

### 3. SPECIFIKA KULTURNÍCH PRŮMYSLŮ

Tato publikace přináší statistickou analýzu kulturních průmyslů. Obsáhlejší studii, nabízející vedle podrobného teoretického vymezení kulturních průmyslů také silné a slabé stránky jednotlivých oblastí a návrhy na zlepšení stávající situace, vydal v roce 2015 Institut umění – Divadelní ústav. Publikace nese název [Mapování kulturních a kreativních průmyslů](#) a je volně ke stažení. Teoretickým aspektům kulturních průmyslů se věnuje také celá řada zahraničních studií a publikací. Přehledný materiál o zákonitostech kulturních průmyslů nabízí např. Ruth Towse v publikaci *A Textbook of Cultural Economics* vydané v aktuální edici v roce 2019.

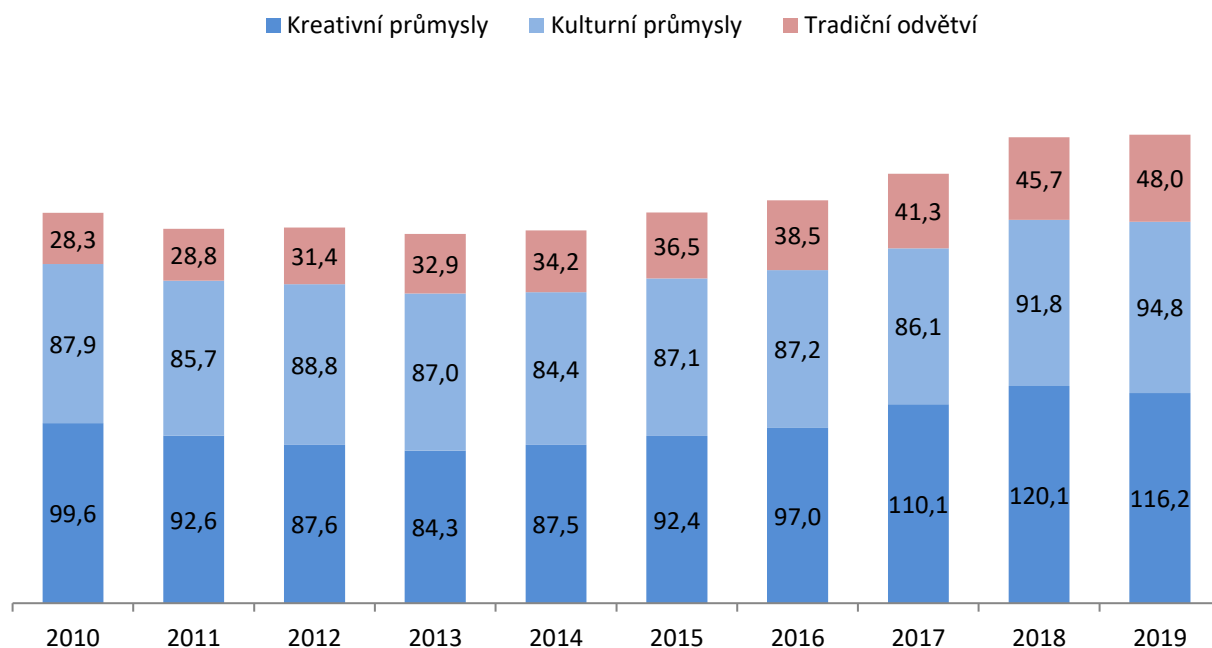
Důležitým tématem spojeným s oblastí kulturních průmyslů je problematika autorského práva a jeho správné aplikace. Teorie ekonomiky kultury vnímá specifický vztah mezi umělci (tvůrci) a komerčními subjekty, kteří umělecké dílo distribuují na trh. I přesto, že tyto komerční subjekty nevytvářejí žádný kreativní obsah, jsou v mnoha případech právě nositeli autorských práv na umělecká díla a bez jejich přispění nejsou samotní umělci často schopni na trhu obstát (Towse, 2010). Pro kulturní zboží je také charakteristický velmi nejistý úspěch na trhu. Ten záleží na názoru kritiky, aktuálním naladění publika, a dalších faktorech a proto se dá předpovědět obtížněji než u více homogenních produktů a komodit (Caves, 2000). Každá oblast má však vedle těchto obecných rysů vlastní specifickou charakteristiku, která bude nastíněna v úvodu každé kapitoly.

