

KULTURA V KRÁLOVÉHRADECKÉM KRAJI

Závěrečná zpráva z kvantitativního výzkumu

STEM  MARK
MARKETINGOVÝ VÝZKUM JE DIALOG

Březen 2025

OBSAH

PARAMETRY VÝZKUMU	3
Manažerské shrnutí	7
DETAILNÍ VÝSLEDKY ŠETŘENÍ	11
1 Zájem o kulturní oblasti, žánry, formy a aktivní participace	11
1.1 Zájem o jednotlivé kulturní oblasti	11
1.2 Oblíbenost hudebních žánrů	13
1.3 Oblíbenost filmových žánrů	15
1.4 Oblíbenost výtvarných forem	17
1.5 Aktivní účast v kulturním životě	18
2 Kulturní chování a znalost konkrétních organizací	21
2.1 Návštěvnost kulturních organizací a akcí	21
2.2 Znalost konkrétních kulturních organizací	24
3 Dostupnost kultury a její financování	27
3.1 Preference zdroje informací	27
3.2 Šíře programové nabídky	29
3.3 Cenová dostupnost	32
3.4 Zájem o ekologii	37
3.5 Financování kultury	39
4 Motivace	41
5 Bariéry	45
6 Detailní vnímání kulturně kreativních odvětví	48
6.1 Osobní vztah ke kulturně kreativním odvětvím	48
6.2 Zájem o originalitu zpracování díla	50
6.3 Digitalizace kulturně kreativních odvětví a využití umělé inteligence	51
7 Segmentace obyvatel dle kulturního chování	53
7.1 Mladší vychutnávači	54
7.2 Tradiční návštěvníci	55
7.3 Jednorocní návštěvníci	57
7.4 Výjimeční návštěvníci	58
7.5 Nenávštěvující	59
8 Specifický přístup mladých lidí	61

9 Srovnání preferencí a specifík jednotlivých okresů	64
9.1 Okres Hradec Králové	64
9.2 Okres Jičín	65
9.3 Okres Náchod	66
9.4 Okres Rychnov nad Kněžnou	67
9.5 Okres Trutnov	68
9.6 Výběr největších odlišností jednotlivých obcí s rozšířenou působností v kulturních preferencích, návštěvnosti, motivacích a bariérách	69
10 Vliv místa bydliště – rozdílnost vzdálenosti od okresního města a velikosti bydliště	72
Realizátor výzkumu	76

PARAMETRY VÝZKUMU

Cíl výzkumu

- Primárním cílem výzkumu je zmapovat kulturní chování obyvatel Královéhradeckého kraje. Výzkum se tedy soustředí na návštěvnost různých kulturních akcí, motivace tyto akce navštěvovat a bariéry, které naopak mohou návštěvnost ztěžovat. Dalšími oblastmi výzkumu jsou žánrové preference v různých kulturních oblastech, znalost konkrétních organizací, preferované zdroje informací, dostupnost kultury, udržitelnost a v neposlední řadě vztah ke kulturním a kreativním odvětví a hodnocení jejich digitalizace.
- Ve všech oblastech výzkumu je pracováno s tříděním jak podle sociodemografických proměnných, tak podle segmentace, která byla vytvořena na základě kulturního chování obyvatel Královéhradeckého kraje.
- Dotazník vychází částečně z osvědčené metodiky analytického ústavu STEM, který podobný výzkum již uskutečnil pro Prahu a Ostravu.

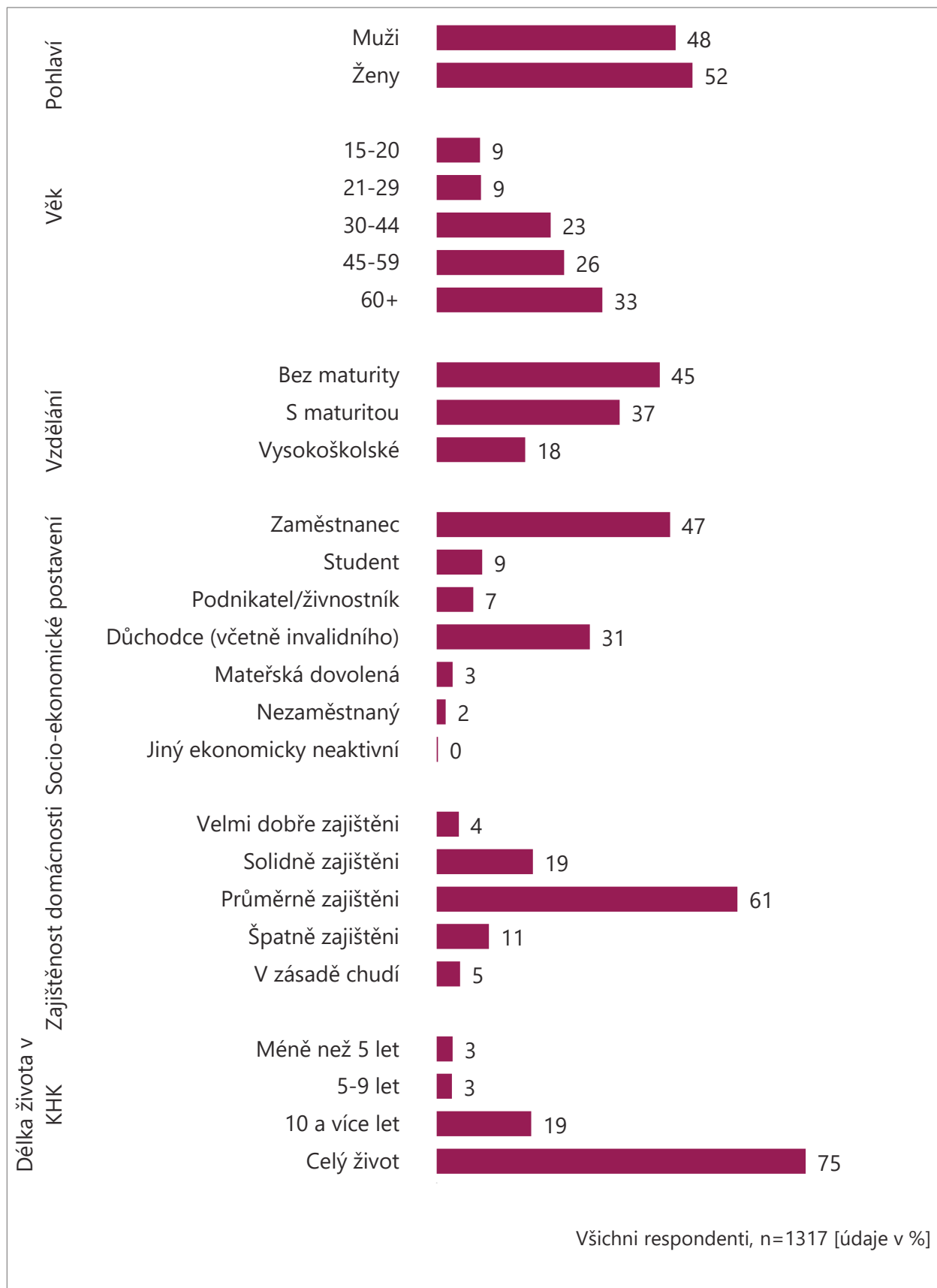
Detaily terénního šetření

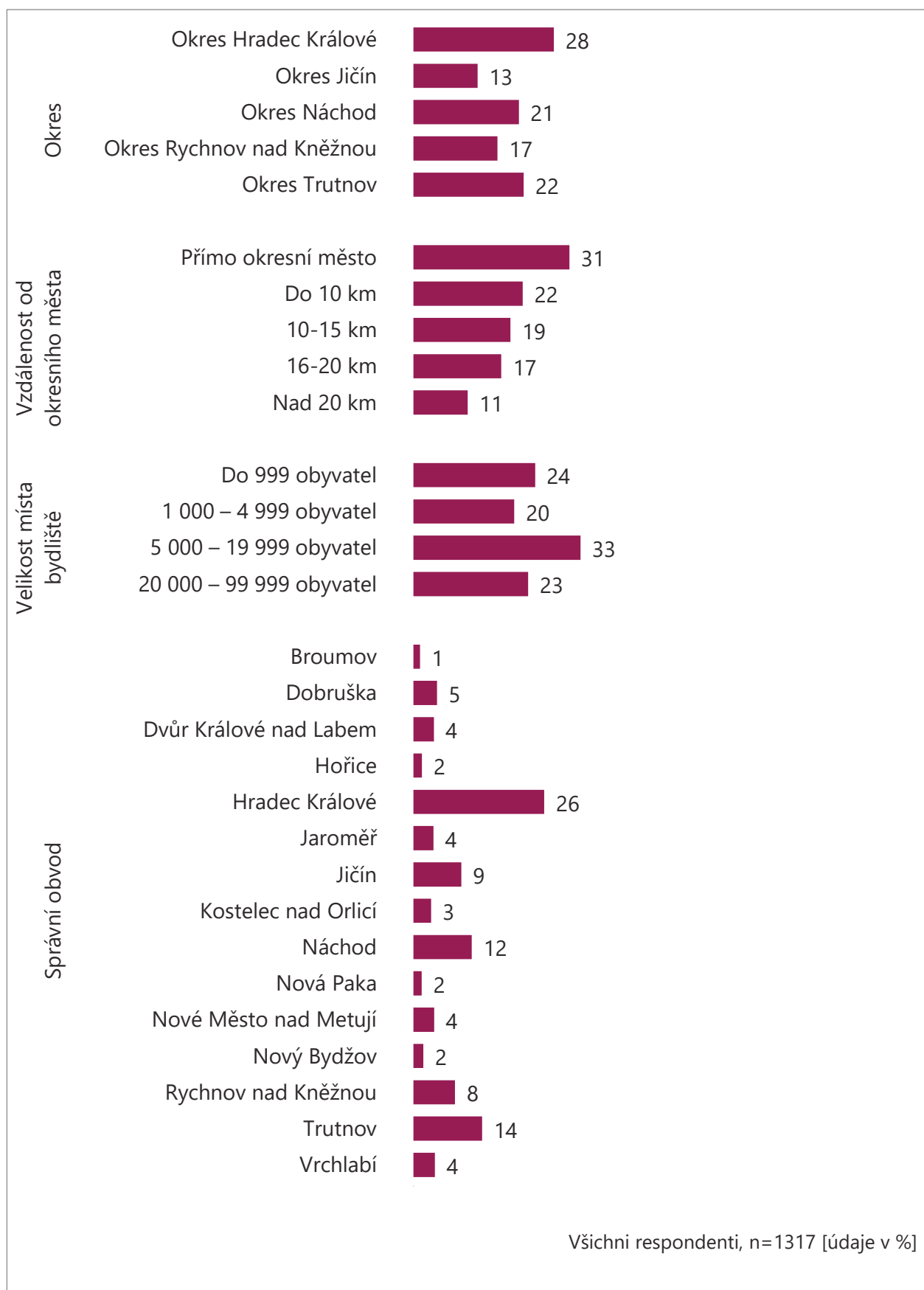
- Metodika: kombinace face-to-face (F2F) – CAPI a online – CAWI dotazování
 - ▶ **CAPI (Computer Aided Personal Interview):** jedná se o osobní rozhovor, kdy se odpovědi respondenta zaznamenávají do dotazníku na notebooku či tabletu.
 - ▶ **CAWI (Computer Assisted Web Interviewing):** forma dotazování prostřednictvím dotazovacího prostředí, které zaznamenává odpovědi respondenta a pomocí kontrolních a screenovacích mechanismů zajišťuje validitu respondentů i jejich odpovědí.
 - Většina CAWI dotazování proběhla v rámci **National sample**, který patří s 64 000 panelisty mezi největší panely respondentů v České republice. 5 % z CAWI proběhlo v rámci panelu Dialog, který vlastní a spravuje agentura STEM/MARK.
- Počet realizovaných rozhovorů: 1317
 - ▶ CAPI: 530

► CAWI: 787

- Termín šetření: 11.2.-10.3.2025
- Délka dotazníku: průměrná délka 23 minut
- Data: vážená (na základě stanovených kvót za jednotlivé socioekonomické skupiny pro zajištění reprezentativního vzorku při analýze výsledků šetření)

Struktura vzorku





* součet hodnot v některých grafech nemusí být 100 % z důvodu zaokrouhlování na celá čísla

Manažerské shrnutí

1. Kulturní preference a participace

Obyvatelé kraje mají největší zájem o hudbu a film. Ženy mají obecně zájem častější, zejména o literaturu, tanec a divadlo. Mladší generace se zajímají více o tanec, alternativní kulturu a nové žánry, zatímco starší lidé preferují literaturu a klasické formy. Aktivní zapojení do kulturního života (organizace akcí, umělecká činnost, veřejné vystupování) je běžnější mezi mladými a vysokoškolsky vzdělanými.

2. Kulturní chování a znalost organizací

Nejčastěji navštěvované jsou historické památky, kina a knihovny. Znalost kulturních organizací roste s dosaženým vzděláním. Nejznámějšími institucemi jsou Klicperovo divadlo a Hvězdárna a planetárium v Hradci Králové a obecně organizace sídlící v Hradci Králové.

3. Dostupnost a financování

Lidé jsou ochotni připlatit si za kulturní akce podporující udržitelnost, častěji jde spíše o jednotky procent ze vstupenky. Výdaje do kultury považuje většina obyvatel za dostačující, zejména na krajské úrovni. Investice do kultury jsou vnímány jako přínosné pro místní a komunitní život.

4. Motivace

Hlavními motivacemi jsou zábava, čas s blízkými, dobrá zkušenost a doporučení. Mnoho lidí chce také rozšířit si obzory nebo vidět naživo konkrétního umělce. Mladí lidé jsou více motivováni společenským statusem a touhou po nových zkušenostech, ačkoliv jsou nejčastěji motivováni podobnými motivacemi jako zbytek krajské populace. Více než polovina si vystačí s „domácí kulturou“ (TV, streamy), především mladí.

5. Bariéry

Nejčastější překážky jsou únava, nevyhovující časy konání a nabídka akcí, cena a nedostatek informací. Častěji zmiňují bariéry lidé bez maturity a z hůře zajištěných domácností. Dopravní dostupnost a plánování jsou více problémem zejména ve vzdálenějších obcích.

6. Kulturně kreativní odvětví (KKO)

Zájem převažuje nad přímou angažovaností. Největší zájem je o film, hudbu a literaturu. Originální zpracování zvyšuje zájem i ochotu připlatit si, zejména u mladších a vzdělanějších. Umělá inteligence je vnímána spíše negativně jako součást tvorby, ale mladší generace ji více akceptují.

7. Segmentace publika

Bylo identifikováno 5 kulturních segmentů:

- **Mladší vychutnávači** – kulturně nejaktivnější, mladší, vzdělanější, aktivní účast i organizace.
- **Tradiční návštěvníci** – častěji starší a senioři , navštěvují akce a organizace spíše častěji, preferují spíše klasické žánry a organizace.
- **Jednoroční návštěvníci** – vzdělanější zaměstnanci, ač ne často, tak pravidelně kulturu navštěvují, spíše se zajímají o mainstreamovou kulturu.
- **Výjimeční návštěvníci** – menší zájem o kulturu obecně, návštěvy několika typických akcí spíše ojediněle.
- **Nenavštěvující** – kulturně pasivní, často starší a senioři, méně vzdělaní a z menších obcí.

8. Specifika mladých *(nahlédnuto ve větším detailu než ostatní části manažerského shrnutí)*

Lidé 15–20 let jsou aktivnější, více zkoušejí nové formy kultury, častěji navštěvují alternativní a hudební akce. V hudbě mají velmi v oblibě rap a hip-hop. Také se častěji zapojují do organizace nebo účinkování. Častěji se

setkávají s bariérami, jako je nedostatek volného času, zahlcenosti a nepřehlednosti informací či nedostupnost vstupenek.

9. Srovnání preferencí a specifik jednotlivých okresů *(nahlédnuto ve větším detailu než ostatní části manažerského shrnutí)*

Mezi okresy Královéhradeckého kraje, stejně jako mezi jeho jednotlivými ORP, se objevují pouze mírné rozdíly v kulturních preferencích, návštěvnosti, motivacích a bariérách, které dosahují zpravidla rozdílů jednotek procent a je proto otázkou, zda se vyplatí na základě nich přistupovat k jednotlivým okresům jako k odlišným (výjimku tvoří samozřejmě znalost a návštěvnost místních kulturních organizací, které mají vyšší popularitu u místních obyvatel). Z rozdílů jde například o následující zajímavosti:

- Hradec Králové: Vyšší obliba literatury a klasické hudby, což může být způsobeno vyšším podílem žen a vysokoškolsky vzdělaných ve vzorku. Vyšší návštěvnost například kin a multikin. Dopravní dostupnost je pro ně logicky menší bariérou.
- Jičín: Méně vysokoškoláků, vyšší obliba rocku a fantasy/sci-fi, nižší návštěvnost činoherního divadla, muzeí a knihoven. Častější vnímání kultury jako finančně nedostatečně podporované.
- Náchod: Vyšší obliba jazzu a nejméně častý zvýšený zájem o ekologické produkty a akce propagující udržitelné hodnoty. Méně často uvádí jako bariéru špatnou dopravní dostupnost.
- Rychnov nad Kněžnou: Častěji se zapojují do kultury, ať už jako účinkující, či organizující. Nižší motivace navštěvovat kulturní akce z důvodu podpory umělců nebo doporučení od známých.
- Trutnov: Vyšší obliba alternativní kultury a elektronické hudby, častější hledání experimentálních počinů. Zvyšující se zájem o akce propagující udržitelné hodnoty.

ORP (obce s rozšířenou působností) vykazují také v některých odpovědích zajímavé odchylky – např. Vrchlabí s vyšší návštěvností památek, Náchod s vyšší oblibou rapu a hip-hopu, či Trutnov s vyšším zájmem o nový cirkus.

10. Vliv místa bydliště – velikost a vzdálenost od okresního města

(nahlédnuto ve větším detailu než ostatní části manažerského shrnutí)

Kulturní zájem a účast nejsou výrazně ovlivněny lokalitou, ale bariéry účasti ano. Lidé vzdálenější od okresních měst čelí větší finanční zátěži, horší dopravní dostupností a informačním problémům. Zajímavostí je vyšší míra zkušenosti s organizací kulturních akcí v malých obcích. Lidem z větších měst (20 000 až 99 999 obyvatel) brání navštěvování kultury špatná dopravní dostupnost méně, mají častěji rádi literaturu a klasickou hudbu. Obyvatelé nejmenších obcí (do 999 obyvatel) mají spíše nižší návštěvnost některých kulturních akcí a organizací, jako baletu či muzeí, a některé motivace jako vidět naživo konkrétního umělce, ale vyšší oblibu lidové hudby. Města od 5 000 do 19 999 obyvatel se vyznačují vyšší kulturní aktivitou v oblasti populární hudby a moderních formátů (např. stand-up); častěji jim brání v návštěvě kulturních akcí špatná dopravní dostupnost.

Součástí výstupů jsou kromě tohoto reportu také dotazník, datová matice a tříděné tabulky, které má zadavatel k dispozici v samostatných souborech.

DETAILNÍ VÝSLEDKY ŠETŘENÍ

V následujících šesti kapitolách jsou prezentovány výsledky zejména za celou krajskou populaci. Detailnější vhléd do rozdílů mezi socio-demografickými skupinami je popisován jen v případě, že rozdíly jsou nejen statisticky signifikantně významné, ale také významné věcně, a to zejména kvůli přehlednosti a stravitelnosti tohoto reportu. Tříděné grafy jsou prezentovány pouze pokud přinášejí lepší vhléd do problematiky. Přesná čísla se všemi podstatnými tříděními jsou zobrazena prostřednictvím tříděných tabulek ve formátu .xlsx (samostatná příloha). Ve zbylých kapitolách 7 až 9 se zaměříme na vybrané segmenty obyvatel.

1 Zájem o kulturní oblasti, žánry, formy a aktivní participace

1.1 Zájem o jednotlivé kulturní oblasti

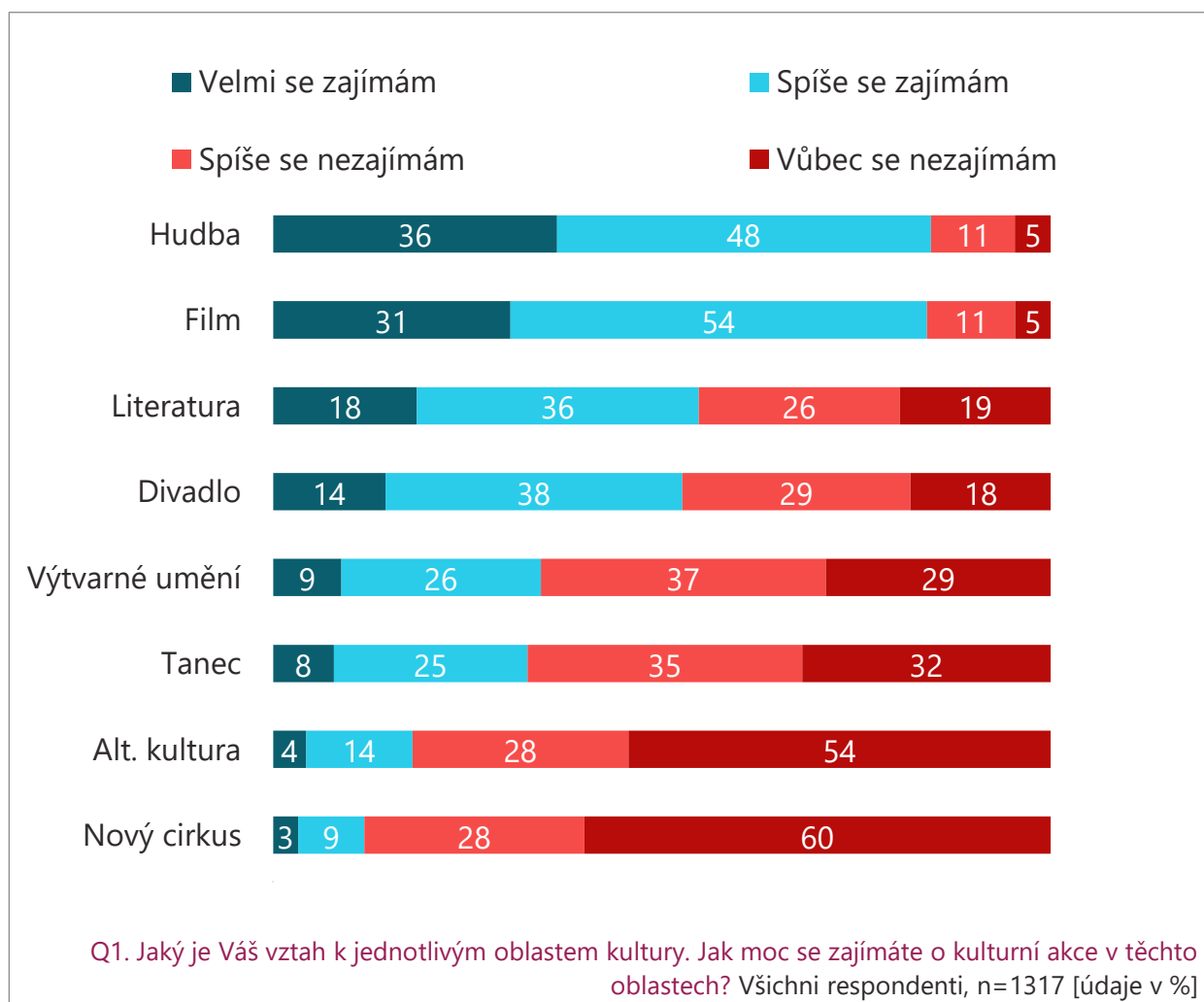
Obyvatelé Královéhradeckého kraje se obecně zajímají zejména o hudbu (85 % obyvatel se zajímá „velmi“ a „spíše“, viz graf 1.1) a film (84 % se zajímá). Dále se také zajímá více než polovina obyvatel kraje o kulturní oblasti literatury (54 %) a divadla (52 %). Třetina obyvatel se zajímá o výtvarné umění (34 %) a o tanec (32 %). Nejméně se obyvatelé zajímají o alternativní kulturu (17 %) a nový cirkus (11 %).

Zájem o jednotlivé oblasti kultury se liší v rámci sociodemografických skupin. Obecně platí, že zájem je častější u žen. Největší rozdíl v genderové podmíněnosti je v zájmu o literaturu (63 % oproti 45 %), tanec (42 % oproti 23 %) a divadlo (61 % oproti 44 %), kde rozdíl mezi zájmem mužů a žen činil 17-19 procentních bodů. Ženy se také častěji zajímají o výtvarné umění (38 % oproti 30 %) a film (86 % oproti 82 %).

