

2024/2025

Kulturní Česko

...aneb výzkumná studie o vztahu Čechů ke kultuře

Res
SOLUTION



Obsah

Knihy

3

Muzea a galerie

7

Hudba

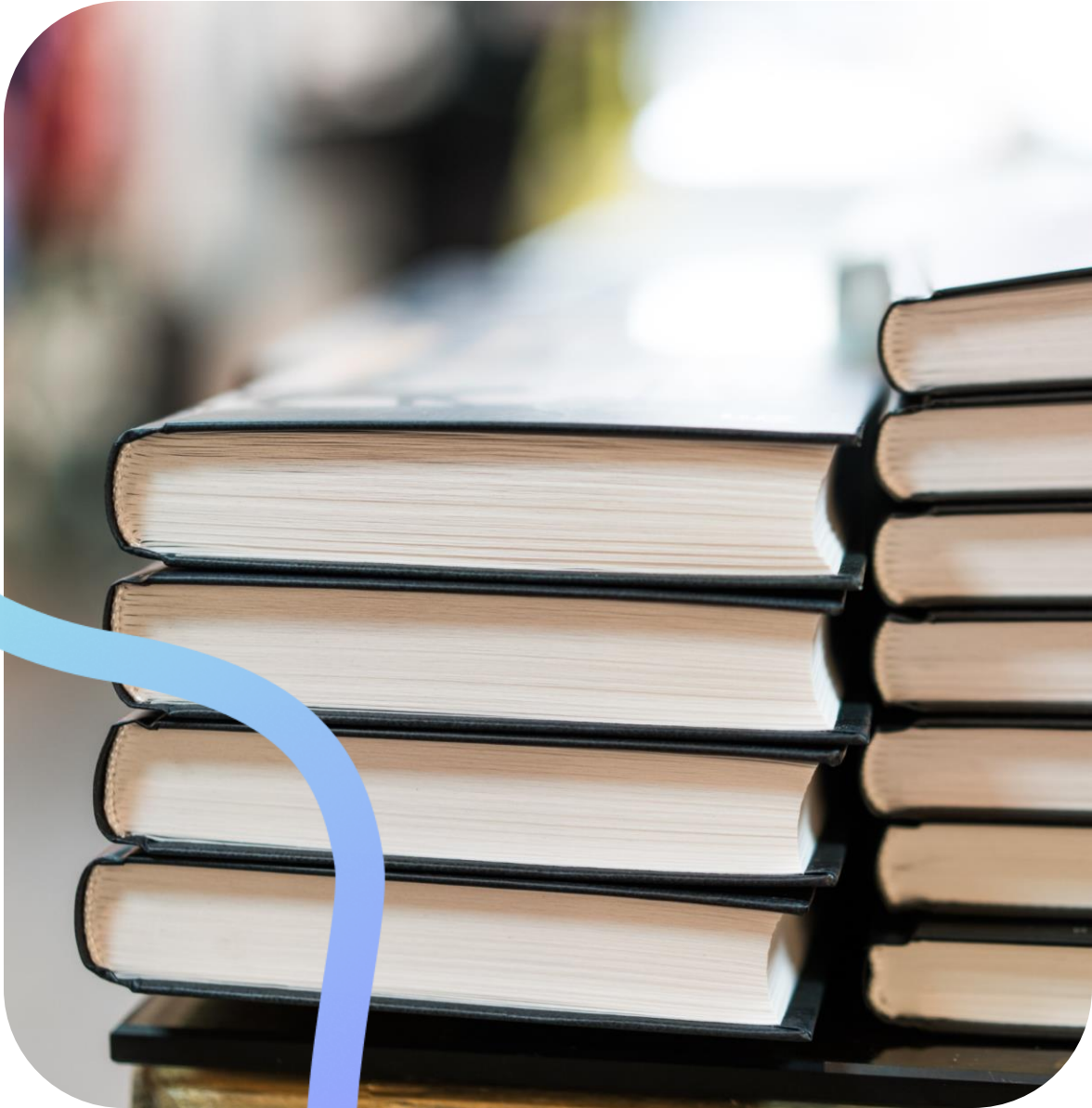
12

Divadlo

18

Film

23



KNIHY



SHRNUTÍ

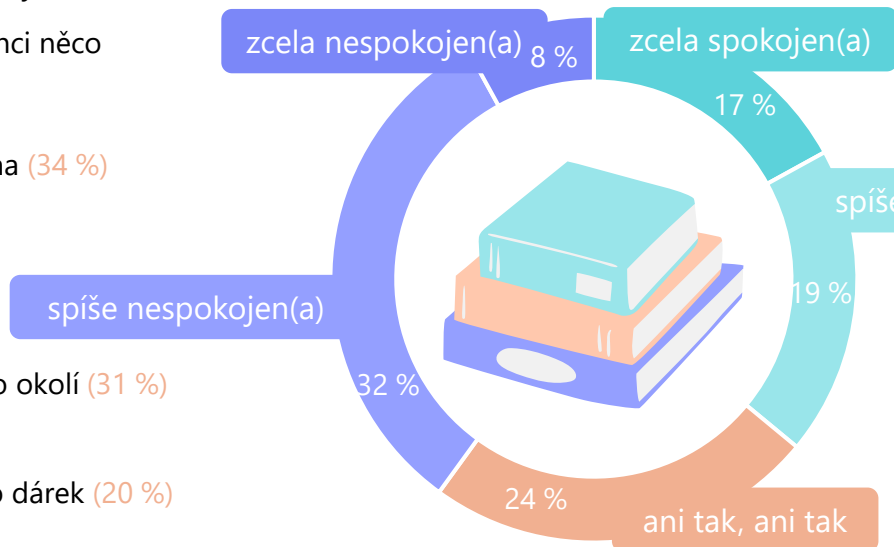
Knihy čte aspoň jednou týdně třetina lidí, dvě pětiny čtenářů ale nejsou spokojeny se svým časem na čtení

TOP 5

rozhodujících faktorů při výběru knih

1. Téma, o kterém se chci něco dozvědět (41 %)
2. Atraktivní/blízké téma (34 %)
3. Autor (32 %)
4. Doporučení blízkého okolí (31 %)
5. Kniha obdržená jako dárek (20 %)

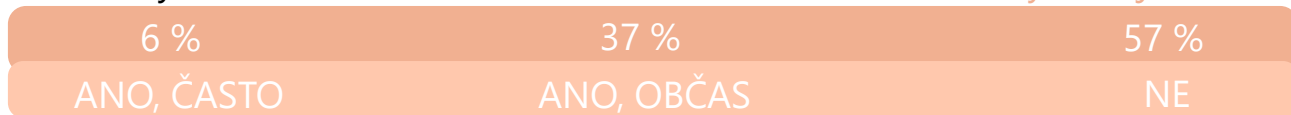
Jak jste spokojeni s tím, kolik času aktuálně máte na čtení knih?



Základ: Alespoň občas čtou knihy, N=448

Základ: Alespoň občas čtou knihy, N=448

Vyhledáváte aktivně informace o knihách, které nově vycházejí?



Základ: Alespoň občas čtou knihy, N=448

Jak často čtete knihy (pro vlastní potěšení)?