#### 3.1. EKONOMICKÉ ASPEKTY KULTURNÍCH PRŮMYSLŮ

Ekonomické aspekty kulturních průmyslů je potřeba vnímat v kontextu celého kulturního odvětví. Oblasti spadající do kulturních a kreativních průmyslů jsou charakteristické vysokým podílem samofinancování podniků. Naproti tomu oblasti spadající do tradičního odvětví produkují statky, které bez podpory z veřejných zdrojů nejsou často schopny obstát na trhu, mají nicméně pro společnost také jinou než finanční hodnotu. V oblasti kulturních průmyslů zůstává finanční rozdělení zdrojů dlouhodobě takřka neměnné, kdy více než 90 % všech zdrojů pochází ze soukromého sektoru (zejména z prostředků domácností či soukromých podniků). V roce 2019 pak 95 % zdrojů pocházelo ze soukromého sektoru a pouze 5 % tvořily domácí dotace či podpora ze zahraničí.

Příjmy právnických a fyzických osob dle trojsektorového členění kultury mezi lety 2010 a 2019 jsou zobrazeny v Grafu 1. Údaje pro tento i následující graf pocházejí ze Satelitního účtu kultury, který poskytuje ucelený statistický přehled o jednotlivých oblastech kultury a umožňuje jejich vzájemné srovnání na základě využití nejvíce relevantních zdrojů pro každou oblast. Např. pro statistiku tradičních odvětví, na rozdíl od oblasti kulturních průmyslů, je vhodné namísto Podnikové strukturální statistiky, jež není schopna v plné míře zachytit malé subjekty a neziskové instituce, využít spíše výkazy Národního informačního a poradenského střediska pro kulturu, příp. další doplňková šetření.

