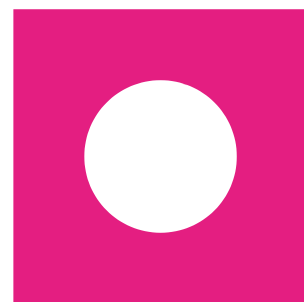
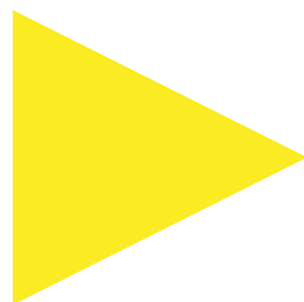
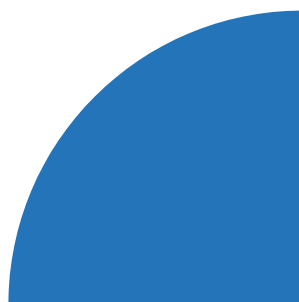


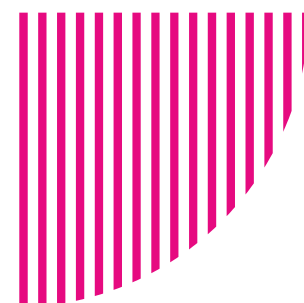
# Závěrečná zpráva z kvantitativního šetření



## Veletřh vědy 2024



## Hodnocení a motivace návštěvníků



Publikováno: 22. června 2024

Řešitel: Mgr. Martin Týc

Garant: Mgr. Monika Petržílková



Středisko společných činností  
Akademie věd ČR



|   |    |
|---|----|
| Východiska výzkumu – Veletrh vědy 2024              | 3  |
| Metodologie, sběr primárních dat                    | 4  |
| Hlavní závěry – Veletrh vědy 2024                   | 6  |
| Zdroje informací o Veletrhu vědy 2024 a jeho akcích | 9  |
| První versus opakované návštěvy Veletrhu vědy       | 11 |
| Promptovaná znalost dalších popularizačních aktivit | 12 |
| Návštěva dalších popularizačních aktivit AV ČR      | 13 |
| Spokojenost návštěvníků s letošním ročníkem         | 15 |
| Predikce budoucích návštěv Veletrhu vědy            | 17 |
| Obliba jednotlivých forem propagace vědy            | 19 |
| Příloha – základní statistické tabulky              | 22 |



**Východiska  
výzkumu**

## Východiska výzkumu – Veletrh vědy 2024

Výzkumná agenda v oblasti společenských věd se zaměřením na **procesy popularizace a percepce vědy ve veřejném prostoru** představuje fundamentální složku **strategického plánování jednotlivých popularizačních aktivit a komunikace vědeckých poznatků** a objevů. Výchozím předpokladem naší práce je kontinuální **shromažďování a analýza empirických dat**, která reflektují vnímání vědy a akademického sektoru širokou populací. Tato systematická akumulace a interpretace získaných dat je nezbytná pro **koncipování cílených, efektivních a pedagogicky udržitelných popularizačních aktivit**, které musí být primárně navrženy tak, aby rezonovaly s heterogenní strukturou společnosti, a zároveň posilovaly vědeckou gramotnost a kritické myšlení. V kontextu dynamického rozvoje vědy je více než důležité, aby **popularizace vědy** nebyla vnímána jen jako nástroj **předávání vědeckých poznatků**, ale jako **katalyzátor zájmu o vědeckou praxi a akademické studium**, a tím také pro získávání kompetentních a motivovaných jedinců do vědecké komunity.

Cílem naší práce je vytvořit most mezi vědeckou komunitou a širokou veřejností, který umožní **efektivní a přitažlivou prezentaci vědeckých poznatků a objevů**. Zaměříme se na detailní analýzu toho, jak různé věkové, sociální a vzdělanostní skupiny vnímají a přijímají vědecký obsah, což nám umožňuje přizpůsobit naše **komunikační strategie** tak, aby byly maximálně efektivní a rezonovaly s co nejširším spektrem publika.

Sekundárním cílem je z našeho pohledu **zvvyšování vědecké gramotnosti a podpora vědeckého diskurzu**. Chceme, aby věda byla vnímána nejen jako akademická disciplína a zdroj faktů a poznatků, ale jako **neodmyslitelná součást každodenního života**, jako dynamický, neustále se vyvíjející proces, který přináší nové pohledy na svět a pomáhá řešit globální výzvy.

Nedílnou součástí naší práce je také **posilování důvěry a zájmu veřejnosti o vědu** jako takovou, přičemž zvláštní důraz klademe na **posilování obrazu Akademie věd ČR jakožto klíčového centra vědy a výzkumu**, ale i zdroje inspirace pro budoucí generace vědců a odborníků.

Výzkumný úkol je jedním z dílčích úkolů studie nazvané „**Analýza stávajícího stavu popularizace vědy v kontextu AV ČR a budoucí strategie v digitální éře**“.

### **Analýza stávajícího stavu popularizace vědy v kontextu AV ČR a budoucí strategie v digitální éře**

Hlavním cílem těchto studií je provést multidisciplinární a empiricky podloženou **analýzu stávajících popularizačních aktivit prováděných AV ČR** s přihlédnutím k současným trendům a potenciálu moderních komunikačních technologií a platforem. Studie je zaměřena na celostní **zhodnocení efektivity a dopadu stávajících metod popularizace vědy**, a současně poskytuje komparativní perspektivu s ohledem na mezinárodní standardy a inovace v oblasti vědecké komunikace.

## Veletrh vědy 2024

Veletrh vědy je největší **popularizační aktivitou v ČR**, kterou každoročně pořádá Akademie věd ČR. Zabývá se vědou ve všech jejích podobách a nabízí svým návštěvníkům to nejzajímavější ze světa přírodních, technických, humanitních i společenských oborů. Akce **prezentuje široké veřejnosti v jeden čas na jednom místě to nejzajímavější, co může česká věda nabídnout**. Cílem Veletrhu vědy je nejen **popularizovat vědu, ale také podpořit zájem motivovaných studentů, uplatnění absolventů a rozvoj pedagogů**. Ve svých panelových diskusích se zamýšlí nad tématy současné společnosti a špičkového výzkumu. Díky rozsáhlému programu se stává **komplexní událostí pro podporu vědy v ČR**.

## Dotazníkové šetření V.

V rámci **dlouhodobého plánu sledování reálných dopadů popularizační činnosti** jsme provedli v pořadí již páté dotazníkové šetření ve snaze **získat představu o vnímání a hodnocení dané akce a preferencí respondentů v oblasti popularizace vědy**.

Cílem šetření bylo získat **hodnocení letošního ročníku Veletrhu vědy, ověřit efektivitu informačních zdrojů, změřit promptovanou znalost dalších aktivit Akademie věd ČR a jejich návštěvu a také identifikovat preferované formáty popularizace vědy**.

## Metodologie, sběr primárních dat

Po rozsáhlém sociologickém šetření provedeném na minulém ročníku Veletrhu vědy v roce 2023, jsme pro letošní ročník zvolili **minimalistickou variantu výzkumu**, a to **anketu mezi návštěvníky Veletrhu vědy, prováděná výhradně na místě konání akce pomocí strukturovaných rozhovorů respondentů s tazateli**. **Dotazování probíhalo pomocí techniky CAPI, odpovědi byly zaznamenávány pomocí tabletů a data ukládána na servery Akademie věd ČR**.