Základ: Celý vzorek, N=522

Čtení knih v Česku I

Výzkum provedla výzkumná agentura ResOLUTION Group v únoru 2024 metodou online sběru dat. Zúčastnila se ho pětistovka internetových respondentů z National Sample CZ starších 15 let.

Výsledky prvního dílu výzkumné série Kulturní Česko zaměřeného na čtení a sledování knižního trhu poukazují na to, že čtenářů v české populaci nenajdeme zrovna málo, ale radě lidí ke čtení chybí návyk, a proto po knihách sáhnou spíše výjimečně nebo vůbec. S časem, který mají na čtení, nejsou aktuálně spokojeny dvě pětiny čtenářů.

Pravidelných čtenářů, které jsme pro účely interpretace výzkumných dat definovali jako ty, kteří otevrou tištěnou nebo elektronickou knihu pro vlastní potěšení **alespoň jednou týdně**, je v české (internetové) populaci zhruba třetina. Větší podíl jich najdeme mezi ženami (41 %) než mezi muži (27 %) a také mezi respondenty nad 34 let, spíše než mezi mladšími ročníky. Dalších 17 % dotázaných čte **alespoň jednou měsíčně** a 16 % **méně často**. Každý pátý Čech je pak čistě **příležitostným čtenářem**, což znamená, že kniha mu dělá společníka například na dovolené nebo při nemoci. Pouhých 14 % lidí však nečte **vůbec**.

Čas na čtení

To, že podíl pravidelných čtenářů tištěných a elektronických knih momentálně nepřekračuje 34 %, nutně neznamená, že ostatní čtení zajímá méně, nebo že se z nich nemůžou stát silnější čtenáři. Velkou roli totiž zjevně hraje čas: že **nejsou spokojení** s tím, kolik ho aktuálně na čtení mají, odpověděly dvě pětiny respondentů (kteří čtou alespoň někdy). Těch, kteří jsou s dobou strávenou s knihami momentálně **spokojení**, je v internetové populaci 36 %.

Čtení knih v Česku II

Téma a autor jako rozhodující faktor při výběru knih

Další zkoumanou otázkou v průzkumu ResOLUTION Group bylo, podle čeho si lidé (resp. ti, kteří čtou alespoň občas) nejčastěji vybírají knihy ke čtení. Nejsilnějším lákadlem je podle výsledků **téma knihy, o kterém se chtějí něco dozvědět** (rozhoduje se podle toho 41 % dotázaných). **Téma, které je atraktivní nebo jim blízké**, je u budoucí knihy důležité pro 34 % a **autor knihy** pro 32 %.

Zajímavé je ale podívat se u otázky na výběr knih ke čtení i na roli názorů jiných lidí. Na **doporučení blízkého okolí** dá například docela podstatná část čtenářů, a sice 31 %. **Recenze či hodnocení čtenářů v online databázích či na e-shopech** jsou zase o něco silnějším motivátorem (12 %) než **recenze odborníků** (6 %). Jen malé procento se o knihách k přečtení rozhoduje podle **doporučení v knihkupectví či knihovně** (4 %) nebo podle **doporučení známých osobností či influencerů** (4 %). Právě influenceri jsou nicméně silnějším motivátorem pro nejmladší generaci.

Pro pětinu z těch, kteří čtou alespoň občas, je určující i to, že **knihu obdrželi jako dárek**. **Obal knihy či celková grafika** je při rozhodování klíčová u 9 % dotázaných.

Sledování novinek na trhu

Informace o knihách, které nově vycházejí, **aktivně vyhledávají** více než dvě pětiny aspoň občasných čtenářů, přičemž 6 % to dělá často a 37 % občas. Více se o dění na trhu s knižními novinkami zajímají opět ženy a respondenti s vyšším dosaženým vzděláním.



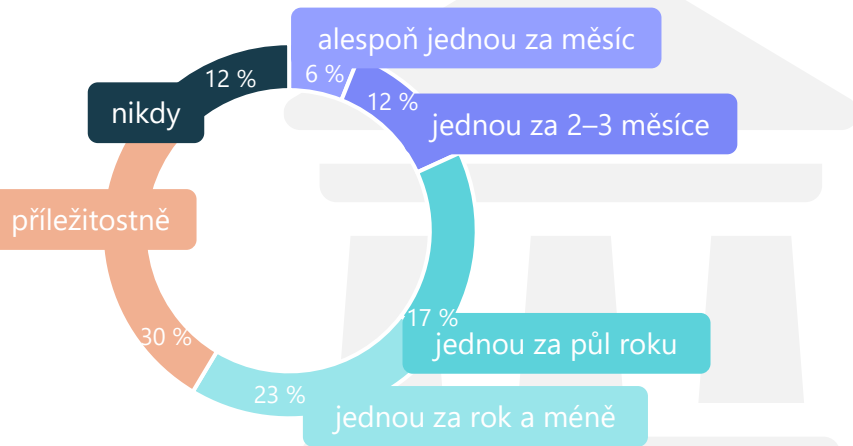
MUZEA & GALERIE



SHRNUTÍ

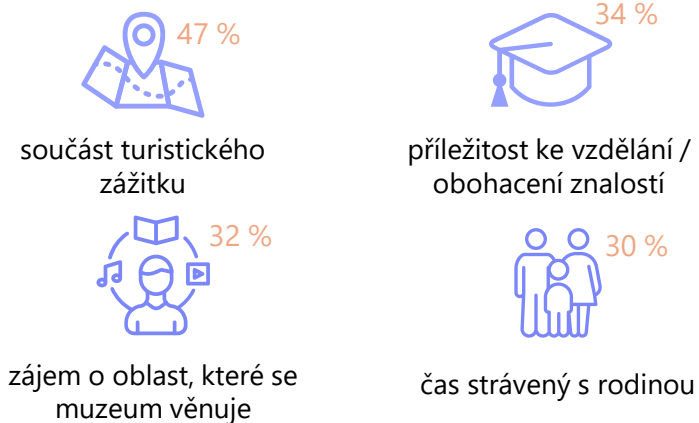
Muzea navštěvuje pětina Čechů **aspoň jednou za čtvrt roku**, z témat nejvíce láká **historie, kulturní bohatství ČR a příroda**

Jak často ve volném čase **navštěvujete** muzea a galerie?



