

KULTURNÍ CHOVÁNÍ OBYVATEL OSTRAVY

Výsledky dotazníkového
šetření

Praha, květen 2025

Obsah

1.1	OBEČNÝ VZTAH KE KULTUŘE.....	14
1.2	AKTIVNÍ ZAPOJENÍ DO KULTURNÍCH AKTIVIT A PODPORA KULTURY	16
1.3	OBLÍBENÉ HUDEBNÍ ŽÁNRY.....	20
1.4	OBLÍBENÉ FILMOVÉ ŽÁNRY	23
1.5	OBLÍBENÉ DRUHY VÝTVARNÉHO UMĚNÍ	27
2.1	MOTIVACE K NÁVŠTĚVĚ KULTURNÍCH AKCÍ A ZAŘÍZENÍ.....	32
2.2	ROZHODOVÁNÍ O ÚČASTI NA KULTURNÍCH AKCÍCH	35
2.3	KONZUMACE KULTURY V DOMÁCÍM PROSTŘEDÍ.....	37
2.4	PRVEK (NE)JISTOTY V KULTURNÍM CHOVÁNÍ.....	40
3.1	VYHLEDÁVÁNÍ INFORMACÍ O KULTURNÍCH UDÁLOSTECH	43
3.2	INFORMAČNÍ PORTÁL OSTRAVAINFO.CZ.....	46
4.1	DIVADLO A TANEC.....	51
4.2	HUDBA.....	53
4.3	KULTURNÍ AKCE	55
4.4	KULTURNÍ ZAŘÍZENÍ.....	57
5.1	ZNALOST PŘÍSPĚVKOVÝCH KULTURNÍCH ORGANIZACÍ V OSTRAVĚ	61
5.2	HODNOCENÍ PROGRAMOVÉ NABÍDKY, ZÁZEMÍ A SLUŽEB.....	64
6.1	ŠÍŘE NABÍDKY.....	67
6.2	CENOVÁ DOSTUPNOST.....	70

7.1 B

Seznam grafů

GRAF 1.1: OBECNÝ ZÁJEM OSTRAVANŮ O KULTURNÍ AKCE VE VYBRANÝCH OBLASTECH	15
GRAF 1.2: AKTIVITY SOUVISEJÍCÍ S UMĚLECKÝM A KULTURNÍM ŽIVOTEM PROVOZOVANÉ SAMOTNÝMI OBYVATELI OSTRAVY	17
GRAF 1.3: SROVNÁNÍ MÍRY ZAPOJENÍ DO AKTIVIT SOUVISEJÍCÍCH S UMĚLECKÝM A KULTURNÍM ŽIVOTEM MEZI OBYVATELI OSTRAVY A PRAHY	18
GRAF 1.4: AKTIVITY SOUVISEJÍCÍ S UMĚLECKÝM A KULTURNÍM ŽIVOTEM PROVOZOVANÉ SAMOTNÝMI OBYVATELI OSTRAVY V ČLENĚNÍ DLE POHLAVÍ, VĚKU A VZDĚLÁNÍ	19
GRAF 1.5: HUDEBNÍ ŽÁNRY OBLÍBENÉ MEZI OSTRAVANY	21
GRAF 1.6: FILMOVÉ ŽÁNRY OBLÍBENÉ MEZI OBYVATELI OSTRAVY	24
GRAF 1.7: OBLÍBENOST POHÁDEK, DĚTSKÝCH A ANIMOVANÝCH FILMŮ MEZI OBYVATELI OSTRAVY V DOMÁCNOSTECH S DĚTMI A BEZ DĚTÍ.....	26
GRAF 1.8: ŽÁNRY VÝTVARNÉHO UMĚNÍ OBLÍBENÉ MEZI OSTRAVANY.....	28
GRAF 1.9: PREFEROVANÉ SMĚRY VE VÝTVARNÉM UMĚNÍ	30
GRAF 1.10: PREFEROVANÉ SMĚRY VE VÝTVARNÉM UMĚNÍ PODLE SOCIO-DEMOGRAFICKÝCH KATEGORIÍ.....	31
GRAF 2.1: MOTIVACE PRO NÁVŠTĚVU KULTURNÍCH ZAŘÍZENÍ	33
GRAF 3.1: VYHLEDÁVÁNÍ INFORMACÍ O KULTURNÍCH UDÁLOSTECH V OSTRAVĚ	43
GRAF 3.2: TYPY INFORMAČNÍCH ZDROJŮ VYUŽÍVANÝCH OSTRAVANY PRO VYHLEDÁVÁNÍ INFORMACÍ O KULTURNÍCH AKCÍCH	45
GRAF 3.3: ZNALOST A MÍRA VYUŽITÍ INFORMAČNÍHO PORTÁLU OSTRAVAINFO.CZ	46
GRAF 3.4: ZNALOST A MÍRA VYUŽITÍ INFORMAČNÍHO PORTÁLU OSTRAVAINFO.CZ DLE SOCIODEMOGRAFICKÝCH FAKTORŮ ...	47
GRAF 3.5: ÚČAST NA KULTURNÍ AKCI NA ZÁKLADĚ INFORMACÍ ZÍSKANÝCH NA PORTÁLE OSTRAVAINFO.CZ.....	48
GRAF 3.6: ÚČAST NA KULTURNÍ AKCI NA ZÁKLADĚ INFORMACÍ ZÍSKANÝCH NA PORTÁLE OSTRAVAINFO.CZ DLE SOCIODEMOGRAFICKÝCH VLASTNOSTÍ.....	49
GRAF 4.1: CELKOVÁ ČETNOST A INTENZITA NÁVŠTĚV KULTURNÍCH AKCÍ – VEDOUcí POLOŽKY	51
GRAF 4.2: ČETNOST NÁVŠTĚV AKCÍ ZAMĚŘENÝCH NA DIVADLO A TANEC.....	52
GRAF 4.3: ČETNOST NÁVŠTĚV HUDEBNÍCH AKCÍ.....	54
GRAF 4.4: ČETNOST NÁVŠTĚV VYBRANÝCH KULTURNÍCH AKCÍ	56
GRAF 4.5: ČETNOST NÁVŠTĚV VYBRANÝCH KULTURNÍCH ZAŘÍZENÍ	58
GRAF 5.1: ZNALOST A NÁVŠTĚVNOST VYBRANÝCH KULTURNÍCH ORGANIZACÍ V OSTRAVĚ.....	63
GRAF 5.2: SPOKOJENOST S PROGRAMOVOU NABÍDKOU KULTURNÍCH DOMŮ A ZAŘÍZENÍ V OSTRAVĚ	65
GRAF 5.3: SPOKOJENOST SE ZÁZEMÍM A SLUŽBAMI KULTURNÍCH DOMŮ A ZAŘÍZENÍ V OSTRAVĚ.....	66
GRAF 6.1: HODNOCENÍ ŠÍŘE PROGRAMOVÉ NABÍDKY V OBLASTI DIVADLA, TANCE, HUDBY A KINEMATOGRAFIE V OSTRAVĚ .	69

