



Jihočeši a kultura

Výsledky výzkumu kulturního chování populace
Českých Budějovic a jižních Čech 2025

Linda Krajčovič Synková

linda.krajcovic.synkova@budejovice2028.cz

více na <https://www.budejovice2028.eu/data-v-kulture>

OBSAH

POSTOJE KE KULTUŘE

DOSTUPNOST KULTURY

KULTURNÍ CHOVÁNÍ

- ve vztahu k věku
- potenciál růstu
- doprovod
- dojíždka za kulturou
- kreativní aktivity a kultura doma

BARIÉRY V ÚČASTI NA KULTUŘE

MOTIVACE V ÚČASTI NA KULTUŘE

KOMUNIKAČNÍ KANÁLY

- sociální sítě

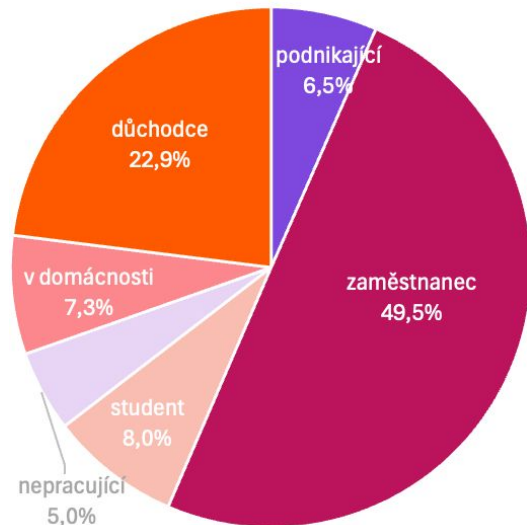
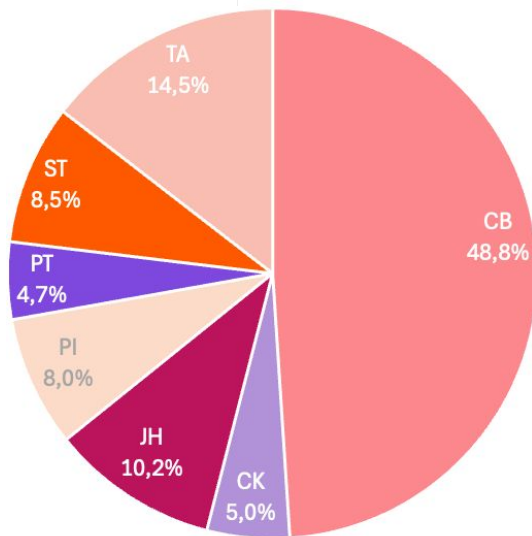
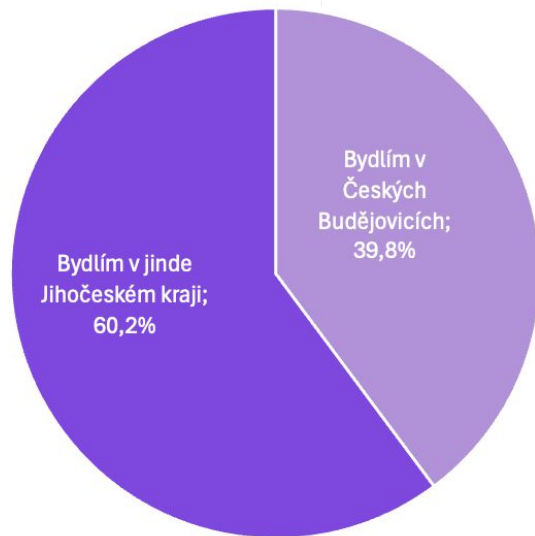
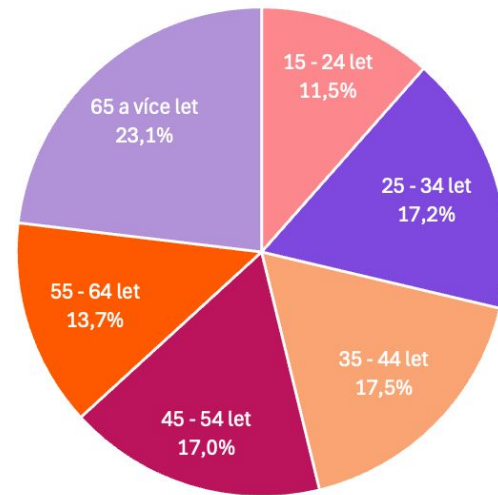
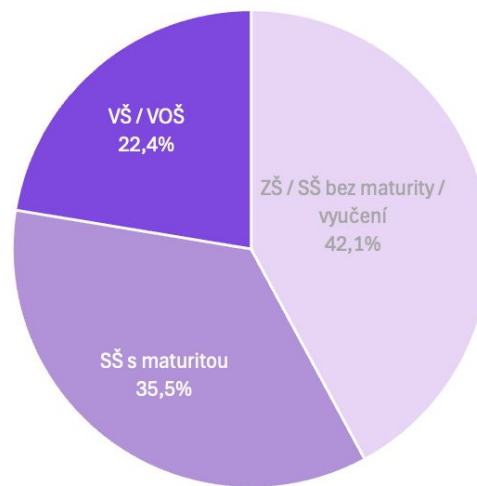
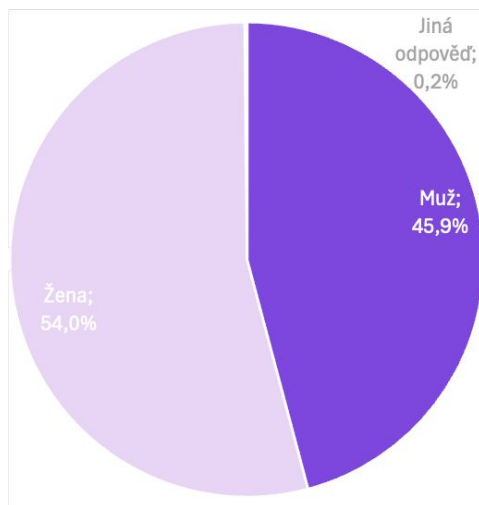
SHRNUTÍ

O VÝZKUMU

KOHO JSME SE PTALI?

- vzorek respondentů odpovídá struktuře Jihočeského kraje z hlediska věku, pohlaví, vzdělání a ekonomického statusu
- celkem se jednalo o 1256 respondentů
- 54 % jsou ženy, 46 % muži, jednotky vzorku jsou nebinární osoby
- 42 % má základní vzdělání, je vyučeno či má střední školu bez maturity, třetina vzorku má střední školu s maturitou a čtvrtina vzorku má vyšší odborné či vysokoškolské vzdělání
- polovina vzorku jsou zaměstnanci, čtvrtina důchodci a zbývající čtvrtina se dělí mezi studenty, nezaměstnané, osoby v domácnosti a podnikatele
- 40 % vzorku bydlí ve městě ČB, dalších 10 % na Budějovicku (býv. okres ČB), šestina na Tábořsku, desetina na Jindřichohradecku, kolem 5-8 % v dalších okresech Jihočeského kraje

Koho jsme se ptali?



postoje ke kultuře*

**Zde je uvedeno několik prohlášení. Nakolik s nimi souhlasíte?*

“rozhodně souhlasím” - “spíše souhlasím” - “ani nesouhlasím, ani souhlasím” - “spíše nesouhlasím” - “rozhodně nesouhlasím” -
“nevím”

postoje ke kultuře

→ v průměru 60 % lidí považuje “kulturu a umění za důležitou součást jejich života”, na druhé straně něco mezi pětinou a šestinou populace to tak nemá, zbývajících zhruba 20 % populace to nemá ani tak, ani tak (něco mezi)

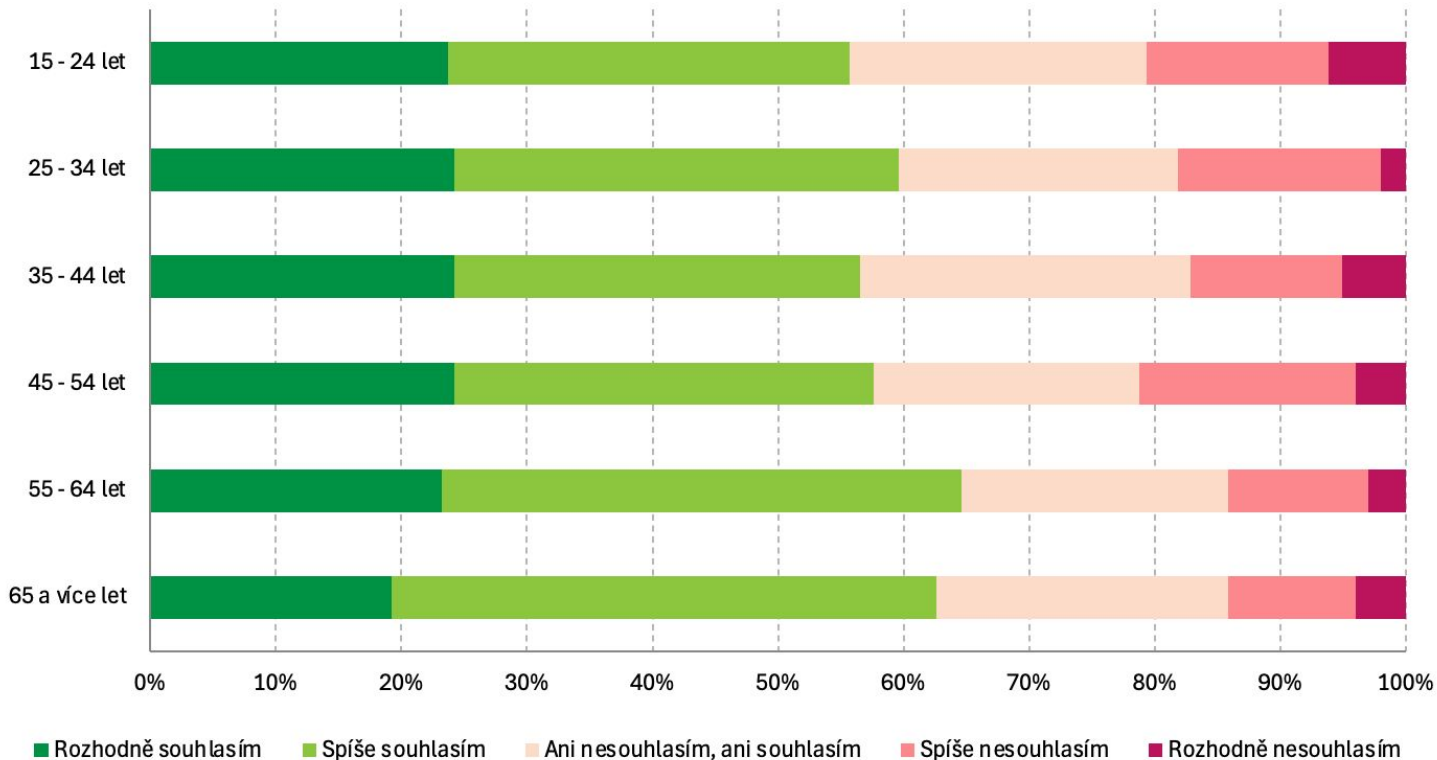
→ jsou minimální rozdíly mezi postoji v kultuře v jednotlivých věkových kategoriích (kultura a umění je zhruba stejně důležitá pro nejmladší věkovou kategorii, po nejstarší)

→ ještě silnější “prokulturní” postoje jsou v oblasti integrace kultury do vzdělávání: kolem 75 % populace souhlasí s tezí, že “kultura a umění by měly být důležitou součástí vzdělávání”, pouze kolem 7 % lidí s tím nesouhlasí

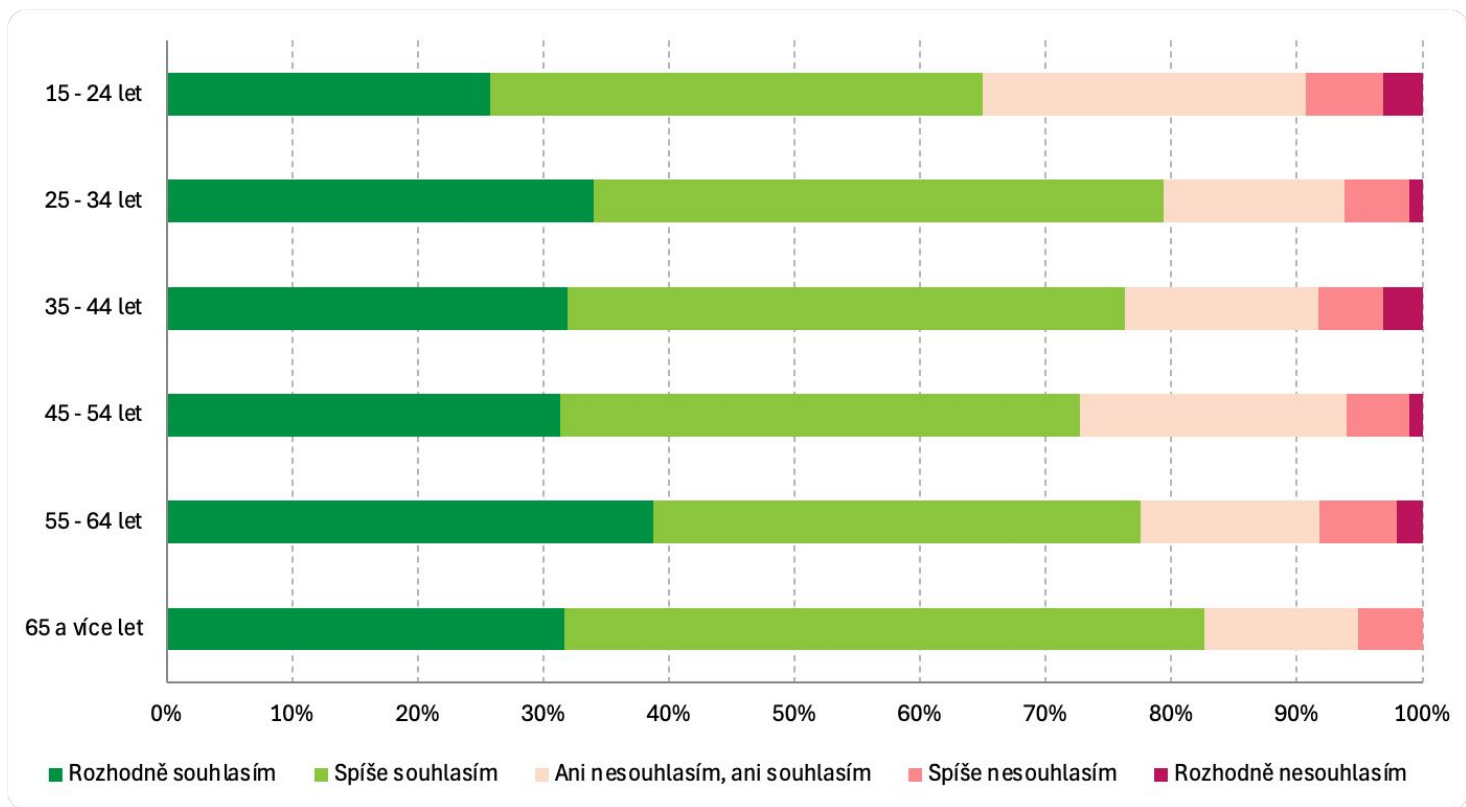
→ v nejstarší věkové kategorii (65+) se nenašel nikdo, kdo by “rozhodně nesouhlasil” s tím, že kultura a umění by neměly být důležitou součástí vzdělávání