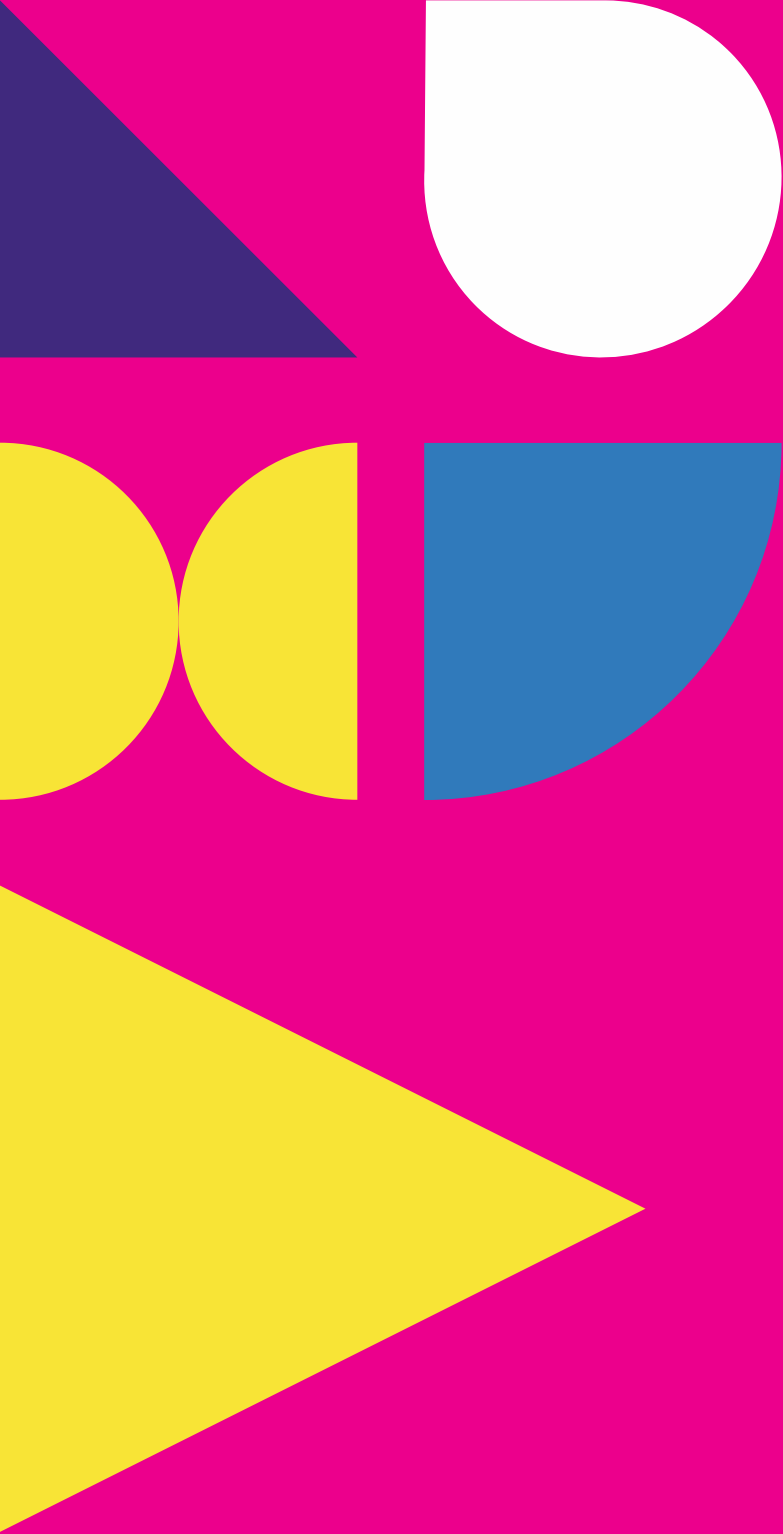
**Termín akce:** 30.5.2024 – 1.6.2024

**Sběr dat:** 30.5.2024 – 1.6.2024

**Cílová skupina:** návštěvníci Veletrhu vědy 2024, vyvážený sociodemografický mix.

Výzkum byl koncipován jako **specifický, oslovující úzkou cílovou skupinu návštěvníků Veletrhu vědy 2024**. Výběr respondentů byl **příležitostný**, tazatelé však měli za úkol **dosáhnout vyváženého mixu respondentů odpovídající sociodemografickému profilu cílové skupiny návštěvníků** – byli tedy dotazováni **v poměru k podílu na návštěvnících** (pozorování v místě akce), a to jak respondenti do 18 let věku (zejména studenti středních škol), návštěvníci ve středním věku, rodiny s dětmi, ale i starší respondenti. S ohledem na zkušenosti z předcházejících ročníků byl **mix mírně v neprospěch velmi mladých respondentů, tedy žáků základních škol**, kteří byli dotazováni jen výjimečně (též s ohledem na etický kodex dotazování dětí a minimálního požadovaného věku pro dotazování).

**Získáno a do výsledného zpracování bylo zařazeno 509 dotazníků, což lze s ohledem na rozsah a typ šetření považovat za plně postačující počet**.



# Hlavní závěry – Veletřh vědy 2024

# Hlavní závěry – Veletřh vědy 2024

Odkud jste se o konání letošního ročníku Veletřhu vědy dozvěděl/a?

|  | % resp. |
|--|---------|
| Web Akademie věd   | 3,1 %   |
| Web Veletřhu vědy  | 3,5 %   |
| Venkovní reklama   | 4,1 %   |
| Facebook   | 6,7 %   |
| Instagram  | 3,7 %   |
| Jinde na internetu   | 13,8 %  |
| Televize   | 6,1 %   |
| Tisk (noviny, časopisy)  | 1,2 %   |
| Emailový newsletter  | 3,5 %   |
| Od přátel, rodiny, známých   | 37,3 %  |
| Ve škole   | 10,6 %  |
| Jiný zdroj (typicky: „již znám, navštěvuji“, „Rozhlas/ Radiožurnál“) | 19,3 %  |

**Veletřhu vědy se účastníte:**

|                                      |       |
|--------------------------------------|-------|
| Pravidelně, téměř každý rok / ročník | 30,6% |
| Nepravidelně, jednou za několik let  | 10,8% |
| Letos poprvé                         | 57,8% |

**Jak jste byl/a spokojen/a s letošním ročníkem Veletřhu vědy?**

|                                  |        |
|----------------------------------|--------|
| Velmi spokojen/a                 | 80,7 % |
| Spíše spokojen/a                 | 16,5 % |
| Ani spokojen/a, ani nespokojen/a | 1,6 %  |
| Spíše nespokojen/a               | 0,2 %  |
| Velmi nespokojen/a               | 0      |
| <b>PRŮMĚR 1,20 --- MEDIÁN 1</b>  |        |

**Míra spokojenosti MSp\*<sup>1</sup>: 94,9%**

**Znáte některé z následujících akcí Akademie věd ČR, případně je alespoň občas navštěvujete?**

|                    | Znám   | Navštěvuji |
|--------------------|--------|------------|
| Týden Akademie věd | 43,2 % | 22,4 %     |
| Otevřená věda      | 34,0 % | 14,15 %    |
| Věda fotogenická   | 5,3 %  | 1,6 %      |
| Jedu vědu          | 8,25 % | 1,6 %      |

<sup>1</sup> výkonnostní ukazatel MSp - obecná míra spokojenosti návštěvníků dané akce. Váženo: Velmi spokojen/a = 1, Spíše spokojen/a = 0,75, Tak napůl 0,5, Spíše nespokojen/a = 0,25, Rozhodně nespokojen/a = 0.

