

Máme rádi film: většina Čechů sleduje filmy aspoň jednou týdně, nejoblíbenější jsou komedie

Filmové festivaly v současnosti navštěvuje 8 % dotázaných

Blíží se sezona letních festivalů, vedle velkého množství hudebních nás čeká i řada filmových, proto jsme ve výzkumu zjišťovali, jací jsou vlastně Češi filmoví fanoušci... Ukázalo se, že velcí: čtyři pětiny sledují filmy alespoň jednou týdně a nejčastěji si je vybírají podle žánru. Suverénně nejoblíbenější jsou mezi respondenty komedie. Filmové festivaly jsou však momentálně spíše na okraji zájmu: navštěvuje je 8 % oslovených.

Výzkum přinesla agentura Nielsen Admosphere, uskutečnil se na vzorku pěti set respondentů z internetové populace starší 15 let z Českého národního panelu.

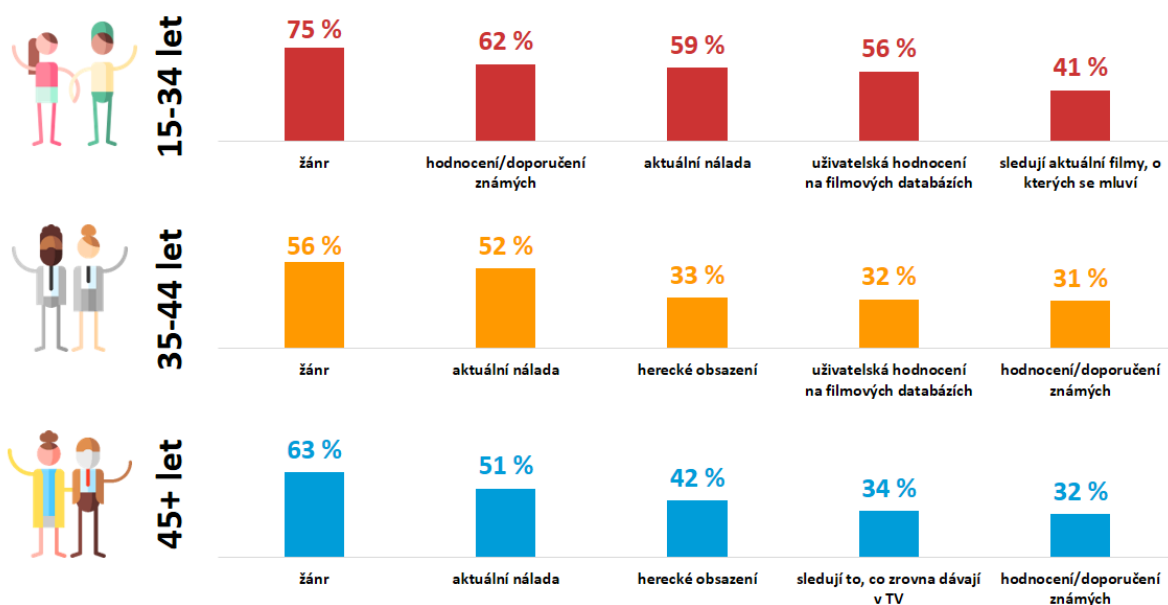
Čtyři pětiny českých internetových uživatelů v současnosti sledují filmy alespoň jednou týdně, ať už v kině, doma nebo s přáteli. Nejaktivnější jsou v tom respondenti starší 45 let.

Výběr konkrétního filmu pak záleží v první řadě na žánru (uvedlo to 65 % dotázaných) – ten musí vyhovovat jejich vkusu. Toto kritérium je z věkových skupin nejdůležitější pro respondenty ve věku 15–34 let. Více než polovina oslovených se rozhoduje podle aktuální nálady a 41 % dává na hodnocení a doporučení svých přátel. Tuto skupinu tvoří z největší části opět mladší respondenti, zejména skupina ve věku 15–34 let. Podle hereckého obsazení si obecně filmy vybírá 40 % oslovených.

Vrátíme-li se ještě na chvíli ke skupině 15–34 let, zjistíme, že je poměrně výjimečná i v tom, že se při výběru filmu ve větší míře řídí podle hodnocení uživatelů na filmových databázích typu ČSFD.cz. Dává na ně 56 % z nich, což je dokonce násobně více než u starších věkových kategorií. Mladší respondenty rovněž více než ostatní zajímají z filmů přednostně ty, o kterých se aktuálně mluví – odpovědělo tak 41 % dotázaných v této skupině. Naopak starší respondenti, přesněji věková kategorie nad 45 let, zase o něco více sleduje ty filmy, které zrovna dávají v televizi (34 %).

PODLE JAKÝCH KRITÉRIÍ SI RESPONDENTI VYBÍRAJÍ FILMY, KTERÉ ZHLÉDNOU?