→ v populaci je méně než 10 % lidí, kteří rozhodně nesouhlasí s tím, že by kultura nebyla po ně (“lidi jako jsem já”), s rostoucím věkem se hodnoty ještě snižují (od 45+ méně než 5 %)

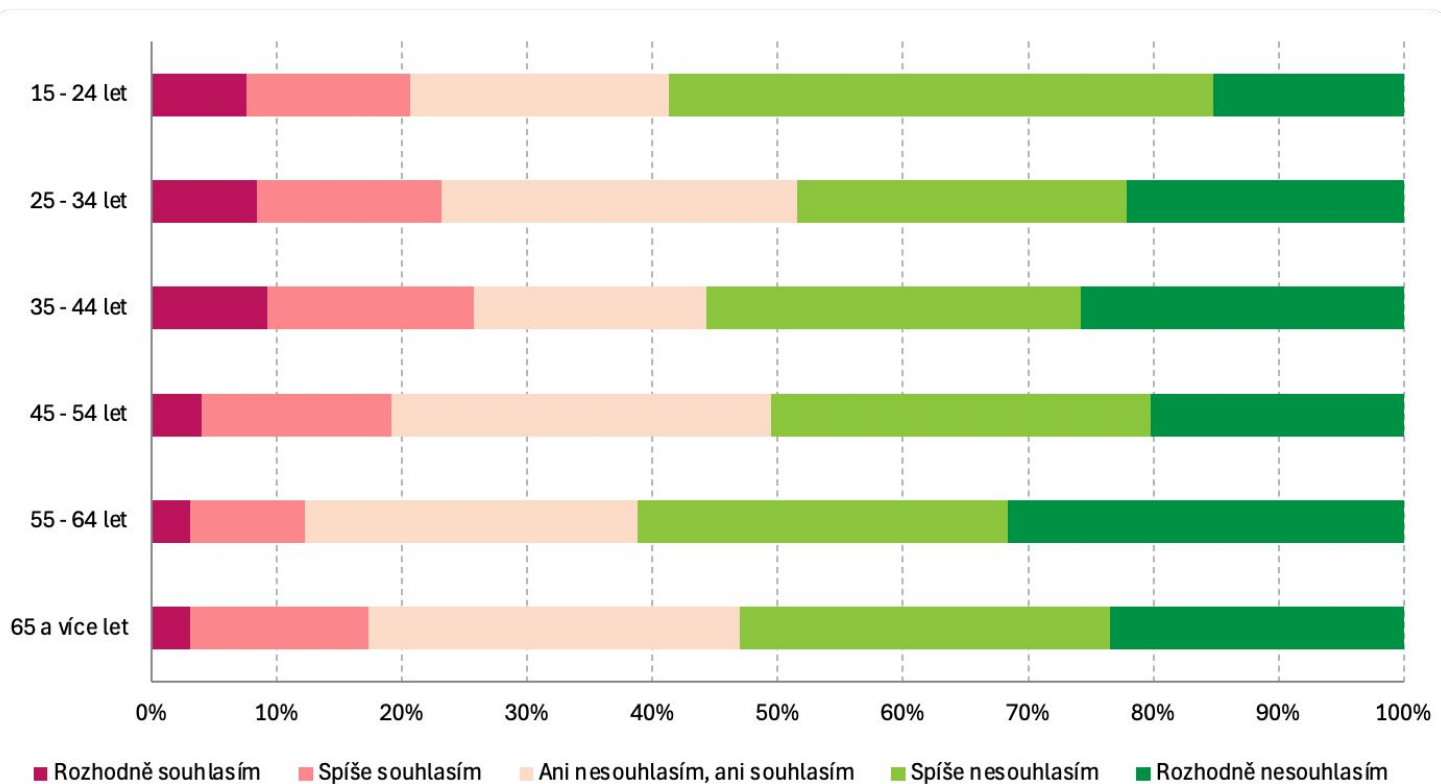
“Kultura a umění jsou důležitou součástí mého života.”



“Kulturní či umělecké aktivity by měly být důležitou součástí vzdělávání.”



“Kulturní a umělecké aktivity nejsou ve skutečnosti pro lidi jako jsem já.”



vnímání dostupnosti kultury

→ kolem 60 % lidí deklaruje, že pokud chce, tak “má spoustu příležitostí zapojit se do kultury a umění”

→ můžeme pozorovat větší rozdíly mezi věkovými kategoriemi: ve věkových kategoriích 35-44 let a u nejstarší 65+ je nejvíce lidí, kteří nemají pocit, že by měli spoustu příležitostí zapojit se do kultury a umění

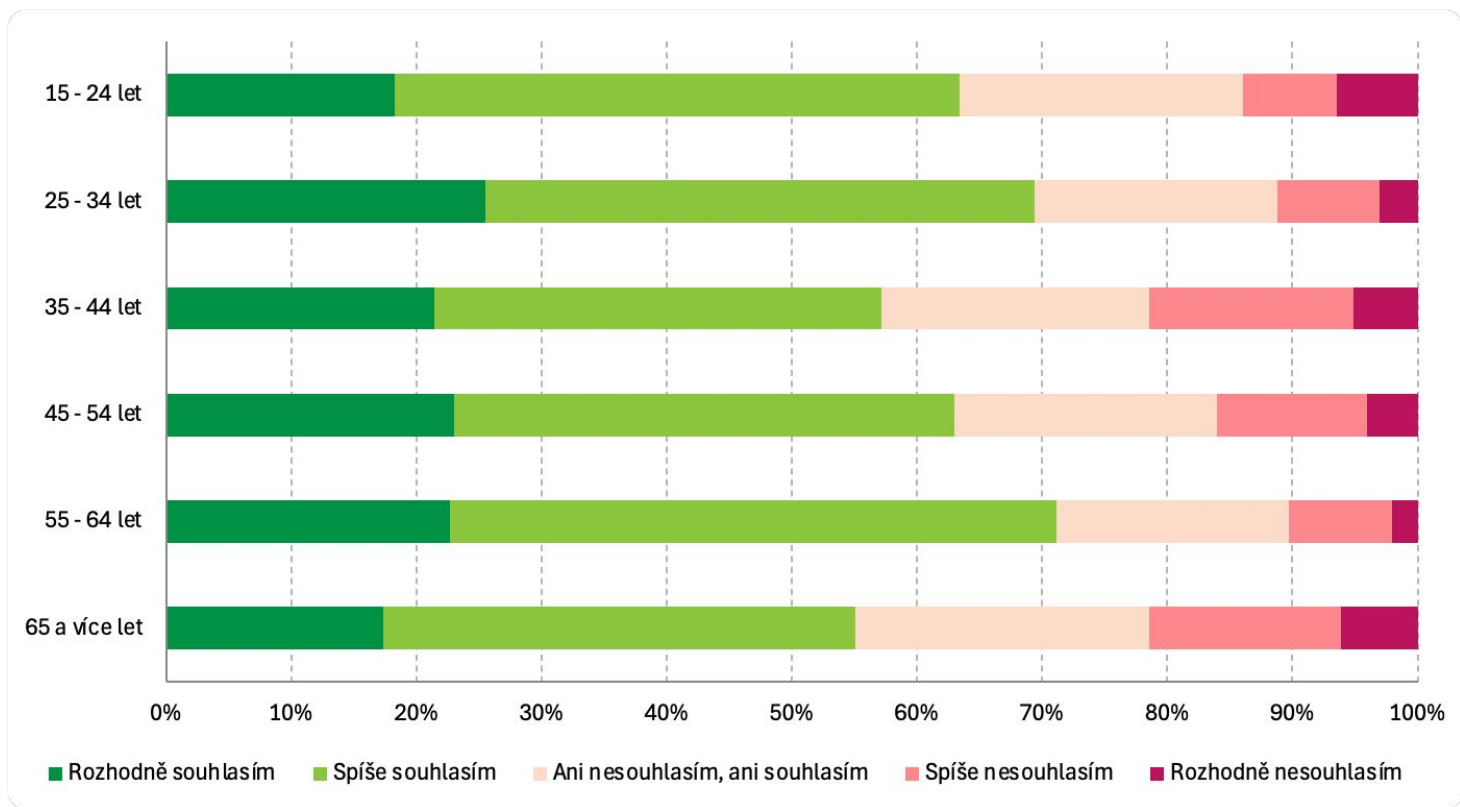
→ z hlediska velikosti bydliště (tzn. porovnání od malých sídel jako jsou vesničky, přes maloměsta po bývalá okresní města až po České Budějovice) můžeme pozorovat postupně rostoucí dostupnost s růstem velikosti města - největší skok (cca 10% bodů) je mezi Českými Budějovicemi a bývalými okresními městy; u nejmenší kategorie (do 5 tis. obyvatel) je naopak relativně vyšší podíl lidí, kteří “rozhodně souhlasí” s tím, že mají “spoustu příležitostí zapojit se do kultury než je tomu u maloměst (5-10 tis. obyv.)

→ z hlediska ekonomického statusu vychází lidé v důchodu s nejslabší dostupností a to zejména ve vztahu s nejlepší dostupností u studentů (52 % důchodců vs. 69 % studentů)

→ čtvrtina (27 %) lidí z Prachatického okresu nemá pocit, že by měli spoustu příležitostí zapojit se do kultury, zároveň tento okres má nejslabší vzorek, tedy informaci je dobré brát s rezervou; nicméně okres Tábor má tutéž hodnotu 23 % a tam je velikost vzorku dostatečná

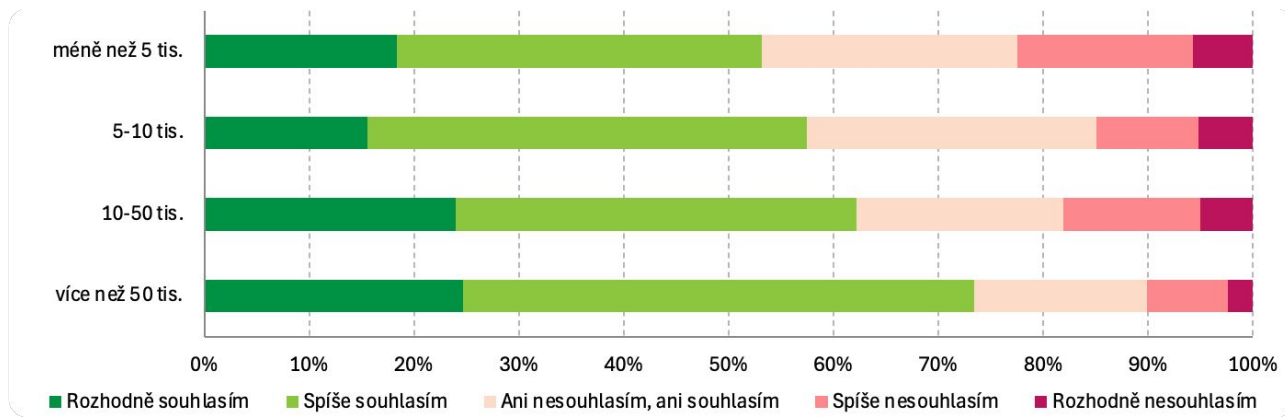
→ 70 % Budějčáků* vnímá “spoustu příležitostí zapojit se do kultury” (*obyvatel okresu ČB)

“Pokud chci, mám spoustu příležitostí zapojit se do kultury a umění”

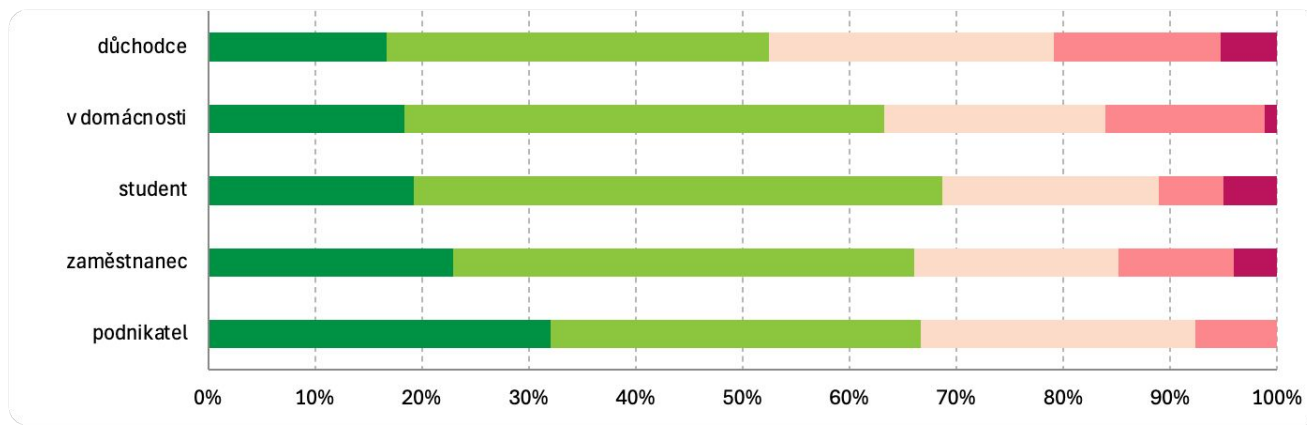


“Pokud chci, mám spoustu příležitostí zapojit se do kultury a umění”

*podle velikosti
bydliště
respondentů*

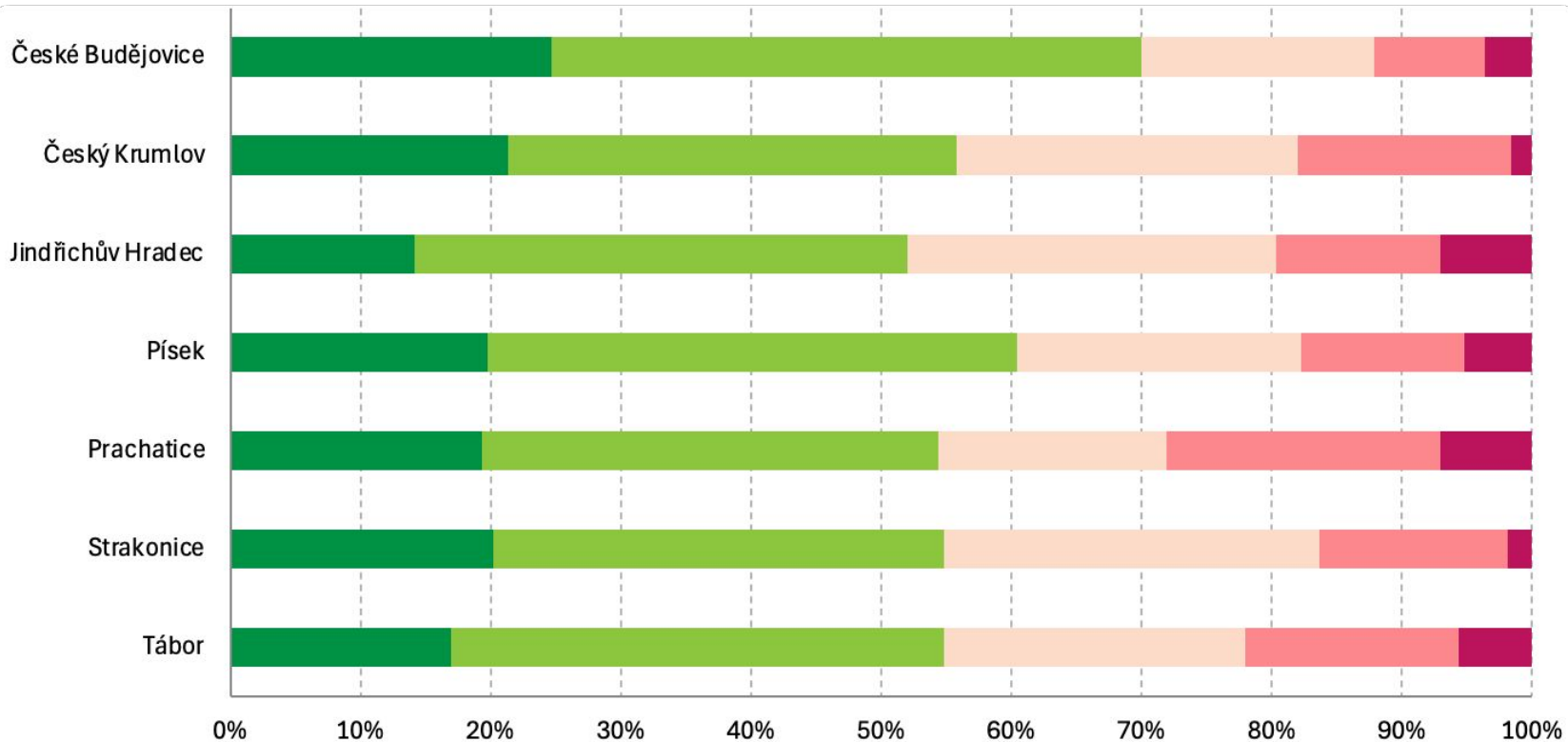


*podle
ekonomického
statusu
respondentů*



“Pokud chci, mám spoustu příležitostí zapojit se do kultury a umění”