GRAF 6.2: HODNOCENÍ CENOVÉ DOSTUPNOSTI VYBRANÝCH KULTURNÍCH AKCÍ A ZAŘÍZENÍ V OSTRAVĚ	72
GRAF 6.3: HODNOCENÍ CENOVÉ DOSTUPNOSTI VYBRANÝCH KULTURNÍCH AKCÍ A ZAŘÍZENÍ V OSTRAVĚ PODLE PŘÍJMOVÉ SITUACE DOMÁCNOSTÍ	74
GRAF 6.4: MAXIMÁLNÍ ČÁSTKA ZA VSTUPNÉ, KTEROU JSOU OSTRAVANÉ OCHOTNI ZAPLATIT U VYBRANÝCH KULTURNÍCH AKCÍ A ZAŘÍZENÍ V OSTRAVĚ	76
GRAF 6.5: PODÍL OSOB, KTERÉ JSOU OCHOTNÉ ZAPLATIT ZA VSTUPNÉ U VYBRANÝCH KULTURNÍCH AKCÍ A ZAŘÍZENÍ V OSTRAVĚ VÍCE NEŽ 500 KČ, PODLE PŘÍJMOVÉ SITUACE DOMÁCNOSTI	78
GRAF 6.6: PODÍL OSOB, KTERÉ SE DOMNÍVAJÍ, ŽE VSTUPNÉ U VYBRANÝCH KULTURNÍCH AKCÍ A ZAŘÍZENÍ V OSTRAVĚ BY MĚLO BÝT ZDARMA PODLE PŘÍJMOVÉ SITUACE DOMÁCNOSTI	80
GRAF 7.1: BARIÉRY OMEZUJÍCÍ OSTRAVANY PŘI PLÁNOVÁNÍ A NÁVŠTĚVĚ KULTURNÍCH AKCÍ ČI ZAŘÍZENÍ	82
GRAF 7.2: SROVNÁNÍ PODÍLŮ OSOB, KTERÝM BRÁNÍ NEDOSTATEK PENĚŽ V NÁVŠTĚVĚ KULTURNÍCH AKCÍ A ZAŘÍZENÍ, PODLE FINANČNÍ SITUACE DOMÁCNOSTI MEZI PRAHOU A OSTRAVOU	86
GRAF 7.3: SROVNÁNÍ PODÍLŮ OSOB, KTERÝM BRÁNÍ ALESPŮŇ OBČAS ŠPATNÁ DOPRAVNÍ DOSTUPNOST V NÁVŠTĚVĚ KULTURNÍCH AKCÍ A ZAŘÍZENÍ (VLEVO), S PODÍLEM TĚCH, KTERÝM BRÁNÍ PŘÍLIŠNÁ VZDÁLENOST MÍST, KDE SE KULTURNÍ AKCE KONAJÍ (VPRAVO), V HLAVNÍCH OBLASTECH OSTRAVY.....	87
GRAF 7.4: DŮVODY BRÁNÍCÍ OSTRAVANŮM V NÁVŠTĚVĚ KONKRÉTNÍCH KULTURNÍCH AKCÍ A ZAŘÍZENÍ	89
GRAF 7.5: PODÍL OSOB, KTERÝM ALESPŮŇ OBČAS BRÁNÍ OBAVA O OSOBNÍ BEZPEČNOST PŘI POZDNÍM NÁVRATU DOMŮ (VLEVO) A TĚCH, KTERÝM BRÁNÍ ALESPŮŇ OBČAS V NÁVŠTĚVĚ ŠPATNÁ DOPRAVNÍ DOSTUPNOSTI PŘI NOČNÍM NÁVRATU (VPRAVO)	92
GRAF 7.6: POCIT NEJISTOTY TÝKAJÍCÍ SE (NE)ZNALOSTI ZVYKLOSTÍ NA KULTURNÍCH AKCÍCH PODLE SOCIO-DEMOGRAFICKÝCH ZNAKŮ	93
GRAF 8.1: DALŠÍ PŘÁNÍ A PODNĚTY	96
GRAF 9.1: TYPOLOGIE OBYVATEL OSTRAVY A PRAHY PODLE JEJICH KULTURNÍHO CHOVÁNÍ.....	98
GRAF 9.2: SOCIODEMOGRAFICKÉ CHARAKTERISTIKY SEGMENTU KULTURNÍ ENTUZIASTÉ.....	99
GRAF 9.3: SOCIODEMOGRAFICKÉ CHARAKTERISTIKY SEGMENTU TRADIČNÍ SPOTŘEBITELÉ.....	103
GRAF 9.4: SOCIODEMOGRAFICKÉ CHARAKTERISTIKY SEGMENTU KONZUMENTI ZÁBAVNÍHO PRŮMYSLU	107
GRAF 9.5: SOCIODEMOGRAFICKÉ CHARAKTERISTIKY SEGMENTU PŘÍLEŽITOSTNÍ NÁVŠTĚVNÍCI.....	111
GRAF 9.6: SOCIODEMOGRAFICKÉ CHARAKTERISTIKY SEGMENTU KULTURNĚ VYLOUČENÍ.....	114
GRAF 9.7: SOCIODEMOGRAFICKÉ CHARAKTERISTIKY SEGMENTU SAMOTÁŘI.....	118

MANAŽERSKÉ SHRNU TÍ

Film a hudba: nejoblíbenější oblasti umění

- ❖ Ostravané se nejvíce zajímají o film (84 %), následuje hudba (81 %), s odstupem pak divadlo (56 %) a literatura (51 %).
- ❖ Film představuje oblast kultury, která je konzumována nejuniverzálněji. Podobně široká je rovněž obliba hudby, kde zájem částečně podmiňuje věk. K jejich popularitě přispívá zejména intenzivnější zájem mezi lidmi s nižším vzděláním. Další kulturní oblasti jsou častěji doménou žen. Literatura a divadlo lákají zejména Ostravany nad 60 let, společně s výtvarným uměním jsou také častěji zajímavé pro ty s vyšším vzděláním.
- ❖ Nejoblíbenějšími filmovými žánry jsou komedie a kriminální nebo akční filmy. V případě fantasy, sci-fi nebo filmů s mysteriózními prvky je pak zřetelně pozorovatelný jejich průnik do mainstreamu. Totéž platí i pro původně dětské žánry, které nyní vyhledává i výrazný podíl domácností bez dětí.
- ❖ Nejoblíbenějšími hudebními žánry jsou současná zahraniční a česká populární hudba následovaná oldies. Oba tyto styly o něco častěji poslouchají ženy. Lidé přitom často preferují zejména styly, které byly populární v době jejich mládí.
- ❖ Z výtvarného umění Ostravany nejspíše zaujme fotografie nebo malba. Zájem o celou oblast je pak nejvýrazněji podmíněn vyšším dosaženým vzděláním.
- ❖ Sami se do kulturního života aktivněji zapojují zejména mladší Ostravané.

Kultura jako zábava odreagování

- ❖ Ostravané nejčastěji spatřují v kultuře zejména zábavu a odreagování. Významné jsou pro ně rovněž předchozí zkušenosti s danou institucí a možnost strávit čas s blízkými.
- ❖ Do rozhodování o návštěvách kulturních akcí se aktivně cítí zapojeny dvě třetiny obyvatel Ostravy. Lidé přitom v praxi často o návštěvách rozhodují společně.
- ❖ Polovina Ostravanů své kulturní potřeby do značné míry naplňuje skrze domácí produkci. To platí nejčastěji pro mladší věkové skupiny a ty s nižším vzděláním.
- ❖ O netypické nebo experimentální zážitky má zájem asi třetina Ostravanů. Ve srovnání s Prahou jsou tak Ostravané otevřenější k experimentu. Zároveň je však mezi nimi více těch, kteří naopak vyžadují doporučení okolí.

Informace z webových stránek a portálu ostravainfo.cz

- ❖ Informace o kultuře aktivně vyhledávají asi dvě třetiny Ostravanů, nejčastěji k tomu využívají webové stránky konkrétních institucí či náhodné vyhledávání na internetu. Významné jsou též informace od rodiny či známých.
- ❖ Portál města ostravainfo.cz znají více než tři čtvrtiny obyvatel. Necelá šestina jej navštěvuje pravidelně. Čtvrtina Ostravanů pak udává, že v minulém roce na základě informací z tohoto portálu navštívila nějakou kulturní akci.

Historické památky a kina

- ❖ Ostravané nejčastěji navštěvují historické památky, následují kina, muzea a činohra.
- ❖ Knihovny vykazují nejvyšší podíl častých návštěvníků, kteří sem zavítají alespoň jednou měsíčně.
- ❖ Výrazné kulturní události, jako je v případě Ostravy festival Colours of Ostrava, značně formují podobu kulturního života a četnost návštěvnosti daného typu kulturní aktivity.
- ❖ Ve srovnání s Prahou je zajímavá nižší míra návštěvnosti některých nejpobulárnějších kategorií kulturních aktivit, a naopak vyšší šíře zájmu o relativně vysoký podíl méně pobulárních typů kulturního vyžití. Ostravské publikum je patrně mladší a v této návaznosti vyhledává odlišné typy kulturního vyžití.

Známá divadla a vyrovnané hodnocení kulturních domů

- ❖ Z dotazovaných organizací je nejznámější Divadlo Petra Bezruče, o kterém slyšel prakticky každý Ostravan. Nejvíce z nich však zatím navštívilo Národní divadlo moravskoslezské, a to pouze o něco více než polovina z nich. Největší podíl pravidelných návštěvníků má pak Knihovna města Ostravy, kam chodí pravidelně téměř čtvrtina Ostravanů.
- ❖ Povědomí o většině dotazovaných institucí vzrůstá s věkem a dosaženým vzděláním. Vyšší vzdělání také podmiňuje návštěvnost. Většinu institucí častěji navštěvují Ostravanky, ženy.
- ❖ Hodnocení programové nabídky i zázemí a služeb ostravských kulturních domů a zařízení je velice vyrovnané. Více než čtyři pětiny Ostravanů jsou přitom s nabídkou spokojeny.
- ❖ S programem kulturních domů jsou mírně častěji jednoznačně spokojeny ženy, celková míra spokojenosti (rozhodně + spíše spokojen/a) je však mezi muži a ženami srovnatelná. Nejkritičtěji se k programové nabídce naopak staví věková skupina 30-44 let.

Zájem o komunitní akce a vysoké vstupné do kin

- ❖ Jako široká a dostatečná je nejčastěji hodnocena nabídka kin a multikin, kterou takto hodnotí více než čtyři pětiny Ostravanů. Následují knihovny a hudební festivaly pobulární hudby.
- ❖ Ostravané by nejčastěji uvítali širší nabídku lokálních a komunitních akcí. Zájem je také o větší množství mega koncertů, muzikálů, akcí zaměřených na osoby se specifickými potřebami nebo seniory.
- ❖ Kulturní nabídka je vhodně orientována na publikum města. Na rozdíl od Prahy je mezi Ostravany pocit, že je kulturní nabídka v některé z oblastí přehnaná, spíše ojedinělý.

