

ZÁVĚR

V této publikaci byly jednotlivě rozebrány oblasti kulturního průmyslu – knihy a tisk, film, hudba, rozhlas, 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. Ekonomické výkony podniků byly v roce 2020 také silně ovlivněny důsledky pandemie COVID-19, která zasáhla každou oblast kulturních průmyslů v jiné míře. Prezentované údaje vycházejí 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 2019. 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 2019 nejvíce podílela oblast knih a tisku, kde však příjmy subjektů dlouhodobě stagnují. V rámci meziročního srovnání vzrostly celkové příjmy subjektů ve všech ostatních oblastech kulturních průmyslů mimo rozhlas, který dosáhl v porovnání s předchozím rokem přibližně stejných ekonomických výsledků. Nejprogresivněji se vyvíjela oblast filmu a videa, kde celkové příjmy stouply oproti předchozímu roku o více než desetinu. Mezi lety 2018 a 2019 se ekonomicky dařilo také společně v oblasti hudebního průmyslu, který stále těží z rostoucího zájmu o streamingové služby a oblasti videoher, kde se daří úspěšně exportovat české hry na zahraniční trh. Stabilní výsledky v posledních letech vykazuje oblast televize, která stále platí za jedno z nejvýznamnějších médií pro umístění reklamy.

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 2020 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 každý devátý však za tyto služby platil. Čtení placených periodik a knih v digitální formě nebylo v minulých letech taktéž příliš rozšířené. Rozdílné návyky bylo možné sledovat v mužské a ženské populaci v souvislosti s četbou knih – mezi ženami najdeme daleko více čtenářek než v mužské populaci. Posluchači rozhlasových stanic preferují, soudě podle programové struktury, u současné hudby spíše zahraniční tvorbu, zatímco u hudby minulých dekád mnohdy převažuje poměr českých interpretů nad zahraničními. Kinosály pak v předcovidovém období alespoň jednou za rok navštívila přibližně polovina populace a největší podíl návštěvníků kinosálů se nacházel 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.

