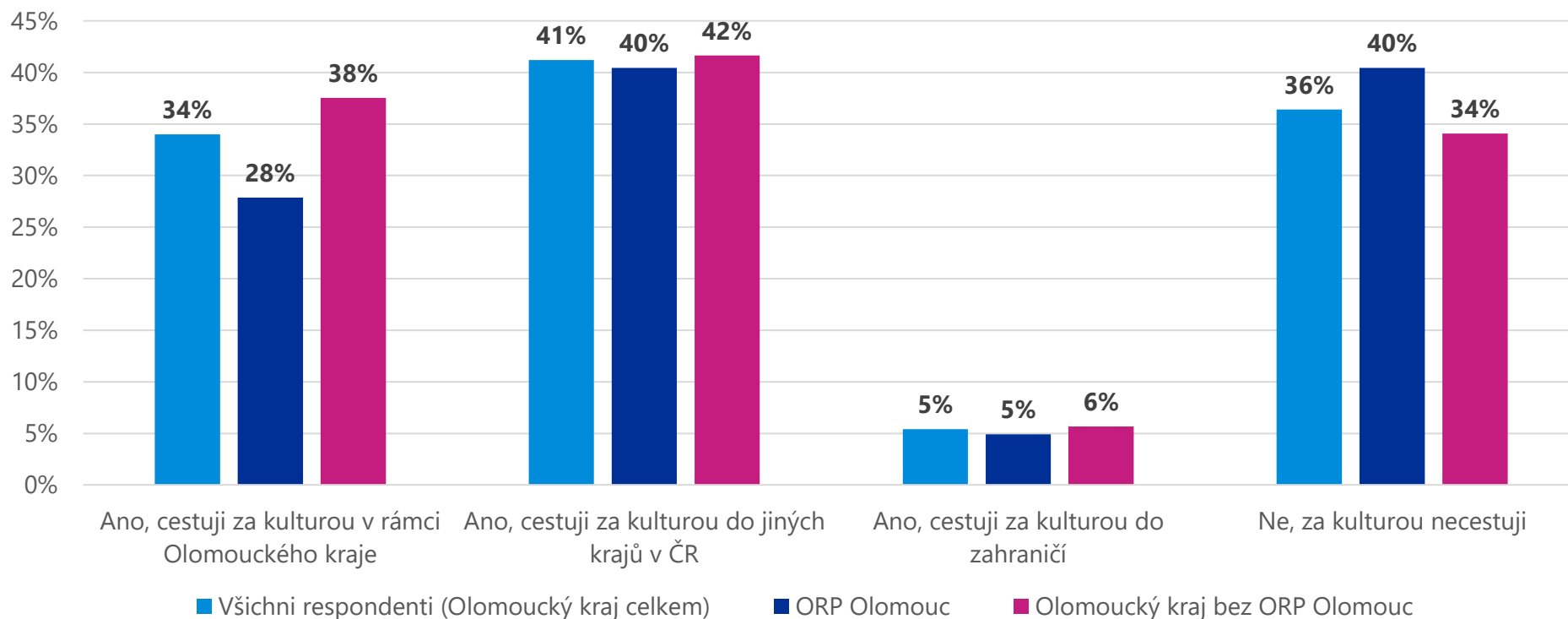


Cestování za kulturou

V rámci zjištění poptávky po kultuře byla zařazena otázka na cestování za kulturou, každý respondent mohl vybrat více možností, zda a kam cestuje za kulturou. **Celkově 36 % respondentů z celého kraje (z 500 respondentů) za kulturou vůbec necestuje.** Naopak **34 % cestuje za kulturou v rámci Olomouckého kraje, 41 % cestuje za kulturou do jiných krajů ČR** a cca **5 % dokonce do zahraničí.** Dále se projevuje vyšší kulturní vybavenost a nabídka města Olomouce, což potvrzují odpovědi respondentů z ORP Olomouc, kteří cestují méně za kulturou v rámci kraje (28 % oproti 38 % respondentů z jiných lokalit kraje) a více jich za kulturou necestuje vůbec (40 % oproti 34 % respondentů z jiných lokalit).

Cestujete za kulturou?

(N=500, možnost více odpovědí)



Oddíl 2: Kulturní služby a infrastruktura

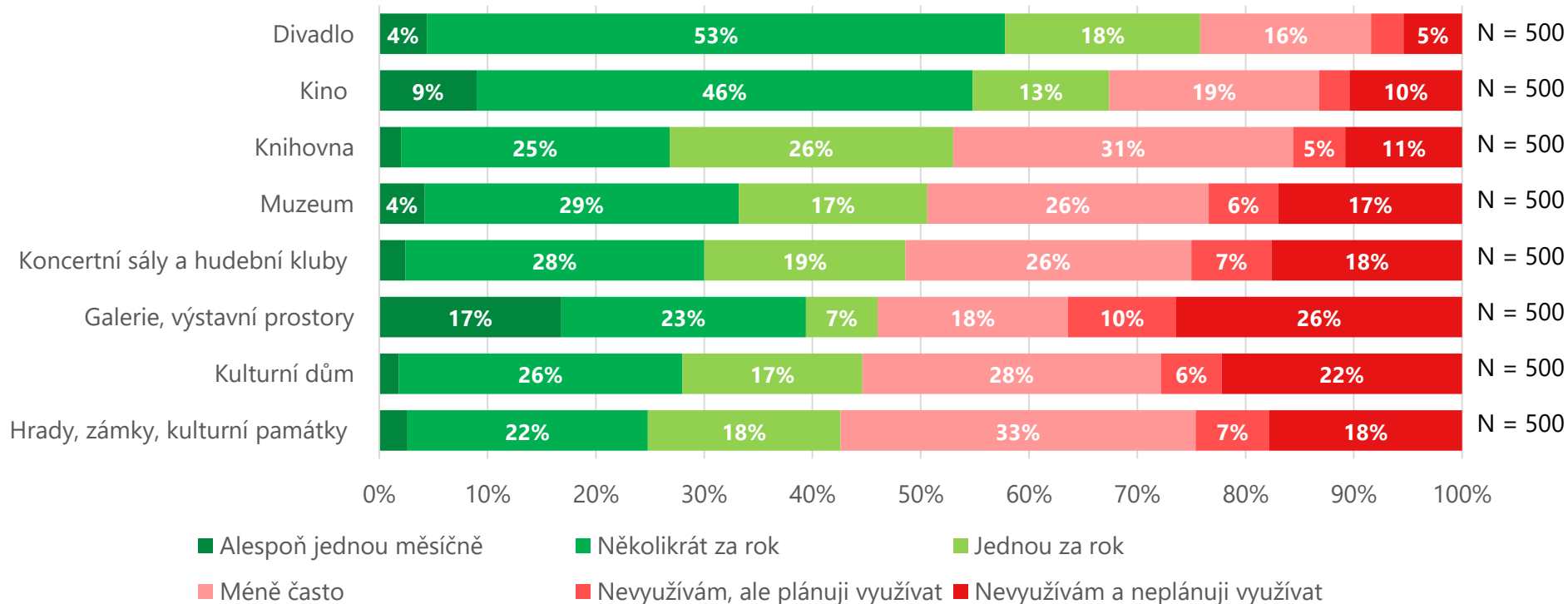
Frekvence návštěvy kulturních zařízení

Graf pro následující otázku byl barevně rozdělen na dvě skupiny: zeleně jsou respondenti kteří využívají daná kulturní zařízení jednou za rok a několikrát za rok, do červena jsou zbarveny podíly respondentů, kteří daná zařízení využívají méně často nebo vůbec.

Pravidelně či několikrát za rok respondenti navštěvují zejména divadla (4 % pravidelně, 53 % několikrát ročně) **a kina** (9 % pravidelně, 46 % několikrát za rok). **Nejvíce respondentů alespoň jednou měsíčně navštěvuje galerie a výstavní prostory** (17 % dotázaných). Paradoxně je zde také nejvíce respondentů (26 %), kteří galerie a výstavní prostory nevyužívají, ani nemají v plánu je využívat; naopak 10 % tázaných galerie nenavštěvuje, ale návštěvu plánuje.

Jak často využíváte následující kulturní zařízení?

(N = 500)

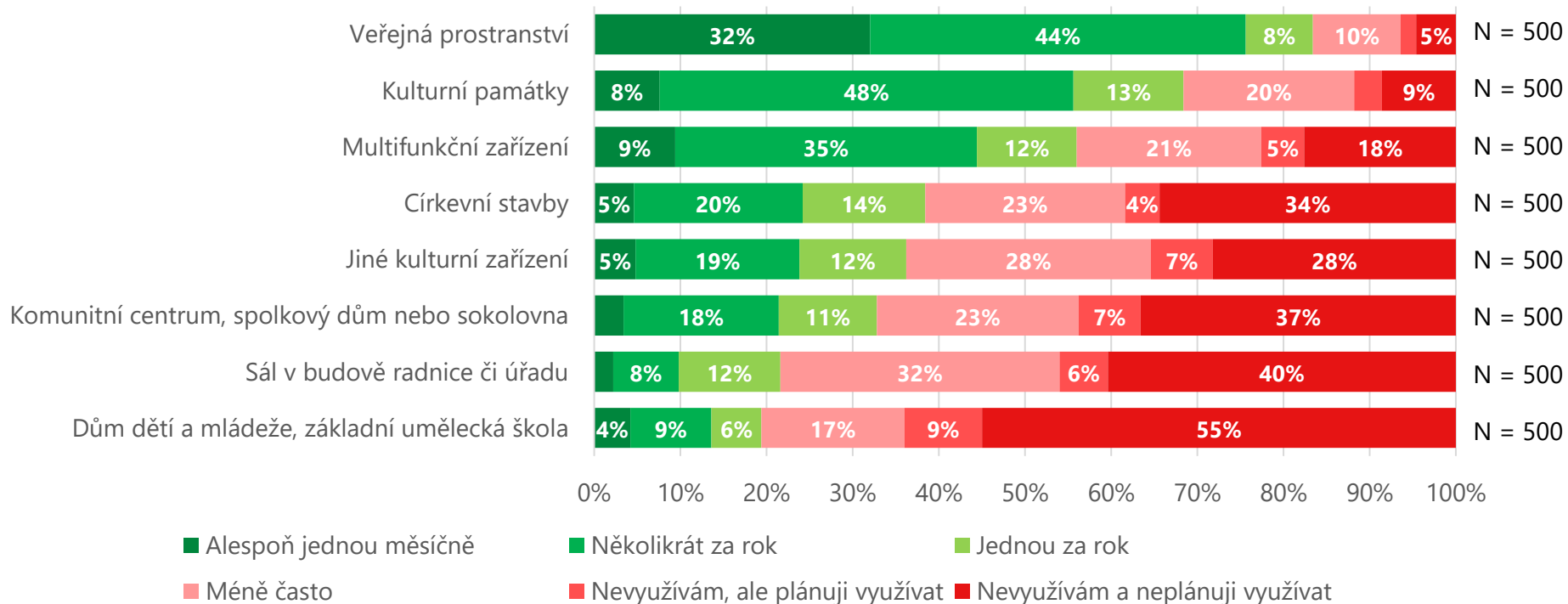


Frekvence návštěvy kulturního programu v dalších místech

Otázka navazuje na předchozí otázku a doptává se na návštěvnost dalších míst, kam lidé chodí za kulturou. Graf je barevně rozdělen na dvě skupiny, zeleně jsou podíly respondentů, kteří využívají daná kulturní zařízení alespoň jednou měsíčně, několikrát za rok nebo jednou za rok (dle součtu těchto skupin je graf seřazen); do červena jsou podíly respondentů, kteří kulturu v daných zařízeních využívají méně často nebo vůbec. Nejvíce respondentů využívá **veřejná prostranství** (jednou či vícekrát za rok 84 % tázaných), **kulturní památky** (69 %) a **multifunkční zařízení** (56 %). Nejvíce respondentů nevyužívá a ani nemá v plánu využívat Dům dětí a mládeže či ZUŠ (55 %).

Jak často navštěvujete jakýkoliv kulturní program v následujících zařízeních a místech?

(N = 500)



Názory respondentů na kulturní vyžití v kraji

Jaká zařízení a místa pro konání kulturních programů Vám ve Vaší lokalitě (ORP) chybí?

Velká část respondentů se vyjádřila, že jim v rámci jejich lokality nechybí žádná místa pro konání kulturních programů a považuje kulturní vybavenosti Olomouckého kraje za dostatečnou. Ze zbývajících odpovědí se pro různá ORP opakovaly velmi různé odpovědi, které je možné shrnout do několika bodů:

- 1. Kino:** Mnoho respondentů zmínilo, že jim v jejich ORP chybí kino nebo amfiteátr, jiní chtěli větší a kvalitnější kina a amfiteátry.
- 2. Divadlo:** Několik lidí vyjádřilo zájem o větší a kvalitnější divadelní sály nebo prostory pro pořádání divadelních představení.
- 3. Venkovní akce:** Část odpovědí zdůrazňovala potřebu více venkovních kulturních akcí, koncertů nebo festivalů.
- 4. Kulturní kluby:** Respondenti zmínili zájem o kulturní kluby ve smyslu místa pro setkávání lidí s podobnými kulturními zájmy.
- 5. Prostory pro děti:** Někteří lidé vyjádřili potřebu prostorů pro děti a prostor pro kulturní aktivity nebo setkání pro rodiče a děti.
- 6. Multifunkční zařízení:** Část respondentů především z menších ORP zmínila potřebu multifunkčních zařízení, která by mohla hostit různé druhy kulturních a společenských událostí, jako příklad uváděli kulturní domy.
- 7. Hudební akce:** Část respondentů by uvítala více hudebních akcí, koncertů nebo klubů ve své lokalitě ORP.

Kdybyste měl/a říci, co by se v oblasti vybavenosti pro kulturní vyžití nebo v oblasti podpory kultury v Olomouckém kraji mělo vybudovat, změnit, udělat jinak, co by to bylo?