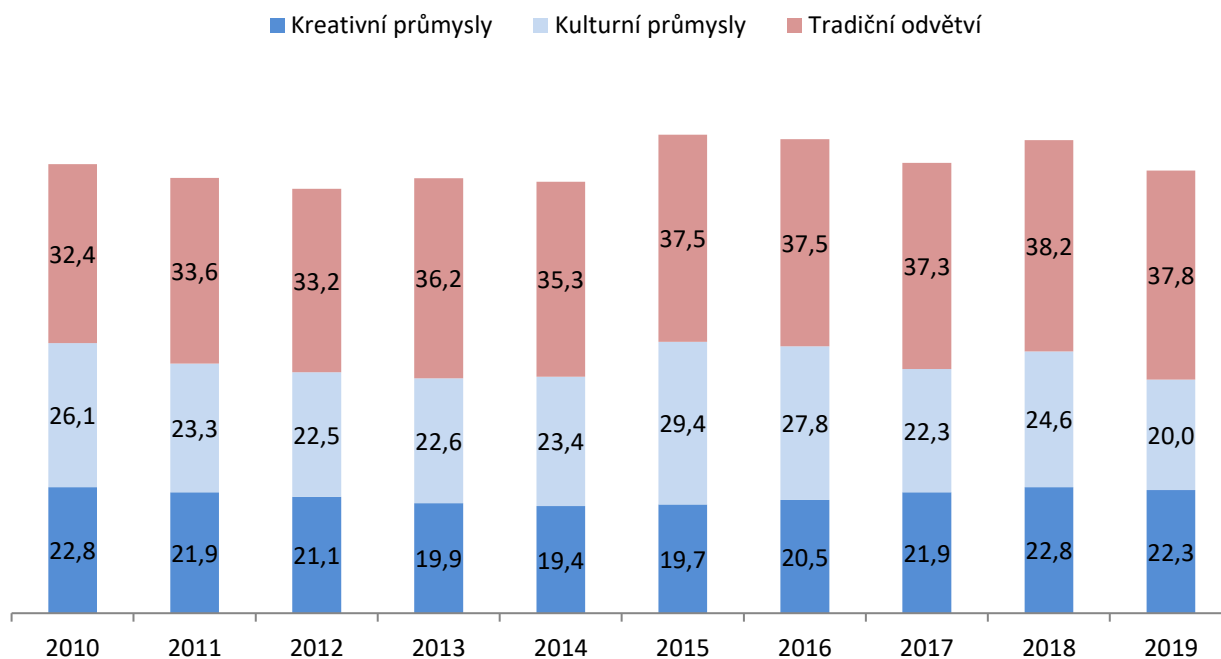


**Graf 1 Příjmy fyzických a právnických osob podle trojsektorového členění kultury (v mld. Kč)**

Zdroj: Satelitní účet kultury, ČSÚ, NIPOS

Jak je patrné z Grafu 1, kreativní průmysly zahrnující reklamu, design a architekturu generovaly v roce 2019 příjmy ve výši 116,2 mld. Kč a předčily tak kulturní průmysly o 21,4 mld. Kč. Zatímco ještě v roce 2014 byly výkony těchto dvou oblastí na podobné úrovni, v posledních letech se ekonomicky daří více podnikům v kreativních průmyslech. Příjmy organizací v tradičním odvětví se v průběhu sledovaných let soustavně zvyšovaly a v roce 2019 dosáhly necelých 48 mld. Kč. V porovnání s kulturními a kreativními průmysly generovala tradiční odvětví daleko menší příjmy, což však odpovídá charakteru tohoto sektoru, který je financovaný z velké části z veřejných zdrojů.

I přesto, že subjekty v tradičním odvětví neregenerovaly v období mezi lety 2010 a 2019 tak vysoké příjmy, zaměstnávaly dle dostupných statistik v porovnání s kulturními a kreativními průmysly nejvíce osob. Mezi lety 2010 a 2019 došlo k nárůstu počtu zaměstnanců v tradičních odvětvích přibližně o 5,4 tis. a v roce 2019 pracovalo v těchto odvětvích necelých 38 tis. zaměstnanců. Počet zaměstnanců v kreativních průmyslech se v roce 2019 pohyboval okolo 22,3 tis. osob, což je o 0,5 tis. zaměstnanců méně než v předchozím roce. Zaměstnanost v kulturních průmyslech se v roce 2019 v porovnání s předchozím rokem propadla o 4,6 tis. na necelých 20 tis. zaměstnanců. Údaje o zaměstnanosti však reflektují pouze zaměstnance subjektů s převažující kulturní činností dle klasifikace NACE, nezaměřují se však na povolání kulturního charakteru v „ne-kulturních“ podnicích (například designér v automobilce).

**Graf 2 Počet zaměstnanců v kultuře (v tis. osob, přepočtený na plné pracovní úvazky)**

Zdroj: Satelitní účet kultury, ČSÚ, NIPOS

Na statistiku zaměstnanosti v kultuře lze nahlížet také komplexnějším způsobem. Výběrové šetření pracovních sil požaduje od respondentů nejen vymezení konkrétní oblasti, ve které pracují (zařazenou dle klasifikace ekonomických činností CZ-NACE), ale sleduje také, jaký typ zaměstnání vykonávají (zařazení dle klasifikace zaměstnání CZ-ISCO). Je tak možné rozlišit, která zaměstnání v kulturních organizacích se opravdu týkají kulturních aktivit a která jsou naopak spíše jiného charakteru (např. účetnictví, úklid či ostraha). Dále je také možné získat údaje o kulturních zaměstnáních v „ne-kulturních“ organizacích. K získání údajů o kulturních zaměstnáních je však potřeba využít velmi podrobné statistické členění, u kterého se zvyšuje pravděpodobnost statistické chyby.

Údaje z Tabulky 3 tak poslouží pouze pro odhad celkové zaměstnanosti v kultuře zahrnující jak zaměstnance, tak pracovníky na dohody a podnikatele. Tyto údaje, na rozdíl od údajů z Grafu 2, nejsou limitovány formou úvazku. Organizace v kulturních průmyslech podle výchozího vymezení v Kapitole 1 zajišťují zejména výrobní, distribuční a obchodní ekonomické činnosti spojené s kulturními statky. Samotné umělecké činnosti spadají obvykle do tradičních odvětví a tam také najdeme i velkou část uměleckých povolání – například hudebníky či herce mnohdy nenajdeme ve statisticky vymezené oblasti hudby, respektive filmu a videa, ale objevují se spíše v oblasti scénického umění v rámci tradičních odvětví.

Celková zaměstnanost v kultuře, zohledníme-li kulturní činnosti CZ-NACE a zaměstnání CZ-ISCO vymezené projektem ESS-net culture, se v roce 2020 mohla pohybovat okolo 225,9 tis. zaměstnaných osob, respektive 4 % celkové zaměstnanosti. V kulturních průmyslech pak podle údajů VŠPS zaměstnanost dosahovala zhruba 48,3 tis. zaměstnaných osob, přičemž zdaleka nejvíce z nich (65,6 %) pracovalo v oblasti knih a tisku.

