KULTURNÍ ŽIVOT A HODNOCENÍ KULTURNÍCH AKTIVIT VE STATUTÁRNÍM MĚSTĚ OPAVA

Zpráva z průzkumu

2013

SocioFactor s.r.o.

Chopinova 523/10

702 00 Ostrava – Přívoz

www.sociofactor.eu

Opava

socio.factor

sociální firma I výzkum a vzdělávání I služby

OBSAH

I. ÚVOD....3

II. METODOLOGIE PRŮZKUMU....4

III. SOCIODEMOGRAFICKÉ CHARAKTERISTIKY RESPONDENTŮ....5

IV. VZTAH OBČANŮ KE KULTUŘE....11

V. KULTURA V OPAVĚ V PERSPEKTIVĚ RESPONDENTŮ....16

VI. DOSTUPNOST KULTURY OBČANŮM....22

VII. HODNOCENÍ KULTURNÍCH ZAŘÍZENÍ....26

VIII. HODNOCENÍ KULTURNÍCH AKCÍ....33

IX. DOPORUČENÍ RESPONDENTŮ....38

X. SHRNUTÍ HLAVNÍCH ZJIŠTĚNÍ....40

I. ÚVOD

Průzkum týkající se kultury a jejího vnímání v Opavě si Statutární město Opava zadalo u společnosti SocioFactor s.r.o. na sklonku roku 2012. Poté následovala příprava výzkumu a na začátku roku 2013 také sběr dat mezi občany města. Výsledky průzkumu představujeme v této výzkumné zprávě nazvané *Kulturní život a hodnocení kulturních aktivit ve statutárním městě Opava* a publikované v březnu roku 2013.

Cílem výzkumu bylo zjistit postoje a názory občanů města vůči vybraným aspektům kultury a kulturního života a dění ve městě. Průzkum byl koncipován jako reprezentativní, aby bylo možno jeho výsledky zobecnit na celou populaci města. Jeho výsledky mají sloužit při přípravě *Kulturní koncepce statutárního města Opavy do roku 2020*. V tomto směru si průzkum kladl za cíl přinést řadu podnětů a inspirací, které by měly sloužit při zpracovávání návrhu koncepce. Výstupy jsou proto prezentovány v takové podobě, aby byly využitelné při tvorbě akčních plánů kultury pro následující roky. V úvodu je zapotřebí zmínit, že výsledky průzkumu veřejného mínění a postojů občanů ke kultuře nejsou absolutní a v čase se mohou vyvíjet a měnit, úplně stejně jako se mohou vyvíjet a měnit názory občanů.

Děkujeme pracovníkům Odboru rozvoje města a strategického plánování a členům týmu Kulturní koncepce statutárního města Opava, kteří se podíleli na zadání průzkumu, na průběžném odborném komentování dotazníku a poskytovali množství podnětů a inspirací v průběhu příprav průzkumu. Poděkování patří také občanům města, kteří neodmítli naše tazatele a našli si čas dotazník vyplnit a zamyslet se nad aktuálním stavem kultury ve městě.

II. METODOLOGIE PRŮZKUMU

Výzkumnou metodou, kterou jsme zvolili, byla metoda statisticko-kvantitativní. Data jsme sbírali prostřednictvím dotazníků. Zadání výzkumu předpokládalo oslovení přibližně 800 osob starších 15 let pobývající v Opavě rok a déle. Celkem jsme oslovili 817 respondentů. Jejich výběr byl proveden kvótním způsobem. Jedná se o standardní výběrovou techniku, jejíž podstatou je „napodobování" struktury celé populace z hlediska tzv. kvótních kritérií. Výzkum pracoval se třemi kvótními kritérii, podle kterých se řídili tazatelé při oslovování občanů. Jednalo se o jejich věk, pohlaví a místo bydliště.

Realizace průzkumu zahrnovala několik po sobě jdoucích a navazujících činností. Nejdříve jsme navrhli výzkumný postup, obeznámili se s nabídkou kultury ve městě a sestavili seznam kulturních zařízení a aktivit. Významnost jednotlivých zařízení a činností jsme ověřili v rámci několika rozhovorů s osobami angažujícími se na poli kultury ve městě. Dále jsme provedli tzv. kvótní výběr a to podle struktury obyvatelstva města z posledního sčítání lidu (SLDB 2011). Město jsme rozdělili do sektorů, v nichž poté tazatelé vyhledávali respondenty na základě kvótních instrukcí. Tazatelé měli k dispozici tabulky, které stanovovaly, kolik osob se má v daném teritoriu oslovit, a podle jakých kritérií. Poté jsme navrhli dotazník, který průběžně komentovali pracovníci a pracovnice magistrátu a členové týmu Kulturní koncepce statutárního města Opava. Jejich přispěním byly vybrány oblasti zájmu a byla kontrolována věcná správnost dotazníku. Dotazník čítal celkem 31 otázek, některé byly uzavřené, jiné otevřené. Dotazník byl pilotně otestován, doplněn a následně vytištěn. V jeho záhlaví respondenti nalezli informace k průběhu dotazování a instrukce k vyplnění dotazníku.

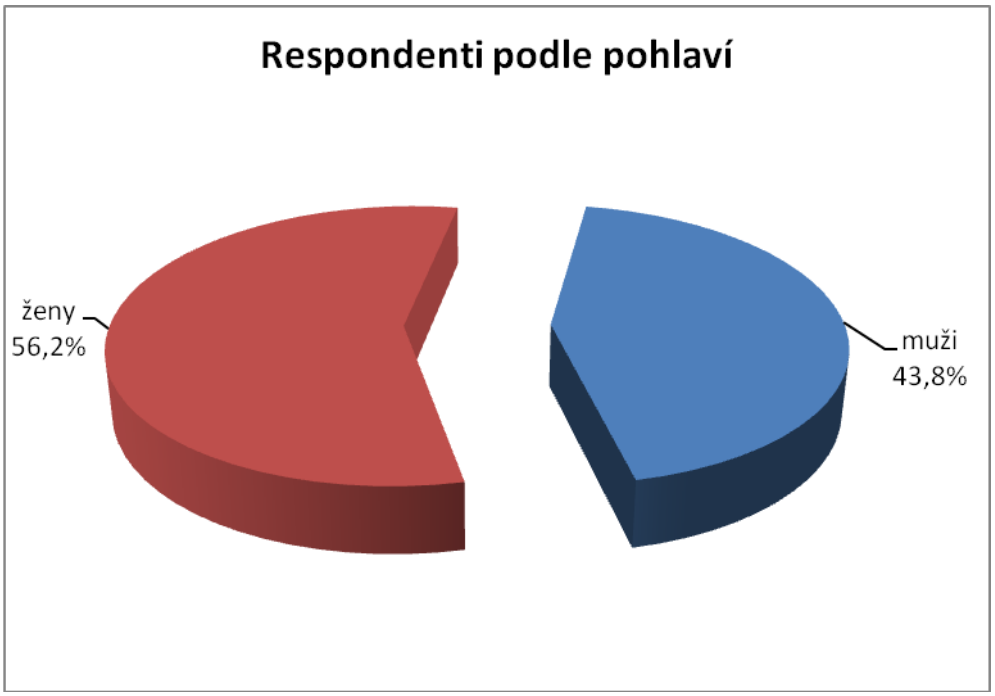
Sběr dat probíhal v průběhu měsíce ledna a února a zajistilo ho celkem osm tazatelů a tazatelek. Tazatelé byli proškoleni a vybaveni originální visačkou; při oslovování respondentů vždy vysvětlili cíl sběru dat, požádali o vyplnění dotazníku a dotazovaným nabídli asistenci. Někteří respondenti vyplnili dotazník bez jejich pomoci, dalším tazatelé asistovali a pomáhali zvládat případné obtíže.
Dotazování trochu komplikovala skutečnost, že nedávno, či ve stejné době, probíhaly ve městě celkem tři průzkumy veřejného mínění, což negativně ovlivňovalo ochotu občanů věnovat dotazování svůj čas. Jednalo se o jedinou komplikaci, se kterou jsme se potýkali. Získaná data jsme přepsali do počítače a vyhodnotili ve statistickém programu. Statistické výsledky jsme doplnili komentářem a grafy. Výzkumná zpráva vznikla během prvních dvou březnových týdnů.

III. SOCIODEMOGRAFICKÉ CHARAKTERISTIKY RESPONDENTŮ

V následujícím textu uvádíme vybrané sociodemografické ukazatele respondentů, kteří se průzkumu zúčastnili. Nejdříve představíme ty charakteristiky respondentů, které sloužily jako tzv. kvótní kritéria. Jedná se o věk, pohlaví a městskou část, ve které respondenti žijí. Popis vzorku doplňují informace o sociálně ekonomickém statusu respondentů, vzdělání a délce jejich pobytu v Opavě. Tyto údaje podávají přehled o výzkumném vzorku a umožní následně rozkrýt, zda a jak se od sebe jednotlivé kategorie občanů liší v názorech a hodnoceních kultury ve městě.

Jedním z kvótních kritérií bylo **pohlaví**. Více než polovinu výběrového souboru tvořily ženy (56,2%). Méně než polovinu tvořili muži (43,8%). Z oslovování bylo zřejmé, že ženy byly o něco ochotnější se vyjádřit k tématu kultury než muži.

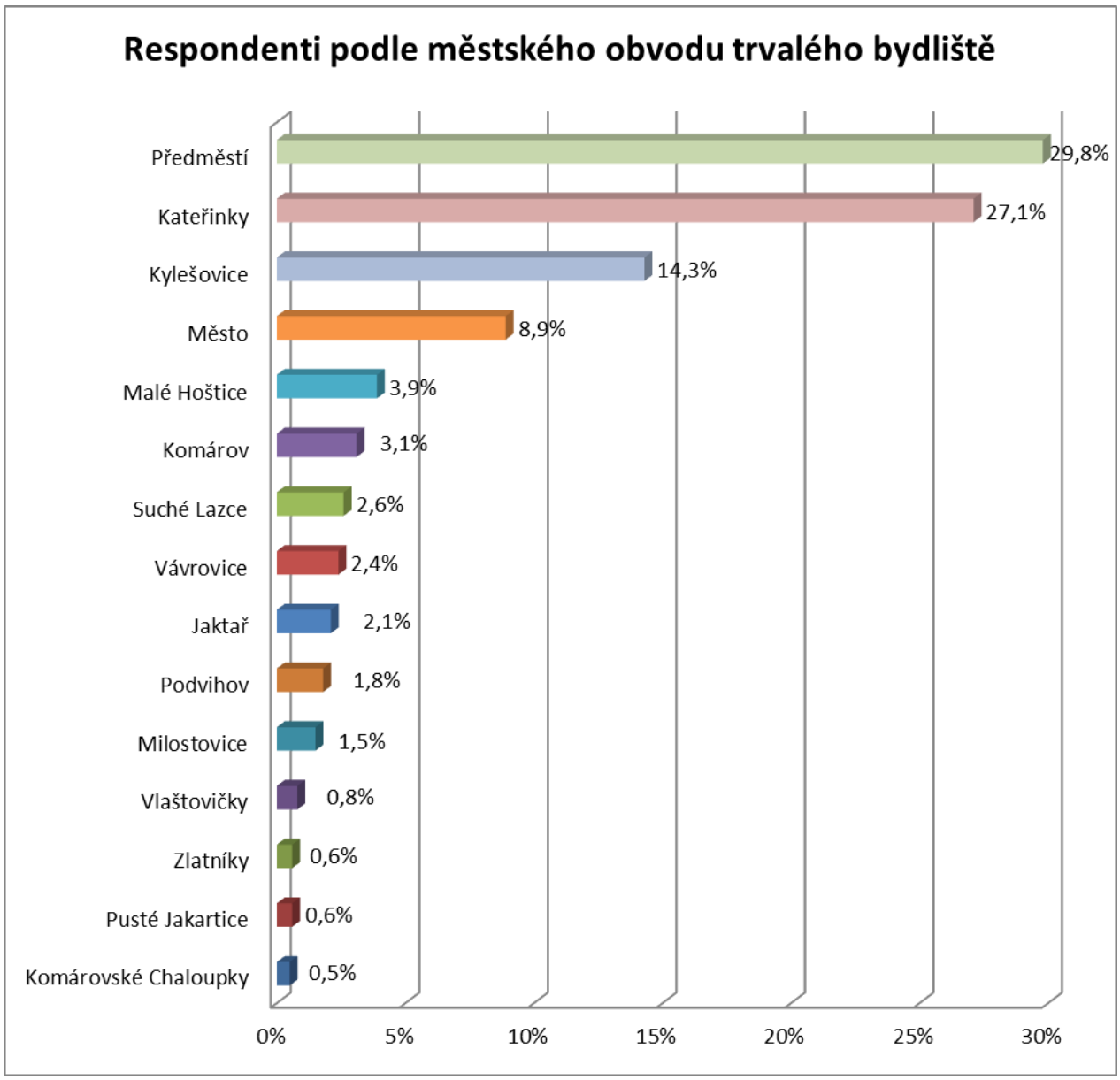
Graf č. 1 – Respondenti podle pohlaví



Dalším z kvótních kritérií byl městský obvod, ve kterém respondenti žijí. Celkem se jednalo o patnáct městských obvodů, v nichž jsme respondenty oslovovali. S výjimkou Předměstí se podařilo kritéria dodržet, pouze v této části jsme oslovili o něco méně respondentů, než bylo

v plánu. Příčinou byla nižší ochota respondentů vyplnit dotazník a také vyřazení některých neúplně nebo ne zcela věrohodně vyplněných dotazníků.

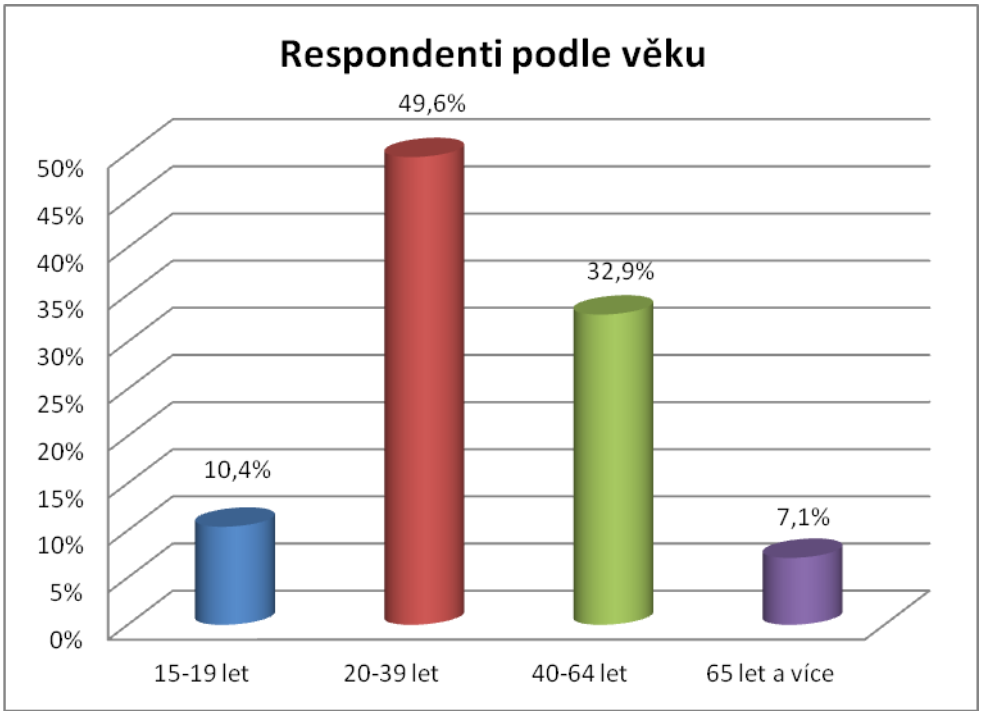
Graf č. 2 – Respondenti podle městského obvodu trvalého bydliště



Věk oslovených respondentů byl dalším z kvótních kritérií. Podle věku jsme rozdělili respondenty do čtyř kategorií. V první věkové kategorii 15 – 19 let jsme oslovili 10,4% respondentů, ve druhé věkové kategorii 20 – 39 let jsme oslovili 49,6% respondentů, ve třetí kategorii 40 – 64 let jsme oslovili 32,9% respondentů a ve čtvrté věkové kategorii 65 a více let jsme oslovili 7,1% respondentů. V porovnání s kvótami je patrné, že se zvyšujícím se věkem se

obtížněji dařilo získávat odpovědi. U respondentů s věkem klesal zájem o dotazování a obecně se hůře získávaly odpovědi od respondentů nad 40 let.

