

POLOVINA ČECHŮ ŽIJE KULTUROU, UKÁZAL PRŮZKUM

Kultura je nedílnou součástí života pro polovinu Čechů. To ukázal průzkum Kanceláře Kreativní Evropa, který mapoval konzumaci kultury v České republice. Každý druhý z nás sáhne po knize alespoň jednou do měsíce a minimálně jednou za rok jde na koncert současné hudby. Neaktivnější jsou přitom mladší generace, které za kulturou jezdí i do zahraničí a nebrání se ani vážné hudbě. Výsledky potvrzují, že lidé si oblíbili tzv. Video on demand (VOD) platformy, obsah na nich sledují tři pětiny Čechů na denní bázi. Do kina či galerie ale zavítá půlka populace jen jednou ročně. Průměrný Čech pak utratí za kulturu jen 250 korun měsíčně.

Průzkum pro Kancelář Kreativní Evropa, která je českým zastoupením stejnojmenného programu Evropské unie na podporu kulturních a kreativních odvětví, zjišťoval vztah Čechů ve věku 18 až 65 let ke kultuře.

Z průzkumu, kterého se účastnilo 1500 respondentů, vyplynulo, že vůbec nejčastěji se Češi vydávají poznávat kulturní památky. Že jsme národem výletníků potvrzuje fakt, že na hrad či zámek vyrazí dvakrát ročně třičtvrtě z nás. Láká nás i historie a výtvarné umění, do muzeí a galerií se polovina respondentů vypraví alespoň jednou za rok.

75 % Čechů
utrácí za kulturu
do 5 000 Kč
ročně

Za živou kulturou se nejčastěji vydávají mladí Češi

Návštěvníky po dlouhé uzávěře konečně vítají také kulturní organizace. Data z výzkumu Kanceláře Kreativní Evropa ukázala, že mezi Čechy je 40 % pravidelných divadelních diváků, kteří na činohru vyrazí alespoň jednou ročně. Na koncerty současné hudby pak chodí pravidelně polovina Čechů. Míra návštěvnosti ale s rostoucím věkem výrazně klesá. „Průzkum ukazuje, že za živou kulturou nejčastěji vyrážejí mladí lidé. Koncerty populární hudby navštěvuje pravidelně více než polovina z nich. A zatímco většina Čechů nikdy nešla na operu či balet, v kategorii do 35 let na tento žánr pravidelně chodí téměř pětina lidí. Z toho je patrné, že mladí lidé jsou otevření různým žánrům, a to včetně klasiky. Ve věkové kategorii, kdy lidé nejčastěji zakládají rodiny, pak zájem o všechny typy kulturních akcí, i vlivem každodenního shonu, opadá. Nejnižší je pak u lidí v předdůchodovém věku,“ říká Magdalena Müllerová, vedoucí Kanceláře Kreativní Evropa Kultura.

„Kulturní instituce dlouhodobě bojují se stárnoucí generací abonentů. Věříme, že je třeba navazovat kontakt a seznamovat se s kulturou už od raného věku. Program Kreativní Evropa proto podporuje projekty, které jsou zaměřené na práci s publikem - na jeho poznávání a hledání cest, jak jej oslovit a zaujmout. Jde o nekonečný proces, který jde ruku v ruce s měnící se společností. Kultura, která hraje v našich životech zásadní roli, má mnoho podob od malých komunitních aktivit až po velké akce pro desetitisíce lidí. Od filmů, přes výtvarnou

scénu, divadlo, hudbu a kulturní dědictví po design a architekturu. Výsledky, které ukazují vyšší zapojení mladších posluchačů, nás proto nesmírně těší," doplňuje Müllerová.

Zatímco pro polovinu Čechů jsou kultura a kulturní akce opravdovou součástí jejich života, druhá polovina tráví volný čas kulturou spíše příležitostně. Tím hlavním důvodem však není věk nebo vzdělání. Výsledky ukazují jasnou souvislost mezi frekvencí návštěv kulturních akcí a bydlištěm respondentů. Lidé z větších měst si díky větší a rozmanitější nabídce zajdou za kulturou mnohem častěji. Šest procent Čechů jsou kulturní nadšenci, kteří vyrazí za kulturou i za hranice, po Evropě jezdí nejčastěji na hudební festivaly a do galerií, to se týká především mladých do 26 let.