**Jak pravděpodobné je, že byste se účastnil/a nějakého dalšího ročníku Veletrhu vědy?**

|                                    |        |
|------------------------------------|--------|
| Určitě bych se účastnil/a          | 72,1 % |
| Pravděpodobně bych se účastnil/a   | 19,6 % |
| Nejsem si jistý/á                  | 6,1 %  |
| Pravděpodobně bych se neúčastnil/a | 1,4 %  |
| Určitě bych se neúčastnil/a        | 0      |
| <b>PRŮMĚR 1,36 --- MEDIÁN 1</b>    |        |

**Míra pravděpodobnosti budoucích návštěv MBn\*2: 90,9%**

**Jak dalece Vás osobně oslovují následující formy propagace vědy? Ohodnoťte, prosím, známkou jako ve škole (1 nejvíce, 5 nejméně). Uvažujte, prosím, pouze o naučném, odborném a vědeckém zaměření:**

|                             | Průměr | Medián |
|-----------------------------|--------|--------|
| Časopisy                    | 2,8    | 3      |
| Online videa                | 1,8    | 1      |
| Televizní vysílání / pořady | 2,5    | 2      |
| Výstavy                     | 2      | 2      |
| Veletrhy                    | 1,7    | 1      |
| Webové stránky              | 2,1    | 2      |
| Dny otevřených dveří        | 2,3    | 2      |
| Knihy                       | 2,3    | 2      |
| Sociální sítě               | 2,5    | 2      |
| Živé vysílání a záznam akcí | 2,6    | 2      |
| Podcasty                    | 2,4    | 2      |

2 výkonnostní ukazatel výkonnostní ukazatel MBn, což je „míra pravděpodobnosti (jistoty) budoucí návštěvy Váženo: Určitě ano = 1, Spíše ano = 0,75, Nejsem si jistý/a = 0,5, Spíše ne = 0,25, Určitě ne = 0.





# Detailní závěry – Veletrh vědy 2024

# Zdroje informací o Veletrhu vědy 2024 a jeho akcích

První dotaz byl zaměřen na identifikaci **hlavních zdrojů informací**, které návštěvníci použili k získání **prvotních informací o Veletrhu vědy 2024**.

Analýza ukázala existenci **čtyř hlavních informačních zdrojů**, a to **osobní doporučení, vlastní (historickou) zkušenost, internetové zpravodajství a školní prostředí**. Tyto zdroje považovalo za klíčové osm z deseti respondentů. Tato čtveřice měla současně **71 % podíl na všech volbách**.

**Ostatní informační kanály**, včetně reklamních nosičů, byly zmiňovány výrazně méně často, až okrajově. V promptované podobě otázky uvedlo většinu z nich méně než 5 % respondentů. Jedinými zdroji, které překročily tuto hranici, byly **Facebook (6,7 %) a televizní vysílání (6,1 %)**.

Distribuce výsledků naznačuje, a vede nás k závěru, že **Veletrh vědy je dobře zavedenou popularizační akcí, která se těší vysoké míře důvěry a pozitivnímu hodnocení** mezi širokou veřejností. Je velmi pravděpodobné, že z pohledu event marketingu **zde bude hrát významnou roli tzv. efekt „sněhové koule“**, tedy princip, **kdy návštěvníci (předcházejících ročníků) přivádějí nové účastníky na akci prostřednictvím osobních doporučení**.

Tento závěr **podporuje také podíl voleb „jiný zdroj“**, který uvedla i v promptované podobě otázky (s nápovědou, tedy vypsányi zdroji) **téměř pětina respondentů (19,3%)**, přičemž 73% těchto voleb bylo tvořeno právě spontánními výroky „VV znám, vím o něm už dlouho, chodím pravidelně apod.“.

## Osobní doporučení

**Osobní doporučení od přátel, známých či rodiny** se ukázalo být vůbec **nejsilnějším zdrojem informací** pro návštěvníky letošního ročníku Veletrhu vědy, neboť tuto odpověď **zvolilo 37,3% všech dotázaných**.

Tradiční a stále **velmi účinné osobní doporučení a ústní šíření informací** má jedinečnou hodnotu, protože je vnímáno jako důvěryhodnější, a často má větší vliv na rozhodování jednotlivců než online zdroje nebo tradiční média.

Osobní doporučení **reflektuje sílu sociálních vazeb a důvěry mezi jednotlivci**, kde hraje významnou roli i emocionální angažovanost. Pozitivně podbarvené vyprávění o minulých ročních akce může vzbudit zvědavost a zájem o účast na dané akci.

**Metodologická poznámka:** *Mírně vyšší podíl osobních doporučení (na úkor volby „škola“) je pravděpodobně dán také způsobem výběru respondentů. Na rozdíl od předchozích šetření, kde byly silněji zastoupeny skupiny mladších žáků (13-18 let), neboť se jednalo o šetření formou dotazníků se soutěží, které vyplňovali návštěvníci sami na místě nebo později online formou. Tato forma je atraktivnější právě pro tuto cílovou skupinu, a současně je tato věková skupina k samo-dotazování obecně ochotnější. Na letošním ročníku došlo ke změně profilování respondentů tak, aby více odpovídal skutečnému profilu návštěvníků akce. Výběr respondentů byl do značné míry řízen tazateli, kteří oslovovali návštěvníky dle profilu návštěvníků v daném čase (větší zastoupení mladších návštěvníků dopoledne, starší respondenti v odpoledních hodinách, rodinné návštěvy v sobotu apod.).*

## Jiný zdroj a internet

Navzdory **promptované podobě otázky** (použití karet s nápovědou pro respondenty) každý pátý oslovený návštěvník uvedl, že **prvotním zdrojem informací o letošním ročníku Veletrhu vědy byl jiný než předepsaný zdroj**. Důležitou se zde ukázala být **předcházející zkušenost respondentů s minulými ročníky Veletrhu vědy**, která představovala 71 % volby „jiný zdroj“, což po přepočtu činí 14 % podíl všech dotázaných. Častěji byl zde také uváděn „rozhlas“, případně „Radiožurnál“, které zmínila 4 % všech návštěvníků.

Spontánní výpovědi návštěvníků ukázaly, že **rozhodnutí o návštěvě akce bylo často založeno na připomínce konání dalšího ročníku** nebo na reportážích, **nikoliv na základě „reklamního sdělení“**. **Výzva k akci – oznámení o konání nového ročníku – se ukázala být velmi důležitá a funkční**.

V případě **online kanálů** byl zaznamenán jen malý podíl návštěvníků, kteří navštívili **specializované stránky** jako web **Veletrhu vědy** (3,5 %) nebo **Web AV ČR** (3,1 %). Tento nízký podíl ovšem může být zapříčiněn také faktem, že v případě Veletrhu vědy totiž potenciální návštěvníci **nemají potřebu dohledávat například program akce či provádět rezervace**, na rozdíl od jiných popularizačních akcí jako je Týden mozku nebo Týden Akademie věd.

**Významně vyšší podíl návštěvníků** přilákaly **informace na různých zpravodajských kanálech, online magazínech a souhrnném zpravodajství**. Volbu „jinde na internetu“ uvedlo téměř 14 % respondentů (13,8 %).

## Škola

**Škola** se umístila na pomyslném čtvrtém místě mezi důležitými zdroji informací, uvedla ji **desetina všech oslovených účastníků**.