Přibližně polovině respondentů v oblasti vybavenosti pro kulturní vyžití v Olomouckém kraji nic nechybí, příp. neví nebo to neumí posoudit. Odpovědi respondentů lze seskupit do několika bodů podle přibližné četnosti:

- 1. Multifunkční haly:** Mnoho respondentů by uvítalo více multifunkčních hal jak pro kulturní, tak i pro sportovní události.
- 2. Opravy kulturních památek:** Část respondentů by uvítala renovaci a zpřístupnění kulturních památek ve svém regionu.
- 3. Různorodost a počet kulturních akcí:** Respondenti vyjádřili také zájem o větší počet a různorodost kulturních akcí, od koncertů a festivalů až po divadelní představení.
- 4. Dostupnost pro všechny:** Několik respondentů zdůraznilo potřebu zajistit dostupnost kulturních akcí pro všechny obyvatele a větší podporu pro méně finančně zabezpečené vrstvy, například ve formě levnějších vstupů na kulturní akce.
- 5. Podpora lokální kultury:** Část respondentů by chtěla vidět větší podporu lokálním kulturním organizacím.
- 6. Zlepšení infrastruktury:** Někteří respondenti uvedli potřebu zlepšení infrastruktury, a to nejen kulturní, ale i další veřejné.
- 7. Rozvoj komunitních center a kulturních domů:** Dotázaní by také uvítali více komunitních center a kulturních domů, které by mohly sloužit jako zázemí pro různé spolky a akce.
- 8. Zájem o vzdělávací akce:** Někteří zmínili zájem o vědecko-naučné akce a kulturně-poznávací zájezdy v rámci kraje.

Oddíl 3: Příspěvkové organizace

Příspěvkové organizace

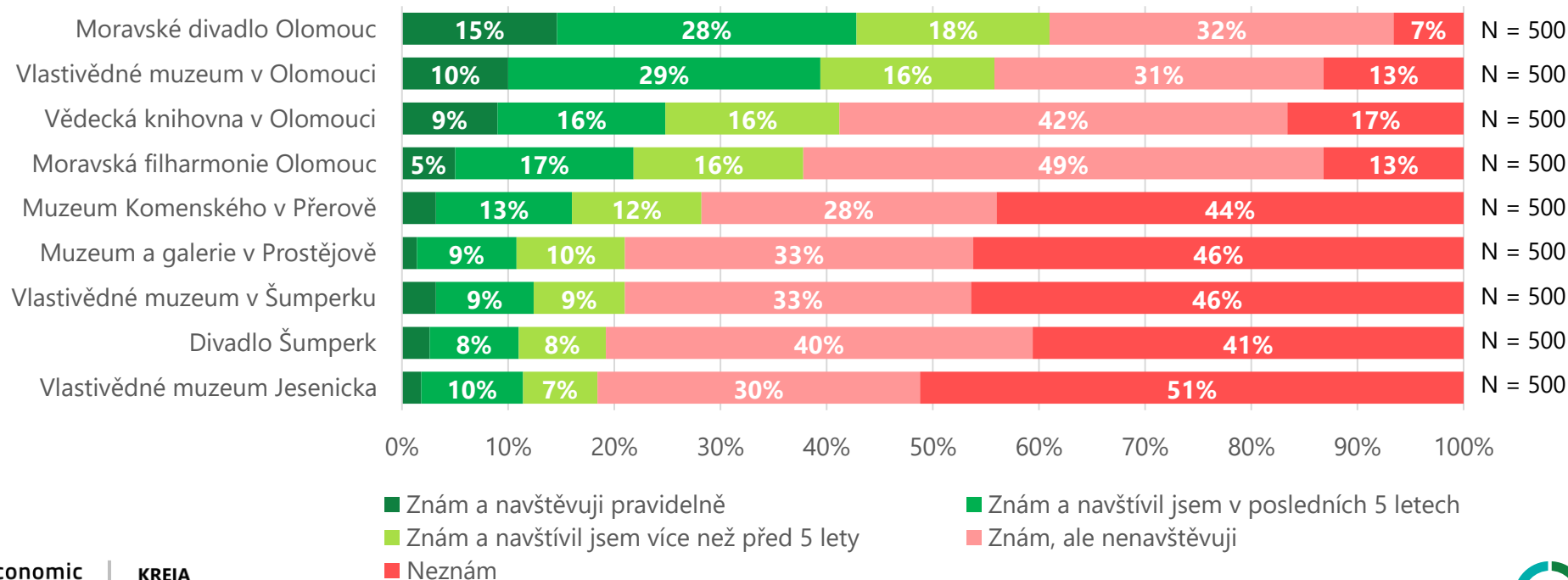
Do tohoto oddílu byly zařazeny otázky na všechny kulturní příspěvkové organizace zřizované Olomouckým krajem a dvě kulturní příspěvkové organizace zřizované statutárním městem Olomouc (Moravské divadlo Olomouc a Moravská filharmonie Olomouc). Graf je řazen podle součtu všech odpovědí prezentujících pozitivní odpovědi současných či dřívějších návštěvníků (zeleně vyznačené odpovědi).

Nejvíce respondentů (93 %) zná Moravské divadlo Olomouc, dále Vlastivědné muzeum v Olomouci a Moravskou filharmonii v Olomouci (obě zná 87 % respondentů), čtvrtá nejznámější je Vědecká knihovna v Olomouci, kterou zná 83 % respondentů. Je zde vidět poměrně **velký rozdíl mezi kulturními organizacemi sídlícími v Olomouci, které zná většina respondentů, a mezi organizacemi sídlícími v ostatních lokalitách kraje**. Mezi těmito organizacemi je nejznámější Divadlo Šumperk (59 % tázaných jej zná).

Pravidelně či alespoň jednou v posledních pěti letech navštívilo nejvíce respondentů Moravské divadlo Olomouc (43 %) a Vlastivědné muzeum Olomouc (39 %), Vědeckou knihovnu Olomouc (25 %) a Moravskou filharmonii Olomouc (22 %). Návštěvníkům jednotlivých organizací byly položeny další otázky na spokojenost s jejich poslední návštěvou a očekávání – viz další strany (řazeno abecedně).

Znáte a navštěvujete některé z následujících kulturních organizací?

(N=500)

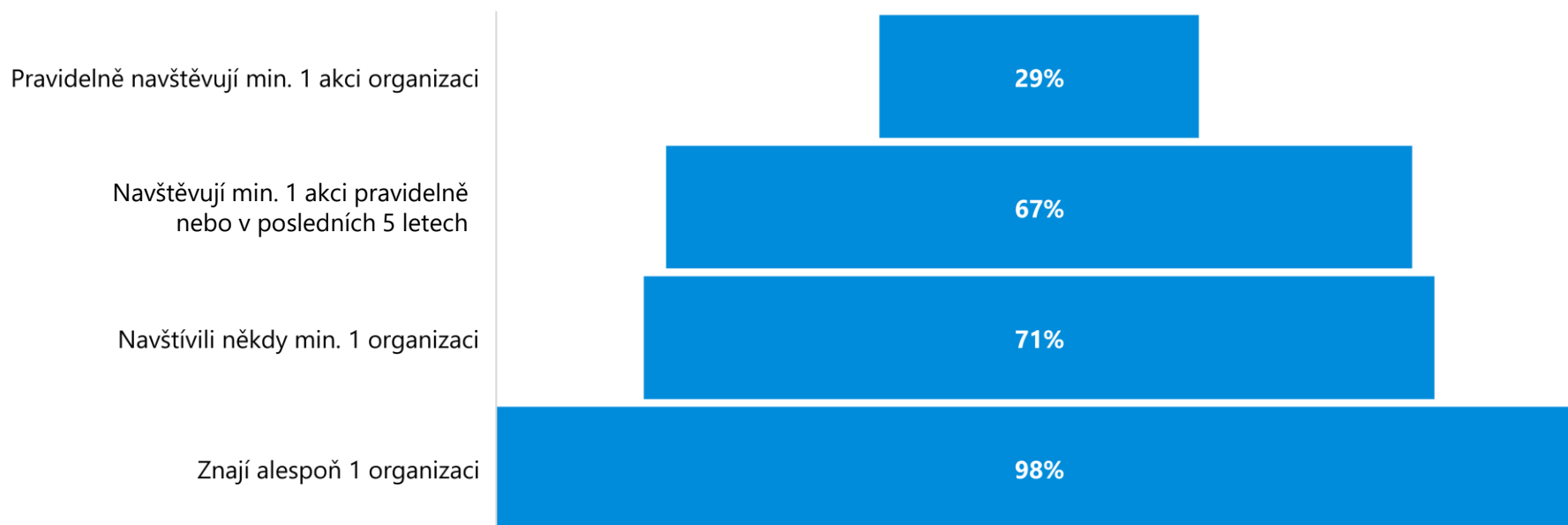


Celková znalost a návštěvnost příspěvkových organizací

Alespoň jednu ze zmíněných příspěvkových organizací (výčet organizací viz výše) zná a pravidelně navštěvuje 29 % respondentů. Podstatně více respondentů (**67 %**) odpovědělo alespoň u jedné organizace, že ji navštěvují pravidelně, nebo ji navštívili v posledních **5 letech**. Pokud připočteme také respondenty, kteří navštívili některou z organizací před více než 5 lety, zjistíme, že **celkem 71 % respondentů někdy v životě navštívilo alespoň 1 ze zmiňovaných organizací**. Nakonec 98 % respondentů uvedlo, že alespoň 1 ze zmiňovaných organizací alespoň zná (bez ohledu na to, zda ji navštěvuje nebo ne). Pouze **cca 2 % respondentů vůbec nezná ani jednu z dotazovaných organizací**.

Znáte a navštěvujete některé z kulturních organizací?

(N = 500)



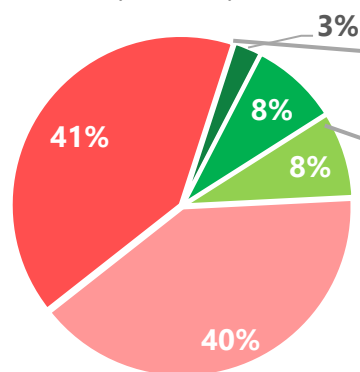
Divadlo Šumperk - spokojenost

Přibližně 3 % respondentů navštěvují Divadlo Šumperk pravidelně, dalších 8 % bylo v divadle v posledních 5 letech a 8 % dříve. 40 % obyvatel divadlo zná, ale nenavštěvuje a 41 % jej nezná. Ovšem v rámci skupiny respondentů z ORP Šumperk (pouze 39 osob, tj. nereprezentativní vzorek) uvedlo celkem 80 % osob, že divadlo pravidelně navštěvuje nebo jej navštívilo dříve.

Prvním dvěma skupinám, tj. pravidelným návštěvníkům a těm, co divadlo navštívili v posledních 5 letech (pouze 55 respondentů, tzn. pod mírou reprezentativnosti), byly položeny další otázky na spokojenost, přičemž **85 % bylo velmi nebo spíše spokojeno s návštěvou**, 13 % spíše nebo velmi nespokojeno. Kladně hodnotili zejména atmosféru, kvalitní inscenace, příjemné prostředí divadla, herecké výkony a kvalitní nabídku. Několik respondentů zmínilo nespokojenost s akustikou a s nevyhovujícím žánrem. Od instituce očekávají většinou kvalitní kulturní zážitek, zábavu, kulturní vyžití a zajímavé inscenace.

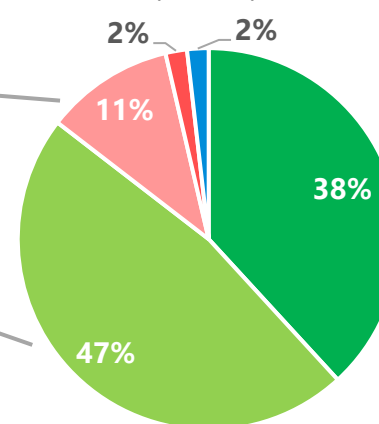
Znáte a navštěvujete DŠ?

(N = 500)



Jak jste byli s poslední návštěvou DŠ spokojeni?

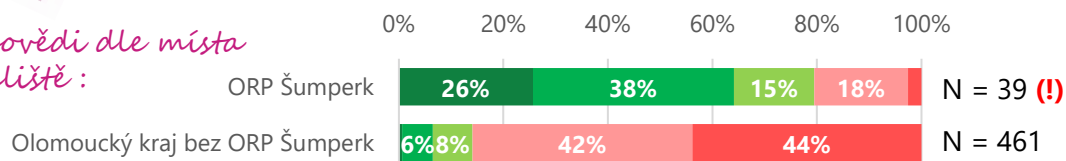
(N = 55)



- Znám a navštěvuji pravidelně
- Znám a navštívil jsem v posledních 5 letech
- Znám a navštívil jsem více než před 5 lety
- Znám, ale nenavštěvuji
- Neznám

- Velmi spokojen/a
- Spíše spokojen/a
- Spíše nespokojen/a
- Velmi nespokojen/a
- Nevím / nedokážu posoudit

*odpovědi dle místa
bydliště :*



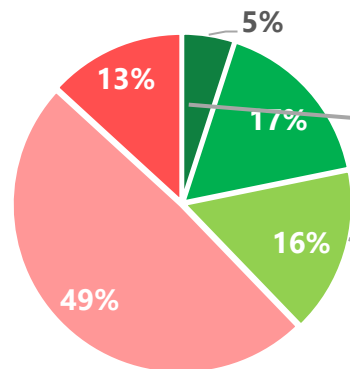
Moravská filharmonie Olomouc - spokojenost

Přibližně 5 % respondentů navštěvuje filharmonii pravidelně, dalších 17 % bylo na jejím koncertě v posledních 5 letech a 16 % dříve (**celkem 38 % respondentů ji tedy někdy navštívilo**). Dalších 49 % obyvatel filharmonii zná, ale nenavštěvuje, pouze 13 % ji nezná. V rámci respondentů z ORP Olomouc zná a někdy navštívilo filharmonii 60 % tázaných.

Prvním dvěma skupinám, tj. pravidelným návštěvníkům a těm, co MFO navštívili v posledních 5 letech (celkem 109 respondentů), byly položeny další otázky na spokojenost, z nich **88 % bylo velmi nebo spíše spokojeno s poslední návštěvou**. Kladně hodnotili zejména celkovou atmosféru, kvalitní hudební zážitek, dirigenta, vystoupení na náměstí a další. Od MFO očekávají nadále kvalitní hudební zážitek, více koncertů a atraktivní program pro všechny věkové kategorie včetně mladých.

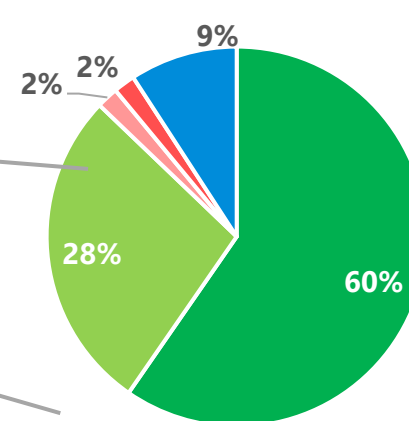
Znáte a navštěvujete MFO?