Zájem se také liší podle věku, kde většinou s přibývajícím věkem zájem u obyvatel Královéhradeckého kraje klesá. Hudba je doménou nejmladší věkové kategorie, zajímají se o ni téměř všichni ve věku 15-20 let (96 %). Naopak lidé ve věku 60+ se o hudbu zajímají nejméně (79 %). I o tanec se lidé ve věku 15-20 let zajímají nejčastěji (45 %). Podobně alternativní kultura či subkultura zajímá více mladší věkové kategorie 15-20 let (38 %) a 21-29 let (25 %) a méně kategorii 60+ (10 %). Lidé ve věku 60+ se také méně zajímají o film (77 %), který je nejpopulárnější u lidí ve věku 21-29 let (91 %). Obrácený trend je v zájmu o literaturu, která je nejpopulárnější u lidí ve věku 60+ let (67 %), méně populární ve věkových kategoriích 30-44 let (47 %), 21-29 let (45 %) a nejméně ve věku 15-20 let (34 %). O akce v divadle má nejmenší zájem věková skupina 21-29 let, s věkem pak zájem mírně roste. O nový cirkus se zajímají nejvíce lidé ve věku 30-44 let a nejméně lidé ve věku 21-29 let.

Všechny vzdělanostní kategorie se podobně silně zajímají o nejpopulárnější oblasti kultury – hudbu a film – ale také o méně populární tanec a alternativní kulturu. U ostatních kulturních oblastí zájem roste se vzděláním. O nový cirkus mají častěji zájem vysokoškolsky vzdělaní (19 % oproti 12 % z celku). Vysokoškolsky vzdělaní se také častěji zajímají o výtvarné umění (50 %), oproti tomu lidí bez maturity se o výtvarné umění zajímá čtvrtina. Divadlo zajímá častěji vysokoškolsky vzdělané (67 %), lidi s maturitou (59 %) a méně často lidi bez maturity (42 %). Podobný trend jako u divadla je v oblasti literatury.

Graf 1.1 Zájem o jednotlivé kulturní oblasti



1.2 Oblíbenost hudebních žánrů

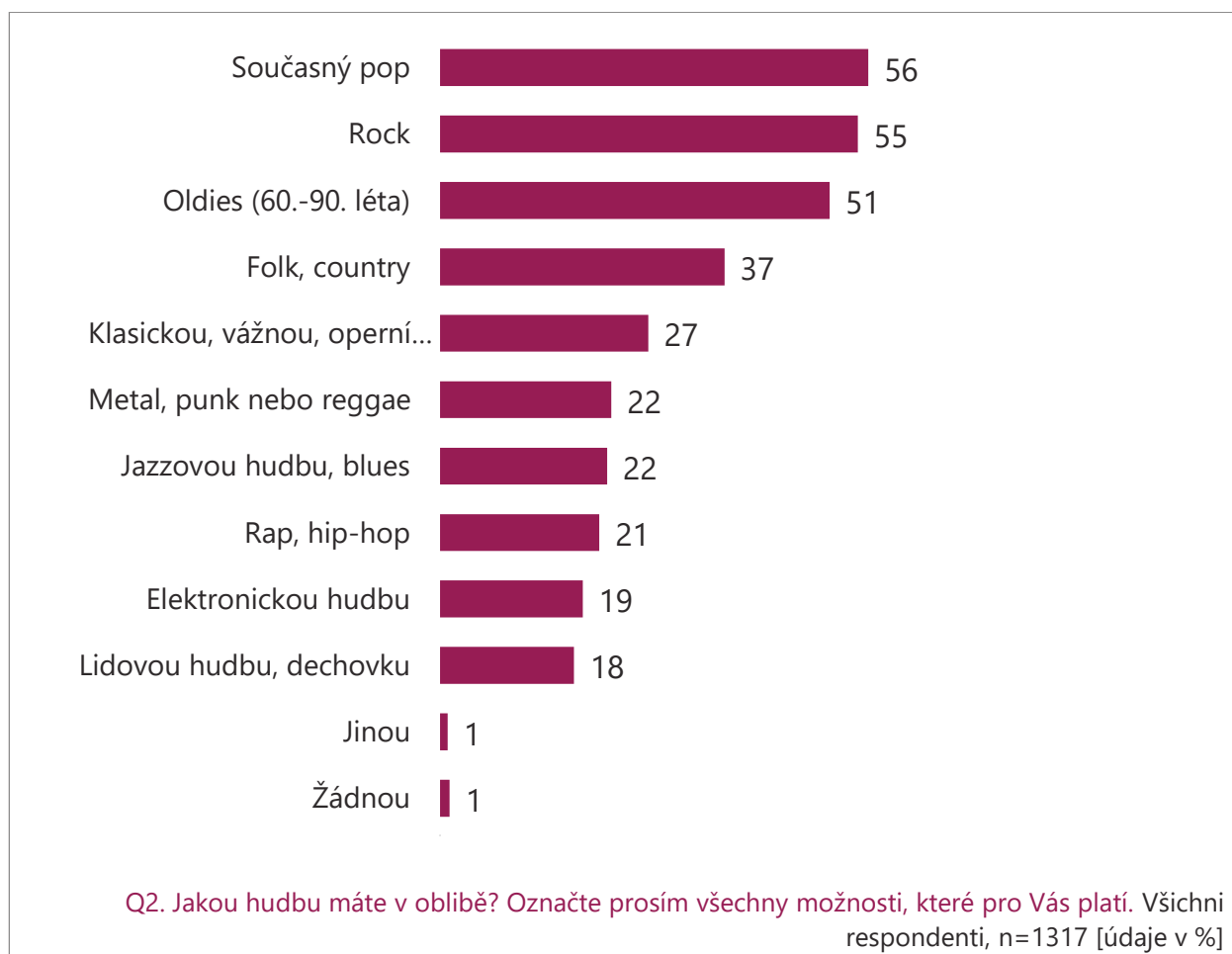
Nejčastěji oblíbenou hudbou obyvatel Královéhradeckého kraje je současná zahraniční nebo česká populární hudba (56 %), rock (55 %) a oldies, tedy populární hudba 60.-90. let (51 %). Více než třetina obyvatel má v oblibě folkovou hudbu a country (37 %). Méně často oblíbenou hudbou je potom klasická, vážná a operní hudba (27 %), metal, punk a reggae (22 %), jazzová hudba a blues (22 %), rap a hip-hop (21 %), elektronická hudba (19 %) a lidovou hudbu (18 %). Téměř nikdo neuvedl, že by měl rád jinou nebo žádnou hudbu.

Muži mají v oblibě častěji elektronickou hudbu, rock, metal, punk nebo reggae a rap, hip-hop. Ženy mají v oblibě častěji současnou zahraniční nebo českou populární hudbu. Zásadnější rozdíly jsou ale v oblibě jednotlivých hudebních žánrů mezi věkovými kategoriemi a vzděláním.

Rap a hip-hop je výrazně populárnější mezi mladšími věkovými kategoriemi a jeho oblíbenost s věkem klesá. Je to jasně nejoblíbenější žánr věkové skupiny 15-20 let (70 %), je také populárnější u lidí do 44 let, od 45 let je potom populární méně. Podobně elektronická hudba je populárnější u tří nejmladších věkových kategorií. Rock, oldies, současný pop a metal, punk a reggae jsou nejpopulárnější u prostředních věkových kategorií. Klasická hudba, folk, jazz a dechovka jsou nejčastěji populární u lidí ve věku 60+ let.

Nejvíce rozdělené mezi vzdělanostními skupinami jsou klasická hudba, folk, jazz, oldies a rock, které upřednostňují hlavně vysokoškolsky vzdělaní a lidé bez maturity mají tyto žánry v oblibě výrazně méně. „Klasika“, folk a oldies je také populárnější u lidí s maturitou. Lidé bez maturity častěji upřednostňují elektronickou hudbu a rap a hip-hop. Kde si většina lidí nezávisle na vzdělání „notuje“ je současná zahraniční nebo česká populární hudba. Rozdíl také není mezi vzdělanostními skupinami v oblibě metalu, punku a reggae.

Graf 1.2 Oblíbenost hudebních žánrů



1.3 Oblíbenost filmových žánrů

Obyvatelé Královéhradeckého kraje mají nejčastěji v oblíbě komedie (80 %). Oblíbenými jsou také kriminální a akční filmy a thrillery (61 %) a dokumentární a vzdělávací filmy (58 %). Méně než polovina lidí má v oblíbě pohádky, dětské filmy (44 %), životopisné filmy (43 %), fantasy, sci-fi, mysteriózní, horory (42 %) a drama (40 %). Válečné filmy a westerny a animované filmy má potom v oblíbě tři z deseti obyvatel Královéhradeckého kraje. Opět téměř nikdo neuvedl, že by měl rád jiné nebo žádné filmy.

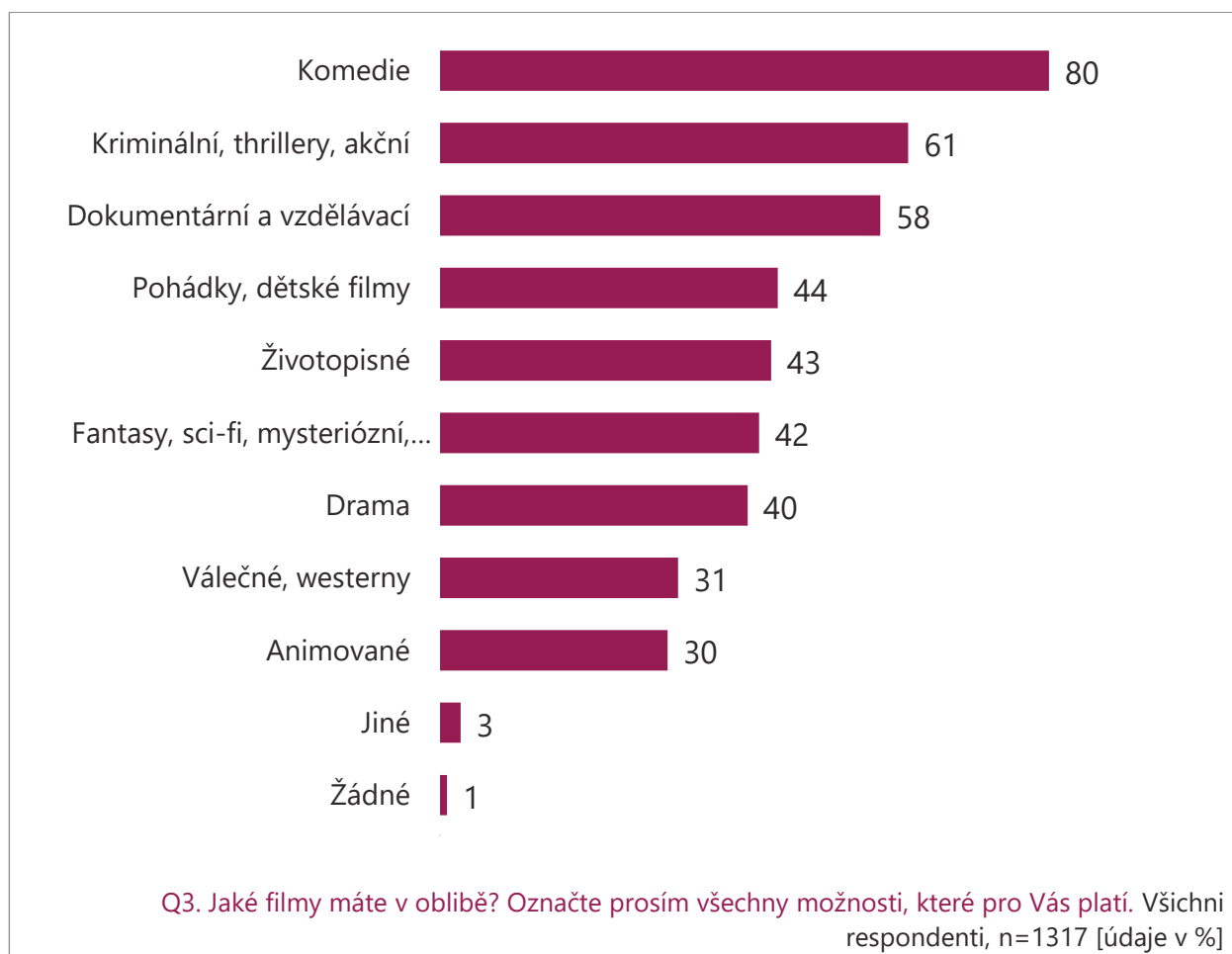
Analýza oblíbenosti filmových žánrů ukazuje, že se oblíbenost liší podle pohlaví. Muži mají častěji v oblíbě kriminální a akční filmy, thrillery (66 % oproti 57 % žen), válečné a westerny (49 % oproti 14 % žen), fantasy, sci-fi a horory (51 % oproti 33 % žen) a dokumentární a vzdělávací filmy (61 %

oproti 55 % žen). Ženy mají naopak častěji v oblíbenosti životopisné filmy (47 % oproti 39 % mužů), komedie (82 % oproti 77 % mužů) a pohádky a dětské filmy (54 % oproti 34 %).

Starší generace mají v oblíbenosti častěji životopisné (53 % osob ve věku 60+ let oproti 12 % osob ve věku 15-20 let) a dokumentární a vzdělávací filmy (67 % osob ve věku 60+ let oproti 23 % osob ve věku 15-20 let a 41 % osob ve věku 21-29 let). Naopak animované filmy, komedie, drama a fantasy, sci-fi, mysteriózní a horory jsou doménou mladších věkových kategorií.

Vzdělání nehraje v oblíbenosti různých filmových žánrů tak velkou roli, nicméně i zde jsou u některých žánrů rozdíly v oblíbenosti. Vysokoškolsky vzdělaní mají oproti lidem bez maturity častěji v oblíbenosti životopisné (54 % oproti 36 %), dokumentární a vzdělávací (72 % oproti 51 %) a drama (50 % oproti 36 %). U ostatních filmů je obliba napříč vzdělanostními kategoriemi obdobná.

Graf 1.3 Oblíbenost filmových žánrů



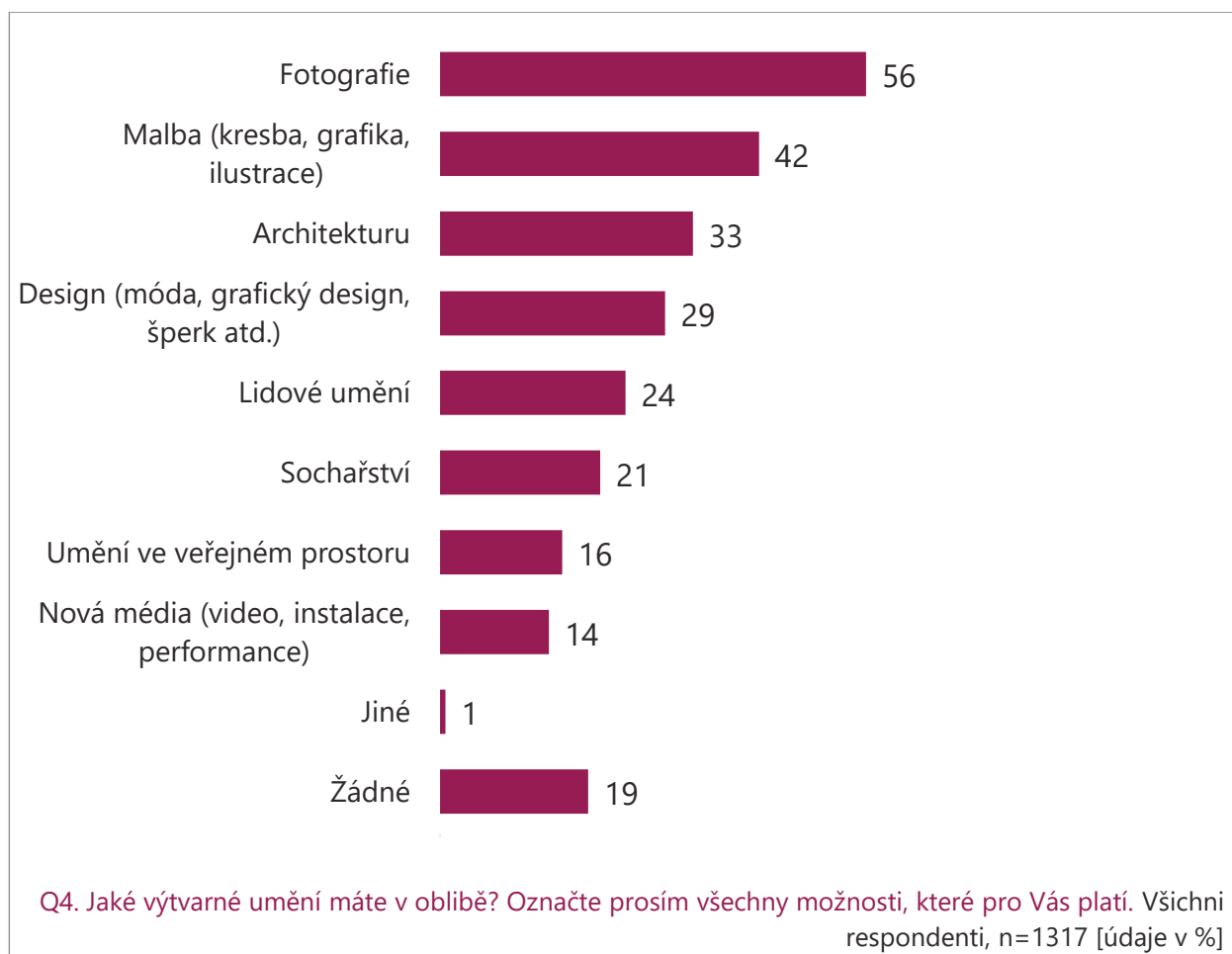
1.4 Oblíbenost výtvarných forem

Konkrétní výtvarná umění jsou celkově v oblibě méně často než konkrétní žánry hudby a filmů – téměř každý pátý obyvatel Královéhradeckého kraje nemá v oblibě žádné výtvarné umění. Fotografii má v oblibě více než polovina (56 %), malbu čtyři z deseti a architekturu třetina obyvatel. Méně než třetina obyvatel má v oblibě design (29 %), lidové umění (24 %) a sochařství (21 %). Méně než pětina obyvatel má v oblibě umění ve veřejném prostoru (16 %) a nová média jako video, instalace a performance (14 %).

Výtvarné umění mají v oblibě obecně více ženy a lidé s vysokoškolským vzděláním. Ženy mají častěji v oblibě zejména malbu (47 % oproti 37 % mužů), fotografii (61 % oproti 50 % mužů) a design (38 % oproti 20 % mužů).

Nicméně muži mírně častěji upřednostňují nová média (17 % oproti 12 % žen). Nejčastěji mají v oblibě sochařství a lidové umění lidé ve věku 60 a více let. Naopak design a nová média jsou máji častěji v oblibě mladší věkové kategorie. Vysokoškolsky vzdělaní mají častěji v oblibě architekturu, malbu, fotografii, umění a sochařství, zatímco lidé bez maturity mají tyto výtvarné formy v oblibě méně často.

Graf 1.4 Oblíbenost výtvarných forem



1.5 Aktivní účast v kulturním životě

Část obyvatel Královéhradeckého kraje se do kultury zapojuje i aktivněji než zájmem nebo účastí. Obecně jde častěji o nejmladší věkovou kategorii 15-20 let, ale také vysokoškolsky vzdělané. Častější aktivní participace souvisí také pravděpodobně s množstvím volného času a zajištěným materiálním zázemím

– častěji se těmito činnostem věnují studenti a lidé z velmi dobře či solidně zajištěných domácností.

Třetina obyvatel se ve volném čase podílela na organizaci veřejné či komunitní kulturní akce a 16 % tak činilo v posledních 12 měsících. Osob ve věku 15-20 let se na organizaci těchto akcí podílela více než polovina, naopak tuto zkušenost nemá 3 ze 4 osob ve věku 60 a více. Podíl lidí, kteří mají zkušenost s organizací kulturních akcí klesá s rostoucí velikostí místa bydliště.

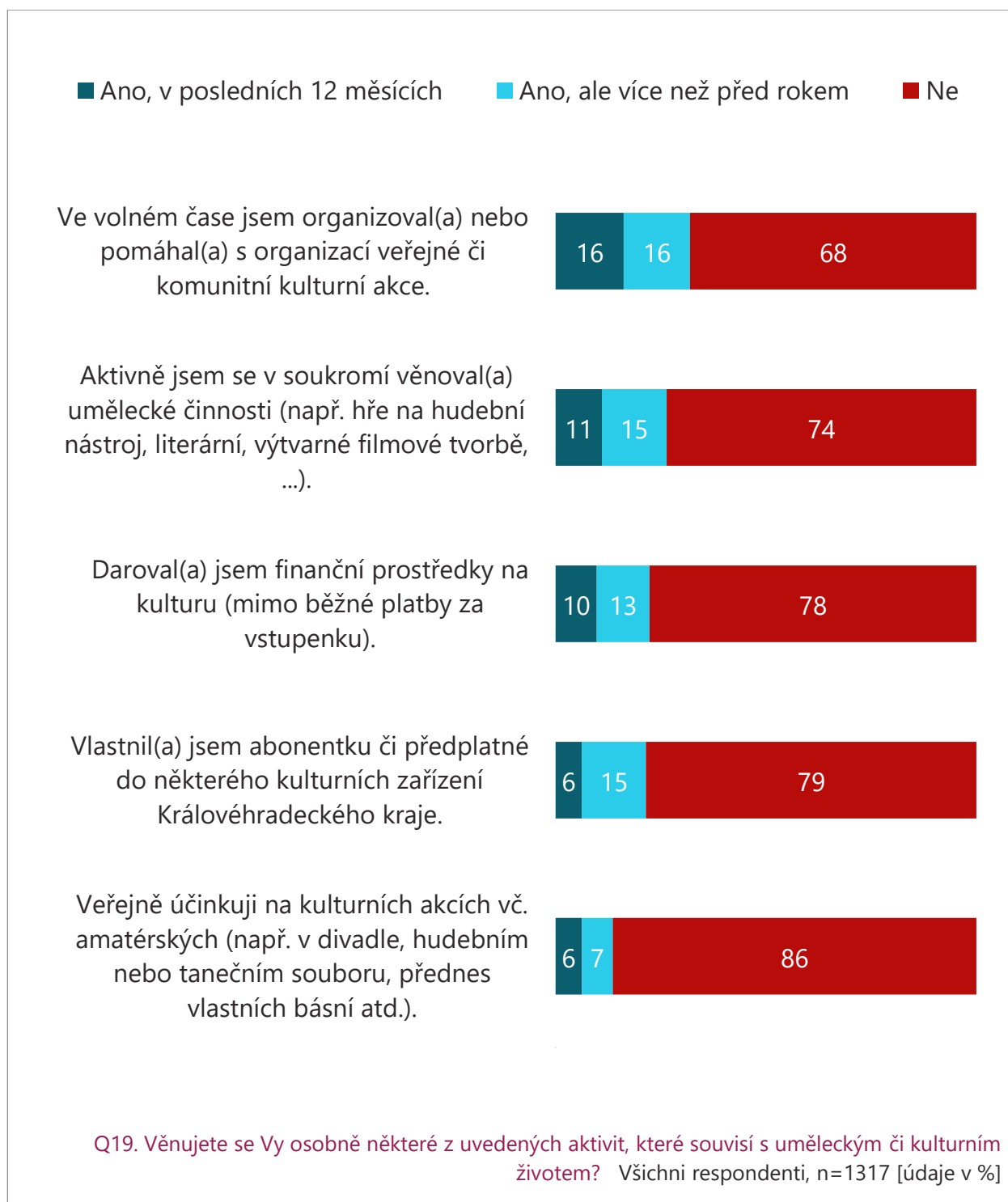
V soukromí se věnovala umělecké činnosti čtvrtina obyvatel, 11 % tak činilo v posledních 12 měsících. Tato zkušenost klesá s přibývajícím věkem. Nejčastěji mají se soukromou uměleckou činností lidé věku 15-20 let, v posledních 12 měsících 26 % a více než před rokem 27 %. Lidé ve věku 21-29 let se častěji věnovali umělecké činnosti více než před rokem. I vysokoškolsky vzdělaní mají častější zkušenost se soukromou uměleckou činností, nicméně rozdíl není tak velký jako u věku. Celkově se umělecké činnosti věnují častěji studenti. V posledních 12 měsících se také věnovali umělecké činnosti častěji lidé, kteří hodnotí svoji domácnost jako velmi dobře zajištěnou.

Veřejnému účinkování na kulturních akcích se věnovalo v posledních 12 měsících 6 % obyvatel a před více než rokem účinkovalo 7 % obyvatel. Zkušenost s vystupováním mají častěji osoby ve věku 15-20 let a studenti, méně často senioři.

Část obyvatel na kulturu přispívá i nad rámec běžných vstupenek. Finanční prostředky (mimo běžné platby za vstupenky) darovalo na kulturu 23 % obyvatel a 10 % tak učinilo v posledních 12 měsících. Větší zkušenost s dary na kulturu mají lidé ve věku 15-20 let, lidé z velmi dobře a solidně zajištěných domácností, podnikatelé a studenti.

Abonentku či předplatné do některých kulturních zařízení v Královéhradeckém kraji vlastnilo v posledních 12 měsících 6 % obyvatel a dalších 15 % ji vlastnilo více než před rokem. Více než před rokem vlastnili častěji abonentku vysokoškolsky vzdělání.

