

## **Prieskum verejnej mienky pre Slovenské národné múzeum**

ZÁVEREČNÁ SPRÁVA Z KVANTITATÍVNEHO PRIESKUMU

november 2023

<b>DESIGN PRIESKUMU</b>	<b>3</b>
<b>PROFIL RESPONDENTOV</b>	<b>5</b>
<b>VÝSLEDKY PRIESKUMU</b>	<b>6</b>
<b>1. POVEDOMIE O MÚZEÁCH NA SLOVENSKU</b>	<b>7</b>
<b>2. SPONTÁNNÁ ZNALOSŤ MÚZEÍ, KTORÉ PATRIA POD SNM</b>	<b>10</b>
<b>3. CHARAKTERISTIKY PRIPISOVANÉ SNM</b>	<b>18</b>
<b>4. VÝZNAM SNM PRE SPOLOČNOSŤ</b>	<b>25</b>
<b>5. ZDROJE INFORMÁCIÍ O PROGRAMOCH MÚZEÍ NA SLOVENSKU</b>	<b>30</b>
<b>6. POSLEDNÁ NÁVŠTEVA MÚZEA NA SLOVENSKU</b>	<b>35</b>
6.1. KEDY BOLA POSLEDNÁ NÁVŠTEVA MÚZEA	36
6.2. NAPOSLEDY NAVŠTÍVENÉ MÚZEUM	38
6.3. DOJEM Z POSLEDNEJ NAVŠTÍVY MÚZEA	39
<b>7. TEMATICKY PREFEROVANÉ MÚZEÁ</b>	<b>40</b>
<b>8. HISTORICKÉ UDALOSTI VERZUS AKTUÁLNE SPOLOČENSKÉ UDALOSTI V MÚZEU</b>	<b>46</b>
<b>9. NÁZORY NA NOVÉ „MÚZEUM 20. STOROČIA“</b>	<b>49</b>

# DESIGN PRIESKUMU

## METODOLÓGIA

→ reprezentatívny prieskum medzi obyvateľmi SR vo veku od 18 rokov

## VELKOŠŤ VZORKY

→ N=1 015 respondentov

## SPÔSOB VÝBERU

→ kvótny výber (kvóty – pohlavie, vek, vzdelanie, národnosť, veľkosť sídla, kraj)

## TERMÍN ZBERU

→ 15.11. – 22.11. 2023

## NÁSTROJ ZBERU

→ dotazník (face-to face osobné rozhovory vyškolených anketárov)

## ŠTATISTICKÁ ODCHÝLKA

→ Interval spoľahlivosti pre celú vzorku (N=1 015): max.  $\pm 3,1\%$  na 95% hladine významnosti pre frekvenciu javu 50% (viď. ďalší slide).

## SPRACOVANIE DÁT

→ V analýze používame pre prehľadnosť zaokrúhlenie na celé percentá – preto sa môže stať, že celkový súčet sa nerovná presne 100%, ale napr. 99% alebo 101%. Pri druhostupňových triedeniach sú údaje pri kategóriách respondentov s absolútnou početnosťou nižšou ako 50 respondentov len orientačné.

# ŠTATISTICKÁ ODCHÝLKA

Veľkosť výberovej vzorky umožňuje zovšeobecniť základné výsledky prieskumu (pre celú vzorku N=1015 respondentov) na populáciu SR vo veku od 18 rokov s maximálnou odchýlkou  $\pm 3,1\%$ .

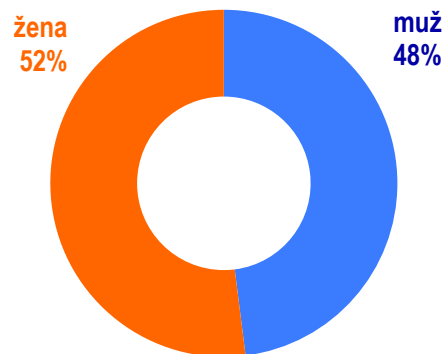
Zistené výsledky prezentované v tejto správe sú štatistické odhady, ktorých presnosť závisí od veľkosti vzorky/ subvzorky a od zisteného percentuálneho zastúpenia daného javu v tejto vzorke/ subvzorke. V nasledujúcej tabuľke uvádzame hodnoty štatistickej chyby pri 95% hladine významnosti.

	% odpovedí										
	95%/5%	90%/10%	85%/15%	80%/20%	75%/25%	70%/30%	65%/35%	60%/40%	55%/45%	50%/50%	
<b>50</b>	6,0	8,3	9,9	11,1	12,0	12,7	13,2	13,6	13,8	13,9	
<b>100</b>	4,3	5,9	7,0	7,8	8,5	9,0	9,3	9,6	9,8	9,8	
<b>150</b>	3,5	4,8	5,7	6,4	6,9	7,3	7,6	7,8	8,0	8,0	
<b>200</b>	3,0	4,2	4,9	5,5	6,0	6,4	6,6	6,8	6,9	6,9	
<b>300</b>	2,5	3,4	4,0	4,5	4,9	5,2	5,4	5,5	5,6	5,7	
<b>400</b>	2,1	2,9	3,5	3,9	4,2	4,5	4,7	4,8	4,9	4,9	
<b>500</b>	1,9	2,6	3,1	3,5	3,8	4,0	4,2	4,3	4,4	4,4	
<b>600</b>	1,7	2,4	2,9	3,2	3,5	3,7	3,8	3,9	4,0	4,0	
<b>700</b>	1,6	2,2	2,6	3,0	3,2	3,4	3,5	3,6	3,7	3,7	
<b>800</b>	1,5	2,1	2,5	2,8	3,0	3,2	3,3	3,4	3,4	3,5	
<b>900</b>	1,4	2,0	2,3	2,6	2,8	3,0	3,1	3,2	3,3	3,3	
<b>1000</b>	1,4	1,9	2,2	2,5	2,7	2,8	3,0	3,0	3,1	3,1	

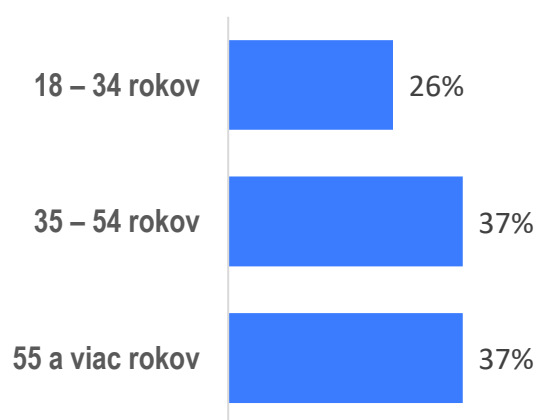
N\* označuje veľkosť vzorky / subvzorky

# PROFIL RESPONDENTOV

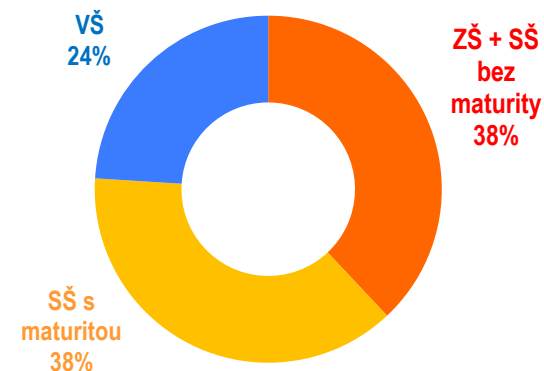
## POHLAVIE



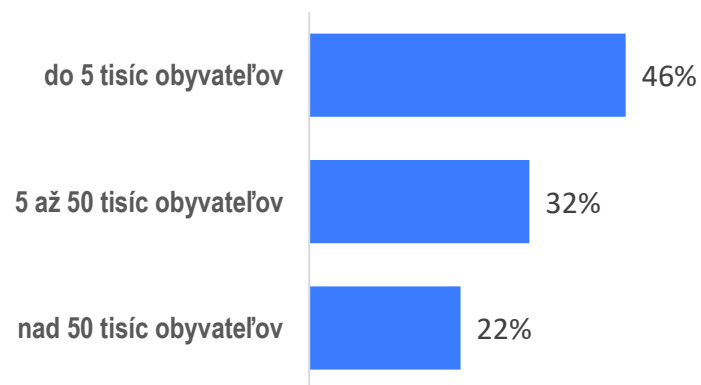
## VEK



## VZDELANIE



## VEĽKOSŤ OBCE



## REGIÓN



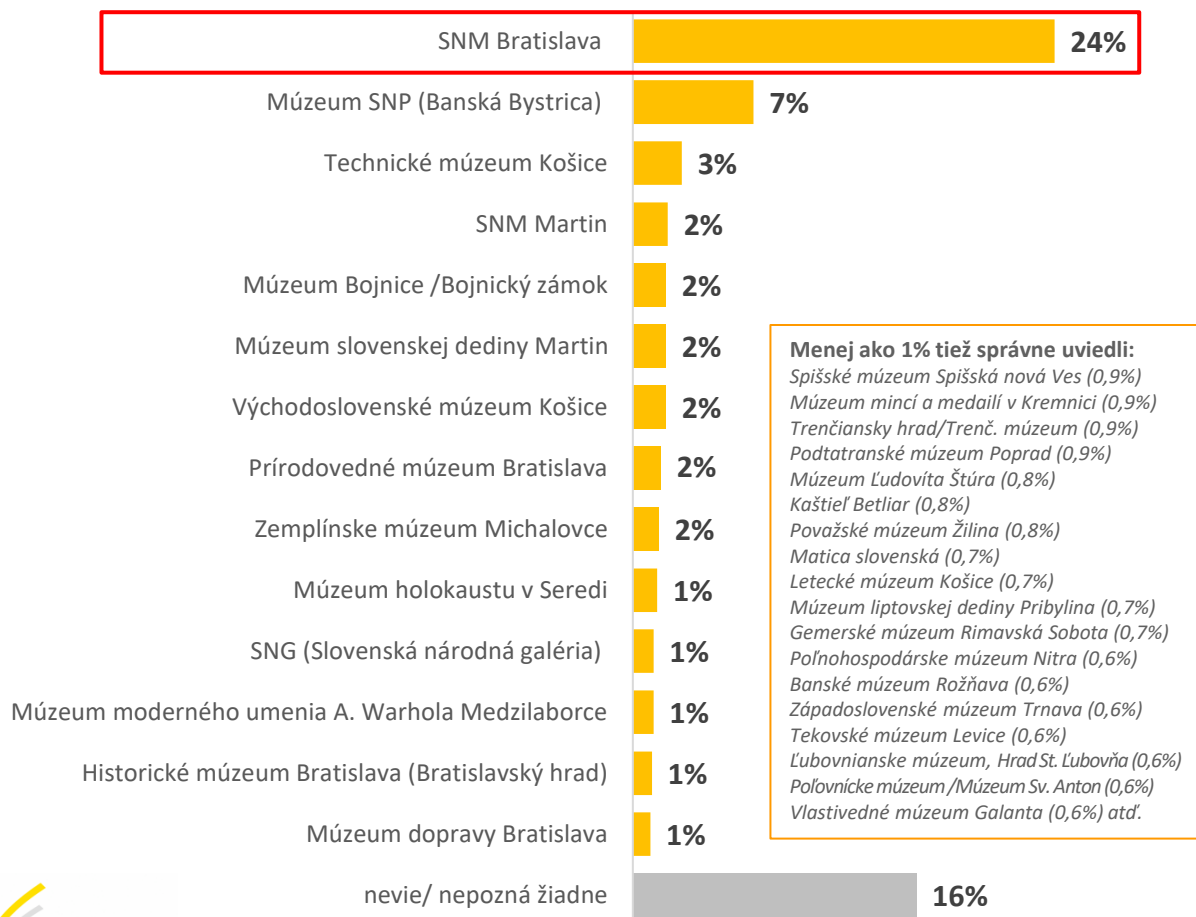
%, Báza (n): 1 015; celá vzorka

# VÝSLEDKY PRIESKUMU

# 1. POVEDOMIE O MÚZEÁCH NA SLOVENSKU

# 1. POVEDOMIE O MÚZEÁCH NA SLOVENSKU

*mu1. Keď sa povie „múzeum na Slovensku“, ktoré múzeum Vám napadne ako prvé? spontánne – jedna odpoveď*



## ZHRNUTIE

- ✓ Keď sa povie múzeum na Slovensku ako prvé sa opýtaným vybaví Slovenské národné múzeum v Bratislave – spontánne ho menovala takmer štvrtina respondentov (24%).
- ✓ Tento názor uvádzajú častejšie (ako priemer celej vzorky): vysokoškolsky vzdelaní ľudia; tvoria odborní pracovníci, podnikatelia/živnostníci; s vyššími čistými mesačnými príjmami domácnosti (nad 2 000 €); z regiónu západ SR; ktorí navštívili múzeum v SR aspoň v poslednom roku.
- ✓ Necelá desatina si tiež spomenula na Múzeum SNP v Banskej Bystrici (7%).
- ✓ V menšej miere boli menované: Technické múzeum v Košiciach (3%); SNM Martin (2%); Múzeum Bojnice (2%), Múzeum Slovenskej dediny v Martine (2%); Východoslovenské múzeum v Košiciach (2%); Prírodovedné múzeum v Bratislave (2%), Zemplínske múzeum v Michalovciach (2%) apod.
- ✓ Na otázku nevedela odpovedať, resp. na žiadne múzeum si nespomenulo 16% opýtaných.



# Povedomie o múzeách na Slovensku podľa sociálno-demografických charakteristík respondentov

■ SNM Bratislava

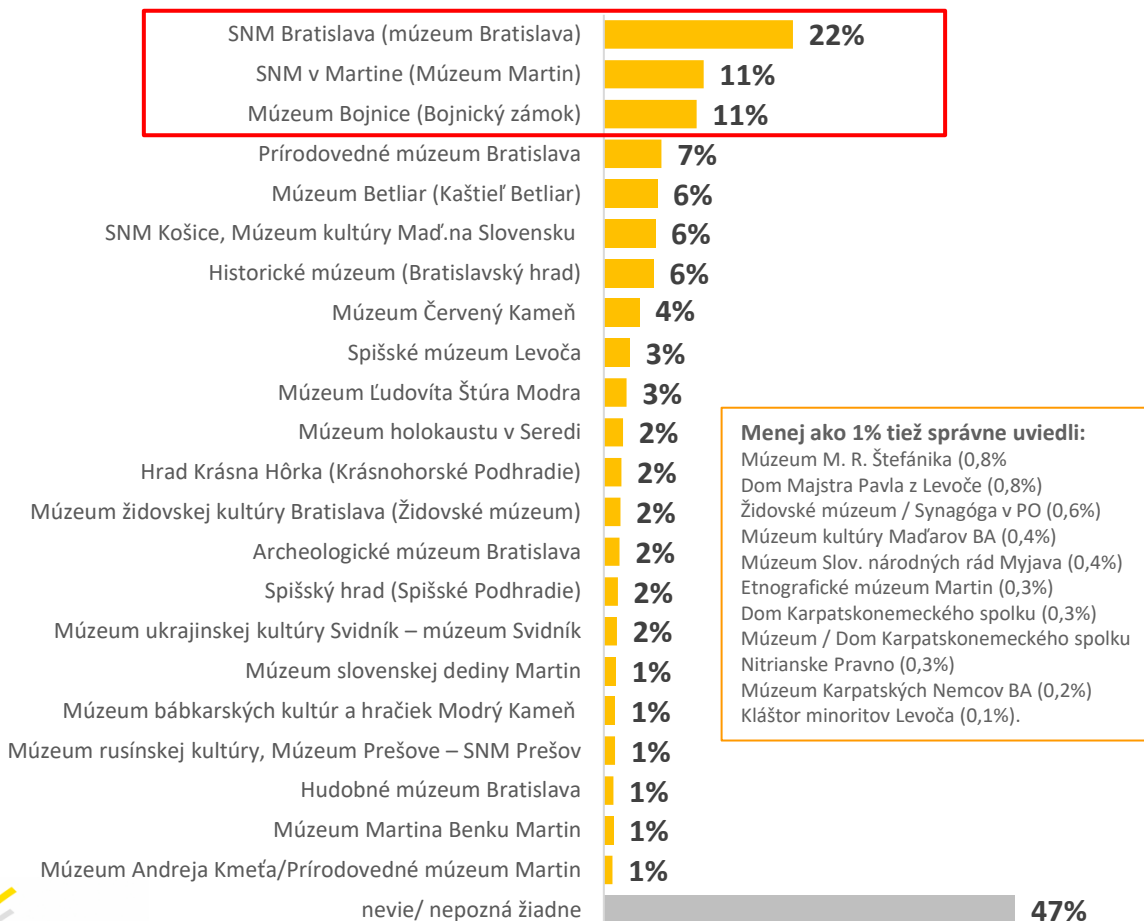
CELÁ VZORKA	SR		1015
pohlavie	muž	24	488
	žena	24	527
vek	18 - 34 rokov	22	265
	35 - 54 rokov	26	370
	55 a viac rokov	24	380
vzdelanie	ZŠ + SŠ bez maturity	19	380
	SŠ s maturitou	25	389
	VŠ	32	246
zamestnanie	manuálny pracovník	20	237
	výkonný odb. pracovník, úradník	28	177
	tvorivý odb. pracovník	38	111
	podnikateľ, živnostník	35	94
	dôchodca	21	272
ostatní mimo ekon. aktivity	13	124	
počet členov domácnosti	jeden	24	116
	dvaja	26	337
	traja	24	259
	štyria	24	204
	päť a viac	19	99
rodinný stav	slobodný/-á	22	197
	ženatý/ vydatá	25	589
	druh/ družka	24	101
	rozvedený/-á	23	52
	vdova/ vdovec	22	76
deti v domácnosti do 18 rokov	má	23	367
	nemá	25	648

	SR		1015
čistý mesačný príjem domácnosti	do 800 €	19	97
	801 - 1 200 €	20	158
	1 201 - 1 600 €	21	150
	1 601 - 2 000 €	26	231
	2 001 € a viac	30	299
nevie, neuviedol	19	80	
počet obyvateľov obce	menej ako 5 tisíc	24	465
	5 - 50 tisíc	22	324
	nad 50 tisíc	28	226
región	západ	31	479
	stred	24	253
	východ	13	283
používanie internetu	denne	26	648
	niekoľkokrát týždenne	24	149
	menej často	24	70
	vôbec	18	148
používanie sociálnych sietí	denne	25	520
	niekoľkokrát týždenne	28	155
	menej často	29	100
	vôbec	19	240
návšteva múzea v SR ...	aspoň v poslednom roku	31	321
	dávnejšie	22	581
	nebol v múzeu	16	113

## 2. SPONTÁNNA ZNALOSŤ MÚZEÍ, KTORÉ PATRIA POD SNM

## 2. SPONTÁNNA ZNALOSŤ MÚZEÍ, KTORÉ PATRIA POD SNM

**MU2. Slovenské národné múzeum pôsobí na Slovensku na viacerých miestach, spadá pod neho spolu 18 špecializovaných múzeí. Vedeli by ste vymenovať aspoň dve – tri z nich? spontánne – možnosť viacerých odpovedí**



### ZHRNUTIE

- ✓ Najčastejšie spontánne menované múzeum, ktoré patrí pod SNM je Slovenské národné múzeum Bratislava – spontánne ho menovala viac ako pätina respondentov (22%).
- ✓ Viac ako desatina si tiež spomenula na Slovenské národné múzeum v Martine (11%) či Múzeum Bojnice (11%).
- ✓ Menej ako desatina tiež menovala Prírodovedné múzeum v Bratislave (7%), Múzeum Betliar (6%), SNM Košice (6%), Historické múzeum v Bratislave (6%).
- ✓ V menšej miere boli menované: Múzeum Červený Kameň (4%), Spišské múzeum v Levoči (3%), Múzeum Ľ. Štúra v Modre (3%) a pod.
- ✓ Na otázku nevedela odpovedať, resp. nepozná žiadne múzeum SNM (t.j. uviedli len nesprávne odpovede – viď. nasledujúci slide) **takmer polovica respondentov (47%)**.
- ✓ V porovnaní s posledným prieskumom (január 2022) je spontánna znalosť múzeí patriacich pod SNM podobná – aspoň jedno múzeum SNM uviedlo správne 53% v aktuálnom prieskume v novembri 2023 a 51% v januári 2022, nárast zaznamenala znalosť SNM Bratislava (viac o 5 p.b. – z 17% na 22%).