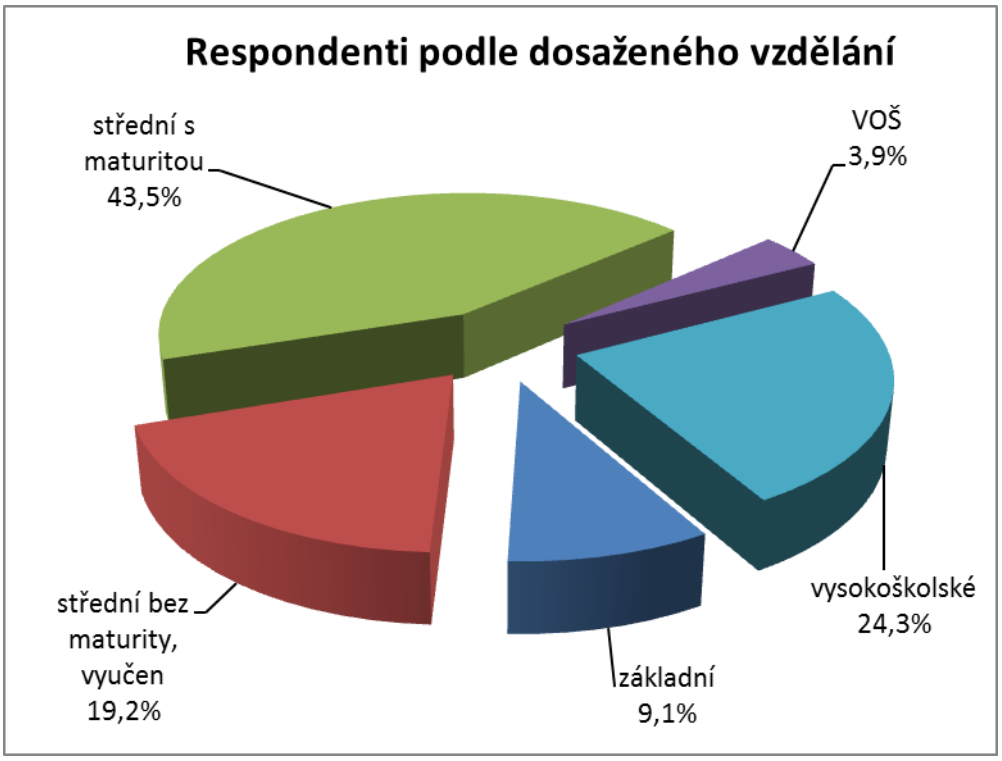
Graf č. 3 – Respondenti podle věku



Nejstarší občan, který odpověděl na otázky v dotazníku, se narodil v roce 1931. Naopak nejmladší respondenti se narodili v roce 1998. Průměrný věk respondentů byl 39 let.

Jakého **nejvyššího vzdělání** respondenti dosáhli? Více než dvě pětiny oslovených respondentů mělo středoškolské vzdělání s maturitou (43,5%). Následovala je téměř čtvrtina osob s vysokoškolským vzděláním (24,3%) a téměř pětina se středoškolských vzděláním bez maturity či s učebním oborem (19,2%). Nejméně bylo ve vzorku zastoupeno respondentů s ukončeným nebo neukončeným základním vzděláním (9,1%) a s vyšším odborným vzděláním (3,9%).

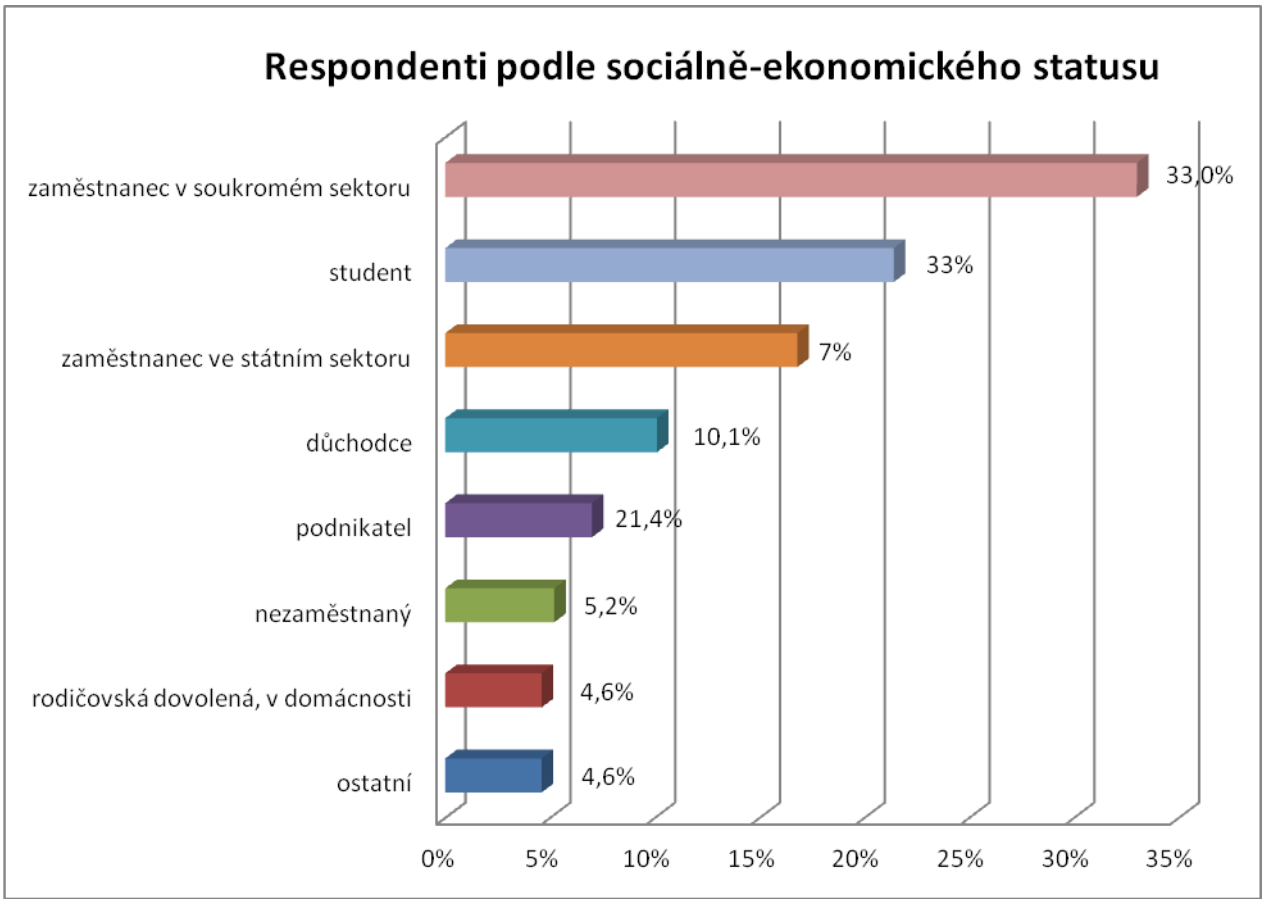
Graf č. 4 – Respondenti podle dosaženého vzdělání



Z hlediska **sociálně-ekonomického statusu** jsme oslovili třetinu zaměstnanců v soukromém sektoru (33,0%). Více než pětina respondentů uvedla, že studuje (21,4%). Zaměstnanců ve státním sektoru je ve vzorku zastoupena méně než pětina (16,8%) a důchodců zhruba desetina (10,1%). Méně než desetina oslovených se označila za podnikatele (7%), nezaměstnané (5,2%), na rodičovské dovolené či v domácnosti (4,6%), nebo patřili k jiné kategorii (4,6%). Téměř tři procenta respondentů označilo více kategorií současně, např. se jednalo pracující důchodce nebo osoby studující při zaměstnání.

Výsledky za jednotlivé kategorie nelze sčítat dohromady, respondenti totiž mohli označit více možností současně (v případech pracujících studentů, důchodců apod.).

Graf č. 5 – Respondenti podle sociálně-ekonomického statusu



Předpokládali jsme, že na návštěvnost kulturních akcí může mít vliv i finanční situace respondentů. Proto jsme se také dotazovali, jaký je **průměrný čistý měsíční příjem** respondentů. Na tuto citlivou otázku nakonec odpověděly více než čtyři pětiny dotázaných (80,2%). Ostatní buď odmítli odpovědět, nebo uvedli, že žádný příjem nemají.

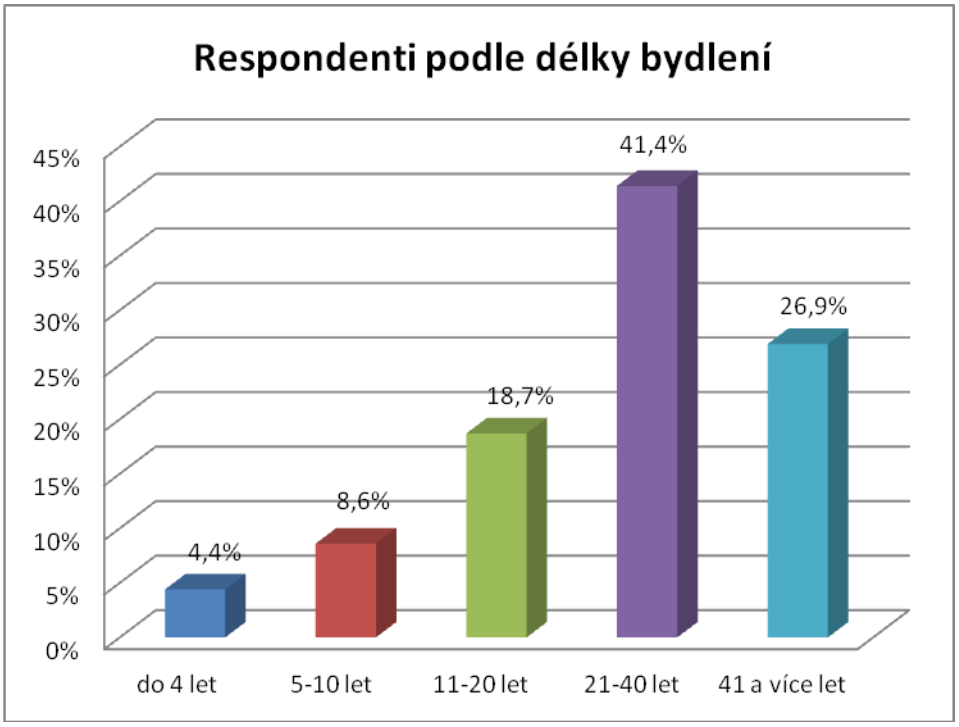
Tabulka č. 1 – Respondenti podle čistého měsíčního příjmu

do 10 tis. Kč	31,3%
11 - 20 tis. Kč	52,3%
21 - 30 tis. Kč	14,2%
nad 30 tis. Kč	2,2%

Také jsme se ptali, **kolik let respondenti v Opavě bydlí**. Soubor můžeme rozdělit do pěti kategorií: do 4 let v některém z městských obvodů Opavy žije 4,4% respondentů, 5 – 10 let 8,6% respondentů, 11 – 20 let 18,7% respondentů, 21 – 40 let 41,4% respondentů a 41 a více let

26,9% respondentů. Průměrný respondent žije v Opavě 30 let. Do jednoho roku bydlí v Opavě 0,8% respondentů a 0,2% respondentů zde žije již 81 let. Z výsledků je patrné, že jsme oslovili respondenty, kteří se dají označit za usedlé.

Graf č. 6 – Respondenti podle délky bydlení ve městě

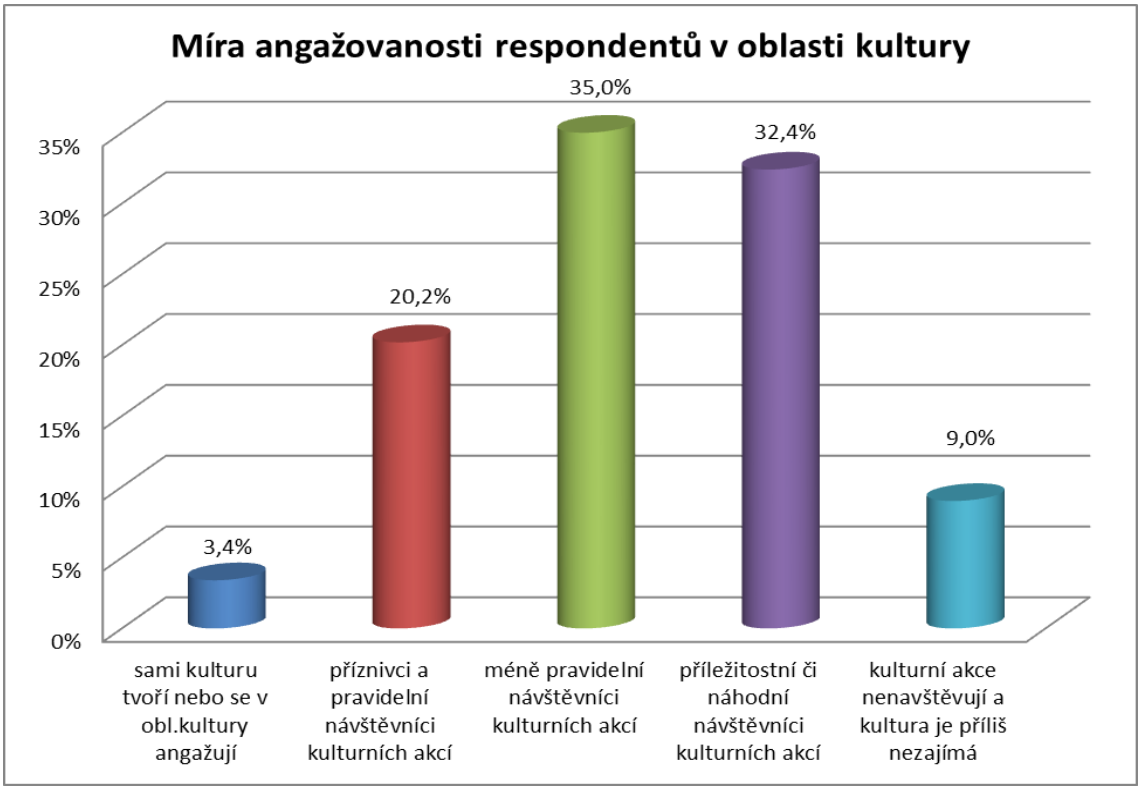


IV. VZTAH OBČANŮ KE KULTUŘE

V jaké míře se respondenti vlastně v oblasti kultury **angažují**? Jsou velkými příznivci a pravidelnými návštěvníky kulturních akcí, nebo naopak kulturní akce nenavštěvují a kultura je nezajímá?