(N = 500)



Jak jste byli s poslední návštěvou MFO spokojeni?

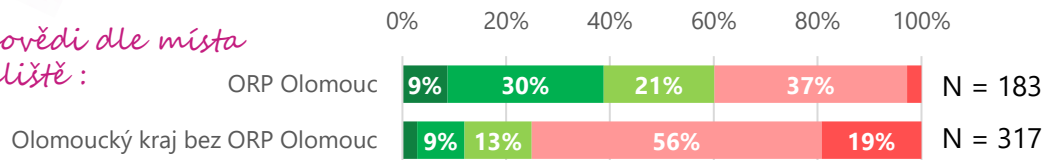
(N = 109)



- █ Znám a navštěvuji pravidelně
- █ Znám a navštívil jsem v posledních 5 letech
- █ Znám a navštívil jsem více než před 5 lety
- █ Znám, ale nenavštěvuji
- █ Neznám

- █ Velmi spokojen/a
- █ Spíše spokojen/a
- █ Spíše nespokojen/a
- █ Velmi nespokojen/a
- █ Nevím / nedokážu posoudit

odpovědi dle místa
bydliště:

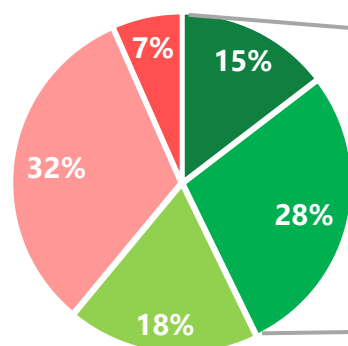


Moravské divadlo Olomouc - spokojenost

Přibližně 15 % respondentů navštěvuje Moravské divadlo Olomouc pravidelně, dalších 28 % bylo v divadle v posledních 5 letech a 18 % dříve (**celkem 61 % respondentů tedy divadlo někdy navštívilo**). Dalších 32 % obyvatel divadlo zná, ale nenavštěvuje, pouze 7 % jej nezná. Prvním dvěma skupinám, tj. pravidelným návštěvníkům a těm, co MDO navštívili v posledních 5 letech (celkem 214 respondentů), byly položeny další otázky na spokojenost, přičemž **95 % bylo velmi nebo spíše spokojeno s představením**. Kladně hodnotili zejména atmosféru, herecké výkony, kostýmy a výpravu, operní a baletní představení, výběr repertoáru nebo příjemný personál. Od instituce očekávají většinou kvalitní kulturní zážitek, zábavu, vzdělání, široký repertoár. Několik respondentů zmínilo nespokojenost s přílišnou modernizací klasických děl.

Znáte a navštěvujete MDO?

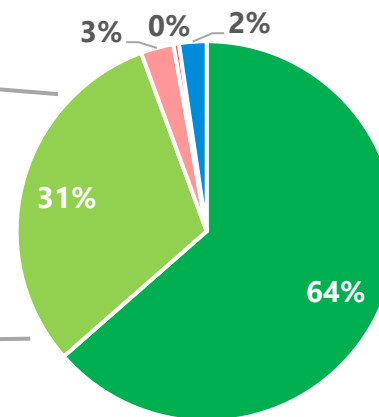
(N = 500)



- Znám a navštěvuji pravidelně
- Znám a navštívil jsem v posledních 5 letech
- Znám a navštívil jsem více než před 5 lety
- Znám, ale nenavštěvuji
- Neznám

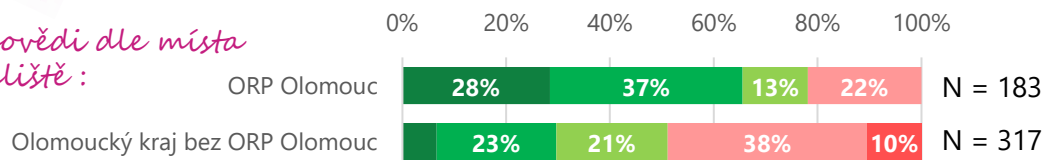
Jak jste byli s poslední návštěvou MDO

spokojeni? (N = 214)



- Velmi spokojen/a
- Spíše spokojen/a
- Spíše nespokojen/a
- Velmi nespokojen/a
- Nevím / nedokážu posoudit

*odpovědi dle místa
bydliště :*



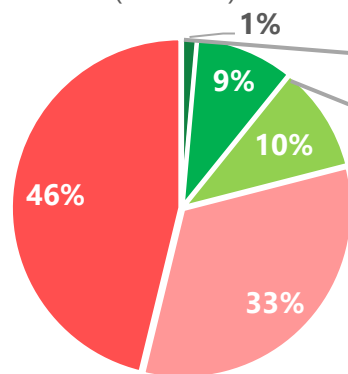
Muzeum a galerie v Prostějově - spokojenost

Přibližně 1 % respondentů navštěvuje Muzeum a galerii v Prostějově pravidelně, dalších 9 % tady bylo v posledních 5 letech a 10 % dříve (**celkem tedy 20 % respondentů ji někdy navštívilo**). Dalších 33 % obyvatel organizaci zná, ale nenavštěvuje a 46 % ji nezná. V rámci skupiny respondentů z ORP Prostějov (61 osob) přes 50 % muzeum znalo a někdy navštívilo, z toho 8 % jej navštěvuje pravidelně.

Prvním dvěma skupinám, tj. pravidelným návštěvníkům a těm, co organizaci navštívili v posledních 5 letech (celkem 54 respondentů), byly položeny další otázky na spokojenost, přičemž **92 % bylo velmi nebo spíše spokojeno**. Kladně hodnotili ucelenost, příjemný personál, pěkné prostory, a přehledné uspořádání expozic. Od instituce očekávají většinou poutavý výstavní program, přehlednost a pravidelné střídání výstav. Několik respondentů zmínilo nedostatečnou komunikaci k veřejnosti, nevyhovující otevírací hodiny a nepřehledné informace.

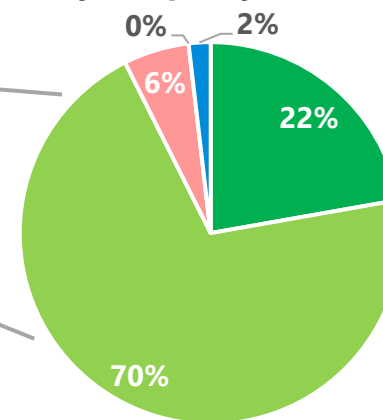
Znáte a navštěvujete MG v Prostějově?

(N = 500)



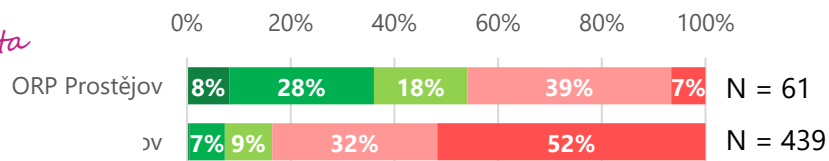
- Znám a navštěvuji pravidelně
- Znám a navštívil jsem v posledních 5 letech
- Znám a navštívil jsem více než před 5 lety
- Znám, ale nenavštěvuji
- Neznám

Jak jste byli s poslední návštěvou MG v Prostějově spokojeni? (N = 54)



- Velmi spokojen/a
- Spíše spokojen/a
- Spíše nespokojen/a
- Velmi nespokojen/a
- Nevím / nedokážu posoudit

*odpovědi dle místa
bydliště :*



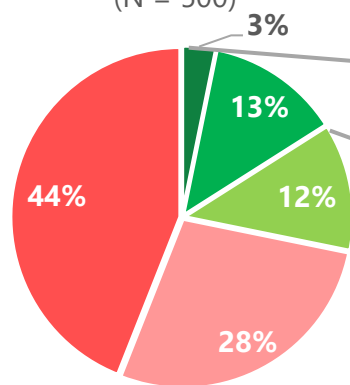
Muzeum Komenského v Přerově - spokojenost

Přibližně 3 % obyvatel Olomouckého kraje navštěvují Muzeum Komenského v Přerově pravidelně, dalších 13 % bylo v muzeu v posledních 5 letech a 12 % dříve (**celkem tedy 28 % respondentů organizaci někdy navštívilo**). Dalších 28 % respondentů divadlo zná, ale nenavštěvuje, a 44 % tázaných jej nezná. V rámci skupiny respondentů z ORP Přerov (77 osob) téměř 80 % muzeum znalo a někdy navštívilo, z toho 18 % jej navštěvuje pravidelně.

Prvním dvěma skupinám, tj. pravidelným návštěvníkům a návštěvníkům v posledních 5 letech (celkem 80 osob), byly položeny další otázky na spokojenost, přičemž téměř **96 % bylo velmi nebo spíše spokojeno**. Kladně hodnotili zejména pěknou expozici, koncerty na nádvoří, lokalitu, příjemný personál a kvalitní průvodce. Od instituce očekávají většinou vzdělávání, různé výstavy, nové poznatky a přiblížení historie okolí. Několik respondentů zmínilo nespokojenost s přílišným malým prostorem, nedostatečnou propagací a někdy nedostatečnou čistotou.

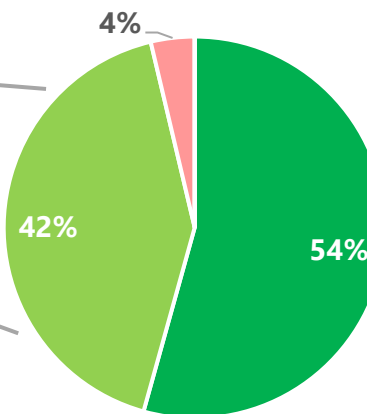
Znáte a navštěvujete MK v Přerově?

(N = 500)



Jak jste byli s poslední návštěvou MK v Přerově spokojeni? (N = 80)

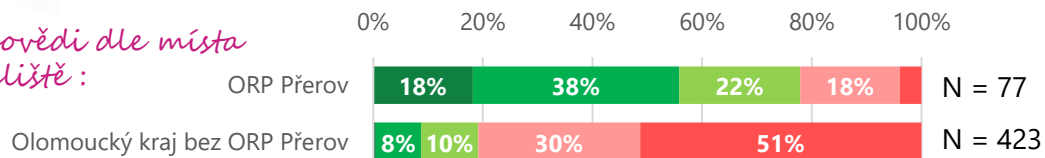
(N = 80)



- Znám a navštěvuji pravidelně
- Znám a navštívil jsem v posledních 5 letech
- Znám a navštívil jsem více než před 5 lety
- Znám, ale nenavštěvuji
- Neznám

- Velmi spokojen/a
- Spíše spokojen/a
- Spíše nespokojen/a
- Velmi nespokojen/a
- Nevím / nedokážu posoudit

odpovědi dle místa
bydliště:



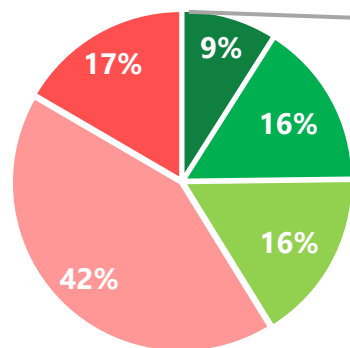
Vědecká knihovna v Olomouci - spokojenost

Přibližně 9 % respondentů navštěvuje Vědeckou knihovnu v Olomouci pravidelně, dalších 16 % bylo v této knihovně v posledních 5 letech a 16 % dříve (**celkem tedy 41 % respondentů organizaci někdy navštívilo**). Dalších 42 % obyvatel divadlo zná, ale nenavštěvuje a 17 % ji nezná. U této organizace je však možné, že respondenti si ji mohli splést s Městskou knihovnou Olomouc, která má více poboček a služeb pro širokou veřejnost.

Prvním dvěma skupinám, tj. pravidelným návštěvníkům a těm, co organizaci navštívili v posledních 5 letech (celkem 124 respondentů), byly položeny další otázky na spokojenost, přičemž **96 % bylo velmi nebo spíše spokojeno s návštěvou**. Kladně hodnotili zejména milý personál, příjemné prostředí, široký výběr literatury a časté přednášky. Část respondentů zmínilo potřebu lepší propagaci a lepší dostupnost, ale jinak se většina vyjádřila, že není co vytknout.

Znáte a navštěvujete VK v Olomouci?

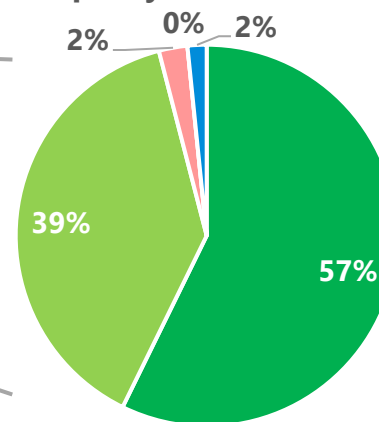
(N = 500)



- Znám a navštěvuji pravidelně
- Znám a navštívil jsem v posledních 5 letech
- Znám a navštívil jsem více než před 5 lety
- Znám, ale nenavštěvuji
- Neznám

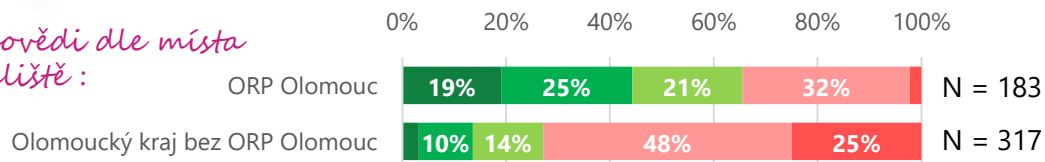
Jak jste byli s poslední návštěvou VK v Olomouci spokojeni?