Graf 1.5 Aktivní účast v kultuře



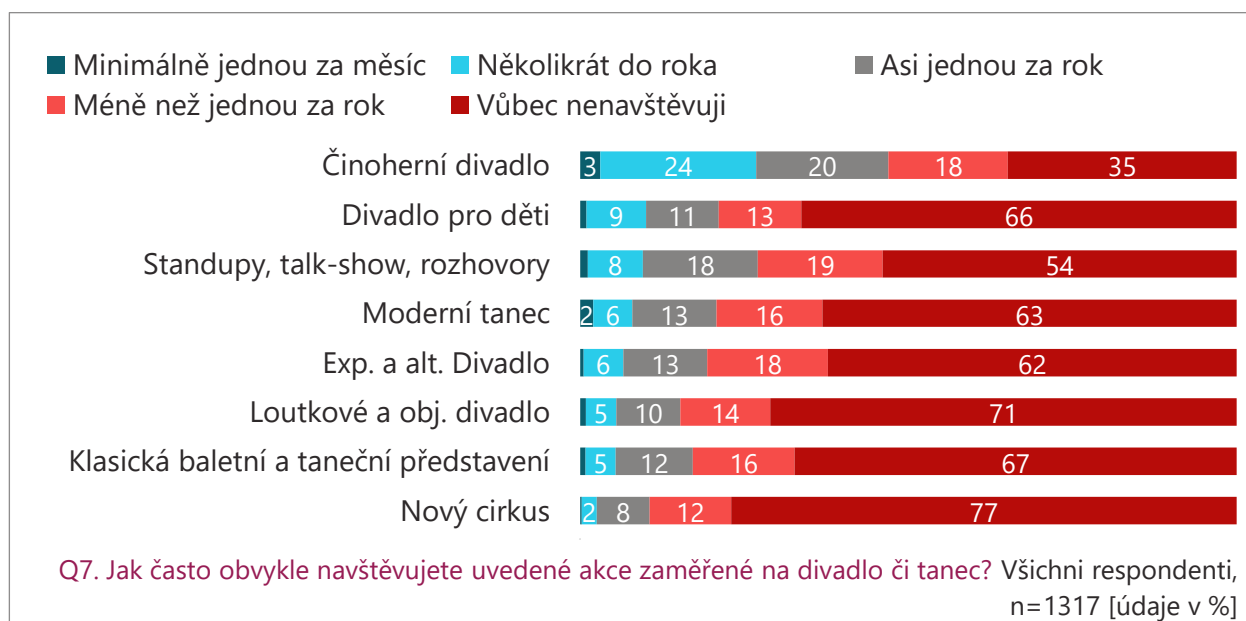
2 Kulturní chování a znalost konkrétních organizací

2.1 Návštěvnost kulturních organizací a akcí

Obecně nejvíce rozšířenou návštěvnost mají mezi obyvateli Královéhradeckého kraje historické památky, které alespoň jednou za rok navštíví 3 ze 4 obyvatel. Kina a multikina navštíví alespoň jednou za rok dvě třetiny, muzea více než polovina. Ostatní akce a zařízení navštěvuje alespoň jednou za rok méně než polovina obyvatel (viz graf 2.1a).

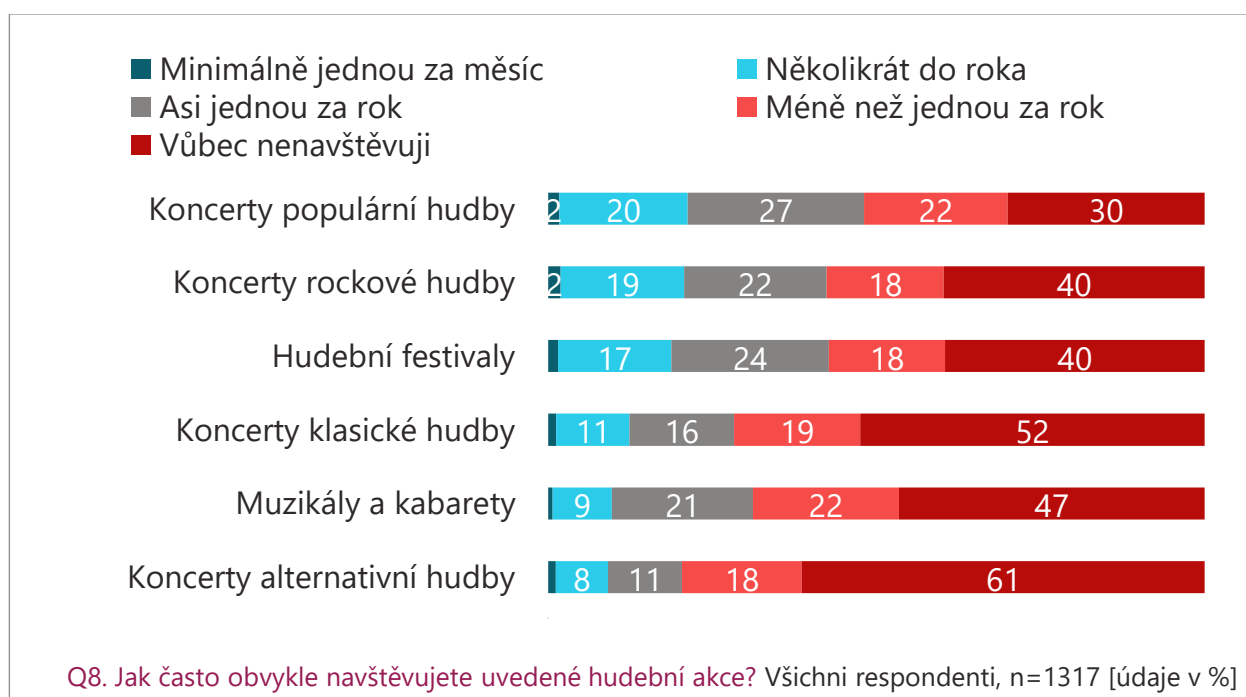
Z akcí zaměřených na divadlo a tanec je nejvíce populární činoherní divadlo, více než čtvrtina obyvatel jej navštěvuje několikrát do roka. Nejčastěji jde o starší věkové kategorie 45-59 let a 60 a více let, častěji navštěvují divadlo také lidé s vyšším vzděláním. Ostatní akce s podobným zaměřením jsou populární o něco méně. Za zmínku stojí například to, že loutkové a objektové divadlo a divadlo pro děti navštěvují častěji lidé ve věku 30-44 let (pravděpodobně protože mají častěji děti, se kterými jej navštěvují, nicméně tuto informaci jsme přímo nezjišťovali). Experimentální a alternativní divadlo, klasická baletní a taneční představení, ale i moderní tance zase častěji navštěvují mladší lidé ve věku 15-20 let.

Graf 2.1a Návštěvnost akcí zaměřených na divadlo a tanec



Návštěvnost hudebních akcí je o něco rozšířenější než ty zaměřená na divadlo a tanec. Nejvíce populární jsou popové a následně rockové koncerty. Podobně často navštěvované jsou také hudební festivaly. Ostatní hudební žánry jsou navštěvovány méně (viz graf 2.1b). Obecně lze říci, že většinu hudebních akcí navštěvují častěji mladší věkové kategorie, kde zejména osoby starší 60 let tyto akce častěji vůbec nenavštěvují. Výjimkou jsou muzikály a kabarety a koncerty klasické hudby, kde tento spíše lineární vztah návštěvnosti podle věku není. Všechny hudební akce častěji vůbec nenavštěvují lidé bez maturity.

Graf 2.1b Návštěvnost hudebních akcí

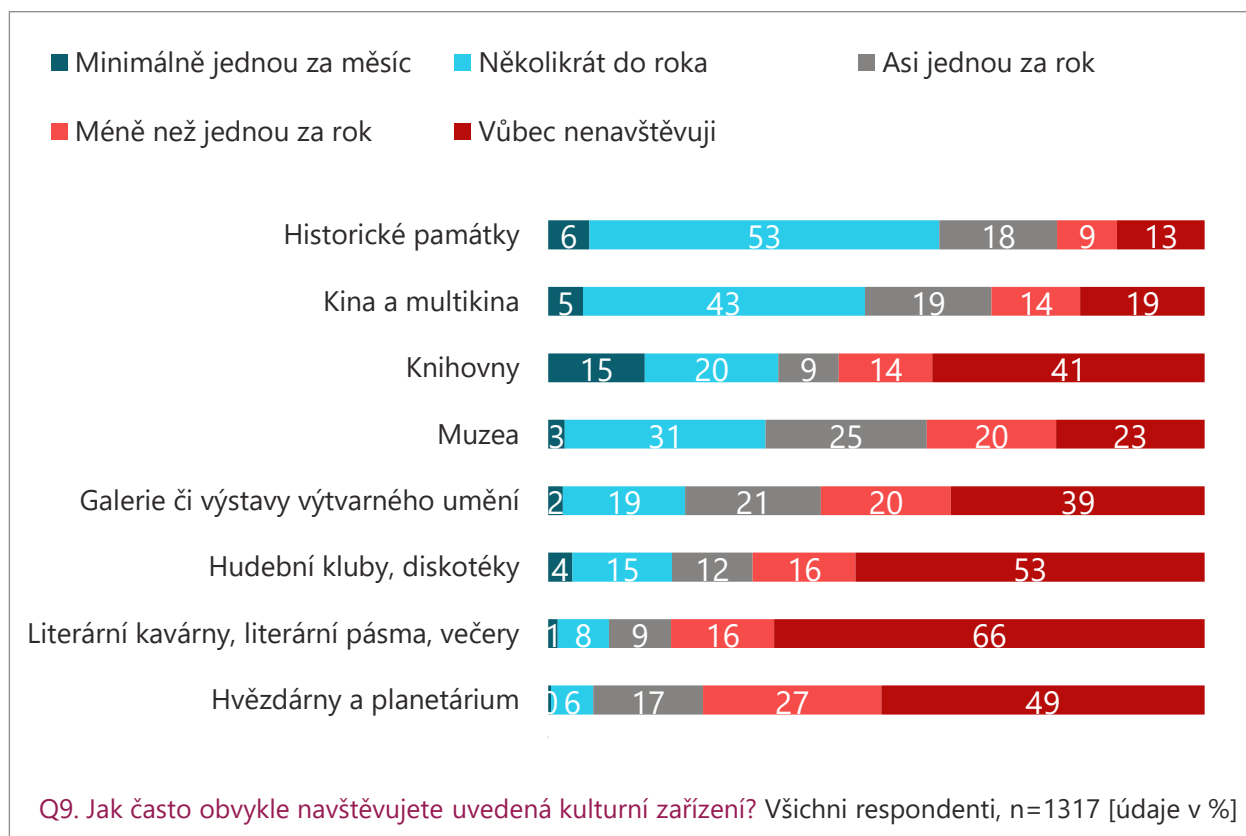


U návštěvnosti kulturních zařízení je zajímavé, že mají jako jediné nezanedbatelné procento lidí, kteří je navštěvují minimálně jednou za měsíc. Jde zejména o knihovny, které takto často navštěvuje 15 % obyvatel Královéhradeckého kraje, ale také o historické památky a kina či multikina. Knihovny několikrát za měsíc navštěvují častěji ženy, vysokoškolsky vzdělaní a osoby ve věku 60 a více let.

Obecně nejnavštěvovanější z kulturních zařízení jsou jednoznačně historické památky a následně kina a multikina. Relativně často navštěvují obyvatelé Královéhradeckého kraje také knihovny, muzea a galerie či výstavy výtvarného umění; ostatní kulturní zařízení jsou navštěvována méně často.

Kulturní zařízení méně často navštěvují lidé bez maturity a lidé ve věku 60 a více let (u již zmíněných knihoven větší procento lidí ve věku 60 a více let knihovny navštěvuje několikrát do měsíce a zároveň větší procento lidí ve věku 60 a více let knihovny nenavštěvuje vůbec). Doménou zejména nejmladších věkových kategorií do 30 let jsou hudební kluby, diskotéky, kina a multikina.

Graf 2.1c Návštěvnost kulturních zařízení

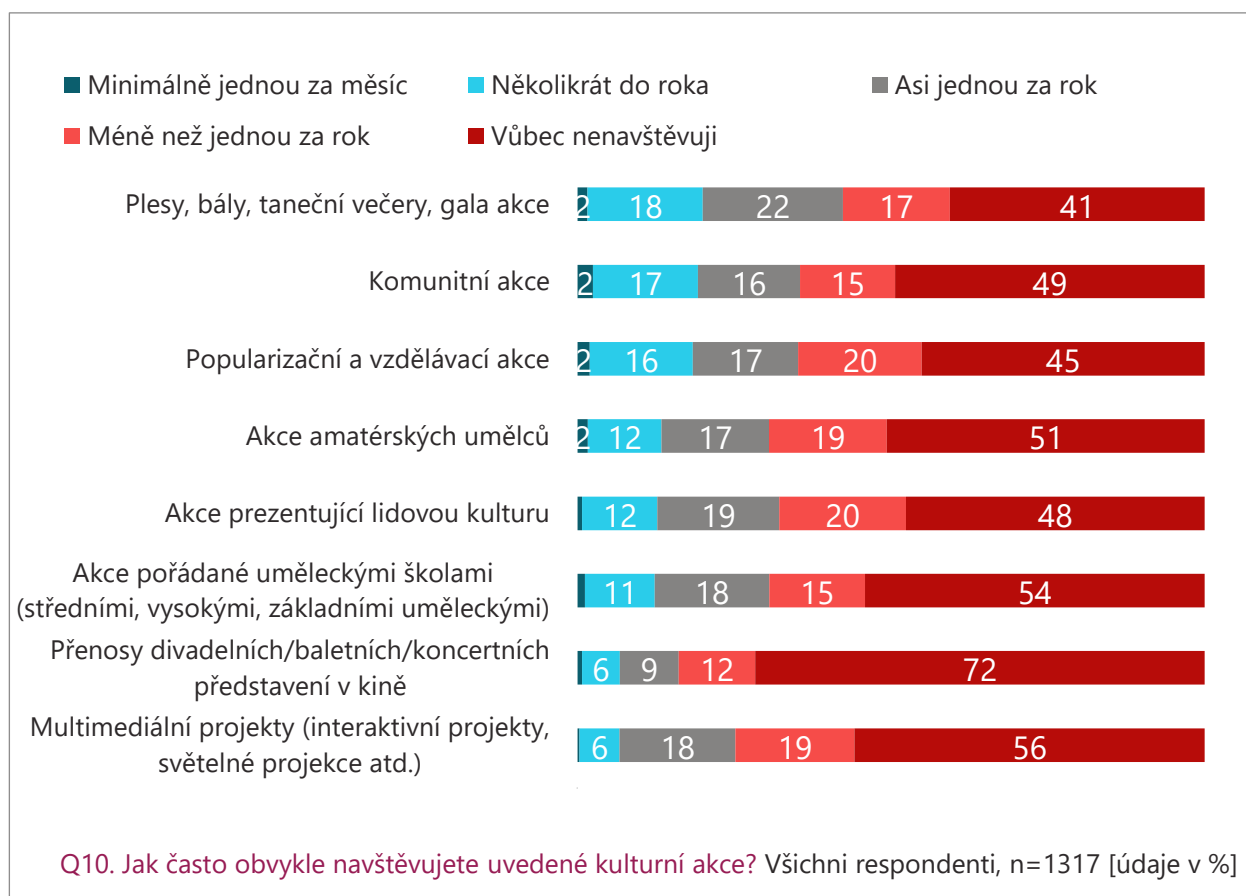


Z níže tázaných kulturních akcí (graf 2.1d) jsou nejvíce navštěvovány plesy, bály, taneční večery a gala akce, které navštíví alespoň jednou za rok 4 z 10 obyvatel Královéhradeckého kraje. Zhruba třetina lidí pak navštíví alespoň

jednou za rok komunitní akci a popularizační a vzdělávací akci. Další akce jsou mezi obyvateli méně často navštěvované.

I u těchto akcí platí, že všechny akce – kromě těch prezentujících lidovou kulturu – nenavštěvují častěji lidé ve věku 60 a více let. Všechny akce častěji vůbec nenavštěvují lidé bez maturity.

Graf 2.1d Návštěvnost vybraných kulturních akcí



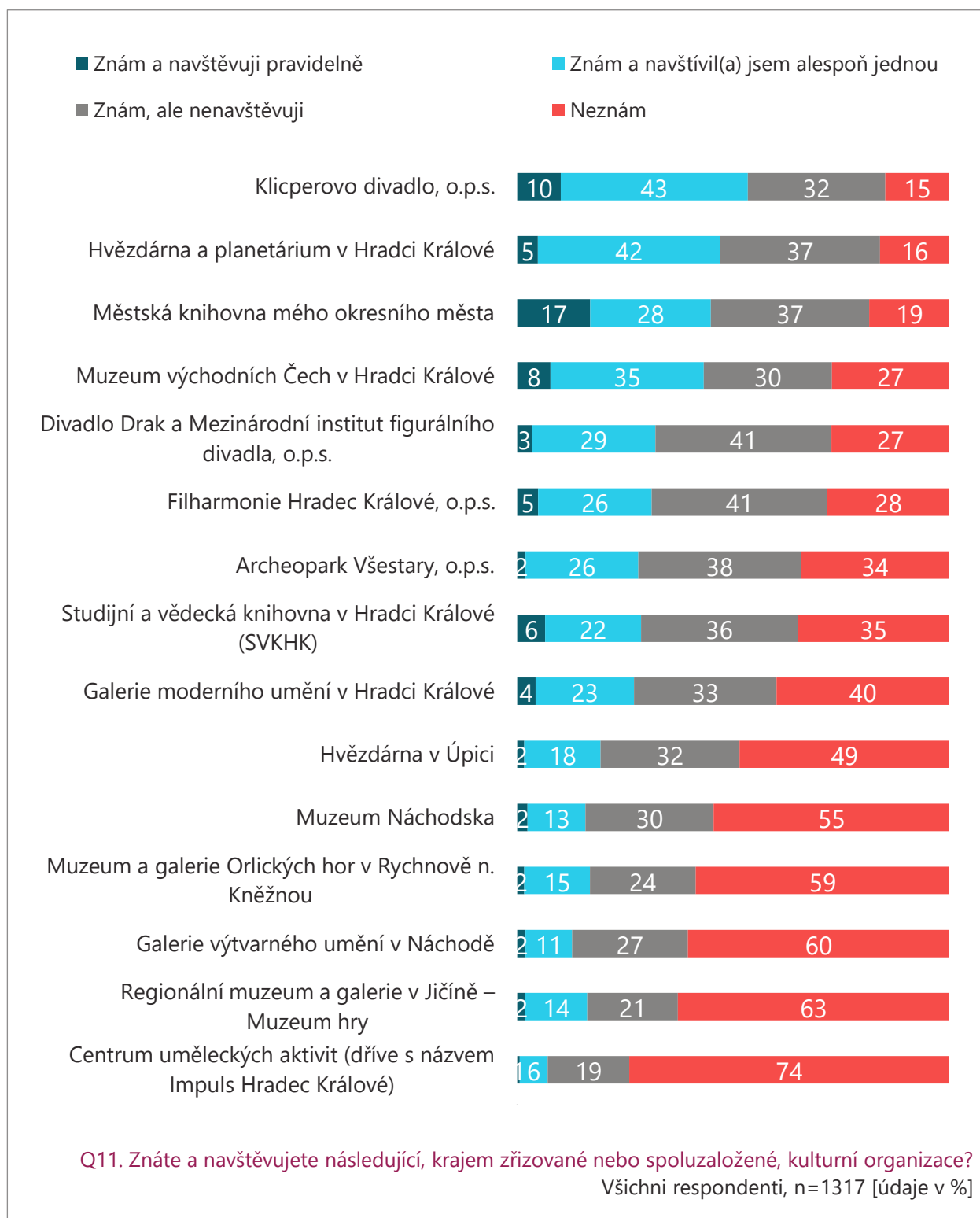
2.2 Znalost konkrétních kulturních organizací

Nejznámějšími kulturními organizacemi jsou Klicperovo divadlo, Hvězdárna a planetárium v Hradci Králové, které zná více než 8 z 10 obyvatel Královéhradeckého kraje. Stejně tak známé jsou městské knihovny okresního města u obyvatel z daného okresu. Městské knihovny jsou také nejčastěji pravidelně navštěvovaným zařízením (činí tak 17 % obyvatel). Více než třetina obyvatel alespoň jednou navštívila kromě výše zmíněných také Muzeum

východních Čech v Hradci králové. Ostatní organizace jsou méně známé a navštěvované. Obecně platí, že znalost i návštěvnost jednotlivých kulturních organizací roste se vzděláním.

Nejznámější a nejnavštěvovanější jsou tedy organizace sídlící přímo v Hradci Králové, častěji jsou tyto organizace také navštěvovány obyvateli, kteří sídlí přímo v Hradci králové. Analogická situace častější návštěvnosti místními obyvateli platí pro místní organizace v okrese Jičín, Náchod nebo Rychnov nad Kněžnou.

Graf 2.2 Znalost konkrétních kulturních organizací



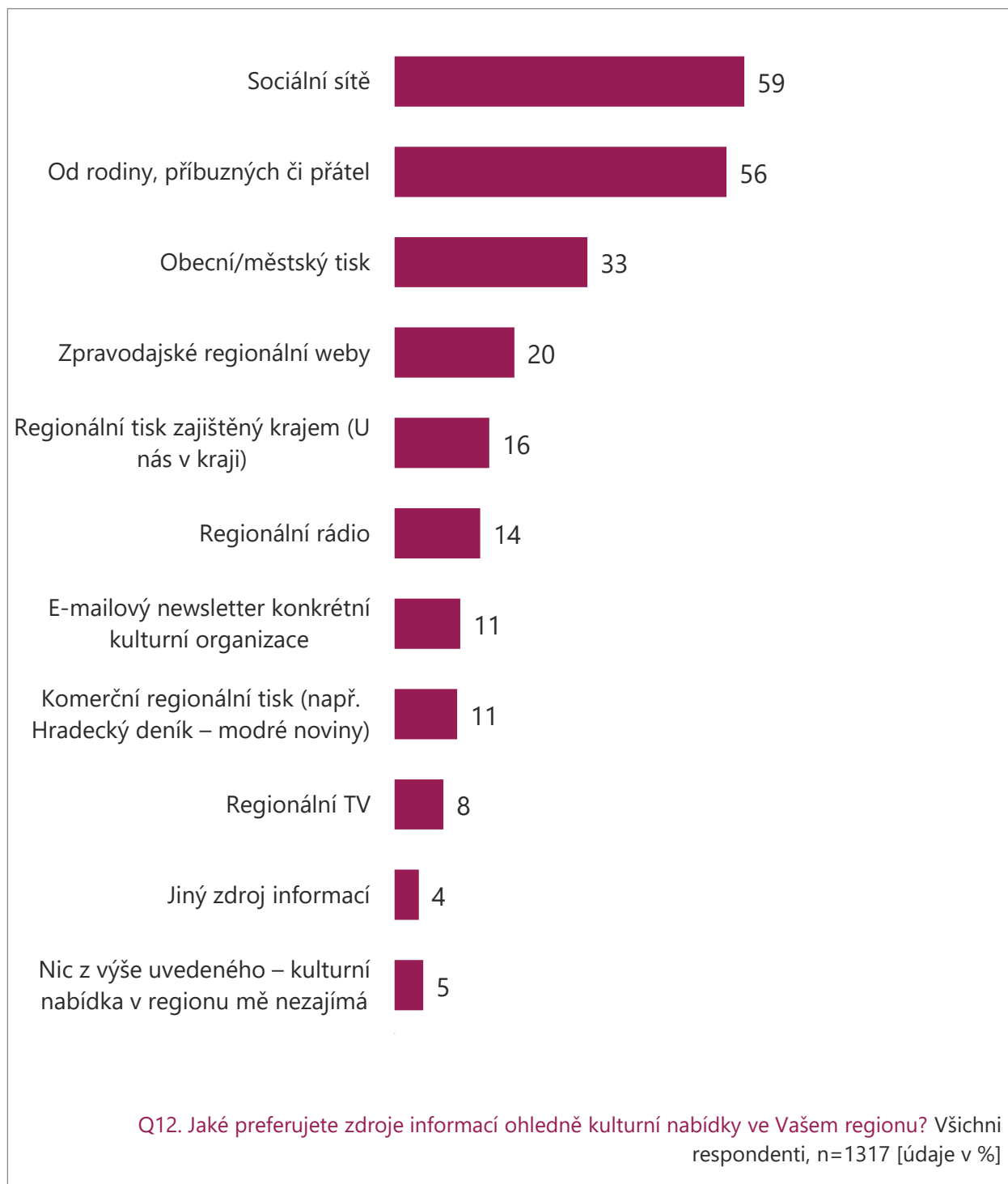
3 Dostupnost kultury a její financování

3.1 Preference zdroje informací

Nejpreferovanějšími zdroji informací ohledně kulturní nabídky ve vlastním regionu jsou jednoznačně sociální sítě a rodina, příbuzní, či přátelé, které preferuje více než polovina osob. Obecní a městský tisk preferuje třetina a zpravodajské regionální weby preferuje pětina. Další zdroje informací preferuje méně než pětina osob (viz graf 3.1).

Sociální sítě ještě častěji preferují lidé pod 30 let ale i 45 let. Pro věkovou skupinu 60 a více let je nejčastějším zdrojem rodina, příbuzní a přátelé. Častěji sledují obecní/městský tisk, který preferuje 42 % těchto lidí. Sociální sítě jsou pro ně výrazně méně častým preferovaným zdrojem informací než u zbytku krajské populace, nicméně i tak je preferuje třetina osob nad 60 let a je tak třetím nejpreferovanějším zdrojem informací této věkové kategorie. Častěji také využívají další regionální média, konkrétně TV, rádio a regionální tisk zajištěný krajem.