***Metodologická poznámka:** Je důležité opětovně upozornit na změnu ve způsobu výběru respondentů ve srovnání s předchozími šetřeními. V tomto výzkumu bylo omezeno dotazování nejmladších návštěvníků (etický kodex sociologického výzkumu, problém se srozumitelností a schopností objektivního hodnocení apod.) a současně došlo ke změně profilování respondentů tak, aby více odpovídalo skutečnému profilu návštěvníků akce (prostřednictvím řízení výběru respondentů tazateli, viz výše).*

## Ostatní zdroje

**Facebook, televizní vysílání a informace v rozhlasu** (spontánní výroky pod volbou „jiný zdroj“) byly dalšími informačními kanály, které oslovily **nejméně 5 % návštěvníků letošního ročníku festivalu**. Znovu se ukázalo, že **podstatná byla spíše informace o konání dalšího ročníku** či dobře připravená reportáž než „klasický reklamní“ formát.

**Podíl ostatních informačních kanálů byl statisticky nevýznamný**.

Téměř všichni návštěvníci uvedli **alespoň jeden zdroj informací**, celkem bylo zaznamenáno 575 odpovědí. Návštěvníci získali informace o Veletrhu vědy 2024 **nejčastěji z jednoho zdroje** (či jeden kanál považovali za zásadní a primární), **průměr činil pouze 1,13 zdroje**.

Tabulka 1 – báze všichni respondenti (509)

|                            | Četnost | % odpovědí | % resp. |
|----------------------------|---------|------------|---------|
| Od přátel, rodiny, známých | 190     | 32,8       | 37,3    |
| Jiný zdroj                 | 98      | 16,9       | 19,3    |
| Jinde na internetu         | 70      | 12,1       | 13,8    |
| Ve škole                   | 54      | 9,3        | 10,6    |
| Facebook                   | 34      | 5,9        | 6,7     |
| Televize                   | 31      | 5,4        | 6,1     |
| Venkovní reklama           | 21      | 3,6        | 4,1     |
| Instagram                  | 19      | 3,3        | 3,7     |
| Web Veletrhu vědy          | 18      | 3,1        | 3,5     |
| Emailový newsletter        | 18      | 3,1        | 3,5     |
| Web Akademie věd           | 16      | 2,8        | 3,1     |
| Tisk (noviny, časopisy)    | 6       | 1,0        | 1,2     |
| Bez odpovědi               | 4       | 0,7        | 0,8     |
| CELKEM                     | 579     | 100,0      | 113,8   |

## První versus opakované návštěvy Veletrhu vědy

Výsledky druhého dotazu zaměřeného na **frekvenci účasti návštěvníků na Veletrhu vědy** poskytují zajímavý vhled do **struktury účastníků a jejich návyků**.

### Pravidelní návštěvníci

Veletrh vědy se dle vlastního vyjádření **účastní pravidelně 30,6 % oslovených návštěvníků**. Třetina letošních návštěvníků tedy deklarovala **stabilní, trvalý zájem o tuto akci, což může svědčit o její atraktivitě** pro tuto skupinu **loajálních účastníků**. Pravidelná účast obvykle **signalizuje vysokou míru spokojenosti návštěvníků**, kteří se vracejí na základě pozitivních zkušeností z předchozích ročníků. **Segment věrných návštěvníků je klíčový pro udržení dlouhodobé popularity akce**.

### Noví návštěvníci

Téměř **šest z deseti oslovených (57,8 %)** pak uvedlo, že se **Veletrhu vědy účastní letos poprvé**. Tento významný podíl nových účastníků může svědčit o **úspěšné marketingové a komunikační strategii, která dokáže přilákat nové návštěvníky**. Vysoký **podíl nováčků** naznačuje, že Veletrh vědy **má potenciál oslovit širší publikum a stále získávat nové příznivce**.

V kontextu výsledků prvního dotazu ankety ale také **dokládá pozitivní vnímání a hodnocení minulých ročníků akce a předávání těchto zkušeností od pravidelných návštěvníků VV**. V přeneseném významu lze ocenit u loajálních či příležitostných účastníků účinnou, a z pohledu pořadatele prakticky beznákladovou, **akvizici velkého množství nových účastníků**.

## Nepravidelní návštěvníci

**Příležitostní návštěvníci Veletrhu vědy** (z historického hlediska) měli o něco více než **desetinový podíl** (10,8 % respondentů). Tato skupina představuje návštěvníky, kteří mají všeobecně o akci zájem, ale jejich **účast může být ovlivněna různými faktory**, jako jsou osobní závazky, geografická vzdálenost nebo konkrétní program ročníku. Skupina je velmi **důležitá pro identifikaci potenciálních bariér**, které brání pravidelné účasti, a pro hledání způsobů, jak je překonat.

Tabulka 2 – báze všichni respondenti (509)

|              | Četnost | % resp.  |
|--------------|---------|----------|
| Pravidelně   | 156     | 30.6 %   |
| Letos poprvé | 294     | 57.8 %   |
| Nepravidelně | 55      | 10.8 %   |
| Bez odpovědi | 4       | 0.8 %    |
| CELKEM       | 509     | 100,00 % |

## Promptovaná znalost dalších popularizačních aktivit

Výsledky dotazu zaměřeného na **promptovanou znalost konkrétních akcí Akademie věd ČR** mezi návštěvníky Veletrhu vědy 2024 poskytly přehled o **povědomí veřejnosti o různých aktivitách organizovaných Akademií věd ČR**.

Zde je třeba nejprve konstatovat, že **44% návštěvníků neznalo žádnou další popularizační akci Akademie věd, a to ani v promptované podobě, tedy s nápovědou**. Alespoň jednu další akci (kromě Veletrhu vědy) tedy dle vlastního vyjádření **znala více než polovina oslovených (56%)**.

### Týden Akademie věd

**Nejnámější popularizační akcí AV ČR** byl opětovně **Týden Akademie věd**, který dle vlastní výpovědi znalo, alespoň podle názvu, **43,2 % všech dotázaných**. Vysoký podíl, respektive vysoká promptovaná znalost, může **ukazovat na efektivní propagaci, vysoké hodnocení akce** na základě vlastní zkušenosti nebo zkušenosti blízkých osob, a **silnou podporu a ukotvení „značky“ (akce) ve veřejném povědomí**.

### Otevřená věda

**Projekt Otevřená věda**, byť se jedná již o **specifický druh popularizační aktivity** s užší cílovou skupinou, znala **třetina návštěvníků** Veletrhu vědy (34%). Nutno ovšem uvést, že část respondentů si (dle spontánních komentářů zaznamenaných tazateli) pod Otevřenou vědou vybavuje zejména projekt **NEZkreslená věda** a část sama uváděla, že na VV zhlédla několikrát bannery s upoutávkou na aktivity Otevřené vědy (což zase svědčí o vhodné formě propagace).

### Věda fotogenická

Věda fotogenická je **specifickou aktivitou Akademie věd ČR**, a je cílena zejména na zaměstnance Akademie a jejich pracovišť. Přesto **každý dvacátý účastník VV** deklaroval znalost této akce. Je ale pochopitelné, že část návštěvníků VV se rekrutovala z řad akademiků a zaměstnanců Akademie, a tato skupina měla k této aktivitě přístup.

**Metodologická poznámka:** Do dotazování byla samozřejmě zahrnuta i malá skupina zaměstnanců či partnerů AV ČR, nikoliv však z řad vystavovatelů nebo osob podílejících se na organizaci VV. Pokud nebylo zřejmé, že jde o vystavovatele (typicky bez vizitky), a tento fakt vyplynul až po zahájení rozhovoru, byla dotyčná osoba z dotazování vyloučena (dotazník nebyl uložen).

## Jedu vědu

Projekt **Jedu vědu** pak dle vlastního vyjádření znala **necelá desetina návštěvníků** (8,25 %). Opět se ovšem jedná o specifickou akci Akademie věd ČR s velmi úzkou cílovou skupinou.