- ❖ Vzhledem k cenové dostupnosti jsou nejhůře hodnocena kina. Téměř dvě třetiny Ostravanů považují vstupné za příliš nebo spíše drahé. Za drahé jsou často považovány rovněž vstupy na koncerty populární hudby nebo do divadel. Za vstupné na koncerty a do divadel jsou však zároveň Ostravané, na rozdíl od kin, ochotni vydat nejvyšší částky. To platí i o koncertech vážné hudby, o opeře či baletu. Naopak historické památky, muzea a hvězdárny jsou nejčastěji hodnoceny jako cenově odpovídající. Pouze akce v knihovnách jsou alespoň šestinou Ostravanů hodnoceny jako spíše levné.

Málo peněz a únava

- ❖ Účasti na kulturních akcích brání nedostatek peněz nebo únava a další osobní překážky, důležitá je i nedostupnost vstupenek či nevyhovující nabídka. Nedostatek peněz přitom častěji dopadá na mladší část publika a na Ostravaný s nižším vzděláním. Únava je naopak nejčastěji problém pro střední věkové skupiny. Starší lidé a vysokoškoláci nejčastěji pociťují nedostatek vstupenek. Mladí do třiceti let jsou pak nejkritičtější k programové nabídce.
- ❖ Rozdíly ve vnímání nedostatku peněz jako bariéry účasti jsou mezi bohatými a středně příjmovými menší než v Praze. Nejchudší Ostravané však finanční bariéru vnímají naopak ještě výrazněji.
- ❖ Při výběru konkrétních akcí Ostravanům nejčastěji vadí příliš velké množství lidí, nebo to, že nemají s kým vyrazit. Časté jsou i obavy o osobní bezpečnost při návratu domů. Jednotlivé bariéry častěji vnímají ženy, senioři a lidé se základním vzděláním.
- ❖ Překážkou účasti může být také vlastní nejistota, kterou udává čtvrtina Ostravanů, případně též neznalost místa konání. Častěji se cítí nejistí muži, míra nejistoty však klesá s vyšším věkem a vzděláním

Mladé a otevřené publikum i více těch, kteří se nezapojují do kulturního života

- ❖ Navržená typologie dělí obyvatele Ostravy do šesti skupin podle toho, jaké typy kulturních akcí navštěvují a jak často takové návštěvy realizují.
- ❖ Přenos typologie vzniklé při studii kulturního chování obyvatel v Praze pak umožňuje porovnat populaci obou měst.
- ❖ V Ostravě oproti Praze najdeme dvakrát tolik kulturních entuziastů (11 % vs. 6 %, ve skupině 18+), tedy těch vůbec nejaktivnějších, častěji mladých diváků, kteří jsou otevření novým uměleckým formám. Naopak tradiční spotřebitelé, zaměřující se na klasické umělecké formy, jsou v Ostravě oproti Praze zastoupeni méně.
- ❖ V Ostravě je ale zároveň více těch (20 % vs. 12 %, ve skupině 18+), kteří o kulturu nejeví zájem a žádných akcí se neúčastní. Segment kulturně vyloučených zůstává v obou městech relativně malý (Ostrava 6 % vs. Praha 5 %, ve skupině 18+).

TYPOLOGIE OSTRAVANŮ PODLE KULTURNÍHO CHOVÁNÍ

KULTURNÍ ENTUZIASTÉ	Kulturní entuziasté (12 % osob) jsou aktivní lidé mladšího věku, kteří navštěvují všechny kulturní akce a milují i nové a experimentální umělecké směry. Kulturní entuziasté jsou dušičtí cestovatelé a kosmopolité, kteří kulturu vnímají jako esenciální součást svého života.
TRADIČNÍ SPOTŘEBITELÉ	Mezi tradiční spotřebitele (6 % osob) patří zejména starší vzdělané ženy. Tradiční spotřebitelé preferují klasické oblasti kultury a nevyhledávají tolik experimentální tvorbu. Milují literaturu, výtvarné umění, vážnou hudbu a balet, navštěvují galerie, muzea a historické památky. V Ostravě žijí celý život, bydlí v centru města. Kultura zaujímá důležité místo v jejich životě.
KONZUMENTI ZÁBAVNÍHO PRŮMYSLU	Konzumenti zábavního průmyslu (21 % osob) jsou mladší, relativně dobře zajištění lidé. Přestože mají relativní dostatek peněz, na kulturu jim nezbyvá tolik, kolik by si představovali. Navštěvují častěji hudební kluby a diskotéky, koncerty či festivaly zaměřené na populární a rockovou hudbu, kina a multikina a stand-upy. Rádi navštěvují multimediální projekty, mají rádi umění ve veřejném prostoru.
PŘÍLEŽITOSTNÍ NÁVŠTĚVNÍCI	Příležitostní návštěvníci (36 % osob) jsou relativně dobře zajištění lidé, kteří žijí mimo centrum města. Kulturní akce navštěvují méně, v četnějších návštěvách je ale nic zásadního neomezuje. Z kulturních akcí a zařízení navštěvují nejčastěji kina, občas koncerty populární hudby a historické památky. Jejich potřeby dobře saturuje domácí kultura – možná i proto, že mají raději přírodu než město.
KULTURNĚ VYLOUČENÍ	Kulturně vyloučení (7 % osob) jsou zejména lidé s nižším dosaženým vzděláním, jejichž domácnost je hůře finančně zajištěna. Kulturně vyloučení žijí mimo centrum města, za kulturu příliš nechodí, mj. i kvůli horší dopravní dostupnosti na místo konání. Jejich potřeby saturuje domácí kultura – otázkou však je, nakolik je to dobrovolná volba s ohledem na omezený rodinný rozpočet. Na kulturních akcích se cítí častěji nejistě.

SAMOTÁŘI

Samotáři (18 % osob) jsou zejména starší lidé, s nižším dosaženým vzděláním, jejichž domácnost je hůře finančně zajištěna. Jsou to konzervativní lidé, kteří tráví čas rádi doma a za kulturou vůbec nechodí. Žijí mimo centrum města, mají raději přírodu.

Úvod

Hlavním cílem šetření bylo získat detailní informace o kulturním životě Ostravanů, motivačních faktorech ovlivňujících jejich rozhodování o (ne)účasti na kulturních akcích nebo o návštěvě kulturních zařízení a dále také o bariérách, se kterými se v oblasti kultury potýkají. Kvantitativní dotazníkové šetření realizované v rámci města přitom umožňuje získání detailního vhledu do chování obyvatel, který se opírá o statisticky spolehlivá data. Může tak poskytnout vhodný nástroj jako podklad pro rozhodování o kulturní politice na úrovni města. Získané poznatky zároveň mohou sloužit jako významný vstup pro řízení městských příspěvkových organizací, stejně jako informace pro jednotlivé kulturní instituce. Získaná data mohou představovat vstup pro oblast plánování, ale i pro zacílení kulturních politik na konkrétní skupiny obyvatel, pro oslovení nových skupin diváků či návštěvníků, pro odstranění bariér pro návštěvy kulturních zařízení či pro volbu vhodných cenových politik.

Realizované šetření formátem blízce navazuje na šetření, které bylo v roce 2023 realizováno v Praze v rámci projektu MAPK2O. Získané poznatky o chování Ostravanů tak přinášejí nejen sondu do kulturního života ve městě, ale rovněž umožňují srovnání se situací jinde, čímž se rozšiřuje kontext, ve kterém je možné získané poznatky číst. Součástí realizovaného šetření je rovněž typologie (segmentace) obyvatel Ostravy, která identifikuje specifické vzorce kulturního chování a preferencí obyvatel. Tato segmentace je vytvořena jako přenos spotřebitelských profilů identifikovaných právě v rámci předchozího výzkumu v Praze. Analýza tak těží z poznatků získaných na větším vzorku respondentů, který by nebyl v rámci Ostravy dosažitelný a zároveň umožňuje komparaci mezi městy. Významný rozdíl představuje zacílení na obyvatele starší 15 let, na rozdíl od pražské studie, která cílila na populaci od 18 let.