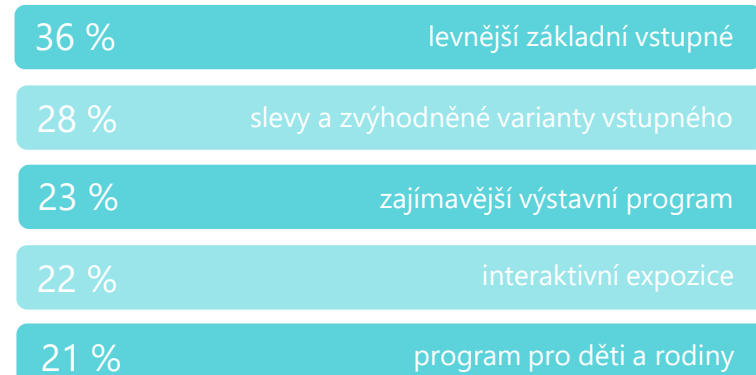
Základ: Celý vzorek, N=516

4 nejčastější **důvody** k návštěvě



Základ: Alespoň občas ve volném čase navštěvují muzea a galerie, N=457

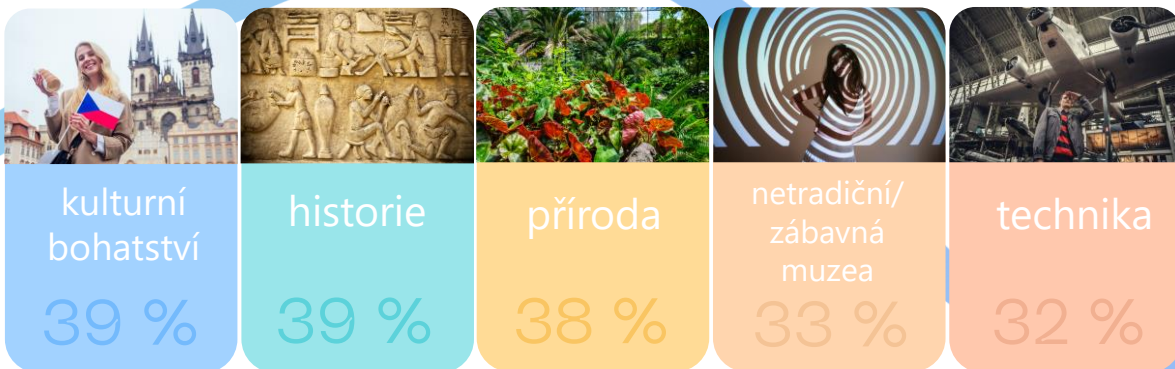
Co by vás **motivovalo** k (častější) návštěvě muzeí a galerií?



Základ: Navštěvují muzea a galerie maximálně jednou za půl roku nebo vůbec, N=421

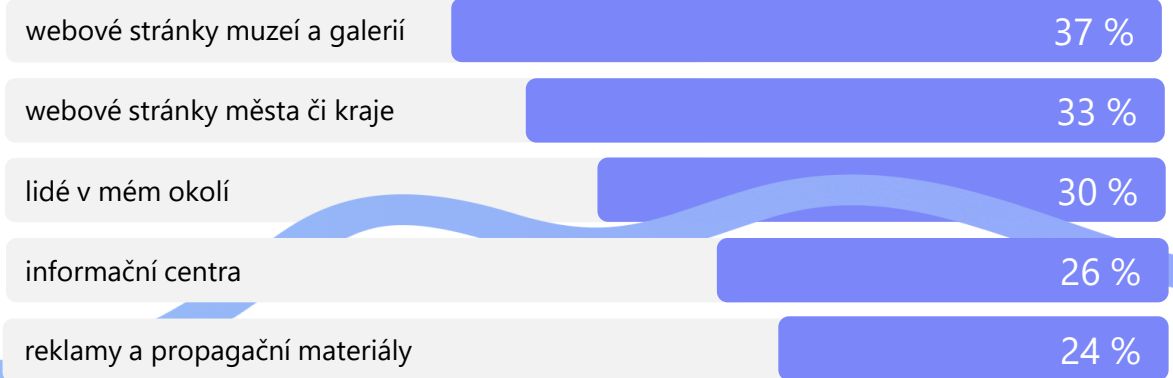
Nejpreferovanější zaměření muzeí a galerií

TOP 5



Základ: Alespoň občas ve volném čase navštěvují muzea a galerie, N=457

5 nejvyužívanějších **zdrojů informací** o aktuálním programu muzeí a galerií



Základ: Alespoň občas ve volném čase navštěvují muzea a galerie, N=457

Češi a návštěva muzeí a galerií I

Výzkum provedla výzkumná agentura ResOLUTION Group v dubnu 2024 metodou online sběru dat. Zúčastnila se ho pětistovka internetových respondentů z National Sample CZ starších 15 let.

V tomto průzkumu se podíváme na to, jaký je v Česku (obecně) zájem o muzea a galerie, jaká jejich zaměření návštěvníci nejvíce vyhledávají, nebo kolik jich jezdí za muzejními expozicemi do zahraničí.

Muzea a galerie jsou pro velkou část lidí v Česku spíše příležitostnou kratochvílí: 30 % online respondentů ve výzkumu odpovědělo, že je navštěvuje **na dovolené** a při podobných **nepravidelných příležitostech**. Dalších 23 % tam chodí **jednou ročně nebo méně často**, 17 % pak **jednou za půl roku**. Zbýlých 18 % by se dalo označit za pravidelnější návštěvníky, protože do muzeí či galerií chodí **alespoň jednou za 2–3 měsíce**.

Mírně nadprůměrní jsou v návštěvě (aspoň jednou za čtvrt roku) respondenti do 34 let a také obyvatelé Prahy a středních Čech.

Proč do muzeí vyrážíme?

Jít do muzea či galerie je **součástí turistického zážitku** – s tímto důvodem k návštěvě se ztotožňuje skoro polovina lidí. To nám zároveň navazuje na předchozí zmíněné zjištění, tedy že tyto instituce lidé navštěvují na dovolené, spíše než kdykoli jindy. V pořadí druhým nejobvyklejším důvodem k návštěvě muzea či galerie je pro respondenty **příležitost ke vzdělání a obohacení znalostí** (odpovědělo tak 34 % jejich alespoň příležitostných návštěvníků). V těsném závěsu je pak **obecný zájem o oblast, které se muzeum věnuje** (33 %). Poměrně důležitou motivací je ale i **čas strávený s rodinou**, který zmínili 3 z 10 návštěvníků muzeí. Naopak třeba **doprovodný program** nebo **podpora lokálního kulturního života** patřily mezi nejméně uváděné důvody.

Češi a návštěva muzeí a galerií II

Jaká témata vyhledáváme?

Otázka na **vyhledávané zaměření muzeí** dále nabízí zajímavou ukázkou rozdílných preferencí mužských a ženských návštěvníků, a dokonce i různých věkových skupin. U celého vzorku vedou téměř nerozhodně témata **historie, českého kulturního bohatství** (jako řemesla, lidová kultura, hudba a podobně) a **přírody** – všechny shodně označovaly necelé dvě pětiny návštěvníků muzeí. Na dalších místech pak vidíme **netradiční/zábavní muzea** (33 %), **technická muzea** (32 %), **muzea výtvarného umění** (29 %), **muzea konkrétních míst** (29 %) a **vědecká muzea** (28 %).

U mužů na plné čáře vítězí muzea se zaměřením na **techniku**, na druhém místě pak mají **historická témata** a na třetím **přírodu**. Ženy naopak nejvíce zajímá **kulturní bohatství naší země**, dále **příroda** a **netradiční či zábavní muzea** (typu muzea iluzí a podobně). Netradiční zábavní muzea vedou u nejmladší věkové skupiny do 34 let – následovaná jsou vědou a přírodou. Nejstarší skupina nad 55 let má na třetím místě – po historii a kulturním bohatství – muzea konkrétních míst jako měst, budov a podobně.

Poměrně očekávané výsledky pak přinesla otázka, zda respondenti navštěvují **spíše muzea v Česku nebo v zahraničí**. Dvě pětiny chodí **výhradně do českých**, další dvě pětiny navštěvují **česká ve většině případů**. Jen 6 % jezdí **spíše do muzeí v zahraničí**. 16 % dotázaných navštěvuje **zhruba ve stejné míře** česká i zahraniční muzea.