Tabulka 4A – báze všichni respondenti (509)

|                      | Četnost | % odpovědí | % resp. |
|----------------------|---------|------------|---------|
| Týden Akademie věd   | 220     | 32,1       | 43,2    |
| Otevřená věda        | 173     | 25,3       | 34      |
| Věda fotogenická     | 27      | 3,9        | 5,3     |
| Jedu vědu            | 42      | 6,1        | 8,3     |
| Bez odpovědi / žádná | 223     | 32,6       | 43,8    |
| CELKEM               | 685     | 100        | 189,6   |

## Návštěva dalších popularizačních aktivit AV ČR

Druhá část dotazu měla za úkol **identifikovat podíl návštěvníků dalších popularizačních aktivit v kontextu jejich znalosti** (s nápovědou).

Z analýzy dat je patrné, že dle očekávání existuje **pozitivní korelace mezi mírou znalosti akce a procentem účastníků, kteří se dané akce někdy účastnili**. To znamená, že čím vyšší je povědomí o akci, tím větší je pravděpodobnost, že se jí lidé zúčastní. Tento trend je **konzistentní napříč všemi zmiňovanými akcemi**.

Pro hlubší analýzu bychom mohli použít jednu z **metrik marketingu** a to tzv. **konverzní poměr**, který si vymezíme jako **podíl alespoň příležitostných návštěvníků** či účastníků **na bázi všech, kteří danou akci znají alespoň s nápovědou**. Marketingově lze zpodobnit jako interakci uživatele s danou aktivitou a následné účasti.

$$\text{Konverzní poměr} = \left( \frac{\text{Podíl návštěvníků}}{\text{Podíl znalých}} \right) \times 100$$

## Návštěvnost dalších akcí AV ČR

Výsledky dotazu zaměřeného na **návštěvnost konkrétních akcí Akademie věd ČR** poskytují přehled o tom, které **aktivity účastníci Veletrhu vědy 2024** dle vlastního vyjádření alespoň občas navštěvují.

Opět je třeba v první řadě konstatovat, že **žádnou další akci Akademie věd dle vlastního vyjádření doposud nenavštívilo sedm z deseti účastníků letošního Veletrhu vědy (69,7%)**. Tři z deseti návštěvníků se pak v minulosti účastnilo **alespoň jedné další ze sledovaných akcí** (kromě Veletrhu vědy).

Výsledek samozřejmě **koreluje i s poměrně vysokým podílem nových návštěvníků Veletrhu vědy** (volba „poprvé“), kteří tvořili 58% z celkového souboru oslovených.

Zcela jistě pak existuje i **segment účastníků, kteří navštěvují opakovaně pouze Veletrh vědy** a žádné další akce.

### Týden Akademie věd

**Nejnavštěvovanější další akcí byl u návštěvníků letošního VV Týden Akademie věd ČR**, který v promptované podobě otázky označilo **22,4 % všech respondentů**. Téměř čtvrtina oslovených návštěvníků tedy alespoň občas navštěvovala i TAV. Vysoká návštěvnost této akce je **v souladu s vysokým povědomím o této události** (znalostí značky/eventu).

### Otevřená věda

Účast na projektu **Otevřená věda pak deklarovalo 14,1% dotázaných**. Její návštěvnost (či účast) může být ovšem do značné míry ovlivněna **specifickým zaměřením a cílovou skupinou**, stejně tak existencí několika podprojektů jako je NEZkreslená věda apod.

### Věda fotogenická a Jedu vědu

**V souladu s původní hypotézou** byla zaznamenána **velmi nízká aktivní účast v obou projektech AV ČR cílených na specifickou populaci** (jako jsou zaměstnanci Akademie či pedagogy), **nikoliv na širokou veřejnost**. Projekty Věda fotogenická a Jedu vědu je třeba monitorovat odděleně, a nelze je srovnávat s obecnými popularizačními **akcemi dostupnými laické veřejnosti**.

Aktivní nebo historickou **účast na každém z těchto dvou projektů uvedlo shodně vždy 8 dotázaných, tedy asi 1% ze všech návštěvníků Veletrhu vědy**.

Tabulka 4B – báze všichni respondenti (509)

|                      | Četnost | % odpovědí | % resp. |
|----------------------|---------|------------|---------|
| Týden Akademie věd   | 114     | 20,5       | 22,4    |
| Otevřená věda        | 72      | 12,9       | 14,2    |
| Věda fotogenická     | 8       | 1,4        | 1,6     |
| Jedu vědu            | 8       | 1,4        | 1,6     |
| Bez odpovědi / žádná | 355     | 63,7       | 69,7    |
| CELKEM               | 557     | 100,0      | 136,4   |

## Konverzní poměr

Pokud bychom tedy poněkud netradičně použili tento indikátor ze světa obchodu, potažmo marketingu, získáme velmi zajímavý výsledek.

Námi vytvořený konstrukt „konverzní poměr znalý/návštěvník“ jednoznačně ukazuje, že popularizační akce AV ČR jsou mimořádně úspěšné v „převádění znalosti (povědomí o dané akci) na následnou účast na ní.“

Samozřejmě do jisté míry je takto vysoké číslo dáno profilem cílové skupiny, kterou spojuje minimálně jeden faktor, a to je zájem o vědu (vlastní či někoho z blízkých, jako jsou děti apod.). Tento zájem pak podmiňuje vyhledávání informací o popularizačních a obdobných akcích, případně vede k návštěvám či účasti na dané akci.

V případě TAV činil poměr 51,8%, lze tedy říci, že více než polovina respondentů, kteří znali alespoň název této akce, Týden Akademie věd již v minulosti absolvovala. V případě Otevřené vědy účast v nějaké podobě deklarovalo více než 4 z 10 oslovených, kteří akci znali. Vysoký konverzní poměr měly i specifické formáty jako je Věda fotogenická (30%) či Jedu vědu (19%; s vědomím, že se jednalo pouze o 8 účastníků u obou posledně jmenovaných aktivit).

Tabulka 4C – báze všichni respondenti (509)

|                    | KP     |
|--------------------|--------|
| Týden Akademie věd | 51,8 % |
| Otevřená věda      | 41,6 % |
| Věda fotogenická   | 29,6 % |
| Jedu vědu          | 19,0 % |

## Spokojenost návštěvníků s letošním ročníkem

Výsledky dotazu zaměřeného na spokojenost návštěvníků s letošním ročníkem Veletrhu vědy poskytly velmi pozitivní obraz o celkové úrovni spokojenosti účastníků.

Zde jsou podrobné výsledky členěné podle volby odpovědi respondentů.

### Velmi spokojen/a

Nejvyšší možné hodnocení spokojenosti s festivalem zvolilo 80,7 % respondentů (známka 1 – „velmi spokojen/a“). Takto vysoký podíl svědčí o tom, že naprostá většina návštěvníků měla vysoce pozitivní zkušenost a že organizace, program a celková atmosféra akce výrazně naplnily nebo dokonce překonaly očekávání návštěvníků.

### Spíše spokojen/a

16,5 % respondentů se dále vyjádřilo, že byli „spíše spokojeni“ (známka 2 na školní stupnici hodnocení). Tento segment je rovněž velmi důležitý, neboť ukazuje, že téměř všichni návštěvníci měli převážně pozitivní zkušenost. Společně s velmi spokojenými účastníky festival vykázal velmi vysoký podíl (zcela nebo převážně) spokojených účastníků - 97,2 %.



## Ani spokojen/a, ani nespokojen/a

**Neutrální odpověď zvolilo 1,6 % respondentů** („ani spokojen/a, ani nespokojen/a). Jinak řečeno, pouze 8 z dotázaných návštěvníků hodnotilo svoji zkušenost jako „průměrnou“.