Zpráva nejprve popisuje metodologii šetření. První kapitola představuje celkový vztah Ostravanů ke kultuře. Popisuje zájem Ostravanů o jednotlivé oblasti kultury, vlastní aktivní zapojení do kulturního života i oblíbenost žánrů v oblasti hudby, filmu a výtvarného umění. Druhá kapitola se zabývá faktory, které Ostravany motivují k návštěvě kulturních akcí či zařízení a na role při výběru konkrétních kulturních aktivit, význam domácí konzumace kultury i ochotu zkoušet méně tradiční oblasti. Třetí kapitola se zaměřuje na informační zdroje, ze kterých Ostravané čerpají informace o kulturních akcích a zejména pak na význam městského portálu ostravainfo.cz. Čtvrtá kapitola detailně popisuje kulturní chování Ostravanů z hlediska četnosti návštěv a širě zájmu o jednotlivé kulturní oblasti. Pátá kapitola pak mapuje kulturní chování vzhledem ke konkrétním kulturním institucím zřizovaným městem a spokojenost s jejich fungováním. Šestá kapitola se zabývá hodnocením širě programové nabídky a cenové dostupnosti. Sedmá kapitola se pak zaměřuje na problematiku překážek a bariér, se kterými se Ostravané setkávají, jak v obecné rovině kulturního života, tak při výběru či návštěvě konkrétní kulturní události. Osmá kapitola

pak shrnuje podněty, které Ostravané spontánně poskytli v otevřené otázce. Konečně, poslední, devátá kapitola je věnována typologii obyvatel Ostravy z hlediska kulturního chování. Tato kapitola dělí Ostravany na šest skupin, dle jejich kulturního chování a oblastí zájmu a popisuje tyto skupiny, jako podklad pro plánování kulturních politik či podpory návštěvnosti a kulturního života. Zároveň nabízí komparaci zastoupení těchto skupin vzhledem k situaci v Praze.

V přílohách této zprávy jsou doplněny podrobnější grafické výstupy ze šetření (Příloha 1) a dotazník (Příloha 2).

Metodologie šetření

Hlavním cílem kvantitativního dotazníkového šetření bylo získat aktuální informace o kulturním chování obyvatel Ostravy. Šetření se soustředilo na návštěvu kulturních institucí a kulturní život Ostravanů. Níže jsou uvedeny technické parametry dotazníkového šetření:

Cílová populace: Obyvatelé Ostravy starší 15 let.

Způsob výběru: Reprezentativní kvótní výběr na obecnou populaci.

Kvótní výběr podle kritérií: Pohlaví, věk, vzdělání, socio-ekonomický status, se zohledněním 23 částí města.

Reprezentativita datového souboru byla zesílena provedením vážení na volební chování v minulých parlamentních volbách a vážením z hlediska vybraných sociodemografických ukazatelů.

Metoda sběru: CAWI (on-line webový dotazník).

Termín sběru: 6.-21.února 2025

Počet respondentů: N = 1 040.

1 Vztah Ostravanů ke kultuře

Účast na vybraných kulturních akcích je do velké míry podmíněna obecným vztahem jednotlivce ke kultuře, který je formován různými faktory během celého života. Z tohoto důvodu byla část dotazníkového šetření mezi obyvateli Ostravy stejně jako v Praze zaměřena na **zájem lidí o jednotlivé oblasti kultury, aktivní uměleckou činnost ve volném čase, aktivní podporu vybraných kulturních zařízení či kulturních akcí či na oblíbené žánry v oblasti hudby, filmu a výtvarného umění**. Obecně platí, že tyto faktory zásadně **ovlivňují preference ve výběru konkrétních kulturních zařízení či akcí**, a je tedy nutné s těmito vlivy pracovat i při přípravě strategických anebo marketingových plánů.

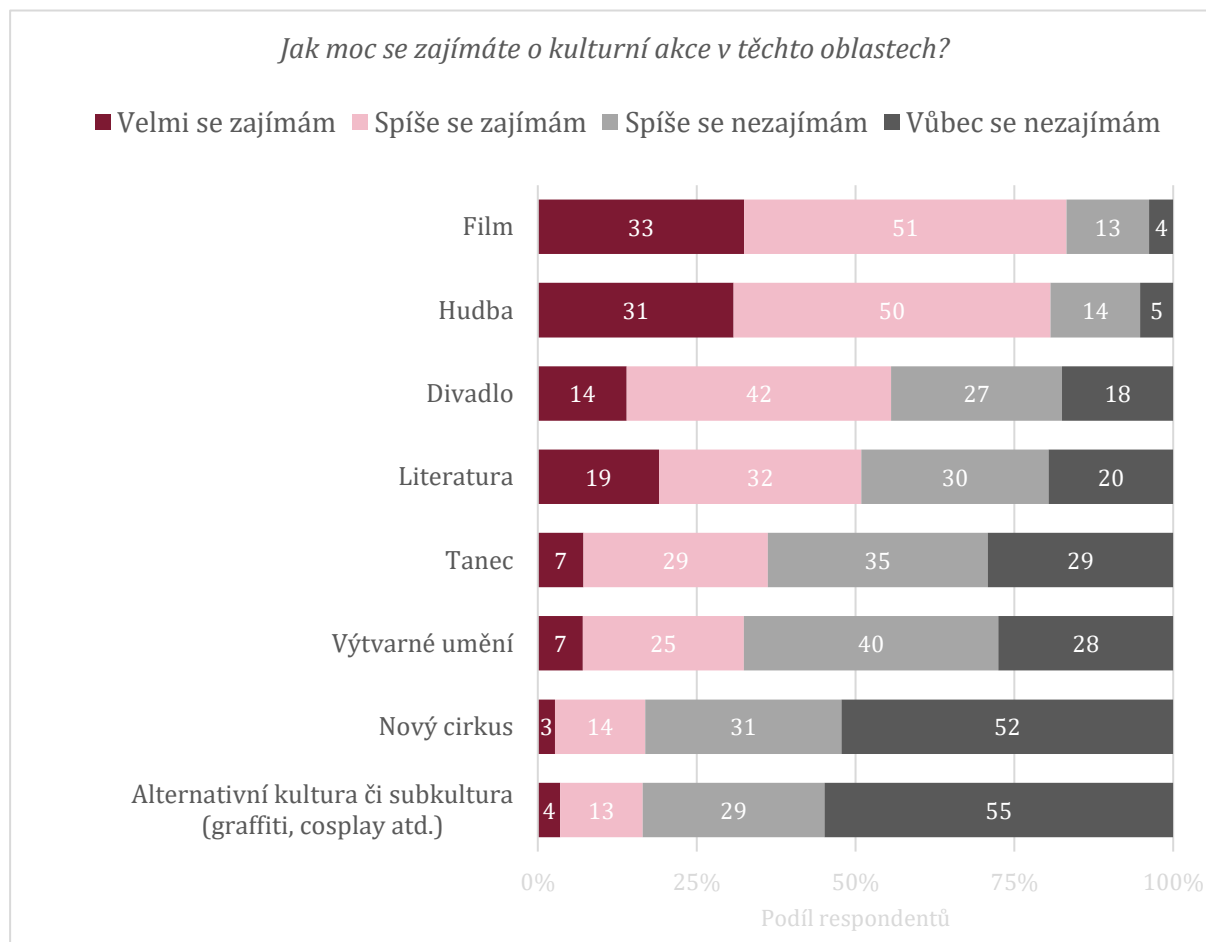
Hodnocení žánrových preferencí je specificky ovlivněno tím, že **nejvyšší popularitu vykazují žánry, které jsou přístupné nejširšímu spektru diváků**. Promítá se sem teoretický koncept takzvaného „**kulturního všežroutství**“. Zatímco příslušníci socio-ekonomicky hůře ukotvených skupin vyhledávají pouze přístupnější umělecké formy a jednodušší sdělení, lépe zakotvené společenské skupiny jsou otevřeny širší paletě kulturních vstupů, avšak zároveň konzumují i tento jednodušší obsah. Pouze u velice omezené skupiny žánrových preferencí můžeme sledovat homologické tendence, kdy některé žánry nejsou mezi obyvateli Prahy nebo Ostravy s vyšším kulturním kapitálem tak vyhledávané (např. pohádky a animovaný film). Jako nejpobulárnější jsou tak hodnoceny právě nepřístupnější formy kultury.

1.1 Obecný vztah ke kultuře

- ❖ Mezi nejpobulárnější kulturní oblasti mezi Ostravany patří film, o který se zajímají více než čtyři pětiny z nich (84 %), následuje hudba (81 %), s odstupem pak divadlo (56 %) a literatura (51 %).
- ❖ Film představuje oblast kultury, která je z hlediska sociodemografických skupin konzumována nejuniverzálněji. Široce oblíbená je rovněž hudba, kde zájem částečně podmiňuje věk. O obě tyto oblasti se rovněž intenzivněji zajímají lidé s nižším vzděláním. Další kulturní oblasti jsou častěji doménou žen. Literatura a divadlo lákají zejména Ostravany nad 60 let, společně s výtvarným uměním pak tyto oblasti také častěji lákají osoby s vyšším dokončeným vzděláním.

- ❖ Ostravané se **nejčastěji zajímají o film (84 %) a hudbu (81 %), s odstupem následují divadlo (56 %) a literatura (51 %)**. Kolem třetiny obyvatel zajímá tanec (36 %) či výtvarné umění (32 %). Šestina (17 %) sleduje nový cirkus, stejně jako alternativní kulturní nebo subkulturní směry, jako je graffiti či cosplay. K vysoké popularitě prvních dvou oblastí pak velmi patrně přispívají zejména nízké vstupní bariéry pro jejich realizaci – ať již z hlediska financí, či organizace času.

Graf 1.1: Obecný zájem Ostravanů o kulturní akce ve vybraných oblastech



Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040).