Češi a návštěva muzeí a galerií III

Vyhledávání informací o programu

A kde si respondenti z řad alespoň příležitostných návštěvníků zjišťují **informace o aktuálním programu** muzeí a galerií? Nejčastěji na **webech konkrétních institucí** (37 %), vysoko se ale umístily i **webové stránky města či kraje** (33 %), „lidské zdroje“, tedy **lidé z blízkého okolí** respondenta (30 %) nebo **informační centra** (26 %). Z **reklam a propagačních materiálů** čerpá tyto informace necelá čtvrtina návštěvníků a podobný počet se orientuje podle **příspěvků na sociálních sítích (na profilech daných muzeí a galerií)**. Na opačném konci škály jsou **knihovny** nebo **podcasty**, které shodně slouží jako zdroj o programu pouze 6 % návštěvníků muzeí. 7 % také odpovědělo, že **žádné zdroje** o aktuálním dění v muzeích a galeriích nevyužívá.

Motivace k častější návštěvě

V neposlední řadě se průzkum zaměřil také na respondenty, kteří do muzeí chodí spíše výjimečně nebo vůbec, a zjišťoval, **co by je motivovalo k (častější) návštěvě**. Nejpočetnější skupina dotázaných (36 %) se shodla na tom, že by je nalákalo **levnější základní vstupné**. I druhý nejčastější motivátor je finanční, a sice **slevy a zvýhodněné varianty vstupného** (28 %). 23 % by ocenilo **zajímavější výstavní program** muzeí a galerií, 22 % zmínilo **interaktivní expozice** (silněji mladší ročníky) a 21 % **program pro děti a rodiny**. 15 % by však k návštěvě nedokázalo motivovat **nic**.



HUDBA

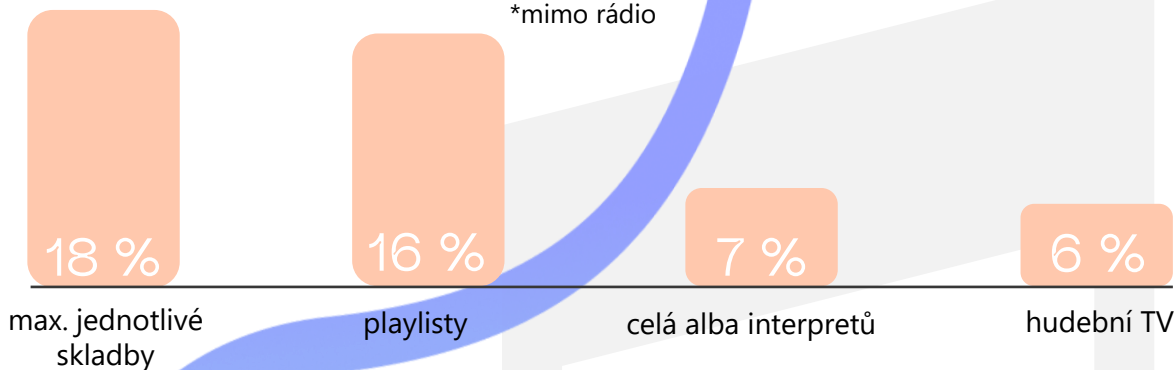


SHRNUTÍ

V hudbě Češi preferují **pop** a **místní produkci**. Gen Z už má ale jiné hudební návyky než starší generace

Druhy poslechu hudby* denně:

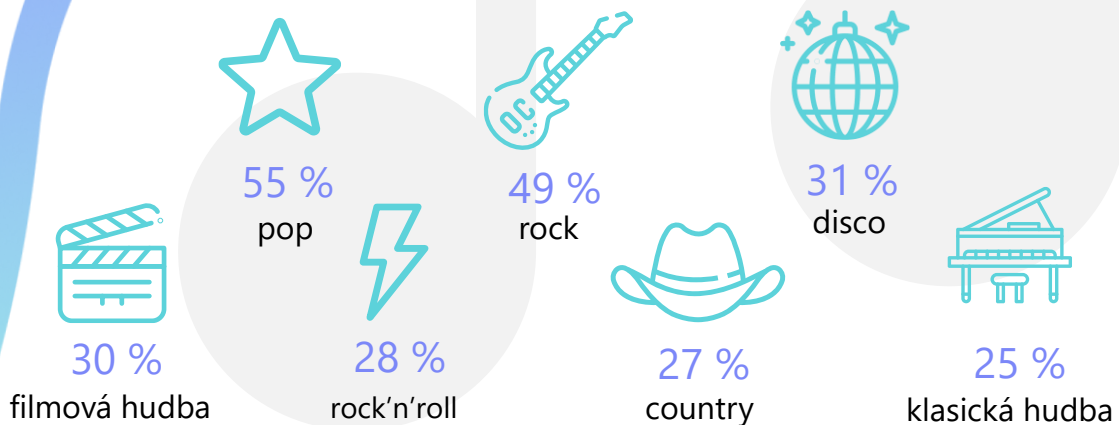
*mimo rádio



Základ: Celý vzorek, N=524

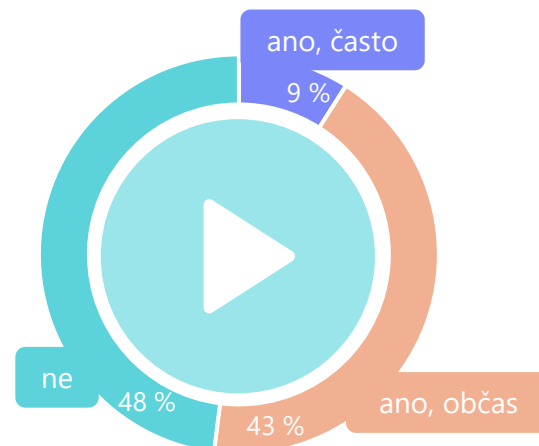
TOP 7

nejpreferovanějších žánrů hudby

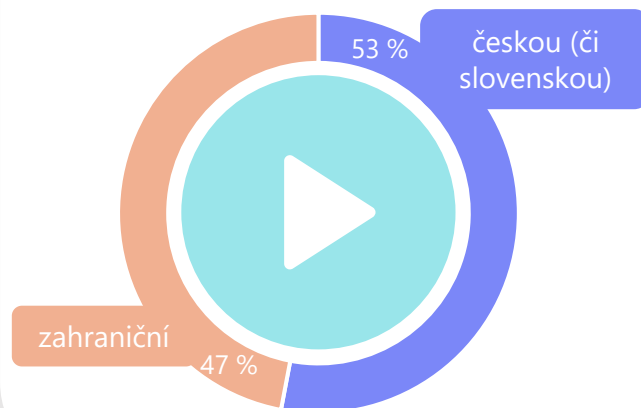


Základ: Celý vzorek, N=524

Zajímáte se aktivně o to, co se aktuálně děje ve světě hudby?



Preferujete k poslechu spíše českou, nebo zahraniční hudbu?



Základ: Celý vzorek, N=524

TOP 5

faktorů výběru hudby k poslechu

71 % nálada

50 % žánr

50 % interpret

40 % známost osvědčenost

35 % příležitost

Základ: Věnují se poslechu hudby alespoň někdy, N=504

Poslech hudby v Česku I

Výzkum provedla výzkumná agentura ResOLUTION Group v červnu 2024 metodou online sběru dat. Zúčastnila se ho pětistovka internetových respondentů z National Sample CZ starších 15 let.