# SPONTÁNNA ZNALOSŤ MÚZEÍ, KTORÉ PATRIA POD SNM

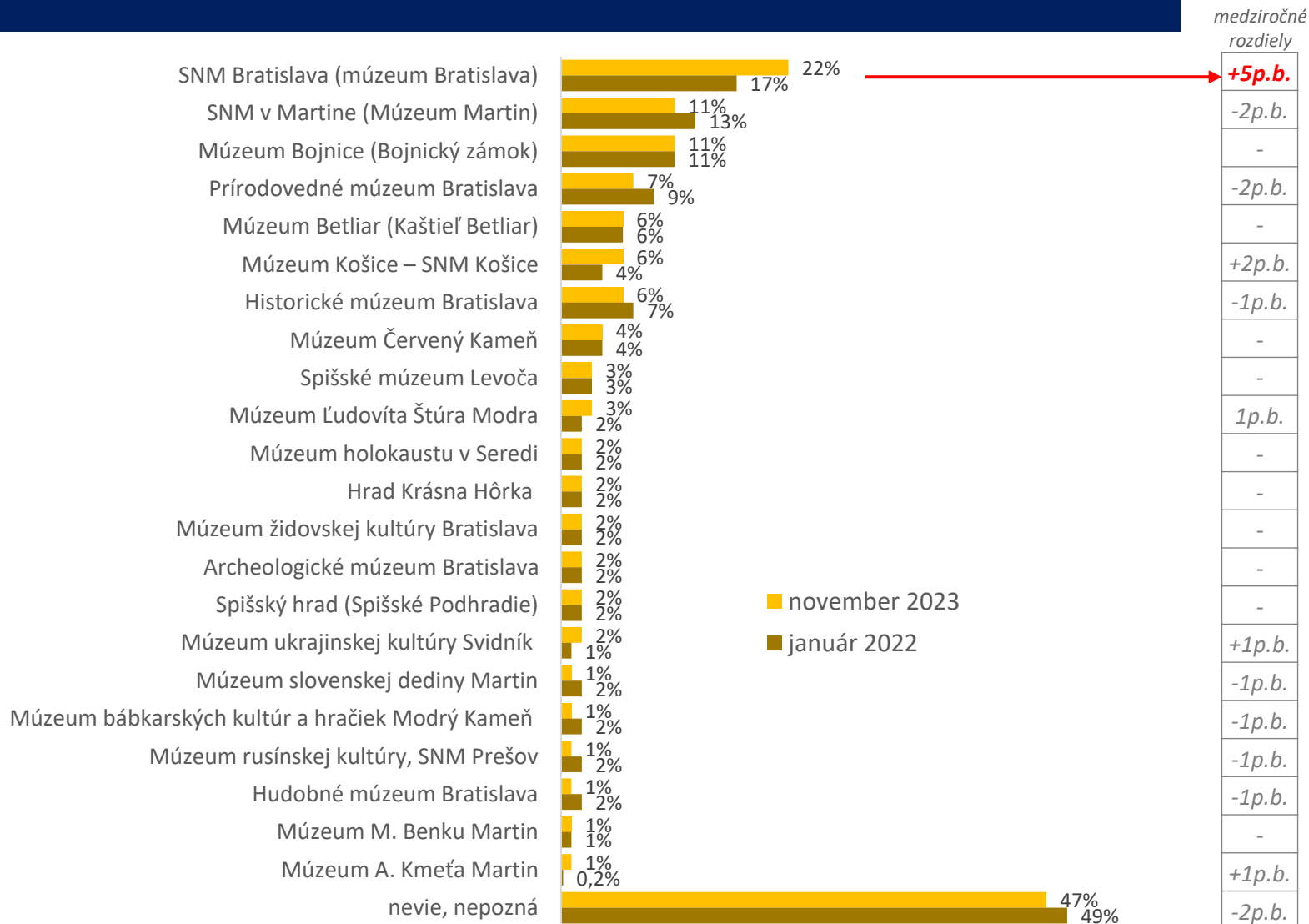
## - **nesprávne** uvádzané odpovede nad 1%

*MU2. Slovenské národné múzeum pôsobí na Slovensku na viacerých miestach, spadá pod neho spolu 18 špecializovaných múzeí. Vedeli by ste vymenovať aspoň dve – tri z nich? spontánne – možnosť viacerých odpovedí*

Múzeum SNP – Múzeum Banská Bystrica (pamätník SNP, Národné múzeum v BB, SNM – múzeum Banská Bystrica)	18%
Technické múzeum, Slovenské technické múzeum, Technické múzeum v Košiciach	4%
Východoslovenské múzeum Košice	3%
Banské múzeum Banská Štiavnica	2%
SNG (Slovenská národná galéria) – všeobecne	2%
Západoslovenské múzeum Trnava	2%
Trenčiansky hrad, Trenčianske múzeum	2%
Krajské múzeum Prešov	2%
Múzeum dopravy, dopravné múzeum Bratislava	2%
Múzeum liptovskej dediny Pribylina	1%
Hornonitrianske múzeum Prievidza	1%
Múzeum slovenskej dediny Vlkolínec	1%
Vojenské múzeum Dukla vo Svidníku	1%
Múzeum mincí v Kremnici, Mincovňa v Kremnici	1%
Matica slovenská (Matica slovenská – Martin, Múzeum Matice slovenskej v Martine)	1%
Letecké múzeum / Múzeum letectva Košice	1%
Múzeum oravskej dediny Zuberec	1%
Banské múzeum Kremnica	1%
Múzeum moderného umenia Andyho Warhola Medzilaborce	1%
Ponitrianske múzeum Nitra	1%
Technické múzeum Bratislava	1%
Šarišské múzeum Bardejov	1%
Vihorlatské múzeum / Humenské múzeum Humenné	1%
... atď.	

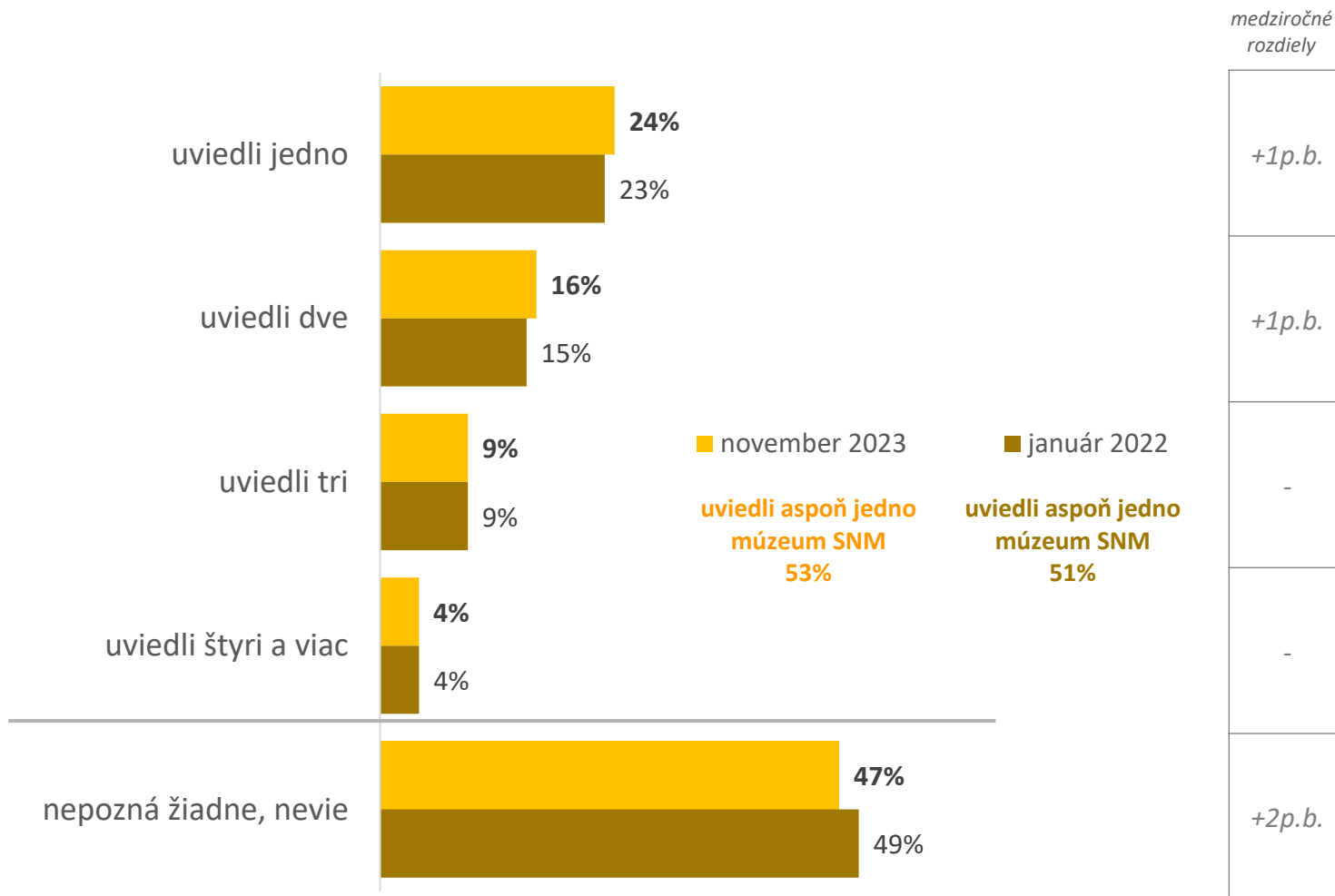
# SPONTÁNNA ZNALOSŤ MÚZEÍ, KTORÉ PATRIA POD SNM

## - porovnanie

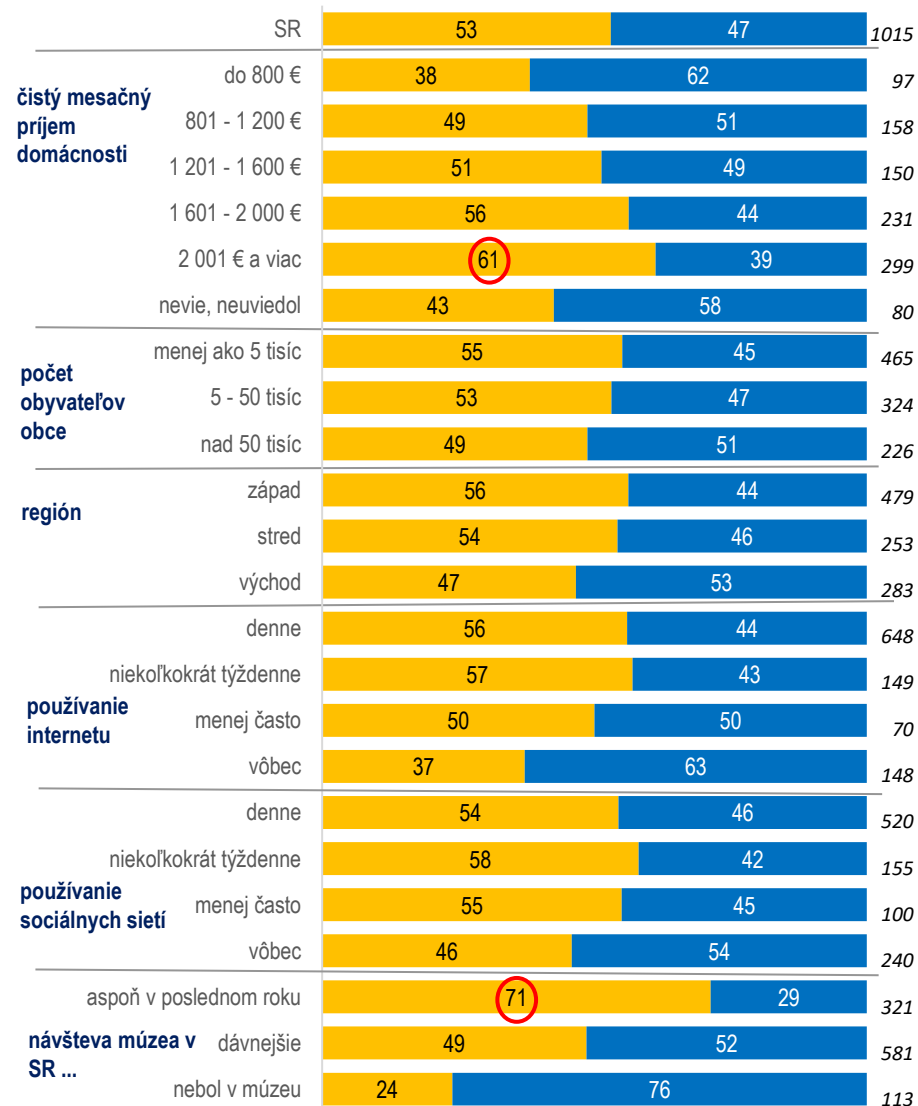
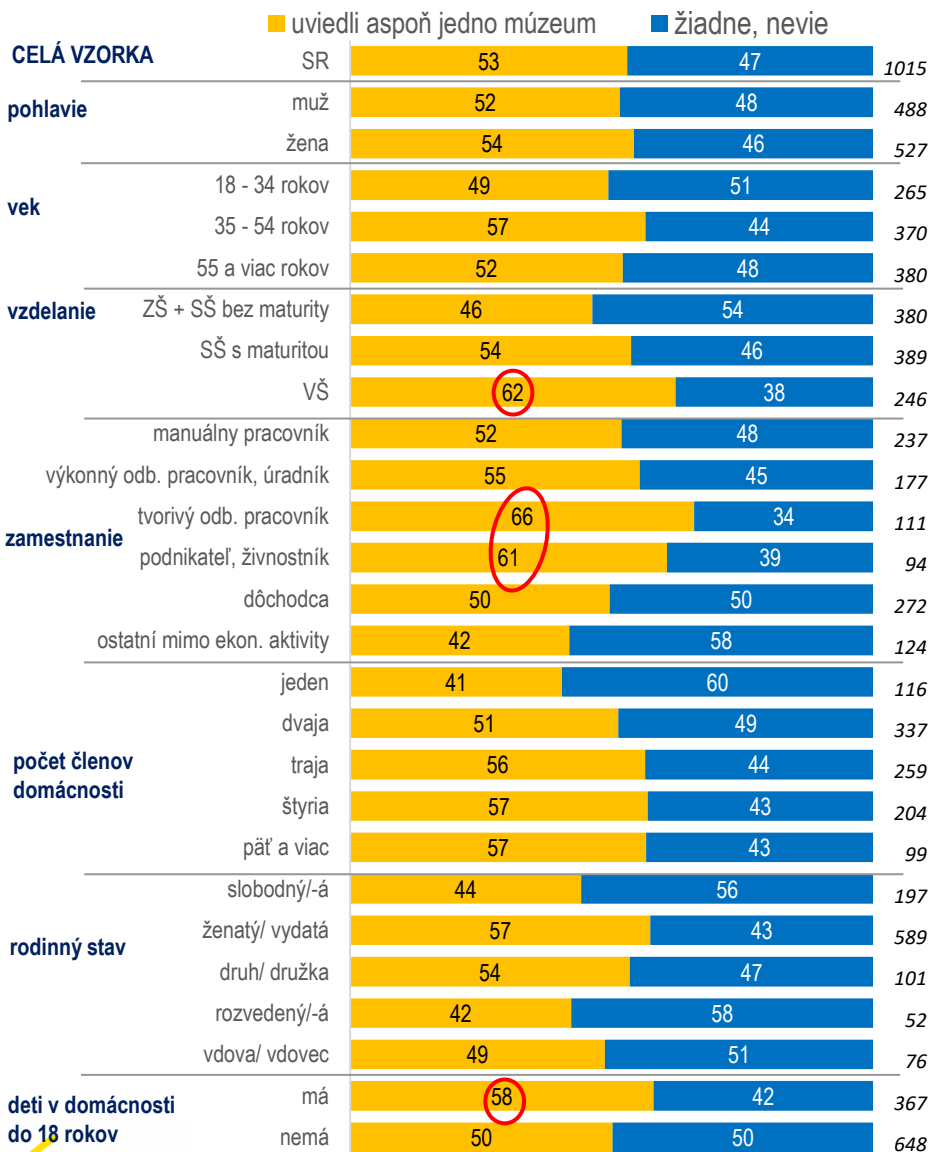