Zatímco o hudbu a film se shodně zajímají muži i ženy, další kulturní oblasti jsou častěji doménou žen. Nejvýraznější je rozdíl v zájmu o tanec (25 p.b.), dále jsou významné rozdíly v zájmu o literaturu nebo divadlo (shodně 15 p.b.).

Film pak představuje oblast, o kterou jeví zájem vyrovnaně veškeré věkové segmenty. V případě hudby a méně výrazně pak v případě alternativní kultury nebo tance je pak výraznější zájem mezi mladšími věkovými skupinami. Naopak v případě divadla a literatury zájem vzrůstá s věkem. U literatury je pak velice výrazný náskok skupiny nad 60 let, mezi kterými se o literaturu zajímají plné dvě třetiny (66 %), v nejmladší skupině 15-17 let je to pak pouze mírně více než třetina (37 %). Zájem zde může být podmíněn rovněž individuálními možnostmi osob v dané skupině. V nejstarší věkové skupině je také vyšší míra zájmu o výtvarné umění, které je však zároveň populární v nejnižších věkových segmentech.

O **hudbu, film a tanec** častěji jeví intenzivní zájem skupiny s **nižším dosaženým vzděláním**. Naopak v případě **literatury a divadla** zájem jasně vzrůstá s **vyšším dosaženým vzděláním**.

Ostravané jeví v porovnání s Pražany podobnou míru zájmu o film a hudbu či většinu dalších kulturních oblastí. O něco **méně jak však zajímá literatura** (-10 p.b.), **vyšší** je naopak míra zájmu o **tanec** (+8 p.b.).

1.2 Aktivní zapojení do kulturních aktivit a podpora kultury

- ❖ Předplatné vlastní nebo v minulosti vlastnila přibližně pětina Ostravanů (22 %).
- ❖ Podobné množství se navíc v současnosti či minulosti zapojilo do organizace kulturních akcí včetně komunitních (21 %).
- ❖ Podpora a aktivní zapojení do kulturního života je především doménou mladších věkových skupin. Tento vzorec odpovídá předchozím závěrům pražské studie. Rozdílná je však situace z hlediska vlastnictví předplatného, zatímco v Ostravě je předplatné rovněž primárně doménou mladších obyvatel, v Praze v minulosti vlastnili předplatné zejména lidé nad 60 let.
- ❖ Aktivně v loňském roce veřejně vystupovali nejčastěji lidé ve věku 15-17 let, podobné zapojení v minulosti pak udávají nejčastěji lidé ve věku 19-29 let.

Ve vztahu k vlastnímu **aktivnímu zapojení do kulturních aktivit** a podpory kultury Ostravané nejčastěji udávají, že vlastní nebo vlastnili **abonentku či předplatné** (22 %). V posledních 12 měsících ji vlastnilo 7 % z nich. Před více než rokem pak dalších 15 %. Následuje **organizace či pomoc s organizací veřejné či komunitní kulturní akce** (21 %). Na tom se v posledním roce podílelo 10 %, před více než rokem pak dalších 11 %. Na kulturu **darovalo prostředky** celkem 20 % Ostravanů, 7 % z toho přitom v posledním roce. **Veřejně účinkuje** či účinkovalo na kulturních akcích včetně amatérských 10 % Ostravanů, v posledním roce pak 5 %.

Graf 1.2: Aktivita související s uměleckým a kulturním životem provozované samotnými obyvateli Ostravy



Pozn.: Plné znění jednotlivých kategorií je uvedeno v dotazníku v Příloze 2.

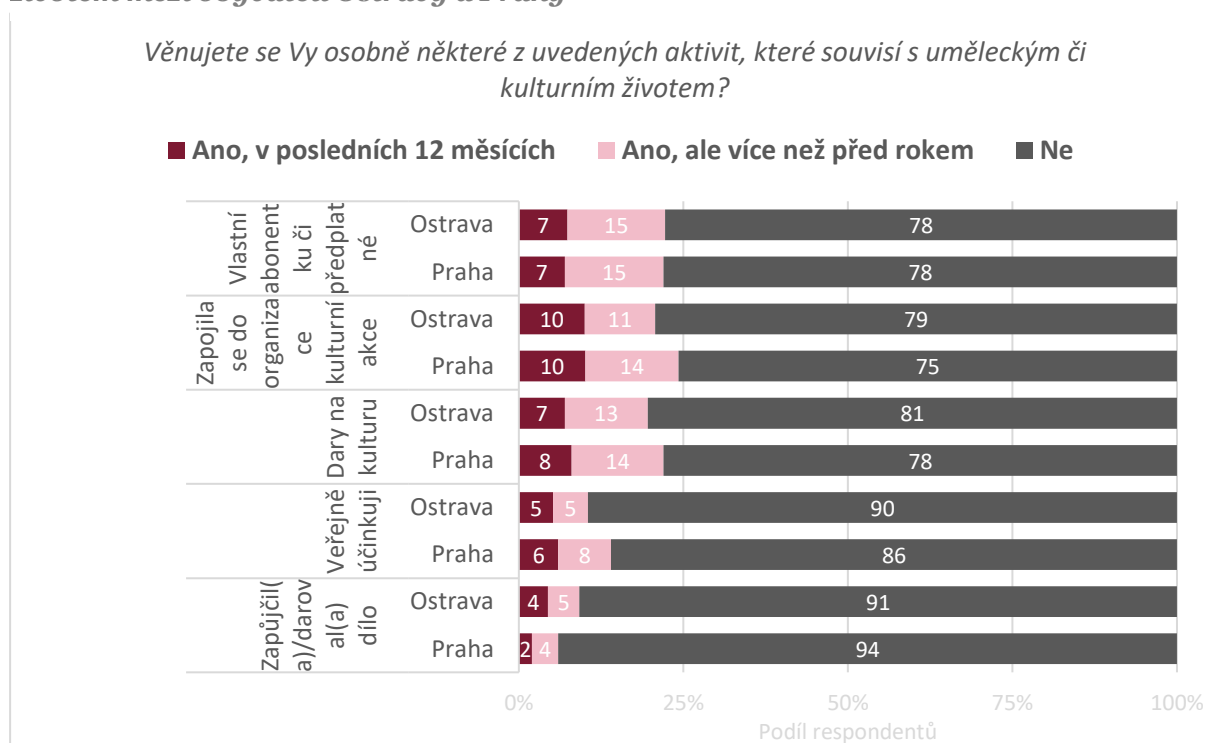
Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040).

Ze sociodemografického hlediska se **aktivně do kulturního dění** či jeho podpory **nejčastěji zapojuje skupina ve věku 18 až 29 let. S výjimkou vlastnictví abonentky**. Je mezi nimi nejvíce těch, kteří před více než rokem ve volném čase organizovali nebo pomáhali organizovat kulturní akci, darovali prostředky na kulturu nebo těch, kteří veřejně účinkují. Nejnižší jsou podíly v míře aktivního zapojení naopak mezi lidmi ve věku nad 60 let.

Z hlediska ochoty k finanční podpoře kultury je zajímavé rovněž srovnání mezi **Prahou a Ostravou**. Při celkovém pohledu je možné říci, že míra kulturní participace je v obou městech velmi podobná, byť v Praze je mírně vyšší podíl těch, kteří se zapojili do organizace kulturních akcí, veřejně účinkují či darovali prostředky na kulturu. V obou městech je přitom **aktivní zapojení častější u mladších věkových segmentů**. Výjimku představuje pouze **vlastnictví předplatného**. Zatímco v **Ostravě v tomto směru neexistují mezi věkovými skupinami výraznější rozdíly** a ve věkové skupině **nad 60 let** vlastní v současnosti předplatné 8 % a v minulosti předplatné vlastnilo dalších 16 %, v **Praze má předplatné v téže**

skupině vyšší tradici, současné vlastnictví udává rovněž 6 %, vlastnictví v minulosti však plných 27 % (+ 11 p.b.) Pražanů ve věku 60 a více let. Příčinou může být odlišné nastavení cenových politik vstupů v obou městech, stejně jako odlišné spotřebitelské vzorce v minulosti.