*podle okresu
bydliště
respondentů*



kulturní chování*

**Navštívil/a jste v posledních 12 měsících následující?*

“ano, mnohokrát” - “ano, alespoň jednou” - “ne, ale měl/a bych zájem” - “ne” - “nevím”

kulturní chování

→ nejčastěji lidé navštěvují památky a chodí do kina: třetina populace byla “mnohokrát v posledním roce: v kině či navštívila nějakou památku, tři čtvrtiny populace bylo v posledním roce alespoň jednou navštívit nějakou památku a dvě třetiny populace byly alespoň jednou v roce v kině

→ alespoň jednou za rok jde na koncert nebo do muzea k 60 % populace, polovina vzorku jde alespoň jednou za rok do divadla, na komunitní akci či do knihovny

→ třetina lidí šla alespoň jednou za rok do galerie, na nějaký velký festival, na taneční představení či workshop (z nichž kolem 7 % na dané akce chodí pravidelně, “mnohokrát v poslední roce”)

→ nejméně populární jsou v obecné populaci literární akce a opera - na ty chodí alespoň jednou za rok kolem 13 %, na klasické koncerty kolem 22 %

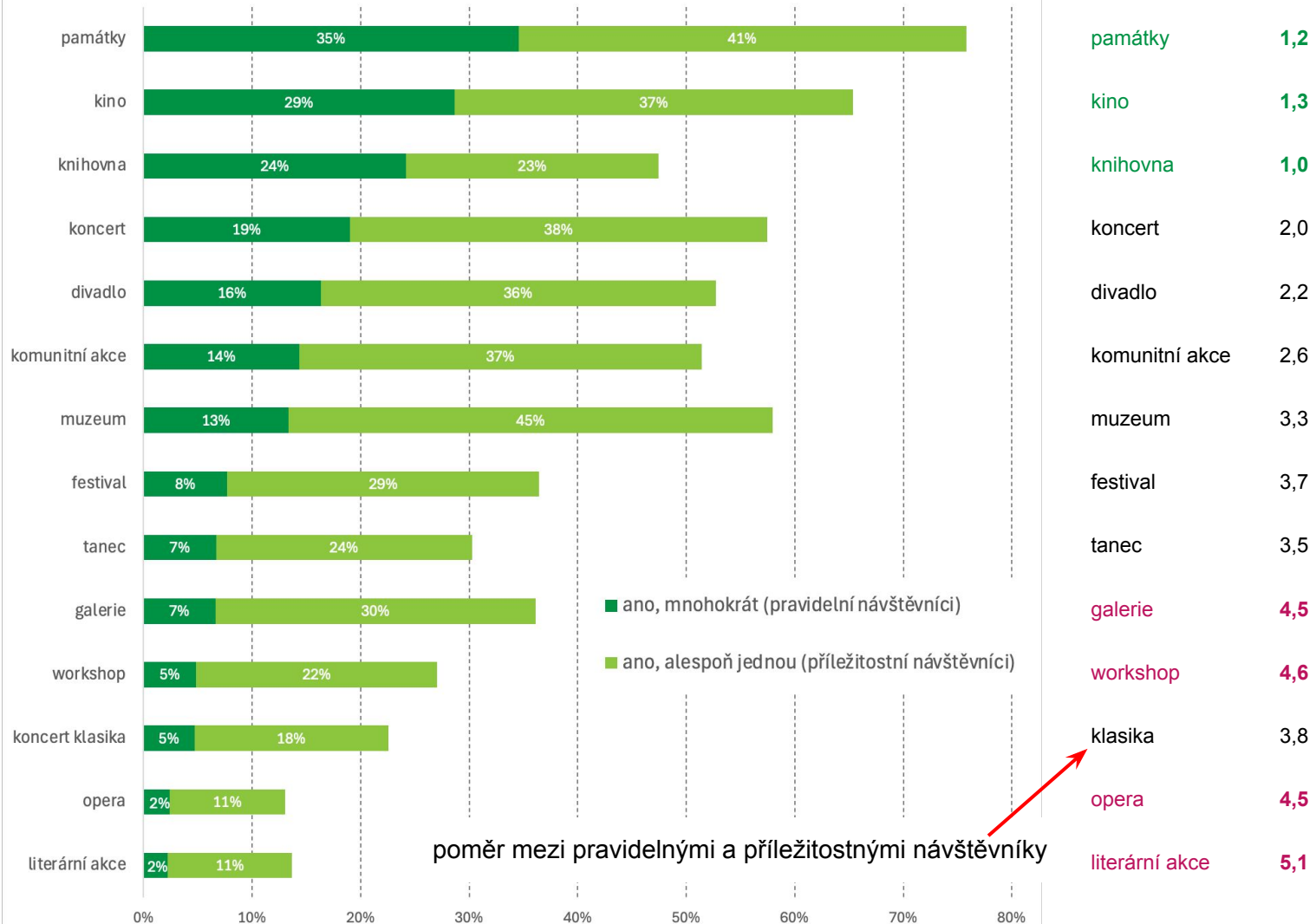
→ některé typy akcí mají větší jádro pravidelných návštěvníků než jiné: do knihovny chodí zhruba 23 % lidí jednou za rok a dalších 24 % lidí tam chodí mnohokrát do roka

→ pětina lidí, kteří tvoří publikum literárních akcí, opery, workshopů či galerií jsou jejich pravidelní návštěvníci (jinými slovy občasných návštěvníků mají tyto typy akcí 5x více než pravidelných, zatímco návštěvníci knihovny mají obou skupin srovnatelně stejně)

→ v populaci je pouze 5-6% lidí, kteří za jeden rok nejdou ani jednou na jakoukoli kulturní akci či do kulturního místa (5 % když počítáme i památky, 6 % pokud památky jako návštěvu kultury nepočítáme)

**Navštívil/a jste
v posledních
12 měsících
následující?*

“ano, mnohokrát”
“ano, alespoň jednou”



kulturní chování ve vztahu k věku*

**Navštívil/a jste v posledních 12 měsících následující?*

“ano, mnohokrát” - “ano, alespoň jednou” - “ne, ale měl/a bych zájem” - “ne” - “nevím”

kulturní chování ve vztahu k věku

→ jaké věkové skupiny jsou jádrem publika jednotlivých kulturních akcí? pro komunitní akce je dominantní věková skupina 25-34 let (téměř ¼ publika je právě tato věková skupina), pravidelní návštěvníci muzea jsou nejčastěji z věkové skupiny 35-44 let (tvoří zhruba 21 % návštěvníků), jádrem publika na koncertech (jiné než vážné hudby) je věková skupina 25-34 % (tvoří čtvrtinu) a pravidelní návštěvníci knihovny jsou dominantně z věkové kategorie 65+ (tvoří 27 % pravidelných návštěvníků)

→ některé typy kulturních akcí přitahují jednotlivé věkové skupiny zhruba stejně: z těch navštěvovanějších se jedná zejména o divadlo (zhruba 45-60 % lidí ve všech věkových kategoriích jdou alespoň jednou za rok do divadla), z těch méně navštěvovaných je dobrým příkladem opera (o operu má zájem mezi 11-15 % populace všech věkových kategoriích, což je úplně minimální rozptyl)

→ na druhé straně jsou kulturní akce a místa, která jsou věkově velmi podmíněna či ovlivněna: typickým příkladem je návštěva kina: tam platí, že čím jsem mladší, tím spíše chodím do kina (rozdíl mezi nejmladší věkovou skupinou a nejstarší je téměř dvojnásobný - z mládeže 15-24 let chodí alespoň jednou za rok 83 % zatímco ze skupiny 65+ chodí 45 %)

**Navštívil/a jste
v posledních
12 měsících
následující?*

“ano, mnohokrát”



“jak chodí za kulturou jednotlivé věkové skupiny”

% z věkové kategorie, která navštívila aktivitu v posledních 12 měsících, tzn. kolik % lidí z dané věkové skupiny jde alespoň jednou za rok na daný typ kulturní akce či místa

jedná se o součet hodnot „ano, mnohokrát“ a „ano, alespoň jednou“

tučné písmo značí signifikantní hodnoty v rámci dané věkové kategorie (vyšší i nižší, dle hodnoty čísla)

	15 - 24 let	25 - 34 let	35 - 44 let	45 - 54 let	55 - 64 let	65 +
Divadlo	62,1	45,4	48,2	53,1	57,6	53,8
Kino	83,4	82,4	70,5	68,5	51,7	45,5
Knihovna	63,4	49,5	45,9	41,8	39,5	47,9
Komunitní akce	52,4	57,4	52,7	57,3	52,3	40,7
Koncert	68,3	68,1	53,2	59,2	58,1	45,9
Koncert vážné hudby	22,8	25,0	21,4	23,9	18,6	22,8
Literární akce	15,9	12,5	14,1	15,5	12,8	12,4
Muzeum	65,5	56,5	61,4	54,5	56,4	56,2
Operní představení	13,1	12,0	15,0	14,6	11,0	12,4
Památky	86,2	81,0	77,3	72,8	72,1	70,0
Taneční představení	33,8	36,6	32,7	28,2	28,5	24,5
Tvůrčí dílna /workshop	29,7	38,4	34,1	30,5	18,0	14,8
Galerie	42,8	31,5	35,5	33,3	36,0	39,0
Velký festival	57,9	47,2	36,8	39,0	30,8	19,0

“koho zpravidla najdu v sále”

průměrné složení lidí v sále dle věku na dané akce či místa

rozdíl oproti předchozí tabulce je v tom, že zde je zohledněno, jak jsou dané věkové kategorie velké

jedná se opět o součet hodnot „ano, mnohokrát“ a „ano, alespoň jednou“

tučné písmo značí signifikantní rozdíly v rámci dané věkové kategorie (vyšší i nižší, dle hodnoty čísla)

	15 - 24 let	25 - 34 let	35 - 44 let	45 - 54 let	55 - 64 let	65 +
Divadlo	13,6	14,8	16,0	17,1	15,0	23,6
Kino	14,7	21,7	18,9	17,8	10,8	16,1
Knihovna	15,4	18,0	16,9	14,9	11,4	23,3
Komunitní akce	11,8	19,2	18,0	18,9	13,9	18,3
Koncert jiné než vážné hudby	13,7	20,4	16,2	17,5	13,9	18,4
Koncert vážné hudby	11,7	19,1	16,6	18,0	11,3	23,3
Literární akce	13,4	15,7	18,0	19,2	12,8	20,9
Muzeum	13,0	16,8	18,5	15,9	13,3	22,4
Operní představení	11,6	15,9	20,1	18,9	11,6	22,0
Památky	13,1	18,4	17,9	16,3	13,0	21,3
Taneční představení	12,9	20,8	18,9	15,8	12,9	18,7
Tvůrčí dílna či workshop	12,6	24,4	22,1	19,1	9,1	12,6
Umělecká galerie	13,7	15,0	17,2	15,6	13,7	24,9
Velký festival	18,3	22,3	17,7	18,1	11,6	12,0

kulturní chování: potenciál růstu*

**Navštívil/a jste v posledních 12 měsících následující?*

“ne, ale měl/a bych zájem”

kulturní chování: potenciál růstu

→ nejvyšší relativní potenciál v růstu publika mají literární akce: 14 % respondentů na literární akce a autorská čtení nechodí, ale rádi by chodili (mezi respondenty je dokonce více těch, kteří by na dané akce rádi chodili, ale nechodí, než těch, kteří na ně již chodí); zároveň je třeba dát informaci do kontextu s tím, že literární akce jsou celkově nejméně navštěvované: pravidelně na ně chodí 2 % respondentů a dalších 11 % občasně

→ vyšší potenciál růstu a zároveň relativně malou celkovou návštěvnost mají také workshopy a tradiční kultura (koncerty klasické hudby a opera)