# SPONTÁNNA ZNALOSŤ MÚZEÍ, KTORÉ PATRIA POD SNM

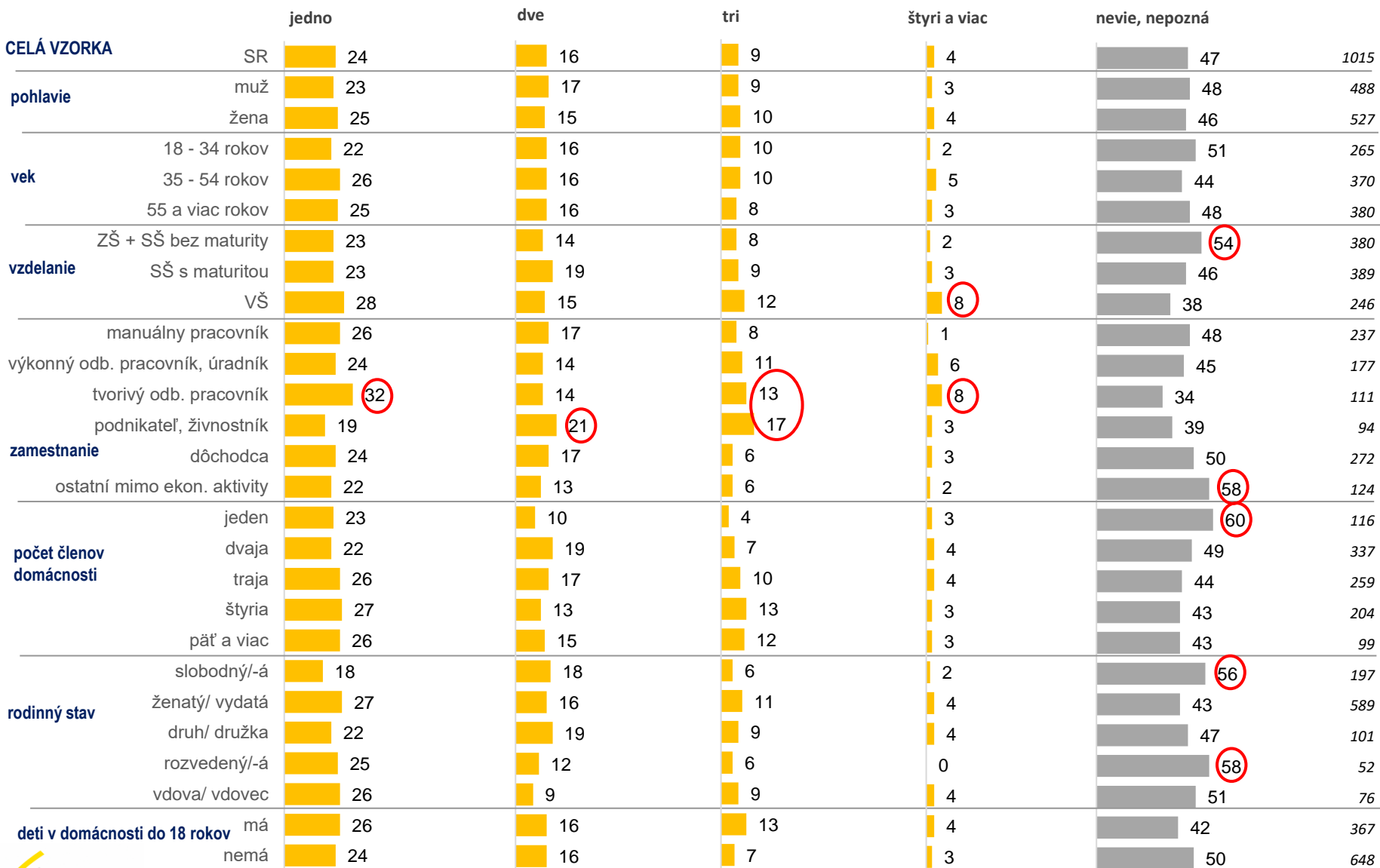
## - porovnanie



# Spontánna znalosť múzeí, ktoré patria pod SNM podľa sociálno-demografických charakteristík respondentov

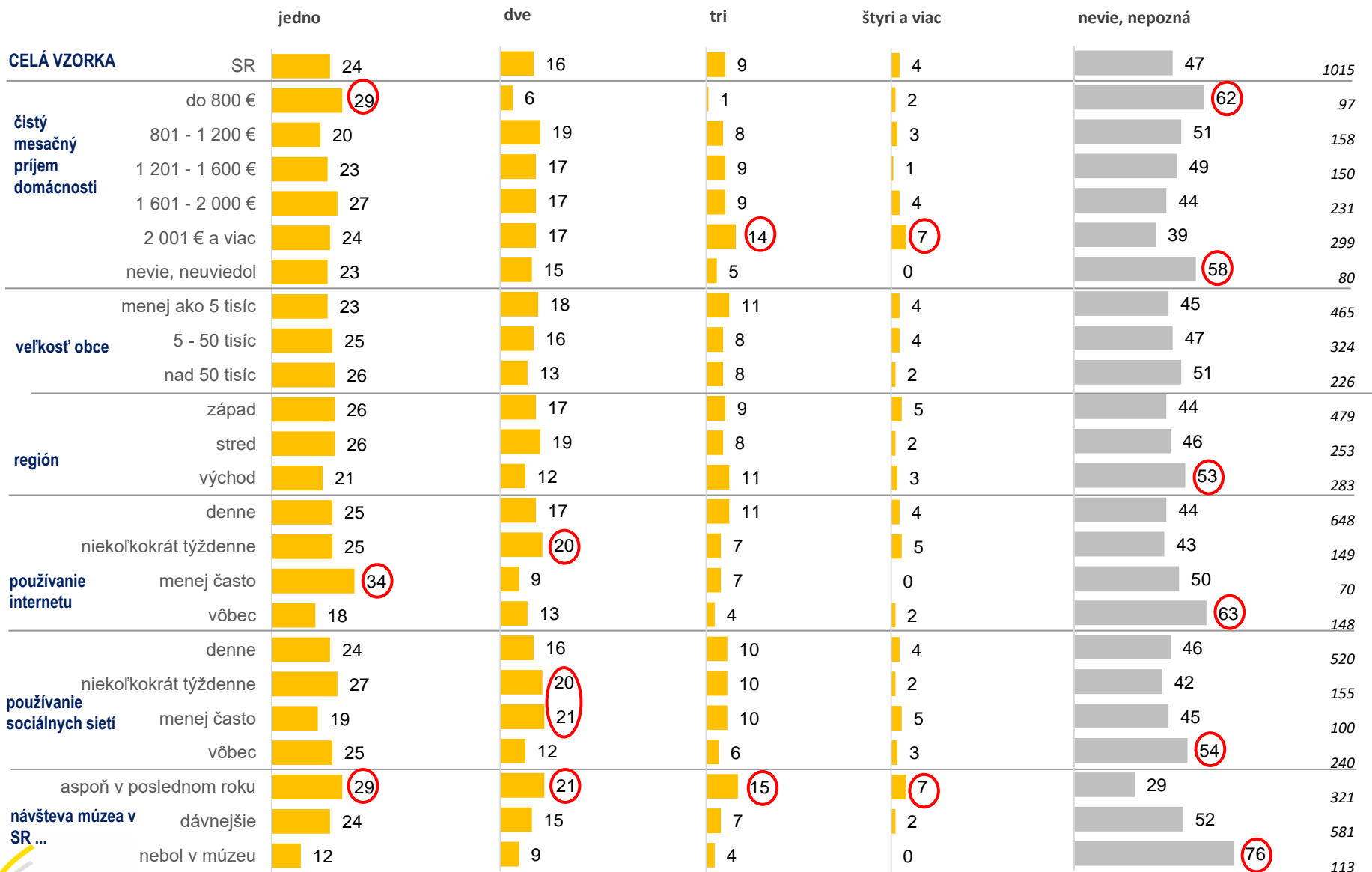


# Spontánna znalosť múzeí, ktoré patria pod SNM - detail podľa sociálno-demografických charakteristík respondentov





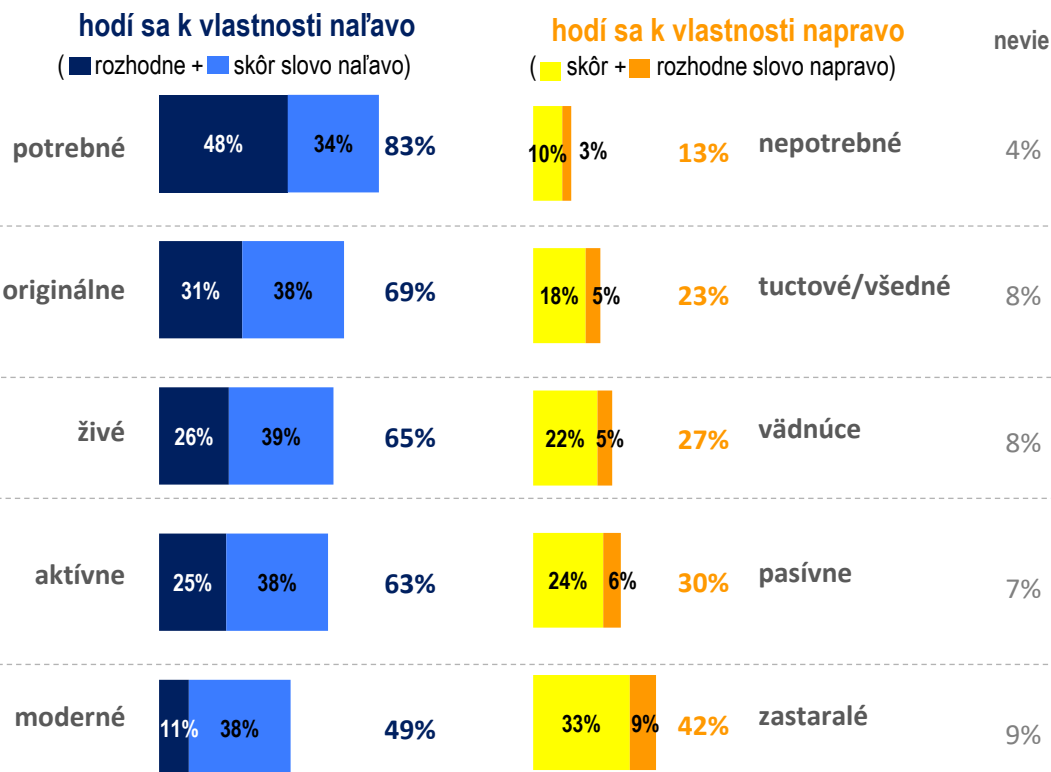
# Spontánna znalosť múzeí, ktoré patria pod SNM - detail podľa sociálno-demografických charakteristík respondentov



## 3. CHARAKTERISTIKY PRIPISOVANÉ SNM

### 3. CHARAKTERISTIKY PRIPISOVANÉ SNM

MU3. Teraz vám budem postupne čítať dvojice slov. Pri každej dvojici mi, prosím, povedzte, či sa k vašej súčasnej predstave o Slovenskom národnom múzeu viac hodí slovo na ľavej strane, lebo slovo na pravej strane.



#### ZHRNUTIE

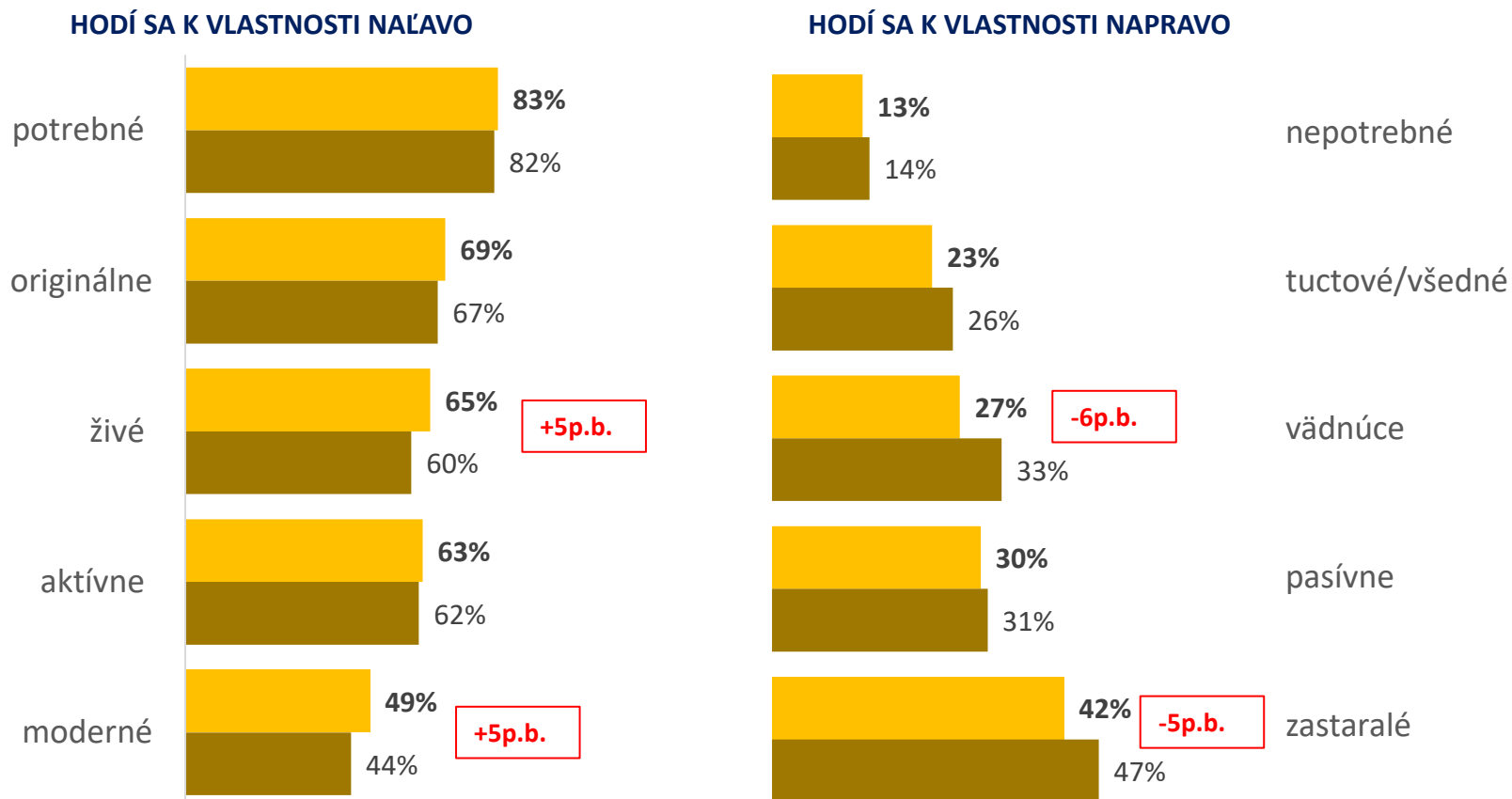
- ✓ Predstava o SNM sa spája prevažne s pozitívnymi charakteristikami.
- ✓ Najčastejšie je SNM vnímané ako potrebné (celkovo 83% - pričom podľa 48% rozhodne a 35% skôr).
- ✓ SNM je tiež prevažne spájané aj s charakteristikami ako originálne (celkovo 69%), živé (celkovo 65%) či aktívne (celkovo 63%).
- ✓ Ambivalentne je vnímaná iba dvojica vlastností moderné : zastaralé (49% : 42%).
- ✓ Vo všeobecnosti pozitívne charakteristiky častejšie (oproti prímeru v celej vzorke) SNM pripisujú: vysokoškolsky vzdelaní ľudia; výkonní/tvoriví odborní pracovníci; s vyššími čistým mesačným príjmom domácnosti (nad 2 000 €); ktorí navštívili múzeum aspoň v poslednom roku. Naopak, negatívne charakteristiky častejšie pripisujú SNM: ľudia mimo ekonomickej aktivity (študenti, nezamestnaní, na MD/RD) alebo manuálne pracujúci; z 5 a viacčlenných domácností; slobodní alebo rozvedení; ktorí ešte neboli v žiadnom múzeu, resp. boli v múzeu dávnejšie.
- ✓ Oproti poslednému prieskumu v roku 2022 mierne posilnili vlastnosti „živé“ (+5p.b.) a „moderné“ (+5p.b.); naopak mierne oslabili vlastnosti „vädnúce“ (-6p.b.) a „zastaralé“ (-5p.b.).