(N = 124)



- Velmi spokojen/a
- Spíše spokojen/a
- Spíše nespokojen/a
- Velmi nespokojen/a
- Nevím / nedokážu posoudit

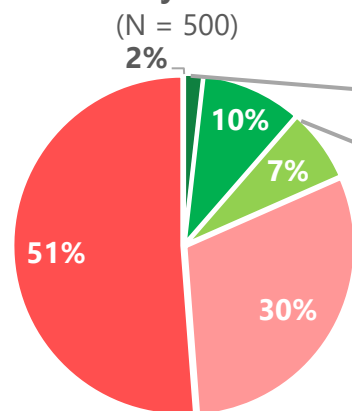
*odpovědi dle místa
bydliště:*



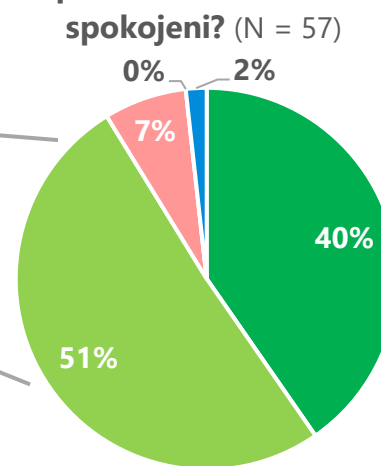
Vlastivědné muzeum Jesenicka - spokojenost

Přibližně 2 % respondentů navštěvují Vlastivědné muzeum Jesenicka pravidelně, dalších 10 % zde bylo v posledních 5 letech a 7 % dříve (**celkem tedy 19 % respondentů organizaci někdy navštívilo**). Dalších 30 % obyvatel organizaci zná, ale nenavštěvuje a 51 % jej nezná. V rámci malé nereprezentativní skupiny respondentů z ORP Jeseník (pouze 20 osob !) cca 85 % muzeum znalo a někdy navštívilo. Prvním dvěma skupinám, tj. pravidelným návštěvníkům a těm, kteří organizaci navštívili v posledních 5 letech (celkem 57 respondentů), byly položeny další otázky na spokojenost, přičemž **91 % bylo velmi nebo spíše spokojeno s představením**. Kladně hodnotili zejména příjemný personál, zajímavé expozice, dobrou organizovanost a zaměření na historii okolí. Od instituce očekávají většinou velké množství výstav, kvalitní prezentaci historie regionu a poznání. Několik respondentů zmínilo, že by muzeum potřebovalo modernizaci a zlepšení interaktivity.

Znáte a navštěvujete VM Jesenicka?



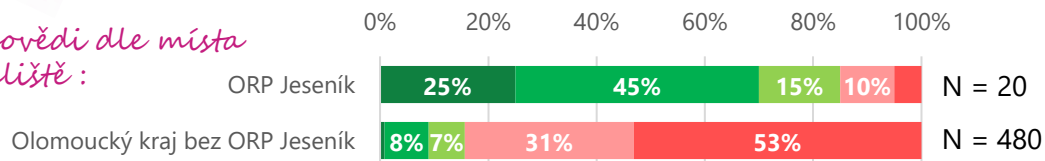
Jak jste byli s poslední návštěvou VM Jesenicka spokojeni? (N = 57)



- Znám a navštěvuji pravidelně
- Znám a navštívil jsem v posledních 5 letech
- Znám a navštívil jsem více než před 5 lety
- Znám, ale nenavštěvuji
- Neznám

- Velmi spokojen/a
- Spíše spokojen/a
- Spíše nespokojen/a
- Velmi nespokojen/a
- Nevím / nedokážu posoudit

odpovědi dle místa
bydliště:



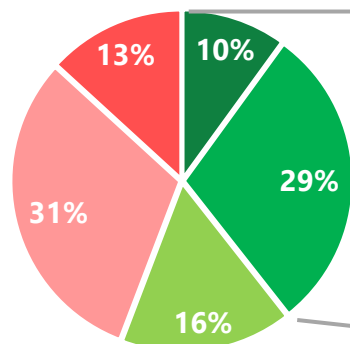
Vlastivědné muzeum Olomouc - spokojenost

Přibližně 10 % respondentů navštěvuje Vlastivědné muzeum Olomouc pravidelně, dalších 29 % bylo v muzeu v posledních 5 letech a 16 % dříve (**celkem tedy 55 % respondentů organizaci někdy navštívilo**). Dalších 31 % muzeum zná, ale nenavštěvuje, pouze 13 % jej nezná.

Prvním dvěma skupinám, tj. pravidelným návštěvníkům a těm, co muzeum navštívili v posledních 5 letech (celkem 197 respondentů), byly položeny další otázky na spokojenost, přičemž **95 % bylo velmi nebo spíše spokojeno s návštěvou**. Kladně hodnotili zejména kvalitní expozice, profesionalitu, konání zajímavých výstav, prostředí a kvalitní přednášky. Od instituce očekávají většinou vzdělání, osvětu, poznatky, široký rozsah expozic a zajímavé výstavy. Několik respondentů zmínilo potřebu lepší propagace, víc interaktivnosti a větší dostupnost pro děti všech věkových kategorií.

Znáte a navštěvujete VM Olomouc?

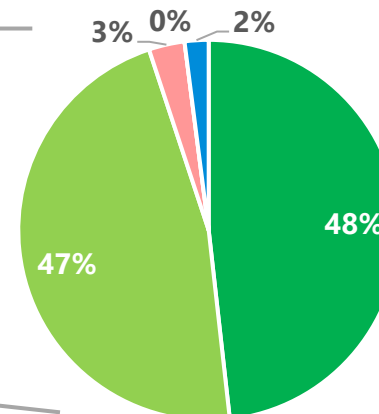
(N = 500)



- Znám a navštěvuji pravidelně
- Znám a navštívil jsem v posledních 5 letech
- Znám a navštívil jsem více než před 5 lety
- Znám, ale nenavštěvuji
- Neznám

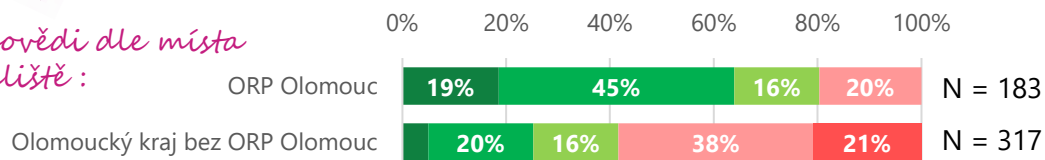
Jak jste byli s poslední návštěvou VMO

spokojeni? (N = 197)



- Velmi spokojen/a
- Spíše spokojen/a
- Spíše nespokojen/a
- Velmi nespokojen/a
- Nevím / nedokážu posoudit

*odpovědi dle místa
bydliště :*



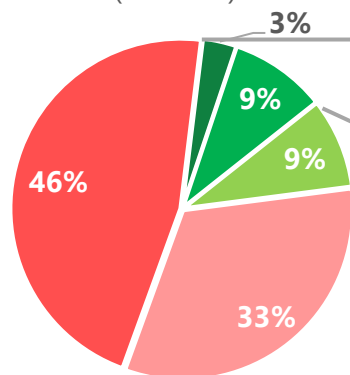
Vlastivědné muzeum v Šumperku - spokojenost

Přibližně 3 % respondentů navštěvují Vlastivědné muzeum v Šumperku pravidelně, dalších 9 % bylo v muzeu v posledních 5 letech a 9 % dříve **celkem tedy 21 % respondentů organizaci někdy navštívilo**). Dalších 33 % obyvatel muzeum zná, ale nenavštěvuje a 46 % jej nezná.

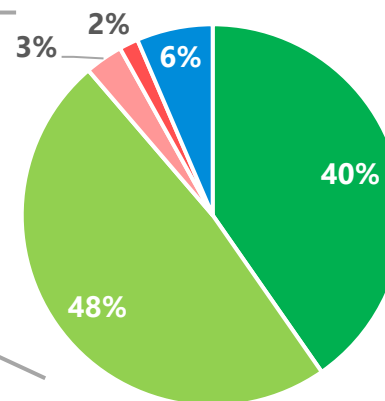
Prvním dvěma skupinám, tj. pravidelným návštěvníkům a těm, co muzeum navštívili v posledních 5 letech (celkem 62 respondentů), byly položeny další otázky na spokojenost, přičemž **88 % bylo velmi nebo spíše spokojeno**. Kladně hodnotili zejména prostory, ochotu personálu, galerii, zajímavé výstavy a dobrou organizovanost. Od instituce očekávají většinou poznání, příjemné prostředí a profesionalitu. Několik respondentů zmínilo nespokojenost s malým zapojením dětí, s malou informovaností a nízkou četností výstav.

Znáte a navštěvujete VM v Šumperku?

(N = 500)



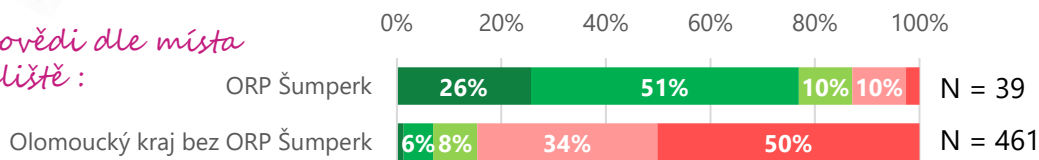
Jak jste byli s poslední návštěvou VM v Šumperku spokojeni? (N = 62)



- Znám a navštěvuji pravidelně
- Znám a navštívil jsem v posledních 5 letech
- Znám a navštívil jsem více než před 5 lety
- Znám, ale nenavštěvuji
- Neznám

- Velmi spokojen/a
- Spíše spokojen/a
- Velmi nespokojen/a
- Spíše nespokojen/a
- Nevím / nedokážu posoudit

odpovědi dle místa
bydliště :



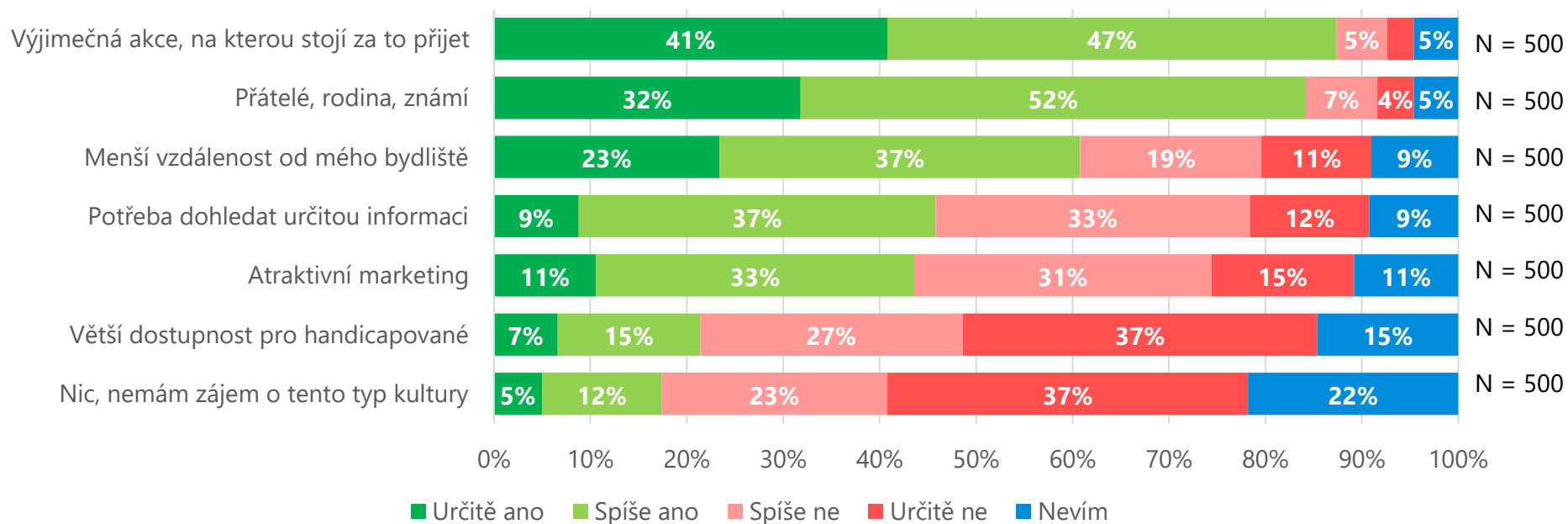
Potenciál pro zvýšení návštěvnosti kulturních organizací

Všem respondentům byla následně zobrazena otázka „Co by vás přimělo k návštěvě zmíněných organizací, ve kterých jste v posledních 5 letech nebyli?“. Odpovědi respondentů byli seřazeny podle součtu kladných odpovědí (určitě ano, spíše ano).

Nejvíce by k návštěvě motivovala **výjimečná akce** (celkem 89 % respondentů odpovědělo Určitě ano nebo Spíše ano). Druhou největší motivací by byli **přátelé, rodina a známí** (84 % respondentů), na dalším místě byla **menší vzdálenost od bydliště** (60 % tázaných). Poměrně dobrou zprávou je, že pouze 17 % napsalo, že nemá zájem o kulturu a nic by je proto nepřimělo dané instituce navštívit.

Co by vás přimělo k návštěvě zmíněných organizací, ve kterých jste v posledních 5 letech nebyli?