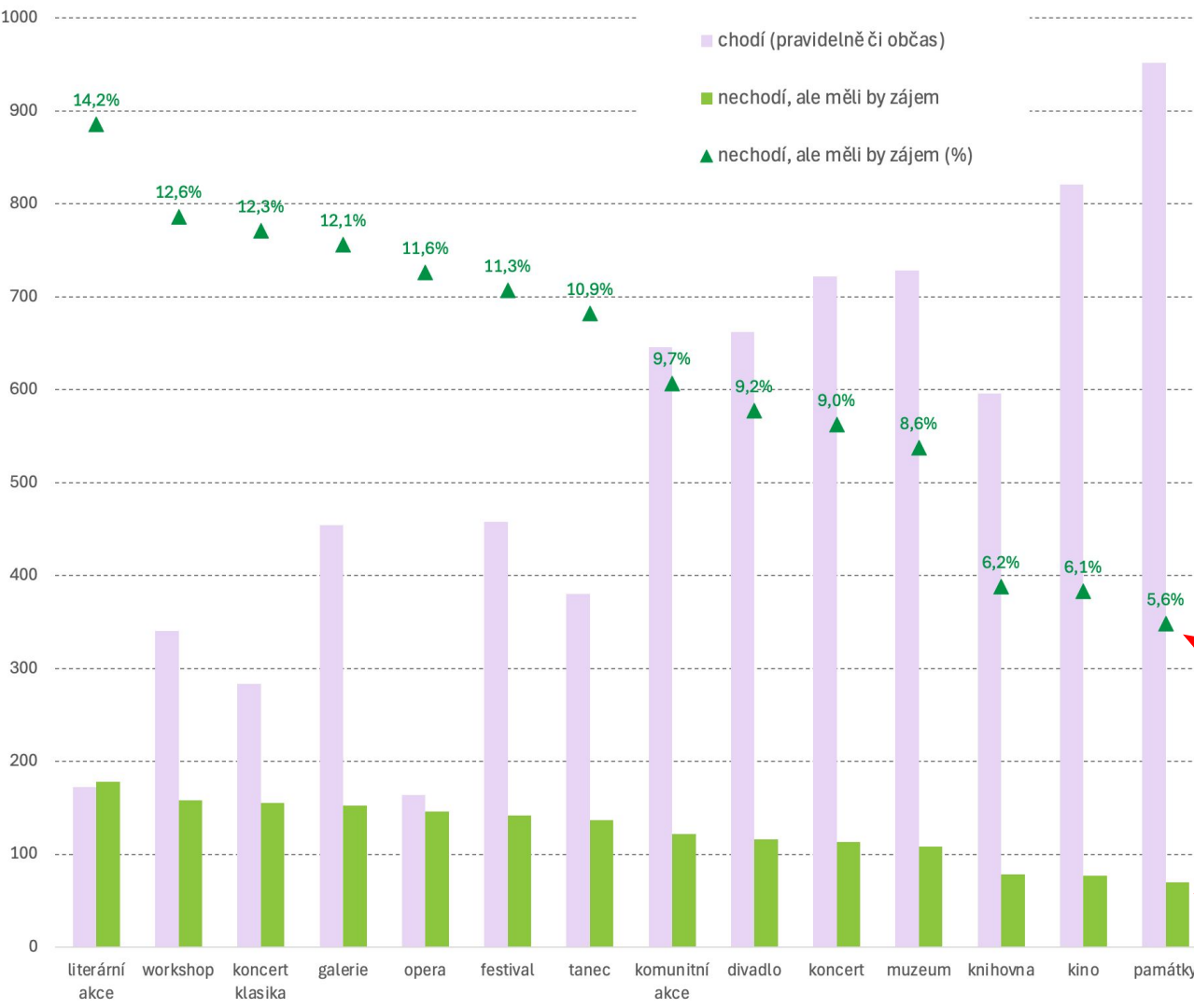
→ hodnoty přes 10 % z hlediska růstu mají také návštěva galerie, velkého festivalu a tanečního představení (tzn. kolem desetiny populace by na dané akce ráno chodilo a nečiní tak)

→ na druhé straně je kino, kde je poměr přesně opačný: v podstatě existuje minimálně těch, kteří by do kina rádi chodili, ale nedělají to (pouze 6 % Jihočechů by rádi chodili do kina a nechodí), zatímco 29 % lidí chodí do kina pravidelně a dalších 37% občas (alespoň jednou za rok); velmi podobně je na tom také návštěvnost památek a knihovny – interpretace může být i takové, že tyto tři typy kultury mají nejnižší bariéru účasti

→ mezi mladšími věkovými skupinami je potenciál růstu vyšší: konkrétně ve věkové skupině 15-24 let je kolem pětiny těch, kteří by rádi chodili na literární akce (21 %) a na taneční představení (17 %); ve věkové skupině 35-44 let je 15 % těch, kteří by rádi chodili do divadla a nechodí, což je signifikantně více než průměr (od 6 % bodů)

Navštívil/a jste
v posledních
12 měsících
následující?

“ne, ale měl/a bych
zájem”



kolik lidí uvedlo, že
na daný žánr
nechodí, ale měli
by zájem chodit?*

relativní velikost
a
absolutní počet

doprovod*

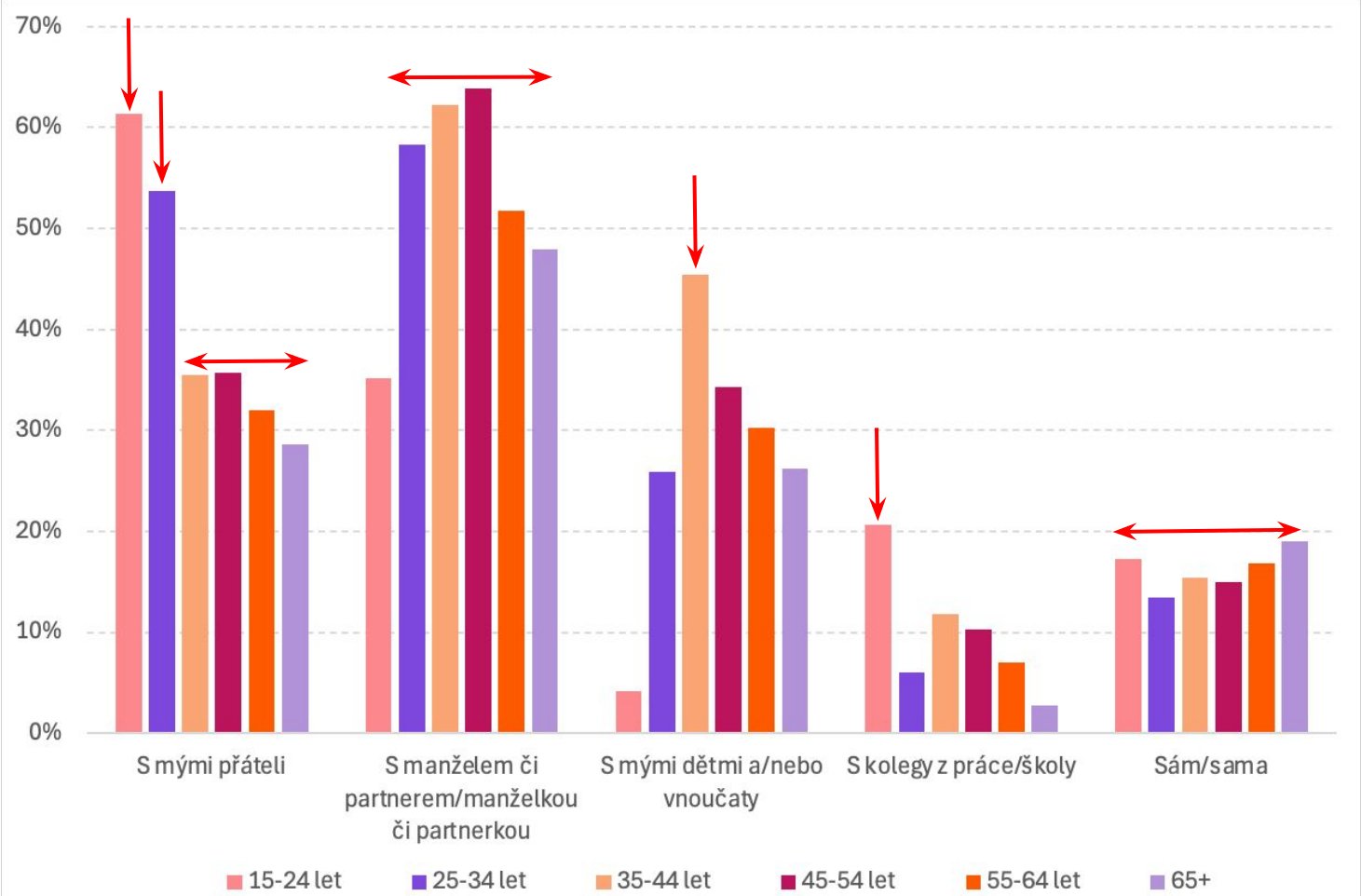
**S kým obvykle navštěvujete výše uvedená kulturní místa nebo akce?*

“s mými přáteli” - “s manželem/kou/partnerem/kou” - “s mými dětmi a/nebo vnoučaty” - “s kolegy z práce/ze školy” - “navštěvuji sám/a” - “s někým jiným”

doprovod

- nejvíce se za kulturou chodí v páru (v průměru dvě třetiny lidí), přičemž nižší hodnoty jsou pouze v nejmladší věkové kategorii, kde lze předpokládat nižší podíl osob v partnerství
 - můžeme pozorovat větší důležitost účasti na kultuře s přáteli a kamarády v mladších věkových kategoriích (mírně pod 60 % ve věku 15-34 let chodí na kulturu s přáteli)
 - návštěvnost kultury s dětmi, příp. vnoučaty je vyšší v předpokládaném věku menších dětí (věková kategorie 35-44 let)
 - minimální hodnoty jsou pak v návštěvě kultury s kolegy z práce (pouze v nejmladší věkové kategorii - tedy spíše se spolužáky než kolegy - je mírně vyšší hodnota)
 - v populaci je zhruba stále stejně lidí, kteří chodí na kulturu sami (kolem 17 %)
- ! lze předpokládat odlišnosti mezi jednotlivými žánry (zde jsme se ptali obecně)

**S kým obvykle navštěvujete uvedená kulturní místa nebo akce?*



dojížd'ka za kulturou*

**Kde navštěvujete výše uvedená kulturní místa nebo akce?*

“v mé čtvrti” - “v mém městě (mimo mou čtvrt)” - “v rámci Jihočeského kraje” - “v Praze” - “jinde v ČR” - “v zahraničí”

dojížd'ka za kulturou

→ obecně lze pozorovat velkou ochotu za docházením či dojížděním za kulturou i do vzdálenějších míst od bydliště dotazovaných

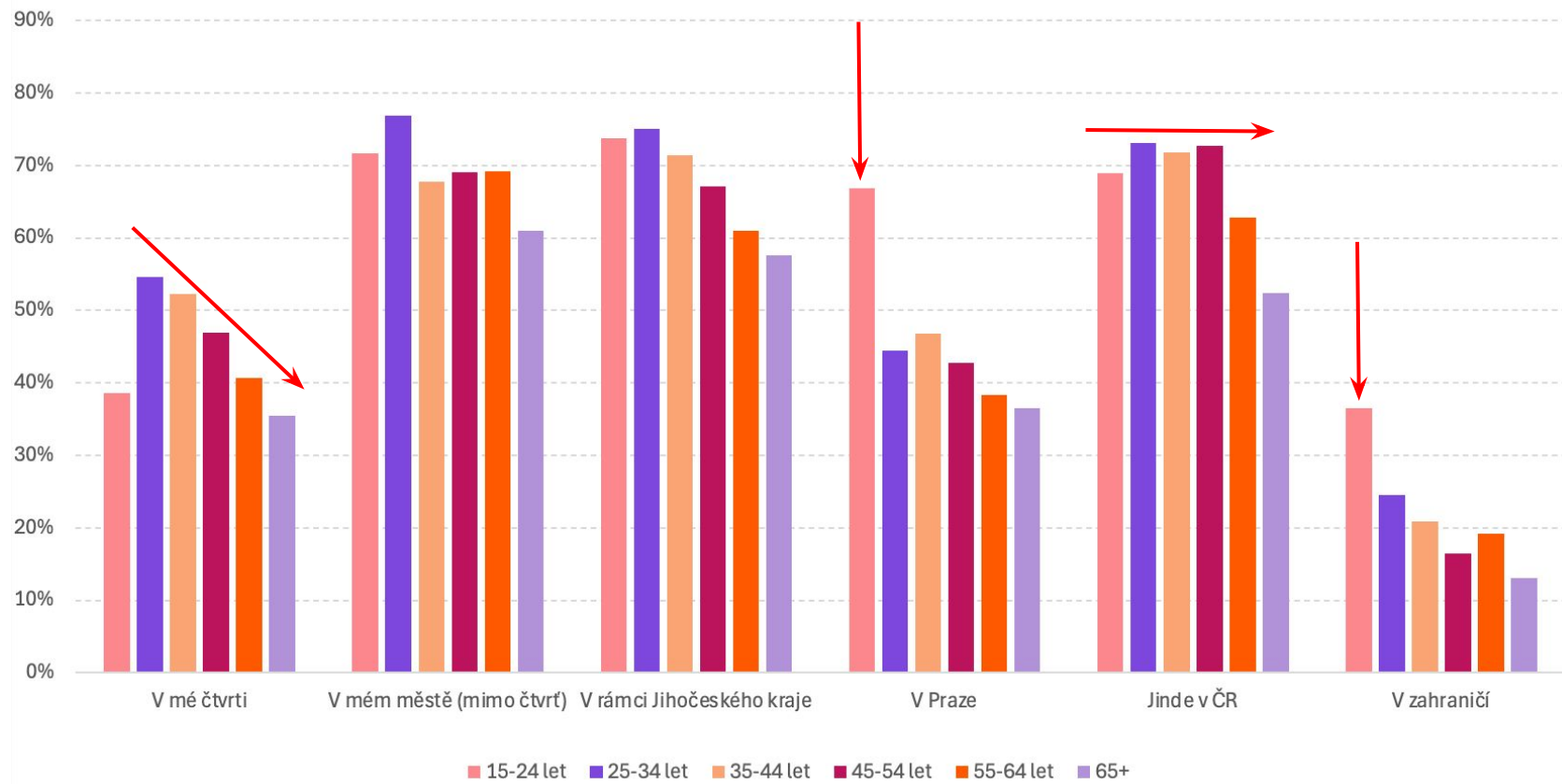
→ na kulturu v rámci mého města, v rámci Jihočeského kraje i jinde v ČR chodí zhruba mezi 60-70 % respondentů vesměs všech věkových kategorií

→ 40-50 % Jihočechů chodí na kulturní akce i v rámci své čtvrti (zde lze pozorovat překvapivě snižující hodnoty směrem ke staršímu věku)

→ největší mobilitu za kulturou lze pozorovat u nejmladší věkové skupiny: k 70 % z nich dojíždí na kulturu do Prahy, třetina z nich do zahraničí

! poměrně problematické na interpretaci: pod dojížd'kou za kulturou se schovává spektrum věcí od "jedu cíleně za koncert do Berlína či výstavu do Vídně" po "navštívil jsem muzeum/památku v rámci své dovolené v zahraničí"

**Kde obvykle navštívujete uvedená kulturní místa nebo akce?*



kreativní aktivity a kultura doma*

**Věnoval/a jste se v posledních 12 měsících následujícím aktivitám?*

resp. Věnoval/a jste se v posledních 12 měsících nějaké umělecké či kreativní činnosti?