# CHARAKTERISTIKY PRIPISOVANÉ SNM

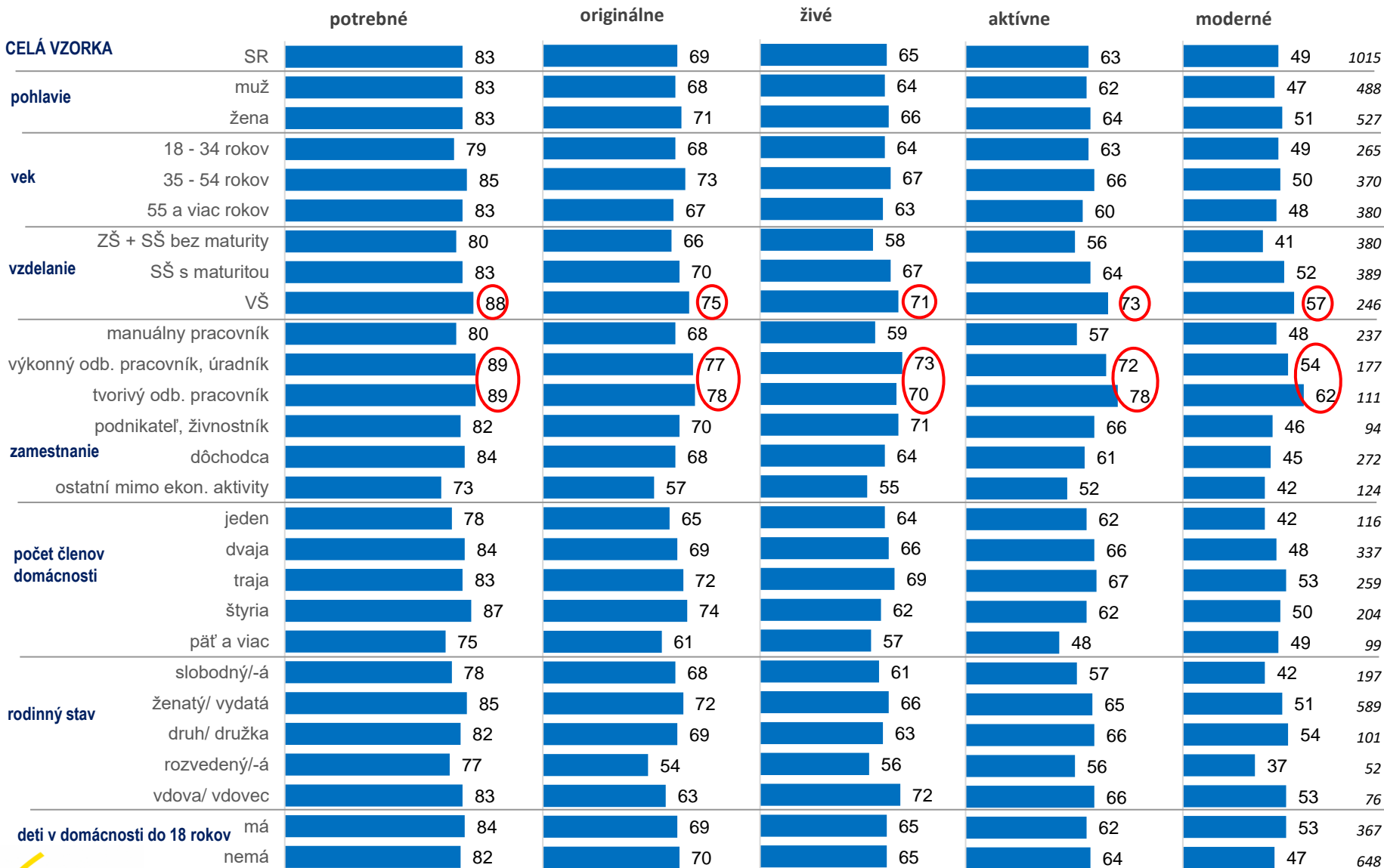
## - porovnanie

■ november 2023

■ január 2022



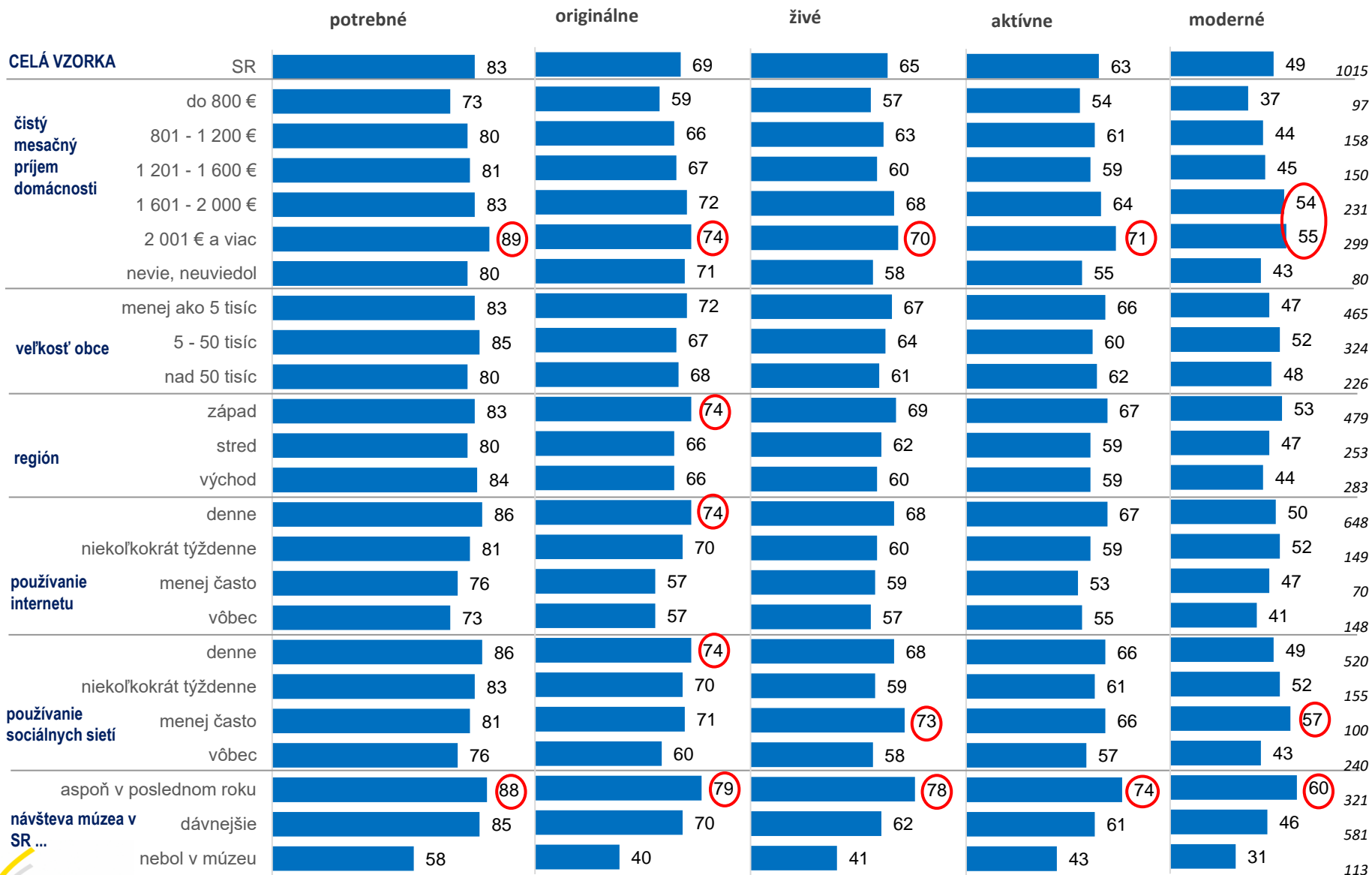
# Charakteristiky pripisované SNM (pozitívne charakteristiky) podľa sociálno-demografických charakteristík respondentov



# Charakteristiky pripisované SNM (negatívne charakteristiky) podľa sociálno-demografických charakteristík respondentov

		zastaralé	pasívne	vädnuce	tuctové/všedné	nepotrebné	
<b>CELÁ VZORKA</b>	SR	42	30	27	23	13	1015
<b>pohlavie</b>	muž	43	30	28	23	12	488
	žena	41	29	26	23	13	527
<b>vek</b>	18 - 34 rokov	45	31	29	25	16	265
	35 - 54 rokov	43	27	26	22	12	370
	55 a viac rokov	40	31	27	23	11	380
<b>vzdelanie</b>	ZŠ + SŠ bez maturity	46	33	28	23	13	380
	SŠ s maturitou	40	30	26	24	13	389
	VŠ	39	25	26	22	12	246
<b>zamestnanie</b>	manuálny pracovník	44	36	33	25	16	237
	výkonný odb. pracovník, úradník	39	25	23	19	9	177
	tvorivý odb. pracovník	34	21	26	19	11	111
	podnikateľ, živnostník	46	29	21	25	15	94
	dôchodca	42	29	26	22	10	272
	ostatní mimo ekon. aktivity	47	33	29	30	18	124
<b>počet členov domácnosti</b>	jeden	45	28	26	25	16	116
	dvaja	42	26	27	23	10	337
	traja	41	27	23	22	13	259
	štyria	42	32	28	20	10	204
	päť a viac	42	47	37	31	22	99
<b>rodinný stav</b>	slobodný/-á	51	36	33	26	18	197
	ženatý/ vydatá	40	28	26	20	11	589
	druh/ družka	41	29	29	26	15	101
	rozvedený/-á	48	33	35	33	17	52
	vdova/ vdovec	34	24	13	26	11	76
<b>deti v domácnosti do 18 rokov</b>	má	41	33	27	25	14	367
	nemá	43	28	27	22	12	648

# Charakteristiky pripisované SNM (pozitívne charakteristiky) podľa sociálno-demografických charakteristík respondentov



# Charakteristiky pripisované SNM (negatívne charakteristiky) podľa sociálno-demografických charakteristík respondentov

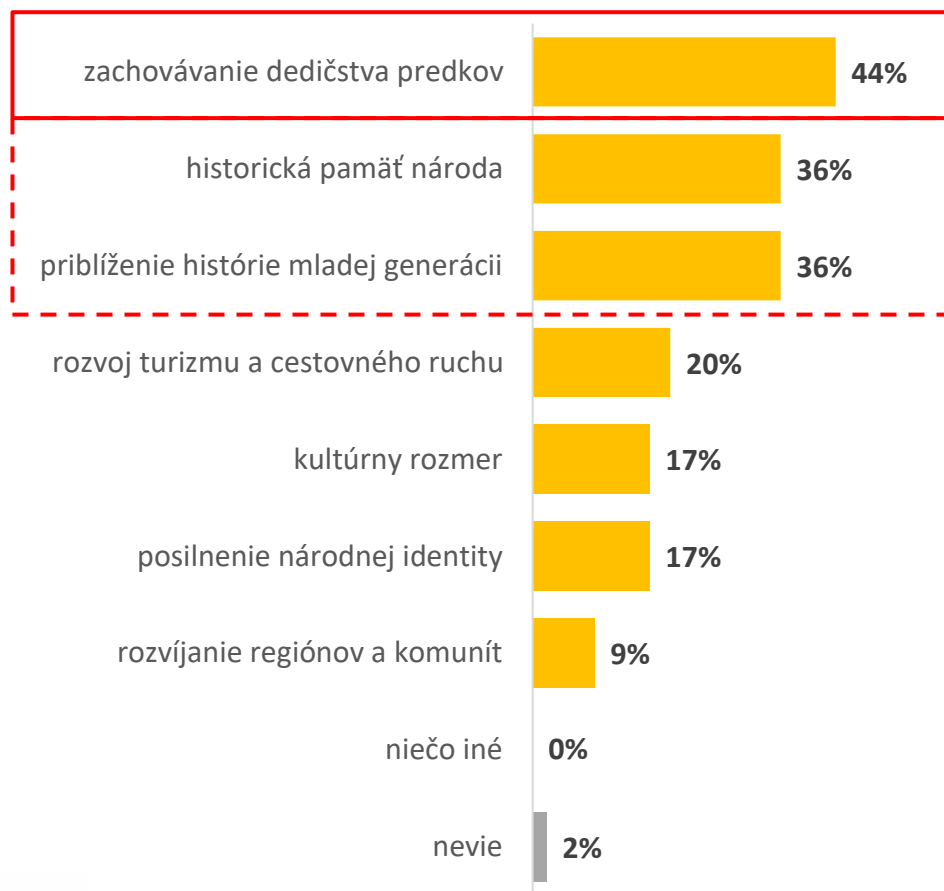
		zastaralé	pasívne	vädnuce	tuctové/všedné	nepotrené	
<b>CELÁ VZORKA</b>	SR	42	30	27	23	13	1015
<b>čistý mesačný príjem domácnosti</b>	do 800 €	46	32	29	28	18	97
	801 - 1 200 €	44	27	27	22	12	158
	1 201 - 1 600 €	47	33	32	27		150
	1 601 - 2 000 €	41	33	26	25	15	231
	2 001 € a viac	37	25	22	20	9	299
	nevie, neuviedol	45	33	34	19	14	80
<b>veľkosť obce</b>	menej ako 5 tisíc	43	27	25	19	11	465
	5 - 50 tisíc	40	33	28	27	12	324
	nad 50 tisíc	42	31	30	26	16	226
<b>región</b>	západ	38	27	24	21	12	479
	stred	46	34	32	29	16	253
	východ	45	30	29	22	11	283
<b>používanie internetu</b>	denne	42	27	25	22	11	648
	niekoľkokrát týždenne	38	33	32	19	13	149
	menej často	43	39	31	39	19	70
	vôbec	43	32	28	28	17	148
<b>používanie sociálnych sietí</b>	denne	44	29	26	22	11	520
	niekoľkokrát týždenne	39	34	33	24	13	155
	menej často	37	28	23	21	16	100
	vôbec	42	30	28	27	15	240
<b>návšteva múzea v SR ...</b>	aspoň v poslednom roku	36	24	21	19	11	321
	dávnejšie	47	32	29	23	12	581
	nebol v múzeu	42	35	33	35	23	113



## 4. VÝZNAM SNM PRE SPOLOČNOSŤ

## 4. VÝZNAM SNM PRE SPOLOČNOSŤ

MU4. V čom, podľa Vás, spočíva význam Slovenského národného múzea pre spoločnosť? Z nasledujúceho zoznamu vyberte najviac dve položky, ktorých nositeľom je pre vás Slovenské národné múzeum. možnosť 2 odpovedí

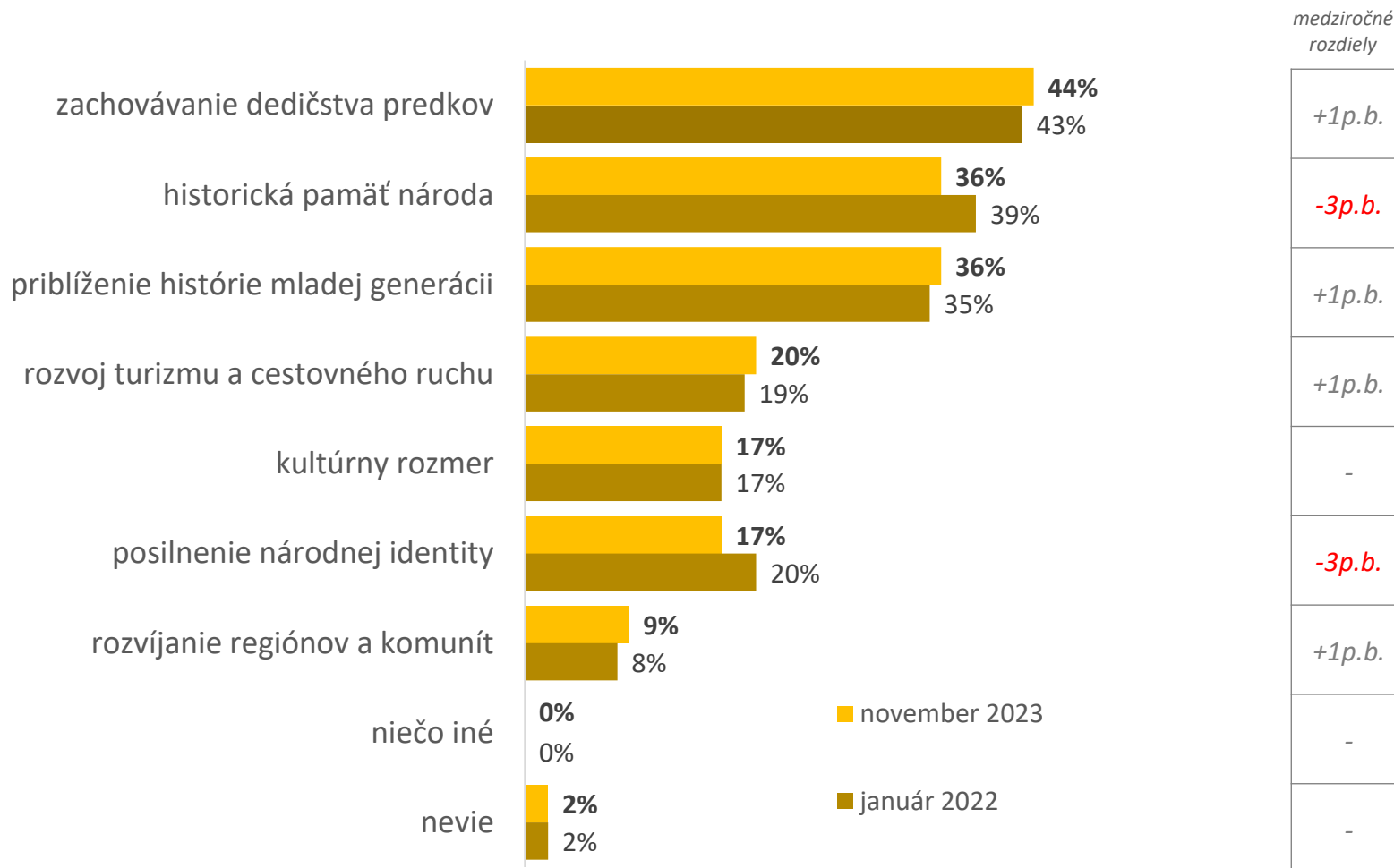


### ZHRNUTIE

- ✓ Význam SNM pre spoločnosť spočíva predovšetkým v zachovávaní dedičstva predkov (44%).
- ✓ Pre viac ako tretinu respondentov je SNM tiež nositeľom historickej pamäte národa alebo priblížením histórie mladej generácie (zhodne po 36%).
- ✓ Päťina a menej vníma význam tejto inštitúcie v rozvoji turizmu a cestovného ruchu (20%); kultúrnom rozmere (17%) či posilnení národnej identity (17%).
- ✓ Dôraz na rozvíjanie regiónov a komunít kladie necelá desatina respondentov (9%).
- ✓ Rôzne skupiny obyvateľstva zdôrazňujú rôzne významové aspekty SNM pre spoločnosť. Napríklad staršie ročníky častejšie (v porovnaní s celou vzorkou) zdôrazňujú dôležitosť zachovávaní dedičstva predkov; naopak mladší častejšie zdôrazňujú rozvoj turizmu a cestovného ruchu.
- ✓ Oproti prieskumu v roku 2022 je vnímanie významu SNM pre spoločnosť podobný – len mierny pokles zaznamenali „historická pamäť národa“ (-3p.b.) a „posilnenie národnej identity“ (-3p.b.).