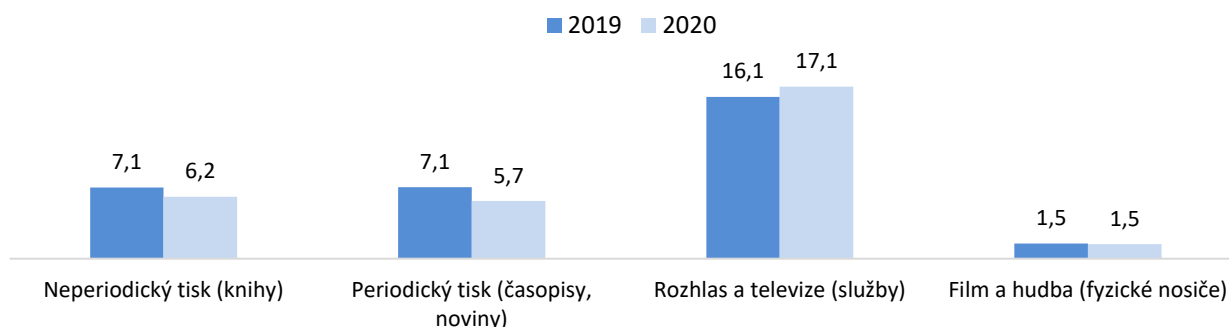
**Tabulka 1 Odhad počtu zaměstnaných osob v kultuře v roce 2020 v tis. osob**

	POVOLÁNÍ KULTURNÍHO CHARAKTERU	POVOLÁNÍ NEKULTURNÍHO CHARAKTERU	CELKEM
KULTURNÍ ORGANIZACE	101,8	81,7	183,5
<b>Tradiční odvětví</b>	<b>47,2</b>	<b>26,5</b>	<b>73,8</b>
<b>Kulturní průmysly</b>	<b>31,3</b>	<b>16,9</b>	<b>48,3</b>
z toho přibližné podíly oblastí:			
Film a video	14,5 %	16,3 %	15,2 %
Hudba	1,9 %	0,4 %	1,4 %
Rozhlas	10,8 %	2,4 %	7,8 %
Televize	10,8 %	5,0 %	8,7 %
Knihy a tisk	62,0 %	72,3 %	65,6 %
Videohry	<1,0 %	3,6 %	1,3 %
<b>Kreativní průmysly</b>	<b>23,2</b>	<b>38,2</b>	<b>61,4</b>
ORGANIZACE S JINÝM NEŽ KULTURNÍM ZAMĚŘENÍM	42,5	X	42,5
<b>KULTURA CELKEM</b>	<b>144,3</b>	<b>81,7</b>	<b>225,9</b>

Zdroj: Výběrové šetření pracovních sil, ČSÚ

### 3.2. SPOTŘEBITELSKÉ CHOVÁNÍ

Specifika chování spotřebitelů lze zachytit z několika pohledů. Národní účty ČSÚ přináší, mimo jiné, údaje o tom, kolik spotřebitelé ročně vydají za určité zboží a služby. V rámci použité klasifikace CZ-COICOP je možné vyčlenit jen několik druhů zboží a služeb, které by svou povahou spadaly do odvětví kulturních průmyslů. Přehled výdajů spotřebitelů na vybrané produkty zachycuje Graf 3. V rámci sledovaných kategorií vydaly domácnosti v roce 2020 nejvíce prostředků na služby rozhlasu a televize, nejméně pak za fyzické hudební či filmové nosiče. Údaje o výdajích za rozhlas a televizi jsou očištěny o koncesionářské poplatky (spadají sem zejména poplatky za služby zprostředkovatelům soukromého televizního vysílání a poplatky za audiovizuální služby typu Netflix či HBO GO). V roce 2020 se oproti předchozímu roku navýšily o 1 mld. Kč. V porovnání s rokem 2019 utratili lidé méně za knihy a periodický tisk, což může být dané jejich nedostupností v některých měsících během pandemie. Výdaje za fyzické filmové či hudební nosiče zůstaly ve srovnání s předchozím rokem na stejné úrovni.