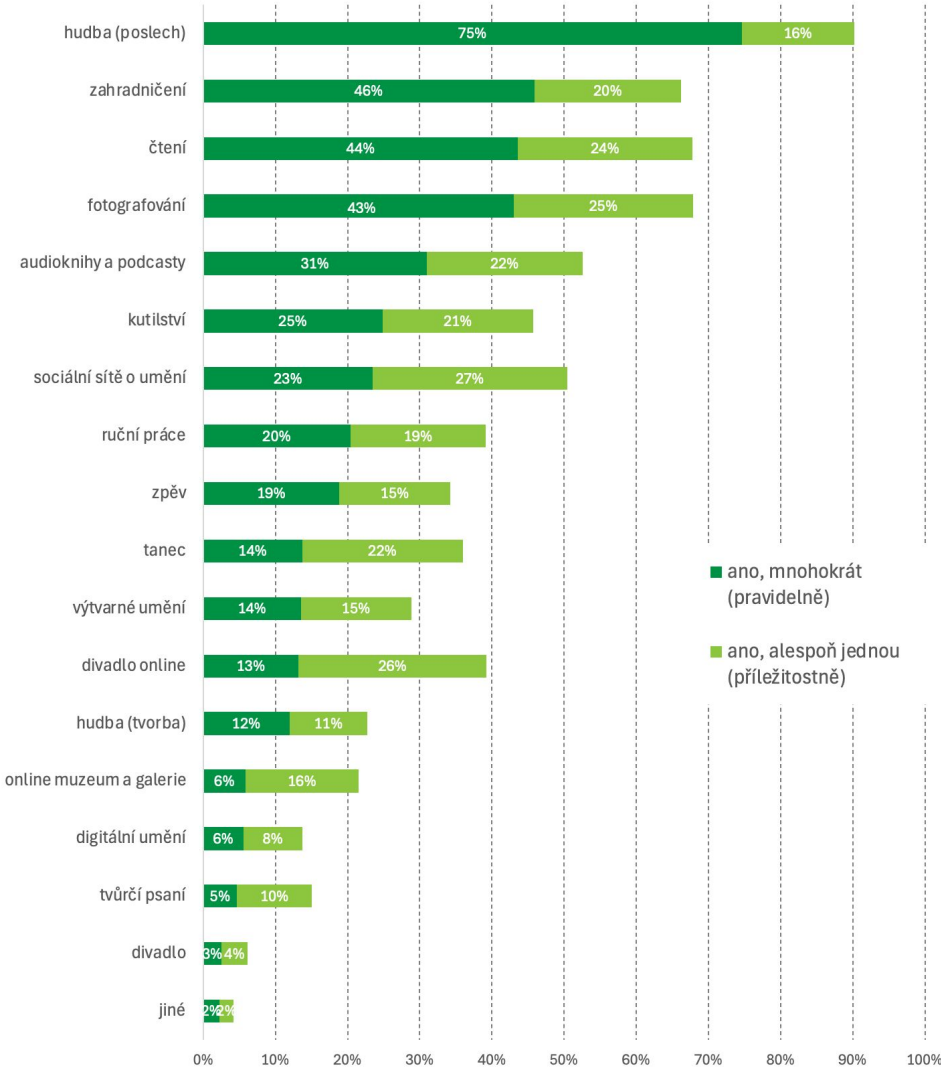
“ano, mnohokrát” - “ano, alespoň jednou” - “ne, ale měl/a bych zájem” - “ne” - “nevím”

kreativní aktivity a kultura doma

- téměř všichni poslouchají hudbu, přičemž $\frac{3}{4}$ jihočeské populace pravidelně
- čtení knih a fotografování se alespoň občasně věnuje $\frac{2}{3}$ populace, z nichž přes 40 % dotazovaných pravidelně
- $\frac{1}{2}$ Jihočechů poslouchá audioknihy či podcasty a také stejně z nich sledují sociální sítě o umění
- zpěvu a tanci se občasně věnuje $\frac{1}{3}$ populace, pravidelně tančí 14 % Jihočechů a pravidelně zpívá 19 %
- celkem 40 % lidí občas sleduje divadelní představení online (z nichž 13 % to dělá pravidelně): primárně se jedná o nejstarší věkovou skupinu
- u nejstarší věkové kategorie lze pozorovat vyšší hodnoty jak u sledování divadla online, tak u online návštěvy muzea či galerie: můžeme se domnívat, že takto může být saturována dříve provozovaná fyzická návštěva
- ve věku 25-34 let se kreativním aktivitám věnují lidé nejvíce: platí to pro výtvarné umění, tanec i zpěv, hraní a skládání hudby, ale i např. poslech audioknih či podcastů
- a krom výše uvedeného Jihočeši rádi kutí (pravidelně se mu věnuje čtvrtina obyvatelstva) a ještě raději zahraničí (téměř polovina vzorku)

****Věnoval/a jste se
v posledních 12 měsících
následujícím aktivitám?***

“ano, mnohokrát”
“ano, alespoň jednou”



**Věnoval/a jste se
v posledních
12 měsících
následujícím aktivitám?*

“ano, mnohokrát”



bariéry v účasti na kultuře*

**Které důvody vám v účasti na kultuře či umění brání? A který důvod Vám brání nejvíce?*

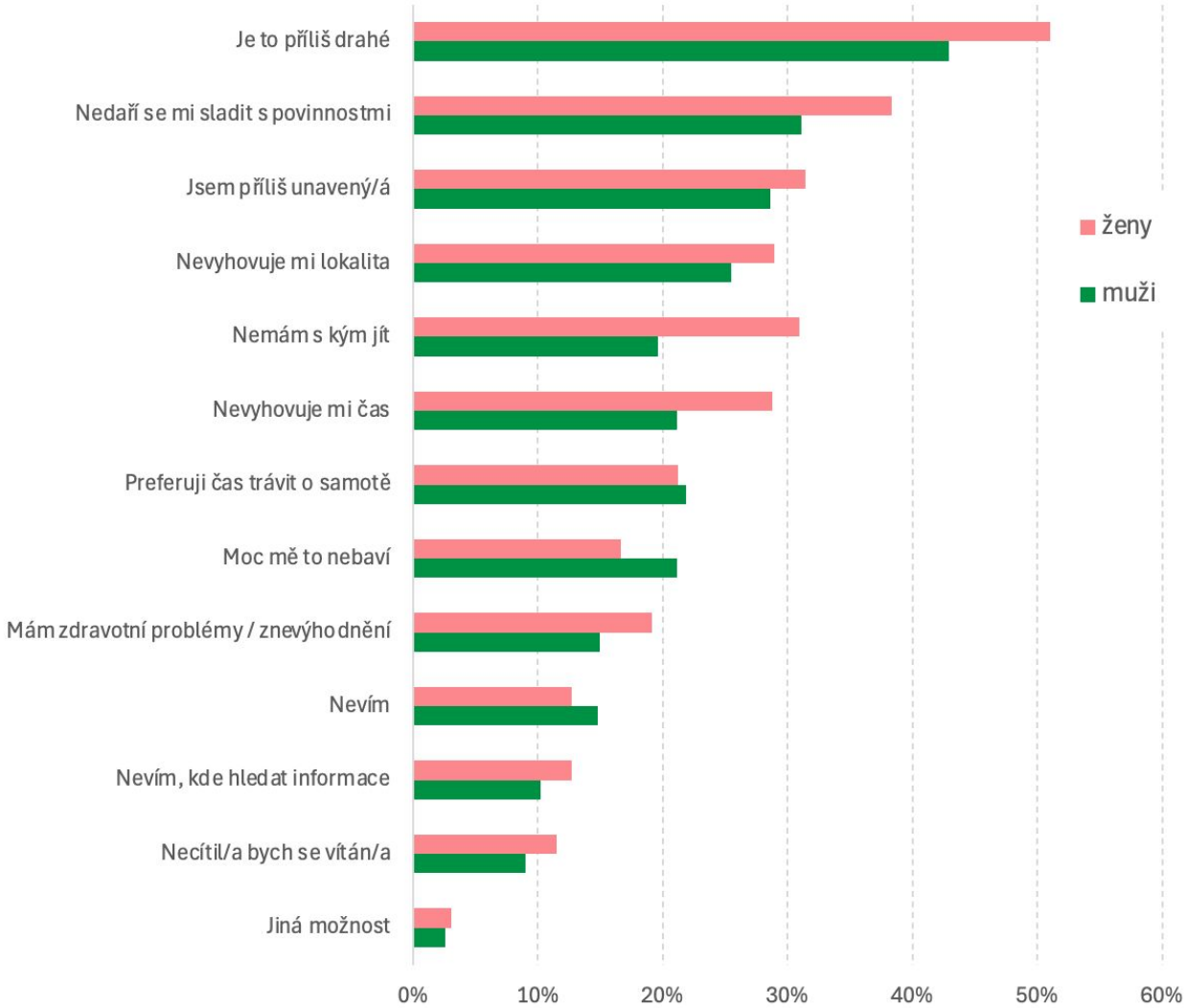
bariéry v účasti na kultuře

- jednoznačně nejčastější odpověď “je to příliš drahé”
- mezi bariérami lze pozorovat gendrové rozdíly - některé bariéry hrají větší roli pro muže než ženy
- muži mají výrazně vyšší bariéru v tom, že je to “příliš nebaví” (signifikantně vyšší hodnoty: 9 % mužů vs. 3 % žen)
- minoritními bariérami jsou “necítil/a bych se vítána” a “nevím, kde hledat informace”, nízké hodnoty má i bariéra “nevyhovuje mi čas”

na druhou stranu:

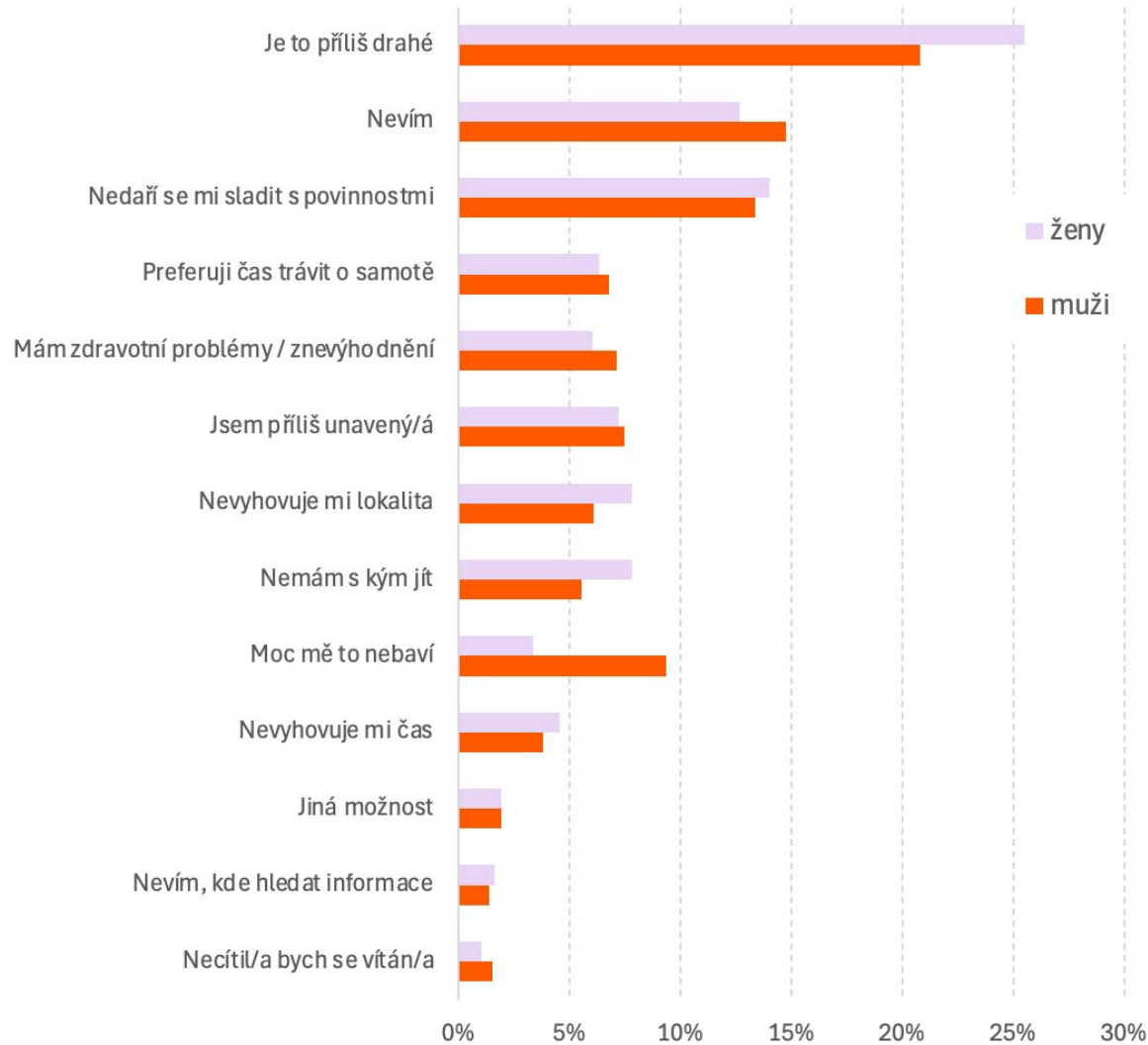
- druhá nejčastější odpověď “nevím” sama o sobě říká hodně o tom, že není jednoduché interpretovat bariéry lidí v návštěvnosti kultury, když pro respondenty nebylo jednoduché na otázku odpovědět

**Které důvody Vám
v účasti na kultuře či
umění brání?*

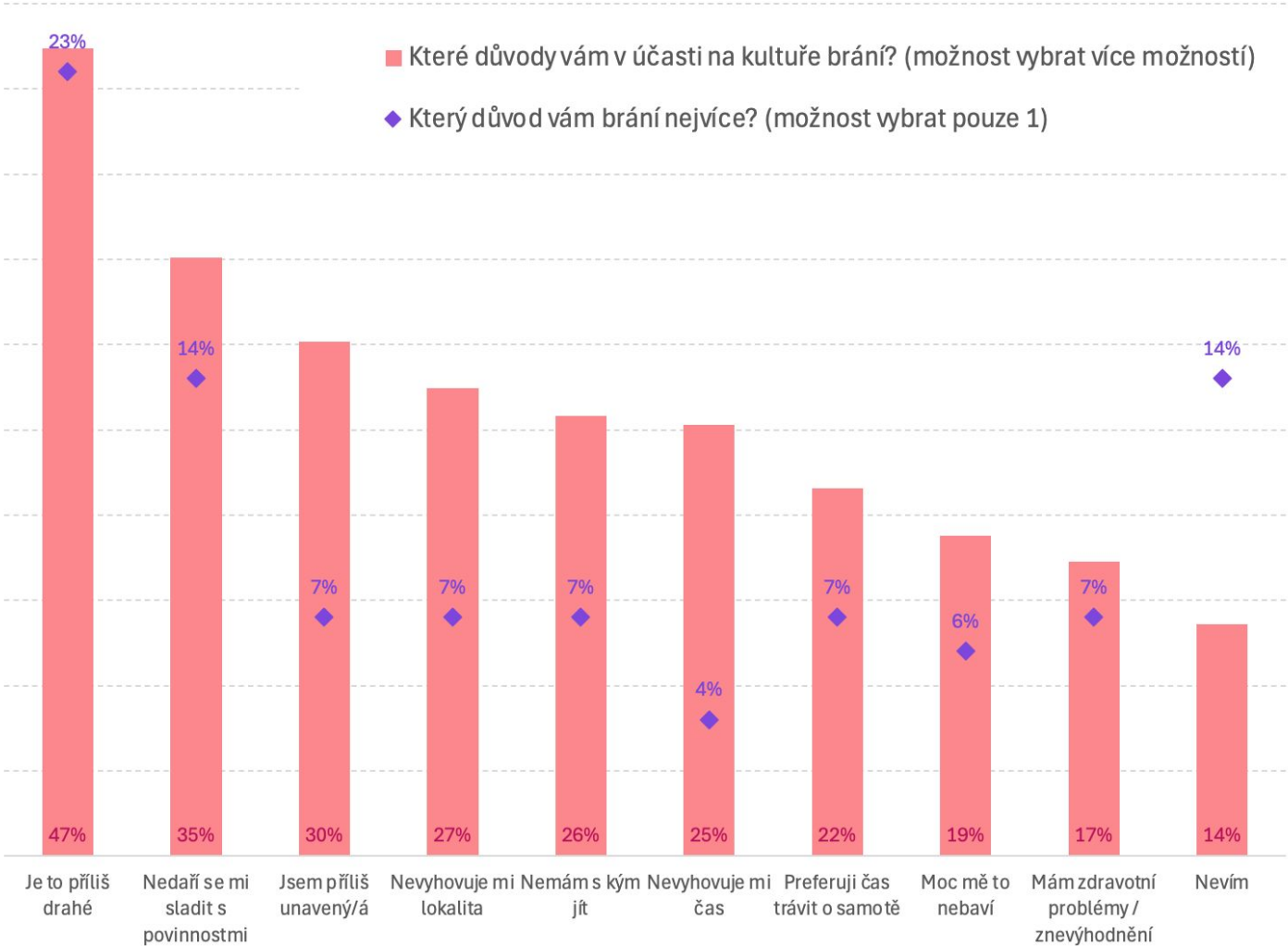


****A který důvod vám brání nejvíce?***

*(v návaznosti na otázku:
Které důvody Vám v účasti
na kultuře či umění brání?)*



**Které důvody Vám v účasti na kultuře či umění brání? A který důvod vám brání nejvíce?*



klíčové bariéry v účasti na kultuře

- z pohledu věku můžeme pozorovat, že kultura nebaví mnohem více v nejmladším věku - téměř 12 % 15-24 letých označuje “moc mě to nebaví” za bariéru v účasti na kultuře
- “nemám s kým jít” je signifikantně vyšší bariérou pro nejmladší věkovou skupinu, narozdíl od všech ostatních věků
- mladší dospělý věk výrazně více bojuje se sladěním kultury s dalšími povinnostmi (rodinou a prací)
- od věku 55+ pak lze signifikantně častěji narazit na zdravotní problémy či znevýhodnění