Graf 3.1 Preferovaný zdroj informací ohledně kulturní nabídky ve vlastním regionu



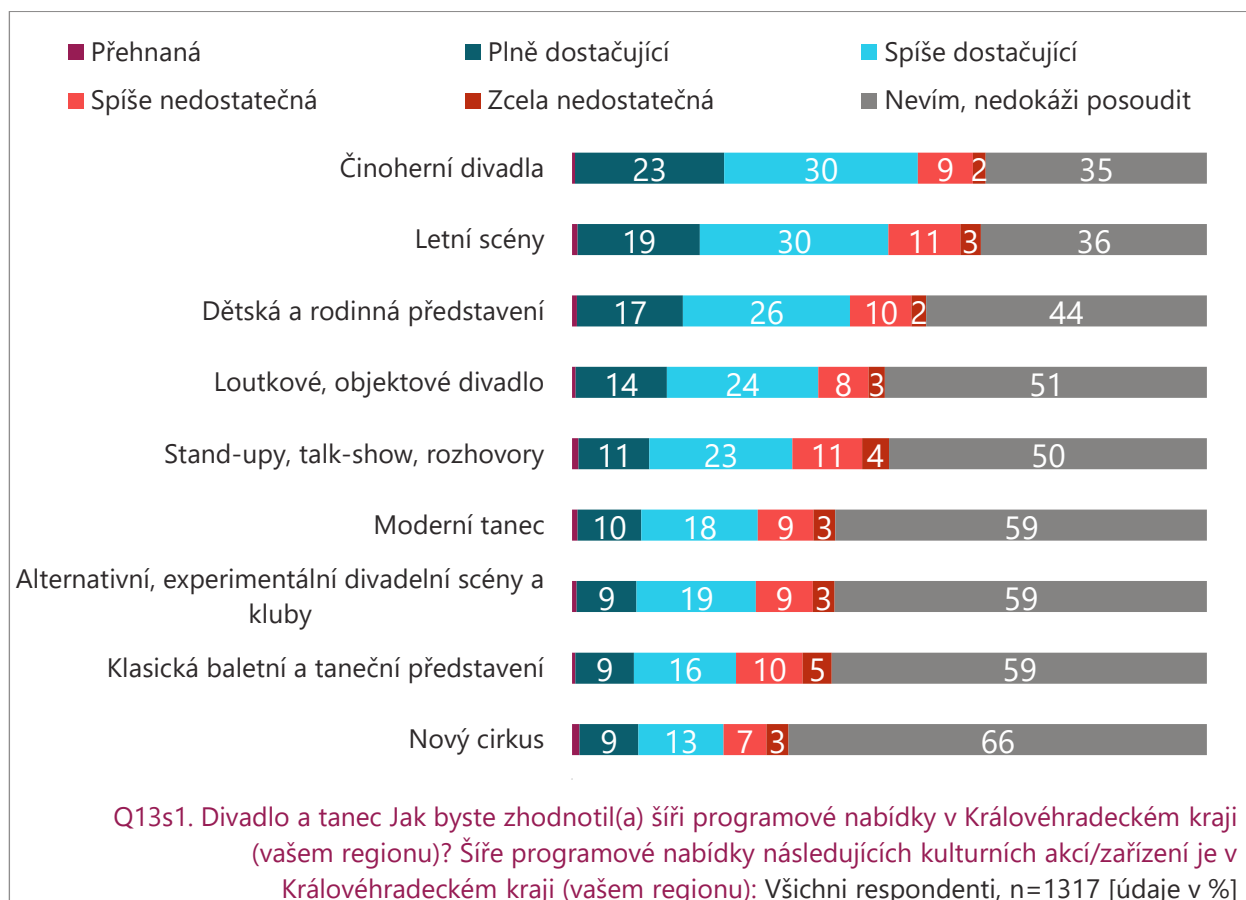
3.2 Šíře programové nabídky

Programovou nabídku hodnotí obyvatelé Královéhradeckého kraje u všech hodnocených kulturních akcí častěji jako dostačující než nedostačující. Téměř nikdo (vždy do 3 %) nehodnotí nabídku kulturních akcí jako přehnanou a to u žádné z akcí. Nejdostatečněji hodnocenými jsou nabídky kin a multikin, plesů, bálů, tanečních večerů a gala akcí a také většiny kulturních zařízení jako galerií a výstav výtvarného umění, muzeí, hvězdáren a planetárií, knihoven a historických památek. Vyšší nedostatečná hodnocení mají nabídky muzikálů, mega koncertů zahraničních interpretů, oper a operet, lokální a komunitní akce, sousedská setkání, klasická baletní a taneční představení a akce prezentující kulturu menšin.

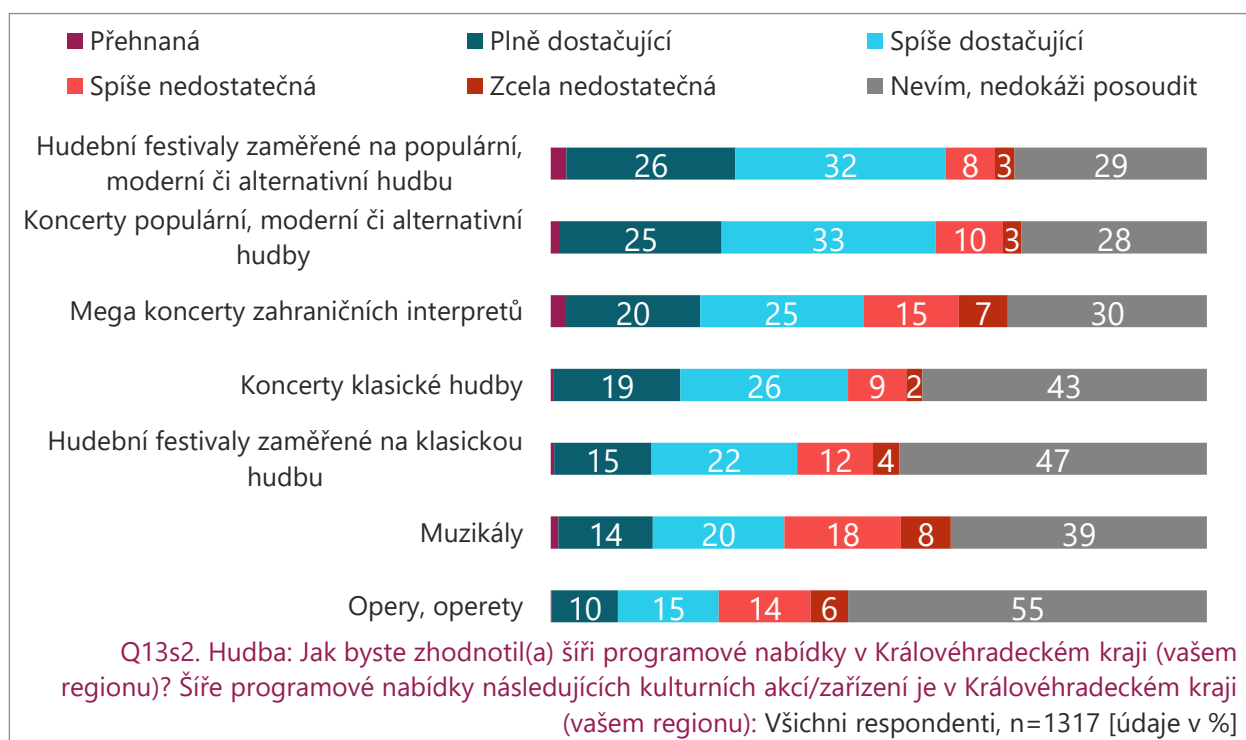
Hodnocení nabídek je ale nutné brát s vědomím toho, že u mnohých nabídek je velké procento lidí, kteří nabídku zhodnotit nedokáží (viz graf 3.2). Více než polovina obyvatel Královéhradeckého kraje nedokáže zhodnotit nabídku u většiny typů divadel, některých specifických akcí, jako prezentujících kulturu menšin, zaměřené na nemainstreamovou hudbu a zpřístupňující kulturu osobám se specifickými potřebami, ale také třeba oper a operet, multimediálních projektů a literárních kaváren, pásem a večerů.

Častěji nedokáží zhodnotit většinu nabídek osoby starší 60 let a lidé bez maturity. Vysokoškolsky vzdělaní považují častěji nabídky za dostatečné.

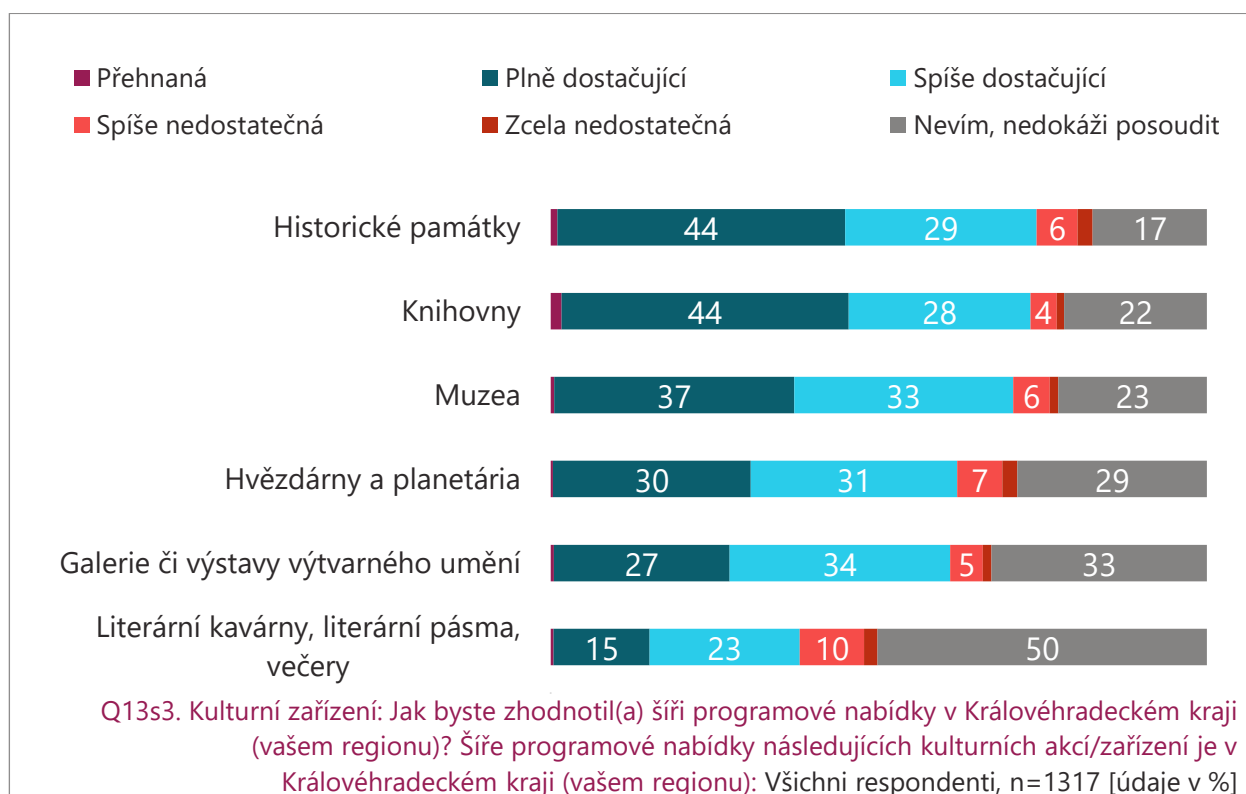
Graf 3.2a Hodnocení kulturních nabídek v oblasti divadla a tance



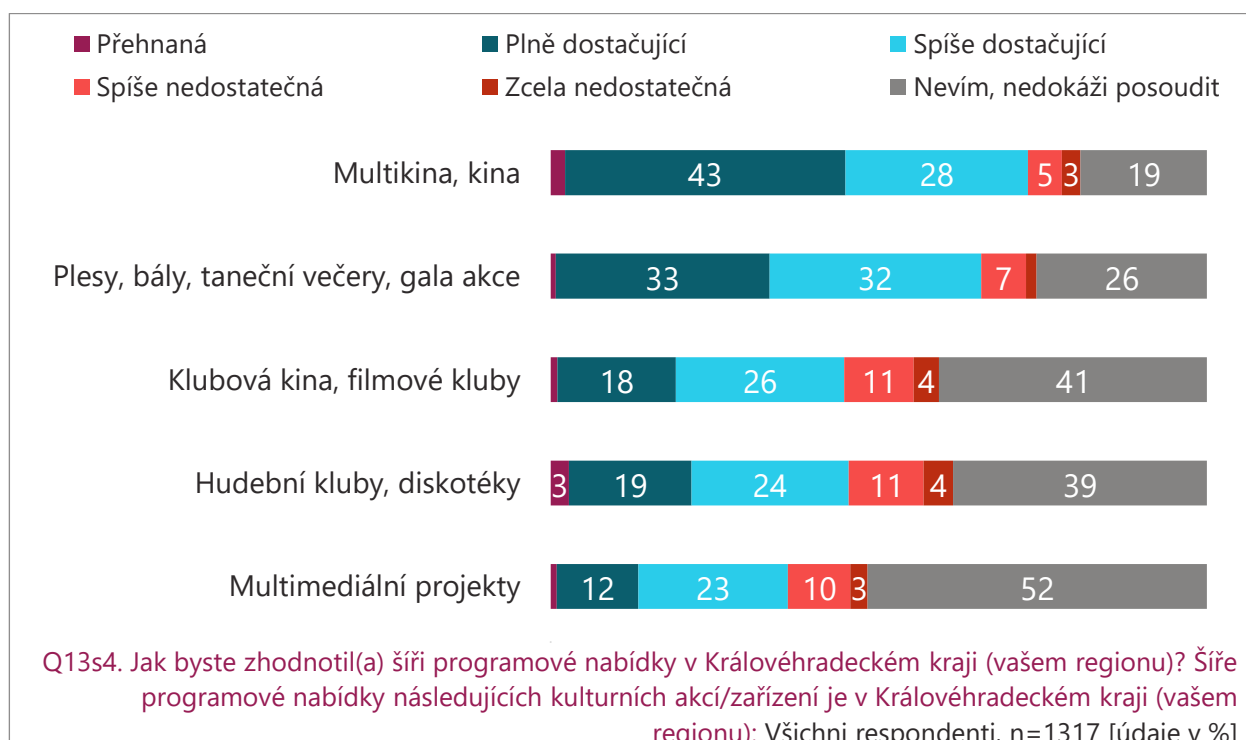
Graf 3.2b Hodnocení kulturních nabídek v oblasti hudby



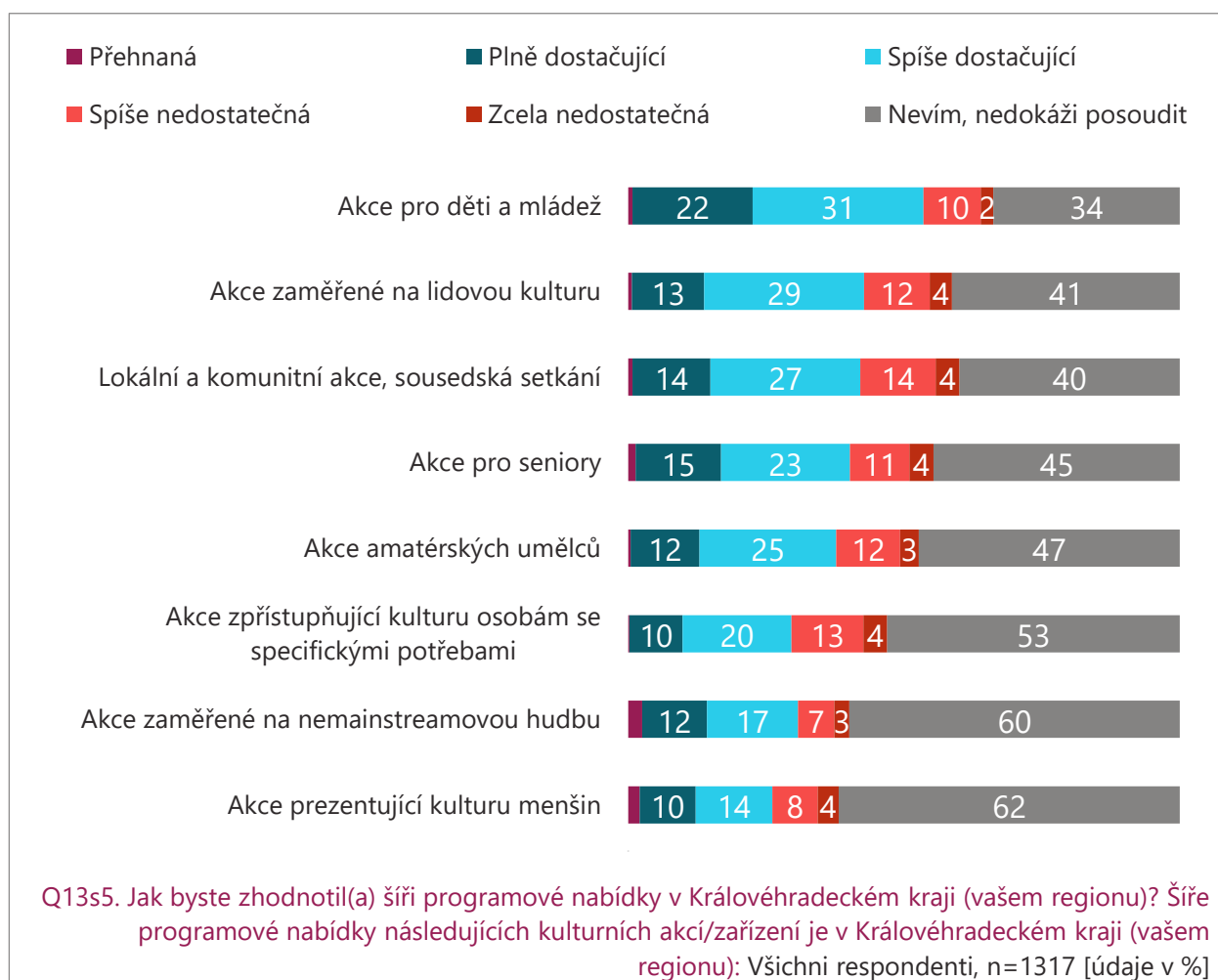
Graf 3.2c Hodnocení kulturních nabídek v oblasti kulturních zařízení



Graf 3.2d Hodnocení kulturních nabídek v oblasti filmu a společenských akcí



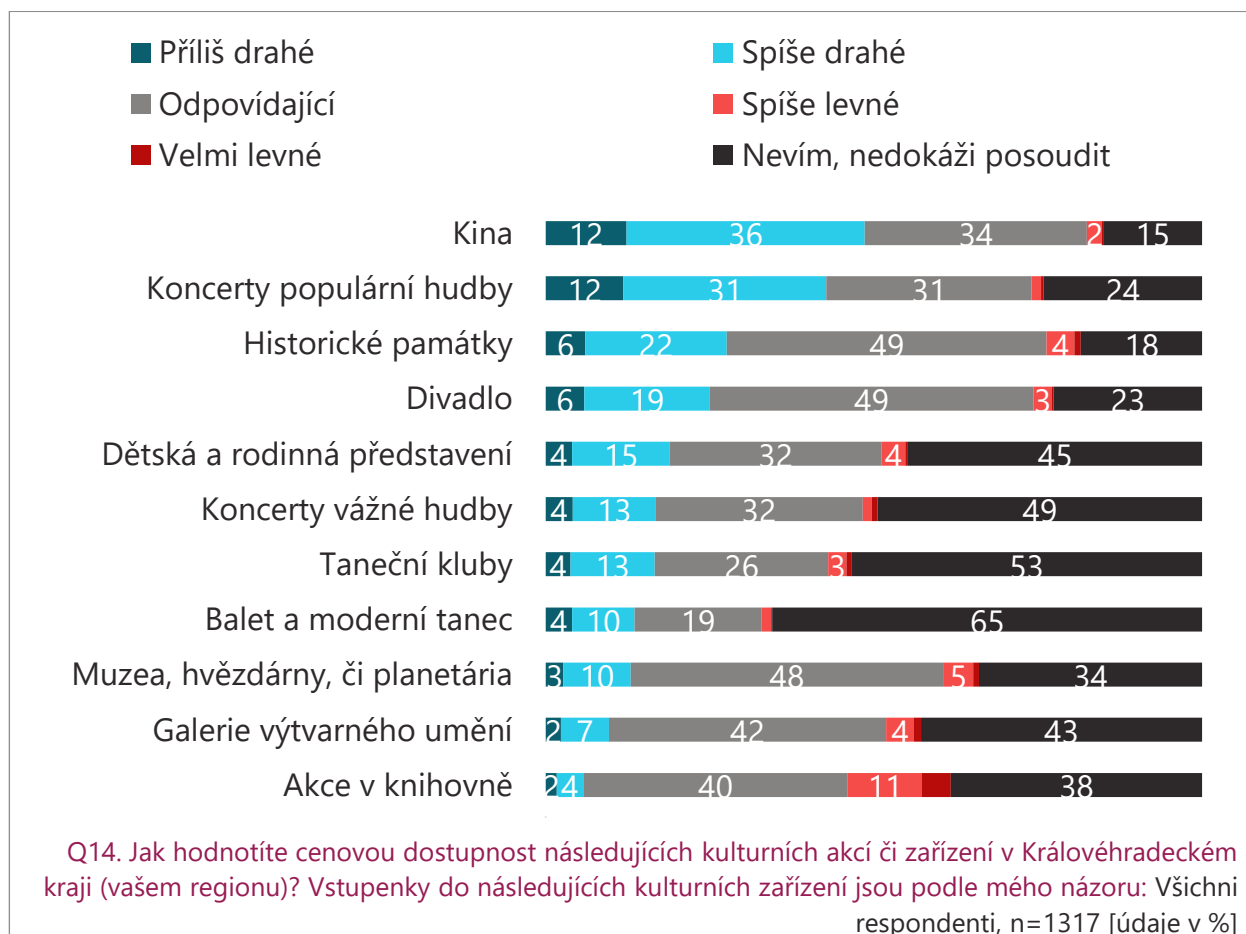
Graf 3.2e *Hodnocení kulturních nabídek v oblasti specificky zaměřených kulturních akcí*



3.3 Cenová dostupnost

Nejhůře cenově dostupné jsou pro obyvatele Královéhradeckého kraje kina a koncerty populární hudby. Čtvrtina obyvatel pak hodnotí jako drahé historické památky a divadla. Nejméně často jsou hodnocena jako drahá muzea, hvězdárny a planetária, galerie výtvarného umění a akce v knihovně (viz graf 3.3a). Obecně je u všech z vybraných kulturních zařízení a akcí cenová dostupnost jako levná hodnocena minimem lidí, převažují zejména hodnocení „odpovídající“, případně „drahá“.