**Graf 3 Výdaje domácností na zboží a služby kulturního charakteru v letech 2019 a 2020 (v mld. Kč)**

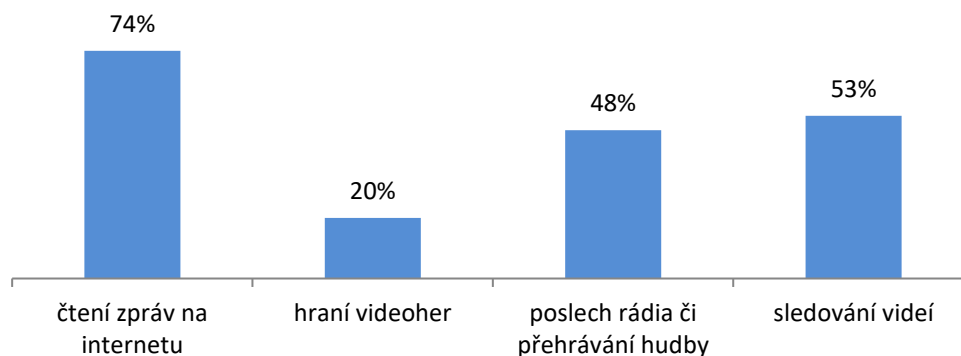
Zdroj: Národní účty, ČSÚ

Dalším zkoumaným ukazatelem zachycujícím spotřebitelské chování je participace na kulturních aktivitách. Vzhledem ke změnám spotřebitelského chování, které proběhly ve všech sledovaných oblastech v posledních dekáдах a které byly jednoznačně ovlivněné digitalizací a masovým rozšířením internetu, bude tato analýza v rámci kulturní participace sledovat zejména využití internetu pro kulturní aktivity. Jako hlavní zdroj dat zachycující měnící se spotřebitelské návyky je použito šetření ČSÚ s názvem Využívání informačních a komunikačních technologií v domácnostech a mezi jednotlivci (VŠIT). Výstupy z tohoto šetření jsou pořizovány dle ucelené mezinárodní metodiky a umožňují mezinárodní srovnání stejně jako vytvoření delší časové řady. Šetření VŠIT není primárně zaměřené na zachycení spotřebitelských trendů probíhajících v audiovizuálním a mediálním sektoru, přesto poskytuje zajímavou reflexi změn spotřebitelského chování ve vybraných oblastech. Údaje z tohoto šetření vypovídají o aktivitách jednotlivců starších 16 let v posledních třech měsících předcházejících datu šetření. Závěry z šetření VŠIT pak budou doplněny o poznatky z výzkumů zaměřujících se přímo na audiovizuální a mediální sektor prováděných zavedenými soukromými a výzkumnými organizacemi.

Jak je patrné z Grafu 4, v roce 2020 se v rámci sledovaných aktivit největší část populace věnovala čtení zpráv na internetu. Zprávy na internetu přečetly za poslední 3 měsíce takřka tři čtvrtiny osob starších 16 let. Z placených či volně dostupných stránek nabízejících zhlédnutí videa si přehrála nějaká videa více než populace sledované populace. Třetí nejčastější kulturní aktivitou prováděnou na internetu byl poslech rádia či přehrávání hudby – té se v roce 2020 věnovalo přes 48 % osob starších 16 let. Hry přes internet hrála přibližně pětina sledované populace.



**Graf 4 Podíl osob starších 16 let využívajících internet k vybraným kulturním aktivitám v roce 2020**



Zdroj: Výběrové šetření o informačních a komunikačních technologiích, ČSÚ

Z dat o audiovizuálním a mediálním sektoru v ČR za rok 2020 jsou patrné následky pandemie COVID-19, jež kulturní sektor postihla velmi komplexně. Každá oblast čelí specifickým problémům, které budou nastíněny v jednotlivých kapitolách. Celkově se dá hovořit o úbytku příjmů z inzerce v souvislosti se zhoršenou ekonomickou situací v podnicích. Omezení volného pohybu osob a uzavření mnoha podniků spojená s pandemií dopadla zejména na provozovatele kinosálů, knihkupce, filmovou produkci a nepřímo také na hudební vydavatele či autory a jejich příjmy z veřejných produkcí. V celé české populaci se v rámci tzv. „lockdownu“ navýšila doba trávená s různými typy médií a také sledováním, poslechem a četbou zpravodajství. Změny ve spotřebitelském chování spojené s aktuální situací budou rovněž rozebrány v jednotlivých kapitolách.