Další díl výzkumné série Kulturní Česko společnosti ResOLUTION Group zjišťoval, jaký mají Češi vztah k poslechu hudby: jakým způsobem ji nejčastěji poslouchají, jaké mají v této oblasti preference, podle čeho si hudbu k poslechu vybírají nebo zda se o ni aktivně zajímají. Zajímalo nás ale také, kolik procent lidí se letos chystá na nějaký hudební festival. Těch je necelá čtvrtina, přičemž nejčastěji návštěvníky najdeme mezi nejmladšími respondenty do 34 let.

Poslechu hudby se lze věnovat mnoha různými způsoby – jak soustředěně a s konkrétním úmyslem (např. při poslechu konkrétních umělců nebo celých alb), tak kulisově (např. jako součást poslechu rádia nebo hudebních stanic). Dle výzkumu poslouchá na **denní bázi** velká část lidí **hudbu v rádiu**, ať už na výhradně hudebních stanicích, nebo stanicích, kde hudba není hlavní náplní. My se ale nyní budeme soustředit na samostatný poslech hudby. A v těchto případech u respondentů vede cílený poslech **jednotlivých skladeb** (18 % denně), dalších 16 % denně poslouchá **playlisty** složené ze skladeb různých interpretů. Jen jednotky procent lidí poslouchají na denní bázi **celá alba interpretů**.

Mladá generace = silnější posluchači hudby

Hudební návyky má však každá věková skupina jiné. Samostatný poslech hudby je v podstatně větší míře součástí života mladých (15–34 let) než starších věkových skupin. Mladší ročníky častěji poslouchají jednotlivé skladby, playlisty (tyto dva druhy poslechu bezkonkurenčně vedou i v každodenním poslechu), ale také celá alba interpretů. Starší skupiny oproti tomu více tíhnou k poslechu hudby v rámci rozhlasového vysílání. Skoro polovina nejstarší generace respondentů (55+) například vůbec neposlouchá playlisty a necelá třetina si nikdy nepustí ani celá alba.

Poslech hudby v Česku II

Nálada jako nejsilnější faktor výběru

Podle čeho si Češi hudbu k poslechu vybírají? Zeptali jsme se samozřejmě už pouze těch, kteří ji alespoň někdy poslouchají. A ti se – dokonce napříč věkovými skupinami – shodli na tom, že rozhodující je **nálada** (71 %). Na druhém místě hudbu vybírají podle **žánru**, dále **interpreta** (oba shodně jmenovala polovina dotázaných) a na čtvrtém místě podle toho, že už **ji mají osvědčenou nebo ji znají** (40 %). Pětici nejdůležitějších faktorů výběru uzavírá **příležitost**, např. to, že si chceme hudbu pustit ke konkrétní činnosti (35 %).

U věkové kategorie do 34 let je příležitost dokonce třetí nejčastější faktor výběru. O něco důležitější je pro tuto skupinu také interpret než žánr – u nejstarší kategorie je to právě naopak, střední kategorie má oba faktory zhruba na stejné úrovni. Skupina nejmladších však obecně zmiňuje širší škálu různých faktorů při výběru hudby než starší generace. Nad rámec zmiňované pětice je také více než ostatní ovlivňuje doporučení rodiny a přátel i doporučení služby, přes kterou hudbu poslouchají, nebo třeba to, jak si hudba vede v žebříčcích.

Poslech hudby v Česku III

Hudba tří generací: rap, disco, country

Otázka, kterou nelze u hudby vynechat, se týkala oblíbených **žánrů**. Opět je zajímavé podívat se na rozpad podle věkových skupin, nicméně z celkových dat vychází, že mezi Čechy aktuálně vede **pop, rock, disco** a **filmová hudba**.

U nejmladších respondentů je nejoblíbenějším žánrem pop (preferuje ho 63 % z nich), následován je rockem a třetí místo patří hip-hopu, respektive rapu. Zajímavostí je, že třetí jmenovaný žánr se v odpovědích starších respondentů objevoval spíše okrajově. Dotázaní mezi 35 a 54 let věku si nejraději pustí rock (54 %), v těsném závěsu ale mají pop a na třetím místě disco. Respondenti nad 55 let nejvíce tíhnou k popu (49 %), těsně druhé je country a třetí místo patří rocku.

Mírná většina posluchačů dává přednost **české či slovenské hudební produkci** (53 %) před **zahraniční** (47 %), ale opět pozorujeme velké rozdíly u věkových skupin. Dotázaní do 34 let naopak výrazněji upřednostňují zahraniční hudbu (69 %). Preference se začínají lámat s rostoucím věkem, protože už kategorie 35–54 let dává přednost české/slovenské produkci (58 %), což u dotázaných nad 55 let věku ještě zesiluje (70 %).

Poslech hudby v Česku IV

Vztah k hudbě

Na respondentech výzkumu jsme také otestovali několik výroků, které nám ještě více přiblížily vztah Čechů k hudbě a k tomu, jak velkou část jejich životů tato záliba tvoří. (Téměř) 4 z 10 dotázaných o sobě prohlásili, že **jsou v hudbě velmi otevření a líbí se jim spousta různých stylů**. Skoro každý třetí Čech si **nedokáže bez hudby představit svůj život** (přičemž mnohem silněji se k tomuto výroku hlásí nejmladší dotázaní). Pro více než pětinu lidí je **hlavní oblastí zájmu hudba prověřená časem a aktuální produkce jim naopak nic neříká**. Toto přirozeně platí spíše pro starší ročníky. Pro 26 % je pak **hudba pouhou kulisou k činnostem a hlubší vztah k ní nemají** (což opět platí silněji pro starší ročníky).

Festivalová sezona

A jelikož letní festivalová sezona je v plném proudu, zeptali jsme se respondentů, zda se letos chystají na nějaký hudební festival. 23 % se nějaký **chystá navštívit**, přesněji 14 % pojedje na **jeden** a 9 % na **několik**. 17 % respondentů v okamžiku dotazování ještě **nevědělo**, zda do svých plánů na léto nějaký hudební festival zařadí.