# VÝZNAM SNM PRE SPOLOČNOSŤ

## - porovnanie



# Význam SNM pre spoločnosť podľa sociálno-demografických charakteristík respondentov

		zachovávanie dedičstva predkov	historická pamäť národa	priblíženie histórie mladej generácii	rozvoj turizmu a ces. ruchu	kultúrny rozmer	posilnenie národnej identity	rozvíjanie regiónov a komunít	
<b>CELÁ VZORKA</b>	SR	44	36	36	20	17	17	9	1015
<b>pohlavie</b>	muž	45	37	37	17	18	18	9	488
	žena	44	35	34	22	16	17	10	527
<b>vek</b>	18 - 34 rokov	42	34	35	25	18	16	11	265
	35 - 54 rokov	40	37	36	17	19	20	10	370
	55 a viac rokov	51	36	36	19	16	16	7	380
<b>vzdelanie</b>	ZŠ + SŠ bez maturity	46	33	37	17	16	18	8	380
	SŠ s maturitou	44	35	35	20	19	17	10	389
	VŠ	42	41	34	23	16	16	10	246
<b>zamestnanie</b>	manuálny pracovník	41	32	45	15	20	19	10	237
	výkonný odb. pracovník, úradník	44	42	30	20	14	22	11	177
	tvorivý odb. pracovník	41	41	34	24	17	16	10	111
	podnikateľ, živnostník	45	35	33	19	19	25	7	94
	dôchodca	52	36	37	18	15	14	7	272
	ostatní mimo ekon. aktivity	40	28	25	28	19	11	10	124
<b>počet členov domácností</b>	jeden	56	40	29	22	14	12	4	116
	dvaja	43	37	42	17	15	18	10	337
	traja	44	36	37	19	18	22	9	259
	štyria	43	34	30	24	19	14	13	204
	päť a viac	39	28	31	19	25	16	7	99
<b>rodinný stav</b>	slobodný/-á	42	36	32	24	16	18	9	197
	ženatý/ vydatá	44	37	37	19	18	18	9	589
	druh/ družka	38	28	38	22	17	15	16	101
	rozvedený/-á	50	37	37	10	19	8	6	52
	vdova/ vdovec	55	37	29	17	17	17	4	76
<b>deti v domácnosti do 18 rokov</b>	má	41	31	34	22	20	17	11	367
	nemá	47	39	37	18	16	17	8	648

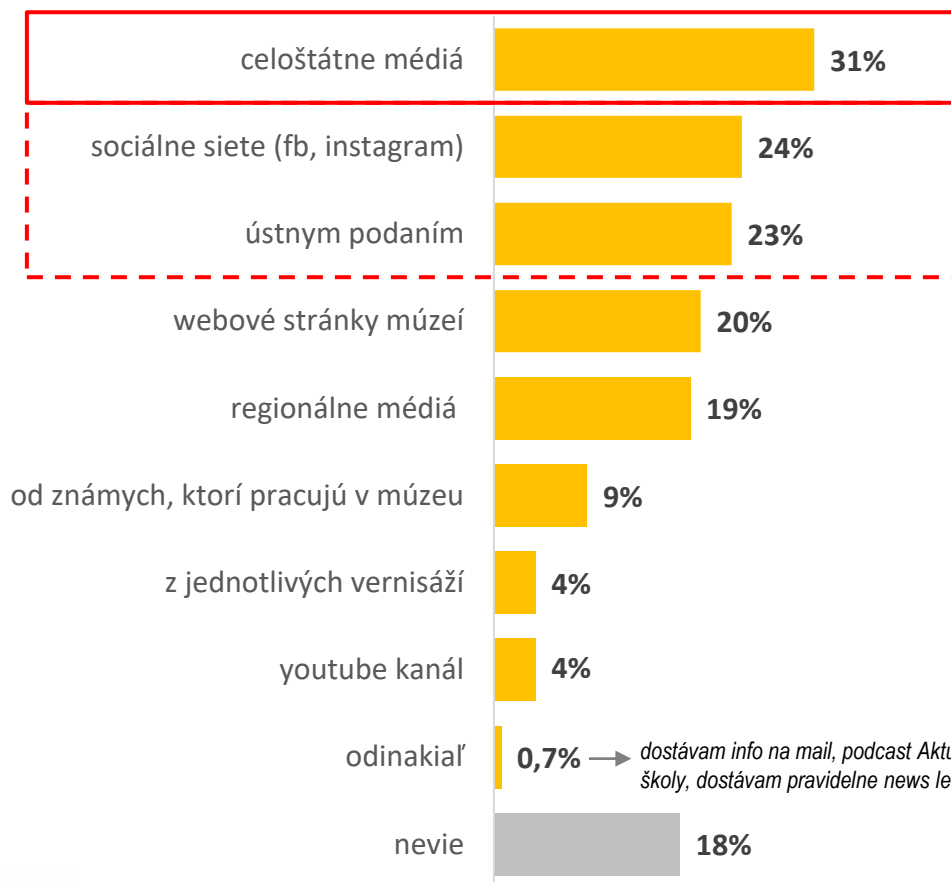
# Význam SNM pre spoločnosť podľa sociálno-demografických charakteristík respondentov

		zachovávanie dedičstva predkov	historická pamäť národa	priblíženie histórie mladej generácii	rozvoj turizmu a ces. ruchu	kultúrny rozmer	posilnenie národnej identity	rozvíjanie regiónov a komunít	
<b>CELÁ VZORKA</b>	SR	44	36	36	20	17	17	9	1015
<b>čistý mesačný príjem domácnosti</b>	do 800 €	49	44	30	21	13	9	5	97
	801 - 1 200 €	46	36	37	15	17	13	8	158
	1 201 - 1 600 €	41	30	39	19	17	21	6	150
	1 601 - 2 000 €	41	35	37	18	20	21	11	231
	2 001 € a viac	45	38	33	25	17	17	10	299
	nevie, neuviedol	48	31	41	14	20	19	14	80
<b>veľkosť obce</b>	menej ako 5 tisíc	45	33	35	19	20	18	9	465
	5 - 50 tisíc	48	42	37	18	16	14	8	324
	nad 50 tisíc	39	33	35	23	14	21	11	226
<b>región</b>	západ	42	37	34	21	17	20	12	479
	stred	48	34	40	19	17	13	8	253
	východ	45	36	35	18	17	17	6	283
<b>používanie internetu</b>	denne	45	38	34	21	19	18	9	648
	niekoľkokrát týždenne	41	30	41	20	17	15	9	149
	menej často	36	30	37	11	20	23	13	70
	vôbec	50	32	39	16	11	14	7	148
<b>používanie sociálnych sietí</b>	denne	43	39	31	23	18	19	10	520
	niekoľkokrát týždenne	47	35	43	17	15	16	8	155
	menej často	37	31	37	17	25	16	12	100
	vôbec	49	31	40	16	14	15	7	240
<b>návšteva múzea v SR ...</b>	aspoň v poslednom roku	43	34	34	25	19	16	12	321
	dávnejšie	47	39	39	18	16	18	7	581
	nebol v múzeu	35	27	24	12	20	18	11	113

## 5. ZDROJE INFORMÁCIÍ O PROGRAMOCH MÚZEÍ NA SLOVENSKU

# 5. ZDROJE INFORMÁCIÍ O PROGRAMOCH MÚZEÍ NA SLOVENSKU

**MU5. Odkiaľ sa najčastejšie dozvedáte o programoch múzeí na Slovensku? Odkiaľ sa k vám tieto informácie najčastejšie dostávajú? Vyberte najviac tri zdroje. možnosť 3 odpovedí**



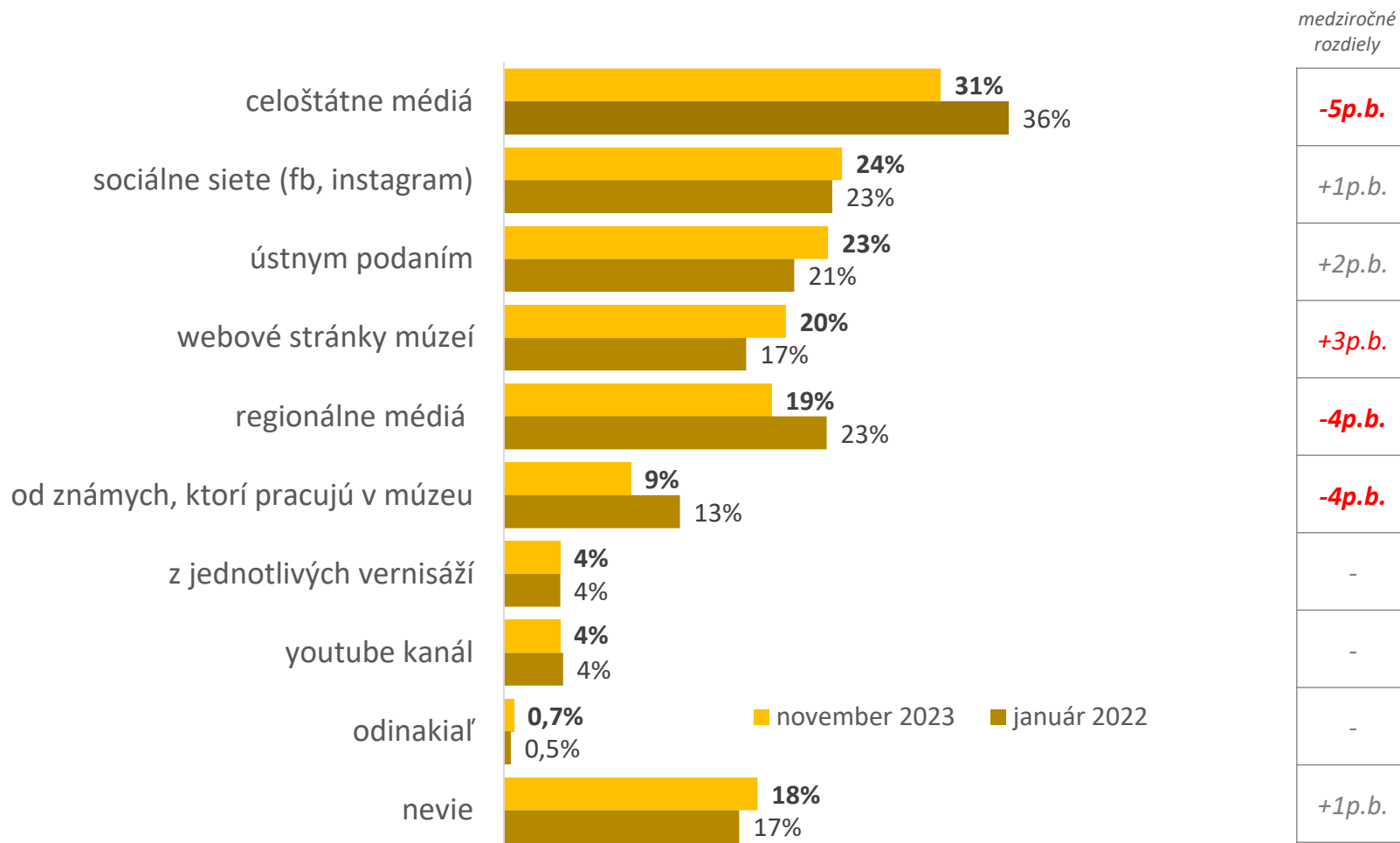
## ZHRNUTIE

- ✓ Najčastejším zdrojom informácií o programoch múzeí na Slovensku sú celoštátne médiá (31%).
- ✓ Takmer štvrtina čerpá tieto informácie zo sociálnych sietí (24%) alebo tiež ústnym podaním (23%).
- ✓ Ďalšia približne štvrtina využíva webové stránky múzeí (20%) či regionálne médiá (19%).
- ✓ V menšej miere boli ako zdroje menované: známi, ktorí pracujú v múzeu (9%); vernisáže (4%) alebo youtube kanál (4%).
- ✓ K otázke zdrojov informácií sa nevedela vyjadriť necelá pätina respondentov (18%).
- ✓ Z hľadiska sociálno-demografických charakteristík respondentov sú zdroje informácií diferencované, avšak niektoré sú viac akcentované špecifickými skupinami respondentov. Napr. ľudia v mladšom veku (18- 34 rokov); s vysokoškolským vzdelaním; výkonní/tvoriví odborní pracovníci; žijúci s druhom/družkou; s vyššími čistými mesačnými príjmami domácnosti (nad 2 000 €); denní užívatelia internetu; ktorí navštívili múzeum aspoň v poslednom roku - preferujú viac sociálne siete alebo webové stránky múzeí. Naopak, starší ľudia (55 a viac roční); dôchodcovia; rozvedení ľudia - využívajú ako zdroj informácií skôr celoštátne médiá, ústne podanie alebo regionálne médiá.

Oproti poslednému prieskumu (január 2022) nastali v prípade zdrojov informácií isté posuny. Mierny pokles zaznamenali celoštátne médiá (-5p.b.), regionálne médiá (-4p.b.), či známi – ktorí pracujú v múzeu (-4p.b.). Naopak, mierny nárast zaznamenali webové stránky múzeí (+3p.b.).

# ZDROJE INFORMÁCIÍ O PROGRAMOCH MÚZEÍ NA SLOVENSKU

## - porovnanie

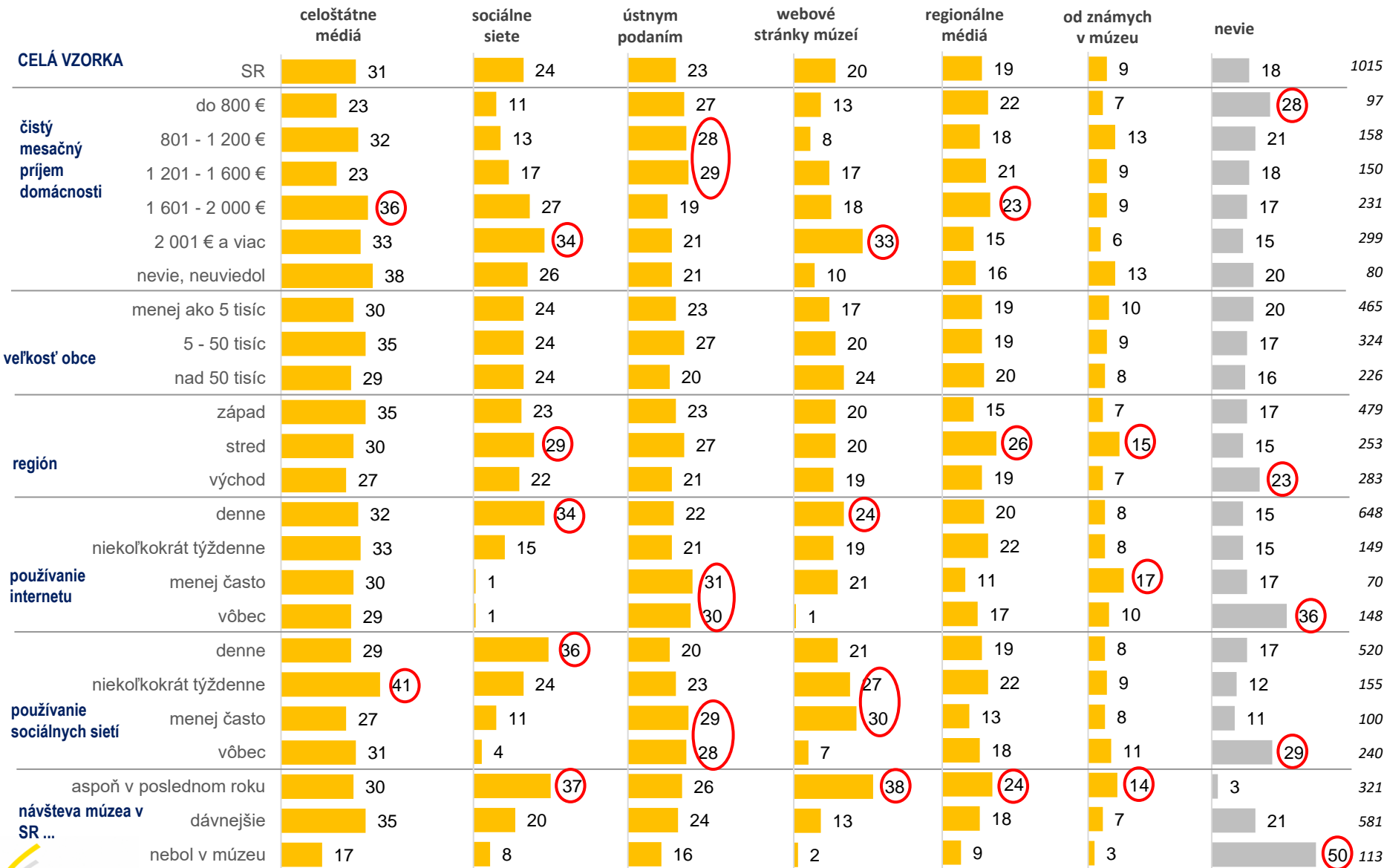




# Zdroje informácií o programoch múzeí na Slovensku podľa sociálno-demografických charakteristík respondentov

		celoštátne médiá	sociálne siete	ústnym podaním	webové stránky múzeí	regionálne médiá	od známych v múzeu	nevie	
<b>CELÁ VZORKA</b>	SR	31	24	23	20	19	9	18	1015
<b>pohlavie</b>	muž	31	23	22	19	20	8	21	488
	žena	32	25	25	21	18	10	17	527
<b>vek</b>	18 - 34 rokov	26	39	17	24	16	7	19	265
	35 - 54 rokov	32	28	24	22	18	10	15	370
	55 a viac rokov	36	11	27	15	23	10	21	380
<b>vzdelanie</b>	ZŠ + SŠ bez maturity	33	12	26	10	18	10	26	380
	SŠ s maturitou	29	29	24	21	20	6	17	389
	VŠ	32	34	19	33	19	11	10	246
<b>zamestnanie</b>	manuálny pracovník	33	23	27	15	19	7	19	237
	výkonný odb. pracovník, úradník	31	30	20	28	20	11	14	177
	tvorivý odb. pracovník	32	36	27	38	17	9	8	111
	podnikateľ, živnostník	31	33	17	22	19	10	14	94
	dôchodca	35	7	28	11	23	11	24	272
	ostatní mimo ekon. aktivity	23	37	15	18	11	5	25	124
<b>počet členov domácnosti</b>	jeden	25	13	23	16	20	10	28	116
	dvaja	30	18	26	19	21	11	18	337
	traja	32	36	22	21	17	7	16	259
	štyria	35	25	23	20	19	8	18	204
	päť a viac	35	24	20	25	16	8	16	99
<b>rodinný stav</b>	slobodný/-á	21	32	18	21	13	11	22	197
	ženatý/ vydatá	35	21	26	19	19	9	17	589
	druh/ družka	33	37	16	25	22	5	21	101
	rozvedený/-á	39	19	35	19	29	12	8	52
	vdova/ vdovec	24	12	22	16	20	8	26	76
<b>deti v domácnosti do 18 rokov</b>	má	35	30	24	23	19	8	13	367
	nemá	29	21	23	18	19	9	21	648

# Zdroje informácií o programoch múzeí na Slovensku podľa sociálno-demografických charakteristík respondentov



odpovede nad 5%

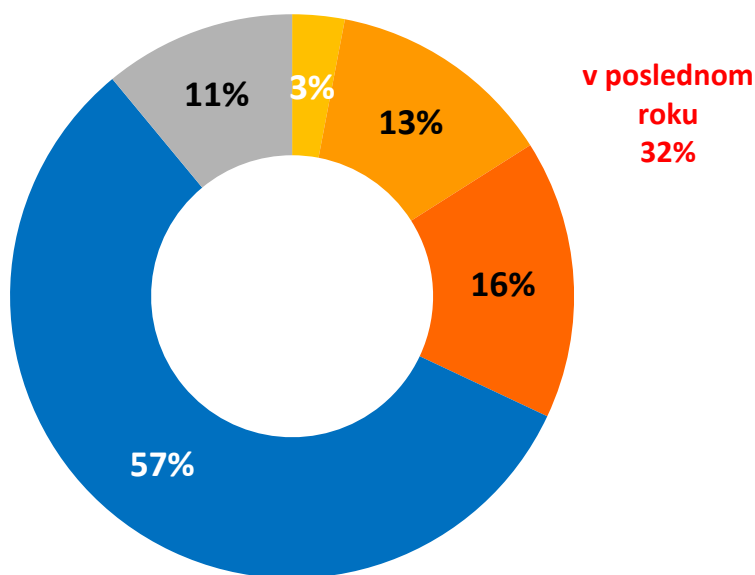
Prieskum verejnej mienky, november 2023

%, N = 1015, celá vzorka

## 6. POSLEDNÁ NÁVŠTEVA MÚZEA NA SLOVENSKU

## 6.1. KEDY BOLA POSLEDNÁ NÁVŠTEVA MÚZEA

mu6a. Kedy ste naposledy navštívili nejaké múzeum na Slovensku? Máme na mysli aj múzeá, ktoré sa nachádzajú v rámci hradov a zámkov na Slovensku.