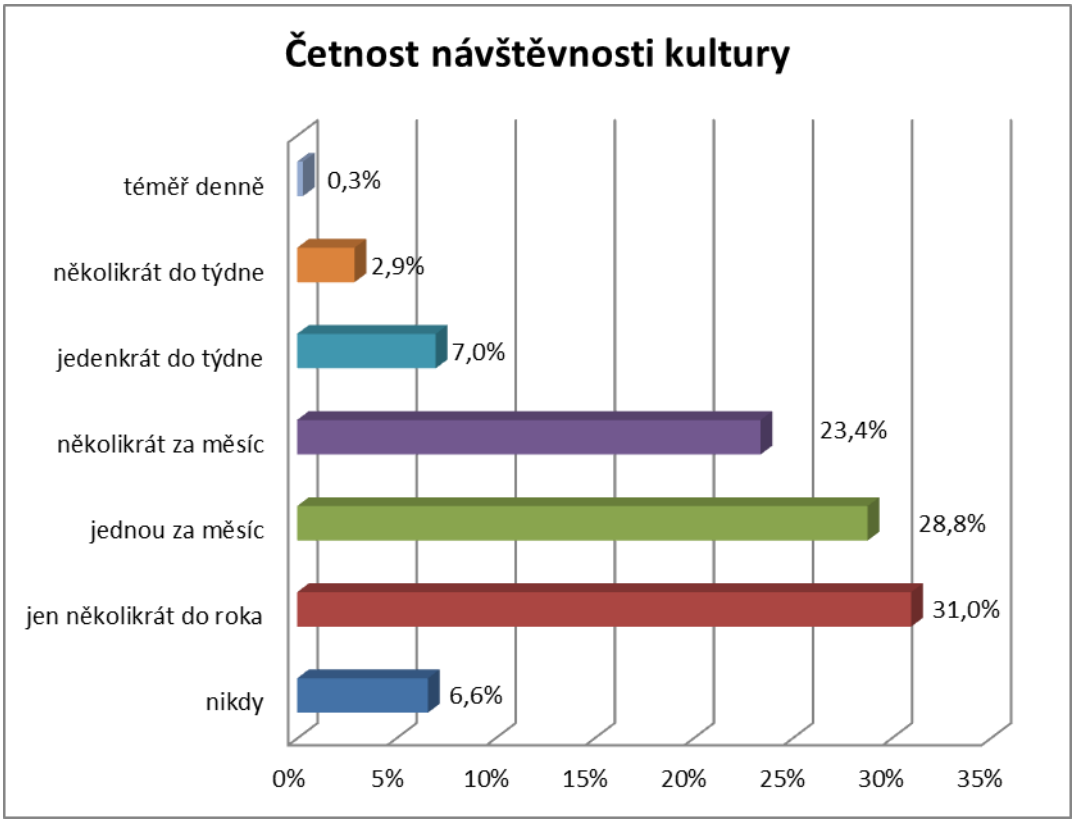
Že sami kulturu tvoří nebo se v oblasti kultury angažují, uvedly 3,4% respondentů. Jedná se o osoby, které v kultuře přímo působí a mají o ní značný přehled. Vedle těchto angažovaných respondentů existují příznivci a pravidelní návštěvníci kulturních akcí, kterých je mezi respondenty více než pětina (20,2%). Nejčastěji však respondenti uváděli, že jsou méně pravidelnými návštěvníky kulturních akcí (35%) nebo jejich příležitostnými a náhodnými návštěvníky (32,4%). Kulturní akce vůbec nenavštěvuje a kultura příliš nezajímá téměř desetinu dotázaných (9%). Pokud sečteme respondenty, kteří se hlásí ke kultuře a jsou angažovanými, příznivci a pravidelnými či méně pravidelnými návštěvníky, jedná se téměř o tři pětiny dotázaných (58,6%). Oproti nim stojí lidé, kteří jsou spíše příležitostnými a náhodnými návštěvníky kulturních akcí nebo se o kulturu nezajímají – těch je více než dvě pětiny (41,4%).

Graf č. 7 – Míra angažovanosti respondentů v oblasti kultury



Další otázka, která zjišťovala účast lidí na kulturním životě ve městě, se týkala **frekvence návštěvnosti kulturních akcí**. Ptali jsme se, k jak častým návštěvníkům kultury respondenti patří, jak často navštěvují kulturní akce ve městě. Téměř denní návštěvnost uvedlo 0,3% respondentů, několikrát do týdne akce navštěvuje 2,9% respondentů a jednou do týdne 7% respondentů. Několikrát za měsíc kulturu navštíví téměř čtvrtina respondentů (23,4%) a jednou za měsíc více než čtvrtina (28,8%). Jen několikrát do roka navštíví nějakou kulturní akci téměř třetina respondentů (31%). A žádnou kulturní akci nikdy nenavštívila méně než desetina dotázaných (6,6%). Respondenty můžeme tedy rozdělit do dvou skupin: kulturní akce navštěvují více než tři pětiny osob ze všech dotázaných (62,4%); zbývající více než třetina vykazuje malou či žádnou návštěvnost (37,6%). Když výsledky porovnáme s předchozí angažovaností v kultuře, zjišťujeme, že spolu korespondují.

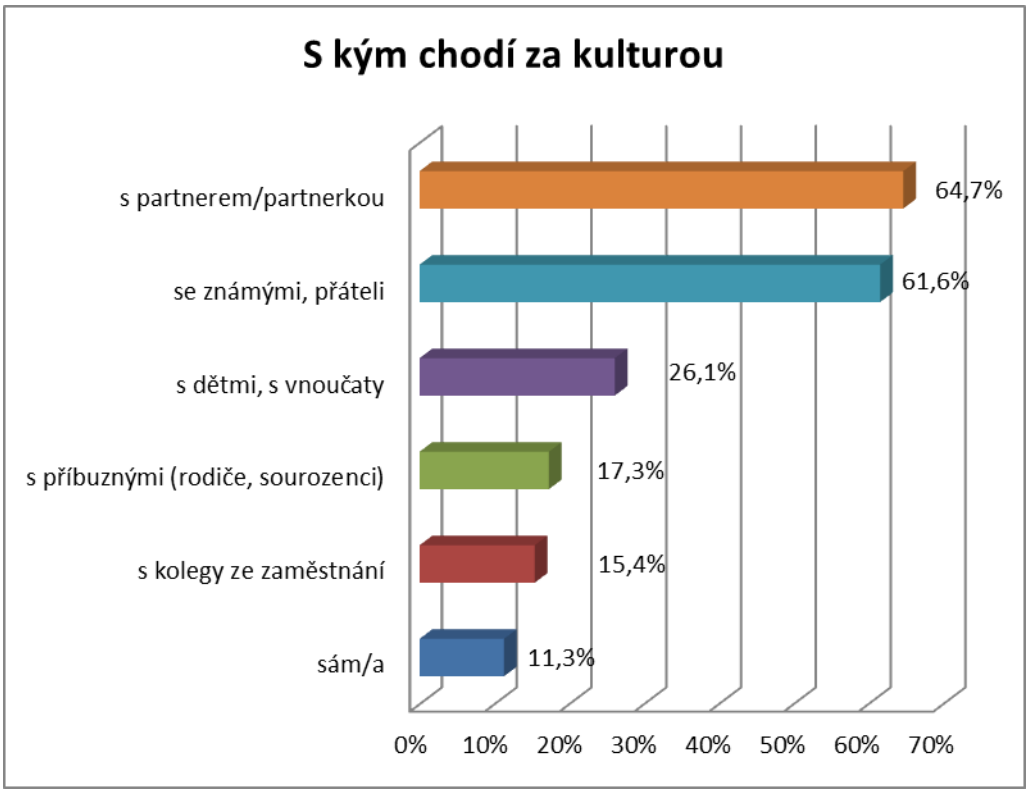
Graf č. 8 – Frekvence návštěvnosti kultury



A s kým respondenti za kulturou nejčastěji chodí, **s kým kulturní akce nejčastěji navštěvují**? Výsledky nelze napříč kategoriemi sčítat dohromady, protože respondenti mohli vybrat více odpovědí současně, třeba v případě, kdy kulturu navštěvují se známými, přáteli, ale také s kolegy ze zaměstnání.

Nejčastěji chodí společně s partnerem či partnerkou (64,7%) a se známými a přáteli (61,6%). Více než čtvrtina respondentů za kulturou vyráží společně s dětmi či s vnoučaty (26,1%). Méně než pětina tak činí s příbuznými /rodiče, sourozenci/ (17,3%) nebo s kolegy ze zaměstnání (15,4%). Zároveň platí, že existují i solitéři, kteří akce navštěvují bez doprovodu druhých (11,3%).

Graf č. 9 – Společné návštěvy kulturních akcí

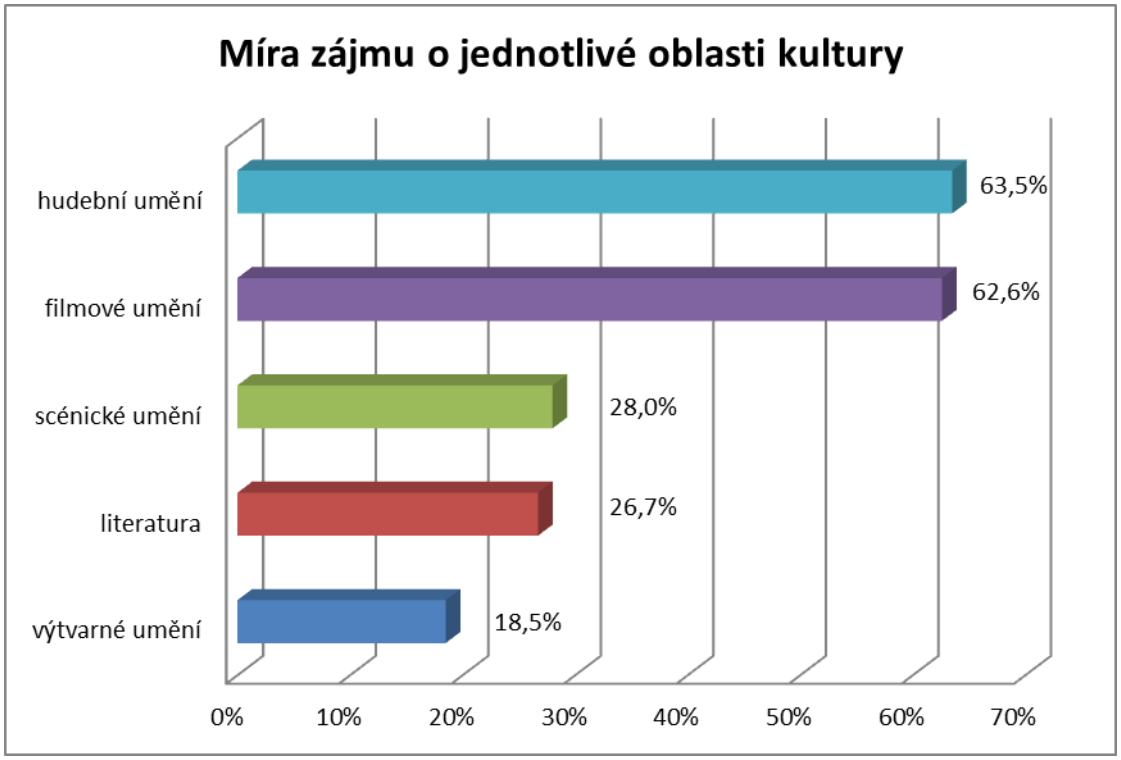


S partnerem či partnerkou nejčastěji za kulturou vyráží zaměstnanci ze soukromého sektoru. Doprovod známých a přátel je nejčastější u návštěv hudebního a filmového umění, u studentů a obecně mladších věkových kategorií. S vnoučaty a dětmi se za kulturou častěji vydávají starší věkové kategorie. Osoby na rodičovské dovolené, ale i zaměstnanci ve státním sektoru častěji společně míří za scénickým uměním. V doprovodu příbuzných jsou častěji navštěvovány akce výtvarného umění. S kolegy ze zaměstnání se míří častěji za hudebním uměním. Lidé bez doprovodu upřednostňují návštěvy akcí výtvarného umění a literární.

O které oblasti kultury se respondenti nejvíce zajímají? Dotázaní měli možnost uvést více oblastí současně, proto nelze výsledky v jednotlivých kategoriích sčítat dohromady. Respondent mohl například uvést, že projevuje současně zájem o hudební i filmové umění. Z výsledku je patrné, že se Opavané nejvíce zajímají o oblast hudebního umění (63,5%) a filmového umění

(62,6%). O přibližně polovinu méně deklarují zájem o scénické umění (28%) a o oblast literatury (26,7%) respondentů. Méně než pětina dotázaných (18,5%) se zajímá o výtvarné umění.

Graf č. 10 – Zájem o oblasti kultury



Také jsme zjišťovali, **které skutečnosti, a v jaké míře, jsou pro respondenty v jejich životě důležité.** Respondenti měli možnost význam jednotlivých oblastí označit na škále od 1 (velmi důležité) do 5 (zcela nedůležité). Ukázalo se, že mezi nejdůležitější hodnoty patří pro dotazované rodina, práce a také přátelé a známí.

Tabulka č. 2 – Hodnotové orientace respondentů

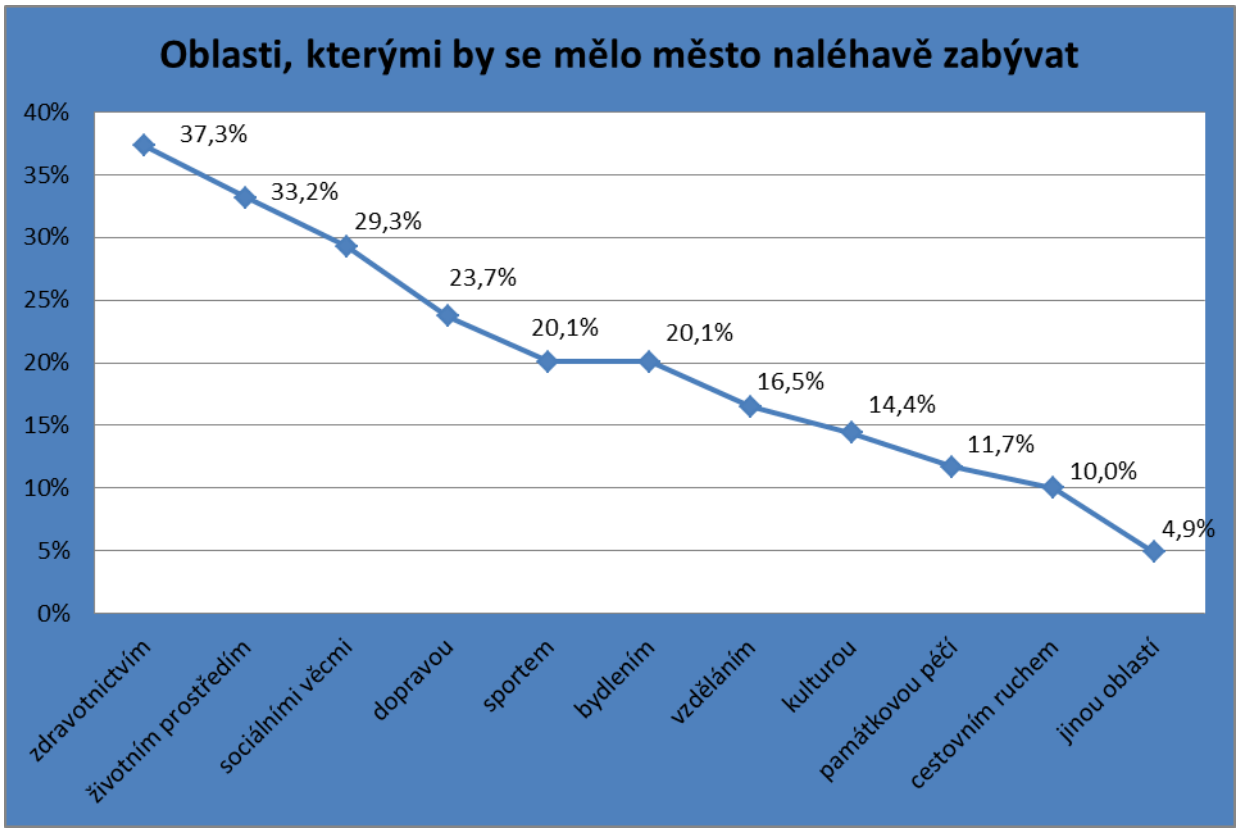
	Práce	**Rodina**	**Přátelé a známí**	**Volný čas**	**Politika**	**Náboženství**
velmi důležitá	53,1%	87,7%	51,8%	35,9%	7,8%	9,1%
spíše důležitá	24,6%	7,3%	31,8%	31,7%	12,6%	10,5%
ani důležitá ani nedůležitá	12,0%	3,0%	12,9%	23,3%	24,7%	14,0%
spíše nedůležitá	2,0%	0,8%	2,3%	5,7%	17,9%	13,4%
určitě nedůležitá	8,3%	1,2%	1,2%	3,4%	37,0%	53,0%

Pokud výsledky porovnáme s Evropským výzkumem hodnot (výsledky za ČR, rok 2008), tak zjišťujeme, že respondenti z Opavy v rámci označení „velmi důležité“ vykazují obdobné výsledky jako celá ČR ve vnímání důležitosti práce (EVS - 52,3%), náboženství (EVS - 8,3%) a politiky (EVS - 7%). Nadprůměrně ale vyzdvihují důležitost přátel a známých (EVS - 28,2%), rodiny (EVS - 83,5%) a volného času (EVS - 24,9%). Právě tato poslední hodnota může ovlivňovat vnímání kultury jako způsobu, jak kvalitně a smysluplně volný čas trávit.