Graf 3.3a Cenová dostupnost kulturních akcí a zařízení



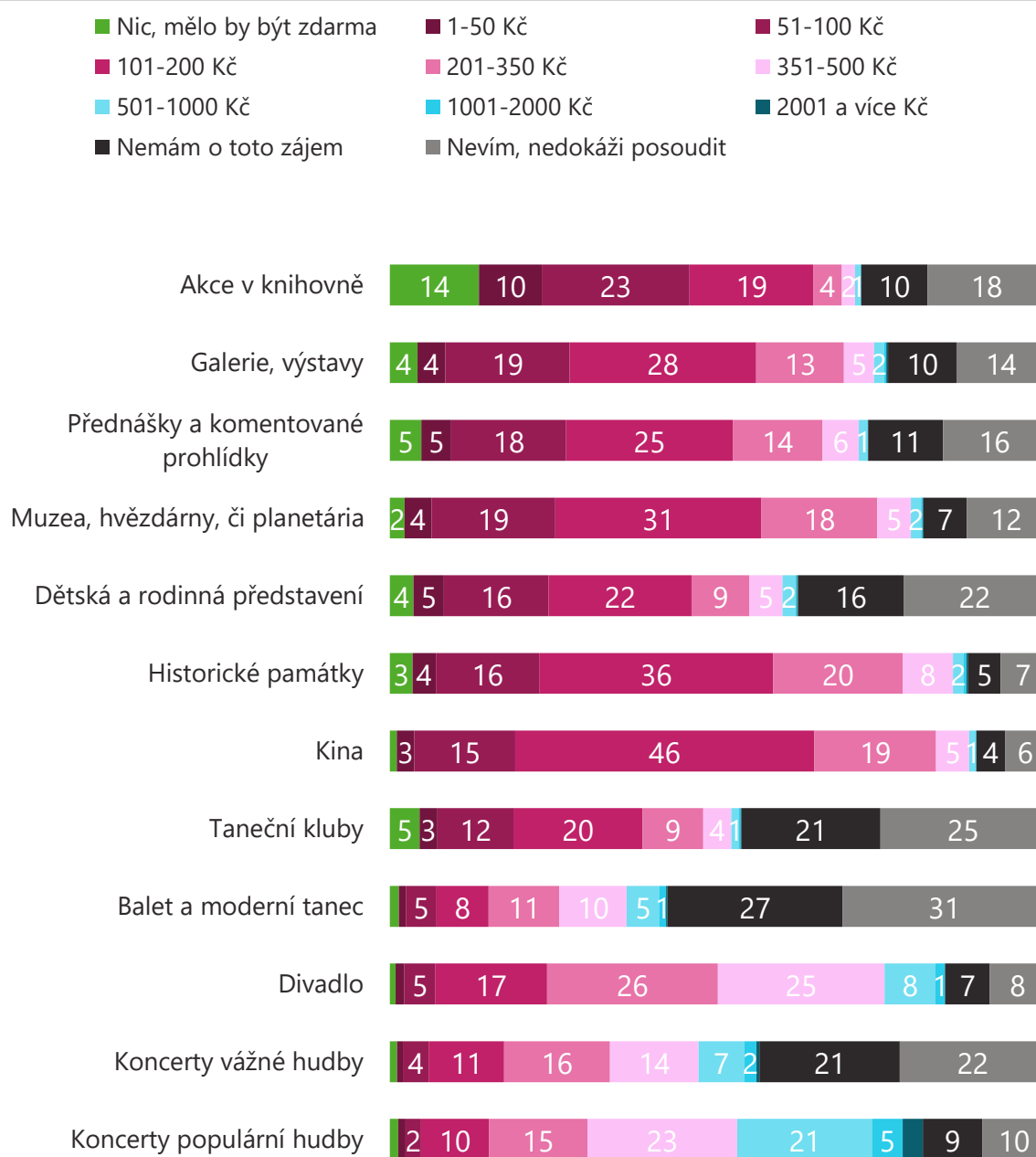
Pokud zahrneme odpovědi pouze těch, kteří cenu dokáží posoudit, jako drahé hodnotí kina a koncerty populární hudby více než poloviny lidí. Většinu dalších oblastí považuje za drahé vždy zhruba třetina osob, které dokáží danou cenovou dostupnost zhodnotit. I tímto způsobem jsou hodnocena nejméně často jako drahá muzea, hvězdárny a planetária (20 %), galerie výtvarného umění (17 %) a akce v knihovně (9 %).

Zkoumána byla také cena, kterou jsou obyvatelé Královéhradeckého kraje ochotni zaplatit za kvalitní akce v různých oblastech. Nejvyšší částky od 500 Kč a výše jsou lidé ochotni zaplatit za koncerty populární hudby. Menší část lidí je pak ochotna utratit tyto vyšší částky za vstupenku na koncerty vážné hudby, divadlo, balet a moderní tanec. Vstupenku do 200 Kč by lidé byli nejčastěji ochotni zakoupit do kin (65 %), akcí v knihovně (65 %), historických památek (59 %), muzeí, hvězdáren a planetárií (57 %) a galerií

a výstav (56 %). S pouze bezplatným vstupem jsou lidé ochotni navštívit nejčastěji akce v knihovně (14 %).

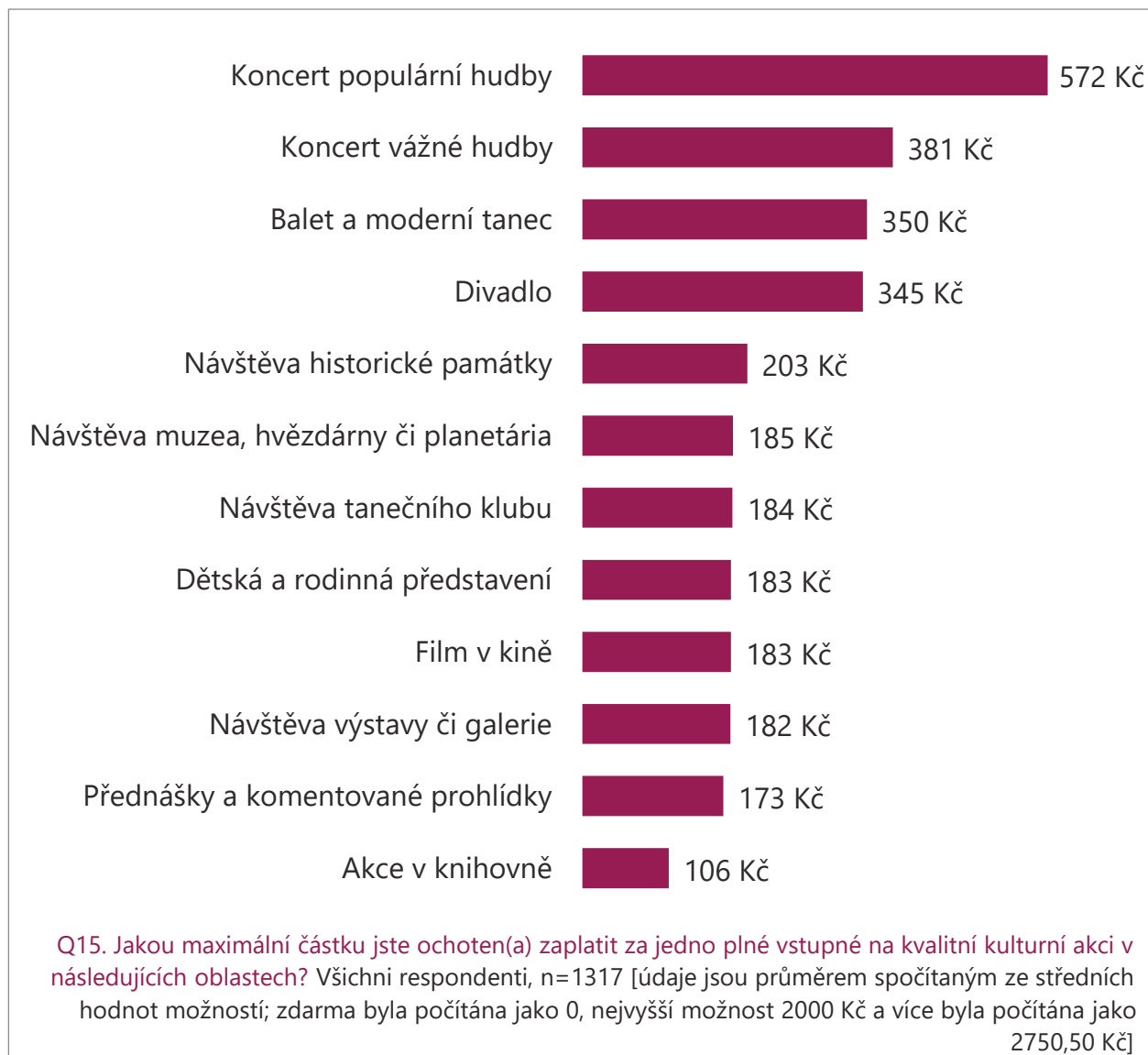
Pokud se podíváme na průměrnou maximální částku (přepočet vysvětlen v popisku grafu 3.3d) vidíme podobný trend jako popsán výše. Výrazně nejvyšší průměrná částka 572 Kč je u koncertů populární hudby, následují s odstupem s průměrnou částku cca 350 Kč koncert vážné hudby, balet a divadlo. Do cca 200 Kč vychází průměr ostatním kulturním akcím, kromě knihoven, kde je průměrná maximální částka 106 Kč. Nižší průměrné částky jsou za většinu vstupenek ochotni zaplatit lidé ze špatně zajištěných a v zásadě chudých domácností. Průměrné částky se liší i u věkových skupin, kde nejstarší věková skupina 60 a více let je ochotna utratit průměrně menší částky u většiny akcí. Oproti tomu lidé ve věku 21-29 let jsou ochotni utratit průměrně vyšší částku za vstup do muzeí, hvězdáren a planetárií a vstupenku na film do kina.

Graf 3.3c Maximální částka, kterou jsou obyvatelé Královéhradeckého kraje ochotni zaplatit za vstupné na kvalitní kulturní akce ve vybraných oblastech



Q15. Jakou maximální částku jste ochoten(a) zaplatit za jedno plné vstupné na kvalitní kulturní akci v následujících oblastech? Všichni respondenti, n=1317 [údaje v %]

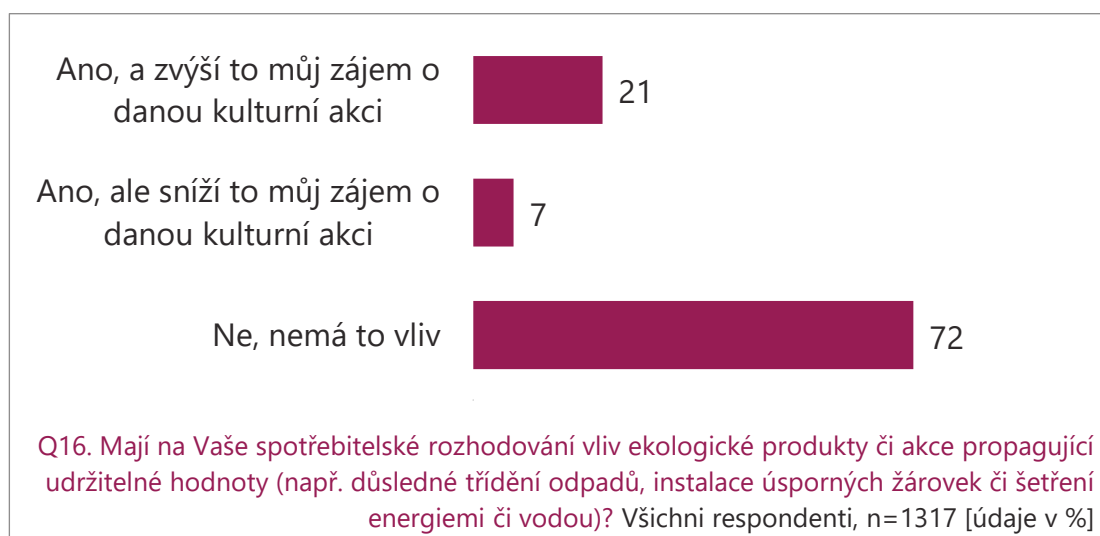
Graf 3.3d Průměrná maximální částka, kterou jsou ochotni obyvatelé Královéhradeckého kraje ochotni dát za kvalitní kulturní akci v daných oblastech



3.4 Zájem o ekologii

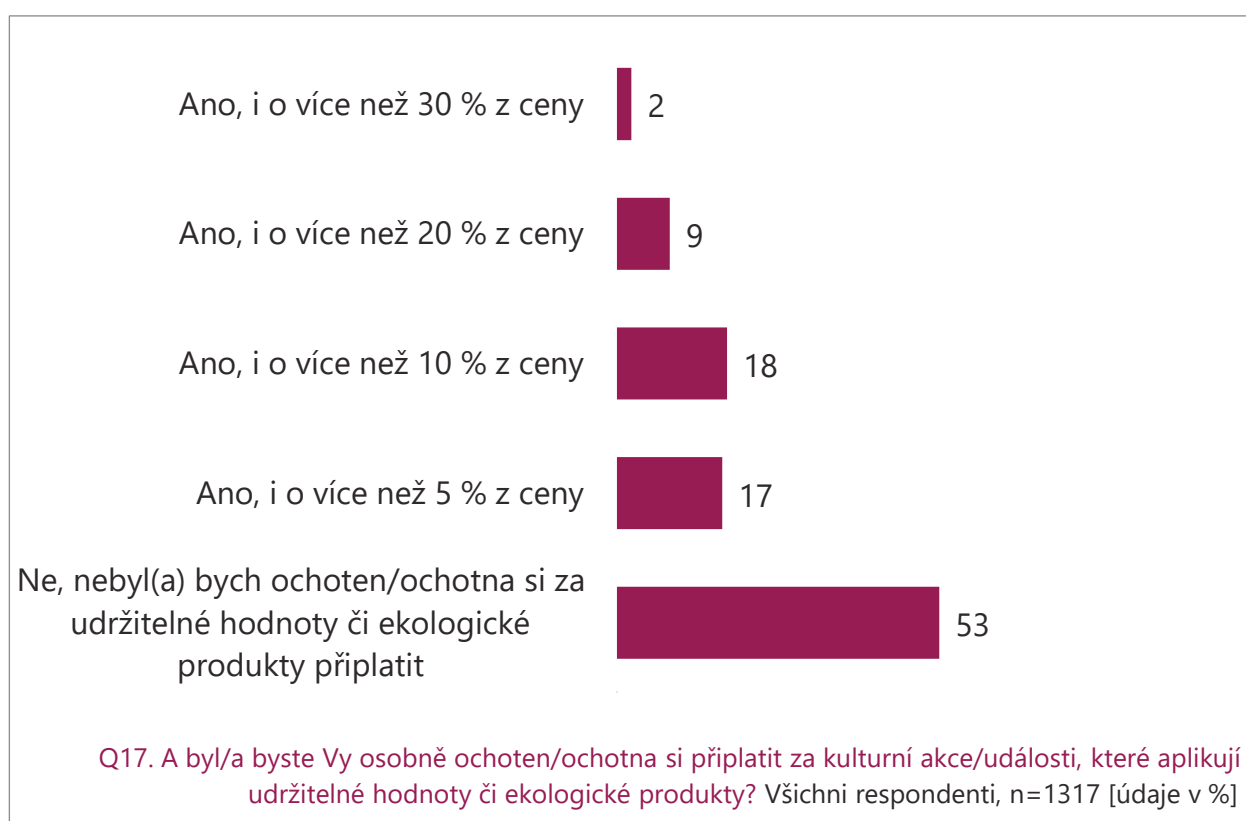
O ekologické produkty či akce propagující udržitelné hodnoty deklaruje zvýšený zájem 21 % obyvatel, častěji jde o vysokoškolsky vzdělané. Snížený zájem potom deklaruje 7 % a jde častěji o lidi bez maturity. Dalo by se říci, že lidé ve věku 15-20 let udržitelné hodnoty a ekologické produkty rozhodně více řeší, jenže častěji uvádí jak zvýšený, tak snížený zájem o dané kulturní akce. „Paradox“ může být vysvětlen tím, že kvůli zvýšenému zájmu o udržitelnost mezi mladými lidmi je na ně také více tímto tématem cíleno, což u mladých lidí, kteří o toto téma takový zájem nemají, může způsobovat jistou formu odporu k trendu udržitelnosti. Zvýšený zájem o tyto akce má ale dvakrát tolik lidí ve věku 15-20 let, co má v tomto věku zájem snížený.

Graf 3.4a Vliv ekologických produktů a udržitelných hodnot na spotřebitelské rozhodování



Ochotu připlatit si za kulturní akce/události, které aplikují udržitelné hodnoty či ekologické produkty, deklaruje téměř polovina osob v Královéhradeckém kraji. Méně než jedna pětina obyvatel by si připlatila více než 5 % a také více než 10 % z ceny. Ještě více by si byla ochotna připlatit zhruba desetina obyvatel (viz graf 3.4b). Ochotu připlatit si větší procentní podíly deklarují častěji lidé z lépe zajištěných domácností.

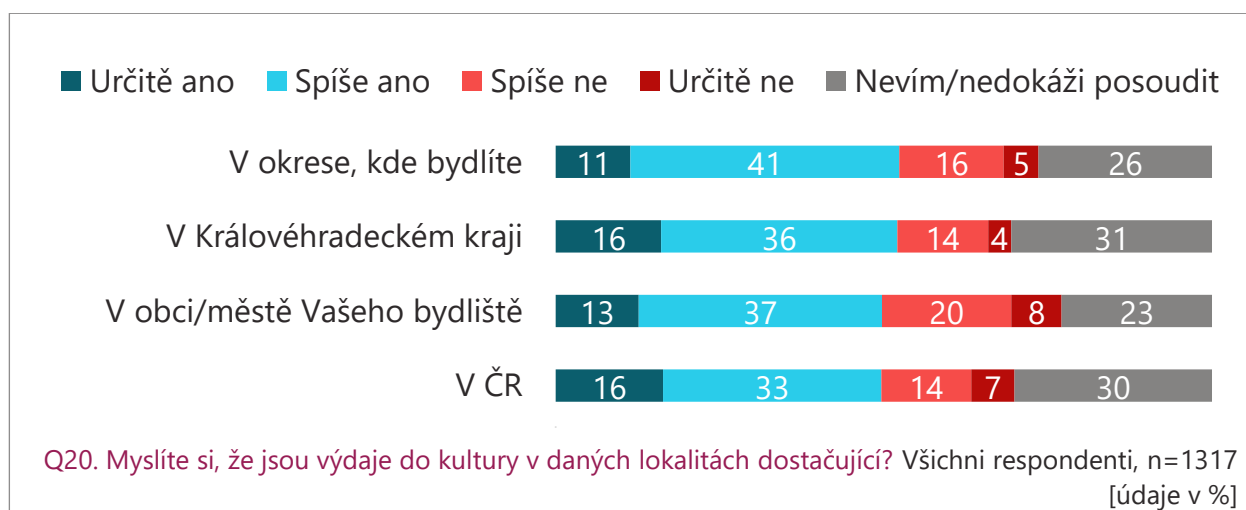
Graf 3.4b Ochota připlatit si za kulturní akce/události, které aplikují udržitelné hodnoty či ekologické produkty



3.5 Financování kultury

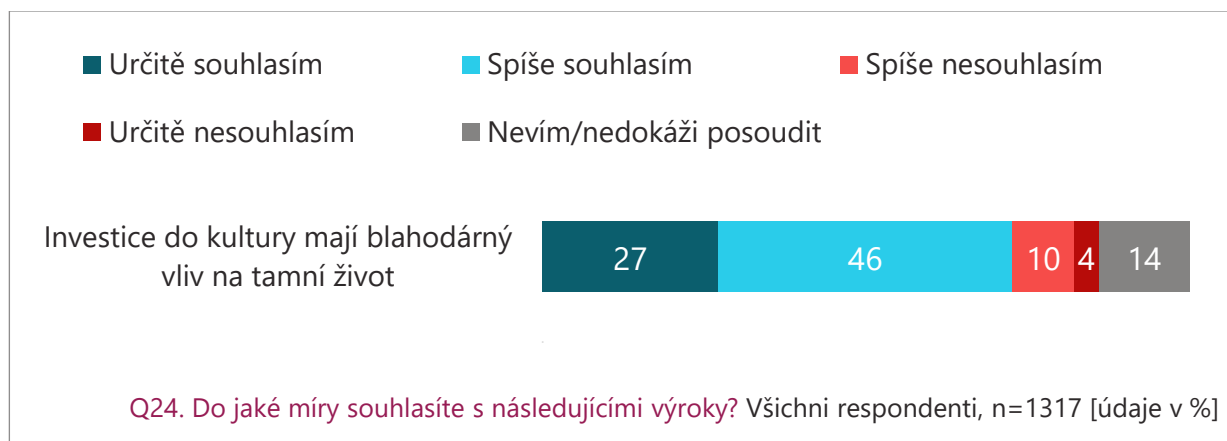
Hodnocení výdajů do kultury se téměř neliší napříč hodnocenými lokalitami. V zásadě platí, že zhruba polovina obyvatel Královéhradeckého kraje souhlasí s tím, že výdaje do kultury jsou v daných lokalitách dostačující. Liší se ale podíl lidí, kteří s výrokem nesouhlasí a neví. Největší nesouhlas s dostačujícími výdaji do kultury je tedy ve vlastní obci, nejméně v Královéhradeckém kraji. Obecně lze také říci, že starší lidé častěji neví, či nechtějí dostatečnost financování hodnotit.

Graf 3.5a Hodnocení dostatečnosti výdajů do kultury v daných lokalitách



Obyvatelé Královéhradeckého kraje většinou (73 %) souhlasí s tím, že investice do kultury mají blahodárný vliv na tamní život. Nesouhlasí 13 % a 14 % neví. Častěji s tím souhlasí lidé s vyšším vzděláním. Více souhlasí také starší věkové kategorie, méně souhlasí hůře zajištěné domácnosti.

Graf 3.5b Souhlas s tím, zda investice do kultury mají blahodárný vliv na tamní život

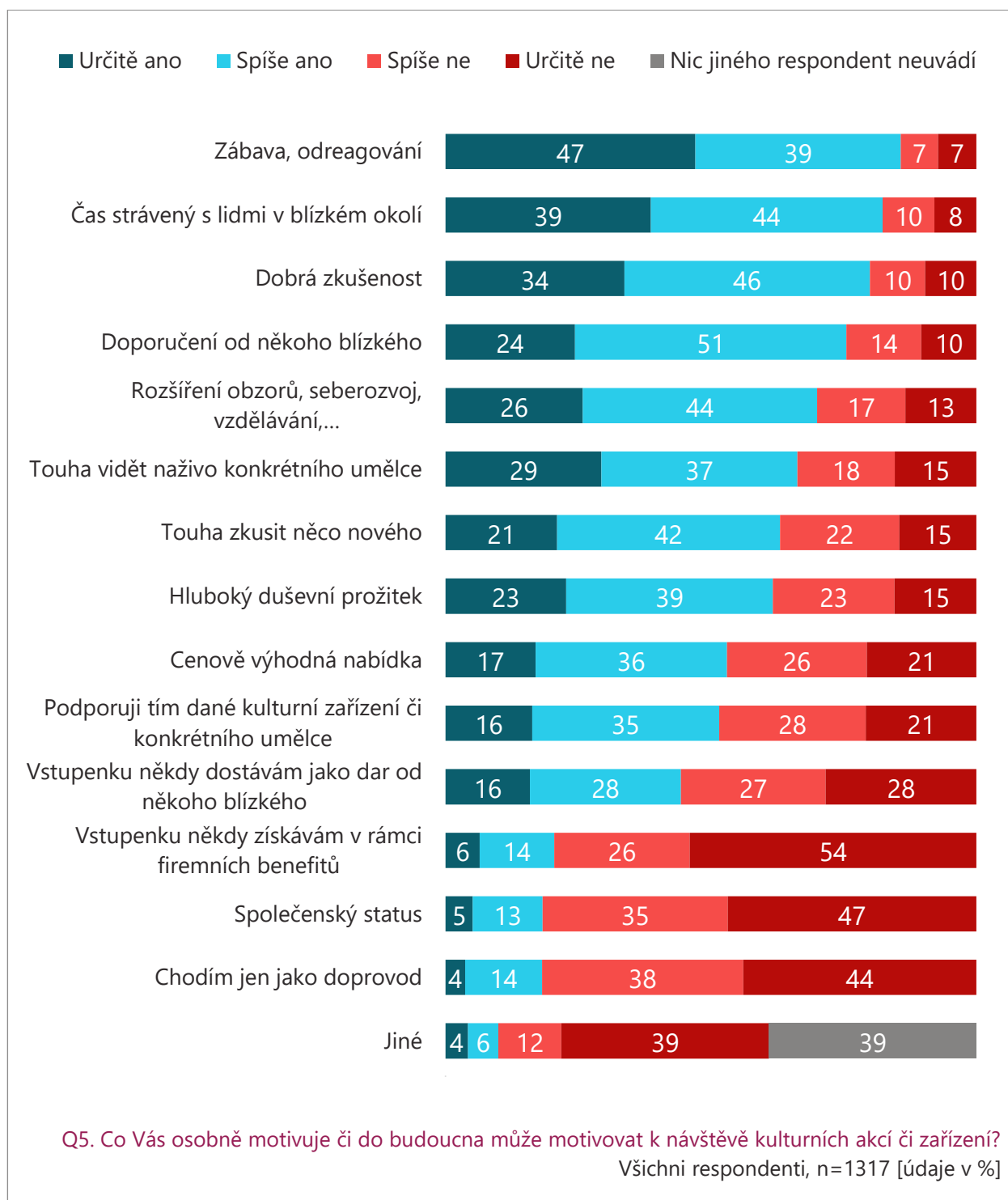


4 Motivace

Drtivá většina obyvatel Královéhradeckého kraje vyhledává v kulturních akcích zábavu a odreagování (86 %). Zároveň je to pro značnou většinu obyvatel společenská událost – čas strávený s lidmi v blízkém okolí (rodina, přátelé, známí) uvádí jako motivaci pro návštěvu kulturních akcí 82 %. Většina obyvatel nechodí na kulturní akce „naslepo“ a k návštěvě je motivuje dobrá zkušenost z předchozí návštěvy (79 %) a doporučení od někoho blízkého (76 %). Rozšíření obzorů, seberozvoj a vzdělávání motivuje k návštěvě kulturních akcí 7 z 10 obyvatel. Vidět naživo konkrétního umělce nebo získat jeho podpis touží 66 % obyvatel. Něco nového chce zkusit 63 % obyvatel a 62 % vyhledává hluboký duševní prožitek. Cenově výhodná nabídka motivuje polovinu obyvatel (53 %). Polovina obyvatel také chce svou účastí podpořit dané kulturní zařízení, či konkrétního umělce (52 %). Jako dar od někoho blízkého dostává vstupenky 44 % obyvatel. Mezi méně obvyklé motivace patří získání vstupenky v rámci firemních benefitů (21 %), (vyšší) společenský status (18 %), návštěva akce pouze jako doprovod (18 %) a různé jiné důvody (16 %).