Stříbrné plátno stále láká

Do kina chodí alespoň dvakrát do roka třetina Čechů, do klasického jednosálového kina si alespoň jednou ročně zajde polovina respondentů. Obyvatelé menších měst si moc nepotrpí na multiplexy a raději navštíví kino v okolí svého bydliště.

„Pro mnoho Čechů je kino v jejich městě ústředním kulturním centrem. V rámci sítě Europa Cinemas proto program Kreativní Kultura MEDIA podporuje právě taková kina, která pro diváky představují přidanou hodnotu a připravují i další aktivity nad rámec promítání,“ říká Vladimíra Chytilová, vedoucí kanceláře Kreativní Evropa MEDIA.

Do kina chodí tradičně více mladí – aspoň jednou za měsíc zajde na film do multikina 18% respondentů mezi 18 a 26 lety, klasické kino volí 13%. Naopak nejstarší generace dává přednost televizní obrazovce, kterou denně sleduje 73% lidí ve věku 54-65 let.

V době uzavření kin si Češi ještě více oblíbili streamovací platformy. Zkušenost s nimi má již 81 % lidí, na denní bázi si je zapne pětina respondentů. Nejoblíbenější jsou VOD platformy u skupiny do 35 let, denně je sleduje téměř 60 % generace mileniálů a generace Z. *„Co se týče výběru filmů, tak u Čechů s přehledem vítězí česká a americká produkce. Mladí Češi jsou ale ve velkém otevření i evropské kinematografii a je mezi nimi i relativně silná základna fanoušků asijského filmu,“* doplnila Chytilová.

Čtvrtina lidí během roku navštíví i některý z filmových festivalů, kterých se v Česku pořádají desítky. Jedním z nich je i aktuálně probíhající mezinárodní festival dokumentárních filmů Jeden svět, který byl podpořen z programu Kreativní Evropa MEDIA.

Co Čech, to muzikant?

Dle průzkumu, který pokrýval i kulturně zaměřené volnočasové aktivity obyvatel, již toto oblíbené úsloví bohužel neplatí. Ve volném čase si na nástroj zahraje jen 14 % dospělých. Stejně procento se pak věnuje malbě či fotografii. Největší oblibu, především u Češek, má užité umění a ruční práce. Keramice, vyšívání, pletení či šperkařství se věnuje pětina celé populace.

Šetření také potvrdilo, že Češi jsou stále velkými čtenáři. Podle něj si 55 % Čechů otevře knihu minimálně jednou do měsíce. Mladí nečtou méně než ostatní, naopak, měsíčně ke knize



**81 % Čechů
vyzkoušelo
některou ze
streamovacích
platform**

usednou více než tři čtvrtiny mladých do 26 let. „Program Kreativní Evropa podporuje i literární překlady zejména z méně používaných evropských jazyků.. Díky této podpoře se do Evropy dostanou kvalitní překlady českých autorů, naopak čeští čtenáři se mohou dostat k zajímavé evropské literatuře v kvalitním překladu. Závěr tohoto šetření, že mladí lidé čtou dokonce více než starší generace, mě velmi mile překvapila,“ uzavřela Müllerová.

Průzkum proběhl na přelomu února a března 2022. Sběr dat byl realizován prostřednictvím aplikace Instant Research agentury Ipsos na vzorku 1575 respondentů ve věku 18-65 let.

KONTAKTY

Mediální servis: Martina Houšková, T: 777 647 065, E: martina.houskova@prkonektor.cz

Kancelář Kreativní Evropa: www.kreativnievropa.cz

Magdalena Müllerová, Kreativní Evropa Kultura, E: kultura@kreativnievropa.cz

Vladimíra Chytilová, Kreativní Evropa MEDIA, E: media@kreativnievropa.cz

KREATIVNÍ EVROPA

Kreativní Evropa je program Evropské komise na podporu kulturních a kreativních odvětví. Cílem programu je vytvořit jednotný rámec pro financování projektů v oblasti scénických umění, výtvarného umění, nakladatelství a literatury, filmu, televize, hudby, mezioborového umění, kulturního dědictví a videoher, maximálně využít synergii mezi různými sektory a zvýšit tak účinnost poskytované podpory. Informace o novém programu Kreativní Evropa pro období 2021–2027 najdete [zde](#).