ZÁKLAD: Ti, kteří sledují alespoň občas filmy, N=518



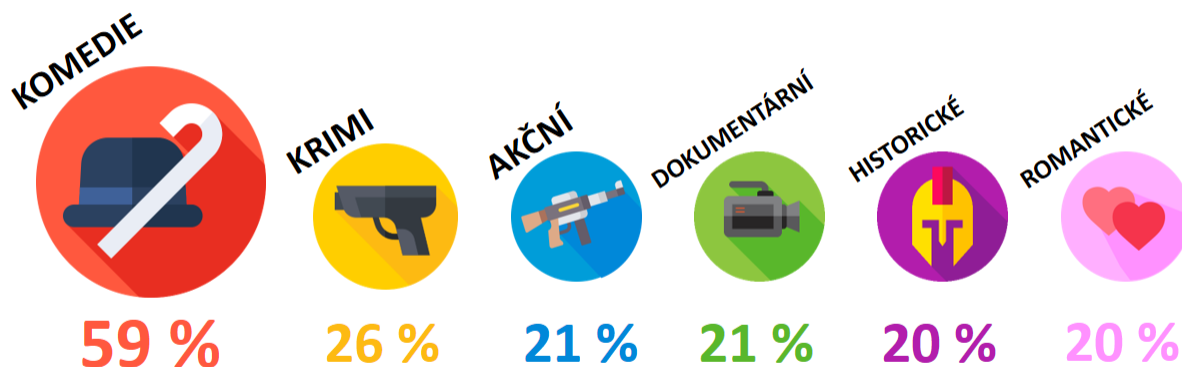
nielsen | ADMOSPHERE

Zdroj: Nielsen Admosphere, N=524, internetová populace ČR 15+, ČNP, únor 2019

U **oblíbených žánrů** je zajímavé podívat se na preference mužů a žen, protože se celkem výrazně liší. U obou pohlaví, tedy i celkově, vedou suverénně komedie, za svůj oblíbený žánr je označuje 59 % dotázaných. Muži pak na druhém místě preferují akční filmy (28 %), dále krimi (26 %), sci-fi a historické filmy (shodně 24 %). Naproti tomu ženy mají na druhém místě romantické filmy (33 %), na třetím rovněž krimi (26 %) a na čtvrtém pohádky (21 %).

OBLÍBENÉ ŽÁNRY

ZÁKLAD: Ti, kteří sledují alespoň občas filmy, N=518



nielsen | ADMOSPHERE

Zdroj: Nielsen Admosphere, N=524, internetová populace ČR 15+, ČNP, únor 2019

I přesto, že jsou čeští internetoví uživatelé dle výzkumu velcí filmoví fanoušci, **filmové festivaly většinou oželejí**: v současnosti na ně jezdí jen 8 % z nich. Další pětina sice na tyto akce nejedí, ale ráda by nějakou z nich navštívila v budoucnu. 62 % dotázaných nikdy na žádném filmovém festivalu nebylo, přičemž největší zastoupení mezi nimi mají respondenti starší 35 let.

Mezi festivaly, které respondenti navštěvují nejvíce, patří karlovarský filmový festival, dále zlínský filmový festival a Jeden svět.

Eliška Morochovičová | Public Relations

Eliska.Morochovicova@admosphere.cz

Nielsen Admosphere, a.s. | Českobratrská 2778/1 | 130 00 Praha 3 | tel.: +420 222 717 763 |

www.nielsen-admosphere.cz

Doplňující informace:

Společnost **Nielsen Admosphere** (www.nielsen-admosphere.cz) je výzkumnou agenturou s širokým portfoliem produktů a služeb v oblasti marketingových a mediálních výzkumů, analýz a zpracování dat. Zaměřuje se především na metodologicky a technologicky náročné projekty, jako je elektronické měření sledovanosti televize metodou TV metrů. Pro elektronické měření médií vyvíjí vlastní technologie pod značkou SimMetry™. Věnuje se i monitoringu reklamy, marketingovému výzkumu (online průzkumy, CAWI, CATI průzkumy...) a analýze dat a nabízí komplexní servis spolehlivé výzkumné agentury se zázemím mezinárodní výzkumné společnosti Nielsen.

Součástí skupiny Nielsen Admosphere je i společnost Adwind Software, která vyvíjí software pro práci s daty z výzkumů sledovanosti a monitoringu reklamy.

Český národní panel (www.ceskynarodnipanel.cz) je jedním z největších výzkumných panelů v Česku, na Slovensku (Slovenský národní panel – SNaP), v Polsku a v Maďarsku. Jeho spoluvlastníkem je výzkumná agentura Nielsen Admosphere. Panel slouží pro kvalitní a rychlé on-line sběry dat o internetové populaci. Disponuje početnou skupinou 50 000 respondentů v České republice, 25 000 respondentů na Slovensku, 17 000 v Polsku a 10 000 v Maďarsku.