Analýza motivací účasti na kulturních akcích dále ukázala, že ženy vnímají motivační faktory silněji než muži, zejména doporučení někoho blízkého, cenově výhodnou nabídku a hluboký duševní prožitek. Méně silně vnímají motivace lidé bez maturity, naopak silněji vnímají většinu motivujících faktorů vysokoškolsky vzdělaní. Věkové skupiny jsou ve svých motivacích více rozmanité. Osoby ve věku 15-20 let častěji motivuje touha zkusit něco nového a společenský status. U osob ve věku 21-29 let je častější touha zkusit něco nového, cenově výhodná nabídka, ale také častěji chodí pouze jako doprovod. Lidé ve věku 30-44 let jsou častěji motivováni podporou konkrétních umělců, ale také častěji vstupenkou, která je darem nebo firemním benefitem. Osoby ve věku 45-59 let častěji motivuje zase hluboký duševní prožitek, touha zkusit něco nového a dobrá vlastní zkušenost nebo doporučení ostatních. Lidé ve věku 60 a více let uvádí méně často většinu motivací.

Graf 4.1 Motivace návštěvy kulturních akcí

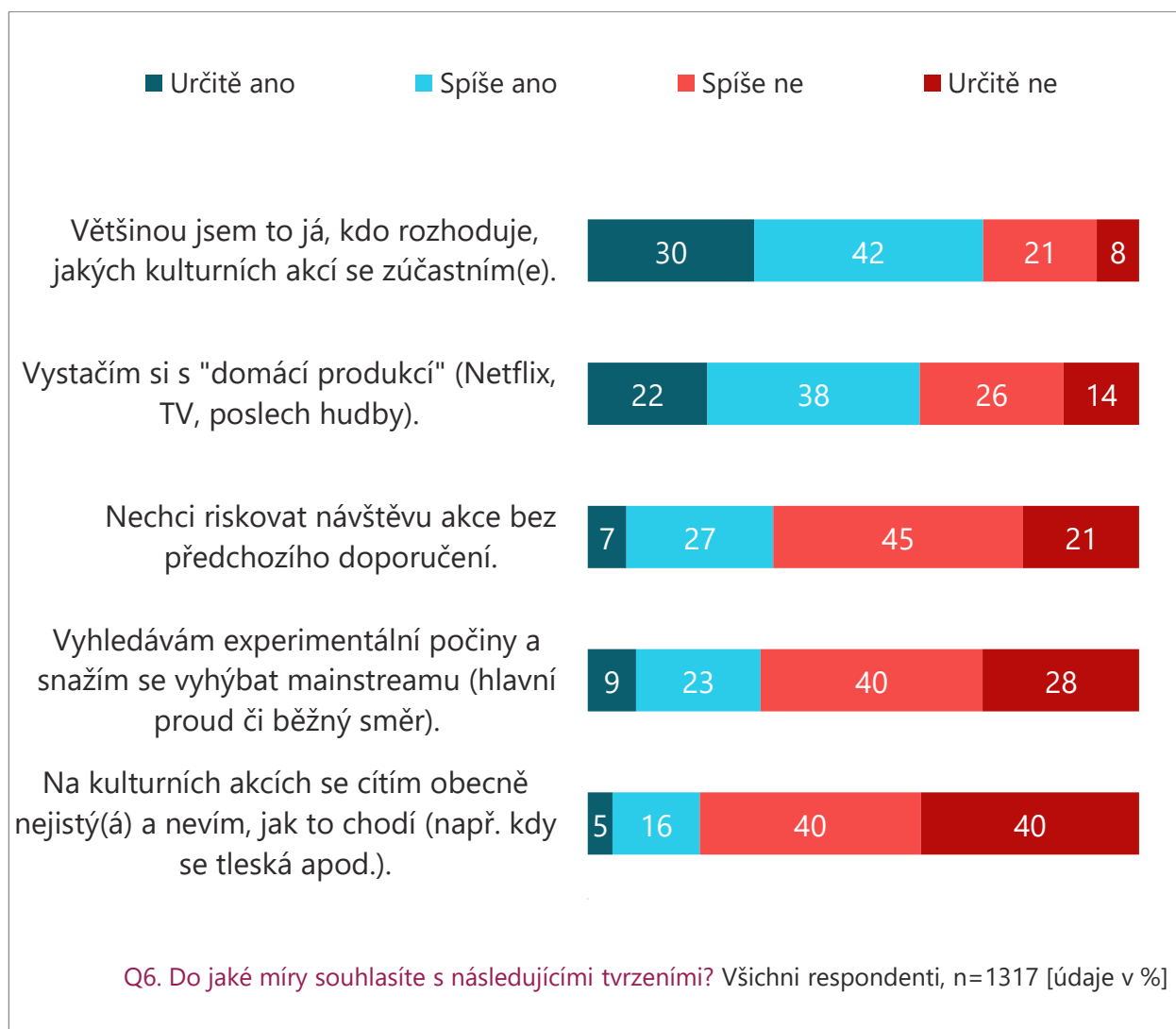


Většina obyvatel Královéhradeckého kraje hraje aktivní roli v rozhodování, jakých kulturních akcí se zúčastní, činí tak více než 7 z 10 obyvatel. Téměř třetina obyvatel tedy navštěvuje kulturní akce, které vybral někdo jiný. Méně aktivní v rozhodování jsou muži, lidé ve věku 15-20 let a lidé bez maturity.

S „domácí produkcí“ jako sledováním televizního vysílání, využíváním streamovacích služeb, nebo poslechem hudby si vystačí 6 z 10 obyvatel Královéhradeckého kraje. Plně postačující je domácí produkce pro 22 % obyvatel, částečně pro 39 %. Častěji jde o osoby do 30 let, kdy těm ve věku 15-20 let dostačuje domácí produkce častěji zplna, zatímco lidem ve věku 21-29 let častěji částečně. Častěji si také s domácí produkcí vystačí lidé bez maturity. Méně často si s domácím produkcí vystačí lidé ve věku 45-59 let.

Návštěvu akce bez předchozího doporučení nechce riskovat třetina obyvatel. Častěji jde o muže, osoby ve věku 60 a více let a osoby bez maturity. O vyhýbání se mainstreamu a vyhledávání experimentálních počinů se snaží téměř třetina obyvatel (31 %). Jde častěji o muže a osoby ve věku 15-20 let. Lidé ve věku 60 a více let vyhledávají častěji hlavní kulturní proud, resp. méně často vyhledávají experimentální počiny. Na kulturních akcích se cítí nejistě pětina obyvatel. Nejvíce si je jistých lidí ve věku 60 a více let a vysokoškolsky vzdělaných.

Graf 4.2 Motivace návštěvy kulturních akcí



5 Bariéry

Nejčastější bariérou, která obyvatelům Královéhradeckého kraje brání v účasti na kulturních akcích či zařízeních je únava a další osobní překážky. Ta velmi často brání v účasti 21 % a občas brání v účasti 49 % obyvatel. Únava brání v účasti spíše starší věkové skupiny, ale také osobám ze špatně zajištěných, či v zásadě chudých domácností.

Častými bariérami jsou ale také faktory na straně nabídky kulturních akcí, a to nevyhovující časy konání a nevyhovující nabídka akcí, které každá často brání 15 % obyvatel a občas brání zhruba polovině obyvatel. Nevyhovující časy konání brání v účasti častěji mladším věkovým kategoriím, zaměstnancům a studentům; nejmenší bariérou jsou pro seniory. Obě bariéry brání častěji lidem z hůře zajištěných domácností.

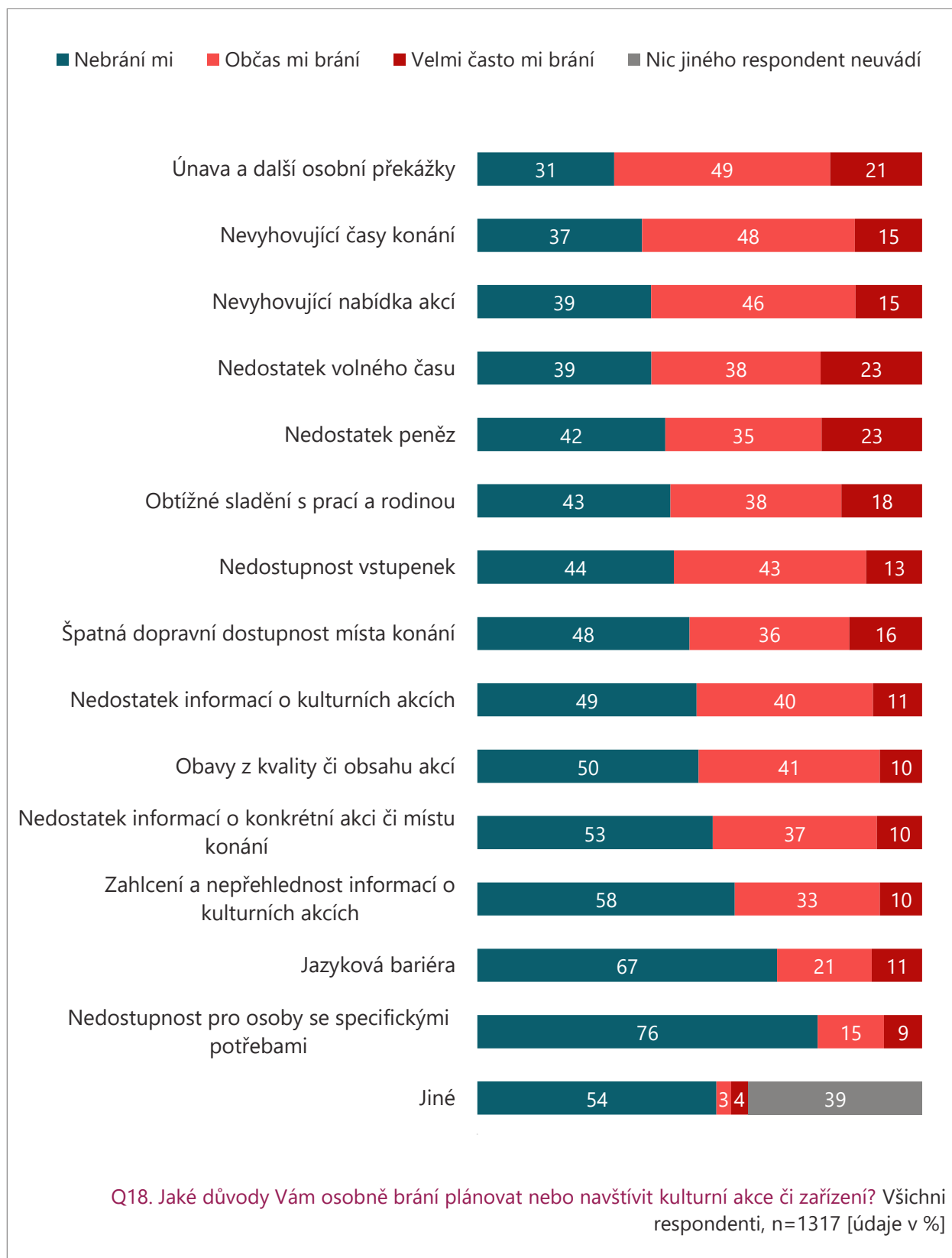
Nedostatek volného času brání často 23 % obyvatel a 38 % obyvatel brání občas. Ten brání více mladším věkovým skupinám. Lidem s vysokoškolským vzděláním brání častěji nedostatek volného času občas a lidem s maturitou brání častěji nedostatek volného času velmi často. Ten brání častěji také studentům, zaměstnancům, ženám na mateřské a podnikatelům, ale u seniorů tato bariéra brání pouze 3 z 10.

Nedostatek peněz brání často 23 % obyvatel a občas brání 35 % obyvatel. Častější je finanční bariéra pro ženy – nedostatek peněz nebrání 37 % žen a 48 % mužů, rozdíl je tak 11 p. b. a je to největší rozdíl v bariérách v rámci pohlaví. Finanční bariéra také klesá s věkem. U lidí bez maturity je tato bariéra běžněji velmi často, s čímž také souvisí to, že míru finanční bariéry výrazně ovlivňuje zajištěnost respondentovi domácnosti. Zatímco u lidí z velmi dobře a solidně zajištěných domácností nebrání nedostatek peněz ve dvou třetinách, u špatně zajištěných a v zásadě chudých domácností je to méně než 1 z 10 případů.

Více než polovině obyvatel potom brání obtížné sladění s prací a rodinou, nedostupnost vstupenek a špatná dopravní dostupnost. Zhruba polovině také brání nedostatek informací o kulturních akcích. Méně častými bariérami je pak informovanost, a to jak nedostatek informací o konkrétní akci či místu konání – občas nebo velmi často se s ní potýká 47 % nedostatečná – občas zahlcenost či nepřehlednost informacemi, se kterou se potýká 42 % obyvatel. Nejméně častými překážkami je také jazyková bariéra a nedostupnost pro osoby se specifickými potřebami – nicméně i tyto překážky brání velmi často zhruba jedné desetině obyvatel Královéhradeckého kraje a specifické jazykové a jiné potřeby má menší část obyvatel.

Mezi nenabízenými bariérami (*pozn. agentury: možnost uvést i jinou variantu*) uváděli obyvatelé Královehradeckého kraje také že například nemají s kým jít, mají strach z chození mezi lidmi či jinou komplikaci způsobenou vysokou účastí například přeplněností místností, vysoký hluk, nebo špatnou organizaci parkování. Jako bariéru uváděli také špatné počasí.

Graf 5.1 Bariéry pro návštěvy kulturních akcí



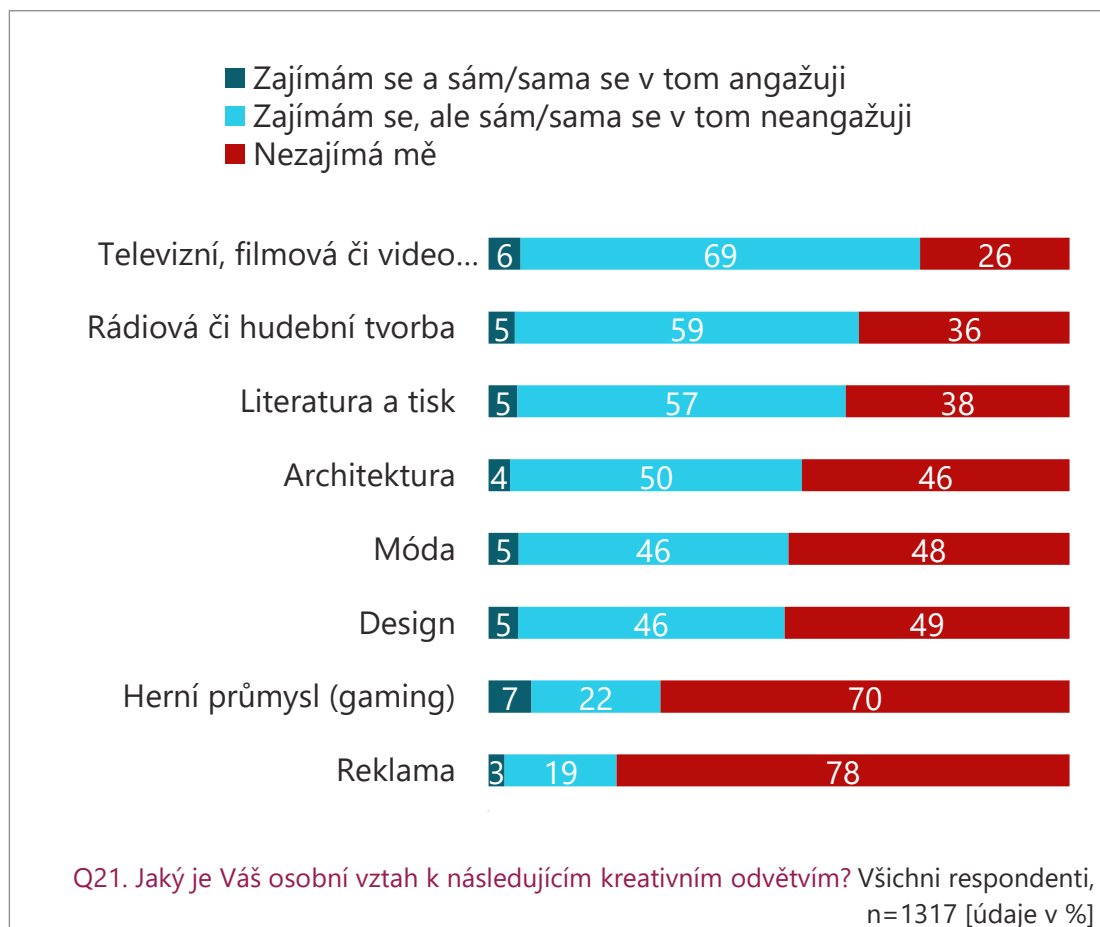
6 Detailní vnímání kulturně kreativních odvětví

6.1 Osobní vztah ke kulturně kreativním odvětvím

Osobní vztah k jednotlivým kulturním kreativním odvětvím (dále jen KKO) je spíše na úrovni zájmu než osobní angažovanosti v něm. U jednotlivých KKO se angažuje osobně 3 až 7 % lidí, nejméně v reklamě a nejvíce v herním průmyslu, který je více doménou mužů (12 % oproti 3 % žen). Doménou žen je častěji móda, design, literatura a tisk. Nejvyšší koncentrace osobní angažovanosti je u lidí ve věku 15-20 let, zejména v herním průmyslu, ve kterém se angažuje třetina lidí. Mladší věkové kategorie se obecně osobně angažují častěji, lidé ve věku 60 a více let se téměř osobně neangažují. Gamingu a módě se věnují častěji lidé bez maturity (jde také častěji o studenty). O ostatní odvětví kromě radiové a hudební tvorby mají zájem častěji lidé s vyšším vzděláním.

Celkový zájem je pak nejčastěji o televizní, filmovou, či videotvorbu (74 % se zajímá), následuje radiová a hudební tvorba (64 % se zajímá) a literatura a tisk (62 % se zajímá). Zhruba polovina obyvatel Královéhradeckého kraje se zajímá o KKO architektury, módy a designu. Nejméně rozšířený je zájem o herní průmysl a reklamu.

Graf 6.1 Osobní vztah k jednotlivým kreativním odvětvím

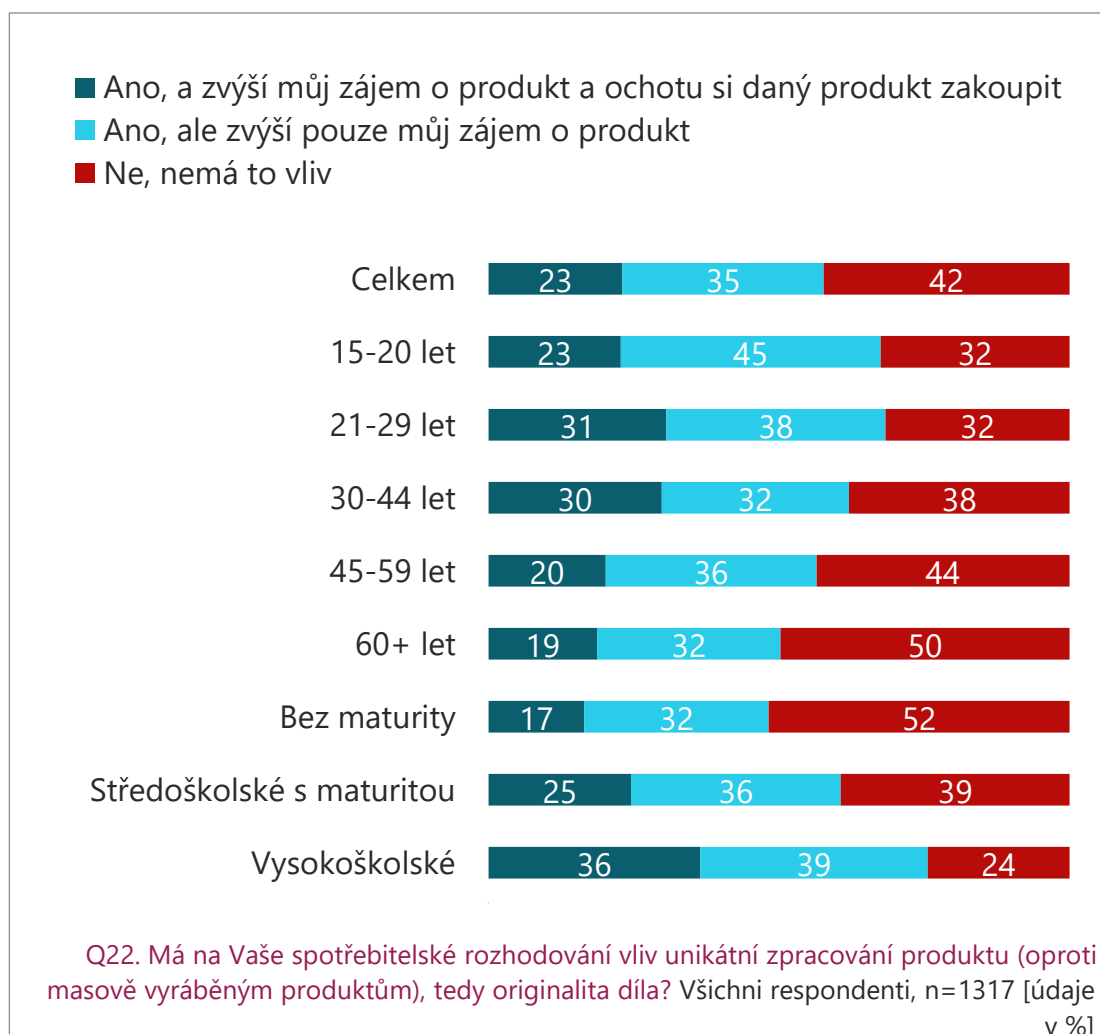


Rozšířenost zájmu o jednotlivé KKO je podobně řazená (v těch oblastech, které se vyskytovaly v obou otázkách) jako rozšířenost zájmu o kulturní akce v podobných oblastech – např. první dvě místa mají v obou případech akce/odvětví spojené s filmem a hudbou, na třetím místě je v obou případech možnost s literaturou (viz kapitola 1.1). V datech je dále patrné, že zájem o dané KKO a kulturní akce se velmi překrývá.

6.2 Zájem o originalitu zpracování díla

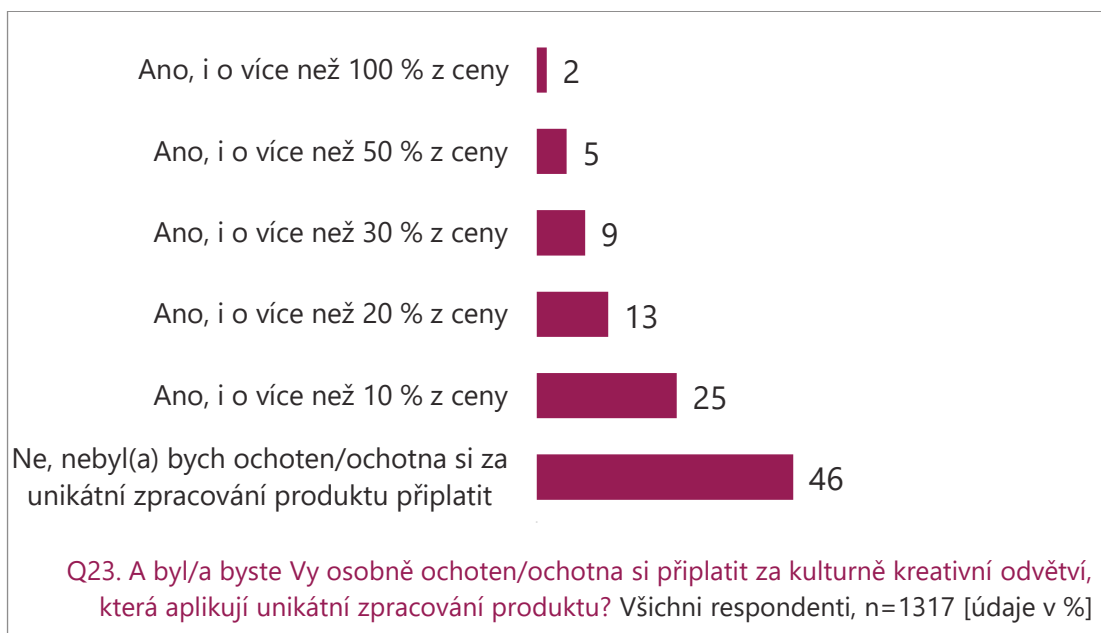
Originalita díla zvyšuje zájem o produkt 6 z 10 obyvatelům Královéhradeckého kraje. Téměř čtvrtina zároveň deklaruje vyšší ochotu si daný produkt koupit. Nejméně časté jsou zájem i ochota si daný produkt koupit u lidí bez maturity, s rostoucím vzděláním pak stoupají. Rozdíly jsou také u věkových kategorií, kde největší zájem je u mladších věkových kategorií a vyšší ochota si produkt koupit u kategorií 21-29 let a 30-44 let. Vyšší zájem a ochota si produkt zakoupit roste také se zajištěností domácnosti.

Graf 6.2a Vliv originality díla na deklarované spotřebitelské chování podle věkových a vzdělanostních skupin



Připlatit si za KKO, které aplikuje unikátní zpracování produktu je ochotna více než polovina obyvatel Královéhradeckého kraje. Čtvrtina deklaruje více než 10 % ceny a s přibývajícím výší příplatku, počet osob, které si jsou ochotny připlatit klesá (viz graf 6.2b). Méně častá je ochota si připlatit u osob 60 a více let, osob bez maturity a méně zajištěných domácností.