(N = 500)



Oddíl 4: Kulturní akce v Olomouckém kraji

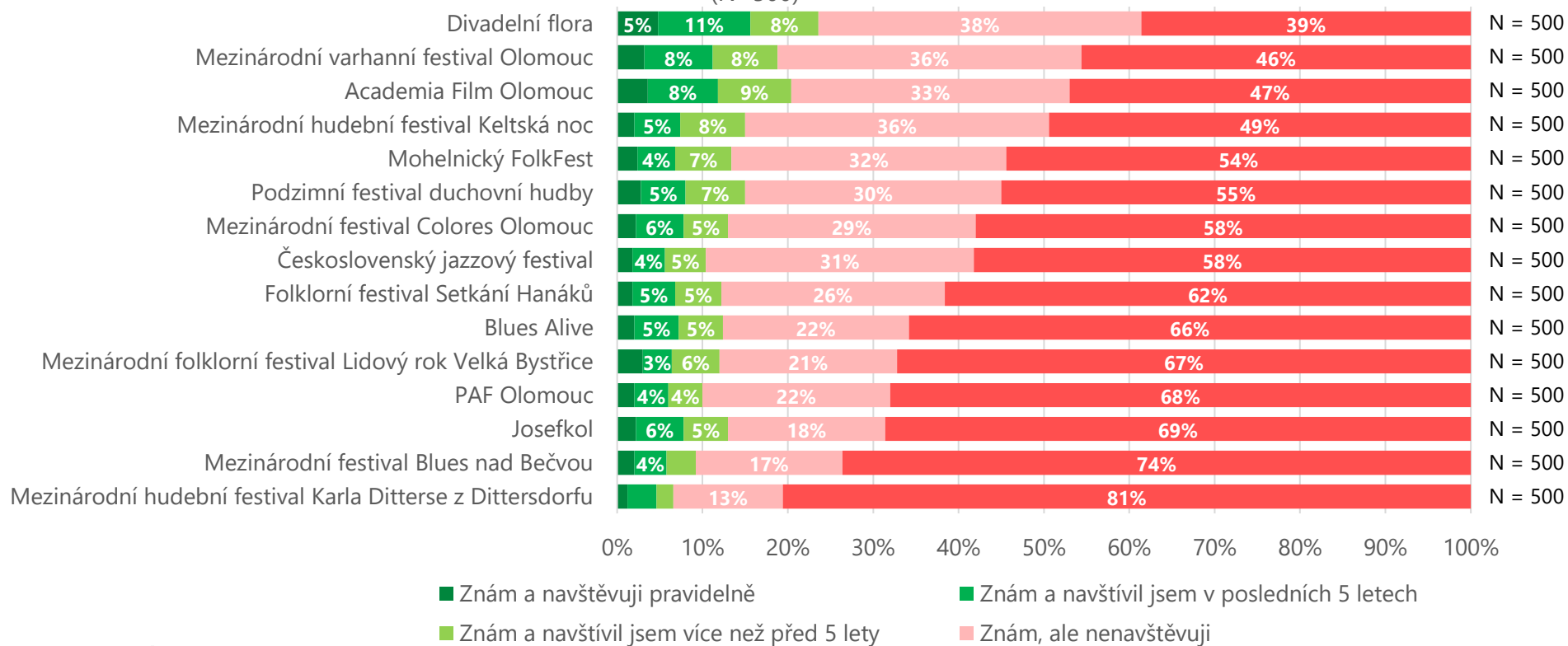
Pravidelné kulturní akce podporované Olomouckým krajem

Dále byly v dotazníku zařazeny otázky na významné kulturní akce, které v roce 2023 Olomoucký kraj zařadil do víceleté finanční podpory. Graf je řazen podle součtu všech odpovědí prezentujících pozitivní odpovědi současných či dřívějších návštěvníků (zeleně vyznačené odpovědi).

Více než 60 % respondentů zná akci Divadelní flora a 24 % ji někdy v minulosti navštívilo. Více než polovina respondentů zná také akce **Mezinárodní varhanní festival v Olomouci, festival Academia Film Olomouc a Mezinárodní hudební festival Keltská noc.** Nejméně respondentů zná Mezinárodní hudební festival Karla Ditterse z Dittersdorfu a Mezinárodní festival Blues nad Bečvou.

Znáte a navštěvujete některé z pravidelných hudebních akcí v kraji?

(N=500)

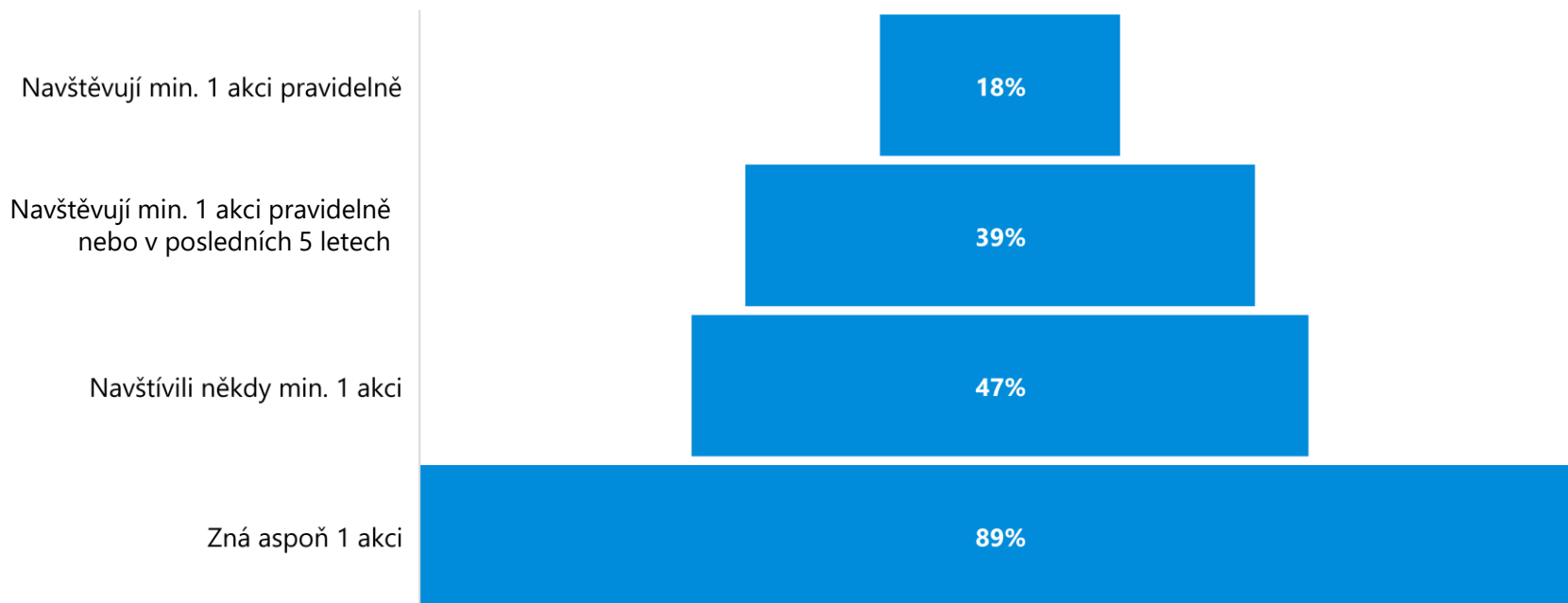


Celková znalost a návštěvnost podporovaných akcí

Alespoň jednu ze zmíněných akcí (výčet akcí viz předchozí strana) zná a pravidelně navštěvuje 18 % respondentů. Přibližně dvakrát více respondentů (39 %) odpovědělo alespoň u jedné akce, že ji navštěvují pravidelně, nebo ji navštívili v posledních 5 letech. Pokud připočteme také respondenty, kteří navštívili některou z akcí před více než 5 lety, zjistíme, že celkem 47,2 % respondentů někdy v životě navštívilo alespoň 1 ze zmiňovaných akcí. Nakonec 89 % respondentů uvedlo, že alespoň 1 ze zmiňovaných akcí alespoň zná (bez ohledu na to, zda ji navštěvuje nebo ne). Naopak tedy cca 11 % respondentů vůbec nezná ani jednu z dotazovaných akcí.

Znáte a navštěvujete některé z pravidelných hudebních akcí v kraji?

(N=500)

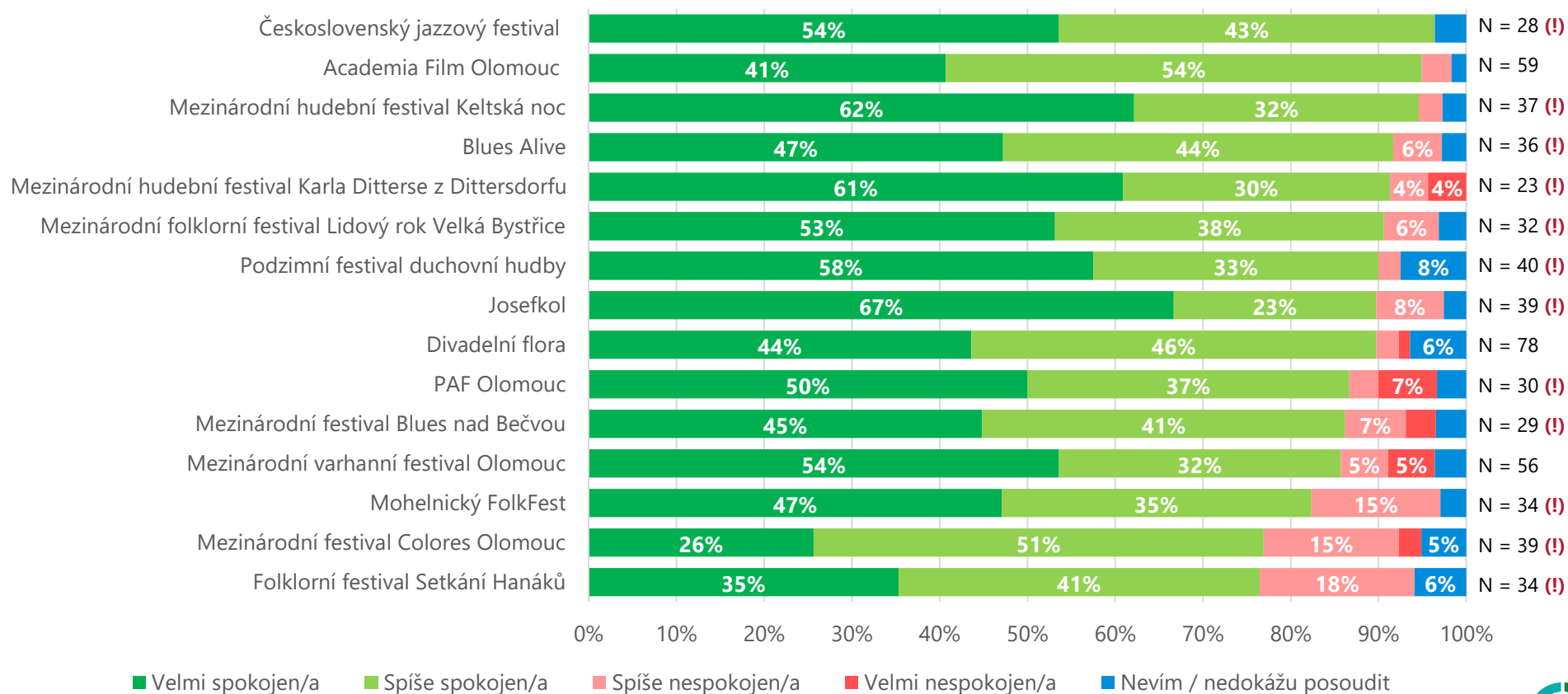


Spokojenost s návštěvou akcí

Pokud respondenti v předchozí otázce označili odpovědi Zním a navštěvuji pravidelně a Zním, navštívil jsem v posledních 5 letech, otevřela se jim otázka se zpětnou vazbou ke spokojenosti konkrétních akcí. Počet respondentů je proto pro každou akci jiný, opět upozorňujeme na velmi malé vzorky responsí v takto podrobné míře detailu.

Ze všech akcí bylo více než 75 % účastníků spokojeno. Celkově bylo největší procento účastníků **spokojeno s Československým jazzovým festivalem, Akademií Film Olomouc a Mezinárodním hudebním festivalem Keltská Noc**. Největší podíl spíše a velmi nespokojených (cca 15-18 %) měly akce Folklorní festival Setkání Hanáků, Colores Olomouc, či Mohelnický FolkFest.

Jak jste byl spokojen/a s Vaší poslední návštěvou?



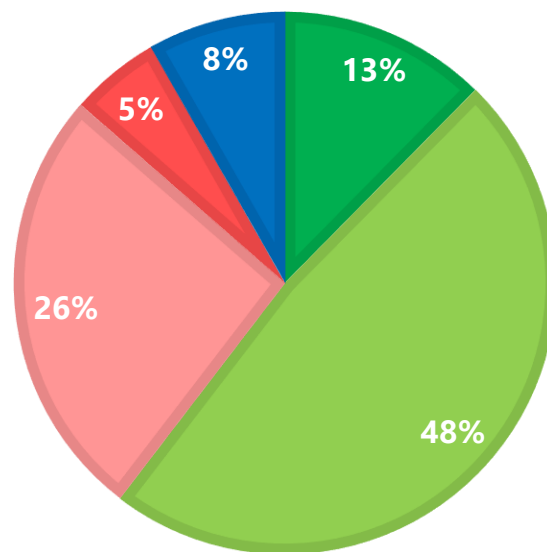
Oddíl 5: Informovanost, dostupnost

Informovanost o kulturních akcích

Většina (61 %) respondentů z řad obyvatel Olomouckého kraje uvedla, že má dostatek informací o konání kulturních událostí v Olomouckém kraji (13 % má rozhodně a 48 % spíše dostatek informací). Spíše nedostatek informací má 26 % respondentů a 5 % respondentů cítí, že má rozhodně nedostatek informací. Celkem 8 % respondentů neví, nebo nedokáže to posoudit.

Máte dostatek, nebo nedostatek informací o konání kulturních událostí v Olomouckém kraji?