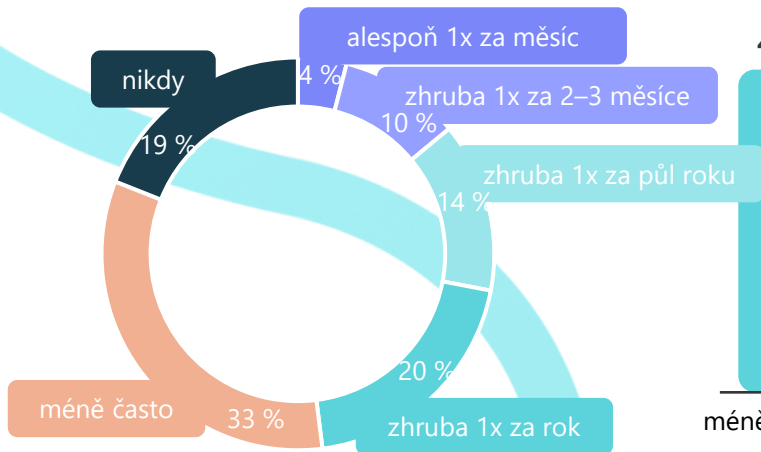


DIVADLO



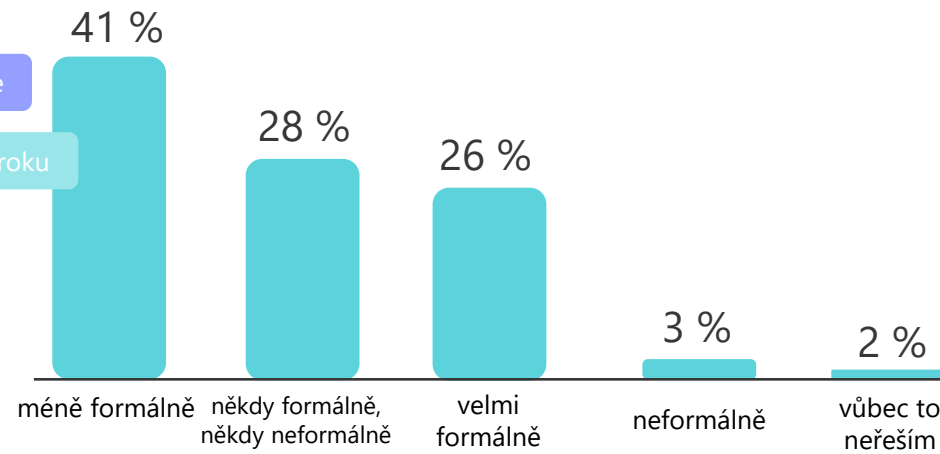
SHRNUTÍ 14 % Čechů chodí do divadla aspoň jednou za čtvrt roku, táhnou zejména komedie a z žánrů činohra

Jak často navštěvujete divadlo?



Základ: Celý vzorek, N=503

Jak se oblékáte do divadla?



Základ: Alespoň občas navštěvují divadlo, N=408

8 nejdůležitějších faktorů při výběru konkrétního představení



Základ: Alespoň občas navštěvují divadlo, 2024, N=408

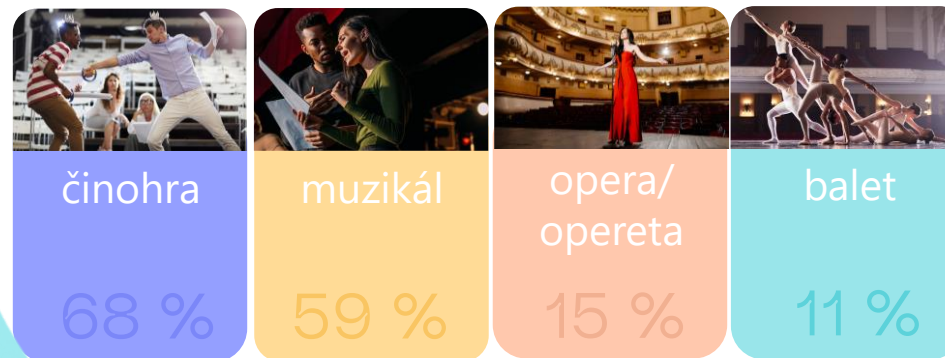
Proč nenavštěvujete divadlo častěji?

TOP 4

- 33 % divadlo mě obecně nezajímá
- 24 % příliš vysoká cena
- 20 % nemám doprovod
- 16 % nemám v blízkosti žádné divadlo

Základ: Navštěvují divadlo méně často než jednou za rok, N=263

Jaké typy představení / žánry rádi navštěvujete?



Základ: Alespoň občas navštěvují divadlo, N=408

Češi a divadlo I

Výzkum provedla výzkumná agentura ResOLUTION Group v červenci 2024 metodou online sběru dat. Zúčastnila se ho pětistovka internetových respondentů z National Sample CZ starších 15 let.

Výzkum na téma divadla ukazuje, jak Češi divadla navštěvují, jaké jeho formy preferují, nebo co by je například přimělo chodit na představení více.

Jak průzkum ukázal, Češi jsou spíše sporadickými návštěvníky divadla: 53 % dotázaných ho navštěvuje zhruba **jednou ročně nebo méně často**. Skutečných fanoušků, tedy těch, kteří chodí alespoň **jednou měsíčně**, jsou v online populaci aktuálně 4 %. Ve skupině VŠ/VOŠ vzdělaných jich je však téměř dvojnásobek, respektive 7 %. Jeden člověk z deseti pak divadlo navštíví zhruba **jednou za 2–3 měsíce**, dalších 14 % **jednou za půl roku**. Obecně také platí, že častěji do divadla vyrážejí ženy než muži, dále mladší ročníky a nepřekvapivě také spíše lidé z měst. Pětina vzorku nenavštěvuje divadlo **nikdy**.

Co patří mezi nejdůležitější faktory při výběru konkrétního představení?

Velkou roli hraje **herecké obsazení**, které má mezi nejdůležitějšími faktory výběru představení 44 % alespoň občasných návštěvníků divadla. Na druhém místě je **žánr/forma**, tedy zda se jedná o komedii či tragédii (37 %). Čtvrtina nejvíce vybírá podle **místa** (konkrétního divadla či zajímavé lokace), 22 % podle **tématu představení**. 18 % volí představení na základě **doporučení blízkého okolí** a stejný podíl vyrazí na představení, na která **obdrželi lístek jako dárek**. Z dalších faktorů, které respondenti zařadili mezi nejdůležitější, stojí za pozornost ještě například **předloha**, podle které se takto rozhoduje 15 % respondentů, nebo **aktuální popularita představení**, která je při výběru důležitá pro 9 %.

Češi a divadlo II

Činohra výrazně předčí jiné žánry

Z divadelních forem v Česku bezkonkurenčně vítězí **komedie** nad **tragédií**: veseloohře dává přednost 91 % návštěvníků, tragédii 9 %. Z **žánrů** pak vede **činohra**, kterou mají mezi nejoblíbenějšími žánry více než dvě třetiny dotázaných. Hned na druhém místě vidíme **muzikál** s 59 % fanoušků. **Operu či operetu** rádo navštěvuje 15 % respondentů a balet 11 %. **Jiné pohybové divadlo** má mezi nejoblíbenějšími žánry 9 % návštěvníků divadla a **loutkové divadlo** 8 %. Jsou zde ale patrné rozdíly u jednotlivých věkových skupin. Pohybové žánry jako balet a další zařadili ve větší míře mezi své nejoblíbenější nejmladší respondenti oproti starším, obliba činohry naopak s věkem stoupá. Opera/opereta je zhruba stejně oblíbená u nejmladší i nejstarší věkové skupiny, u té střední (35–54 let) naopak pozorujeme mírný propad.

Je dress code do divadla přežitek?

Průzkum také zjišťoval, jak se návštěvníci staví k **výběru oblečení**, když jdou do divadla. Největší část (41 %) se shodla na tom, že do divadla volí **méně formální oblečení, ale zároveň jim záleží na tom, aby vypadali upraveně**. 26 % je zvyklých se na představení oblékat **velmi formálně a dávat si na svém vzhledu zvlášť záležet** – takto odpovídaly ve větší míře ženy než muži. Pouhá 3 % se do divadla oblékají **čistě neformálně** a 2 % oblečení **vůbec neřeší** a do divadla chodí v tom, co na sobě mají celý den. Více než čtvrtina lidí tuto otázku ale řeší představení od představení – **někdy se tedy oblékají vyloženě formálně, jindy neformálně**.