Graf 1.3: Srovnání míry zapojení do aktivit souvisejících s uměleckým a kulturním životem mezi obyvateli Ostravy a Prahy



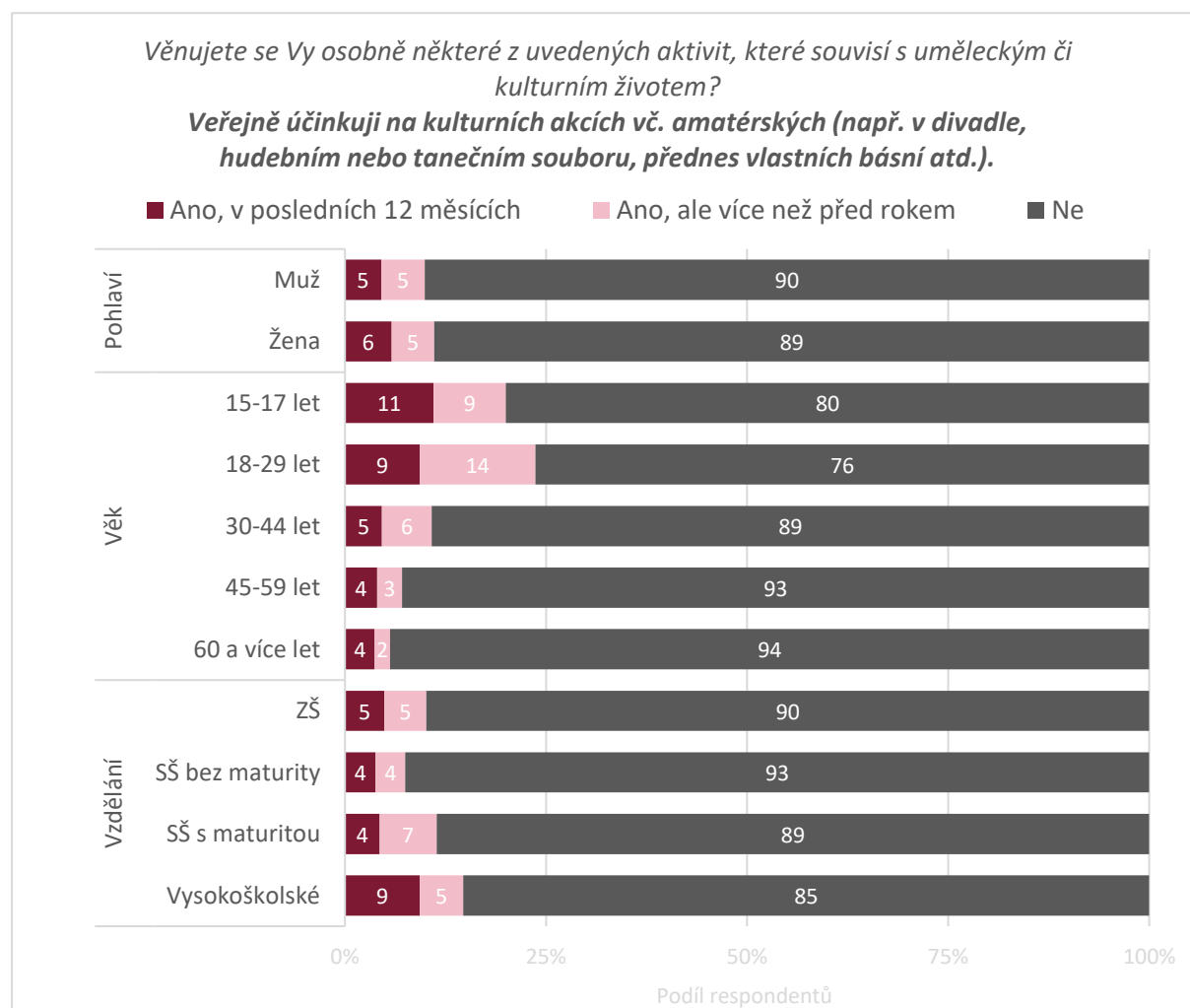
Pozn.: Plné znění jednotlivých kategorií je uvedeno v dotazníku v Příloze 2.

Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040).

Sociodemografické vzorce navázané na aktivní zapojení či podporu kultury dokumentuje i podíl Ostravanů, kteří **sami veřejně účinkují nebo účinkovali** na nejrozličnějších kulturních akcích. Celkově se do těchto aktivit **v minulosti zapojilo 10 %** Ostravanů, z toho 5 % v loňském roce. Přímou **v loňském roce** se přitom nejčastěji jednalo o obyvatele Ostravy ve **věku 15-17 let**, mezi kterými se samo aktivně zapojilo 11 %, druhou nejpočetnější skupinu pak tvořili lidé ve věku **18-29 let**, kterých se zapojilo 9 %. V těchto skupinách je pak i největší podíl těch, kteří deklarují aktivní zapojení v minulosti – zde jde nejčastěji právě o lidi ve věku 18-29 let (14 %). Minulé nebo současné zapojení tak udává téměř čtvrtina (23 %) z nich. Ve srovnání s nejmladší skupinou může být rozdíl způsoben zejména delším časovým horizontem, kdy mohlo k tomuto typu zapojení dojít. Ve **starších skupinách** pak klesá podíl jak minulého, tak současného podílu aktivně vystupujících. Je však třeba zdůraznit, že spíše, než o kvalitativní změnu se může v případě minulého zapojení jednat o **sníženou míru**

schopnosti vybavit si konkrétní událost, pokud k ní došlo již před delší dobou. Míra zapojení je pak nejvyšší v případě **vysokoškolsky vzdělaných**, kde zapojení v letošním roce udává 9 % a v minulých letech pak dalších 5 %.

Graf 1.4: Aktivita související s uměleckým a kulturním životem provozované samotnými obyvateli Ostravy v členění dle pohlaví, věku a vzdělání



Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040).

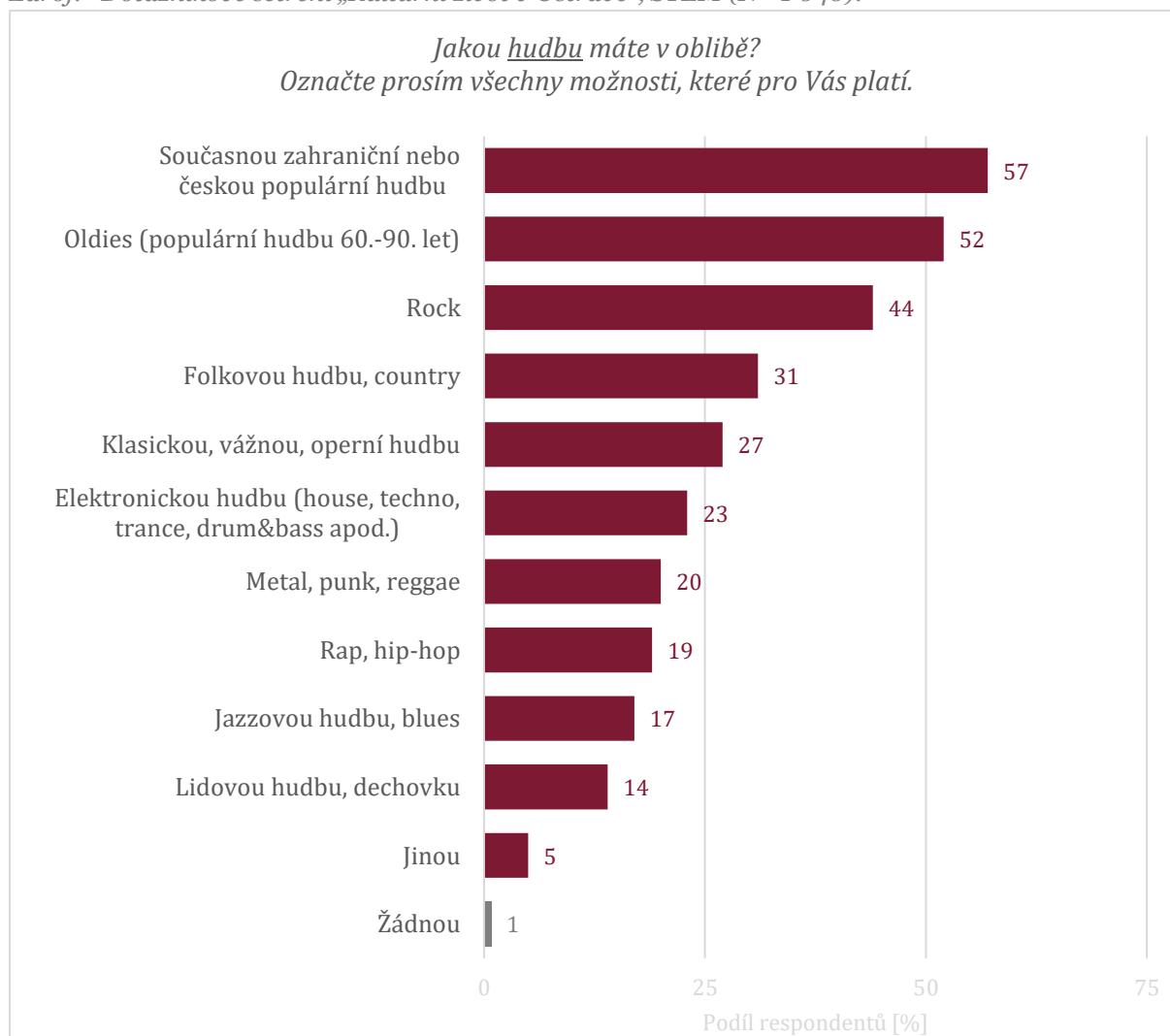
1.3 Oblíbené hudební žánry

- ❖ Nejoblíbenějšími hudebními žánry jsou současná zahraniční a česká populární hudba následovaná Oldies. Oba tyto styly o něco častěji poslouchají ženy.
- ❖ Lidé často preferují styly, které byly populární v době jejich mládí. Elektronická hudba, rap či hip-hop je tak nejoblíbenější mezi nejmladšími věkovými segmenty. Rock a Oldies jsou nejvíce populární mezi lidmi ve starším středním věku, folk a country v nejstarší věkové skupině.
- ❖ Pro oblibu klasické hudby a jazzu je pak klíčové zejména vyšší dosažené vzdělání.
- ❖ Z hlediska genderu jsou nejvýraznější rozdíly v oblibě metalu, punku a reggae, který mají častěji v oblibě muži.

