

INDEX KULTURNOSTI: Kultura je pro Čechy součástí identity i každodenního života. Věří, že posiluje naše dobré jméno v zahraničí

Podle aktuálního průzkumu Kanceláře Kreativní Evropa hraje kultura v životech Čechů zásadní roli. Osm z deseti lidí ji považuje za důležitý prvek národní identity a podobně velká část ji spojuje s kvalitou svého života. Češi zároveň vnímají kulturu jako prostředek k reprezentaci země v zahraničí. 84 % věří, že kultura posiluje dobré jméno Česka ve světě, téměř polovina považuje evropské programy na podporu kultury za klíčové. Do kultury navíc meziročně investují více peněz, průměrně za ni utratí 461 korun měsíčně.

Jak ukazuje čtvrtý ročník pravidelného průzkumu Kanceláře Kreativní Evropa, kultura zůstává pro Čechy zásadní součástí života. Více než osm z deseti lidí ji vnímá jako důležitou součást národní identity. Výsledky zároveň ukazují, že vztah ke kultuře je silný napříč generacemi, s tezí, že je kultura důležitá pro kvalitu života, se ztotožňuje 80 % Čechů. Pro vysokoškoláky je kultura ještě důležitější, její dopad na kvalitu života vnímá 9 z 10 absolventů VŠ.

84 % Čechů si myslí,
že prezentace české
kultury ve světě posiluje
dobré jméno země.

„Průzkum ukazuje, že vztah ke kultuře je v Česku stále silný napříč generacemi. Lidé v ní nacházejí identitu, sounáležitost i možnost setkávat se přes rozdílné názory. V době rostoucí polarizace poskytuje kultura prostor pro společné porozumění,” vysvětluje **Marie Silondi**, vedoucí Kanceláře Kreativní Evropa Kultura.

Kultura bez hranic

Kultura pro Čechy dávno nekončí u hranic. Stále více lidí ji vnímá jako most, který spojuje Českou republiku s Evropou i světem. 84 % veřejnosti věří, že prezentace české kultury v zahraničí posiluje dobré jméno země. Polovina populace zároveň považuje financování české kultury z evropských fondů za důležité, 40 % z nich dokonce za zásadní, jen čtvrtina má za to, že členství v EU není přínosné.

„Program Kreativní Evropa dlouhodobě pomáhá české kultuře překračovat hranice. Umožňuje vznik projektů, které by bez evropské podpory nevznikly, a dává tvůrcům příležitost sdílet zkušenosti, témata i publikum napříč Evropou,” říká **Marie Silondi**. *„Součástí programu Kreativní Evropa je také část MEDIA, která už více než dvacet let podporuje český audiovizuální sektor. Díky ní mohou producenti a herní vývojáři rozvíjet projekty, které obstojí i v mezinárodním měřítku, distributoři a festivaly zase přinášet evropské filmy českým divákům,”* doplňuje **Vladimíra Chytilová**, vedoucí Kanceláře Kreativní Evropa MEDIA.

Právě export kultury považuje za nejdůležitější v rámci podpory 59 % dotázaných. Dvě pětiny respondentů vyzdvihují vznik kulturních projektů, které by bez evropské podpory nevznikly, a podobný podíl oceňuje spolupráci českých umělců a institucí s těmi zahraničními. Téměř čtyři z deseti Čechů zároveň považují za významný také import zajímavé evropské kultury do Česka. Část veřejnosti v evropské spolupráci vidí také způsob, jak udržovat kulturní rozmanitost v době globalizace.

Podporujeme i utrácíme

Téměř 60 % Čechů se domnívá, že kulturu je důležité podporovat i v době ekonomické krize. Více než polovina veřejnosti zároveň vnímá, že politické změny mohou ovlivňovat podmínky v kultuře, nejcitlivěji na tento vztah reagují mladší lidé, mezi nimiž s tímto tvrzením souhlasí sedm z deseti respondentů.

„Výsledky letošního Indexu kulturnosti ukazují, že Češi nevnímají kulturu jen jako formu zábavy, ale stále víc jako hodnotu, která má význam pro celou společnost. Období ekonomické nejistoty i společenských změn ukazují, jak snadno se kultura může stát zranitelnou. Je proto dobře, že si stále více uvědomujeme, že právě v takových chvílích má smysl kulturu chránit a podporovat, jako prostor, který posiluje soudržnost společnosti a umožňuje otevřený dialog,“ doplňuje **Marie Silondi**.