Češi a divadlo III

Sporadiční návštěvníci: proč je divadlo netáhne?

U lidí, kteří navštěvují divadlo méně než jednou za rok jsme ještě zjišťovali, **proč nechodí častěji**. Třetinu z nich **divadlo obecně nezajímá**, čtvrtinu odrazuje **příliš vysoká cena představení**. Pětina dotázaných ale pouze **nemá doprovod** a nechce do divadla chodit sama. Tento důvod zmiňovaly ve větší míře ženy. 16 % v častější návštěvě zabraňuje to, že **v blízkosti žádné divadlo nemají**.

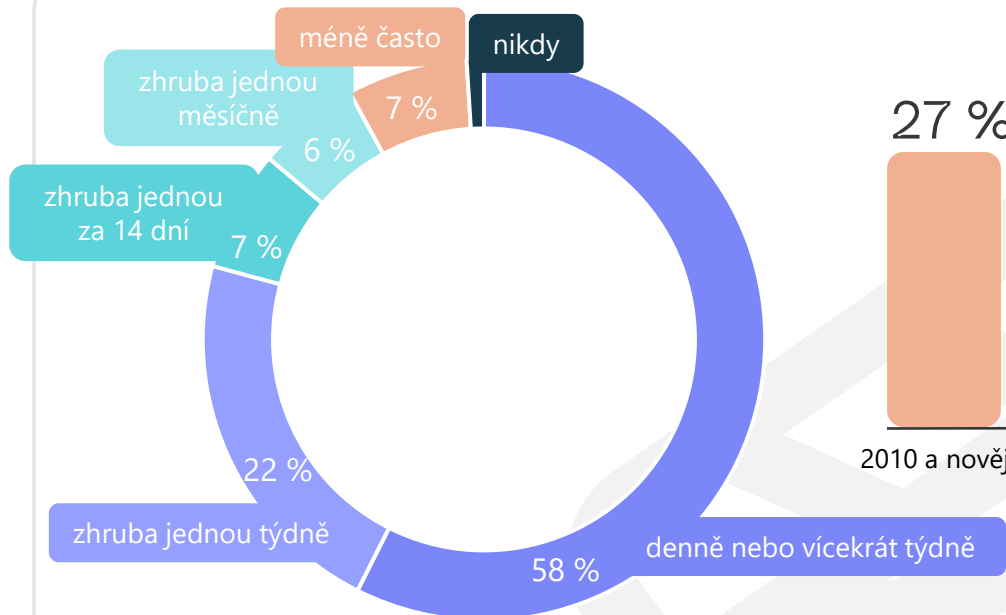


FILM



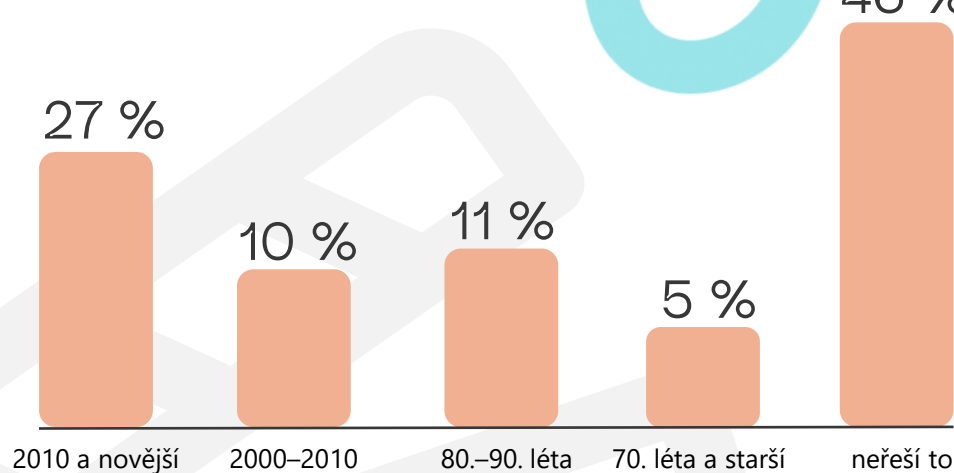
SHRNUTÍ 58% Čechů sleduje filmy denně nebo vícekrát týdně, nejraději mají komedie

Jak často sledujete filmy?



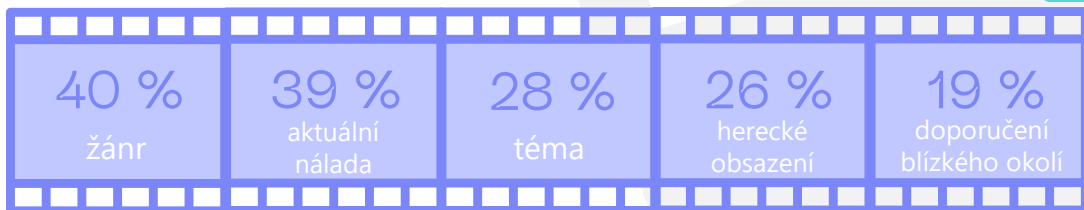
Základ: Celý vzorek, N=1028

Filmy z jakého období jsou vaše oblíbené?



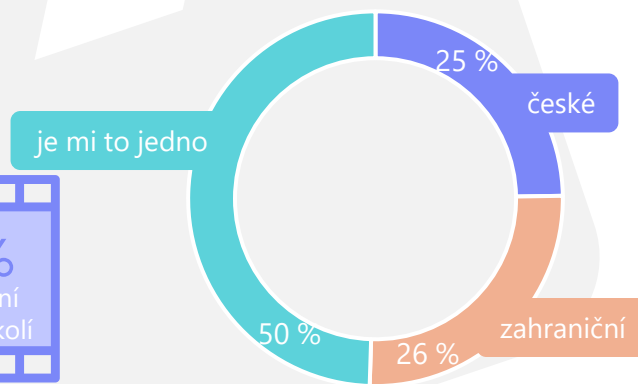
Základ: Sledují filmy, N=1013

TOP 5 faktorů výběru filmů ke zhlédnutí



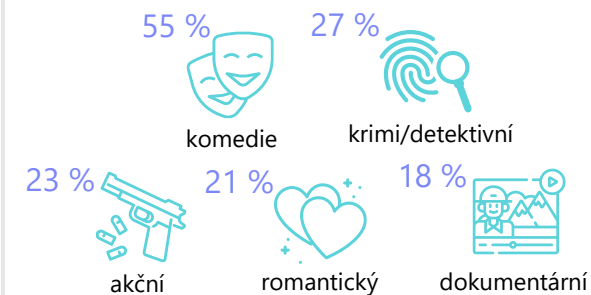
Základ: Sledují filmy, N=1013

Jaké filmy preferujete?



Základ: Sledují filmy, N=1013

TOP 5 filmových žánrů



oblíbenost filmových žánrů u mužů



komedie	51%
akční	33%
krimi/detektivní	24%
dokumentární	18%
romantický	9%

oblíbenost filmových žánrů u žen



komedie	58%
romantický	34%
krimi/detektivní	29%
dokumentární	18%
akční	12%

Základ: Sledují filmy, N=1013

Sledování filmů v Česku I

Výzkum provedla výzkumná agentura ResOLUTION Group v lednu 2025 metodou online sběru dat. Zúčastnila se ho tisícovka internetových respondentů z National Sample CZ starších 15 let.