Ostravané nejčastěji udávali jako svůj preferovaný hudební žánr **současnou zahraniční nebo českou populární hudbu**, kterou má rádo 57 % z nich. Následuje záliba v **Oldies** (52 %), **rocku** (44 %) a s odstupem pak ve folkové, country hudbě (31 %) nebo klasické hudbě (27 %). Téměř čtvrtina Ostravanů si ráda poslechne rovněž elektronickou hudbu (house, techno, trance, drum & bass) (23 %), pětina pak metal, punk či reggae (20 %) a jen o procentní bod méně rap či hip-hop. Šestina udává zálibu v jazzové nebo bluesové hudbě (17 %) a 14 % má v oblibě lidovou hudbu nebo dechovku. Mezi těmi, kteří uvedli zálibu v jiném žánru, šlo s výjimkou stylů, které by bylo možné klasifikovat do již existujících kategorií, nejčastěji o zálibu v muzikálové hudbě (přibližně 1 %). Procento Ostravanů pak udává, že v oblibě žádnou hudbu nemá.

Graf 1.5: Hudební žánry oblíbené mezi Ostravaný

Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040).



Zálibu v **současné zahraniční a populární hudbě** výrazně častěji udávají **ženy** (+19 p.b. oproti mužům), záliba v tomto žánru je také nejčastější mezi **mladšími věkovými skupinami** – ve věku 15-17 let ji udávají dvě třetiny Ostravanů (67 %). Na věk je pak do jisté míry navázána i zvýšená obliba daného žánru mezi **základoškoláky**.

Naopak obliba **Oldies** je v nejmladší věkové skupině nejnížší (16 %), mezi ostatními věkovými skupinami je však relativně vyrovnaná, nejčastěji však mají tento žánr v oblíbeně lidé ve věku **45-59 let** (58 %) nebo **středoškoláci bez maturity**. Mírně častěji tento žánr preferují také **ženy**.

Mezi lidmi **ve starším středním věku** je rovněž nejvyšší podíl posluchačů **rocku** (57 %), i zde je nejvyšší podíl posluchačů mezi lidmi se **středoškolským vzděláním bez maturity**. Mírně častěji však tento žánr preferují **muži** (+ 6 p.b.).

V případě **folku a country** pak **oblíba jednoznačně stoupá s věkem**, zatímco ve věkové skupině nad 60 let si tento žánr poslechne téměř polovina (48 %), ve skupině 15-17 let jsou to pouze 2 %. I mezi lidmi ve věku 18-29 nebo 30-44 let se pak jedná o méně populární styl, který si poslechne přibližně šestina z nich (16 resp. 15 %). Nejvýraznější je opět oblíba mezi **středoškoláky bez maturity** a i v tomto případě daný žánr preferují **muži** (+ 7 p.b.).

Klasická hudba pak představuje žánr, jehož oblíba je **zcela zásadně podmíněna vyšším dosaženým vzděláním**. Z dotazovaných stylů platí **stejná podmíněnost již pouze v případě jazzu**. Zatímco mezi lidmi se základním vzděláním si klasickou hudbu poslechne 15 % lidí, mezi vysokoškoláky je to 39 %. Oblíba klasické hudby **vzrůstá také s věkem**. Častějšími posluchačkami jsou v obou případech **ženy**.

V případě **elektronické hudby** je **určujícím naopak věk** – zatímco v nejmladší věkové skupině má tento styl v oblíbě polovina (50 %, 41 % ve skupině 18-29 let), **se vzrůstajícím věkem popularita žánru klesá** a mezi lidmi staršími 60 let má žánr v oblíbě pouze 5 %. Dominantní je oblíba žánru mezi **základoškoláky** (41 %), v ostatních vzdělanostních skupinách nepřesahuje 21 %. Žánr preferují častěji **muži** (+ 6 p.b.).

Velmi podobný vzorec platí i pro poslech **rapu a hip-hopu**, **rozdíl mezi věkovými skupinami je zde však ještě výraznější** (15-17 let 59 %, 60 a více let 3 %), avšak posluchačky jsou mírně častěji **ženy**.

V případě **metalu, punku a reggae** pak nejsou zcela klíčové rozdíly na úrovni vzdělání, a, s výjimkou dvou krajních věkových skupin, ani rozdíly na základě věku, jedná se však o styl, kde jsou vůbec **nejvýraznější rozdíly z hlediska pohlaví**, kdy **muži** oproti ženám poslouchají metal výrazně častěji (+12 p.b.).

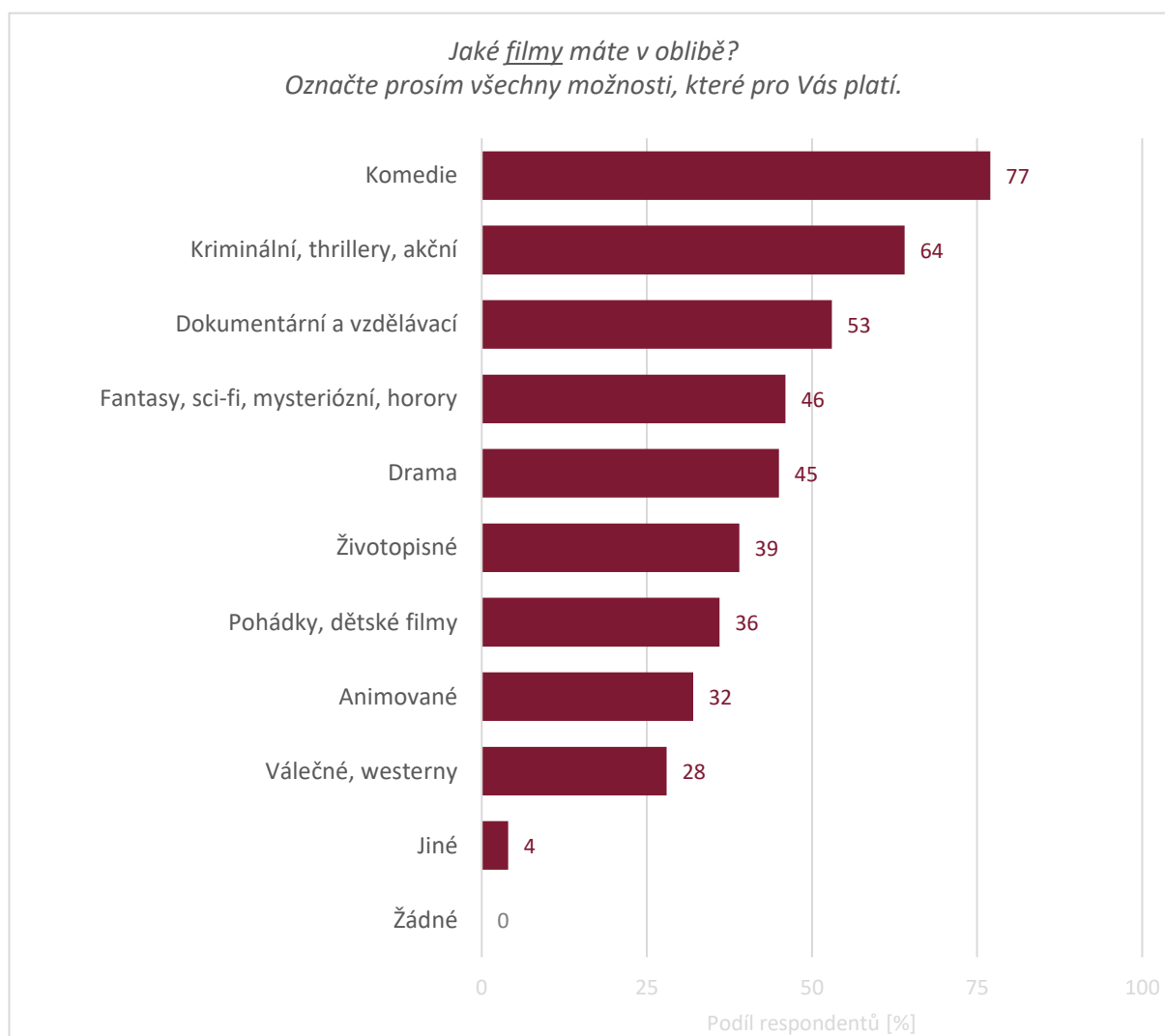
Zajímavé může být rovněž srovnání mezi městy. V případě dvou nejpopulárnějších žánrů, tedy současné zahraniční a populární hudby (+2 p.b. oproti Praze) a Oldies (-4 p.b.), je situace víceméně srovnatelná s Prahou. **Další žánry – s výjimkou lidové a dechové hudby** (+4 p.b. oproti Praze) – **jsou však Ostravany vyhledávány v průměru o něco málo méně**. Nejvýraznější je rozdíl v případě **klasické hudby** (-8 p.b.).