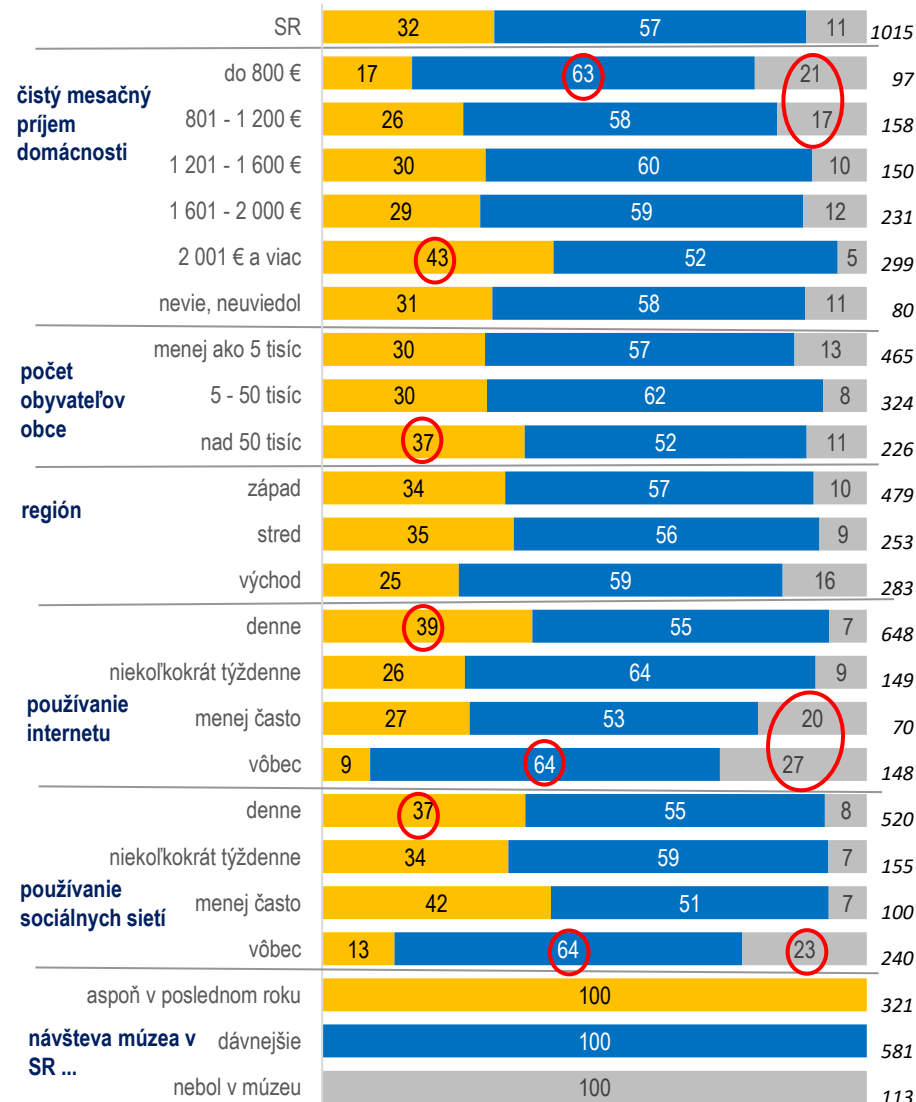
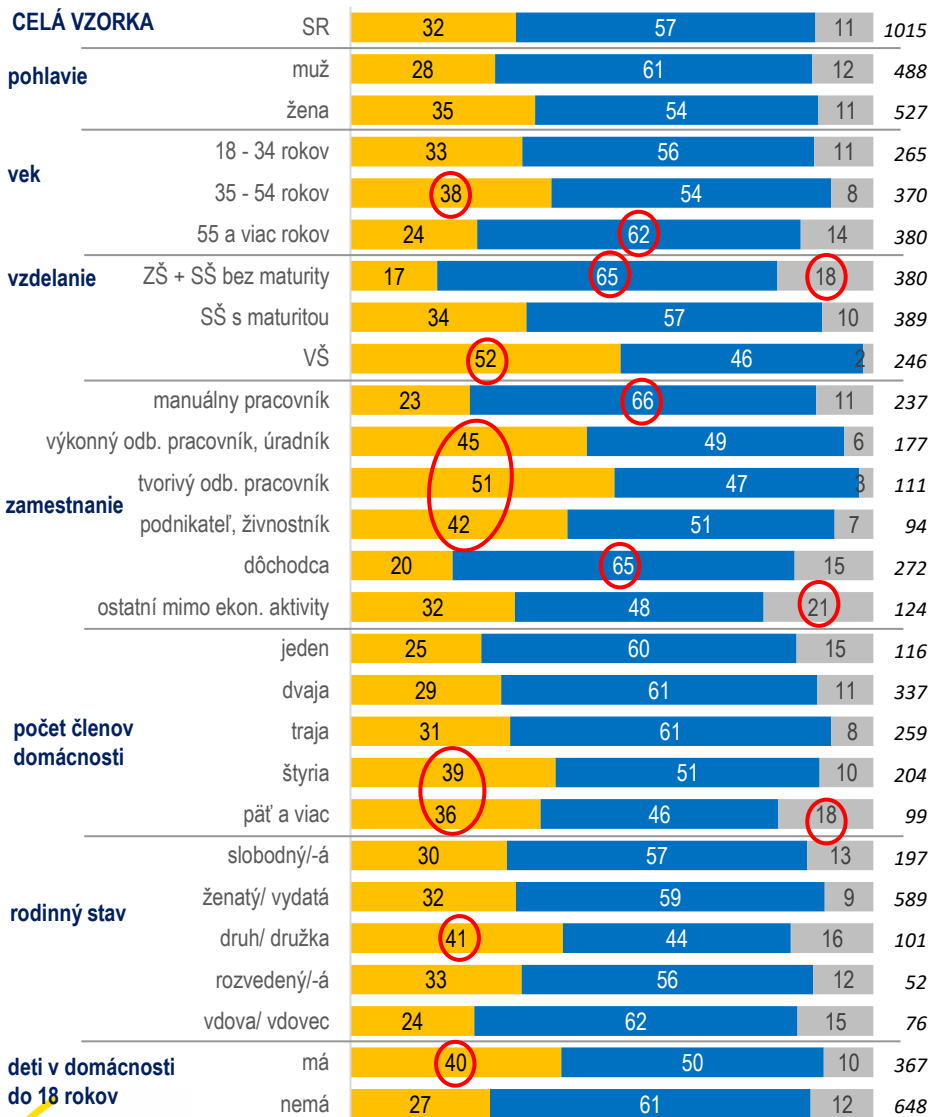
- v poslednom mesiaci
- v poslednom polroku
- v poslednom roku
- dávnejšie
- ešte nikdy som nebol/a v žiadnom múzeu

### ZHRNUTIE

- ✓ Takmer tretina opýtaných deklaruje, že v poslednom roku navštívili múzeum na Slovensku (32%) – pričom 3% v poslednom mesiaci, 13% v poslednom polroku a 16% v poslednom roku.
- ✓ Tento názor uvádzajú častejšie (ako priemer celej vzorky): ľudia v strednom veku (35 – 54 rokov); vysokoškolsky vzdelaní; výkonní/tvoriví odborní pracovníci, podnikatelia/živnostníci; z viacčlenných domácností (4 a viac); žijúci s druhom/družkou; s deťmi do 18 rokov v domácnosti; s vyššími čistými mesačnými príjmami domácnosti (nad 2 000 €); z väčších miest (nad 50 tisíc); denní užívatelia internetu ako aj sociálnych sietí.
- ✓ Viac ako polovica navštívila múzeum na Slovensku už dávnejšie (57%).
- ✓ Tento názor uvádzajú častejšie (ako priemer celej vzorky): starší ľudia (55 a viac roční); s nižším vzdelaním (ZŠ, SŠ bez maturity); manuálni pracovníci, dôchodcovia; s nižšími čistými mesačnými príjmami domácnosti (do 800 €); internet ani sociálne siete vôbec nepoužívajú.
- ✓ Približne desatina ešte nikdy nebola v žiadnom múzeu na Slovensku (11%).
- ✓ Tento názor uvádzajú častejšie (ako priemer celej vzorky): ľudia s nižším vzdelaním (ZŠ, SŠ bez maturity); mimo ekonomickej aktivity (študenti, nezamestnaní, RD/MD); z viacčlenných domácností (5 a viac); s nižšími čistými mesačnými príjmami domácnosti (do 1 200 €); sociálne siete ako aj internet vôbec nepoužívajú, resp. internet menej často.

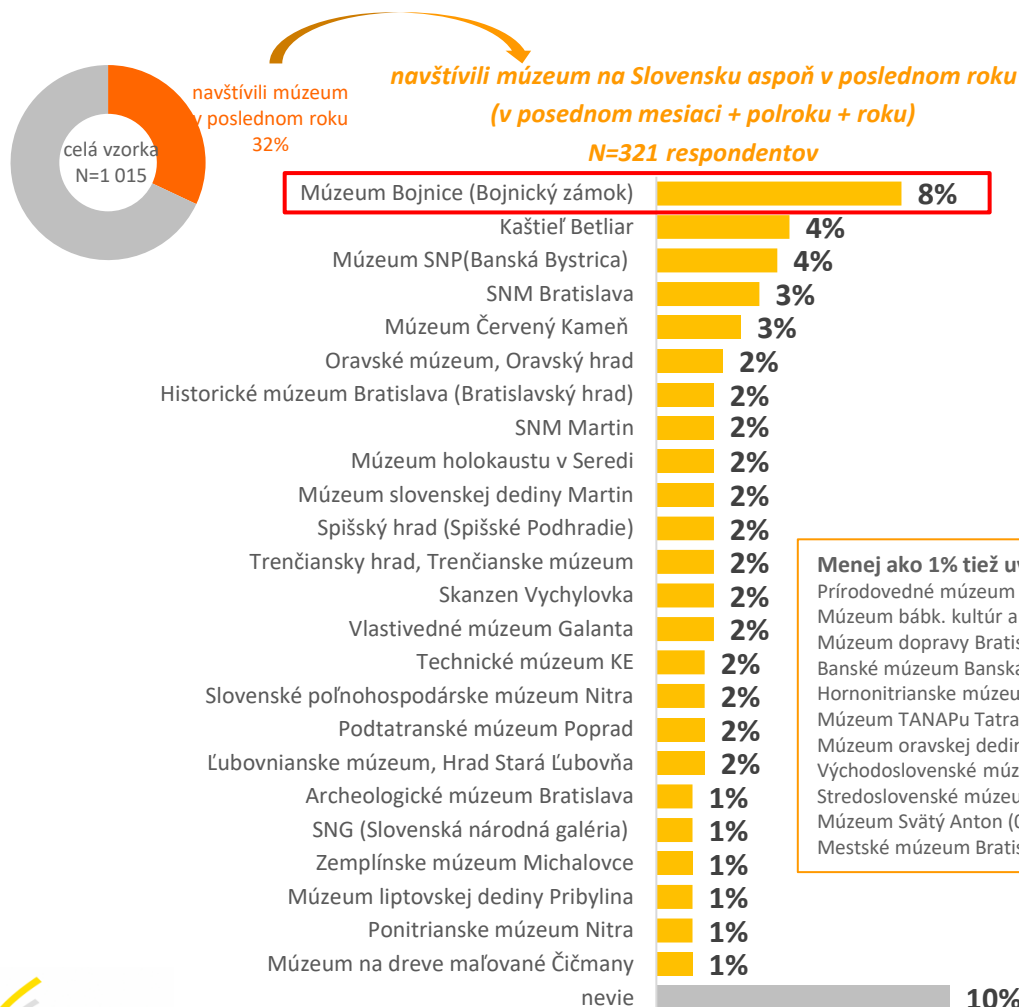
# Kedy bola posledná návšteva múzea podľa sociálno-demografických charakteristík respondentov

■ v poslednom roku ■ dávnejšie ■ nebol v žiadnom



## 6.2. NAPOSLEDY NAVŠTÍVENÉ MÚZEUM

mu6b. Spomeniete si ešte na názov tohto múzea? spontánne – jedna odpoveď

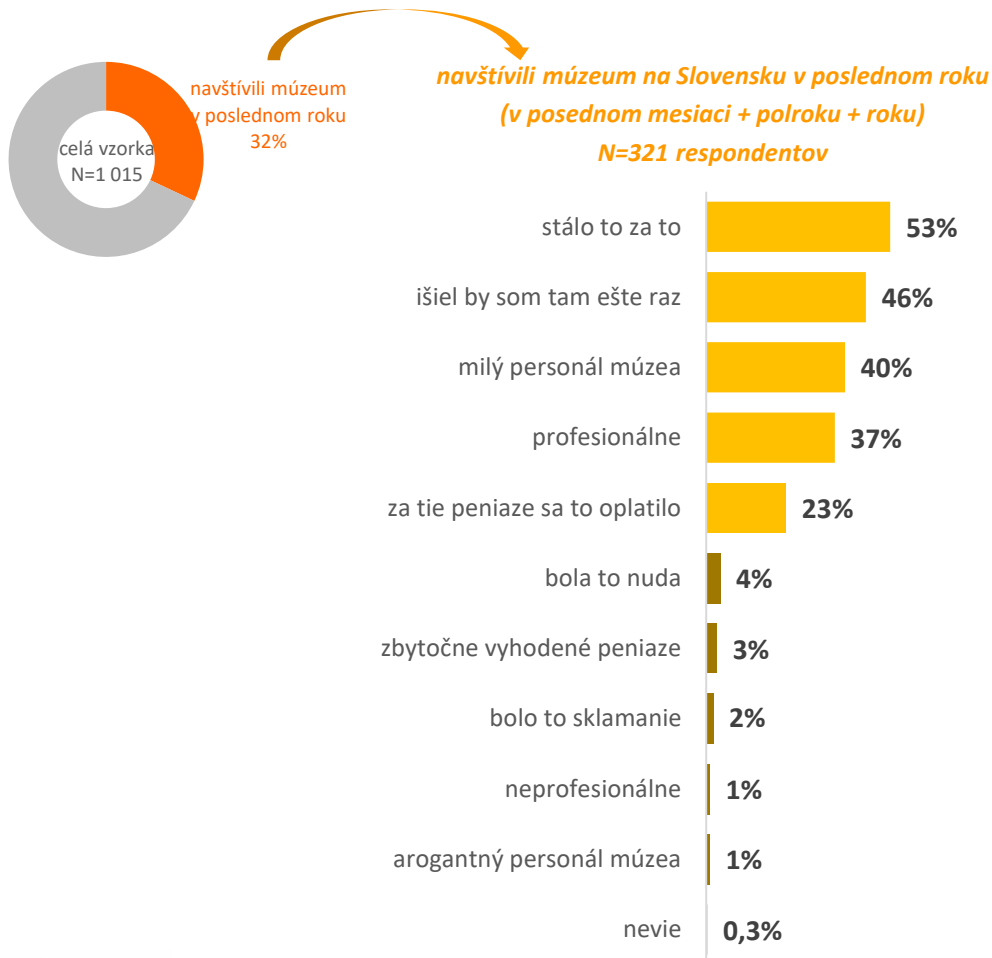


### ZHRNUTIE

- ✓ Medzi respondentami - ktorí deklarujú, že navštívili múzeum na Slovensku v poslednom roku – je najviac navštevované Múzeum Bojnice/Bojnický zámok (8% tých, ktorí navštívili nejaké múzeum v poslednom roku).
- ✓ Ďalšími naposledy navštvívenými múzeami sú: Kaštieľ Betliar (4%), Múzeum SNP v Banskej Bystrici (4%), SNM Bratislava (3%), Múzeum Červený Kameň (3%).
- ✓ V menšej miere boli menované: Oravské múzeum/Oravský hrad (2%), Historické múzeum BA/Bratislavský hrad (2%), SNM Martin (2%), Múzeum holokaustu v Seredi (2%), Múzeum slovenskej dediny Martin (2%), Spišský hrad (2%), Trenčiansky hrad/Trenčianske múzeum (2%) apod.
- ✓ Na otázku nevedela odpovedať desatina respondentov, ktorí navštívili múzeum na Slovensku v poslednom roku (10%).

## 6.3. DOJEM Z POSLEDNEJ NÁVŠEVY MÚZEA

mu7. Skúste si, prosím, spomenúť na túto vašu poslednú návštevu múzea. Ktoré z nasledujúcich slov najlepšie vystihujú Váš dojem z tejto návštevy? Možnosť viacerých odpovedí.