V. KULTURA V OPAVĚ V PERSPEKTIVĚ RESPONDENTŮ

Pro hodnocení kultury jako takové je důležité, jakou prioritu jí občané dávají ve srovnání s dalšími oblastmi. Dále uvádíme výsledky **porovnání různých oblastí, jimiž by se podle názoru dotázaných mělo město co nejnaléhavěji zabývat**. Respondentům jsme předložili výčet oblastí života ve městě, jimž měli udělit preference, přičemž jsme výběr omezili maximálně na tři. Opět tedy platí, že respondent mohl označit více možností. Z grafu je patrné, že občané města Opavy pociťují největší potřebu zlepšení v těchto oblastech: zdravotnictví (37,3%), životního prostředí (33,2%) a sociálních věcí (29,3%). Kolem pětiny respondentů doporučuje se zabývat dopravou (23,7%), sportem (20,1%) a bydlením (20,1%). Jak vidíme, kultura patří z hlediska „naléhavosti" mezi nejméně doporučované oblasti (14,4%), umístila se na osmé pozici z jedenácti. Přibližně stejné procento respondentů doporučilo se zabývat vzděláním (16,5%). Za kulturou se umístila tato témata: památková péče (11,7%), cestovní ruch (10%) a jiné oblasti (4,9%).

Graf č. 11 – Oblasti naléhavého zájmu ze strany města

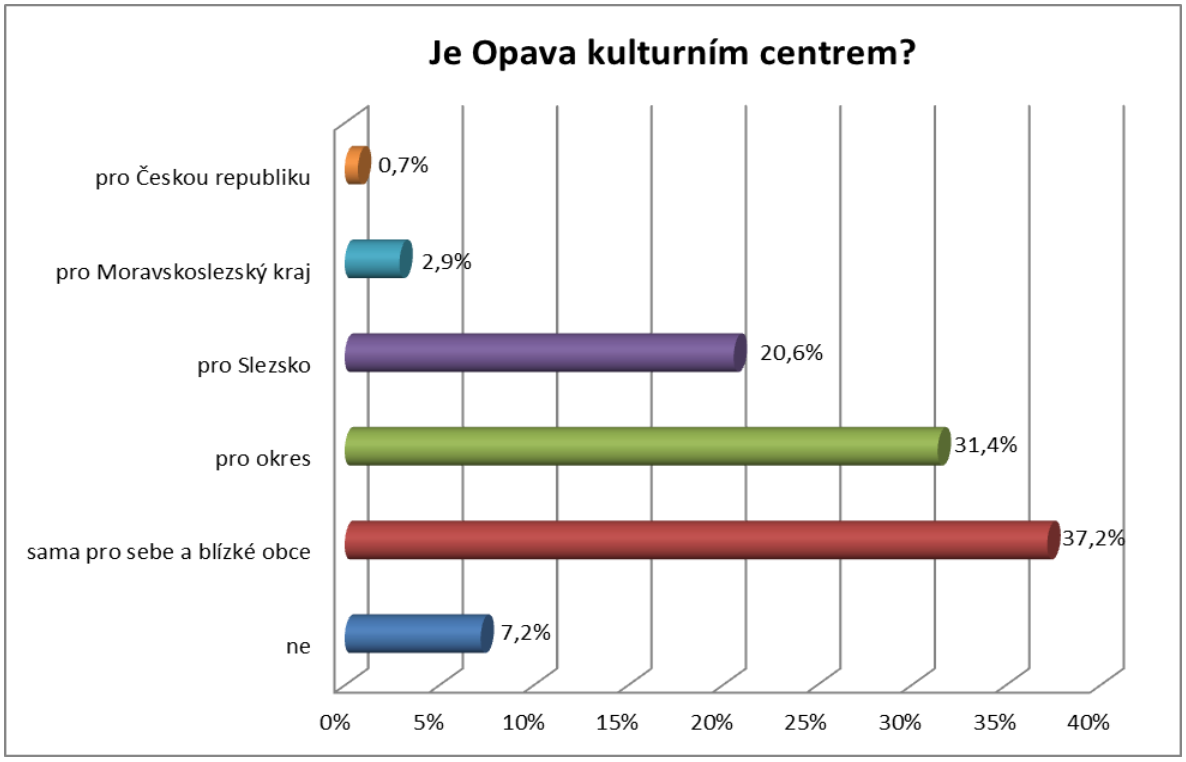


Doporučovaná témata se diferencovala podle věku respondentů. Osoby patřící k věkové kategorii 20 - 39 let preferovaly zdravotnictví (45,2%), životní prostředí (52,2%), sociální věci (50,3%), dopravu (50%), sport (56,5%) a bydlení (50%). Ve věkové kategorii 40 - 64 let byly doporučovány zdravotnictví (37,4%), životní prostředí (36,1%), sociální věci (32,6%), doprava (35,6%), sport (25%) a bydlení (35,5%).

Ukázalo se, že „naléhavost“, se kterou by se mělo město věnovat kultuře, vnímají častěji než ostatní studenti a lidé patřící do věkových kategorií 15 – 39 let. Podpora kultury tedy spíše patří k tématu, které nastolují mladší lidé.

Je symbolická hodnota města nějak spojena s oblastí kultury? Považují obyvatelé Opavy své **město za kulturní centrum**? A pokud ano, tak v jaké míře? Jak z odpovědí vyčteme, Opava v očích respondentů plní úlohu regionálního kulturního centra. Za kulturní centrum samo pro sebe a blízké obce Opavu označila více než třetina dotázaných (37,2%), méně než třetina ho pokládá za kulturní centrum v rámci okresu (31,4%) a jako kulturní centrum Slezska Opavu vnímá více než pětina dotázaných (20,6%). V očích převážné většiny tedy Opava hraje roli regionálního kulturního centra (89,2%). Za kulturní centrum Moravskoslezského kraje město označilo 2,9% dotázaných a celé České republiky 0,7% dotázaných. Že by Opava byla kulturním centrem, vylučuje 7,2% respondentů.

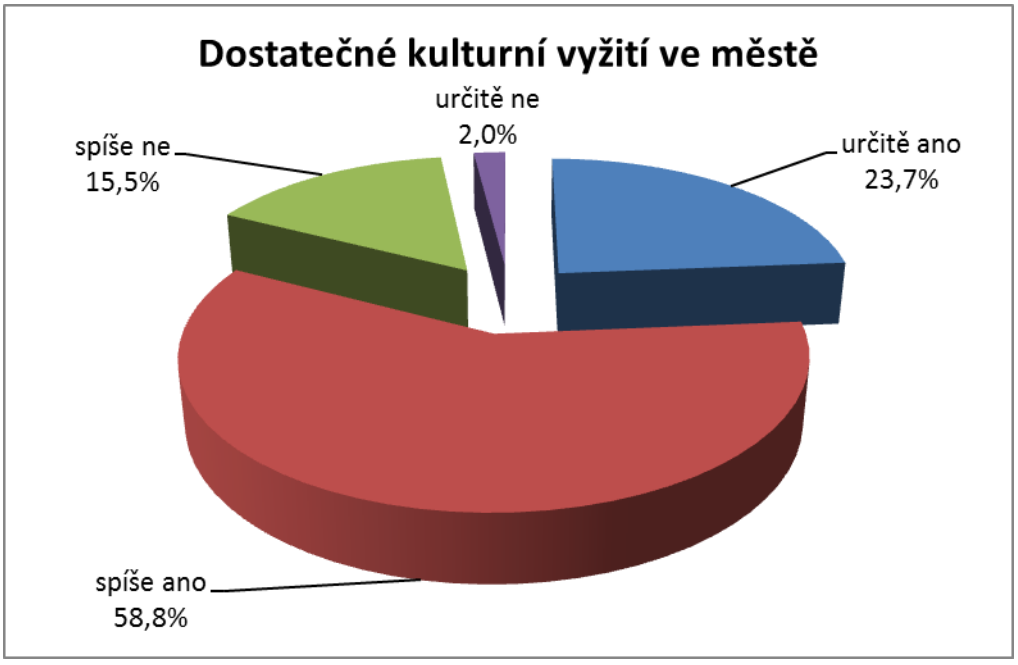
Graf č. 12 – Město Opava jako kulturní centrum



Příležitostní a náhodní návštěvníci kulturních akcí častěji vnímají Opavu jako kulturní centrum samo pro sebe a blízké obce. Se stoupající angažovaností dotázaných v oblasti kultury a se zvyšující se frekvencí návštěv kulturních akcí respondenti přikládají městu větší nadregionální význam. Jsou přesvědčeni, že Opava je kulturním centrem pro mnohem širší oblast než jen pro své nejbližší okolí.

Zajímalo nás, zdali Opava svým obyvatelům nabízí **dostatečné kulturní vyžití**. Určitě je o tom přesvědčena téměř čtvrtina respondentů (23,7%) a spíše si to myslí více než polovina respondentů (58,8%). Celkem jsou s nabídkou kulturního vyžití tedy spokojeny více než čtyři pětiny dotázaných (82,5%). Za spíše nedostatečné kulturní vyžití ve městě označila více než desetina dotázaných (15,5%) a za určitě nedostatečné 2% respondentů. Celkem jsou nespokojeny necelé dvě desetiny dotázaných (17,5%).

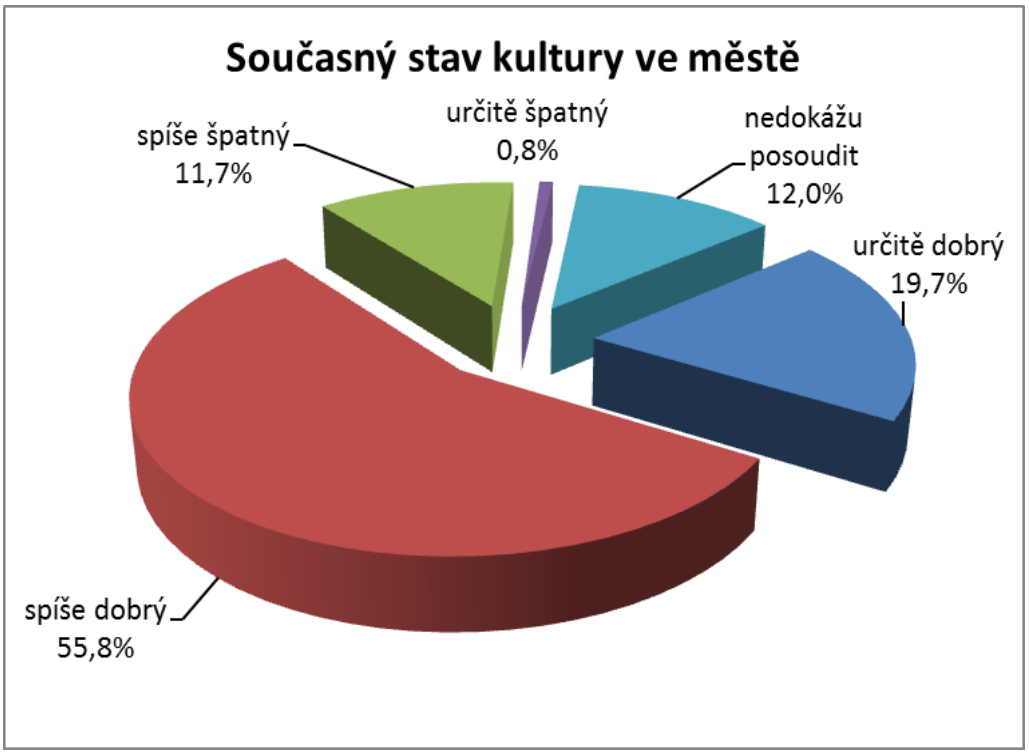
Graf č. 13 – Vnímání dostatečnosti kulturního vyžití



Dostatečné kulturní vyžití ve městě nalézají častěji osoby, které se v kultuře dobře orientují a patří k těm lidem, kteří kulturu tvoří anebo se v ní angažují, či jsou jejími příznivci a pravidelnými návštěvníky. Naopak ti, kteří kulturní akce nenavštěvují, nebo je kultura nezajímá, častěji označovali vyžití za zcela nedostatečné.

Dále měli respondenti označit, jak vnímají **současný stav kultury ve městě**. Jako určitě dobrý ho označila téměř pětina dotázaných (19,7%) a jako spíše dobrý více než polovina dotázaných (55,8%). Kladně jej tedy hodnotí více než tři čtvrtiny respondentů (75,5%). Za spíše špatný ho označilo 11,7% a za určitě špatný 0,8% respondentů, celkem tedy více než desetina dotázaných (12,5%). Odpovědět na otázku nedokázalo 12% dotázaných.

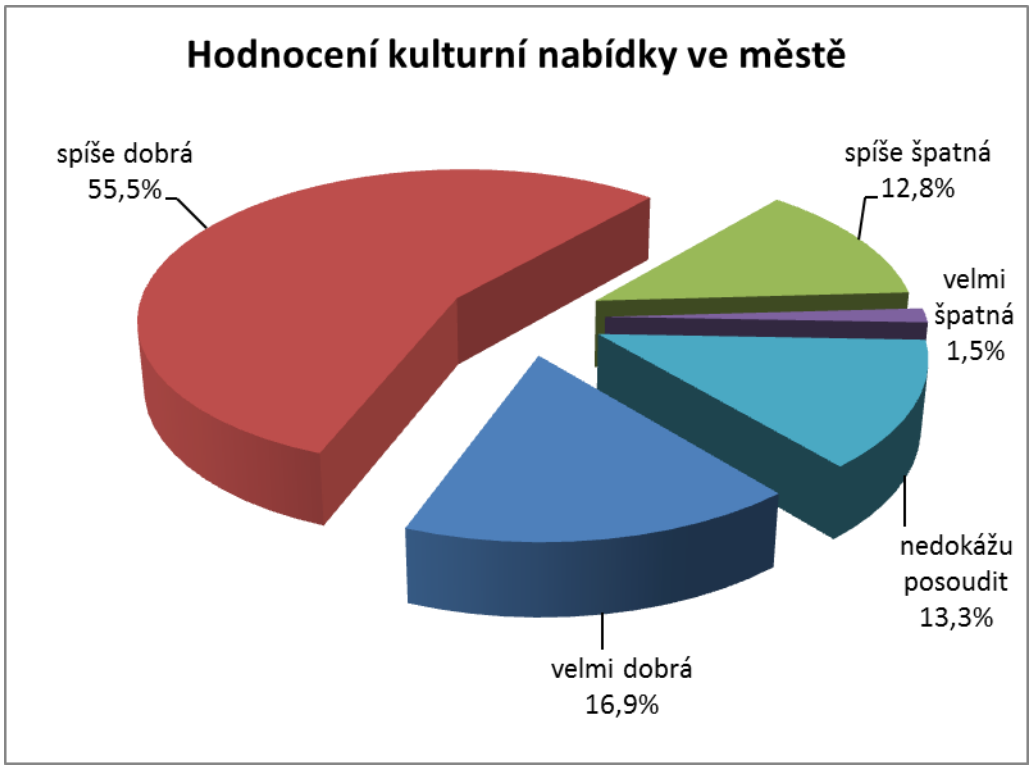
Graf č. 14 – Hodnocení současného stavu kultury ve městě



Současný stav kultury ve městě považují za dobrý častěji lidé, kteří se v kultuře dobře orientují a patří k lidem, kteří kulturu tvoří anebo se v ní angažují nebo jsou jejími příznivci a pravidelnými návštěvníky. Skupina pravidelných návštěvníků a příznivců se ale dělí na dvě podskupiny – jedna je se současným stavem spokojena, druhá zase není.

Co se týká spokojenosti se stavem kultury, podrobněji jsme se dotazovali na spokojenost s nabídkou kultury a s kvalitou kulturních akcí. **Kulturní nabídku** ve městě označila za velmi dobrou méně než pětina respondentů (16,9%) a za spíše dobrou více než polovina respondentů (55,5%). Celkově jsou tedy s kulturní nabídkou spokojeny téměř tři čtvrtiny dotázaných (72,4%). Za spíše špatnou ji označila více než desetina dotázaných (12,8%) a za velmi špatnou jen nepatrné procento dotázaných (1,5%). Spokojena s kulturní nabídkou v Opavě tedy není více než desetina občanů (14,3%). Na položenou otázku nedokázala odpovědět více než desetina respondentů (13,3%).