Graf 6.2b Ochota připlatit si za KKO, které aplikuje unikátní zpracování produktu



6.3 Digitalizace kulturně kreativních odvětví a využití umělé inteligence

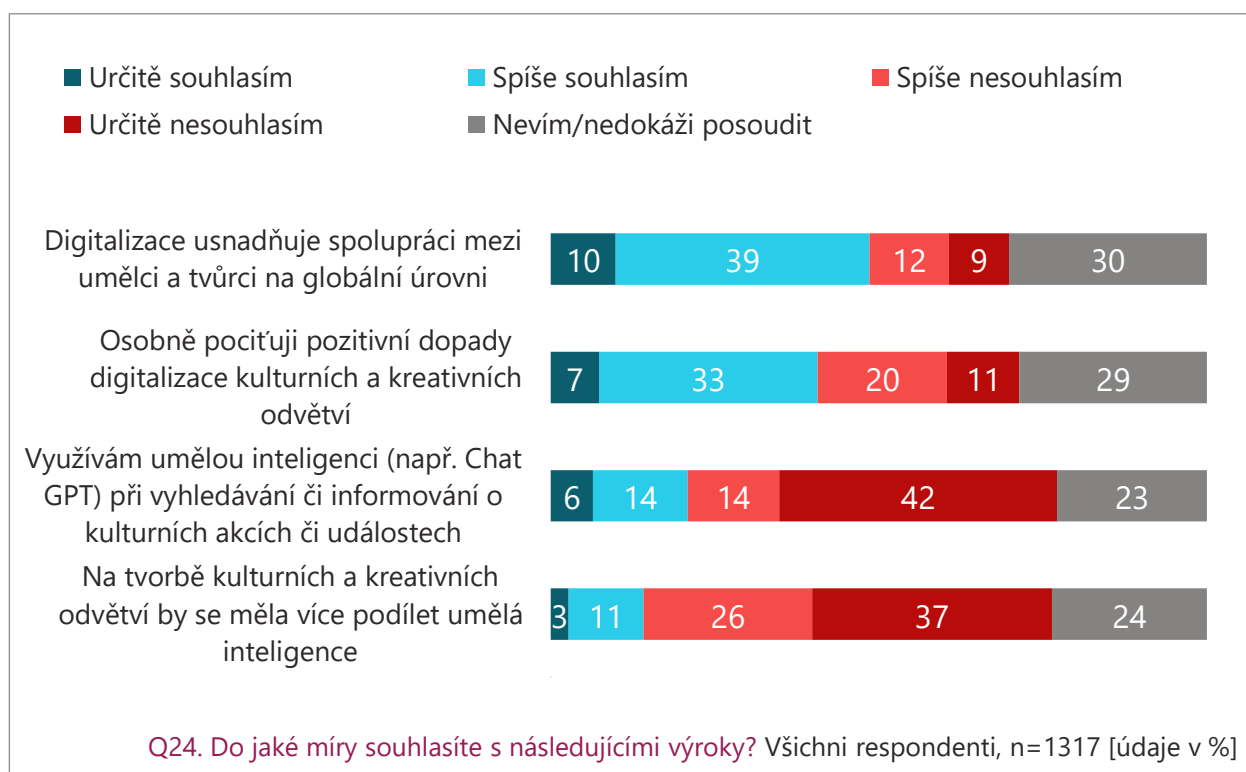
Digitalizace je vnímána nejčastěji hlavně v souvislosti s usnadněním spolupráce umělců na globální úrovni. S výrokem souhlasí téměř polovina obyvatel Královéhradeckého kraje, pětina nesouhlasí a 30 % neví. Častěji souhlasí mladší věkové kategorie a vysokoškolsky vzdělaní.

Lidé v Královéhradeckém kraji pociťují osobně spíše pozitivní dopady digitalizace na KKO. S výrokem souhlasí 4 z 10 obyvatel, 3 z 10 obyvatel nesouhlasí a stejný počet obyvatel neví. Častěji souhlasí lidé s vyšším vzděláním.

Nicméně představa, že by se měla na tvorbě KKO podílet umělá inteligence, populární není. Nesouhlasí s tím 6 z 10 obyvatel, pro je 14 % a neví čtvrtina. Více naklonění tvorbě od umělé inteligence jsou muži a lidé ve věku 15-20 let.

Součástí šetření bylo i zjistit, do jaké míry je rozšířené využívání umělé inteligence při vyhledávání či informování o kulturních akcích či událostech. S výrokem (viz graf 6.3) v Královéhradeckém kraji souhlasí 20 % lidí, více než polovina lidí nesouhlasí a čtvrtina neví. Nejčastěji souhlasí o osoby ve věku 15-20 let a 30-40 let, naopak lidé ve věku 60 a více let deklarují využívání nejméně často.

Graf 6.3 Souhlas s výroky týkající se digitalizace v souvislosti s KKO



7 Segmentace obyvatel dle kulturního chování

V této kapitole je prezentována analýza kulturního chování segmentací. Pomocí matematicko-statistických metod¹ byli obyvatelé Královéhradeckého kraje rozděleni do pěti tříd podle frekvence návštěvnosti různých oblastí kultury, ale i specifických preferencí.

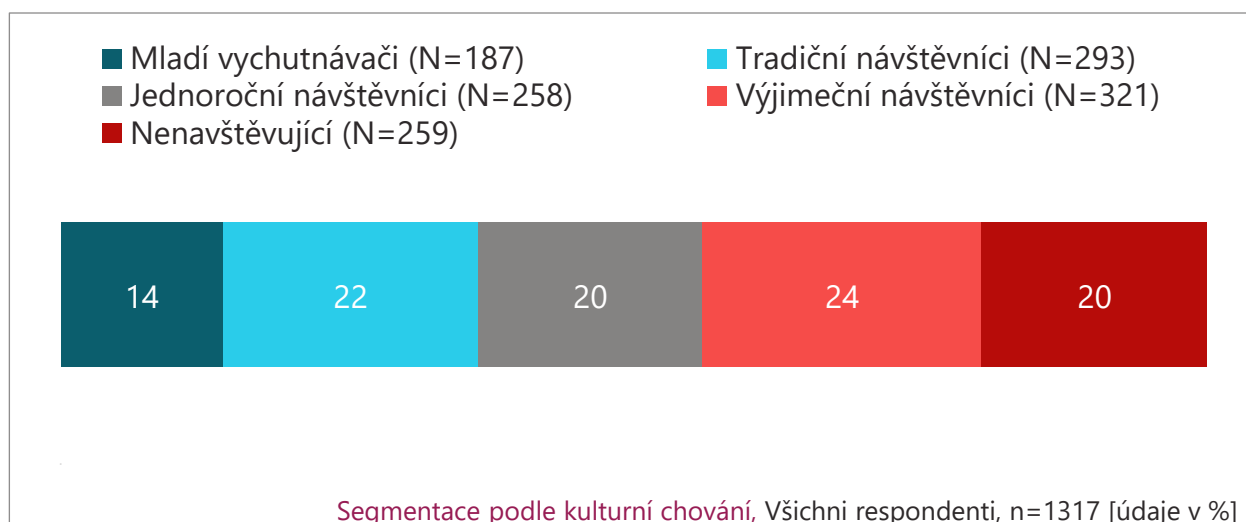
Výsledkem je následujících pět tříd:

- Mladší vychutnávači
- Tradiční návštěvníci
- Jednoroční návštěvníci
- Výjimeční návštěvníci
- Nenávštěvující

Tyto vzniklé třídy je (v tomto případě) možné vnímat i ordinálně, tedy z nejčastěji navštěvujících po téměř nenávštěvujících u velké většiny akcí či kulturních zařízení (výjimku v pořadí tvoří u některých akcí výměna pomyslného druhého místa Tradičních návštěvníků těmi Jednoročními návštěvníky viz jejich popis).

Graf 7 Rozložení segmentů kulturního chování v populaci Královéhradeckého kraje

¹ Segmentace byla vytvořena na základě baterií otázek 7 až 10, které se týkaly frekvence návštěvnosti jednotlivých kulturních akcí. Segmentace byla vytvořena analýzou latentních tříd v softwaru jamovi, konkrétně modulem snowRMM. Pro modelování byly zrekódovány proměnné z pěti do čtyř kategorií, kde byly sloučeny první dvě kategorie „Minimálně jednou za měsíc“ a „Několikrát do roka“, protože první možnost dával minimální počet respondentů a bez rekódování vznikaly méně heterogenní latentní třídy. Výběr třídy následoval dnes nejrozšířenější postup, tedy postupné modelování různého počtu třídních řešení a jejich vzájemné posuzování jak pro jejich statistickou, modelovou, ale i teoretickou vhodnost. Výsledný model 5 tříd měl nejnižší BIC, což je testové kritérium používáno pro svou penalizaci složitějších modelů jako nejčastější a v téhle situaci nejvhodnější, a nabízel zároveň nejlepší interpretovatelnost. Model má také velmi vysokou hodnotu entropie (0,904), chyba v přiřazení respondentů do jednotlivých latentních tříd je tedy minimální.



7.1 Mladší vychutnávači

Mladší vychutnávači navštěvují kulturní akce nejčastěji ze všech skupin – to platí prakticky u všech tázaných kulturních akcí (snad s výjimkou historických památek, které podobně často navštěvují Tradiční návštěvníci). Vyhledávají častěji také méně mainstreamové kulturní akce, kde je jejich rozdíl v návštěvnosti alespoň jednou za rok nejvyšší, jako například literární kavárny, pásma a večery, akce amatérských umělců, nebo experimentální divadlo. Nicméně i u těch nejrozšířenějších akcí a kulturních zařízení, jako návštěva památek, činoherního divadla, nebo kina je jejich návštěvnost alespoň jednou za rok výrazně vyšší než u celé krajské populace.

Mladší vychutnávači se neliší od zbytku populace kraje pohlavím. Jak ale jejich název napovídá, jsou to výrazně častěji lidé ve věku 15-20 let, ale také častěji lidé ve věku 30-44 let a velmi málo pak ve věku 60 a více let. Častěji jde o vysokoškolsky vzdělané a méně často o lidi bez maturity. Jde častěji o studenty, zaměstnance a méně často o seniory. Jsou také častěji velmi dobře či solidně zajištěni.

Mladší vychutnávači také častěji sami aktivně participují v kulturním životě, ať už organizací kulturních akcí. Nadprůměrně se zajímají o akce ve všech oblastech kultury. V hudbě mají častější oblibu v klasické a vážné hudbě, jazzu, ale i rapu a hip-hopu, rocku a elektronické hudbě. Z filmů mají častěji

v oblibě drama, životopisné filmy, pohádky a dětské filmy. Z výtvarných umění mají v oblibě častěji všechny z tázaných možností a nejsou zde prakticky lidé, kteří by výtvarné umění v oblibě neměli (<2 %).

Jejich motivace jsou obecně značně častější u všech tázaných motivací, kromě toho, že by chodili na kulturní akce jako doprovod. Nejvýrazněji častěji motivuje mladší vychutnávače rozšíření obzorů, sebezvoje, vzdělávání, získání nových informací (95 %), touha zkusit něco nového (89 %) nebo že svou návštěvou podporují dané kulturní zařízení či konkrétního umělce (81 %).

Z hlediska bariér trápí Mladší vychutnávače častěji nedostatek volného času (72 % oproti 61 % z celé populace kraje), obtížné sladění s prací a rodinou (71 % oproti 57 %) a nevyhovující časy konání (70 % oproti 63 %).

7.2 Tradiční návštěvníci

Tradiční návštěvníci jsou druhým kulturu nejčastěji navštěvujícím segmentem a dají se ve zkratce popsat tak, že tradičně navštěvují tradiční akce a žánry. U většiny akcí zařízení častěji uvádí, že je navštěvují, zejména několikrát do roka. Nejvyšší četnost návštěv mají oproti ostatním segmentům hlavně u historických památek, činoherního divadla, kin a multikin, koncertů a galerií či výstav výtvarného umění. Naopak nemají takovou návštěvnost experimentálních kulturních akcí, jako koncertů alternativní hudby, nový cirkus, experimentální a alternativní divadel.

U některých akcí a zařízení je jejich návštěvnost průměrná a je nižší než u Jednoročních návštěvníků. Jedná se například o většinu divadelních akcí kromě činoherního divadla a klasických baletních a tanečních představení, ale také například literární kavárny, hvězdárny a planetárium. Vždy ale mají vyšší návštěvnost než Výjimeční návštěvníci a Nenavštěvující.

Tradiční návštěvníci jsou častěji ženy, osoby ve věku 60 a více let a méně často osoby ve věku 30-44 let. Častěji jde i o seniory, méně často o zaměstnance. V ostatních sociodemografických charakteristikách se neliší od populace Královéhradeckého kraje.

Tradiční návštěvníci se zajímají především o hudbu, film, ale také o divadlo a literaturu, o které se zajímají častěji než obecně obyvatelé Královéhradeckého kraje. V hudbě mají častěji v oblibě žánry „tradičnější“ jako folk, oldies, klasická a vážná hudbu, lidová hudba a dechovka a jazz. Z filmů mají v oblibě častěji hlavně životopisné, ale také drama, dokumentární a vzdělávací a pohádky a dětské filmy; méně mají v oblibě fantasy, sci-fi, mysteriózní a horory. Mají v oblibě častěji většinu výtvarných forem, pouze 8 % nemá rádo žádnou z nich.

Nejčastěji je motivuje navštěvovat kulturní akce a zařízení, zábava a odreagování, dobrá zkušenost a čas strávený s lidmi v blízkém okolí. Většinu motivací mají taky častější než krajská populace, kde zejména častější je hluboký duševní prožitek, rozšíření obzorů, seberozvoj, vzdělávání a získávání nových informací, podpora daného zařízení či umělce a dobrá zkušenost. Na kulturních akcích si je tento segment se nejméně často cítí nejistě (12 % se cítí nejistě oproti 20 %) a nejméně si také vystačí s „domácí produkcí“ (44 % oproti 60 %).

Na kultuře se také častěji podílí, například častěji než ve zbytku krajské populace organizovali veřejnou kulturní akci, nebo se v posledních 12 měsících věnovali umělecké činnosti v soukromí a veřejně účinkovali na kulturních akcích.

Bariéry bránící účasti na kulturních akcích jsou pro Tradiční návštěvníky víceméně stejné jako pro zbytek krajské populace. Trochu méně často jim

brání nedostatek volného času (nebrání 45 % oproti 39 % v populaci kraje), nevyhovující časy konání (42 % oproti 37 %) a únava osobní překážky (38 % oproti 30 %). Drahé jim přijdou častěji koncerty populární hudby (49 % oproti 43 %).

7.3 Jednoroční návštěvníci

Jednoroční návštěvníci většinu akcí alespoň navštěvují, ačkoliv spíše s menší četností. Alespoň jednou za rok navštěvují nejvíce historické památky (92 %), kina a multikina (84 %), muzea (78 %), koncerty populární hudby (61 %), galerie či výstavy výtvarného umění (58 %) a činoherní divadla (58 %).

Jednoroční návštěvníci jsou častěji lidé ve věku 30-44 let, méně často lidé nad 60 let. Jde o nejvýše vzdělaný segment s největším podílem vysokoškolsky vzdělaných a nejmenším podílem lidí bez maturity. Jde výrazně častěji o zaměstnance a výrazně méně často o seniory. Jsou méně často ze špatně zajištěných domácností, častěji jsou z průměrně zajištěných.

I Jednoroční návštěvníci se nadprůměrně zajímají o většinu oblastí kultury, zájem je podobný jako u Tradičních návštěvníků, ale Jednoroční mají častěji v zájmu film, ale o literaturu se zajímá stejně jako populace Královéhradeckého kraje. V hudbě mají výrazně méně často rádi dechovku, častěji mají rádi pop současný i starší, rock a elektronickou hudbu a jde ve svém vkusu o nejvíce mainstream preferující skupinu. Z filmů mají v oblíbě častěji komedie, animované filmy, drama, akční a krimi, fantasy, sci-fi a horory. Z výtvarných forem mají častěji rádi všechny formy kromě lidového umění. Pouze 4 % z Jednoročních návštěvníků nemají ráda žádnou z výtvarných forem.

Jednoroční návštěvníky motivují nejvíce zábava a odreagování (86 %), dobrá zkušenost z předchozí návštěvy (91 %) a čas strávený s lidmi v blízkém okolí (82 %). Celkově mají motivace mírně vyšší, největší rozdíly v procentních

bodech je od celkové populace kraje v rozšíření obzorů (85 % oproti 70 % v krajské populaci), touze zkusit něco nového (76 % oproti 63 %) a dobré zkušenosti z předchozí návštěvy (91 % oproti 80 %). Zároveň ale nejméně často souhlasí s tvrzením, že nechtějí riskovat návštěvu akce bez předchozího doporučení (27 % oproti 33 %).

Co se bariér týče, tak Jednoročními návštěvníky brání v zásadě všechny bariéry oproti populaci kraje o něco více, kde největší rozdíly jsou zároveň v těch nejčastějších bariérách. Brání jim nevyhovující časy konání (77 %), únava a další osobní překážky (77 %), nedostatek volného času (74 %), obtížné sladění s prací a rodinou (70 %) a nevyhovující nabídka akcí (69 %). Cenová dostupnost jim přijde nejvíce odpovídající ze všech skupin, ale častěji hodnotí jako dražší hlavně kina a dětská a rodinná představení, častěji hodnotí jako levnější akce v knihovně.

7.4 Výjimeční návštěvníci

Výjimeční návštěvníci, jak název napovídá, navštěvují jednotlivé kulturní akce opravdu výjimečně. Od Jednoročních návštěvníků se liší zejména tím, že pokud nějaké akce a zařízení přece jen navštěvují, jde zpravidla o ještě nižší frekvenci než jednou za rok a tím, že o kulturní oblasti se spíše nezajímají.

Výrazně nejvíce navštěvují Výjimeční návštěvníci památky, které alespoň jednou za rok navštíví 75 % Výjimečných návštěvníků. Alespoň jednou za rok navštěvují také kina a multikina (59 %) a muzea (41 %). Ostatní akce a kulturní zařízení navštíví alespoň jednou za rok méně než třetina Výjimečných návštěvníků. Oproti Nenavštěvujícím jsou ale i zařízení, která navštěvují, i když ani ne jednou za rok. Koncerty populární hudby navštíví alespoň někdy 7 z 10 Výjimečných návštěvníků a více než polovina navštíví alespoň někdy také plesy, bály, taneční večery a gala, činoherní divadla, hudební festivaly, koncerty rockové hudby, knihovny a galerie či výstavy výtvarného umění.

Výjimeční návštěvníci jsou relativně podobní populaci Královéhradeckého kraje. Jsou to častěji muži a méně často jde o lidi ve věku 60 a více let. Jsou častěji ze solidně zajištěných domácností.

Výjimeční návštěvníci se zajímají významně méně často o většinu oblastí kultury, resp. se o většinu oblastí nezajímají. Výjimku tvoří pouze hudba a film, kde se zajímají podobně často jako celá populace Královéhradeckého kraje. Ve filmu i hudbě mají v oblibě podobné žánry jako zbytek populace, méně často mají v oblibě klasickou, folkovou a jazzovou hudbu. Do kultury se sami aktivně spíše nezapojují.

Motivace mají podobné jako celá populace Královéhradeckého kraje. Nejčastěji je tedy motivuje zábava a odreagování (90 %), čas strávený s blízkými lidmi (84 %) a dobrá zkušenost z předchozí návštěvy (79 %). Méně často než populaci je motivuje podpora návštěvou dané kulturní organizace nebo umělce (41 % oproti 52 %) a společenský status (11 % oproti 18 %).

Výjimeční návštěvníci nemají ani specifické bariéry. Podobně jako obyvatele Královéhradeckého kraje jim brání v účasti na kulturních akcích nejčastěji únava (73 %), nevyhovující časy konání (66 %) a nedostatek volného času (62 %). Cenovou dostupnost většiny hodnocených kulturních akcí či zařízení častěji nedokáží zhodnotit a mírně méně častěji je považují za drahé.

Nic tedy nenasvědčuje tomu, že by nižší účast Výjimečných návštěvníků byla způsobena specifickými bariérami a je tedy pravděpodobně způsobena nižším zájmem o kulturu jako takovou.

7.5 Nenavštěvující

Pro nenavštěvující je charakteristické, že téměř nenavštěvují žádné z kulturních zařízení a akcí. Alespoň někdy navštěvují Nenavštěvující kulturní památky (50 %), kina a multikina (40 %), koncerty rockové a populární hudby

(23 %), činoherní divadlo (22 %) a muzea (21 %). Ostatní akce a zařízení nenavštěvuje ani pětina z Nenavštěvujících.

Nenavštěvující jsou podobně věkově rozděleni jako Tradiční návštěvníci. Jde také častěji o seniory, méně často o zaměstnance a studenty. Liší se ale tím (jak od Tradičních návštěvníků, tak od populace kraje), že jde o nejméně vzdělaný segment – téměř jej netvoří vysokoškolsky vzdělaní a osob bez maturity jsou v něm dvě třetiny. Jde také o segment z nejhůře zajištěných domácností. Jsou častěji z obcí do 1000 obyvatel a méně často z obcí mezi 5 000 a 19 999 obyvateli.

Je otázkou, zda je pro nenavštěvující kultura spíše nedostupná nebo pouze nemají o tyto akce zájem. Analýzou jejich odpovědí docházíme ke smíšeným závěrům. Nenavštěvující u většiny bariér odpovídají, že jim brání méně často, ale častěji uvádí, že jim brání nedostupnost pro osoby se specifickými potřebami, jazyková bariéra, ale také únava (která bude pravděpodobně spojena s jejich průměrně vyšším věkem). Je tedy pravděpodobné, že tento segment tvoří častěji lidé například s horším zdravím a menší jazykovou vybaveností. Zároveň cenovou dostupnost nehodnotí Nenavštěvující žádnou z kategorií častěji jako drahou – dokonce kina a multikina hodnotí jako drahé méně často – nicméně častěji u většiny kategorií nedokáží cenovou dostupnost posoudit.

Co se jejich přímo tázaného zájmu týče, je tento zájem u všech kulturních oblastí nejmenší ze všech skupin. Zároveň tři čtvrtiny Nenavštěvujících si vystačí s „domácí produkcí“. Ačkoliv jsou jejich motivace méně časté než u všech dalších skupin, tak některé motivují více než polovinu Nenavštěvujících, jako například zábava a odreagování, čas strávený s lidmi v blízkém okolí, touha vidět naživo konkrétního umělce, doporučení známých a dobrá zkušenost. Právě doporučení je pro ně neklíčovější ze všech segmentů, bez něj nechce riskovat návštěvu 43 % Nenavštěvujících.

8 Specifický přístup mladých lidí

V této kapitole je popsáno specifické kulturní chování mladých lidí ve věku 15-20 let v kontrastu s celou královéhradeckou populací. Ve zkratce by se dali shrnout jako populace, která má širší zájmy v kultuře, je aktivnější a jsou mezi nimi častěji osoby s vysokou návštěvností kulturních akcí a zařízení. Jejich vyšší aktivita je dána pravděpodobně větší dostupností, a to jak formou různých studentských slev, tak rozšířeností kulturních aktivit pro mládí například ve škole, nebo v rámci neformálního vzdělávání. Je otázkou, jakou roli hraje také pravděpodobné vyšší množství volného času – nedostatek volného času je totiž u lidí ve věku 15-20 let také častější bariérou pro návštěvu kulturních akcí (viz níže). Při interpretaci je ale také nutné zdůraznit, že tvoří pouze 9 % vzorku a mají tedy již o relativně nízké N (N=115), závěry nelze tedy brát za tak robustní jako ty za celou krajskou populaci.

Lidé ve věku 15-20 let se prakticky všichni zajímají o hudbu (96 %), naopak nejméně ze všech věkových skupin se zajímají o literaturu (34 % oproti 55 % v populaci kraje). Vyšší zájem mají také o alternativní kulturu (38 % oproti 18 %) a tanec (45 % oproti 33 %). V hudbě u nich jasně vede rap a hip-hop, v oblibě jej má 71 % oproti 21 % v populaci kraje. Častěji mají rádi elektronickou hudbu a méně často klasickou, folkovou, jazzovou a lidovou hudbu. Ve filmu mají oblibě častěji animované, komedie, drama a fantasy, sci-fi, mysteriózní a horory, méně část životopisné, válečné a westerny a dokumentární a vzdělávací filmy. Celkově vedou u mladých zejména komedie (88 %). Z výtvarných forem mají v oblibě častěji design a nová média, celkově nejoblíbenější je u nich podobně jako v populaci kraje fotografie a malba.

Lidé ve věku 15-20 navštěvují častěji alespoň jednou za rok zejména hudební kluby a diskotéky (59 % oproti 31 %), plesy, bály, taneční večery a gala akce (68 % oproti 42 %), experimentální a alternativní divadlo (40 % oproti 19 %),

koncerty alternativní hudby (39 % oproti 20 %), hudební festivaly zaměřené (59 % oproti 43 %) a koncerty populární hudby (64 % oproti 48 %). Nejméně často oproti populaci kraje navštěvují alespoň jednou za rok hlavně divadlo (30 % oproti 47 %). Nejvyšší návštěvnost alespoň jednou ročně, mají ale u lidí ve věku 15-20 let, kina a multikina (81 %) a kromě výše zmíněných akcí a kulturních zařízení navštěvuje alespoň polovina jednou za rok také knihovny, muzea a galerie či výstavy výtvarného umění.