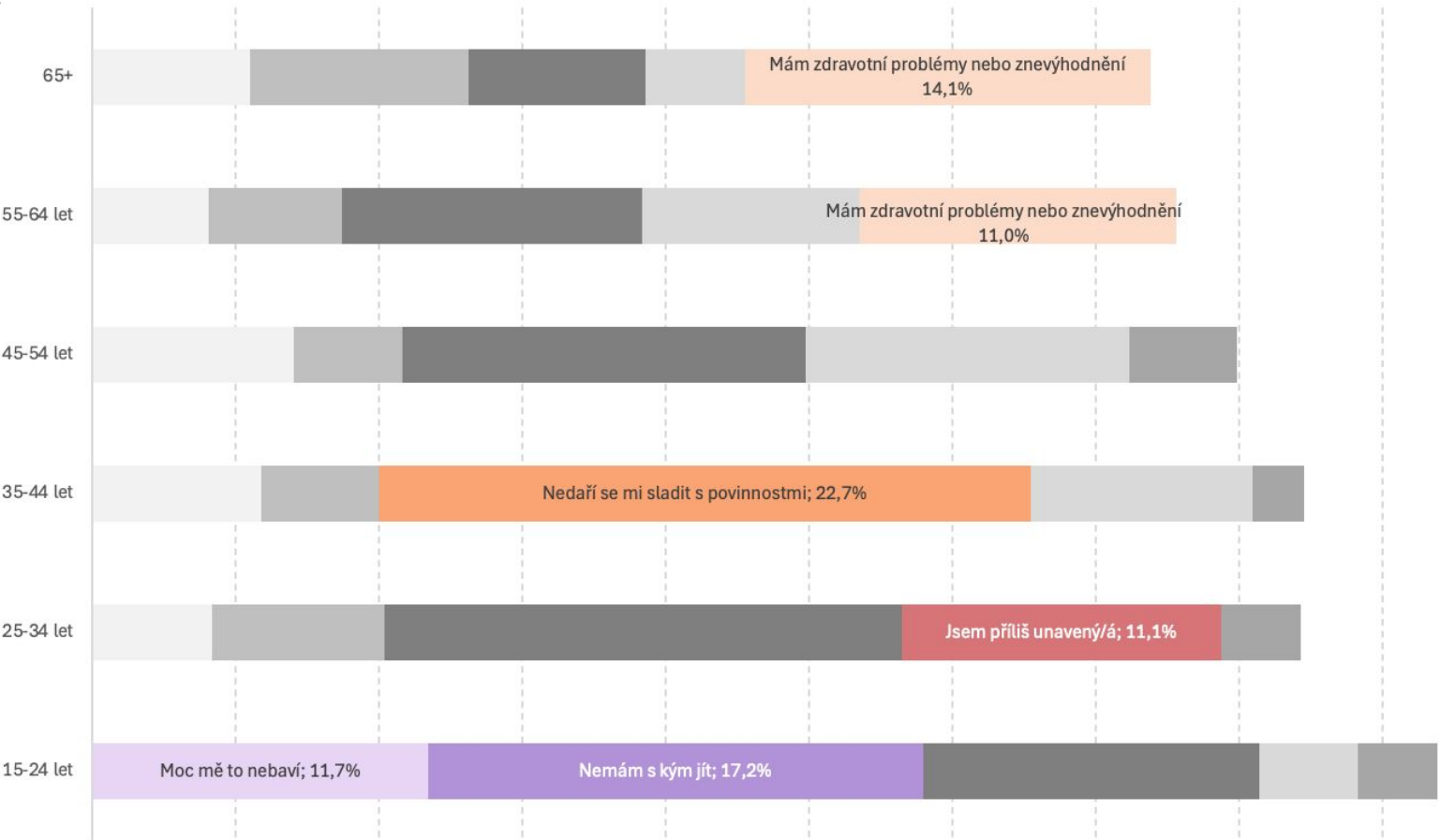
jednoznačně nejčastější odpověď na otázku bariér je že “je to příliš drahé”: co to znamená, pokud se podíváme podrobněji?

- při pohledu na složení lidí, kteří říkají, že kultura je příliš drahá, vidíme postupné posilování této bariéry s klesajícím příjmem respondentů, nicméně výsledný rozdíl mezi nejnižší kategorií a nejvyšší je 6 procentních bodů, což je velmi malý rozdíl (objektivní příjem na osobu a domácnost)
- pokud se podíváme na subjektivní příjem (tedy ne jaký je příjem, ale jak respondent s penězi vychází), tak vidíme korelaci jasnou a přímou - lidé, kteří deklarují, že se jim s penězi vychází velice těžko označují tuto bariéru několikrát více než ti, kteří s příjmem vychází bez potíží (42 % co vychází těžko s příjmem vs. 11 %, kteří s příjmem vychází pohodlně)

****A který důvod
vám brání nejvíce?***

*(v návaznosti na otázku:
Které důvody Vám
v účasti na kultuře či
umění brání?)*

**zobrazeny pouze
ty bariéry, které
byly v daných
věkových
kategoriích
signifikantně vyšší*



**A který důvod vám brání nejvíce?*

kolik % lidí z dané příjmové skupiny deklaruje cenu jako bariéru?

faktický příjem

a

subjektivní příjem

Nízký příjem
(méně jak 17 500 na os. v domácnosti)

26%

Střední příjem
(mezi 17 500 a 26 600/os. v domácnosti)

24%

Vyšší příjem
(nad 26 600/os. v domácnosti)

20%

Se současným příjmem se vychází velice těžko

42%

Se současným příjmem se vychází těžko

30%

Se současným příjmem lze vyjít

21%

Se současným příjmem se žije pohodlně

11%

faktory snižující návštěvnost

→ pokud nahlédneme a prozkoumáme, jaké faktory reálně snižují návštěvnost kultury, ukazuje se, že příjem (tedy bariéra “je to příliš drahé”, ale i faktický či subjektivní příjem respondentů) nehraje významnou roli

→ okénko pro statistiky: pokud aplikujeme regresní analýzu, kde je závislou proměnnou návštěvnost a testujeme faktory sociodemografické (pohlaví, věk, vzdělání, příjem (subjektivní), příjem (objektivní), velikost bydliště, počet členů domácnosti, vychovávání dítěte do 15 let, věk dítěte, které mám doma, počet dětí v domácnosti) a deklarované bariéry (viz slidy výše), vychází $R^2 = 0.172$

→ pro všechny ostatní: co to znamená? znamená to, že sociodemografické proměnné vysvětlují 17 % návštěvnosti a klíčovou roli na návštěvnosti kultury má věk, vzdělání, velikost bydliště a zda má respondent malé děti (zejm. do 3 let, částečně i mladší školní věk 7-11 let)

→ z hlediska bariér mají vliv na návštěvnost zejména “preferuji čas trávit o samotě” a “moc mě to nebaví” - to znamená primárně rozhodnutí, že kultura není úplně to moje

→ dalšími, ale méně významnými bariérami, je také “nedaří se mi sladit s povinnostmi”, “nevyhovuje mi lokalita či čas” a “nevím, kde hledat informace”

přístupnost*

*

přístupnost

→ pro 17 % respondentů jsou zdravotní problémy či znevýhodnění bariérou v kultuře (z toho pro 7 % je to hlavní bariéra neúčasti)

→ z hlediska věku v této skupině dominuje nejstarší věková skupina (třetina z nich jsou 65 letí a starší), ale v každé věkové kategorii je to minimálně každý desátý; 37 % z nich jsou důchodci a 35% zaměstnaní; častěji mají napjatý rozpočet, než ostatní populace (43 % hospodaří s méně než 35 tis. měs./domácnost)

→ ti častěji využívají (a častěji je zajímavá) vzdálený přístup ke kultuře: online návštěvy muzeí nebo galerií, záznamy představení, sociální sítě umělců

→ zároveň mají vyšší poptávku po nabízených podpůrných opatřeních či službách (bezbariérovost, vyhrazené parkování, obrazové či sluchové zpřístupnění, možnost zápujčky pomůcek pro lepší pohyblivost apod.)

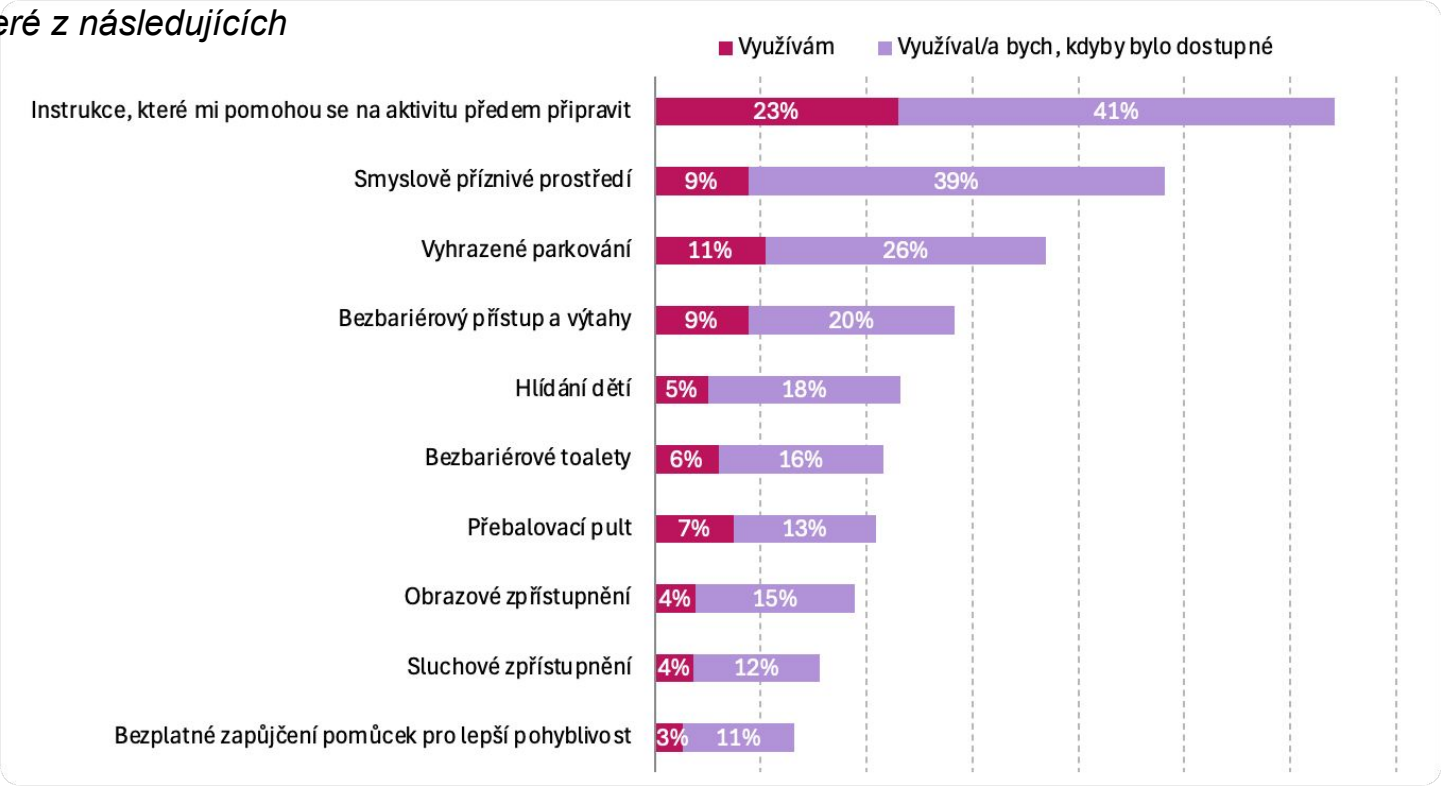
→ přes dvě třetiny respondentů (bez ohledu na zdravotní znevýhodnění či specifické potřeby) by využilo nebo využívá zpřístupnění instrukcí, které jim pomohou se na kulturní akci připravit

→ téměř polovina dotazovaných by využila či využívá smyslově přívětivé prostředí (např. snížený hluk či upravené osvětlení)

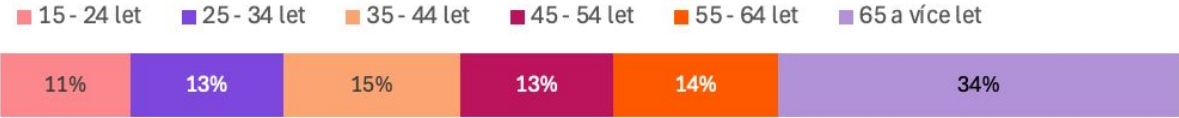
→ 10 % využívá a dalších 20 % by využívalo (pokud by bylo dostupné) bezbariérový přístup či výtahy

→ kolem pětiny populace by využívalo (nebo využívá, pokud je dostupné) obrazové či sluchové zpřístupnění (Braillovo písmo, text psaný velkým písmem, zvukové popisy, resp. tlumočení do znakového jazyka či titulky)

**Když jdete na kulturní akci, využíváte
nebo byste využil/a některé z následujících
možností?*



**věkové složení
lidí, kteří označují
zdravotní problémy
či znevýhodnění
jako bariéru účasti*



motivace v účasti na kultuře*

**Lidé se věnují kultuře a umění z různých důvodů. Které z následujících motivací jsou Vám blízké?
A která motivace je Vám nejbližší?*

motivace v účasti na kultuře

→ většina lidí se na kulturu chodí pobavit (pro 72 % je to jedna z motivací) a/nebo si odpočinout (platí pro 62 % dotazovaných)