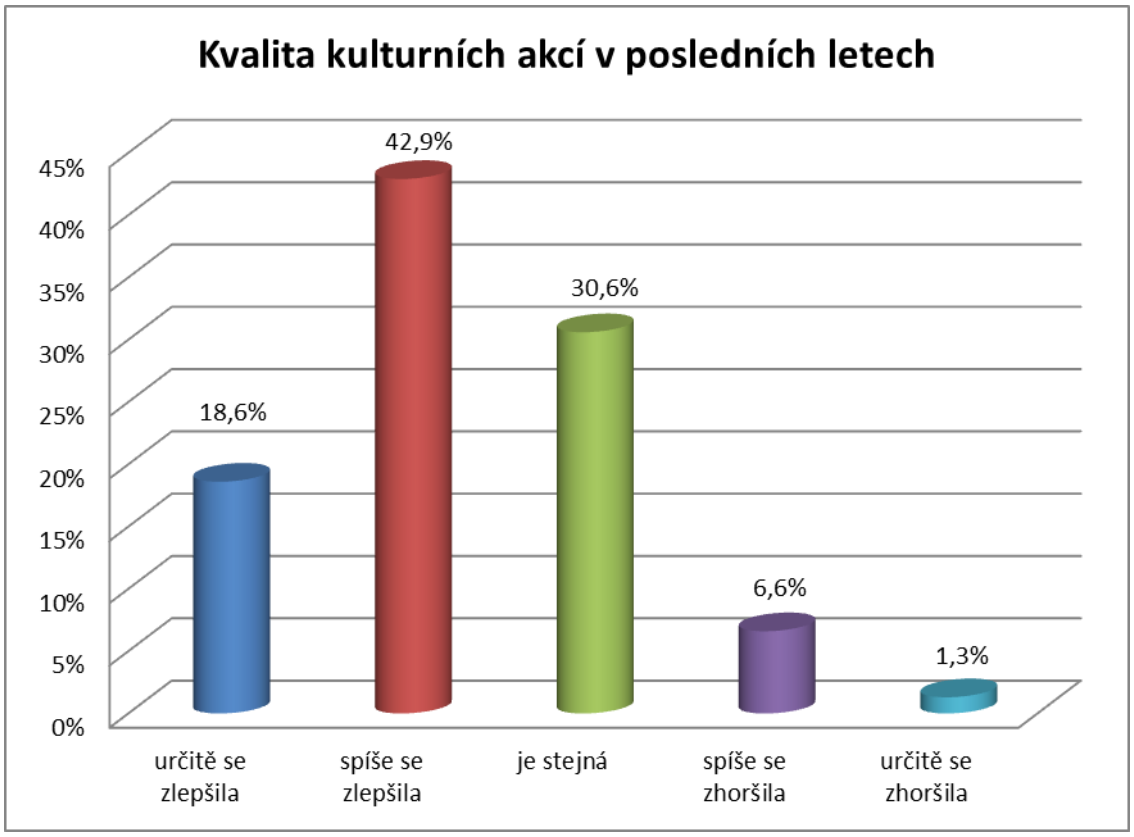
Graf č. 15 – Hodnocení kulturní nabídky ve městě



Méně pravidelní návštěvníci, a příležitostní a náhodní návštěvníci, častěji považují kulturní nabídku za spíše dobrou. Ale lidé, kteří kulturu tvoří anebo se v ní angažují, nebo jsou jejími příznivci a pravidelnými návštěvníky, se opět dělí do dvou skupin: jedna je s kulturní nabídkou spokojena, druhá zase není. Návštěvníci, kteří za kulturou vyráží několikrát za měsíc nebo jednou za měsíc, jsou s nabídkou poměrně spokojeni. Jak se zdá, velmi častí návštěvníci už si ale mají problém vybírat.

Jinou stránkou je **kvalita kulturních akcí**, kterou jsme nechali respondenty posoudit v rámci horizontu několika posledních let. Téměř pětina respondentů uvedla, že se kvalita, podle jejich mínění, určitě zlepšila (18,6%) a více než dvě pětiny pociťovaly, že se spíše zlepšila (42,9%). Že je stejná, tedy že se ani nezlepšila ani nezhoršila, uvedla necelá třetina respondentů (30,6%). Naopak že se kvalita kulturních akcí spíše zhoršila, uvedla méně než desetina dotázaných (6,6%). A že se určitě zhoršila, to zmínil jen nepatrný počet respondentů (1,3%). Pokud sečteme ty respondenty, kteří uvedli, že se kvalita více či méně zlepšila nebo alespoň zůstala stejná, získáme údaj 92,1%.

Graf č. 16 – Hodnocení kvality kulturních akcí v horizontu posledních let

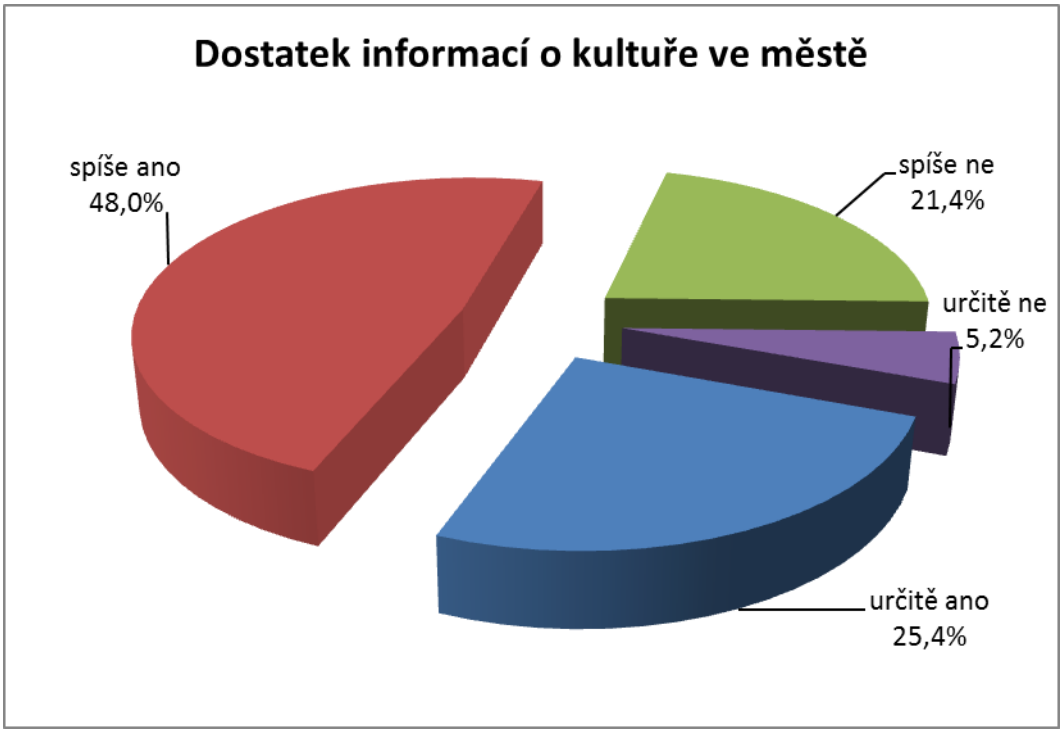


Zlepšení v oblasti kvality kulturních akcí pociťují všechny skupiny pravidelných a méně pravidelných návštěvníků akcí. Na tom se, až na pár výjimek, shodují. Neměnnou kvalitu v čase označili častěji lidé, kteří jsou příležitostní či náhodní návštěvníci nebo kulturní akce nenavštěvují a kultura je nezajímá.

VI. DOSTUPNOST KULTURY OBČANŮM

Mají respondenti **dostatek informací** o tom, co se v oblasti kultury ve městě děje? Dostatek informací má určitě více než čtvrtina respondentů (25,4%) a spíše dostatek jich má téměř polovina respondentů (48%). Celkem vnímají dostatečnost informací o kultuře ve městě téměř tři čtvrtiny respondentů (73,4%). Naopak informace spíše postrádá více než pětina dotázaných (21,4%) a zcela je postrádá méně než desetina dotázaných (5,2%). Celkem rezervy v informovanosti vnímá více než čtvrtina občanů (26,6%).

Graf č. 17 – Hodnocení dostatečnosti informací o kultuře ve městě

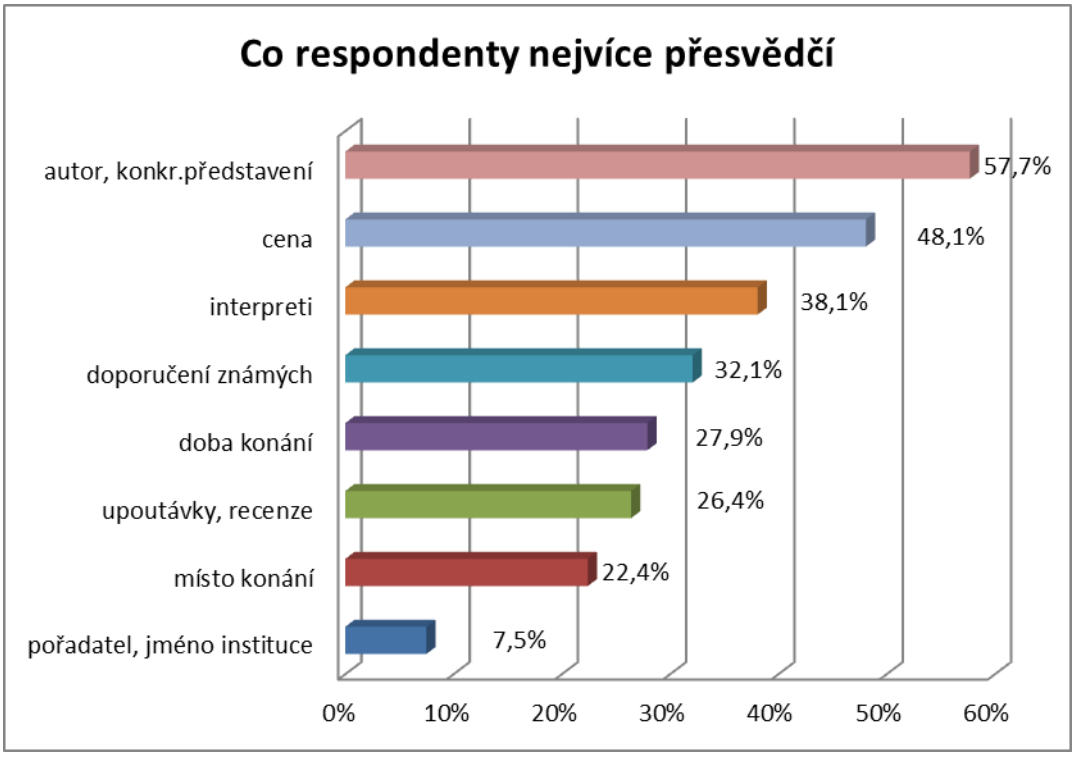


Nedostatek informací uvádí častěji než ostatní skupiny příležitostní a náhodní návštěvníci kulturních akcí, a ti, kteří kulturní akce nenavštěvují, a kultura je nezajímá.

Pokud se respondent rozhoduje o návštěvě kulturní akce, co je pro něj důležité, co jej nejvíce přesvědčí? Opět mohli dotazovaní vybrat více možností současně. V největší míře ovlivňuje rozhodnutí autor či konkrétní představení (57,7%), ale také cena (48,1%). O něco méně ovlivňuje výběr interpret (38,1%) a doporučení známých (32,1%). Svou roli hraje i doba konání akce

(27,9%), upoutávky či recenze (26,4%) a místo konání akce (22,4%). Pořadatele či jméno instituce respondenti uváděli nejméně (7,5%).

Graf č. 18 – Co respondenty nejvíce přesvědčí k návštěvě kulturní akce

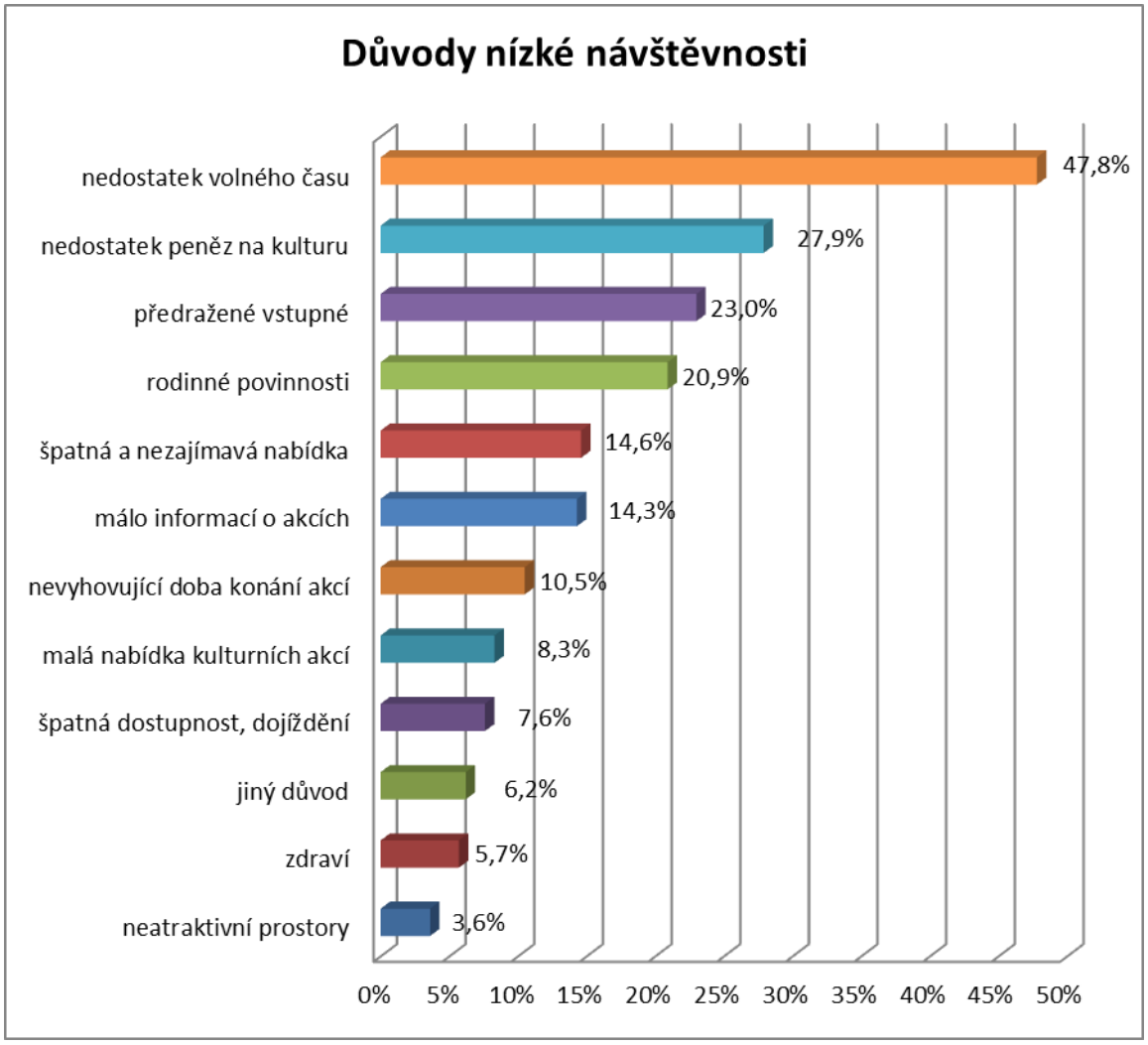


A pokud respondenti **nemohou navštěvovat** různé kulturní akce a zařízení tak, jak by chtěli, **co bývá obvykle tím hlavním důvodem**? Odpovědi jsme omezili na výběr maximálně tří důvodů z nabízeného výčtu, opět tedy mohli respondenti uvést více možných odpovědí současně.