### ZHRNUTIE

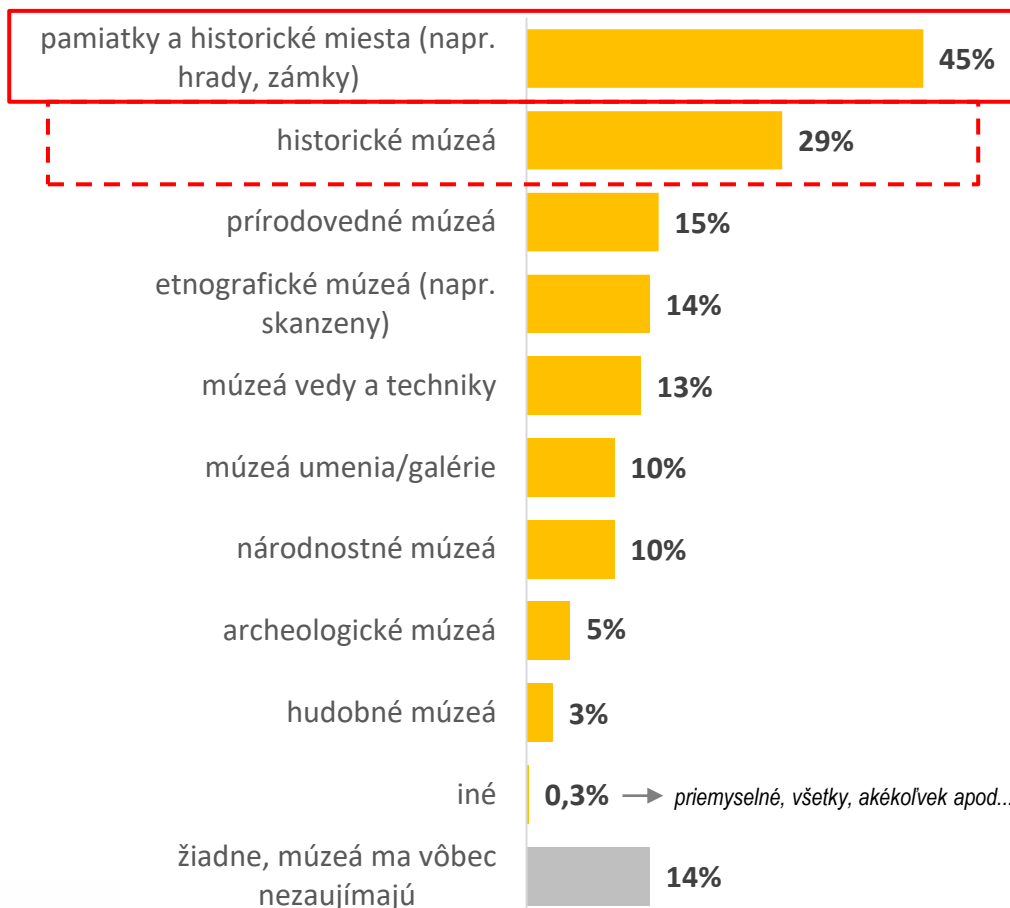
- ✓ Medzi respondentami - ktorí deklarujú, že navštívili múzeum na Slovensku v poslednom roku – prevláda predovšetkým pozitívny dojem z týchto návštev.
- ✓ Viac ako polovica takýchto opýtaných uviedla, že návšteva v múzeu „stála za to“ (53%) a ďalších 46% by išli do daného múzea ešte raz. Približne 4 z 10 oceňujú milý personál múzea (40%) a 37% to hodnotí ako profesionálne. Takmer štvrtina si myslí, že „za tie peniaze sa to oplátilo“ (23%).
- ✓ Negatívny dojem z návštevy vyjadruje len menšia časť opýtaných: „bola to nuda“ (4%), „zbytočne vyhodenie peniaze“ (3%), „bolo to sklamanie“ (2%), „neprofesionálne“ (1%), „arogantný personál múzea“ (1%).

## 7. TEMATICKY PREFEROVANÉ MÚZEÁ



## 7. TEMATICKY PREFEROVANÉ MÚZEÁ

mu8. Tematicky aké múzeá uprednostňujete? Vyberte najviac dve. (možnosť 2 odpovedí)



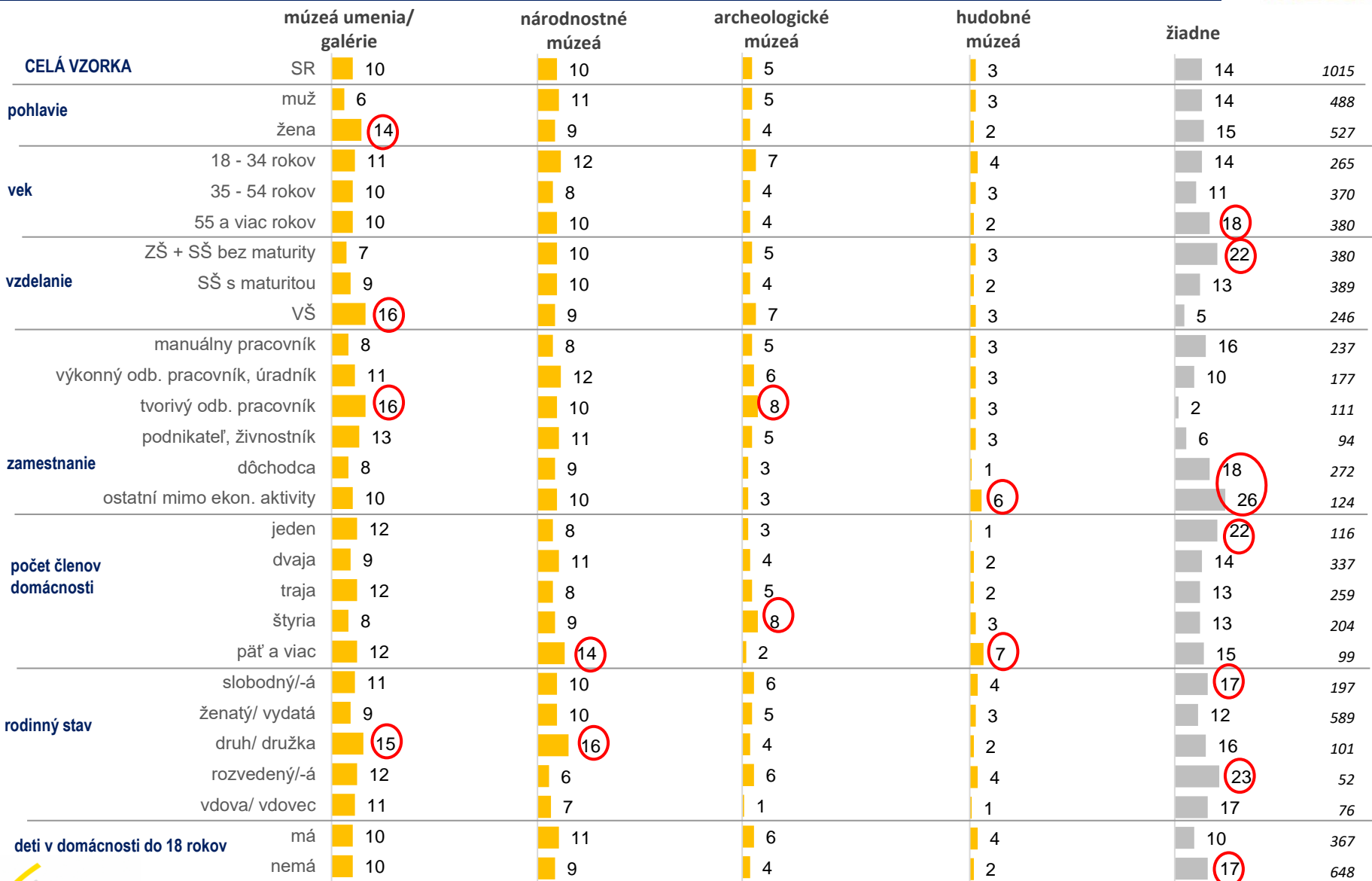
### ZHRNUTIE

- ✓ Z hľadiska tematiky respondenti preferujú predovšetkým pamiatky a historické miesta – ako napr. hrady a zámky (uviedla to takmer polovica 45%).
- ✓ Ďalšia viac ako štvrtina tiež uprednostňuje historické múzeá (29%).
- ✓ Približne desatina a viac obľubuje skôr: prírodovedné múzeá (15%), etnografické múzeá (14%), múzeá vedy a techniky (13%), múzeá umenia/galérie (10%), národnostné múzeá (10%).
- ✓ V menšej miere sú preferované archeologické múzeá (5%), hudobné múzeá (3%).
- ✓ Žiadne múzeá vôbec nezaujímajú 14% respondentov.
- ✓ Z hľadiska sociálno-demografických charakteristík respondentov sú tematicky preferované múzeá diferencované, avšak niektoré sú viac akcentované špecifickými skupinami respondentov. Napr. ľudia s vysokoškolským vzdelaním; tvoria odborní pracovníci; ktorí navštívili múzeum aspoň v poslednom roku - preferujú viac pamiatky/historické miesta, historické múzeá alebo tiež múzeá umenia/galérie. Naopak, starší ľudia (55 a viac roční); s nižším vzdelaním (ZŠ, SŠ bez maturity); dôchodcovia alebo ľudia mimo ekonomickej aktivity; sami žijúci v domácnosti; slobodní alebo rozvedení; bez detí do 18 rokov v domácnosti; s nižšími mesačnými čistými príjmami domácnosti (do 1 200€); ktorí nepoužívajú vôbec sociálne siete ani internet/ resp. menej často; ktorí neboli v múzeu na Slovensku – častejšie neuprednostňujú žiadne tematicky zamerané múzeá.

# Tematicky preferované múzeá podľa sociálno-demografických charakteristík respondentov

		pamiatky, histor. miesta	historické múzeá	prírodné múzeá	etnografické múzeá	múzeá veda a techniky	
<b>CELÁ VZORKA</b>	SR	45	29	15	14	13	1015
<b>pohlavie</b>	muž	42	28	13	12	20	488
	žena	47	30	17	15	6	527
<b>vek</b>	18 - 34 rokov	42	23	13	13	14	265
	35 - 54 rokov	46	31	18	14	15	370
	55 a viac rokov	46	30	14	13	8	380
<b>vzdelanie</b>	ZŠ + SŠ bez maturity	41	27	16	12	9	380
	SŠ s maturitou	45	28	15	14	16	389
	VŠ	50	34	15	15	12	246
<b>zamestnanie</b>	manuálny pracovník	45	27	16	14	16	237
	výkonný odb. pracovník, úradník	48	29	17	16	11	177
	tvorivý odb. pracovník	50	38	15	14	15	111
	podnikateľ, živnostník	48	28	13	14	18	94
	dôchodca	44	32	16	13	8	272
	ostatní mimo ekon. aktivity	37	16	13	11	13	124
<b>počet členov domácnosti</b>	jeden	40	37	14	10	10	116
	dvaja	51	26	15	13	11	337
	traja	46	29	18	14	13	259
	štyria	44	30	12	16	16	204
	päť a viac	32	23	17	14	14	99
<b>rodinný stav</b>	slobodný/-á	37	25	14	13	16	197
	ženatý/ vydatá	47	30	17	14	12	589
	druh/ družka	47	20	13	15	15	101
	rozvedený/-á	42	27	17	8	8	52
	vdova/ vdovec	46	43	12	13	4	76
<b>deti v domácnosti do 18 rokov</b>	má	43	29	16	16	14	367
	nemá	46	28	15	12	11	648

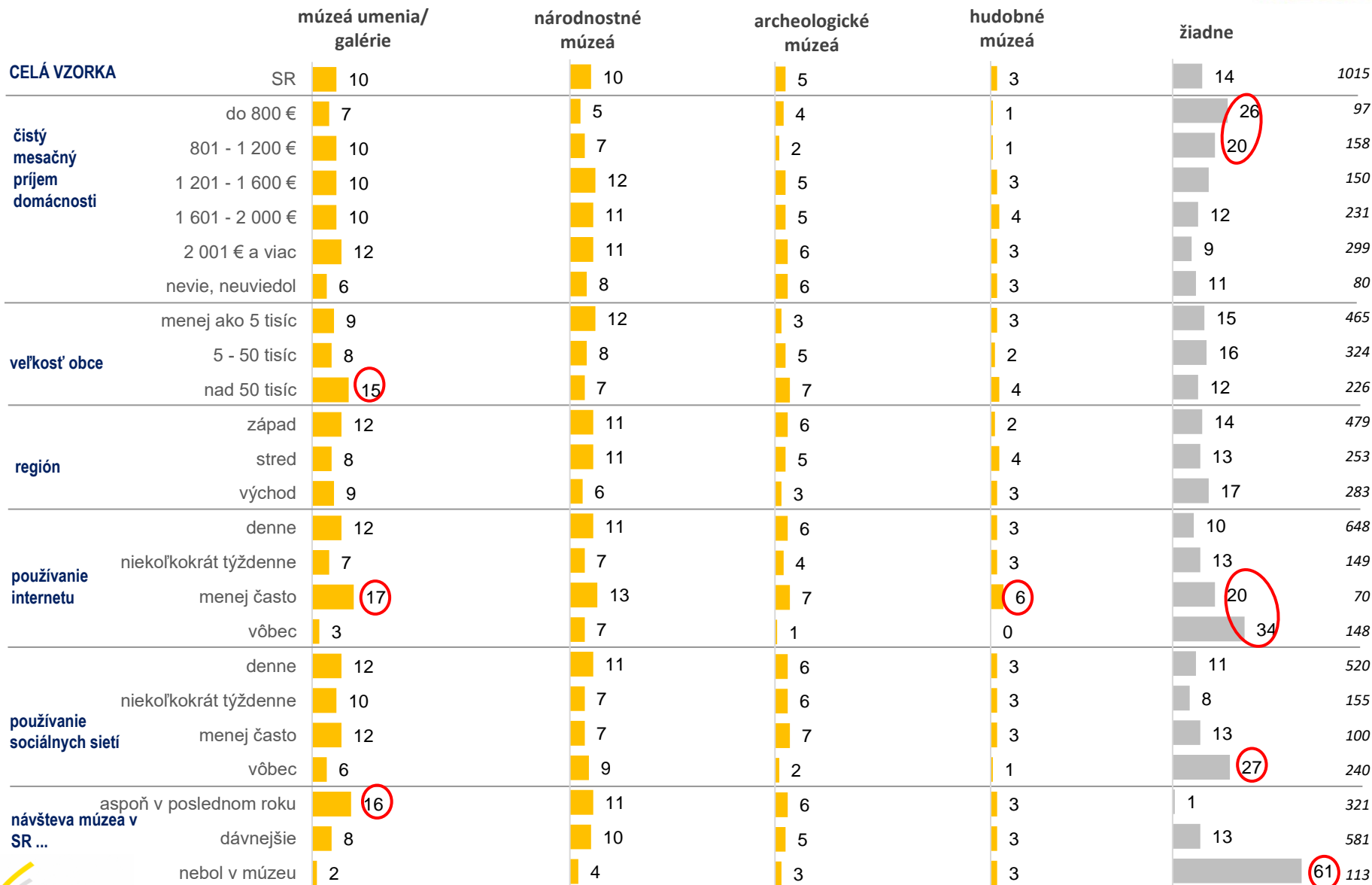
# Tematicky preferované múzeá podľa sociálno-demografických charakteristík respondentov



# Tematicky preferované múzeá podľa sociálno-demografických charakteristík respondentov

		pamiatky, histor. miesta	historické múzeá	prírodné múzeá	etnografické múzeá	múzeá veda a techniky	
<b>CELÁ VZORKA</b>	SR	45	29	15	14	13	1015
<b>čistý mesačný príjem domácnosti</b>	do 800 €	32	30	18	12	8	97
	801 - 1 200 €	46	32	14	8	10	158
	1 201 - 1 600 €	42	28	11	13		150
	1 601 - 2 000 €	48	27	13	13	15	231
	2 001 € a viac	47	28	17	16	16	299
	nevie, neuviedol	46	30	21	16	5	80
<b>veľkosť obce</b>	menej ako 5 tisíc	43	30	14	13	11	465
	5 - 50 tisíc	46	28	18	15	13	324
	nad 50 tisíc	48	27	15	13	14	226
<b>región</b>	západ	45	29	18	9	11	479
	stred	47	29	19	20	13	253
	východ	43	29	9	15	15	283
<b>používanie internetu</b>	denne	48	30	15	14	15	648
	niekoľkokrát týždenne	51	28	17	14	11	149
	menej často	24	17	14	13	11	70
	vôbec	36	30	14	12	6	148
<b>používanie sociálnych sietí</b>	denne	47	29	14	13	17	520
	niekoľkokrát týždenne	52	29	20	17	12	155
	menej často	43	26	15	13	7	100
	vôbec	38	29	15	13	8	240
<b>návšteva múzea v SR ...</b>	aspoň v poslednom roku	55	35	17	15	13	321
	dávnejšie	45	29	17	13	14	581
	nebol v múzeu	19	11	4	11	3	113

# Tematicky preferované múzeá podľa sociálno-demografických charakteristík respondentov

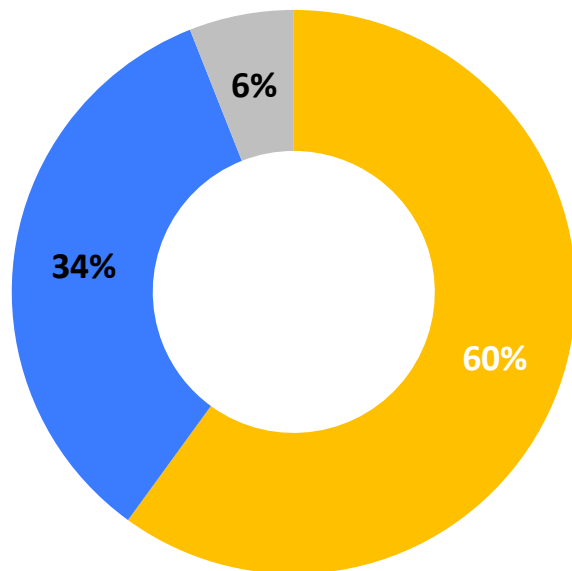


## 8. HISTORICKÉ UDALOSTI VERZUS AKTUÁLNE SPOLOČENSKÉ UDALOSTI V MÚZEU

## 8. HISTORICKÉ UDALOSTI VERZUS AKTUÁLNE SPOLOČENSKÉ UDALOSTI V MÚZEU

mu9. Mali by podľa Vás múzeá zachytávať a vysvetľovať len historické udalosti, od ktorých už uplynul nejaký čas, alebo by mali prezentovať a vysvetľovať aj aktuálne spoločenské udalosti, ktoré práve prebiehajú v spoločnosti?

Múzeá by mali prezentovať a vysvetľovať ...