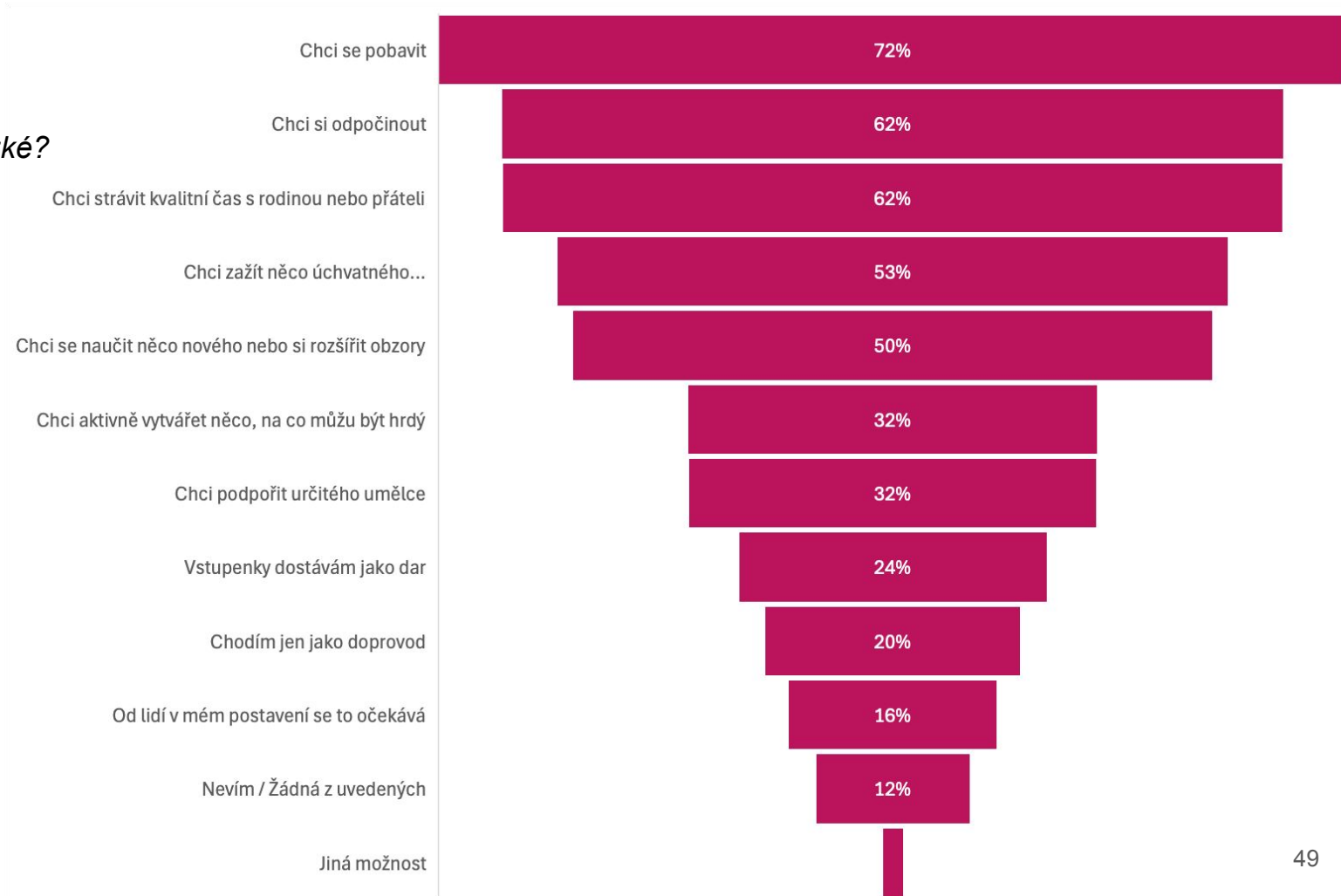
→ polovina lidí navštěvuje kulturní akce aby “si rozšířili obzory” nebo aby “zažili něco úchvatného, fascinujícího nebo krásného”

→ pokud si ale mají dotazovaní vybrat pouze jednu převažující motivaci, proč na kulturu chodí, tak je nejčastější odpověď “strávit kvalitní čas s rodinou nebo přáteli”

→ je minimálně těch, pro které je hlavním důvodem návštěvy kultury fakt, že “se to od nich očekává z hlediska jejich postavení”, příp. jen proto, že “vstupenky dostali jako dar” nebo že “chodí jen jako doprovod” (vše pod 3 % jako primární důvod návštěvy kultury)

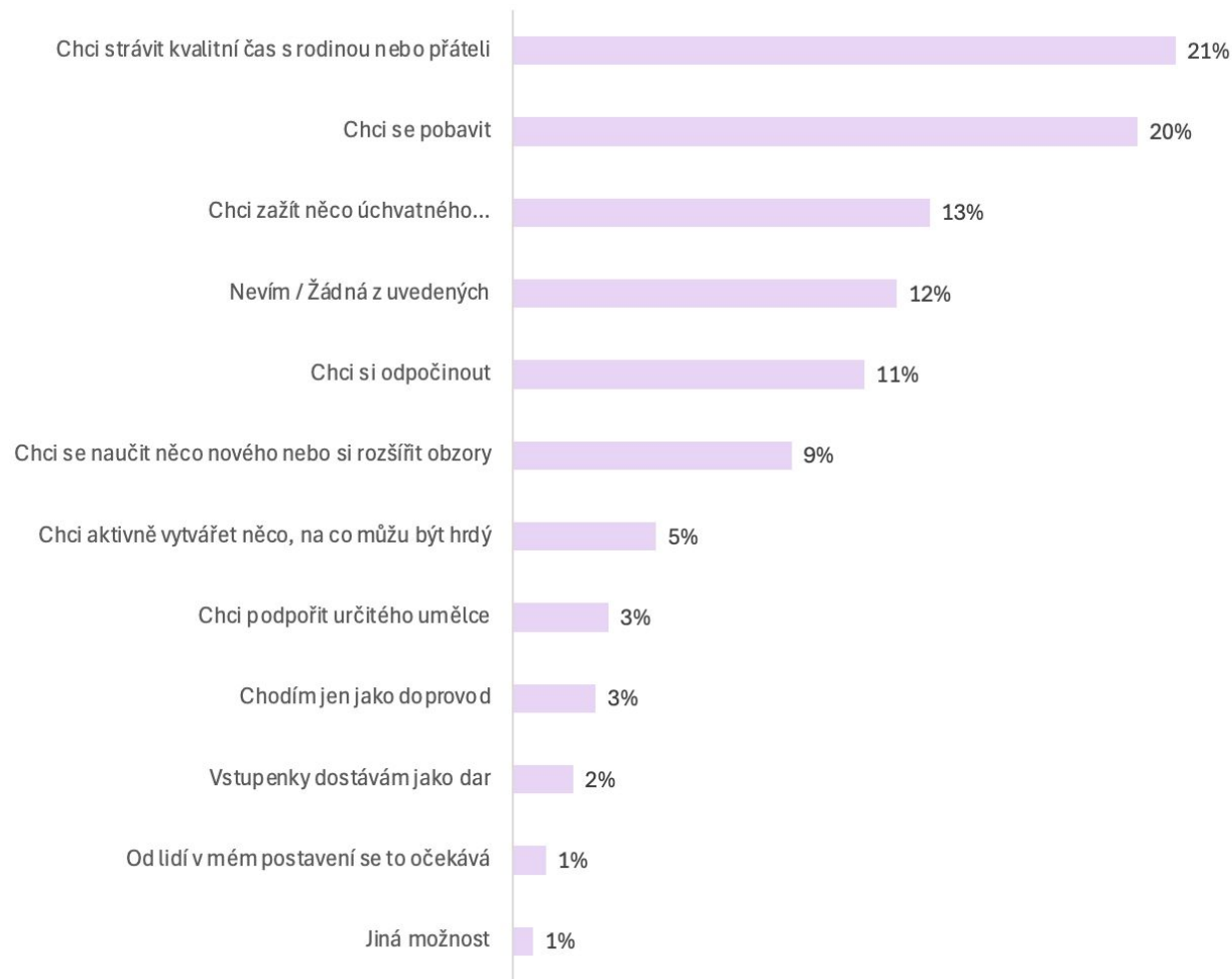
→ motivace se pravděpodobně budou velmi lišit dle jednotlivých žánrů a typů akcí, proto je dobré brát je s rezervou; tomu přispívá i fakt, že čtvrtá nejčastější odpověď na otázku “A která motivace je vám nejbližší?” je “nevím” (osmina respondentů neví, co je jejich hlavní motivace)

**Lidé se věnují kultuře
a umění z různých
důvodů.
Které z následujících
motivací jsou Vám blízké?*

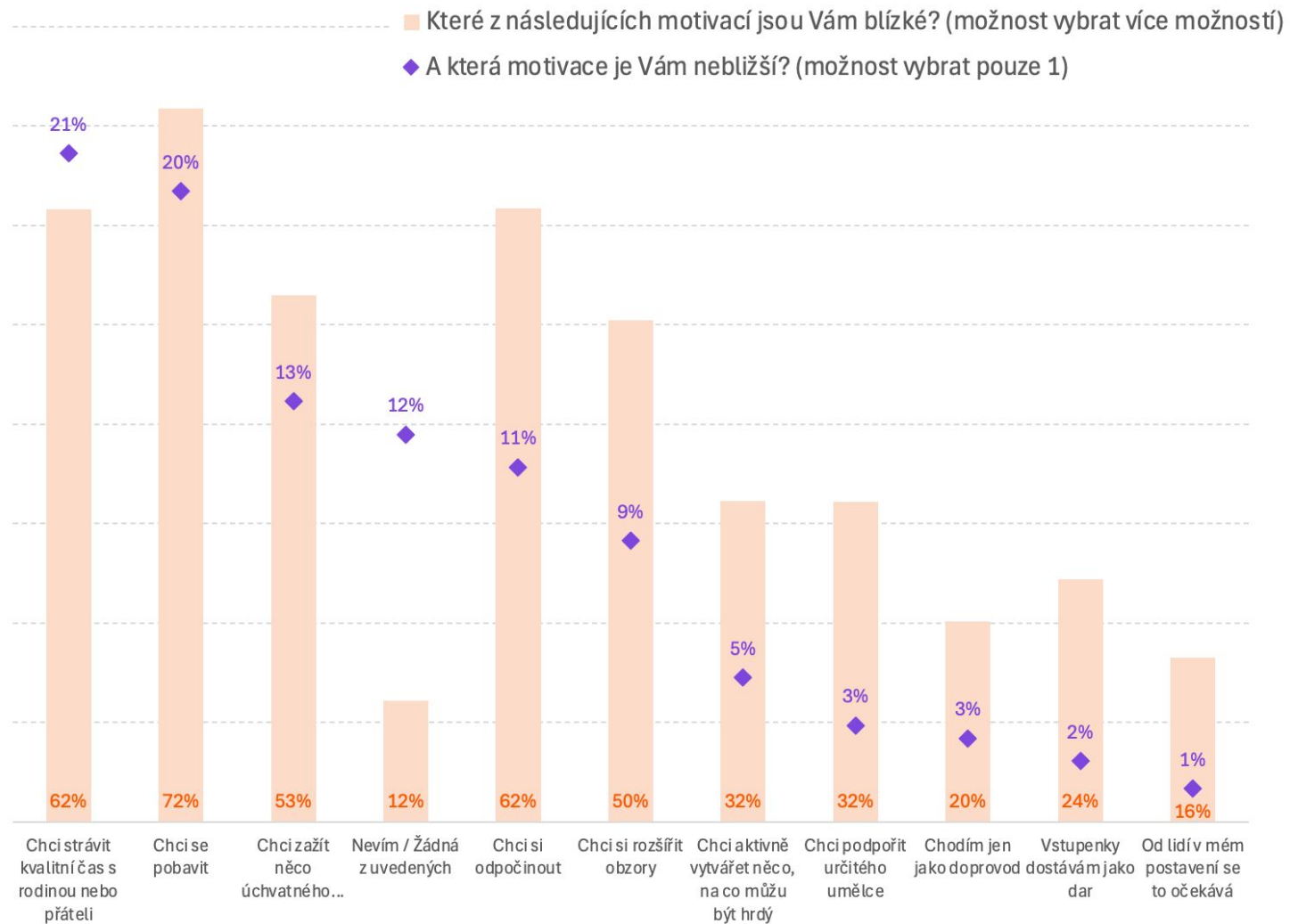


***A která motivace je
Vám nejbližší?**

*v návaznosti na otázku:
Lidé se věnují kultuře a umění
z různých důvodů. Které
z následujících motivací jsou
Vám blízké?*



**Lidé se věnují kultuře a umění z různých důvodů. Které z následujících motivací jsou Vám blízké? A která vám je nejbližší?*



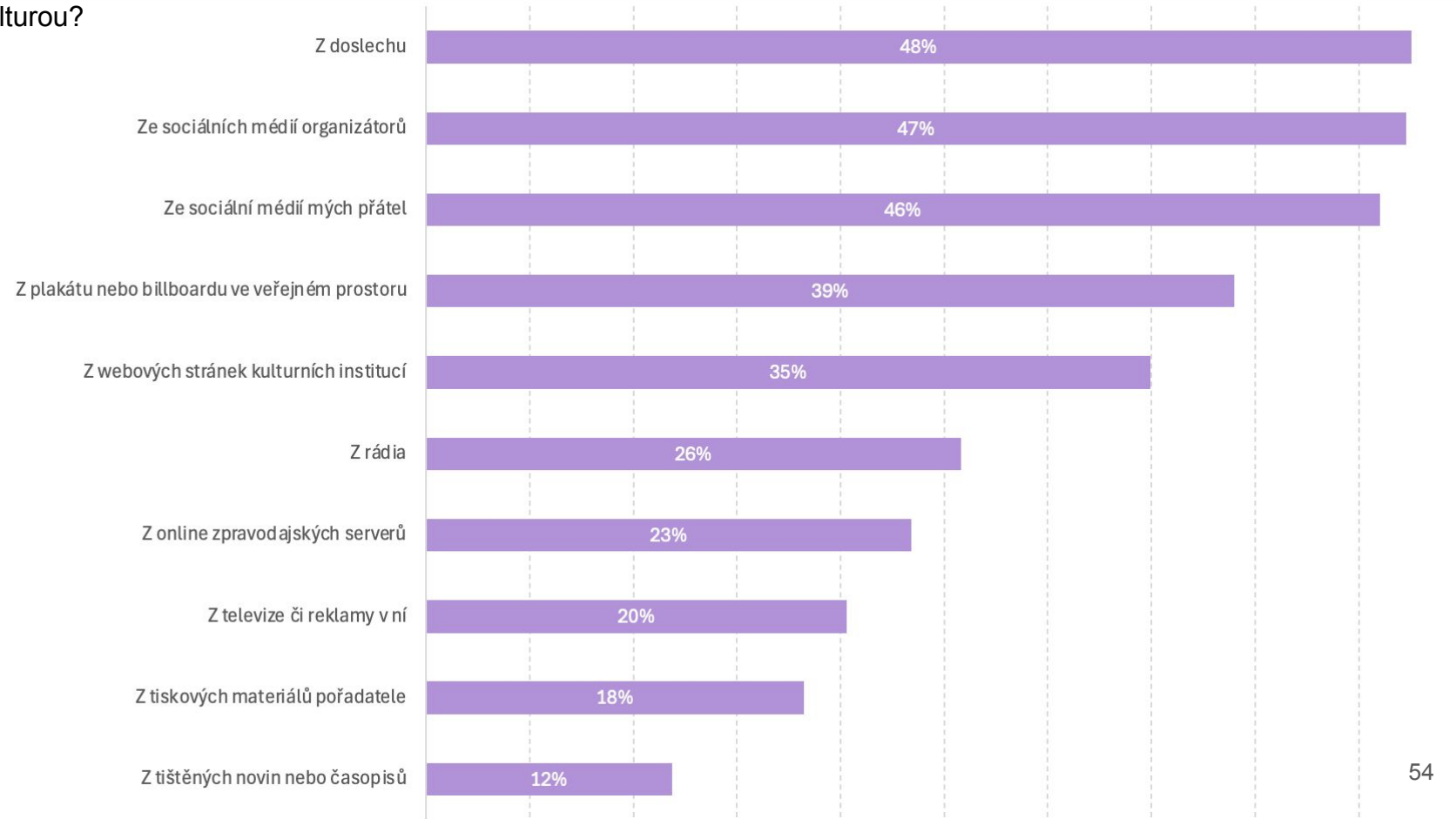
komunikační kanály*

**Odkud obvykle získáváte informace o aktivitách souvisejících s uměním a kulturou?*

komunikační kanály

- nejvýznamnějším komunikačním kanálem je stále “šeptanda” – polovina Jihočechů se o kulturních akcích dozví “z doslechu”
- těsně v závěsu jsou sociální sítě (ať už sociální média organizátorů nebo přátel), přičemž sociální sítě jsou mnohem významnějším komunikačním kanálem pro ženy než muže (zhruba 52 % žen vs. 40 % mužů)
- muži naopak častěji zjišťují informace o kultuře z tradičních novin (15 % mužů vs. 9 % žen) či online zpravodajských serverů (29 % mužů vs. 19 % žen)
- pro třetinu dotazovaných jsou informačními zdroji veřejný prostor (plakáty apod.) či webové stránky kulturních institucí
- některé komunikační kanály jsou typické pro některé věkové skupiny (sociální média, tištěné materiály), u jiných jejich používání napříč věkem příliš neliší (veřejný prostor, online zpravodajské servery), přičemž rozdíly jsou předpokladatelné

*Odkud obvykle získáváte
informace o aktivitách
souvisejících
s uměním a kulturou?