Ukázalo se, že téměř polovinu respondentů limituje nedostatek volného času (47,8%), v menší míře pak nedostatek peněz na kulturu (27,9%). Méně než čtvrtinu dotázaných odrazuje předražené vstupné (23%) nebo jim brání rodinné povinnosti (20,9%). Jako problém vidí více než desetina dotázaných špatnou a nezajímavou nabídku (14,6%), dále nedostatek informací o akcích (14,3%) a nevyhovující dobu konání akcí (10,5%). Méně než desetina respondentů zmínila malou nabídku kulturních akcí (8,3%), špatnou dostupnost a dojíždění (7,6%), problémy se zdravím (5,7%) a neatraktivní prostory (3,6%). Jiný důvod uvedlo 6,2% respondentů; definovali jej např., že je kultura nebaví, že ji nevyhledávají s rodinou kvůli jiným zájmům, zejména sportu či zahradničení, že respondenti senioři se bojí vycházet večer ven, ale také to, že úroveň kultury klesla a respondentovi se nelíbí moderní díla, nebo „nepatří do cílové skupiny,

pro kterou je kulturní nabídka vyvíjena“. Důležité jsou také opakující se poznámky o tom, že upoutávky na kulturní akce nebývají zveřejňovány s dostatečným předstihem.

Graf č. 19 – Důvody nízké návštěvnosti kulturních akcí



Hned druhou příčinou nízké návštěvnosti je nedostatek peněz na kulturu. Je na místě se zeptat, **kolik peněz měsíčně v průměru respondenti za kulturu vydají**? Průměrný měsíční výdaj respondenta činí 390 Kč za měsíc. Do 200 Kč vydají za kulturní akce měsíčně více než dvě pětiny respondentů (43%). Částku od 201 Kč do 500 Kč vydají měsíčně více než dvě pětiny respondentů (41%), částku od 501 Kč do 1 000 Kč vydá více než desetina dotázaných (13,1%), částku 1 001 Kč až 2 000 Kč 2,6% respondentů a více než 2000 Kč vydá v průměru měsíčně 0,4% respondentů. Respondenti však uváděli, že za kulturními akcemi jezdí i do jiných míst než v rámci Opavy – zejména do Ostravy, a jejich výdaje jsou rozdílné v různých měsících.

A jak hodnotí Opavané **cenovou přijatelnost jednotlivých kulturních akcí a zařízení** ve městě? Výsledky jsou zachyceny v tabulce.

Tabulka č. 3 – Hodnocení cenové přijatelnosti kulturních akcí a zařízení ve městě

	kina	koncerty	divadla	knihovny	výstavy	kluby
zcela přijatelné	12,9%	13,8%	23,0%	58,4%	27,8%	21,7%
spíše přijatelné	20,4%	32,1%	34,0%	24,0%	35,1%	29,3%
ani tak ani tak	28,0%	32,5%	28,4%	8,5%	27,8%	31,4%
spíše nepřijatelné	20,5%	13,5%	8,8%	5,0%	5,2%	8,4%
zcela nepřijatelné	18,2%	8,1%	5,8%	4,1%	4,1%	9,2%

Uvedené výsledky ukazují, že cenově nepřijatelná jsou především kina. Cenovou přijatelnost měli respondenti potřebu často komentovat. Uvádíme nejdůležitější postřehy:

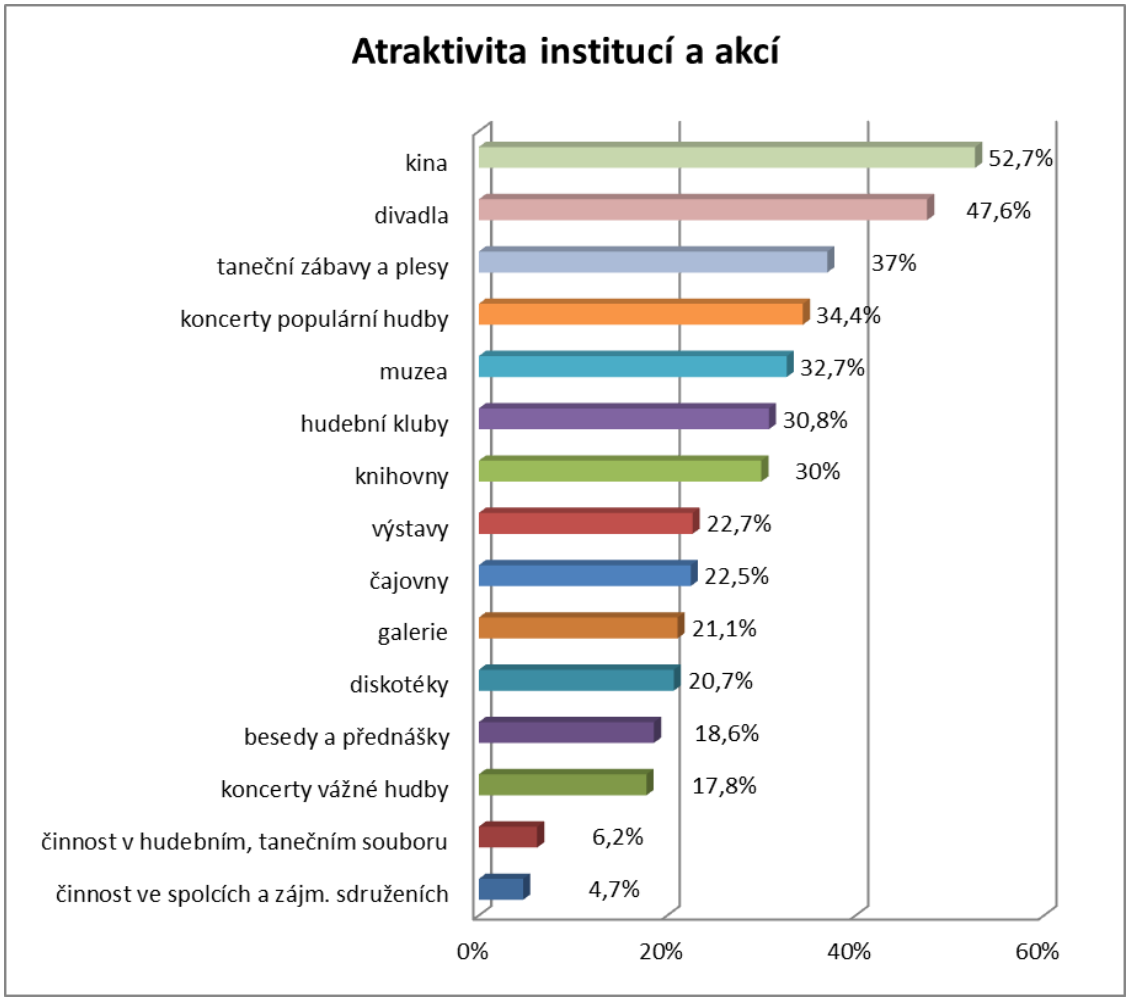
- Knihovny – ti, kteří jejich cenovou přijatelnost hodnotili záporně, uváděli jako důvod, že ačkoliv roční poplatek v knihovnách se na první pohled nejeví jako vysoký, stav knižního fondu v knihovně Petra Bezruče a v univerzitní knihovně ceně stejně neodpovídá. Studenti si navíc nakupují skripta. A pro seniory jsou knihovny i tak drahé. Dále respondenti uváděli, že v knihovně Petra Bezruče jsou některé knihovnice neochotné. Také se objevil postřeh, že ačkoliv např. v multikině CineStar stojí lístek kolem 150 Kč, tak za tuto cenu mají návštěvníci dostatečný komfort, a naopak v knihovně se platí roční poplatek, ale potřebné knihy a materiály tam nejsou k dispozici. Knihovny v jiných městech (např. Ostrava) jsou podle výpovědí mnohem vybavenější.
- Výstavy – respondenti uváděli, že jsou ochotni si za dobrou výstavu připlatit, záleží prý na tématu.
- Kina – někteří respondenti uváděli, že je žádoucí regulovat ceny vstupného.

VII. HODNOCENÍ KULTURNÍCH ZAŘÍZENÍ

Které instituce a akce jsou pro občany nejzajímavější? Které považují za atraktivní a lákavé? Opět měli respondenti možnost uvést více možností.

V souladu s předchozími zjištěními respondenti nejvíce preferují kina (52,7%) a divadla (47,6%). Přibližně třetina dotázaných považuje za zajímavé taneční zábavy a plesy (37%), koncerty populární hudby (34,4%), muzea (32,7%), hudební kluby (30,8%) a knihovny (30%). Kolem pětiny občanů oslovují výstavy (22,7%), čajovny (22,5%), galerie (21,1%), diskotéky (20,7%), besedy a přednášky (18,6%) a koncerty vážné hudby (17,8%). Činnost v některém hudebním, tanečním či jiném souboru uvedlo 6,2% respondentů a činnost v některém ze spolků či zájmovém sdružení 4,7% dotázaných.

Graf č. 20 – Atraktivita institucí a akcí u respondentů



Muzea jsou atraktivní pro osoby nad 40 let věku. Divadla přitahují v kultuře angažované lidi, jsou spojeny s častými, víceméně pravidelnými návštěvami a jsou jakousi trvalou součástí kulturního života; jejich návštěvy jsou preferovány v doprovodu partnera či partnerky. Hudební kluby jsou přitažlivé pro v kultuře angažované osoby, pravidelné návštěvníky kulturních akcí obecně, častěji pro studenty a lidi do 39 let, kteří je navštěvují v doprovodu známých a přátel. Tolik atraktivní kina symbolizují především širší sociální událost, protože jsou navštěvovány v doprovodu řady blízkých osob (různorodé kategorie doprovodů). Kina navštěvují příznivci a pravidelní návštěvníci kulturních akcí. Jedná se zejména o věkovou kategorii 20 – 39 let a častěji o osoby se středním vzděláním s maturitou a vysokoškoláky. Knihovny jsou atraktivní více pro ženy, objevují se zde častější společné návštěvy s dětmi a vnoučaty. Taneční zábavy a plesy jsou širokou sociální událostí populární rovnoměrně napříč všemi skupinami respondentů.

Dále nás zajímalo hodnocení **fungování stěžejních kulturních institucí a zařízení** v Opavě. Respondenti je hodnotili známkováním jako ve škole, známkami od 1 do 5 (1 = výborně, 2 = chvalitebně, 3 = dobře, 4 = dostatečně, 5 = nedostatečně). Pokud danou instituci respondenti neznali či s ní neměli zkušenost, nehodnotili ji. Výsledky představujeme v tabulkách.

Tabulka č. 4 – Hodnocení fungování kulturních institucí a zařízení (a)

	Slezské divadlo Opava	**Obecní dům**	**Dům umění**	**Kostel sv. Václava**	**KD Na Rybníčku**	**Minoritský klášter**
výborně	48,5%	34,5%	25,6%	35,7%	24,7%	31,5%
chvalitebně	35,0%	37,2%	40,9%	33,0%	41,0%	39,6%
dobře	12,4%	21,3%	22,8%	23,2%	25,8%	19,0%
dostatečně	3,9%	6,1%	8,2%	6,3%	6,7%	8,1%
nedostatečně	0,2%	0,9%	2,5%	1,8%	1,8%	1,8%

Tabulka č. 5 – Hodnocení fungování kulturních institucí a zařízení (b)

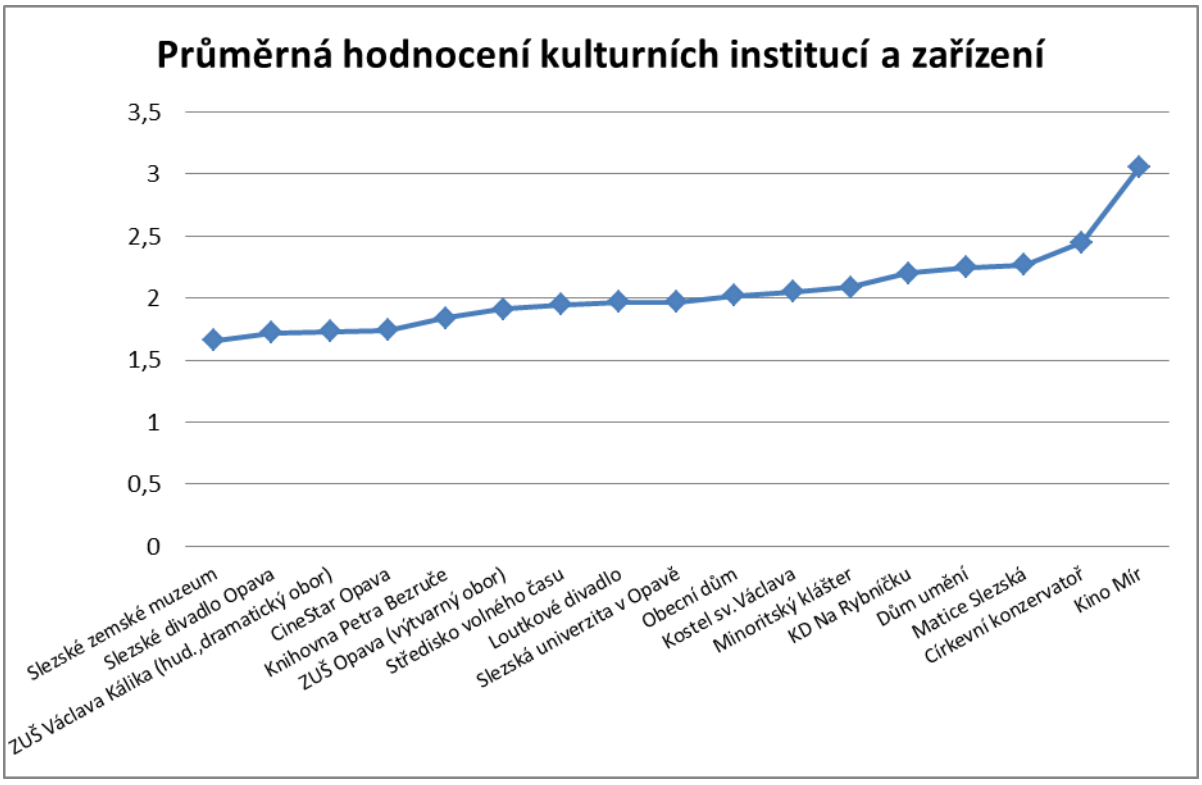
	Loutkové divadlo	Slezské zemské muzeum	Slezská univerzita v Opavě	Knihovna Petra Bezruče	Středisko volného času	Kino Mír
výborně	40,1%	52,3%	38,2%	48,4%	37,2%	11,8%
chvalitebně	35,4%	32,1%	36,7%	29,3%	37,7%	26,2%
dobře	14,9%	13,0%	17,9%	13,8%	19,6%	24,7%
dostatečně	7,0%	2,3%	4,4%	7,1%	4,0%	18,5%
nedostatečně	2,6%	0,3%	2,8%	1,4%	1,5%	18,8%

Tabulka č. 6 – Hodnocení fungování kulturních institucí a zařízení (c)

	CineStar Opava	Církevní konzervatoř	ZUŠ Opava (výtvarný obor)	ZUŠ Václava Kálika (hudební a dramatický obor)	Matice Slezská
výborně	48,7%	19,0%	40,7%	50,0%	27,0%
chvalitebně	35,3%	38,0%	36,4%	30,5%	33,6%
dobře	11,5%	27,0%	15,0%	16,3%	28,5%
dostatečně	2,9%	11,0%	7,2%	2,6%	7,3%
nedostatečně	1,6%	5,0%	0,7%	0,6%	3,6%

Pokud porovnáme průměrná hodnocení, tak nejlépe hodnocenými jsou Slezské zemské muzeum, Slezské divadlo Opava, ZUŠ Václava Kálika (hud. a dramatický obor), CineStar Opava, Knihovna Petra Bezruče, ZUŠ Opava (výtvarný obor), Středisko volného času, Loutkové divadlo a Slezská univerzita v Opavě

Graf č. 21 – Průměrné hodnocení kulturních institucí a zařízení v Opavě



Uvádíme některé komentáře respondentů:

- Kino Mír: *„Má sice nižší cenovou úroveň než CineStar, ale tomu odpovídá i jeho úroveň – je zastaralé, neatraktivní.“ „Kino Mír hodnotím špatně, protože nemá zajímavé filmy.“*
- Matice Slezská: *„Matici Slezskou jsem oznámkoval známkou pět, protože nepropaguje Slezsko.“*
- CineStar: *„I když je dražší, poskytuje komfort.“*
- Knihovny: *„Nevhodná časová dostupnost výpůjční doby v knihovně (v pátky máme nejvíce času, tak by ji mohli protáhnout do 18.00 hodin).“*
- Kulturní dům Na Rybníčku: *„Působí chladně.“*
- Slezské divadlo Opava: Dává *„málo představení“.*

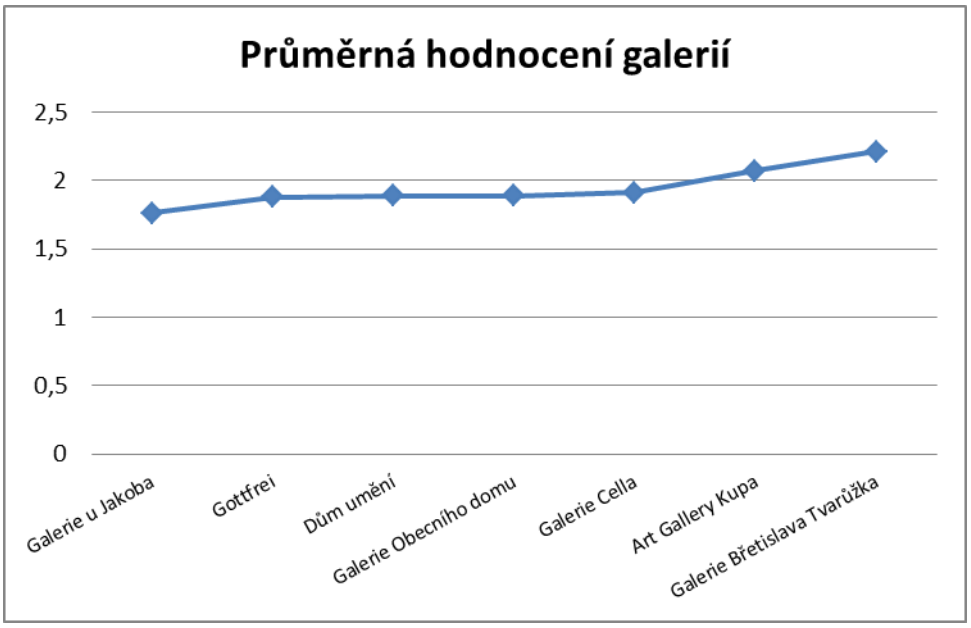
Jak dobře fungují **opavské galerie**? Opět použijeme tabulku, ve které již ale uvádíme i procentní míru hodnotících respondentů. Z dat vyplývá, že místní galerie Opavané téměř neznají.

Tabulka č. 7 – Hodnocení fungování galerií

	Galerie Cella	**Gottfrei**	**Galerie u Jakoba**	**Art Gallery Kupa**	**Galerie Břetislava Tvarůžka**	**Dům umění**	**Galerie Obecního domu**
počet odpovědí v %	17,7%	17,8%	30,3%	12,2%	11,8%	36,8%	35,3%
výborně	38,9%	42,2%	40,4%	29,7%	29,2%	36,1%	40,1%
chvalitebně	35,2%	32,1%	47,3%	45,9%	36,1%	45,4%	37,3%
dobře	22,2%	21,1%	9,1%	13,5%	20,8%	13,7%	16,6%
dostatečně	3,7%	4,6%	2,7%	9,5%	12,5%	2,6%	5,5%
nedostatečně	0,0%	0,0%	0,5%	1,4%	1,4%	2,2%	0,5%

V následujícím grafu uvádíme porovnání průměrných hodnocení galerií.

Graf č. 22 – Průměrná hodnocení galerií



Jedna respondentka, která nezná žádnou z výše uvedených galerií, uvedla, že *„je třeba iniciovat občany k pronikání a obeznámení s ostatními druhy kultury než je kino“.*

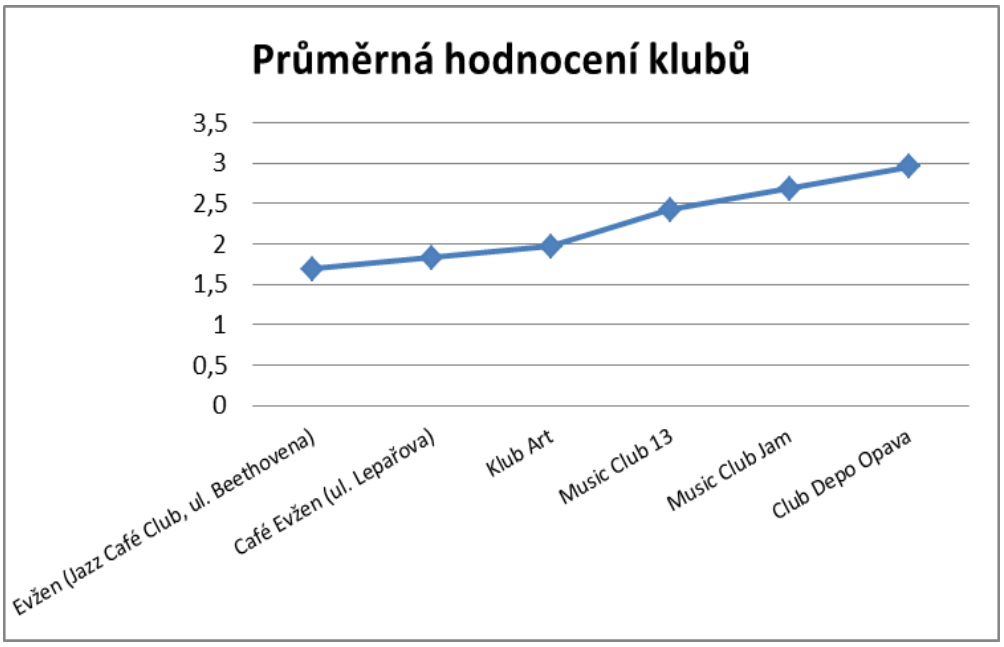
A jak dobře fungují podle respondentů **opavské kluby**?

Tabulka č. 8 – Hodnocení fungování klubů

	Klub Art	**Music Club 13**	**Music Club Jam**	**Club Depo Opava**	**Evžen (Jazz Café Club, ul. Beethovena)**	**Café Evžen (ul. Lepařova)**
výborně	35,9%	26,1%	21,3%	13,3%	52,4%	47,5%
chvalitebně	39,7%	30,3%	31,6%	29,9%	32,7%	31,2%
dobře	17,2%	27,0%	20,0%	25,5%	9,1%	14,8%
dostatečně	5,5%	8,5%	11,1%	10,9%	4,7%	4,2%
nedostatečně	1,7%	8,1%	16,0%	20,4%	1,1%	2,3%

V následujícím grafu uvádíme porovnání průměrných hodnocení klubů.

Graf č. 23 – Průměrná hodnocení klubů



Zde jsou komentáře respondentů:

- Klub Art: známkou pět hodnotili ti respondenti, kteří *„vyznávají metalovou hudbu“*, a ART *„je zaměřen spíše specificky, intelektuálněji“.* Zmínění respondenti jej hodnotili spíše s despektem.
- Music Club Jam: *„Kouří se tam … za barem, je odporný“*, proto hojné negativní hodnocení ze strany respondentů. Dále: *„Music Bar Jam je doslova díra.“*
- Evžen: je chválen, *„líbilo by se mi více jazzových akcí než jen akce v klubu Evžen.“*
- *„Kluby jsou drahé – a to ne jen vstupné, ale i pití a ostatní (vstupné je ta nejmenší položka).“*
- Hodně se jezdí také do klubů v Kravařích, Kobeřicích, Štěpánkovicích, případně do Krnova (Kofola Music Club).
- Na diskotéky prý Opavané hodně jezdí i do Polska, je tam údajně čisto a dobrá organizace akcí. *„Lepší úroveň než jakýkoliv klub v Opavě“.*

VIII. HODNOCENÍ KULTURNÍCH AKCÍ

Hodnocení kulturních akcí v Opavě (opět platí, že pokud danou instituci respondenti neznali či s ní nemají zkušenost, nehodnotili ji):

Tabulka č. 9 – Hodnocení kulturních akcí (a)

	Festival Další břehy	Festival Bezručova Opava	Festival Pohyb - Zvuk - Prostor	Mezinárodní varhanní soutěž Petra Ebena	Abonentní koncerty pro milovníky krásné hudby
počet odpovědí v %	29,0%	43,6%	17,5%	18,5%	17,2%
výborně	43,5%	43,1%	29,7%	33,3%	42,6%
chvalitebně	29,9%	40,8%	43,5%	36,0%	33,0%
dobře	24,4%	13,9%	18,5%	21,9%	16,0%
dostatečně	1,1%	1,5%	8,3%	7,0%	7,5%
nedostatečně	1,1%	0,7%	0,0%	1,8%	0,9%

Tabulka č. 10 – Hodnocení kulturních akcí (b)

	Koncerty Svatováclavského hudebního festivalu	Koncerty festivalu Janáčkův Máj	Vánoční jarmark	Velikonoční trhy	Festival Na cestě
počet odpovědí v %	18,3%	22,9%	85,6%	80,7%	19,0%
výborně	39,9%	39,7%	31,4%	36,2%	50,4%
chvalitebně	38,9%	36,2%	33,0%	32,9%	27,4%

dobře	16,8%	18,4%	24,4%	21,3%	17,9%
dostatečně	3,5%	5,7%	7,8%	6,6%	4,3%
nedostatečně	0,9%	0,0%	3,4%	3,0%	0,0%

Tabulka č. 11 – Hodnocení kulturních akcí (c)

	Opavský Majáles	**Mezinárodní festival duchovní hudby**	**Dny umění nevidomých na Moravě**	**Opavské kulturní léto**	**Den dětí**
počet odpovědí v %	46,8%	15,1%	11,8%	56,2%	52,2%
výborně	49,8%	22,6%	45,2%	41,5%	50,9%
chvalitebně	34,6%	37,6%	30,1%	41,8%	34,2%
dobře	12,5%	24,7%	19,2%	13,8%	13,7%
dostatečně	2,4%	12,9%	4,1%	2,3%	1,2%
nedostatečně	0,7%	2,2%	1,4%	0,6%	0,0%

Tabulka č. 12 – Hodnocení kulturních akcí (d)

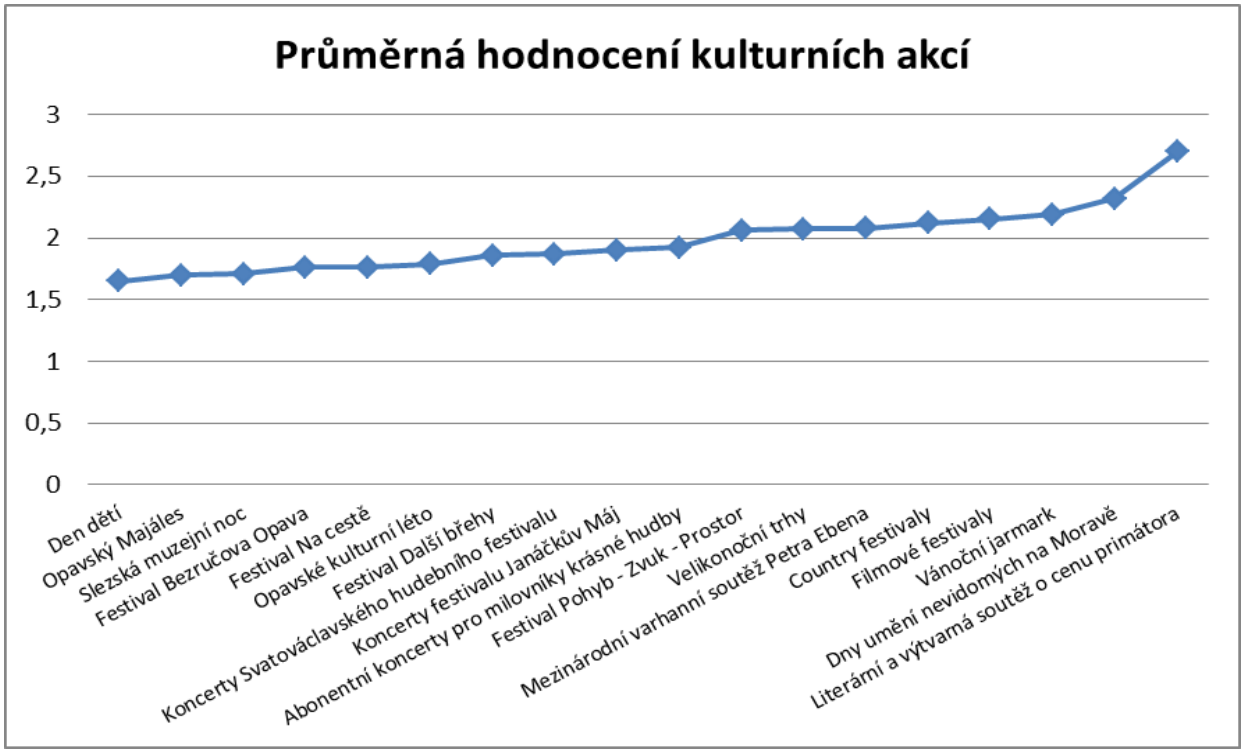
	Country festivaly	**Filmové festivaly**	**Slezská muzejní noc**	**Literární a výtvarná soutěž o cenu primátora**
počet odpovědí v %	21,1%	39,7%	38,6%	16,5%

výborně	33,8%	37,1%	49,2%	24,5%
chvalitebně	33,8%	41,2%	35,3%	23,5%
dobře	22,3%	13,9%	11,3%	21,6%
dostatečně	6,9%	5,3%	3,4%	18,6%
nedostatečně	3,1%	2,4%	0,8%	11,8%

Z opovědí vyplynulo, že respondenti mají velmi malé povědomí o akcích, jako jsou Dny umění nevidomých na Moravě (znalo a hodnotilo pouze 11,8% respondentů), Mezinárodní festival duchovní hudby (15,1%) nebo Literární a výtvarná soutěž o cenu primátora (16,5%). Naopak velká část respondentů vnímá akce jako je Vánoční jarmark (85,6%), Velikonoční trhy (80,7%), případně Opavské kulturní léto (56,2%), Den dětí (52,2%) či Opavský Majáles (46,8%).

V následujícím grafu uvádíme porovnání průměrných hodnocení kulturních akcí.

Graf č. 24 – Průměrná hodnocení kulturních akcí



A jakými komentáři respondenti svá hodnocení doplňovali?