(N=500)



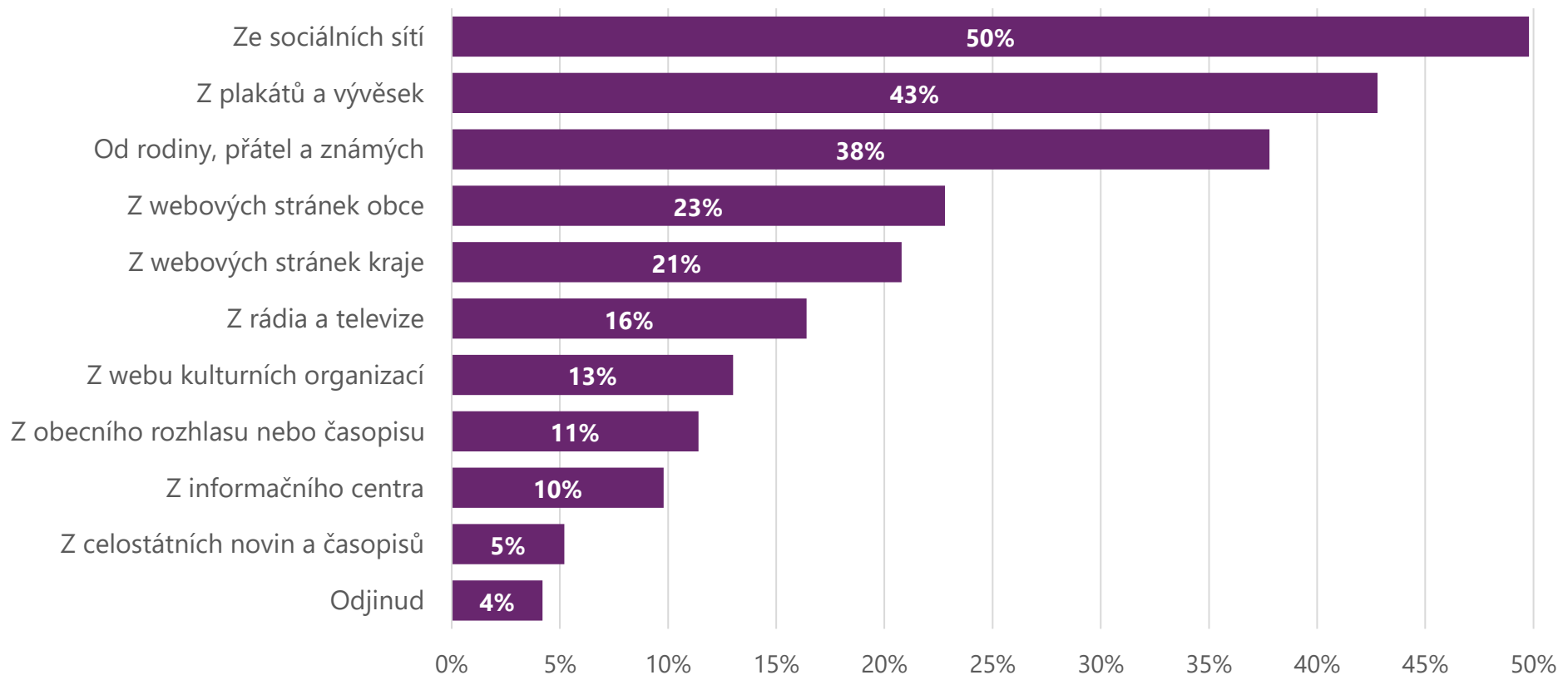
■ Rozhodně dostatek ■ Spíše dostatek ■ Spíše nedostatek ■ Rozhodně nedostatek ■ Nevím, nedokážu posoudit

Zdroje informací o kultuře

Polovina respondentů (50 %) v současnosti získává **informace o kulturním dění prostřednictvím sociálních sítí**. Druhým nejdůležitějším zdrojem jsou plakáty a vývěsky (43 %), dále 38 % získává informace o kulturním dění prostřednictvím rodiny, přátel a známých. Z webových stránek obce získává informace o kultuře 23 % tázaných a z webových stránek kraje 21 % respondentů. Dalšími informačními kanály jsou média jako televize, rádia, tisk, ať už regionální či celostátní.

Odkud získáváte nejčastěji informace o kulturním dění?

(N=500, možnost více odpovědí)

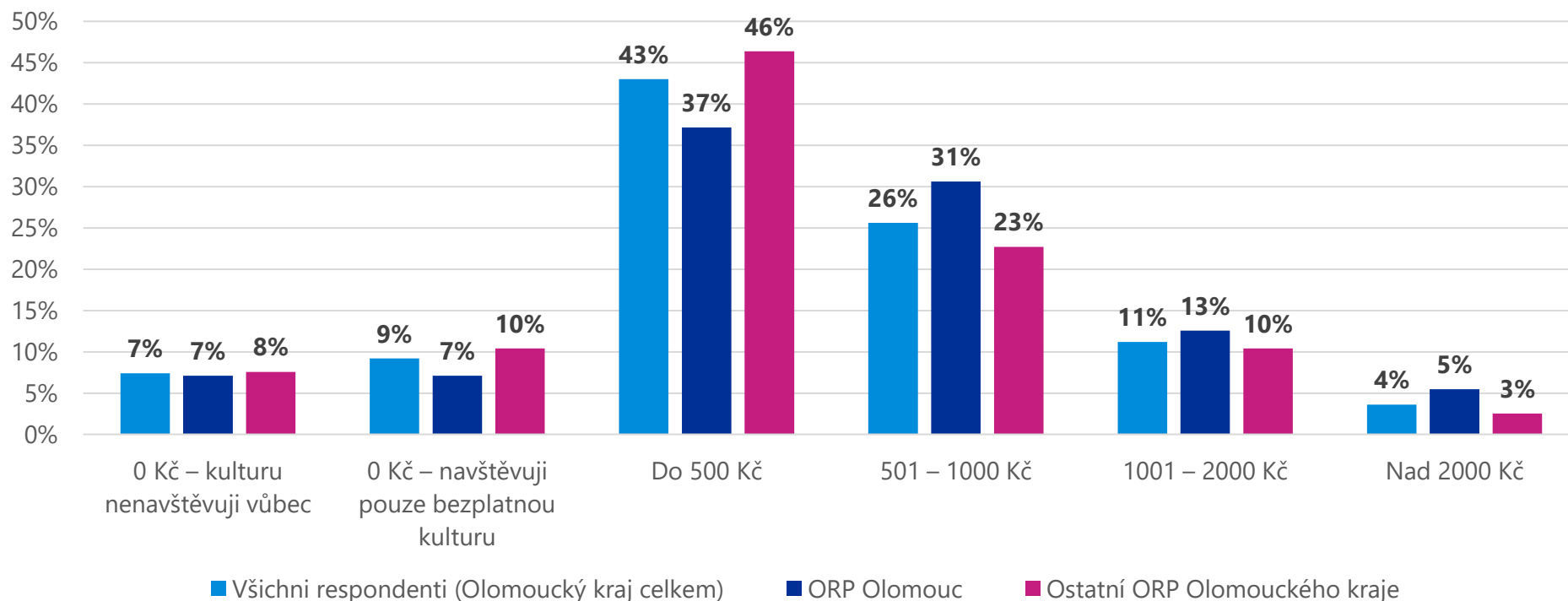


Výdaje domácnosti na kulturní vyžití a akce

Největší část respondentů (43 %) uvedlo, že měsíční výdaje jejich domácnosti na kulturu jsou do 500 Kč. Na grafu je vidět, že **obyvatelé ORP Olomouc mají větší výdaje na kulturu, než tomu je u obyvatel ostatních ORP Olomouckého kraje**. Například výdaje 501–1000 Kč má 31 % obyvatel ORP Olomouc, zatímco takovou výši výdajů na kulturu má v ostatních lokalitách kraje jen 23 % tázaných. Podobně převyšují výdaje respondentů z Olomouce i v dalších kategoriích 1001–2000 Kč a nad 2000 Kč. **Celkem 4 % respondentů vydávají na kulturní akce a návštěvy kulturních zařízení a akcí měsíčně víc než 2000 Kč.**

Jaké jsou průměrné měsíční výdaje Vaší domácnosti na kulturní vyžití a návštěvy kulturních zařízení a akcí?

(N=500)

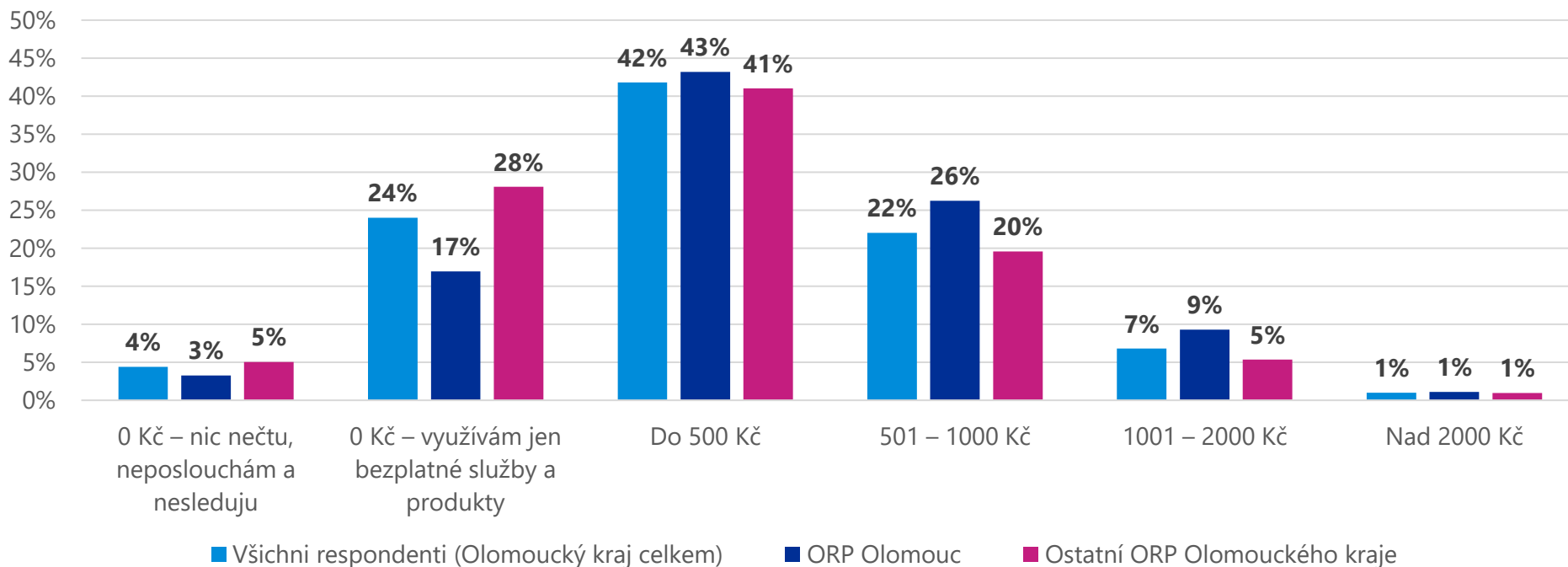


Výdaje domácnosti na nákupy kulturních produktů a služeb

Další otázka byla zaměřena na výdaje za kulturní služby a produkty (knihy, hudbu, VOD platformy, online portály se sdíleným kreativním obsahem aj.). Při porovnání grafů výdajů na kulturní akce (předchozí strana) a na kulturní produkty a služby je vidět, že výdaje na produkty a služby jsou nižší, než na kulturní akce. **Celkově 42 % respondentů platí měsíčně za kulturní produkty a digitální služby do 500 Kč.** I zde je vidět, že obyvatelé ORP Olomouc vydávají na tyto produkty větší obnos peněz, než ostatní obyvatelé kraje. Výhradně bezplatné služby využívá pouze 17 % Olomoučanů, avšak 28 % obyvatel jiných lokalit kraje.

Jaké jsou průměrné měsíční výdaje Vaší domácnosti na nákup knih, hudby, TV, streamovacích služeb (př. Netflix), Spotify, YouTube apod.?

(N=500)

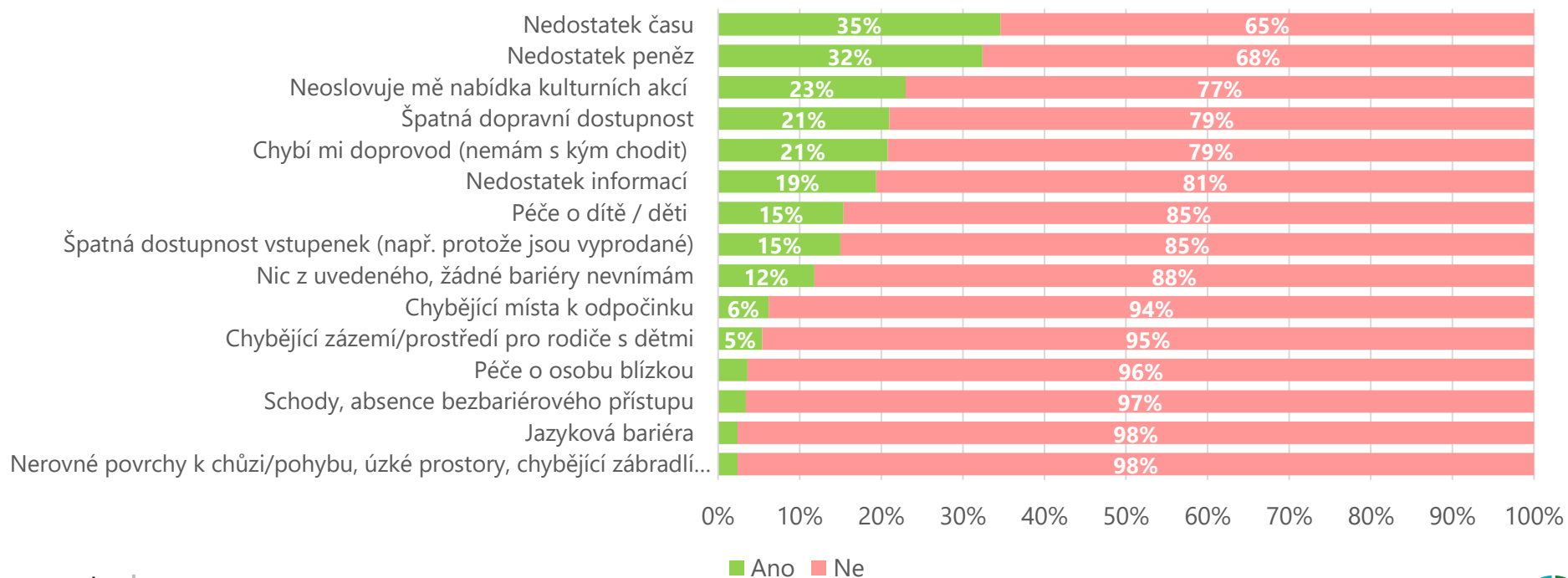


Bariéry v návštěvnosti kulturních akcí (1/2)

Další otázka se zaměřila na bariéry v návštěvnosti kulturních akcí, respondentům byly nabízeny jednotlivé potenciální bariéry a na každou z nich odpověděli, zda je pro ně relevantní překážkou či nikoli.

Pro přibližně třetinu respondentů tvoří bariéru pro návštěvu kulturních zařízení **nedostatek času** (35 % tázaných z celkového počtu 500 dotázaných) a **nedostatek peněz** (32 % tázaných). **Nabídka kulturních akcí neoslovuje 23 % respondentů**. Následuje špatná dopravní dostupnost, tu vnímá jako bariéru 21 % respondentů a nápodobně 21 % tázaných se vyjádřilo, že jim chybí doprovod. Celkem 19 % se vyjádřilo, že jim chybí informace o akcích. Dohromady cca 12 % uvedly různé bariéry týkající se vybavenosti a bezbariérovosti kulturního zařízení (zázemí pro rodiče s dětmi, schody, nerovné povrchy, jazyková bariéra). **Žádné bariéry nevnímá 12 % tázaných**.