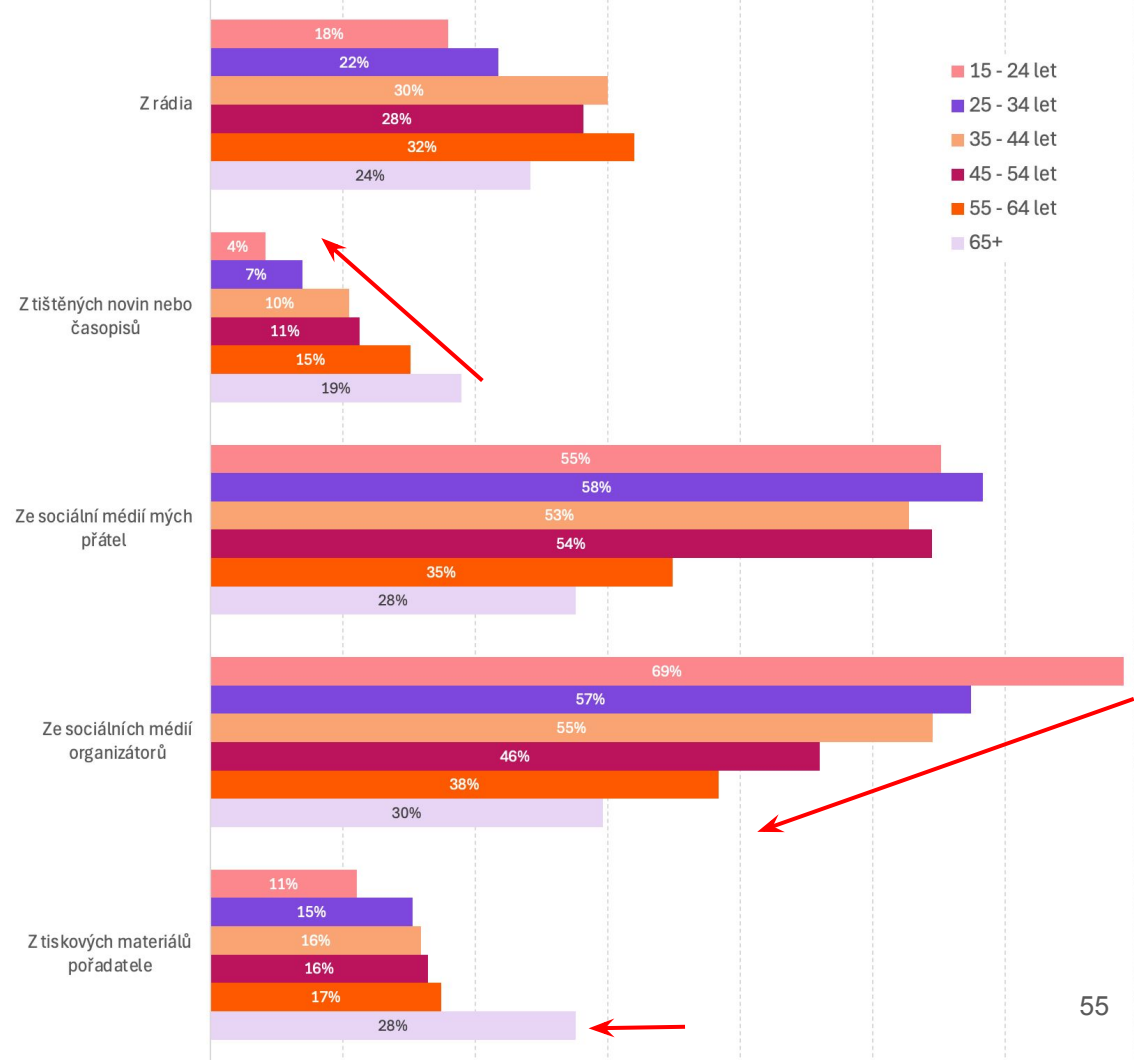
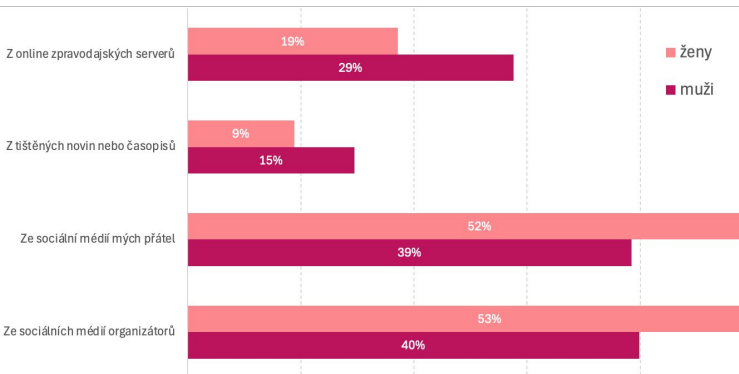


Odkud obvykle získáváte informace o aktivitách souvisejících s uměním a kulturou?*

**zobrazeny pouze ty odpovědi, ve kterých lze pozorovat výrazné rozdíly mezi věkovými skupinami*

**dle pohlaví*

(níže zobrazeny pouze ty odpovědi, kde byly výrazné rozdíly mezi pohlavími)



sociální sítě*

**Jaké sociální sítě používáte při získávání informací o kultuře a umění?*

sociální sítě

→ pro získávání informací o kultuře používá sociální sítě 65 % dotazovaných, přičemž v nejmladší věkové kategorii je to 86 % a v nejstarší 42 % (s postupně klesající tendencí mezi nimi)

→ nejčastěji zmiňovanou sociální sítí je stále Facebook, ten používá více než polovina těch, co nějaké sociální sítě používají; druhý je Instagram (třetina) a třetí YouTube (pětina), dále 16 % dotazovaných zmiňuje WhatsApp, 11 % TikTok, 6 % podcasty a 12 % jiné sociální sítě (X, Pinterest, LinkedIn)

→ ženy obecně používají sociální sítě více: Instagram (40 % žen vs. 25 % mužů), Facebook (61 % žen vs. 48 % mužů) i TikTok (14 % žen vs. 8 % mužů)

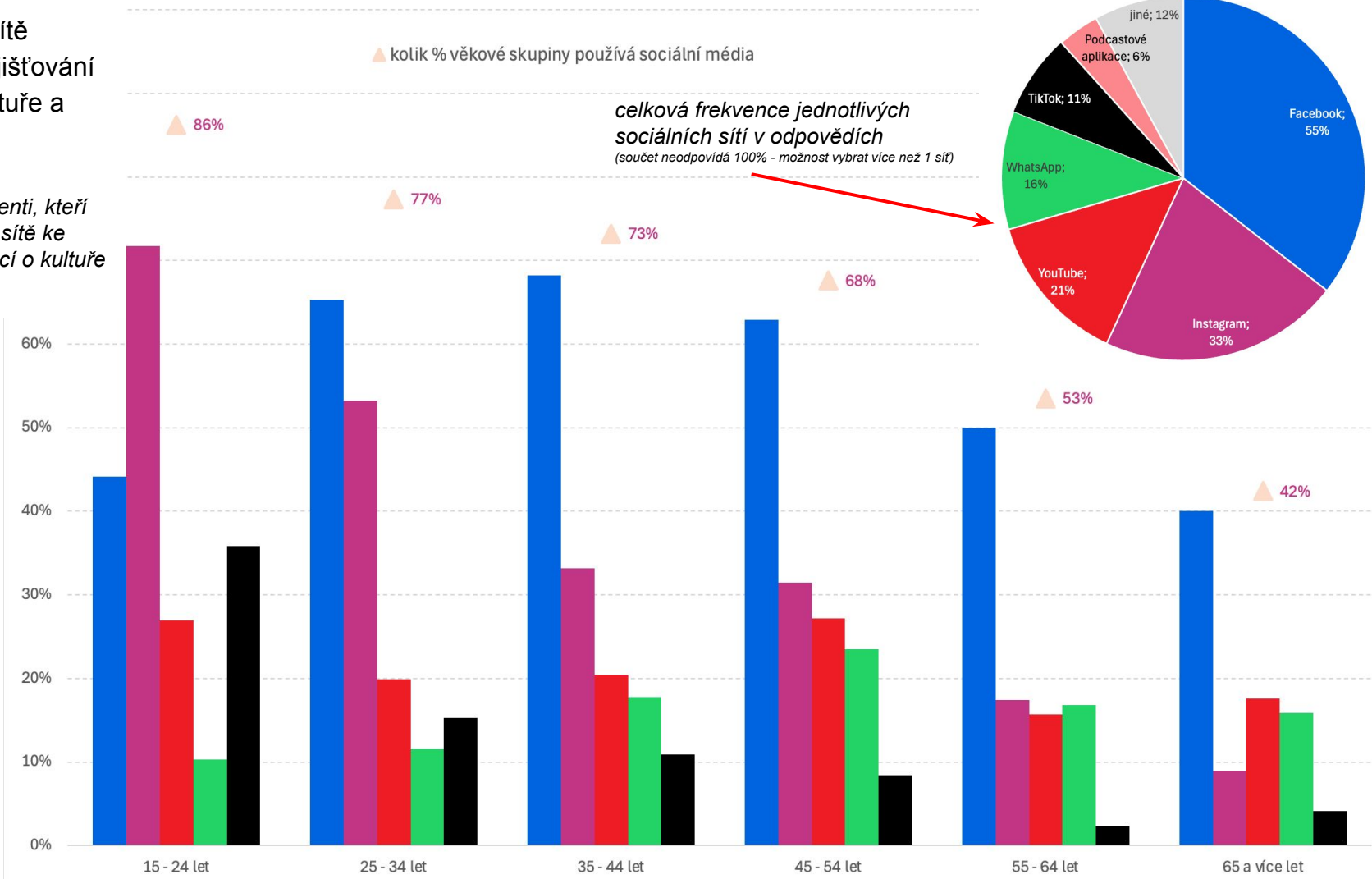
→ rozdíly najdeme ale především v jednotlivých věkových kategoriích: přestože Facebook najdeme do nějaké míry u všech věkových kategorií, v nejmladších dominuje Instagram, který používá přes 70 % (TikTok s 36 % téměř dohání Facebook s 44 %)

→ YouTube a WhatsApp je nejvýznamnější ve věku 45-54 let, přestože i v této věkové skupině je až 3. resp. 4. sítí po dominantním Facebooku a Instagramu

→ přestože 40 % nejstarší věkové skupiny zmiňuje Facebook jako místo, kde hledají mj. informace o kultuře a umění, je třeba relativizovat hodnotu tím, že zároveň “pouze” 42 % sociální sítě k vyhledávání informací používají (tzn. prakticky se jedná o zhruba 17 % osob tohoto věku, které lze přes Facebook oslovit)

Jaké sociální síť používáte ke zjišťování informací o kultuře a umění?*

**pouze ti respondenti, kteří používají sociální síť ke zjišťování informací o kultuře a umění*



shrnutí

- většině lidí na kultuře záleží
- památky a kino jsou nejvíce navštěvované
- mladí na kulturu chodí, jen jich není tolik
- klíčovou roli nehraje příjem, věk či vzdělání, ale zájem
- nejvíce se za kulturou chodí v páru
- za kulturou jsou lidé ochotni si i dojet
- většina lidí se za kulturou chodí pobavit nebo si odpočinout, je pro ně důležité i strávit kvalitní čas s rodinou či přáteli
- nejdůležitější komunikační kanál je stále osobní doporučení, druhý nejčastější pak sociální sítě

o výzkumu

NA CO JSME SE PTALI

- základní teze a postoje ke kultuře a umění
- kulturní chování / návštěvnost
 - typy kulturních akcí (opera) či zařízení (návštěva knihovny) a frekvence jejich návštěvy
 - kultura doma a kreativní praktiky (sledování filmů, poslech hudby, kutilství, zpěv apod.)
 - znalost a návštěvnost konkrétních kulturních institucí (centra města ČB)
 - s kým a kde kulturu navštěvují
- motivace a bariéry
- přístupnost
- důvěra, spokojenost, angažovanost, otevřenost (dle pravidelně opakujícího se výzkumu European Social Survey, který probíhá dlouhodobě po celé Evropě)
- informační zdroje ve vztahu ke kultuře
- základní sociodemografické informace (pohlaví, vzdělání, okres, velikost obce + velikost domácnosti, reálný a pocitový příjem)
- další (znalost EHMK, hodnocení kulturní nabídky, kultura jako součást příjmu..)

KOHO JSME SE PTALI?

- ptali jsme se 1256 respondentů, kteří reprezentují* populaci ve vztahu k pohlaví, věku, vzdělání a ekonomickému statusu (*tedy složení lidí, kterých jsme se ptali, odpovídá vzorku populace, která se v Jihočeském kraji nachází)
- většina dat byla sesbírána metodou CAWI (lidé vyplňovali dotazník online) a malá část (50 osob) byla doptávána metodou CAPI (vyplňovali dotazník osobně s tazatelem)
- sběr dat probíhal v červnu a červenci 2025
- data pro nás sbírala agentura NMS Market Research, s.r.o.

KDE NAJDU VÍCE INFORMACÍ

výstupy na webu EHMK <https://www.budejovice2028.eu/data-v-kulture>

- interaktivní dashboardy v Power BI
- manažerské shrnutí
- segmentace obyvatelstva (8 základních profilů návštěvníků)
- vyhodnocení výstupu European Social Survey
- několik dílčích specifických studií
- kompletní dataset (ve formátu širokých dat)

nejenom data z tohoto šetření, ale i mnoho dalšího...