

ZÁVĚR

V této publikaci byly jednotlivě rozebrány oblasti kulturního průmyslu – knihy a tisk, film, hudba, rádio, televize a videohry – a to zejména z hlediska výkonnostních ukazatelů a pohledu spotřebitele. Údaje vycházejí především z šetření ČSÚ a doplňujících dat profesních organizací. Probíhající změny v audiovizuálním a mediálním sektoru jsou determinované také technologickým vývojem a rozvojem internetových služeb, a proto byl této problematice věnován odpovídající prostor. Prezentované údaje vycházejí ve velké míře z výběrových šetření a doplňujících studií, a tak je potřeba závěry plynoucí z této studie brát především jako orientační přehled trendů posledních let.

Pro velkou část analýzy ekonomických ukazatelů byla použita, vzhledem k jejich dostupnosti v době psaní textu, data za referenční rok 2018. Subjekty v jednotlivých oblastech audiovizuálního a mediálního sektoru financovaly své činnosti zejména z vlastních podnikatelských aktivit (s výjimkou filmové produkce a veřejnoprávních médií) a nebyly ve velké míře odkázané na veřejné finance. Na celkových příjmech v kulturních průmyslech se v roce 2018 nejvíce podílela oblast knih a tisku, kde však příjmy subjektů dlouhodobě stagnují. V rámci meziročního srovnání vývoje příjmů vzrostly celkové příjmy subjektů ve všech oblastech kulturních průmyslů mimo rozhlas, který zaznamenal mírné zhoršení hospodářských výsledků. Nejprogresivněji se vyvíjela oblast videoher, kde celkové příjmy stouply oproti předchozímu roku dvojnásobně. Mezi lety 2017 a 2018 se ekonomicky dařilo také společně v oblasti hudebního průmyslu, který stále těží z rostoucího zájmu o streamingové služby a filmovému průmyslu, jemuž pomáhá úspěšné využívání filmových pobídek pro zahraniční produkce. Stabilní výsledky v posledních letech dosahuje oblast televize, kde se velkým společně dlouhodobě daří udržovat vysokou sledovanost a s tím spojený zájem inzerentů.

Spotřebitelé zboží a služeb v audiovizuálním a mediálním sektoru se pak lišili zejména v míře využití internetu a nových technologií v rámci jednotlivých oblastí. Zatímco četba online zpráv byla rozšířena i u starší populace, hraní videoher online bylo doménou zejména mladých lidí. Při využití digitálních hudebních služeb v roce 2019 jednoznačně dominoval *streaming* (přehrávání skladeb v rámci hudebního katalogu) nad zpoplatněným stažením digitálních souborů. Sledování filmů a videa přes internet bylo rozšířené u velké části populace, jen malé procento uživatelů online služeb však využívalo placených služeb. Čtení placených periodik a knih v digitální formě nebylo v minulých letech také příliš rozšířené. Rozdílné návyky bylo možné sledovat také v mužské a ženské populaci v souvislosti s četbou knih – mezi ženami najdeme daleko více čtenářek než v mužské populaci. Posluchači rozhlasových stanic pak preferují, soudě podle programové struktury, u současné hudby spíše zahraniční tvorbu, zatímco u hudby minulých dekád mírně převažoval poměr českých interpretů nad zahraničními. Kinosály pak alespoň jednou za rok navštíví polovina populace a největší podíl návštěvníků kinosálů se nachází mezi mladými lidmi.

Trendy ve spotřebitelském chování stejně jako ekonomické výkony subjektů se však mění v rámci právě probíhající koronavirové pandemie. Vládní omezení volného pohybu osob dopadla zejména na provozovatele maloobchodu s kulturním zbožím, provozovatele zařízení, producenty, pořadatele akcí a také autory a nakladatele. Naopak někteří poskytovatelé vysílání a digitálních služeb mohli těžit ze zvýšeného zájmu o média v souvislosti s větším množstvím volného času napříč věkovými skupinami obyvatel.