Ze **spontánních výroků a komentářů návštěvníků**, které tazatelé průběžně zaznamenávali jako další ze vstupů šetření, vyplynulo, že **nespokojenost či výhrady se prakticky vždy týkaly faktorů**, které nelze z pozice organizátora či pořadatele akce **nějak významně ovlivnit**. Jednalo se o externí bariéry typu „příliš mnoho lidí“, „vydýchaný vzduch“, „omezený prostor“, „fronta na občerstvení“ a „nedostatek odpočinkových zón“.

## Spíše nespokojen/a

Pouze **jediný návštěvník (0,2%) deklaroval svoji nespokojenost**, a to navíc jen v poloze „spíše nespokojen“.

**Volba „zcela nespojen/a“ nebyla vůbec zaznamenána. Prakticky nulový podíl nespokojených návštěvníků** ukazuje, že negativní zkušenosti byly vskutku ojedinělé.

## Bez odpovědi

Na otázku **neodpovědělo 5 dotázaných (1%)**, statisticky bez významu na celkové závěry. Záznamy tazatelů ukázaly, že se nejčastěji jednalo o respondenty, kteří až v průběhu dotazování uvedli, že ještě „nenavštívili celý veletrh“ a „nemohou tedy hodnotit objektivně“.

Výsledky jasně ukazují, že **letošní ročník Veletrhu vědy byl z hlediska spokojenosti jeho návštěvníků velmi úspěšný**. Celková spokojenost (97,2 % velmi a/nebo spíše spokojených účastníků) svědčí o **velmi vysoké kvalitě akce, která dokázala naplnit očekávání většiny účastníků**.

Z distribuce výsledků na tento dotaz byl dopočten **výkonnostní ukazatel MSp**, což je „obecná míra spokojenosti návštěvníků dané akce (s jejím průběhem)“.\*

(\*) Váženo: *Velmi spokojen/a = 1, Spíše spokojen/a = 0,75, Spíše nespokojen/a = 0,25, Rozhodně nespokojen/a = 0.*

**Míra spokojenosti s Veletrhem vědy 2024 činila:**

**MSp = 94,9% (z maxima možného).**

Tabulka 3A – báze všichni respondenti (509)

|                                  | Četnosti | % odpovědí |
|----------------------------------|----------|------------|
| Velmi spokojen/a                 | 411      | 80,7 %     |
| Spíše spokojen/a                 | 84       | 16,5 %     |
| Ani spokojen/a, ani nespokojen/a | 8        | 1,6 %      |
| Spíše nespokojen/a               | 1        | 0,2 %      |
| Bez odpovědi                     | 5        | 1,0 %      |
| CELKEM                           | 509      | 100        |

Tabulka 3B – báze platné odpovědi (504)

|                                  | Četnosti | % odpovědí |
|----------------------------------|----------|------------|
| Velmi spokojen/a                 | 411      | 81,5 %     |
| Spíše spokojen/a                 | 84       | 16,7 %     |
| Ani spokojen/a, ani nespokojen/a | 8        | 1,6 %      |
| Spíše nespokojen/a               | 1        | 0,2 %      |
| CELKEM                           | 504      | 100        |

## Predikce budoucích návštěv Veletrhu vědy

Vynikající hodnocení letošního ročníku Veletrhu vědy potvrdil i dotaz na pravděpodobnost budoucí návštěvy některého z dalších ročníků festivalu.

Výsledky dotazu poskytují jednoznačně **pozitivní indikace ohledně budoucí návštěvnosti a zájmu o akci.**

### Určitě bych se účastnil/a

Rozhodný postoj a zájem účastnit se dalšího ročníku VV vyjádřily téměř tři čtvrtiny letošních návštěvníků, statisticky **72,1 %** ze všech respondentů či **72,7 %** z těch, kteří na daný dotaz odpověděli.

Takto vysoký podíl svědčí o **velmi silné loajalitě a spokojenosti s letošním ročníkem Veletrhu vědy** a odráží **vysokou míru důvěry v kvalitu a hodnotu dané akce, a to i do budoucnosti.**

### Pravděpodobně bych se účastnil/a

Pravděpodobný zájem účastnit se Veletrhu vědy i v budoucnosti **deklarovala necelá pětina návštěvníků** (19,6 % respondentů; 19,8% platných odpovědí). Tento segment návštěvníků **vykazuje pozitivní, i když ne zcela jistý zájem**, což může naznačovat, že **jejich účast může být ovlivněna dalšími faktory, jako jsou osobní závazky.**

## Nejsem si jistý/á

Zhruba **6% dotázaných** (31 účastníků) pak volilo **neutrální, střední odpověď** „nejsem si jist/á“. Tato skupina byla sice o něco více skeptická k možné další účasti, nicméně z pozorování a kvalitativních záznamů tazatelů vyplynulo, že **část této skupiny vyslovila osobní „obavy“ typu** „kdo ví co bude za rok, kdo ví kde budu za rok apod.“. **Nelze tedy dovozovat, že nejistota účasti na budoucích ročnících odráží nespokojenost s letošním ročníkem.** V této skupině existují zajisté neznámé faktory, které mohou ovlivnit (možnost) budoucí účast(i).

## Pravděpodobně bych se neúčastnil/a

**Pouze 7 oslovených** uvedlo, že dalšího ročníku **by se pravděpodobně neúčastnilo**. Tento malý podíl naznačuje, že jen **velmi málo návštěvníků** mělo negativní zkušenost nebo spíše **předpokládali nějakou bariéru jejich účasti v budoucnosti** (srovnej: hodnocení). Volba „**rozhodně bych se neúčastnil/a**“ nebyla vůbec zaznamenána.

Distribuce výsledků ukázala, že **naprostá většina respondentů má zájem o účast na dalším ročníku Veletrhu vědy**, což je jistě významný **indikátor úspěšnosti a celkové atraktivity akce**. Celkově **91,7% respondentů** by se dle vlastního názoru **určitě nebo pravděpodobně účastnilo dalšího ročníku VV**.

Pro budoucí ročníky je důležité udržet a dále rozvíjet **vysokou úroveň kvality a přitažlivosti programu, která přispěla k tak vysoké míře zájmu a loajality**.

Opět byla zavedena **metrika pro měření výkonnosti**, tedy interní **klíčový ukazatel výkonnosti (KPI)** pro hodnocení a vzájemné srovnání jednotlivých populárně naučných aktivit.

Z distribuce výsledků na tento dotaz byl dopočten **výkonnostní ukazatel MBn**, což je „**míra pravděpodobnosti (jistoty) budoucí návštěvy TAV**“.\*

(\* ) *Váženo: Určitě ano = 1, Spíše ano = 0,75, Nejsem si jist/a = 0,5, Spíše ne = 0,25, Určitě ne = 0,25.*

**Míra pravděpodobnosti (jistoty) budoucích návštěv činila:**

**MBn = 90,9% (z maxima možného).**

Pro srovnání uvádíme **hodnoty tohoto indexu u posledních ročníků** ostatních popularizačních aktivit Akademie věd ČR 2023-2024:

**Týden Akademie věd - 88%**

**Veletrh vědy – 87%**

**Týden mozku - 90%**

**Pravděpodobnost návštěvy je u všech sledovaných festivalů velmi podobná**, nepatrně ve prospěch letošního akcí **Týden mozku a Veletrh vědy**.