Které bariéry Vám obvykle znesnadňují, nebo přímo znemožňují návštěvu kulturních zařízení a akcí? (N=500)



Bariéry v návštěvnosti kulturních akcí (2/2)

Dále jsou bariéry analyzovány z hlediska různých skupin respondentů. V odstínech červené jsou vyznačeny 3 největší bariéry každé skupiny respondentů (řádku). Odstínem žluté je pak znázorněno největší procento v rámci typu bariéry (sloupce), není-li již podbarveno červeně.

Je vidět, že **obyvatelé starší 65 let považují za bariéru špatnou dostupnost. Nedostatek peněz je bariérou pro 37 % žen, naopak nedostatek času je větším problémem pro muže (uvedlo jej 38 % mužů)**. Jako třetí největší překážka je pro většinu skupin respondentů neatraktivní nabídka kulturních akcí. Pro obyvatele ve věku 30 – 49 let je významnou bariérou péče o děti.

		Nedostatek peněz	Nedostatek informací	Nedostatek času	Chybí mi doprovod (nemám s kým chodit)	Špatná dopravní dostupnost	Špatná dostupnost vstupenek (např. protože jsou vyprodané)	Schody, absence bezbariérového přístupu	Nerovné povrchy k chůzi/pohybu, úzké prostory, chybějící zábradlí/Lapad	Chybějící zázemí/prostředí pro rodiče s dětmi	Chybějící místa k odpočinku	Péče o dítě / děti	Péče o osobu blízkou	Jazyková bariéra	Neoslohuje mě nabídka kulturních akcí	Nic z uvedeného, žádné bariéry nevnímám	
Celkem		32%	19%	35%	21%	21%	15%	3%	2%	5%	6%	15%	4%	2%	23%	12%	N=500
Pohlaví	Muži	28%	19%	38%	12%	17%	14%	3%	2%	4%	6%	10%	4%	3%	21%	15%	N=232
	Ženy	37%	20%	32%	28%	25%	16%	4%	3%	7%	6%	20%	3%	2%	25%	9%	N=268
Věk	18 - 29 let	48%	29%	41%	32%	18%	23%	0%	2%	6%	8%	18%	5%	5%	39%	5%	N=66
	30 - 49 let	31%	20%	43%	19%	20%	14%	1%	0%	11%	4%	30%	2%	2%	21%	10%	N=205
	50 - 64 let	29%	16%	37%	15%	14%	15%	2%	4%	1%	5%	2%	3%	2%	19%	16%	N=130
	65 a více let	29%	18%	9%	25%	35%	13%	12%	5%	0%	11%	1%	6%	2%	20%	15%	N=99
Vzdělání	Bez maturity	33%	16%	26%	23%	17%	10%	3%	3%	2%	9%	8%	3%	1%	21%	10%	N=117
	Střední s maturitou	37%	20%	38%	22%	23%	18%	4%	3%	5%	7%	14%	3%	3%	25%	12%	N=235
	Vysokoškolské	24%	21%	36%	18%	20%	14%	3%	1%	9%	3%	24%	4%	2%	21%	12%	N=148
Čistý měsíční příjem domácnosti	do 20 000 Kč	40%	21%	24%	32%	29%	13%	6%	5%	1%	11%	5%	0%	2%	16%	17%	N=82
	20 000 - 40 000 Kč	33%	19%	36%	20%	19%	15%	4%	3%	5%	6%	15%	5%	2%	25%	8%	N=208
	40 000 a více Kč	27%	20%	37%	14%	17%	14%	3%	1%	10%	6%	23%	4%	2%	24%	13%	N=142

Motivace ke zvýšení návštěvnosti kulturních událostí

Dále byla položena otevřená otázka, co by respondenty motivovalo ke zvýšení návštěvnosti kultury. Odpovědi na tuto otázku byly vyfiltrovány a kategorizovány do tabulky. Nejvíce tázaných uvedlo, že by je motivovalo ke zvýšení návštěvnosti kulturních událostí **zatraktivnění a rozšíření nabídky programu** (některé odpovědi jsou uvedeny v tabulce), dále **cenová dostupnost a finanční zázemí**. Čtvrtou nejčastější odpovědí byl **nedostatek volného času**.

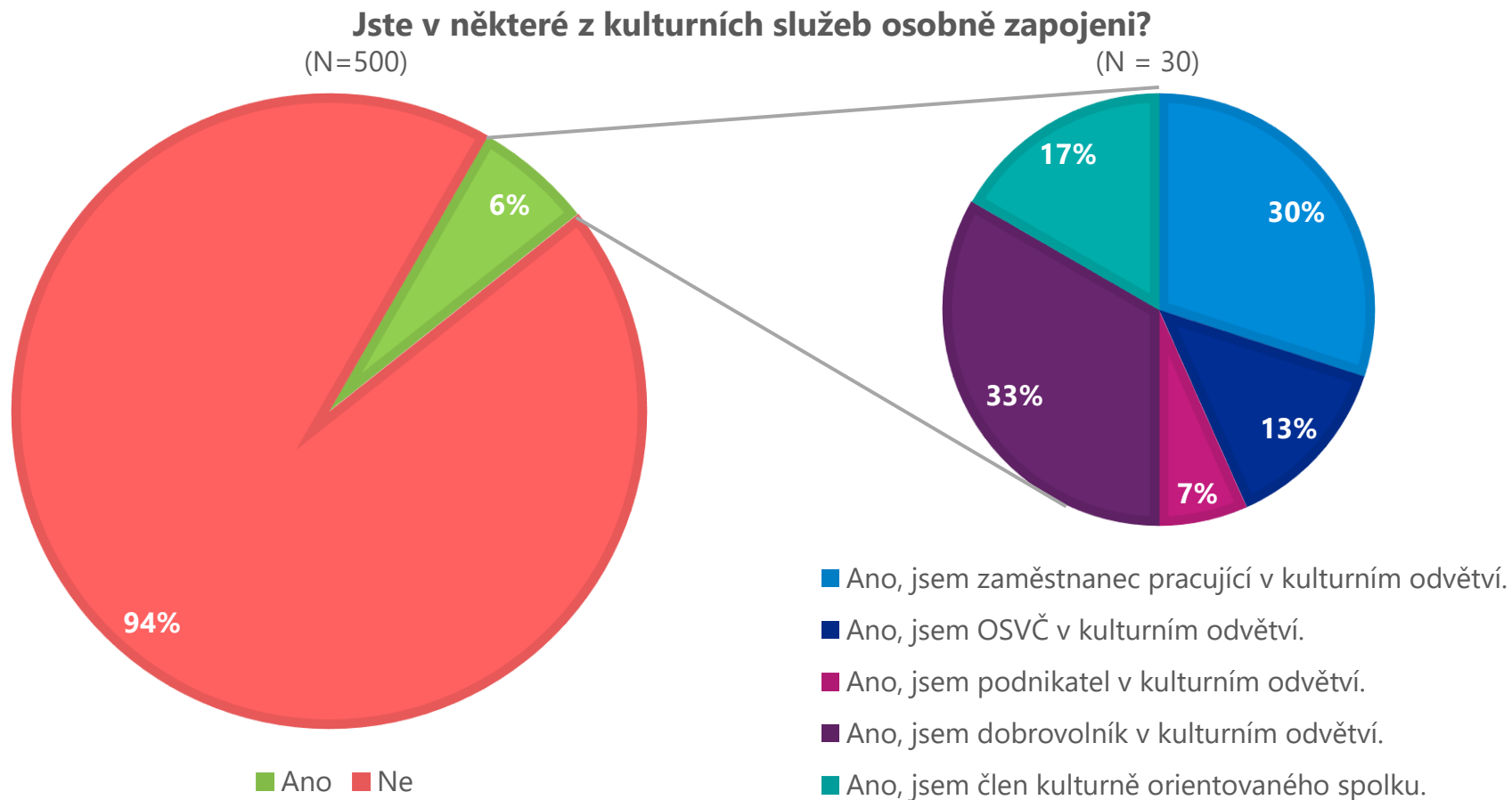
Co by Vás motivovalo ke zvýšení návštěvnosti kulturních událostí? (N=500)

Kategorie	Počet	Příklad odpovědí
Atraktivnější a širší nabídka programu	45	<i>Atraktivnější nabídka, Atraktivní program, Lepší program, Kvalitnější program, Pestrost, Akce pro mladé, Akce pro rodiny s dětmi, Program pro děti, Jiné žánry, Zajímavé akce, Program, Edukační program, Známí interpreti, Zahraniční umělci,</i>
Lepší cenová dostupnost	38	<i>Cenově dostupné vstupenky, Cena, Nižší ceny, Levnější vstupné, Lepší ceny</i>
Lepší finanční zázemí	37	<i>Vyšší výplata, Vyšší penze, Více financí,</i>
Více volného času	34	<i>Čas, Více času, Více volného času,</i>
Lepší dopravní dostupnost	24	<i>Vzdálenost akce, Doprava, Autobusové spojení, Parkování, Dopravní obslužnost,</i>
Chybějící doprovod	21	<i>Partner, Mít doprovod, Doprovod, Přítel, Kdybych měla s kým jít..., Žít s kulturním protějškem...,</i>
Větší informovanost	21	<i>Větší informovanost, Lepší informovanost v předstihu, Kdybych o nich věděla...</i>
Osobní bariery	19	<i>Lepší zdraví, Malé děti, Nezájem o kulturní akce, Hendikep, Hlídaní dětí, Pracovní povinnosti</i>
Volný vstup a slevy	13	<i>Vstup zdarma, Voucher, Slevy pro důchodce, Zvýhodněné ceny, Dobrovolné vstupné, Permanentka</i>
Lepší marketing	9	<i>Lepší marketing, Viditelnější reklamy, Lepší propagace</i>

Oddíl 6: Vlastní umělecká a kulturní angažovanost

Osobní angažovanost v kultuře

Všem respondentům byla položena otázka „Jste v některé z kulturních služeb osobně zapojeni?“ a na výběr bylo pět možností začínajících „Ano...“ (viz graf vpravo) a jedna možnost „Ne“ (viz graf vlevo) – 94 % odpovědělo ne, pouze 6 % vybralo jednu z odpovědí „Ano...“.
Z respondentů zapojených v kulturních službách jich nejvíce (33 %) pracuje jako dobrovolník v kulturním odvětví. Druhou největší skupinou (30 %) jsou zaměstnanci pracující v kulturním odvětví. Třetí skupinou jsou členové kulturně orientovaného spolku (17 %) a čtvrtou jsou OSVČ v kulturním odvětví.

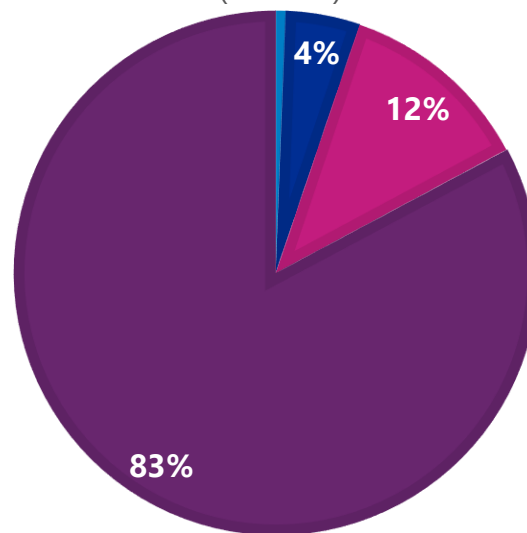


Aktivní umělecká činnost (1/2)

Všichni respondenti byli dále dotázáni na jejich vlastní uměleckou činnost. Většina respondentů – **83 %** **tázaných se nevěnuje umělecké činnosti**. Ostatních 17 % respondentů (86 osob) se věnuje nějaké umělecké činnosti. Z lidí, kteří se věnují umělecké činnosti, se jí 12 % respondentů věnuje ve volném čase bez finanční odměny. Dále se jí věnují 4 % tázaných ve volném čase i s menší finanční odměnou. Nejmenší skupinu tvoří pouze 1 % respondentů, kteří se umělecké činnosti věnují v pracovním čase a plyne jim z toho významná část jejich příjmů.
Pozn.: mezi respondenty nebyly děti pod 18 let, u nich se předpokládá vyšší míra aktivní umělecké činnosti díky rozvinuté síti základních uměleckých škol (ZUŠ), kam chodí převážně děti do 18 let.

Věnujete se vlastní umělecké činnosti?

(N=500)



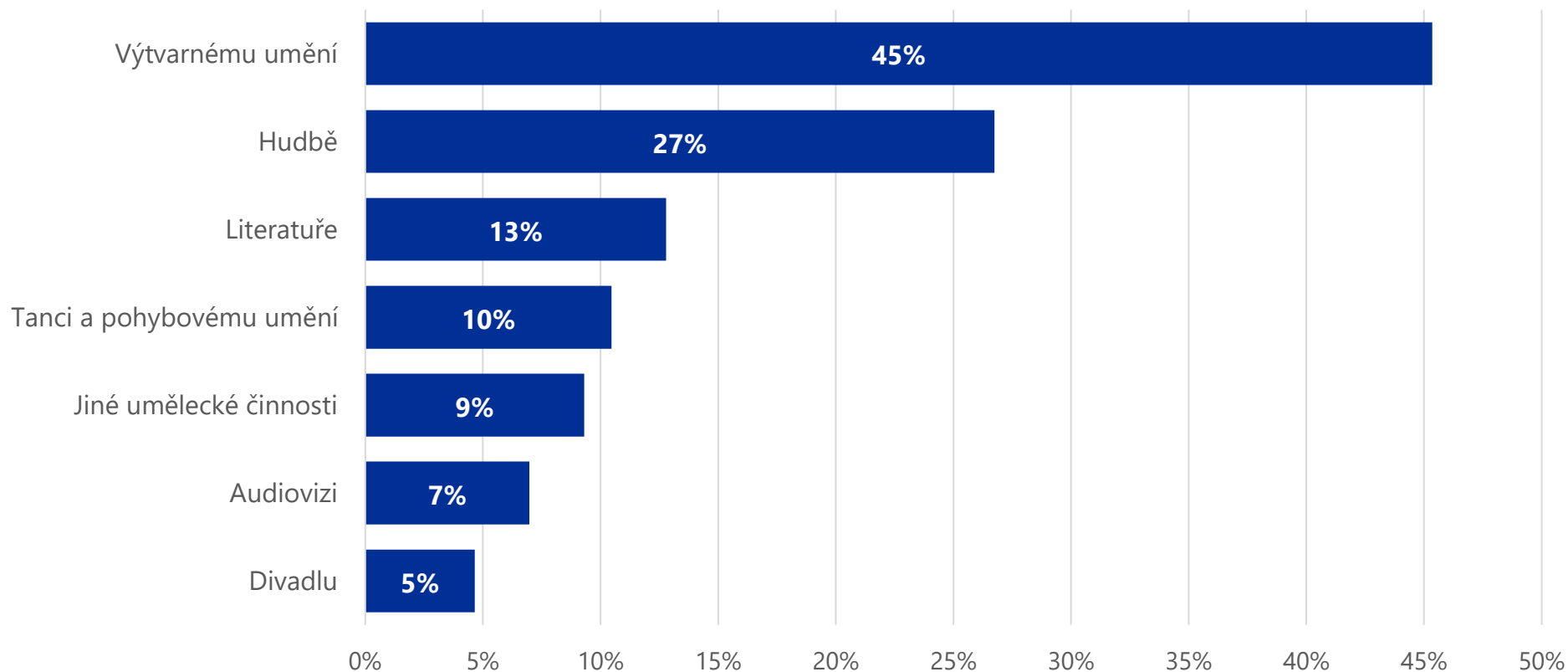
- Ano, věnuji – ve svém pracovním čase, plyne mi z ní významná část mých příjmů.
- Ano, věnuji – ve svém volném čase a plyne mi z ní menší finanční odměna.
- Ano, věnuji – ve svém volném čase, bez finanční odměny.
- Ne, nevěnuji.