**59 % Čechů
věří, že kulturu je
důležité podporovat
i v době
ekonomické krize.**

Výzkum ukázal také to, kolik lidé do kultury investují. Češi své výdaje na kulturu meziročně zvýšili. V průměru za ni nyní utratí 461 korun měsíčně, což oproti výsledkům loňska, představuje nárůst o více než sto korun. Většina populace (88 %) utratí za kulturu ročně méně než 10 000 korun, zatímco 12 % investuje i více. Oproti předchozím letům jde o další nárůst, který naznačuje vznik malé, ale pozvolně rostoucí skupiny kulturních nadšenců.

Kultura je v kurzu

Češi zůstávají aktivními účastníky kulturního života. Většina populace pravidelně čte, navštěvuje kina, divadla nebo muzea. Tradiční formy trávení volného času si stále udržují silnou pozici, alespoň jednou měsíčně čte 67 % populace a více než polovina lidí během roku navštíví kino nebo muzeum. Zároveň však data ukazují, že u některých typů kulturních aktivit se intenzita návštěv výrazně liší. Zhruba polovina Čechů nenavštíví koncert populární hudby nebo divadelní představení ani jedenkrát ročně. Vedle nich ale stojí skupina aktivnějších diváků, kteří se těmto aktivitám věnují opakovaně, alespoň dvakrát do roka zajde na koncert 25 % lidí a do divadla 27 %. Tento kontrast naznačuje, že české publikum se skládá z menší skupiny pravidelných návštěvníků a značné části populace, kterou tyto kulturní aktivity míjí.

Streamování není jen pro mladé

Trend zvyšování konzumace je vidět zejména v digitálním prostředí. Zatímco tradiční televize si sice v Česku stále drží silnou pozici a sleduje ji každý den 47 % respondentů, rychle roste oblíbenost streamovacích služeb. Video platformy využívá téměř dvě třetiny Čechů alespoň jednou měsíčně a polovina alespoň jednou týdně. Hudební streamovací služby mají podobný dosah, alespoň jednou týdně je používá 44 % respondentů a téměř čtvrtina poslouchá hudbu online denně.

Letošní výsledky tak ukazují jasný posun, zatímco u mladších skupin sledovanost VOD mírně klesla, u starších naopak roste. Jednou týdně je využívá už 46 % Čechů ve věku 45–53 let a 36 % lidí ve věku 54–65 let. Rozdíly mezi věkovými skupinami se tak postupně stírají a streamování se stává běžnou součástí kulturního života napříč generacemi.

Letošní Index kulturnosti se poprvé zaměřil také na videohry. Výsledky ukazují, že pětina Čechů hraje minimálně jednou týdně a téměř polovina populace si videohru zahraje alespoň jednou ročně. Hraní už dávno není výlučně mužskou doménou, muži však zůstávají aktivnější. Denně hraje zhruba 12 % mužů a přibližně 5 % žen.

Program Kreativní Evropa MEDIA dlouhodobě podporuje také vývoj videoherních projektů. „Díky této podpoře mohou tvůrci experimentovat s novými formami vyprávění i vizuálním pojetím. Výsledkem jsou originální a výrazně autorské hry,“ vysvětluje **Vladimíra Chytilová**, vedoucí Kanceláře Kreativní Evropa MEDIA.

Průzkum Index Kulturnosti proběhl v průběhu října 2025. Sběr dat byl realizován prostřednictvím aplikace Instant Research agentury Ipsos na vzorku 1023 respondentů ve věku 18-65 let. Jedná se o čtvrtý ročník průzkumu, který mapuje vztah Čechů ke kultuře.

KONTAKTY

Mediální servis: Daniela Doubětová, T: 605 559 715, E: daniela.doubetova@knktr.cz

Kancelář Kreativní Evropa: www.kreativnievropa.cz

Marie Silondí, 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, literatury, hudby, filmu, televize, herního průmyslu či kulturního dědictví. Informace o programu Kreativní Evropa pro období 2021–2027 najdete [zde](#).