V závěrečné zprávě výzkumného seriálu Kulturní Česko jsme se zaměřili na kategorii filmu. Data ukazují, že Češi jsou skutečnými filmovými fanoušky a většina si nějaký film pustí alespoň jednou týdně. Nejčastěji si je vybírají podle žánru a aktuální nálady. Nejoblíbenějším žánrem je u nás komedie a z období vzniku preferujeme spíše filmy novější (vzniklé po roce 2010). Z filmových cen zajímají čtvrtinu Čechů výsledky Oscarů a 22 % výsledky Českého lva.

Více než polovina online Čechů sleduje filmy **vícekrát týdně** – bez ohledu na to, zda v kině či v domácím prostředí. Podle nejnovějších dat si je pouští **denně nebo téměř denně** 28 % lidí, dalších 30 % je sleduje **několikrát týdně**. Přibližně **jednou týdně** si film dopřeje 22 % respondentů. Méně pravidelné sledování, tedy **jednou za 14 dní až jednou měsíčně**, pak uvedlo celkem 12 % dotázaných. 7 % si pustí film ještě **méně často** a pouze 1 % uvedlo, že filmy nesleduje **vůbec**. Už to nám napovídá, že v české populaci patří filmy ke skutečně oblíbené kratochvíli.

Zajímají ale Čechy také **filmové ceny**, konkrétně američtí Osaři a/nebo Český lev? Většina respondentů sledujících filmy se o výsledky těchto cen **nezajímá** (67 %). Atraktivnější jsou přitom jejich výsledky pro ženy než pro muže. Čtvrtinu dotázaných zajímají výsledky **Oscarů**, ale velmi podobný zájem je i o **Českého lva**, který poutá pozornost více než pětiny lidí. Co se týče zájmu ve věkových skupinách, tak u nejmladší kategorie do 34 let vítězí s přehledem Osaři (zajímají 26 % dotázaných v tomto věku, Český lev pouze 14 %), střední kategorii od 35 do 54 let zajímají Osaři a české ceny zhruba stejně (22 % vs. 21 %) a u nejstarší skupiny nad 55 let se preference otáčejí a o něco více je láká Český lev (32 %) než Osaři (26 %).

Sledování filmů v Česku II

Podle čeho vybíráme

Pojďme ale zpět k samotnému sledování filmů, nejprve k otázce jejich **výběru**. Obecně si filmoví diváci nejčastěji vybírají filmy podle **žánru** (40 % je uvedlo mezi třemi nejdůležitějšími faktory) a **aktuální nálady** (39 %). Významnou roli hraje také **téma** filmu (28 %) či **herecké obsazení** (26 %). Dalšími méně často zmiňovanými faktory jsou **doporučení blízkého okolí** (19 %) a **hodnocení diváků na filmových databázích** (17 %). Co se týče nejvýraznějších rozdílů mezi pohlavími, tak muži o něco častěji než ženy volí filmy podle žánru nebo podle recenzí v médiích. Ženy zase kladou větší důraz na herecké obsazení, téma filmu nebo jeho aktuální popularitu. Z pohledu věku se nejmladší diváci filmů nejčastěji rozhodují o filmu ke zhlédnutí na základě aktuální nálady (47 % ho uvedlo mezi 3 nejdůležitějšími faktory) a s vyšším věkem zase roste například důležitost hereckého obsazení nebo tendence sledovat to, co zrovna běží v televizi.

České vs. zahraniční filmy

U **země původu filmů nemá** polovina diváků **preferenci** mezi českými a zahraničními. Ti s jasnější preferencí jsou rozděleni poměrně rovnoměrně na **fanoušky českých i zahraničních** filmů (25 % vs. 26 %). Z hlediska pohlaví nepozorujeme výraznější rozdíly, avšak z pohledu věku odpovídali starší respondenti podstatně častěji, že preferenci českých/zahraněních filmů nemají. Zahraniční filmy pak výrazně častěji preferují nejmladší diváci do 34 let (42 %) – české filmy mají tito respondenti naopak v oblíbě nejméně ze všech věkových skupin. Ve střední věkové skupině jsou preference opět víceméně vyrovnané a u nejstarší skupiny zase vítězí české filmy (preferuje je 32 % z nich).

Sledování filmů v Česku III

Žánry a období vzniku filmů

Jednou z nejzajímavějších otázek je ta na preference filmových **žánrů**. Celkově nejoblíbenější je mezi českými diváky **komedie**, kterou uvedla ve svém žebříčku TOP 3 žánrů více než polovina respondentů (55 %). Následuje **krimi/detektivní** žánr (27 %) a **akční filmy** (23 %). Celkovou TOP pětici uzavírají **romantické filmy** (21 %) a shodně s 18 % odpovědí pak **dokumentární filmy, sci-fi a thrillery**. Naopak nejméně populární jsou **westerny** a **muzikály** (oba shodně uvedla 4 %). Muži oproti ženám mají v žebříčku TOP 5 akční a sci-fi žánry – ženy zase dávají ve větší míře přednost romantickým filmům a pohádkám. Nejmladší respondenti mají výraznější oblibu například ve fantasy a sci-fi žánrech, které figurují v jejich TOP 5 na rozdíl od dalších věkových skupin, a u nejstarších nad 55 let se zase více prosazují třeba dokumentární a historické filmy.

Poslední otázka výzkumu směřovala k **oblíbenému období vzniku filmů**. Téměř polovina respondentů uvedla, že ho neřeší a nemá v tomto ohledu preference. Z konkrétních období jsou nejpoblíbenější filmy z roku **2010 a novější** (27 %), následované filmy z **80. a 90. let** (11 %) a filmy z let **2000–2010** (10 %). **Filmy staršího data než 1980** jsou výrazně méně oblíbené – vyhledávají je jen jednotky procent diváků.

Metodika výzkumů

Metoda



Výzkumy byly realizovány prostřednictvím internetového sběru (CAWI). Respondenti jsou součástí National Sample CZ.

Cílová skupina



Česká internetová populace 15+

Vzorek



Analýza dat byla uskutečněna na vzorku min. 500 respondentů (522 – knihy, 516 – muzea, 524 – hudba, 503 – divadlo, 1028 – film).

Terénní sběr



Terénní sběr dat proběhl v několika vlnách v období od února 2024 do ledna 2025.

Výběrové znaky



Kvóty na pohlaví, věk, vzdělání, velikost místa bydliště a kraj.

Kvalita



Dodržujeme standardy ESOMAR (European Society for Opinion and Marketing Research) a SIMAR (Sdružení agentur pro výzkum trhu a veřejného mínění).

Res SOLUTION



Eliška Morochovičová

Head of Communication

eliska.morochovicova@resolution.cz

www.resolution.cz

A decorative graphic on the right side of the slide. It features a large, stylized yellow and orange shape resembling a paperclip or a thick 'U' shape. To its left are two dark blue circles and two orange diamonds stacked vertically. Below these are three vertical bars: one orange, one yellow, and one blue.