Tabulka 5A – báze všichni respondenti (509)

|                                    | Četnosti | % odpovědí |
|------------------------------------|----------|------------|
| Určitě bych se účastnil/a          | 367      | 72,1 %     |
| Pravděpodobně bych se účastnil/a   | 100      | 19,6 %     |
| Nejsem si jistý/á                  | 31       | 6,1 %      |
| Pravděpodobně bych se neúčastnil/a | 7        | 1,4 %      |
| Bez odpovědi                       | 4        | 0,8 %      |

Tabulka 5B – báze platné odpovědi (505)

|                                    | Četnosti | % odpovědí |
|------------------------------------|----------|------------|
| Pravděpodobnost účasti             |          |            |
| Určitě bych se účastnil/a          | 367      | 72,7 %     |
| Pravděpodobně bych se účastnil/a   | 100      | 19,8 %     |
| Nejsem si jistý/á                  | 31       | 6,1 %      |
| Pravděpodobně bych se neúčastnil/a | 7        | 1,4 %      |

## Obliba jednotlivých forem propagace vědy

Poslední dotaz **monitoroval preference respondentů**, resp. **oblibu jednotlivých forem propagace vědy**. Respondentům byl předložen **seznam 11 médií či nosičů obsahu**, a jejich úkolem bylo pomocí školní stupnice od jedničky (nejlepší) do pěti (nejhorší) **ohodnotit, do jaké míry je daný formát** (ve smyslu naučného, odborného či vědeckého zaměření) **oslovuje**.

Výsledná data by měla umožnit lépe pochopit, **jaké formy propagace** jsou pro širokou veřejnost **nejefektivnější**, a mohou sloužit k **optimalizaci vzdělávacích a popularizačních strategií**.

Tato snaha byla ovšem do jisté míry **ztížena příliš širokou cílovou skupinou**, resp. **heterogenitou** (vzorku návštěvníků Veletrhu vědy. Celkový výsledek je tak do značné míry z pohledu statisticky plochý, a nějaké relevantní a objektivní závěry lze dovozovat jen velmi obtížně.

### Online videa a veletrhy

Obecně lze konstatovat, že **nejoblíbenějšími formami propagace mezi návštěvníky Veletrhu vědy byly online videa a veletrhy**. Tyto dva formáty byly jedinými, kde **medián dosáhl nejnižšího bodu 1, tedy nejlepší známky hodnocení**. Průměr u obou formátů pak činil okolo **1,7 – 1,8 bodu**.

### Střední pole preferencí

Obliba **dalších formátů byla ovšem velmi podobná** – do průměru 2,5 bodu z 5 možných se statisticky umístilo **dalších 7 formátů** – od výstav (1,99), webových stránek (2,06), dnů otevřených dveří (2,28), přes knihy (2,32), podcasty (2,41) až po sociální sítě (2,46) a televizní vysílání a pořady (2,47).

Poslední dvě místa pomyslně patřila **živému vysílání a záznamům akcí** (2,64) a **časopisům** (2,84 bodu).

Tabulka 6A – báze: všechny platné odpovědi v řádku

|                                    | Průměr | Medián |
|------------------------------------|--------|--------|
| <i>Veletřhy</i>                    | 1,74   | 1      |
| <i>Online videa</i>                | 1,78   | 1      |
| <i>Výstavy</i>                     | 1,99   | 2      |
| <i>Webové stránky</i>              | 2,06   | 2      |
| <i>Dny otevřených dveří</i>        | 2,28   | 2      |
| <i>Knihy</i>                       | 2,32   | 2      |
| <i>Podcasty</i>                    | 2,41   | 2      |
| <i>Sociální sítě</i>               | 2,46   | 2      |
| <i>Televizní vysílání / pořady</i> | 2,47   | 2      |
| <i>Živé vysílání a záznam akcí</i> | 2,64   | 2      |
| <i>Časopisy</i>                    | 2,84   | 3      |

Jelikož základní statistické hodnoty průměr a medián při tak plochém výsledku **nemají příliš vypovídající hodnotu**, podívejme se **na další dostupné statistiky**.

**Míry variability ve statistice** udávají, jak jsou **hodnoty v souboru rozptýleny okolo střední hodnoty**. Nízká míra variability znamená, že hodnoty mají **tendenci být seskupeny blízko střední hodnoty**. Vysoká míra variability znamená **opak**, tedy že hodnoty jsou rozptýleny dále od středu a může zde být vyšší výskyt extrémních hodnot.

**Pro zjednodušení použijme směrodatnou odchylku**, která vyjadřuje **průměrnou vzdálenost hodnot od středu (typicky od průměru)**. Čím **vyšší bude hodnota směrodatné odchylky**, tím **rozptýlenější data v souboru budou** (při normálním rozdělení dat).

Pokud vše hodně **zjednodušíme – čím vyšší bude směrodatná odchylka**, tím **menší bude shoda respondentů**. Typicky může například početná část respondentů hodnotit nejlepší známkou a jiná, opět velmi početná, zase nejhorší známkou.

**Nízká směrodatná odchylka bude ukazovat na konzistentní hodnocení celým souborem respondentů**. Přeneseně tedy bude daná forma (při dobrém hodnocení) **obvykle dobře přijímána všemi oslovenými účastníky**.

*Metodologická poznámka: může samozřejmě existovat i opačný extrém – odmítnutí většinou dotázaných, pak by bylo hodnocení sice negativní (řekněme okolo 4 a hůře), ale odchylka by byla také nízká („dojde ke shodě“). To zde ovšem nenastalo.*

**Vysoká směrodatná odchylka** pak ukazuje, že **respondenti mají různé názory na daná média** či formy propagace. Tato variabilita může také ukazovat, že **daná kategorie oslovuje různé segmenty populace různou měrou**.

Výsledky jsme shrnuli do následující tabulky, kdy jsou **formy prezentace seřazeny sestupně dle hodnoty směrodatné odchylky**. Tabulka v podstatě **vypovídá o míře „shody hodnocení“ nad souborem všech respondentů, nikoliv ale o samotném hodnocení (dobré/špatné)**.

Tabulka 6B – báze: všechny platné odpovědi v řádku

|                                    | Stand.odchylka |
|------------------------------------|----------------|
| <i>Veletřhy</i>                    | 0.890          |
| <i>Výstavy</i>                     | 1.018          |
| <i>Online videa</i>                | 1.079          |
| <i>Webové stránky</i>              | 1.110          |
| <i>Dny otevřených dveří</i>        | 1.172          |
| <i>Živé vysílání a záznam akcí</i> | 1.282          |
| <i>Knihy</i>                       | 1.304          |
| <i>Časopisy</i>                    | 1.313          |
| <i>Podcasty</i>                    | 1.361          |
| <i>Televizní vysílání / pořady</i> | 1.389          |
| <i>Sociální sítě</i>               | 1.445          |

Z výše uvedené tabulky tedy vyplývá, že návštěvníci veletrhu měli v globálním měřítku „velmi blízko“ k veletrhům, výstavám, online videím, webovým stránkám a dnům otevřených dveří (dobré hodnocení, malá variabilita). Méně preferovanými se ukázaly být knihy a podcasty (průměrné hodnocení, průměrná odchylka).

Vyšší míra „neshody“ a horší hodnocení pak byly zaznamenány zejména u televizního a živého vysílání akcí, sociálních sítí a časopisů.