Aktivní umělecká činnost (2/2)

Pro ty respondenty, kteří se vyjádřili, že se věnují umělecké činnosti (86 lidí), se zobrazila další otázka „Jaké umělecké činnosti se věnujete?“, přičemž mohli odpovědět více možností. Výtvarnému umění se věnuje 45 % osob z této skupiny, hudbě 27 % a literatuře 13 % (z 86 osob). Nejméně lidí se věnuje divadlu (5 %), opět je zde však nutné upozornit na příliš malý vzorek respondentů v této podrobnosti. Mezi jiné umělecké činnosti uváděli respondenti například šperkařství, drátenictví, design a výrobu dekorací a řezbářství.

Jaké umělecké činnosti se věnujete?

(N=86, možnost více odpovědí)

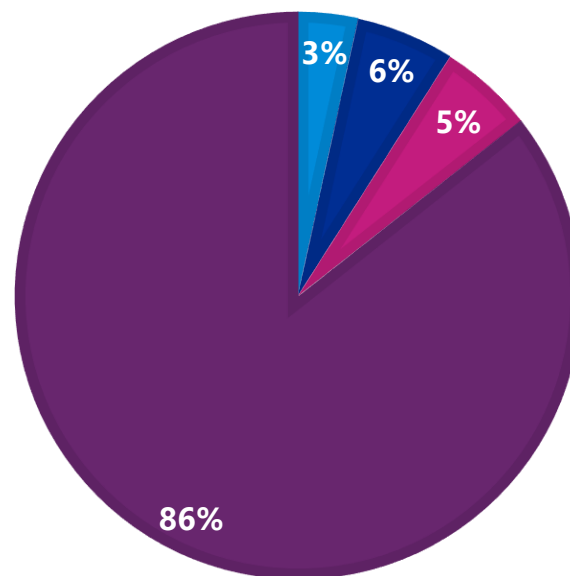


Aktivní pořádání kulturního programu

Dle výzkumu se **14 % respondentů podílelo někdy v posledních 5 letech na pořádání kulturního programu** v Olomouckém kraji. Přibližně 3 % tázaných se na pořádání kulturního programu podílela pětkrát a více, 6 % respondentů se na pořádání kulturního programu podílelo dvakrát až čtyřikrát v posledních 5 letech, cca 5 % respondentů jednou. Většina respondentů (86 %), se v posledních 5 letech nepodílela na pořádání žádného kulturního programu.

Podílel/a jste se někdy v posledních 5 letech na pořádání kulturního programu v Olomouckém kraji?

(N=500)



■ Ano, pětkrát a vícekrát. ■ Ano, dvakrát až čtyřikrát. ■ Ano, jednou. ■ Ne.



Závěry a doporučení pro další rozvoj kultury v Olomouckém kraji

Závěry a doporučení

Oddíl 1: Základní postoje a kulturní participace obyvatel

- **Většina respondentů (81 %) je spokojena s kulturním vyžitím v rámci kraje a pro 70 % je velmi či spíše důležité mít možnost kulturního vyžití.**
- Podle dotázaných je v kraji dostatečná nabídka kvalitních kulturních akcí zejména v divadlech, knihovnách a kinech (nad 80 % respondentů je s těmito zařízeními velmi nebo spíše spokojeno). Nad 20 % respondentů je nespokojeno s nabídkou festivalů a akcí ve veřejném prostoru.
- Celkem 31 % respondentů z celého kraje za kulturu vůbec necestuje, naopak 35 % cestuje za kulturu do jiných krajů ČR a cca 5 % dokonce do zahraničí. Více cestují za kulturu lidé z menších obcí, což svědčí o široké nabídce kultury zejména v Olomouci.
- Více než třetina respondentů (37 %) si myslí, že **Olomoucký kraj vyniká kulturními památkami**, naopak podle 21 % dotázaných **zaostává v oblasti festivalů**. – Tento fakt koresponduje se zaměřením Koncepce rozvoje kultury, kreativity a památkové péče Olomouckého kraje, kde je jedna ze tří oblastí věnovaná kulturnímu dědictví. Kraj by měl **dále rozvíjet oblast kulturního dědictví a stavět na ní svou konkurenční výhodu a marketing** nejen v oblasti kultury, ale i cestovního ruchu, kulturní identity apod.

Oddíl 2: Kulturní služby a infrastruktura

- **Pravidelně či několikrát za rok respondenti navštěvují zejména divadla** (4 % pravidelně, 53 % několikrát ročně) **a kina** (9 % pravidelně, 46 % několikrát za rok). **Galerie a výstavní prostory** vynikají jak nadstandardním podílem těch, kteří je navštěvují pravidelně (17 %), tak i těch, kteří je nenavštěvují a ani to neplánují (26 %).
- Z dalších míst, kam lidé chodí na kulturu, jsou nejvíc využívána **veřejná prostranství** (jednou či vícekrát za rok v nich navštíví kulturu 84 % dotázaných), **kulturní památky** (69 %) **a multifunkční zařízení** (56 %).
- Respondentům chybí v jejich lokalitě např. kino, divadlo či komunitní a kulturní multifunkční domy, akce pro děti a akce ve veřejném prostoru.
- V rámci kraje by uvítali multifunkční haly a kulturní a spolkové domy, lepší péči o kulturní dědictví (opravy památek) nebo zajímavější a rozmanitou nabídku kulturních akcí. Také zmiňovali potřebu lepší dostupnosti (hlavně cenové) a podpory lokální kultury.

Oddíl 3: Příspěvkové organizace

- Z otázek na zřizované a podporované kulturní příspěvkové organizace je vidět poměrně **velký rozdíl mezi kulturními organizacemi sídlícími v Olomouci, které zná většina respondentů, a mezi organizacemi sídlícími v ostatních lokalitách kraje**. Více než 80 % respondentů zná Moravské divadlo Olomouc (93 %), Vlastivědné muzeum v Olomouci a Moravskou filharmonii v Olomouci (po 87 %) a Vědeckou knihovnu v Olomouci (83 %). Z regionálních organizací je nejznámější Divadlo Šumperk (59 % tázaných jej zná).

- **Pravidelně či alespoň jednou v posledních pěti letech navštívilo nejvíce respondentů Moravské divadlo Olomouc (43 %) a Vlastivědné muzeum Olomouc (39 %).** U všech organizací se prokázalo, že jsou známé a navštěvované více místními obyvateli (ze stejné ORP), než obyvateli jiných částí kraje.
- Návštěvníci všech kulturních příspěvkových organizací, kteří je navštívili v posledních 5 letech, byli v drtivé většině velmi nebo spíše spokojeni s poslední návštěvou (vždy 85 až 98 % bylo spokojeno).
- Celkem 29 % respondentů pravidelně navštěvuje alespoň jednu z dotazovaných kulturních organizací, celkem **71 % osob někdy navštívilo alespoň jednu ze zmiňovaných organizací**, což svědčí o **dobřím dosahu organizací a atraktivnosti pro místní obyvatele**.
- Nejvíce by dotázané motivovala k návštěvě kulturních organizací, které nenavštěvují, **výjimečná akce** (celkem 89 % respondentů). Druhou největší motivací by byli **přátelé, rodina a známí** (84 % respondentů), na dalším místě uváděli **menší vzdálenost od bydliště** (60 %).

Oddíl 4: Kulturní akce v Olomouckém kraji

- Z akcí, kterým Olomoucký kraj poskytl víceletou podporu, zná nejvíce respondentů akci **Divadelní flora** (přes 60 % respondentů akci zná a 24 % ji někdy v minulosti navštívilo). Více než polovina respondentů zná také akce **Mezinárodní varhanní festival v Olomouci, festival Academia Film Olomouc a Mezinárodní hudební festival Keltská noc**.
- Přes 18 % navštěvuje některou z akcí pravidelně a **celkem 47 % respondentů někdy v životě navštívilo alespoň jednu ze zmiňovaných akcí**. Přesto jsou obecně všechny akce známé a respondenty navštěvované mnohem méně než kulturní příspěvkové organizace. Dále respondenti v otevřené otázce uvedli celou řadu dalších kulturních akcí, které s oblibou navštěvují.

Oddíl 5: Informovanost, dostupnost

- Většina (61 %) respondentů z řad obyvatel Olomouckého kraje uvedla, že má dostatek informací o konání kulturních událostí v Olomouckém kraji (13 % má rozhodně a 48 % spíše dostatek informací). Naopak **31 % uvedlo, že má spíše či rozhodně nedostatek informací o kulturní nabídce**. Kraj by tedy mohl zapracovat na lepší informovanosti a propagaci kultury, avšak je nutno dodat, že tento úkol je nelehkým oříškem i pro řadu jiných měst a regionů, kde je bohatá širší kulturní nabídka a čím dál více pořadatelů propaguje své akce především přes internet a sociální sítě, které nepoužívá každý.
- Polovina respondentů (50 %) v současnosti získává **informace o kulturním dění prostřednictvím sociálních sítí**. Druhým nejdůležitějším zdrojem jsou plakáty a vývěsky (43 %), dále 38 % získává informace o kulturním dění prostřednictvím rodiny, přátel a známých.
- Co se týká výdajů na kulturu, největší část respondentů (43 %) uvedla, že **měsíční výdaje jejich domácnosti na kulturu jsou do 500 Kč**, dalších 26 % vydává na kulturu 501-1.000 Kč měsíčně a dalších 15 % více než 1.000 Kč. Za kulturní produkty a digitální služby (např. knihy, Netflix ap.) dotázaní utrácejí nejčastěji také do 500 Kč měsíčně, ovšem častěji méně než za osobní návštěvu kulturních akcí a zařízení. Obyvatelé ORP Olomouc mají větší výdaje na kulturu, než tomu je u obyvatel ostatních ORP Olomouckého kraje.

- Pro přibližně třetinu respondentů tvoří bariéru pro návštěvu kulturních zařízení **nedostatek času** (35 % tázaných) a **nedostatek peněz** (32 %), **nabídka kulturních akcí neoslovuje 23 % respondentů**. Následuje špatná dopravní dostupnost a chybějící doprovod. Naopak **žádné bariéry nevnímá 12 % tázaných**. K častějším návštěvám kultury by je motivovala nejčastěji **atraktivnější a širší nabídka programu**.

Oddíl 6: Vlastní umělecká a kulturní angažovanost

- Pouze **6 % dotázaných uvedlo, že jsou nějak angažováni v kultuře**, z toho nejčastěji jako dobrovolníci nebo zaměstnanci v kulturním odvětví.
- **Vlastní umělecké činnosti se aktivně věnuje 17 % dotázaných**, a to nejčastěji ve svém volném čase a bezplatně. Z uměleckých činností se věnují nejčastěji **výtvarnému umění** (45 % z této skupiny) nebo **hudbě** (17 % z této skupiny).
- Dle výzkumu se **14 % respondentů podílelo někdy v posledních 5 letech na pořádání kulturního programu** v Olomouckém kraji.

Stručný závěr a doporučení

Výzkum ukázal, že lidé jsou s kulturou v Olomouckém kraji převážně spokojeni, avšak **potenciál pro zlepšení vidí v atraktivnější a rozmanitější kulturní nabídce, lepší informovanosti a dostupnosti, zejména v regionech**. Lidé jsou si vědomi značného **potenciálu kulturního dědictví**, ve kterém dle mnoha respondentů Olomoucký kraj vyniká, proto jej doporučujeme dále rozvíjet v mnoha rovinách.

Zatímco příspěvkové kulturní organizace většina lidí zná a mnoho z nich je pravidelně navštěvuje a jsou s nimi ve velké míře spokojeni. u finančně podporovaných kulturních akcí je jejich návštěvnost a znalost podstatně nižší. Je zřejmé, že dotázaní navštěvují také celou řadu jiných kulturních akcí, které nebyly předmětem otázek dotazníku.

Vzhledem k tomu, že zpracovatelům není známo, že by byl podobný výzkum realizován v jiných krajích ČR (nýbrž jen ve vybraných městech), není možné Olomoucký kraj porovnat s jinými kraji. O to více doporučujeme **opakovat podobný výzkum v Olomouckém kraji v pravidelných intervalech cca 3-5 let** a zajistit tak vlastní sebe-evaluaci v časové řadě.

Kontaktní osoba:

TEREZA RAABOVÁ

+420 604 114 075
t.raabova@kreia.cz
www.kreia.cz

Kontaktní osoby:

TEREZA RAABOVÁ, ONDŘEJ ŠPAČEK

+420 604 114 075, 602 265 851
t.raabova@kreia.cz, o.spacek@kreia.cz
www.kreia.cz

Poznámka:

Práci na studii jsme započali v září a ukončili v prosinci 2023. Od tohoto data jsme nečinili jakékoliv aktualizace této zprávy o jakékoliv další události či okolnosti. V průběhu přípravy této studie jsme používali jako hlavní zdroj informací data z reprezentativního výzkumu mezi obyvateli Olomouckého kraje. V neposlední řadě jsme využili databázi a zkušeností zpracovatelského týmu.