Obecně častěji vyhledávají experimentální počiny a snaží se vyhýbat mainstreamu (41 % oproti 31 %). Zároveň nejčastěji souhlasí s tím, že si vystačí s domácí produkcí (81 % oproti 60 % v populaci kraje). Častěji se také cítí na kulturních akcích nejistí (31 % oproti 20 %). Méně často jsou těmi, kdo rozhoduje, jaké kulturní akce se zúčastní (61 % oproti 72 %).

Výrazně častěji jsou aktivnější v podílení se na kultuře. Mají častěji zkušenost s organizací kulturních akcí (57 % oproti 32 %), veřejným účinkováním na kulturních akcích (35 % oproti 13 %) a věnování se umělecké činnosti v soukromí (53 % oproti 26 %).

K návštěvě je motivuje častěji touha zkusit něco nového (77 % oproti 63 %) a společenský status (35 % oproti 18 %). Celkově jsou motivace ale podobné populaci kraje, nejčastěji uvádí čas strávený s lidmi v blízkém okolí (88 %), zábavu a odreagování (83 %), touhu zkusit něco nového a dobrou zkušenost z předchozí návštěvy (75 %).

Lidé ve věku 15-20 se setkávají s bariérami při návštěvě kulturních akcí obecně častěji. Zejména největší rozdíly jsou v nedostatku volného času (81 % oproti 61 %), zahlcení a nepřehledností informací (60 % oproti 42 %) a nedostupnosti vstupenek (71 % oproti 55 %). Méně často se setkávají s jazykovou bariérou a únavou a dalšími osobními překážkami. Celkově nejvíce jim brání právě nedostatek volného času, nevyhovující časy konání (75 %) a nevyhovující nabídka akcí (75 %). Cenovou dostupnost hodnotí u

většiny hodnocených kulturních akcí či zařízení častěji jako levnější, nicméně jde stále o menšinu. Jimi často navštěvované kluby hodnotí častěji jako levnější (10 % oproti 4 %), ale také častěji jako drahé (25 % oproti 17 %).

9 Srovnání preferencí a specifik jednotlivých okresů

Tato kapitola se soustředí na preference a kulturní chování v daných okresech. Většina rozdílů v kulturních preferencích je celkem malých, resp. jde zpravidla o jednotky procentních bodů, a proto není tolik na místě se bavit přímo o specifikách jednotlivých okresů, ale spíše o zajímavostech (výjimkou je otázka o znalosti a návštěvnosti konkrétních institucí, která je ze své povahy geograficky podmíněna a tomuto třídění je věnován prostor přímo v kapitole 2.2). Níže jsou uváděny vždy rozdíly v rozložení odpovědí otázek týkajících se kulturních preferencí, návštěvnosti, motivací a bariér, které jsou statisticky signifikantní alespoň na hladině 95 %; případné další otázky jsou zahrnuty, pokud jde zároveň o substantivní rozdíly (nejde tedy o absolutní výčet těchto rozdílů). Pro srozumitelnější a smysluplnější interpretace je pracováno s jednodušeji rekódovanými odpověďmi (např. u otázky na zájem u kulturní oblasti se zjednodušují odpovědi „Velmi se zajímám“ a „Spíše se zajímám“ jako vyjádření zájmu celkově).

9.1 Okres Hradec Králové

V okrese Hradec Králové je výrazně vyšší zastoupení vysokoškolsky vzdělaných (26 % oproti 18 % v populaci) a žen (60 % oproti 52 % v populaci), což může být hlavním vysvětlujícím faktorem v rozdílu v preferencích. Je zde také méně osob bez maturity (33 % oproti 45 %). Od populace v kraji se liší například v zájmu o literaturu (60 % oproti 55 %), což je typickou oblastí, která je populárnější právě u více vzdělaných a žen obecně.

Obyvatelé okresu Hradec Králové mají častěji v oblibě klasickou a vážnou hudbu (33 % oproti 27 %), méně často preferují rock (49 % oproti 55 %). U filmů se liší menší oblibou westernů a válečných filmů (27 % oproti 31 %). U výtvarných forem mají zase menší oblibu v nových médiích (11 % oproti 14 %).

Návštěvnost kulturních akcí a zařízení alespoň jednou za rok obyvatel okresu Hradec Králové je vyšší u popularizačních a vzdělávacích akcí, akcí prezentujících lidovou kulturu, kin a multikin, knihoven, koncertů klasické hudby a činoherního divadla. Méně často navštěvují alespoň jednou za rok koncerty rockové hudby a nový cirkus.

Co se motivací týče, jsou obyvatelé okresu Hradec Králové téměř stejní od zbytku kraje. Liší se pouze v mírně častější motivaci navštívit akci po dobré zkušenosti z předchozí návštěvy (84 % oproti 80 %). Nejčastěji ze všech okresů se cítí na kulturních akcích jistě a ví, jak to na nich chodí, například kdy se tleská a podobně (83 % oproti 80 %). V okrese je také častější zvýšený zájem o ekologické produkty a akce propagující udržitelné hodnoty (26 % oproti 22 %).

Z hodnocených bariér jim brání méně často špatná dopravní dostupnost (46 % oproti 52 %). Jako drahou hodnotí častěji cenovou dostupnost kin (58 % oproti 49 %). Nejčastěji si myslí, že jsou v jejich lokalitách výdaje do kultury dostačující – a to v obci, okrese, i kraji.

V okrese je častěji preferovaným zdrojem informací komerční regionální tisk (15 % oproti 11 %), což je dáno přítomností Hradeckého deníku, který byl uveden také přímo v možnosti odpovědi. Méně často je pak preferovaným zdrojem informací obecní/městský tisk (27 % oproti 33 %). Nicméně trend preferencí je stejný jako v populaci kraje.

9.2 Okres Jičín

V okrese Jičín je menší podíl vysokoškolsky vzdělaných (10 % oproti 18 %) a mírně vyšší podíl lidí bez maturity (54 % oproti 45 %). Je zde nižší zájem o alternativní kulturu (11 % oproti 18 %), jinak se v zájmu o kulturní oblasti od populace kraje neliší. Mají méně často v oblibě klasickou, vážnou a operní hudbu (19 % oproti 27 %) a častěji holdují rocku (65 % oproti 55 %). Z filmů mají v oblibě častěji drama (47 % oproti 40 %) a fantasy, sci-fi, mysteriózní

a horory (49 % oproti 42 %). Z výtvarných forem je u nich méně častý zájem o architekturu (26 % oproti 33 %).

Návštěvnost kulturních akcí alespoň jednou za rok je u obyvatel okresu Jičín spíše mírně nižší, a to u činoherního divadla, muzeí, knihoven, akcí pořádaných uměleckými školami a popularizačních a vzdělávacích akcí.

V motivacích navštěvovat kulturní akce se od populace Královéhradeckého kraje neliší. Totéž platí u hodnocených bariér, které obyvatelům osobně brání navštěvovat kulturní akce a zařízení.

Jako drahé hodnotí častěji divadlo (33 % oproti 25 %) a historické památky (38 % oproti 28 %).

Méně často hodnotí jako dostačující financování kultury ve své obci (38 % oproti 50 %), nicméně častěji také uvádí, že nedokáží posoudit (29 % oproti 23 %). Méně často jako dostačující hodnotí také financování kultury v Královéhradeckém kraji (41 % oproti 52 %) a v ČR (38 % oproti 50 %).

9.3 Okres Náchod

Obyvatelé z okresu Náchod se neliší od populace Královéhradeckého kraje v zájmu o oblasti kultury. Také se neliší v oblibě různých výtvarných forem. V hudbě mají častěji v oblibě jazzovou hudbu a blues (27 % oproti 22 %), u filmů mají méně často v oblibě drama (33 % oproti 40 %).

Návštěvnost kulturních akcí obyvatel okresu Náchod se liší od populace kraje minimálně. Častěji vůbec nenavštěvují divadlo pro děti, klasická baletní a taneční představení, muzikály a kabarety, nový cirkus a koncerty klasické hudby.

V motivacích navštěvovat kulturní akce se od populace Královéhradeckého kraje neliší. V okrese je nejméně častý zvýšený zájem o ekologické produkty a akce propagující udržitelné hodnoty (12 % oproti 22 %).

Cenovou dostupnost častěji nedokáží u většiny hodnocených akcí a zařízení posoudit, a to s tím, že většinu z toho zároveň méně často hodnotí cenovou dostupnost jako odpovídající (dětská a rodinná představení, historické památky, muzea, hvězdárny, či planetária a galerie výtvarného umění). Méně často hodnotí jako drahé akce v knihovně (3 % oproti 6 %) a taneční kluby (12 % oproti 17 %) a častěji hodnotí jako levné vstupenky do divadla (6 % oproti 3 %). Okres Náchod je jediný, který se liší od populace průměrnou cenou, kterou jsou jeho obyvatelé ochotni utratit za vstupenky na některé akce. Jde o akce v knihovně (78 Kč oproti 105 Kč) a přednášky a komentované prohlídky (142 Kč oproti 173 Kč).

V hodnocených bariérách uvádí méně často špatnou dopravní dostupnost (60 % oproti 52 %), jinak se v hodnocení bariér od populace kraje neliší. Výdaje na kulturu považují častěji za nedostačující, a to na úrovni obce, okresu i kraje.

9.4 Okres Rychnov nad Kněžnou

V okrese Rychnov nad Kněžnou je vyšší podíl vysokoškolsky vzdělaných (52 % oproti 45 %) a výrazně vyšší podíl mužů (57 % oproti 48 %). Je zde menší zájem o tanec, zajímá se o něj 27 % obyvatel okresu oproti 33 % obyvatelům kraje, a o literaturu, o kterou se zajímá 49 % obyvatel okresu, oproti 55 % obyvatelům kraje. Neliší se od populace kraje v oblibě hudebních a filmových žánrů, nicméně z výtvarných forem mají méně často v oblibě design (23 % oproti 29 %).

Návštěvnost kulturních akcí a zařízení se u obyvatel okresu Rychnov nad Kněžnou od populace kraje prakticky neliší.

Jsou méně často motivováni hlubokým duševním prožitkem (54 % oproti 62 %), podporou daného kulturního zařízení či konkrétního umělce (45 % oproti 52 %) a doporučením od někoho blízkého (69 % oproti 76 %). S tím také souvisí to, že častěji nechtějí riskovat návštěvu akce bez předchozího doporučení (28 % oproti 34 %).

Za levnější považují lidé z okresu Rychnova nad Kněžnou častěji dětská a rodinná představení (8 % oproti 4 %). Ostatní akce a zařízení hodnotí podobně jako populace kraje.

Častěji jim brání v navštěvování kulturních akcí nedostatek volného času (69 % oproti 61 %). Méně často jim brání jazyková bariéra (25 % oproti 33 %) a obavy z kvality či obsahu akcí (41 % oproti 50 %).

Mají nejčastější zkušenost s veřejným účinkováním na kulturních akcích (28 % oproti 24 %) a zkušenost s organizací kulturních akcí (38 % oproti 32 %).

9.5 Okres Trutnov

V okrese Trutnov je nižší podíl vysokoškolsky vzdělaných (10 % oproti 18 %). Je zde vyšší zájem o nový cirkus (17 % oproti 12 %) a alternativní kulturu (25 % oproti 18 %). V hudbě mají častěji v oblíbenosti lidovou hudbu a dechovku (23 % oproti 18 %) a elektronickou hudbu (23 % oproti 19 %). Z filmů mají častěji v oblíbenosti pohádky a dětské filmy (50 % oproti 44 %). Oblíbenost výtvarných forem se v trutnovském okrese od populace kraje neliší.

Návštěvnost kulturních akcí a zařízení alespoň jednou za rok je u obyvatel okresu Trutnov vyšší u nového cirkusu. Nižší je naopak u plesů, bálů, tanečních večerů, gala akcí a knihoven. Jinak se v návštěvnosti od populace kraje neliší.

Obdobně se od populace kraje neliší také v motivacích navštěvovat kulturní akce. Ale častěji se cítí na kulturních akcích nejistí (25 % oproti 20 %). Častěji

také vyhledávají experimentální počiny a snaží se vyhýbat mainstreamu (37 % oproti 31 %). V okrese je také častější zvýšený zájem o ekologické produkty a akce propagující udržitelné hodnoty (27 % oproti 22 %).

Častěji hodnotí cenovou dostupnost jako odpovídající, a to u většiny typu akcí. Méně často jako drahé hodnotí vstupenky do kina (39 % oproti 49 %). Z bariér jim brání méně často nedostatek volného času (56 % oproti 61 %), obtížné sladění s prací a rodinou (51 % oproti 57 %). Častěji jim brání zahlcení a nepřehlednost informací o kulturních akcích (47 % oproti 42 %) a nedostupnost pro osoby se specifickými potřebami (28 % oproti 23 %). Častěji si také myslí, že je financování kultury v kraji a v ČR nedostatečné.

9.6 Výběr největších odlišností jednotlivých obcí s rozšířenou působností v kulturních preferencích, návštěvnosti, motivacích a bariérách

Níže jsou zmíněny některé zajímavé substantivní odlišnosti jednotlivých obcí s rozšířenou působností, které jsou zároveň statisticky signifikantní alespoň na hladině 95 % (nejde o výčet všech těchto rozdílů). Kvůli nízkému počtu dotazníků (menším než 50 respondentů) nejsou komentovány některá ORP, a to konkrétně Broumov, Hořice, Kostelec nad Orlicí, Nová Paka, Nový Bydžov, protože závěry o nich by nebyly statisticky průkazné.

Zájem o oblasti kultury je napříč ORP celkem podobný. V Novém Městě nad Metují je nižší zájem o nový cirkus, naopak vyšší je v Trutnově. V Jičíně je nižší zájem o výtvarné umění. O literaturu se více zajímají v Hradci Králové. Alternativní kultura je méně populární v Jičíně.

Klasickou hudbu mají nejvíce v oblibě v Hradci Králové. Jazz je nejvíce v oblibě v Novém Městě nad Metují. Dvůr Králové nad Labem má v oblibě častěji oldies, metal, punk a reggae a elektronickou hudbu. Rocku dávají přednost častěji v Dobrušce, Jičíně a Vrchlabí, ale méně populární je v Hradci

Králové a Rychnově nad Kněžnou. V Náchodě je častěji v oblibě rap a hip-hop. V Trutnově mají v oblibě častěji lidovou hudbu a méně často pop.

Z filmů mají v oblibě drama častěji ve Dvoře Králové nad Labem, méně často v Jaroměři. Krimi mají v oblibě častěji v Novém Městě nad Metují, méně často v Rychnově nad Kněžnou. V Rychnově nad Kněžnou mají méně v oblibě také životopisné filmy, fantasy a sci-fi. Fantasy a sci-fi je populárnější naopak ve Dvoře Králové nad Labem a Jičíně. Dokumentární a vzdělávací filmy jsou populárnější v Dobrušce, méně často v Jičíně. Pohádkám holdují častěji v Náchodě a Vrchlabí, méně často v Jičíně. V Náchodě a Dvoře Králové mají častěji v oblibě animované filmy.

Z výtvarných forem častěji holdují lidé z Vrchlabí malbě, fotografii, novým médiím a umění ve veřejném prostoru. V Náchodě je populárnější malba a architektura. Sochařství je častěji v oblibě ve Dvoře Králové, design v Novém Městě nad Metují. Nová média jsou kromě Vrchlabí v oblibě častěji v Dobrušce a Jaroměři, méně často v Hradci Králové.

Co se motivací chodit za kulturou týče, liší se některé ORP v získávání vstupenky jako dar. Častěji motivuje k návštěvě získání vstupenky obyvatele z Nového Města nad Metují a Jaroměře, méně často obyvatele Náchodu a Dobrušky. Častěji motivuje k návštěvě získání vstupenky v rámci firemních benefitů obyvatelé z Nového Města nad Metují, méně často obyvatele z Dobrušky. Z dalších rozdílů v motivacích chodí lidé z Rychnova nad Kněžnou méně často na akce pouze jako doprovod. V Hradci Králové dají častěji na dobrou zkušenost z předchozí návštěvy. V Trutnově chtějí méně často zkusit něco nového. V Dobrušce méně často lidi motivuje cenově výhodná nabídka. Lidé v Trutnově jsou méně často ti, kteří rozhodují, jaké akce se účastní. Ve Dvoře Králové nad Labem zase nechtějí častěji riskovat návštěvu bez předchozího doporučení. Experimentální počiny vyhledávají častěji v Trutnově, méně často v Jičíně a Rychnově nad Kněžnou.

V návštěvnosti alespoň jednou za rok je rozdíl například u činoherního divadla, kde nejméně často chodí lidé z Dobrušky a Jičína a nejvíce často lidé z Hradce Králové a Vrchlabí. V Trutnově je vyšší návštěvnost nového cirkusu, čemuž nasvědčuje i výše zmíněný vyšší zájem o tuto kulturní oblast. Koncerty klasické hudby jsou populární zejména v Hradci Králové a v Novém Městě nad Metují. Méně často pak v Jičíně a Náchodě. Muzeím nejvíce holdují obyvatelé z Hradce Králové a Vrchlabí, nejméně z Jičína. V Trutnově a Jičíně je menší návštěvnost galerií či výstav výtvarného umění, historických památek a knihoven. Historické památky navštěvuje prakticky každý obyvatel Vrchlabí. Knihovny výrazně častěji navštěvují lidé z Dobrušky a Hradce Králové. Kina jsou nejnavštěvovanější v Hradci Králové, nejméně v Jičíně. Zajímavostí ale je, že kina jsou častěji hodnoceny v Hradci Králové jako drahá, což je dáno pravděpodobně přítomností multiplexů. Plesy, bály, taneční večery a gala akce jsou výrazně častěji navštěvovanější v Novém Městě nad Metují, méně často v Trutnově.

I ve vnímaných bariérách jsou rozdíly minimální. V Trutnově méně často brání v návštěvě kultury nedostatek volného času, obtížné sladění s prací a rodinou a častěji jim brání nedostupnost pro osoby se specifickými potřebami. Nedostatek peněz častěji brání lidem z Dobrušky a Náchodu. Špatná dopravní dostupnost brání častěji obyvatelům Náchodu a méně často lidem z Hradce Králové. Nevyhovující nabídka akcí trápí nejvíce lidi v Jičíně. Nedostatek informací o kultuře pociťují častěji lidé z Nového Města nad Metují. Jičíně brání nejméně často obavy z kvality či obsahu akcí.

10 Vliv místa bydliště – rozdílnost vzdálenosti od okresního města a velikosti bydliště

Jak místo bydliště, tak vzdálenost od okresního města nehraje ve většině oblastí tohoto výzkumu výraznou roli. Největší rozdíly jsou v oblasti bariér. Lidé ve vzdálenosti nad 20 km častěji uvádějí, že jim velmi často brání plánovat nebo navštívit kulturní akci nedostatek peněz (36 % oproti 23 % z celku). Také častěji uvádějí, že jim špatná dopravní dostupnost místa konání nebrání navštívit kulturní akci (64 %), zatímco více lidem přímo z okresních měst to nebrání více než polovině (47 %). Lidé z bydlišť ve větších vzdálenostech od okresních měst uvádějí častěji také únavu a zahlcení a nepřehlednost informací o kulturních akcích.

Dále je pak patrný rozdíl, že lidé přímo z okresních měst méně často nesouhlasí s tím, že by byly výdaje do kultury dostačující v jejich místě bydliště a okrese, ve kterém bydlí. Dávají, ale častěji odpověď „nevím“. Je ale možné, že to souvisí s tím, že lidé z větších měst jsou méně často přímo angažováni v organizaci kulturních akcí a nevidí proto tolik do samotného financování. Zajímavým rozdílem ve velikosti místa bydliště totiž je, že sami se podílí na organizaci akce častěji lidé z nejmenších obcí, nejméně z těch největších, tedy nad 20 tisíc obyvatel.

Ačkoliv nelze mluvit o ordinálním vztahu většiny kulturního chování nebo oblíbenosti různých oblastí kultury s velikostí místa bydliště, nebo vzdáleností od okresního města, uvádíme níže některé zajímavé odlišnosti v oblasti kulturních preferencí, návštěvnosti, motivací a bariér, které jsou signifikantní alespoň na 95 % hladině významnosti a zároveň jde o substantivní rozdíly.

Například lidé bydlící ve vzdálenosti 20 a více km od okresního města mají častěji v oblíbenou lidovou hudbu. Méně často navštěvují experimentální a alternativní divadlo, nový cirkus, a akce pořádané uměleckými školami, častěji

navštěvují akce amatérských umělců. Myslí si častěji, že financování kultury je v jejich obci nedostatečné.

Lidé bydlící ve vzdálenosti 16-20 km od okresního města se častěji zajímají o hudbu, mají častěji v oblíbě oldies a rock. Častěji je motivuje k návštěvě rozšíření obzorů, seberozvoj, vzdělávání a získání nových informací a dobrá zkušenost z předchozí návštěvy. Častěji navštěvují koncerty populární a rockové hudby a historické památky.

Lidé bydlící ve vzdálenosti 10-15 km od okresního města se méně zajímají o všechny oblasti kultury (s výjimkou nového cirkusu, u kterého je zájem stejný jako u zbytku kraje). Častěji je motivuje k návštěvě kulturních akcí podpora daného kulturního zařízení či konkrétního umělce. Méně často navštěvují klasická baletní a taneční představení, muzikály a kabarety, muzea, galerie či výstavy výtvarného umění, literární kavárny, kina a multikina přenosy představení v kině, častěji navštěvují nový cirkus a komunitní akce.

Lidé bydlící ve vzdálenosti do 10 km od okresního města mají méně rádi folk a rock, z filmů mají méně rádi životopisné a dokumentární. Pro návštěvu kulturních akcí je méně často motivuje rozšíření obzorů, seberozvoj, vzdělávání a získání nových informací a doporučení od někoho blízkého. Navštěvují častěji klasická baletní a taneční představení, méně často pak koncerty populární hudby, muzea, historické památky, knihovny, akce amatérských umělců a popularizační a vzdělávací akce.

Lidé bydlící přímo v okresních městech se častěji zajímají o nový cirkus, literaturu a výtvarné umění (nicméně v preferencích výtvarných forem se neliší). Z hudby mají častěji rádi klasickou hudbu, z filmů drama. K návštěvě kulturních akcí je častěji motivuje hluboký duševní prožitek. Navštěvují častěji muzea, galerie či výstavy výtvarného umění, literární kavárny, přenosy představení v kině a méně často plesy, bály apod.

Lidé z obcí do 999 obyvatel se zajímají méně často tanec. Z hudby mají méně často v oblibě folk a oldies, nicméně mají v oblibě častěji lidovou hudbu. K návštěvě hudebních akcí je motivuje méně často rozšíření obzorů, seberozvoj, vzdělávání a získání nových informací, doporučení od někoho blízkého, touha vidět naživo konkrétního umělce. Méně často navštěvují klasická baletní a taneční představení, divadlo pro děti, muzea, galerie, hudební kluby a diskotéky, koncerty populární hudby a koncerty alternativní hudby a jiné kulturní akce. Méně často hodnotí jako dostačující nabídku většiny akcí.

Lidé z obcí od 1 000 do 4 999 obyvatel mají stejné kulturní preference jako zbytek populace kraje. Méně často je k návštěvě akcí motivuje zábava a odreagování, a častěji touha vidět naživo konkrétního umělce. Častěji se na kulturních akcích cítí obecně více nejistí. Častěji navštěvují klasická baletní a taneční představení, méně často koncerty rockové hudby.

Lidé z obcí od 5 000 do 19 999 obyvatel se zajímají častěji o tanec. Z filmů preferují častěji animované a z výtvarných forem (které mají obecně v oblibě více) mají v oblibě častěji nová média. K návštěvě kulturních akcí je motivuje častěji doporučení od někoho blízkého. Častěji navštěvují stand-upy, talk-show a rozhovory, moderní tanec, akce amatérských umělců, koncerty populární, rockové i alternativní hudby, stejně jako hudební festivaly a hudební kluby. Méně často navštěvují muzea, galerie a literární kavárny. Častěji jim brání v návštěvě kulturních akcí špatná dopravní dostupnost.

Lidé z obcí od 20 000 do 99 999 obyvatel se častěji zajímají o výtvarné umění a literaturu. Mají v oblibě častěji klasickou hudbu, z filmů drama a z výtvarných forem architekturu. V motivacích navštěvovat kulturní akce se vůbec neliší od populace kraje. Navštěvují častěji koncerty klasické hudby, muzea a knihovny, méně často navštěvují stand-upy, talk-show a rozhovory, plesy, bály, taneční večery a gala akce. Častěji hodnotí kulturní nabídky jako

dostačující. Méně jim brání navštěvovat kulturní akce špatná dopravní dostupnost.

Realizátor výzkumu



KONTAKTNÍ OSOBA

Jan Burianec
Client Service Manager



+420 776 179 823



burianec@stemmark.cz