## Příloha – základní statistické tabulky

### Odkud jste se o konání letošního ročníku Veletrhu vědy dozvěděl/a?

Vícenásobné odpovědi

| Volba/odpověď              | Četnost | % odpovědí | % respondentů |
|----------------------------|---------|------------|---------------|
| Web Akademie věd           | 16      | 2.763      | 3.143         |
| Web Veletrhu vědy          | 18      | 3.109      | 3.536         |
| Venkovní reklama           | 21      | 3.627      | 4.126         |
| Facebook                   | 34      | 5.872      | 6.680         |
| Instagram                  | 19      | 3.282      | 3.733         |
| Jinde na internetu         | 70      | 12.090     | 13.752        |
| Televize                   | 31      | 5.354      | 6.090         |
| Tisk (noviny, časopisy)    | 6       | 1.036      | 1.179         |
| Emailový newsletter        | 18      | 3.109      | 3.536         |
| Od přátel, rodiny, známých | 190     | 32.815     | 37.328        |
| Ve škole                   | 54      | 9.326      | 10.609        |
| Jiný zdroj                 | 98      | 16.926     | 19.253        |
| Bez odpovědi               | 4       | 0.691      | 0.786         |
| CELKEM                     | 579     | 100.000    | 113.752       |

Báze: Všichni respondenti (509).

### Veletrhu vědy se účastníte:

#### Frekvence

| Účast na Veletrhu vědy | Četnosti | % z celkového počtu | Kumulativní % |
|------------------------|----------|---------------------|---------------|
| Pravidelně             | 156      | 30.6%               | 30.6%         |
| Letos poprvé           | 294      | 57.8%               | 88.4%         |
| Nepřavidelně           | 55       | 10.8%               | 99.2%         |
| Bez odpovědi           | 4        | 0.8%                | 100.0%        |

## Jak jste byl/a spokojen/a s letošním ročníkem Veletrhu vědy?

| Spokojenost                      | Četnosti | % z celkového počtu | Kumulativní % |
|----------------------------------|----------|---------------------|---------------|
| Velmi spokojen/a                 | 411      | 80.7%               | 80.7%         |
| Spíše spokojen/a                 | 84       | 16.5%               | 97.2%         |
| Ani spokojen/a, ani nespokojen/a | 8        | 1.6%                | 98.8%         |
| Spíše nespokojen/a               | 1        | 0.2%                | 99.0%         |
| Bez odpovědi                     | 5        | 1.0%                | 100.0%        |

### Přepočít (pouze platné odpovědi)

| Spokojenost                      | Četnosti | % z celkového počtu | Kumulativní % |
|----------------------------------|----------|---------------------|---------------|
| Velmi spokojen/a                 | 411      | 81.5%               | 81.5%         |
| Spíše spokojen/a                 | 84       | 16.7%               | 98.2%         |
| Ani spokojen/a, ani nespokojen/a | 8        | 1.6%                | 99.8%         |
| Spíše nespokojen/a               | 1        | 0.2%                | 100.0%        |

### Statistiky

|                 | Spokojenost |
|-----------------|-------------|
| Průměr          | 1.20        |
| Medián          | 1.00        |
| Stand. odchylka | 0.455       |

## Znáte některé z následujících akcí Akademie věd ČR, případně je alespoň občas navštěvujete?

### Vícenásobné odpovědi – znalost (Ano)

|                      | Četnosti | % odpovědí | % resp. |
|----------------------|----------|------------|---------|
| Týden Akademie věd   | 220      | 32.12      | 43.22   |
| Otevřená věda        | 173      | 25.26      | 33.99   |
| Věda fotogenická     | 27       | 3.94       | 5.30    |
| Jedu vědu            | 42       | 6.13       | 8.25    |
| Bez odpovědi / žádná | 223      | 32.55      | 43.81   |
| CELKEM               | 685      | 100.00     | 134.58  |

Báze: Všichni respondenti (509).



## Znáte některé z následujících akcí Akademie věd ČR, případně je alespoň občas navštěvujete?

### Vícenásobné odpovědi – návštěvy (Ano)

|                      | Četnosti | % odpovědí | % resp. |
|----------------------|----------|------------|---------|
| Týden Akademie věd   | 114      | 20.47      | 22.40   |
| Otevřená věda        | 72       | 12.93      | 14.15   |
| Věda fotogenická     | 8        | 1.44       | 1.57    |
| Jedu vědu            | 8        | 1.44       | 1.57    |
| Bez odpovědi / žádná | 355      | 63.73      | 69.74   |
| CELKEM               | 557      | 100.00     | 109.43  |

Báze: Všichni respondenti (509).

## Jak pravděpodobné je, že byste se účastnil/a nějakého dalšího ročníku Veletrhu vědy?

| Pravděpodobnost účasti             | Četnosti | % z celkového počtu | Kumulativní % |
|------------------------------------|----------|---------------------|---------------|
| Určitě bych se účastnil/a          | 367      | 72.1%               | 72.1%         |
| Pravděpodobně bych se účastnil/a   | 100      | 19.6%               | 91.7%         |
| Nejsem si jistý/á                  | 31       | 6.1%                | 97.8%         |
| Pravděpodobně bych se neúčastnil/a | 7        | 1.4%                | 99.2%         |
| Bez odpovědi                       | 4        | 0.8%                | 100.0%        |

### Přepoččet (pouze platné odpovědi)

| Pravděpodobnost účasti             | Četnosti | % z celkového počtu | Kumulativní % |
|------------------------------------|----------|---------------------|---------------|
| Určitě bych se účastnil/a          | 367      | 72.7%               | 72.7%         |
| Pravděpodobně bych se účastnil/a   | 100      | 19.8%               | 92.5%         |
| Nejsem si jistý/á                  | 31       | 6.1%                | 98.6%         |
| Pravděpodobně bych se neúčastnil/a | 7        | 1.4%                | 100.0%        |

### Statistiky

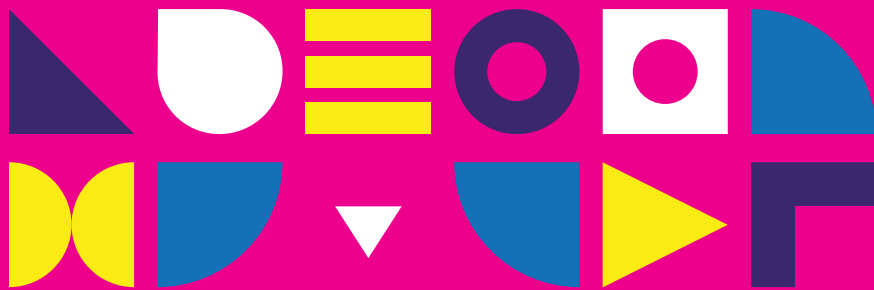
|                 | Pravděpodobnost účasti |
|-----------------|------------------------|
| Průměr          | 1.36                   |
| Medián          | 1                      |
| Stand. odchylka | 0.662                  |
| Variance        | 0.438                  |

**Jak dalece Vás osobně oslovují následující formy propagace vědy?** Ohodnoťte, prosím, známkou jako ve škole (1 nejvíce, 5 nejméně). Uvažujte, prosím, pouze o naučném, odborném a vědeckém zaměření:

#### Základní statistiky

|                             | Průměr | Medián |
|-----------------------------|--------|--------|
| Časopisy                    | 2.84   | 3      |
| Online videa                | 1.78   | 1      |
| Televizní vysílání / pořady | 2.47   | 2      |
| Výstavy                     | 1.99   | 2      |
| Veletrhy                    | 1.74   | 1      |
| Webové stránky              | 2.06   | 2      |
| Dny otevřených dveří        | 2.28   | 2      |
| Knihy                       | 2.32   | 2      |
| Sociální sítě               | 2.46   | 2      |
| Živé vysílání a záznam akcí | 2.64   | 2      |
| Podcasty                    | 2.41   | 2      |





Středisko společných činností  
Akademie věd ČR