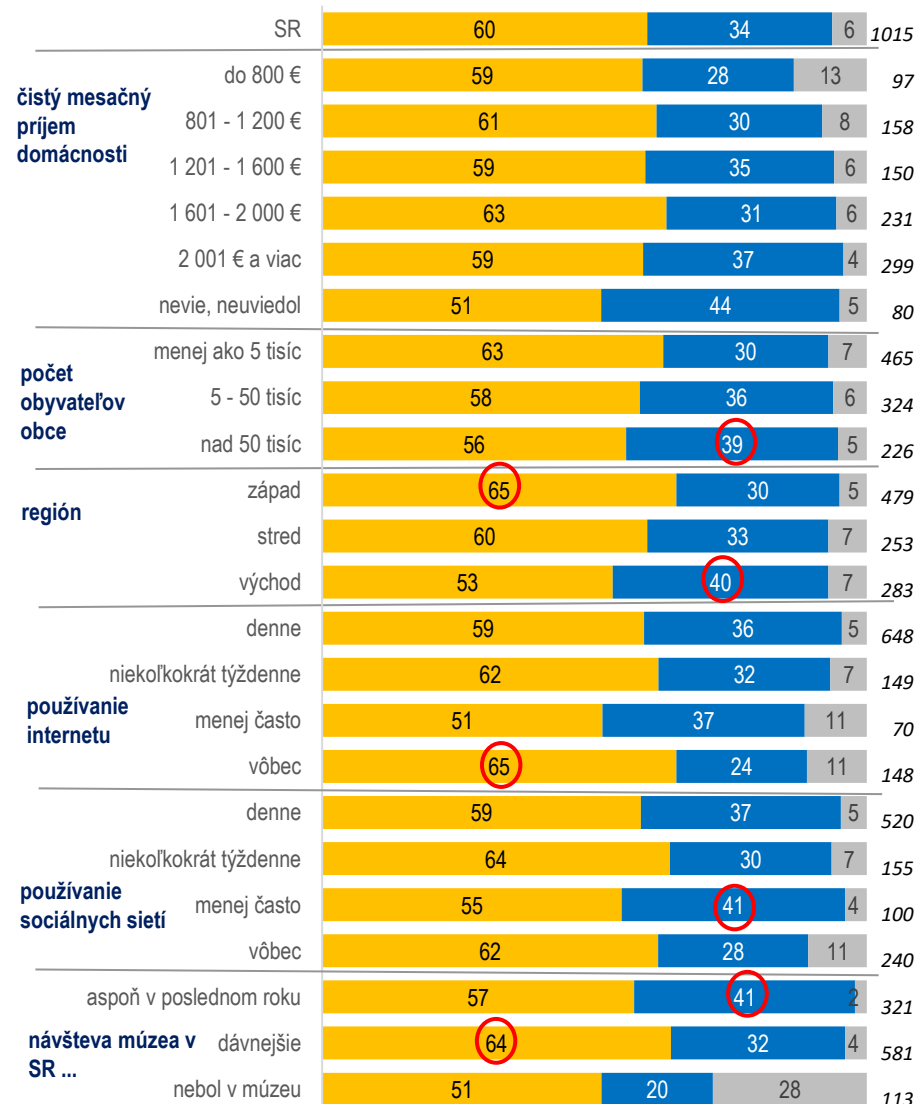
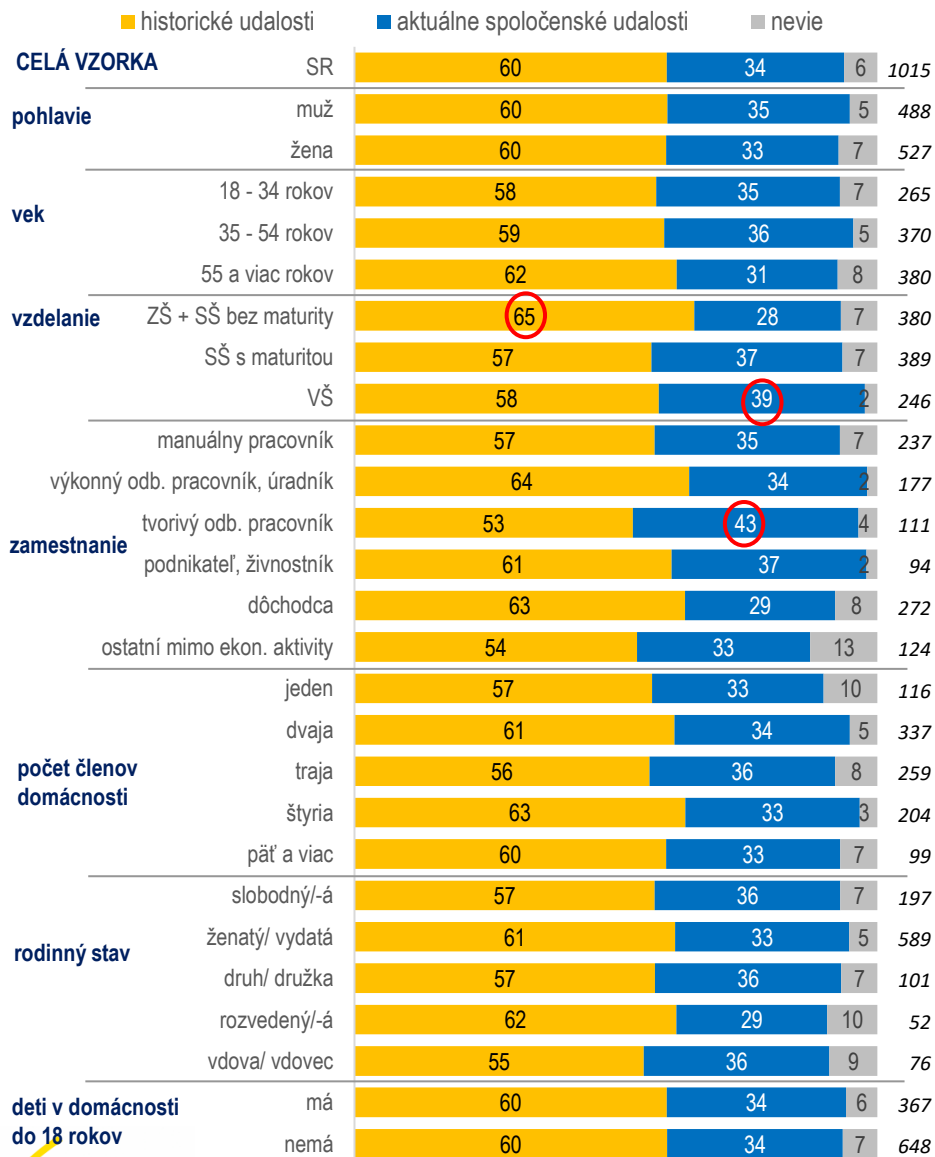


- ... len historické udalosti, od ktorých už uplynul nejaký čas
- ... aj aktuálne spoločenské udalosti, ktoré práve prebiehajú v spoločnosti
- nevie

### ZHRNUTIE

- ✓ Medzi respondentami prevažuje názor, že múzeá by mali prezentovať a vysvetľovať len historické udalosti, od ktorých už uplynul nejaký čas (60%).
- ✓ Tento názor uvádzajú častejšie (ako priemer celej vzorky): ľudia s nižším vzdelaním (ZŠ, SŠ bez maturity); žijúci v regióne západ SR; ktorí vôbec nepoužívajú internet; ktorí navštívili múzeum na Slovensku dávnejšie.
- ✓ Naopak, tretina si myslí, že múzeá by mali prezentovať a vysvetľovať aj aktuálne spoločenské udalosti, ktoré práve prebiehajú v spoločnosti (34%).
- ✓ Tento názor uvádzajú častejšie (ako priemer celej vzorky): vysokoškolsky vzdelaní ľudia; tvoria odborní pracovníci; z väčších miest (nad 50 tisíc); žijúci v regióne východ SR; menej častí užívatelia sociálnych sietí; ktorí navštívili múzeum v SR aspoň v poslednom roku.
- ✓ K otázke sa nevedelo vyjadriť 6% opýtaných.

# Historické udalosti verzus aktuálne spoločenské udalosti v múzeu podľa sociálno-demografických charakteristík respondentov

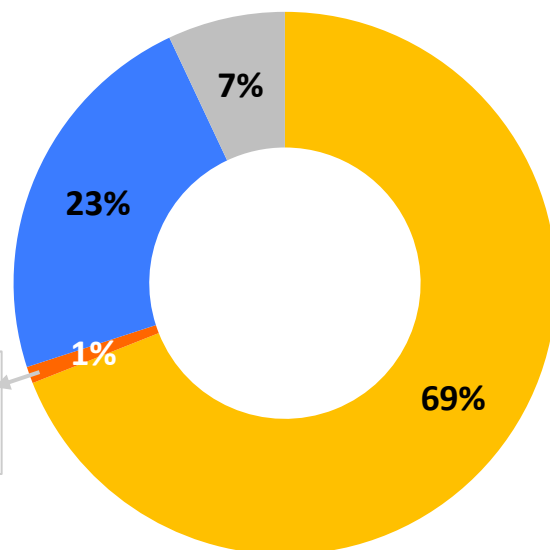




## 9. NÁZORY NA NOVÉ „MÚZEUM 20. STOROČIA“

## 9. NÁZORY NA NOVÉ „MÚZEUM 20. STOROČIA“

*mu10. Čo si myslíte o tom, keby vzniklo úplne nové „Múzeum 20. storočia“, ktoré by zachytávalo príbeh 20. storočia na Slovensku od 1. svetovej vojny až do roku 1989 a kľúčové udalosti, ku ktorým došlo v tomto období. Nešlo by ale len o zachytenie politických dejín, ale širších kultúrnych súvislostí, teda čo sa dialo v spoločnosti, čo sa dialo v architektúre, vede a podobne. Ktoré z nasledujúcich tvrdení je Vám najbližšie.*



múzeum architektúry, technického rázu, regionálne múzeá zamerané na tradície v regiónoch, nové vynálezy v tomto storočí, v prírode pre deti a pod.

- Myslím si, že Slovensko potrebuje takéto múzeum, aby spoznalo svoju minulosť a mohlo sa s ňou vyrovnáť.
- Viem si predstaviť vznik nového múzea na Slovensku, ale nie takéhoto zamerania, viac potrebujeme iný typ múzea.
- Žiadne ďalšie múzeum na Slovensku nepotrebujeme, sú to zbytočne vyhodené peniaze.

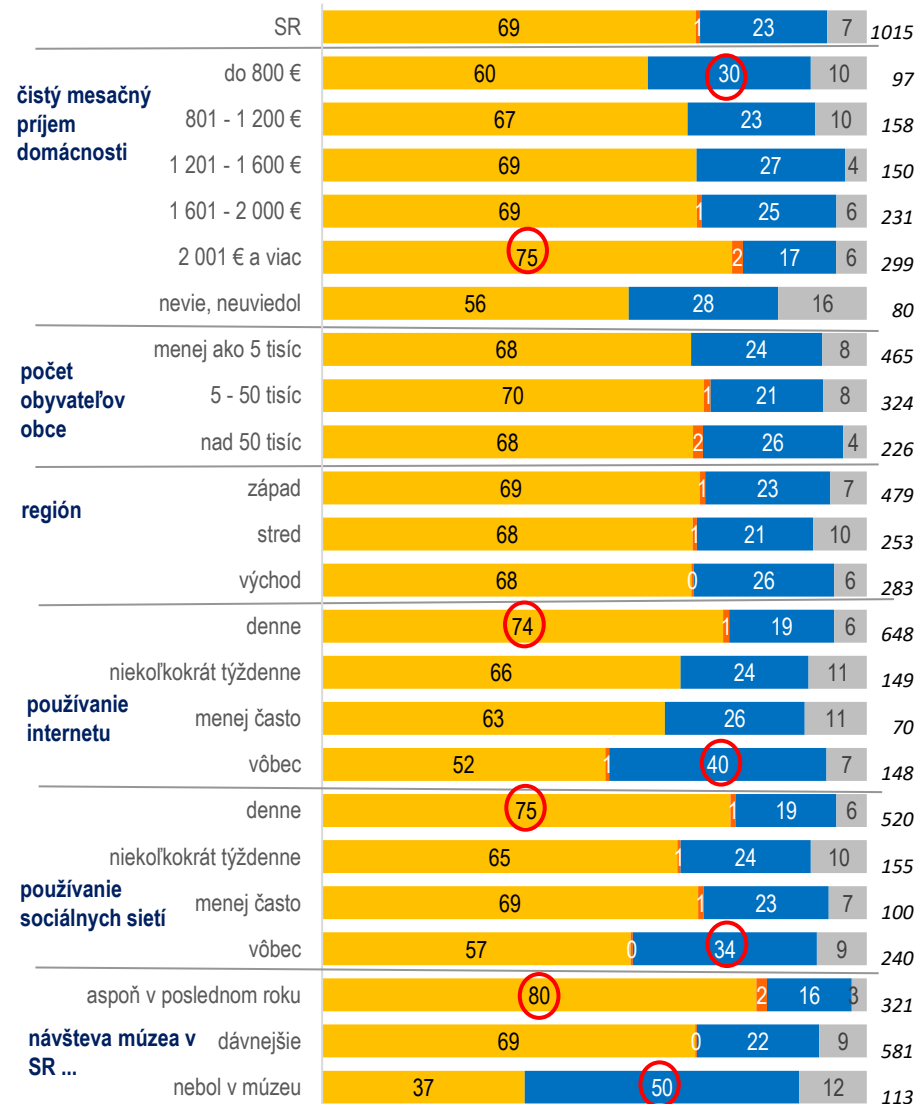
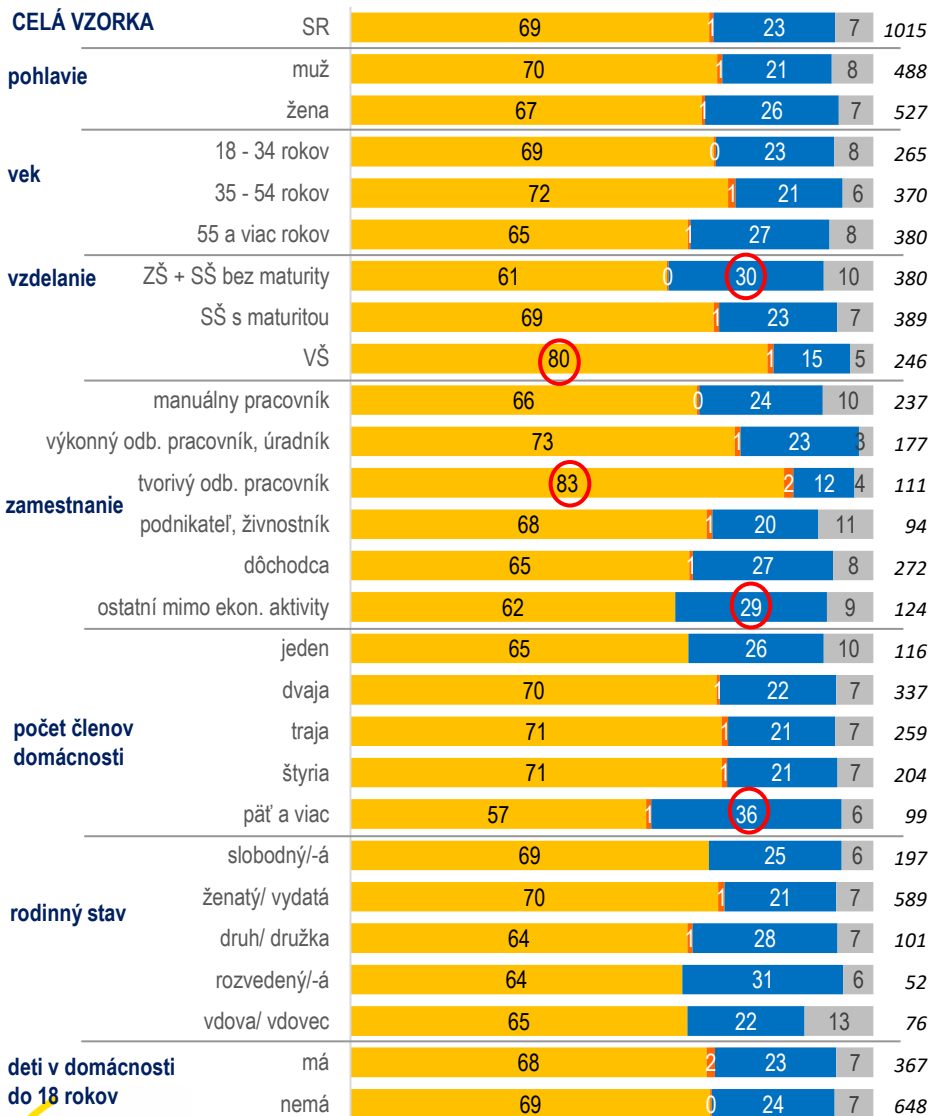
■ nevie

### ZHRNUTIE

- ✓ **Nové „múzeum 20. storočia“** (ktoré by zachytávalo príbeh 20. storočia na Slovensku od 1. svetovej vojny až do roku 1989 a kľúčové udalosti, ku ktorým došlo v tomto období) **je pre Slovensko potrebné podľa viac ako dvoch tretín opýtaných (69%).**
- ✓ Tento názor uvádzajú častejšie (ako priemer celej vzorky): vysokoškolsky vzdelaní; tvoriví odborní pracovníci; s vyššími čistými mesačnými príjmami domácnosti (nad 2 000 €); denní užívatelia internetu ako aj sociálnych sietí; ktorí navštívili múzeum v SR aspoň v poslednom roku.
- ✓ Ďalšie necelé percento opýtaných si vie predstaviť vznik nového múzea na Slovensku, ale nie takéhoto zamerania (1%).
- ✓ Naopak, **takmer štvrtina si myslí, že žiadne ďalšie múzeum na Slovensku nepotrebujeme, sú to zbytočne vyhodené peniaze (23%).**
- ✓ Tento názor uvádzajú častejšie (ako priemer celej vzorky): ľudia s nižším vzdelaním (ZŠ, SŠ bez maturity); mimo ekonomickej aktivity (nezamestnaní, študenti, MD/RD); z viacčlenných domácností (5 a viac); s nižšími mesačnými čistými príjmami domácnosti (do 800 €); ktorí vôbec nepoužívajú internet ani sociálne siete; ktorí nenavštívili múzeum na Slovensku.
- ✓ K otázke sa nevedelo vyjadriť 7% opýtaných.

# Názory na nové „Múzeum 20. storočia“ podľa sociálno-demografických charakteristík respondentov

■ potrebujeme ho 
 ■ potrebujeme, ale iný typ 
 ■ neopotrebojeme 
 ■ nevie



A large, light yellow curved shape that starts from the top left and curves downwards and to the right, ending near the bottom left of the page.

**FOCUS, Marketing and Social Research**  
**Sládkovičova 4, P.O. Box 293**  
**810 00 Bratislava 1**  
**Slovenská republika**  
**Tel.: +421 2 529 31 366**  
**E-mail: [info@focus-research.sk](mailto:info@focus-research.sk)**  
**[www.focus-research.sk](http://www.focus-research.sk)**