- Vánoční trhy: *„Byly letos bídné, chyběla nějaká celebrita.“ „Ubylo stánků, slabý kulturní program.“ „Vadí mi, že zboží tam ve stáncích nabízené není vůbec typicky vánoční.“ „Nelíbí se mi, že je tam moderna, a program začíná pozdě - až kolem osmnácté, devatenácté hodiny večer.“ „Zajímavější osobnosti na velikonočních a vánočních jarmarcích - a ne stále opakovat koncerty.“ „Jsou moc komerční, málo ukázek řemesel.“ „Jsou smutné, alespoň by mohli hrát vánoční koledy, písničky z reproduktoru.“*

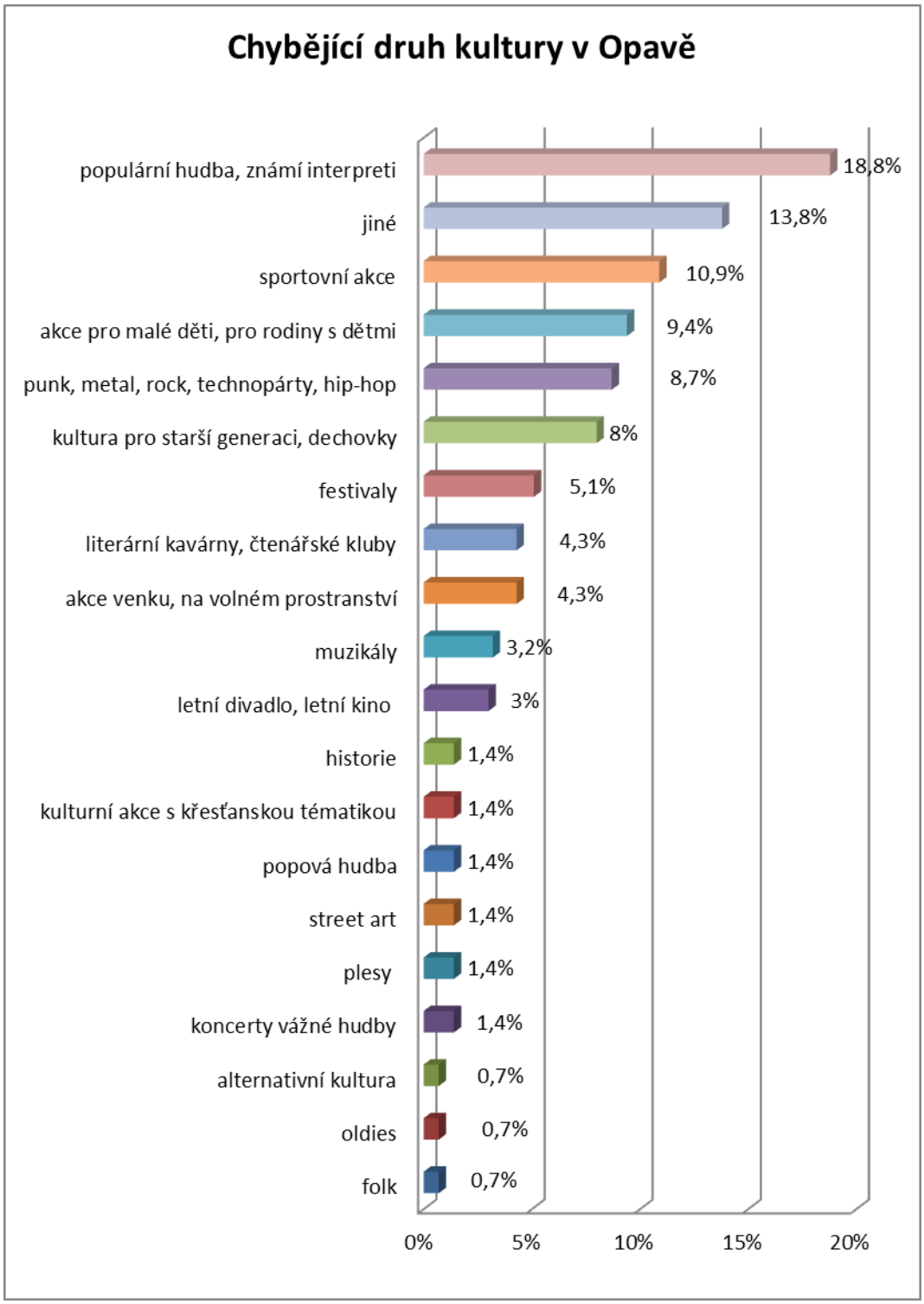
- Velikonoční jarmark: *„Lépe vybírat prodejce pro vánoční a velikonoční trhy (ponožky a spodní prádlo si dokážu koupit v kamenných obchodech), dát větší prostor lidovým řemeslům, charitám apod.“*

- Opavské kulturní léto: *„Když bývá bokem (na Ptačím vrchu), je tam málo lidí, letos proběhlo na Dolním náměstí, bylo to lepší, přišlo i více lidí.“*

- Festival Bezručova Opava: *„Chtělo by to více doprovodných koncertů.“*

Respondenti měli také možnost uvést, **který druh kultury podle nich ve městě nejvíce chybí**. Odpovědi byly otevřené; jelikož se však často opakovaly, analogicky jsme je zpracovali a vytvořili přehlednější graf. Z něj vyplývá, že nejvíce lidé postrádají koncerty populární hudby se známými interprety (18,8%). K „jiným“ chybějícím druhům kultury patří například vzdělávací akce – kluby, cestopisné přednášky, tematické výstavy, centrum volného času pro mladé, pánský klub (ale ne ve stylu strip baru), zábava pro věkovou skupinu kolem 25 a více let, módní přehlídky, akce i přes týden, kultura zaměřená na menšiny a specifické kulturní akce, zábavné akce vesnického typu, lidová zábava – např. Benátské noci, aj. Často však lidé také verbalizovali nedostatek sportovního vyžití, sportovních akcí, které se kultury netýkají (10,9%). Konkrétně uváděli: extraligový hokej, prvoligový fotbal, stolní tenis a fotbal, více podpory pro masové sporty, více podpory a propagace sportu, předváděcí akce in-line a skateboardu, sportovní akce. Následují chybějící akce pro malé děti a pro rodiny s dětmi (9,4%). Do jedné položky jsme dále shrnuli absenci punku, metalové hudby, rocku, technoparty a hip-hopu (8,7%). Kulturu pro starší generaci postrádá 8% respondentů. Různé venkovní festivaly chybí 5,1% respondentů (konkrétně: festivaly filmové a letní hudební, „něco jako Colours of Ostrava“), dále literární kavárny, čtenářské kluby, literární kroužky a autorská čtení (4,3%), venkovní akce (4,3%), muzikály (3,2%), letní kino a divadlo (3%). Akce spojené s historií, s křesťanskou tématikou, koncerty vážné hudby, popová hudba, street art a plesy chybí nepatrnému počtu respondentů (po 1,4%). A minimálně dotázaní postrádají alternativní kulturu, oldies a folk (po 0,7%).

Graf č. 25 – Chybějící druh kultury v Opavě



IX. DOPORUČENÍ RESPONDENTŮ

Na závěr jsme respondentům vždy položili otázku, zda mohou dát nějaká **doporučení tvůrcům kulturní koncepce města**, co by se mělo v oblasti kultury v Opavě zlepšit.

Negativně se lidé vyjadřovali např. ke klesající úrovni kultury – lidé přestávají chodit do divadla, protože se tam hraje moderna, a ta je neláká. V mezinárodním porovnání Opava nenabízí dostatečné kulturní vyžití. Jeden respondent uvedl, že o Opavě z historického hlediska a o památkách nic neví a mrzí ho to. Dalšímu se nelíbí architektonické řešení centra Breda & Weinstein. Možností je prý dost, jen by si měli na městě dávat pozor na to, aby se akce nezhoršovaly, *„jak tomu bohužel je“*.

Doporučení směřují k větší propagaci galerií, atraktivnějším výstavám. V rámci tohoto výzkumu jsou uvedeny akce, které respondent vůbec nezná; uvítal by tedy lepší informovanost. Mladá respondentka (16 let) by ráda jezdila na zájezdy po památkách, myslí si, že by město mohlo něco organizovat, např. do Osvětimi aj. Další si myslí, že současná kultura je zaměřena pouze na současnost, nikoliv na minulost. Vyžití tady je, ale ne pro menšiny. Chtělo by to akce směřované v rámci zde žijících menšin nebo akce s tématikou jiných států. Vítáno je poznání a přiblížení kultur ostatních zemí a informace o akcích, např. aplikace v telefonu s aktualizacemi, stávající je málo podrobná, nelze filtrovat (dny, akce, místo) a dávat upomínky v kalendáři. Někomu by se líbila výstava významného výtvarného umělce. Kultura je na dobré úrovni, ale chybí vyžití pro děti. Bylo by dobré například více podpořit vznik pěveckých, tanečních dětských skupin.

Požadavky se týkají toho, aby kulturní akce probíhaly i v jiných částech Opavy, ne jen v centru. Více by měly být podpořeny kulturní akce v přilehlých místech, jinak lidé budou stát "mimo" kulturu, když musí dojíždět. Bylo by vhodné pořádat více akcí, které nalákají i občany ze vzdálenějších obcí. Když už město nabízí kulturu, ať nabídne i více příležitostí k výdělku, aby lidé na kulturu chodili (respondent je student). Vítány by byly nějaké extra kluby pro seniory – vše se zdá být pro mladé. Kultura až tak nechybí, spíše např. mateřská centra pro matky s malými dětmi.

Pozitivní hodnocení – spokojenost je s nabídkou kulturních akcí, každý má možnost vybrat si, co se mu líbí. V Opavě je kvalitní kultura, hlavně pro mladé. V Opavě je dobré vyžití a respondent neví o oblasti, kde by mohl něco doporučit. Opava je skvělé kulturní město. Je tu dokonce víc akcí než v Ostravě. Spousta respondentů si nemyslí, že něco chybí. Z hlediska kultury je zastoupeno ve městě vše. Skvělé jsou akce na náměstí (zadarmo), mělo by být víc takových. Je *„super, že město žije“.*

Další názory na kulturu:

- V oblasti kultury dochází k deformaci divadla i hudby. Tvůrci kulturní koncepce města Opavy dělají maximum, ale vše ovlivňuje stávající cílová skupina, jsou zde ekonomické limity. Už se nejedná o čistou kulturu, ale naplňování poptávky, která je zmodernizovaná. Z Obecního domu se stává sterilní prostředí, nastaveno cíleně. Co se týká filmových festivalů, některé filmy se začínají opakovat, ale jinak je skvělý festival Jeden svět, nebo Projekt 100.
- Co se týká informovanosti o kulturních akcích, chtělo by to více letáků ve městě, hodně lidí, hlavně starších, nevlastní internet, kde by si informace našli. Je důležité, aby každý měl přístup ke kultuře. Je tady hodně akcí, ale lidi nemají ponětí, o čem jsou. Je potřeba větší propagace akcí – to se mnohokrát opakovalo!
- HLÁSKA - informuje jen o akcích v Opavě, ne v okolí. O různých akcích se lidé dozvídají až zpětně, když již proběhly, *„ já bych je i rád navštívil, kdybych o nich věděl dopředu.“*
- Kritika se týká špatné architektury v centru města (většina poválečné zástavby - Horní, Dolní náměstí, ulice Mezi trhy, *„proč se dosud nerealizovala "humanizace fasád"*?
- Podpořit akce pro nevidomé a pro tělesně postižené s cílem sblížit jejich život s neindisponovanými občany.
- Pořádat silvestrovský ohňostroj.
- Měly by být více sponzorovány a finančně podporovány hudební soubory v Opavě.
- Něco organizovat pro starší lidi, aby nebyli sami – zájezdy, akce podobné dnům seniorů.
- Co pořádat každoročně Opavský karneval ve stylu Rio de Janeira (ohnivá show, ohňostroj atd.) a Benátek?
- *„Velmi se mi líbí zavedení farmářských trhů, co takhle třeba na Horním náměstí pořádat řemeslné trhy, ukázky kovářského umění, dráteníci, řezbáři, tradiční textilní techniky a výrobky, loutkáři (třeba i hrané pohádky na náměstí), prezentace umělecko-průmyslové školy v Opavě?“*
- Pořádání opavské promenády v prostoru Ptačího vrchu s tradičním prodejem lázeňských oplatků, doprovázená fotografickou, historickou výstavkou začátků o firmě Fidor (dobové kostýmy vítány).
- V Opavě je nedostatek památek ve městě. "Sluneční soustava" je nevkusná, nejprve respondentka myslela, že jde o bombu a vzpomínku na 2. sv. válku. *„Co takhle kašna? Nebo město ve zmenšené podobě?“*
- Zapojit samotné občany do volby kultury, co tady chtějí, koho pozvat, ať konkrétně navrhnou např. v rámci webu.
- Opava má krásnou sportovní halu, ale nepořádají se v ní žádné exhibiční utkání, mistrovství, kulturní akce.

X. SHRNUTÍ HLAVNÍCH ZJIŠTĚNÍ

- Vnímání kultury ve městě k našemu překvapení zásadně neovlivňují sociodemografické charakteristiky obyvatel města. Na výsledky nemá vliv pohlaví respondentů, ani místo jejich bydliště. Vzdělání a délka pobytu v Opavě postoje ke kultuře ovlivňují jen nepatrně. Zřetelný je pouze vliv věku a příslušnosti k dané věkové skupině.

- Vnímání kultury do velké míry ovlivňuje míra angažovanosti občanů v oblasti kultury a také frekvence návštěvnosti kulturních akcí. Pokud sečteme respondenty, kteří se hlásí ke kultuře a jsou buď angažujícími se, příznivci a pravidelnými či méně pravidelnými návštěvníky, jedná se téměř o tři pětiny dotázaných (58,6%). Oproti nim stojí lidé, kteří jsou spíše příležitostnými a náhodnými návštěvníky kulturních akcí nebo se o kulturu nezajímají – těch je více než dvě pětiny (41,4%). Respondenti se z hlediska frekvence navštěvování kulturních akcí dělí do dvou skupin. Kulturní akce navštěvují více než tři pětiny osob ze všech dotázaných (62,4%). Zbývající více než třetina vykazuje malou či žádnou návštěvnost (37,6%).

- Účast na kulturních akcích má výrazný sociální aspekt. Lidé kulturní akce navštěvují se svými blízkými, napomáhají tak udržovat sociální soudržnost a běžné mezilidské vztahy. To je poměrně zásadní argument, proč oblast kultury podporovat.

- Obyvatelé města se nejvíce zajímají o oblast hudebního umění (63,5%) a filmového umění (62,6%).

- Z hodnotových orientací vyplývá, že obyvatelé města nadprůměrně vyzdvihují důležitost přátel a známých, rodiny a volného času. Kulturní způsob života, který podporuje sociabilitu a kvalitní a smysluplné trávení volného času, může být vhodnou možností pro vedení dobrého života obecně.

- Občané vnímají potřebu zlepšení v oblastech zdravotnictví (37,3%), životního prostředí (33,2%) a sociálních věcí (29,3%). Kultura je z hlediska „naléhavosti“ mezi nejméně doporučovanými oblastmi k řešení (14,4%), umístila se na osmé pozici z jedenácti. Naléhavost ale vnímají studenti a obecně lidé patřící do věkových kategorií 15 – 39 let. Podpora kultury tedy patří spíše k tématu, které nastolují mladší lidé.

- V očích převážné většiny dotázaných hraje Opava roli regionálního kulturního centra (89,2%).

- Celkem jsou s nabídkou kulturního vyžití spokojeny více než čtyři pětiny dotázaných (82,5%).

- Současný stav kultury ve městě kladně hodnotí více než tři čtvrtiny respondentů (75,5%). Celkově jsou s kulturní nabídkou spokojeny téměř tři čtvrtiny dotázaných (72,4%). V tomto a v dalších hodnoceních lze cítit napětí mezi dvěma skupinami angažovaných lidí v oblasti kultury, kteří se neshodnou na hodnocení současného stavu.

- Podle většiny dotázaných se kvalita kultury ve městě v čase více či méně zlepšila nebo alespoň zůstala na stejné úrovni.

- Rezervy v oblasti informovanosti o tom, co se v oblasti kultury odehrává, nalézáme u více než čtvrtiny občanů (26,6%).

- Rozhodování o své účasti na kulturní akci do značné míry podmiňují autor či konkrétní představení, ale také cena. Téměř polovinu respondentů omezuje v návštěvnosti nedostatek volného času (47,8%), v menší míře pak nedostatek peněz na kulturu (27,9%). Méně než čtvrtinu dotázaných odrazuje předražené vstupné (23%) nebo brání rodinné povinnosti (20,9%). Průměrný měsíční výdaj respondenta na kulturu činí 390 Kč za měsíc. Cenově nepřijatelná jsou především kina.

- Respondenti mezi kulturními zařízeními preferují kina (52,7%) a divadla (47,6%). Přibližně třetina dotázaných považuje za zajímavé také taneční zábavy a plesy (37%), koncerty populární hudby (34,4%), muzea (32,7%), hudební kluby (30,8%) a knihovny (30%).

- Opavané z nabídky kulturních zařízení nejlépe hodnotí Slezské zemské muzeum, Slezské divadlo Opava, ZUŠ Václava Kálika (hud. a dramatický obor), CineStar Opava, Knihovnu Petra Bezruče, ZUŠ Opava (výtvarný obor), Středisko volného času, Loutkové divadlo a Slezskou univerzitu v Opavě.

- Hodnocení galerií je poněkud ošemetné, z dat vyplývá, že je lidé téměř neznají. Znalost opavských klubů je mnohem lepší, v hodnocení se nejlépe umístily kluby Evžen a Café Evžen.

- V hodnocení kulturních akcí se nejlépe umístil Den dětí, Opavský Majáles, Slezská muzejní noc, Festival Bezručova Opava, Festival Na cestě, Opavské kulturní léto a další. Lidé nejvíce postrádají koncerty populární hudby se známými interprety a kulturně-vzdělávací akce.