1.4 Oblíbené filmové žánry

- ❖ V oblasti filmu jsou nejoblíbenější žánry, které jsou populární napříč sociodemografickými skupinami a jsou tak potenciálně zajímavé pro široký okruh publika. Jde zejména o komedie, kriminální filmy, thrillery a akční filmy.
- ❖ Dokumenty, vzdělávací či životopisné filmy pak vyhledávají zejména starší a vzdělanější lidé.
- ❖ U žánrů s fantasy, sci-fi, mysteriózní či hororovou zápletkou, stejně jako žánrů původně určených dětským divákům se jasně projevuje jejich průnik do mainstreamu skrze popularitu v mladší a střední generaci. Původně dětské žánry nyní vyhledává v daných skupinách i výrazný podíl domácností bez dětí.

V oblasti filmové produkce patří mezi nejoblíbenější žánry u Ostravanů jednoznačně **komedie** (77 % osob), dále **kriminální filmy, thrillery a akční filmy** (64 %) a **dokumentární a vzdělávací filmy** (53 %). Téměř polovina Ostravanů má v oblíbenosti fantasy, sci-fi, mysteriózní či hororové filmy (46 %), drama (45 %) či životopisné filmy (36 %). Více než třetina osob má v oblíbenosti pohádky a dětské filmy (36 %) nebo filmy animované (32 %). Více než čtvrtina pak válečné filmy a westerny (28 %). Pouze minimum osob nemá rádo žádné filmy (1 %).

Struktura popularity žánrů si je přitom velmi blízká s **Prahou**, za zmínku stojí pouze mírně **nižší míra obliby dokumentárních a vzdělávacích** (-8 p.b.) nebo **životopisných filmů** (-9 p.b.).

Graf 1.6: Filmové žánry oblíbené mezi obyvateli Ostravy

Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040).

Z hlediska sociodemografické podmíněnosti se, podobně jako v případě hudby, na prvních místech umístily zejména **žánry charakteristické oblibou napříč různými skupinami** obyvatel. Toto tvrzení platí velmi výrazně právě pro **komedie**, které jsou **populární bez ohledu na vzdělání, pohlaví či věk**, byť v případě posledního jmenovaného faktoru lze konstatovat, že komedie sleduje nejvíce osob v kategorii **staršího středního věku** (83 %), zatímco v nejmladší kategorii je tento zájem nejnižší (70 %).

Také **kriminálky, thrillery a akční filmy** jsou víceméně oblíbeny **napříč celou populací**, v oblíbě je má stejné procento žen i mužů. Mírně častěji je sledují lidé ve věku **45-59 let** (68 %, +8 p.b. proti 60 letým a starším, kde je popularita nejnižší) a lidé s nejvyšším dokončeným **základním vzděláním** (70 %).

Obliba **dokumentárních a vzdělávacích filmů** je naopak **vzděláním a věkem extrémně silně podmíněna**, naopak **gender** ani zde **nehraje žádnou roli**. **Obliba dokumentární tvorby s věkem i vzděláním silně vzrůstá**. Tento žánr tak vyhledává pouze 12 % diváků ve skupině 15-17 let, v nejstarší věkové skupině je to plných 61 % (+49 p.b.). Podobně mezi základoškoláky tento typ produkce sleduje necelá třetina (32 %), mezi vysokoškoláky je to pak téměř dvojnásobek (59 %, +27 p.b.).

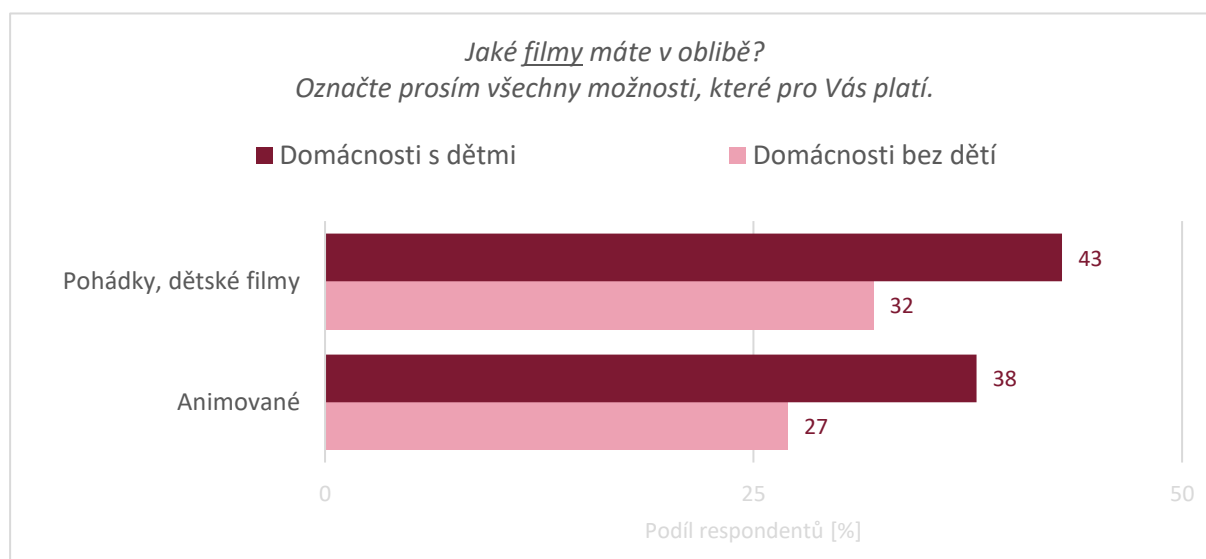
Naopak **fantasy, sci-fi, mysteriózní či hororovou tematiku** lidé s nejvyšším dokončeným **základoškolským vzděláním vyhledávají o něco častěji**, než je průměr. Rádo ji má 60 % z nich. Popularita tohoto žánru je pak nižší mezi středoškoláky vzdělanými (nejméně SŠ s maturitou 40 %), vysokoškoláci pak sledují tento žánr opět mírně častěji (45 %). Oproti dokumentárním filmům zde rovněž **klesá popularita žánru s věkem** – zatímco v nejmladší skupině má tento žánr rádo 62 %, ve skupině nad 60 let je to pouze o něco více než čtvrtina (27 %, -35 p.b.). Tento žánr také o něco více vyhledávají **muži** (51 %, +11 p.b. oproti ženám).

Naopak **drama** jako filmový žánr preferují mírně častěji **ženy** (48 %, +7 p.b.). I v tomto případě je záliba žánru **nejvyšší v nejmladší věkové skupině** (62 %) a **s věkem klesá** (37 % ve skupině 60+). Z hlediska vzdělání je pak drama rovněž populární v nejmeně vzdělané skupině (55 %) a dále pak mezi vysokoškoláky vzdělanými (51 %), skupiny se středoškolským vzděláním bez a s maturitou tento žánr preferují méně (36 %, resp. 46 %).

Pro **životopisné filmy** pak platí **obdobné závislosti jako v případě filmů vzdělávacích a dokumentárních**, tedy rostoucí obliba **s vyšším věkem a vzděláním**, na rozdíl od vzdělávacích filmů je však o něco častěji sledují **ženy**.

Ženy častěji preferují také **pohádky** (45 %, +19 p.b.) či **animované filmy** (35 %, +8 p.b.). V rámci dotazované populace tyto žánry také nejčastěji mají v oblibě lidé ve věkových skupinách **18-29 let** (44 %, resp. 53 %) a zejména pak **30-44 let** (47 %, resp. 54 %). Z hlediska vzdělání pak **základoškoláci** (47 %, resp. 48 %). Vysvětlení obliby těchto žánrů vzhledem k **přítomnosti dětí v domácnosti** v uvedených věkových skupinách a k **přetrvávajícím genderovým vzorcům v péči o ně**, však **vysvětluje oblibu daných žánrů v těchto skupinách pouze částečně**. Graf 1.7 srovnávající popularitu těchto žánrů v domácnostech s dětmi a bez dětí jasně ukazuje, že **popularita tohoto typu produkce je značná i v domácnostech bez dětí**. Jedná se tak spíše, podobně jako v případě fantasy, sci-fi či hororů, spíše o **proměnu kulturních vzorců, kdy se dříve subkulturní žánry stávají součástí mainstreamu**. Fantastika, nadpřirozeno či animace pronikají do kulturního prostoru skrze filmy pro celou rodinu, nebo dochází k popularizaci fikčních témat skrze tvorbu vysoko rozpočtových zahraničních studií.

Graf 1.7: Oblíbenost pohádek, dětských a animovaných filmů mezi obyvateli Ostravy v domácnostech s dětmi a bez dětí



Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040).

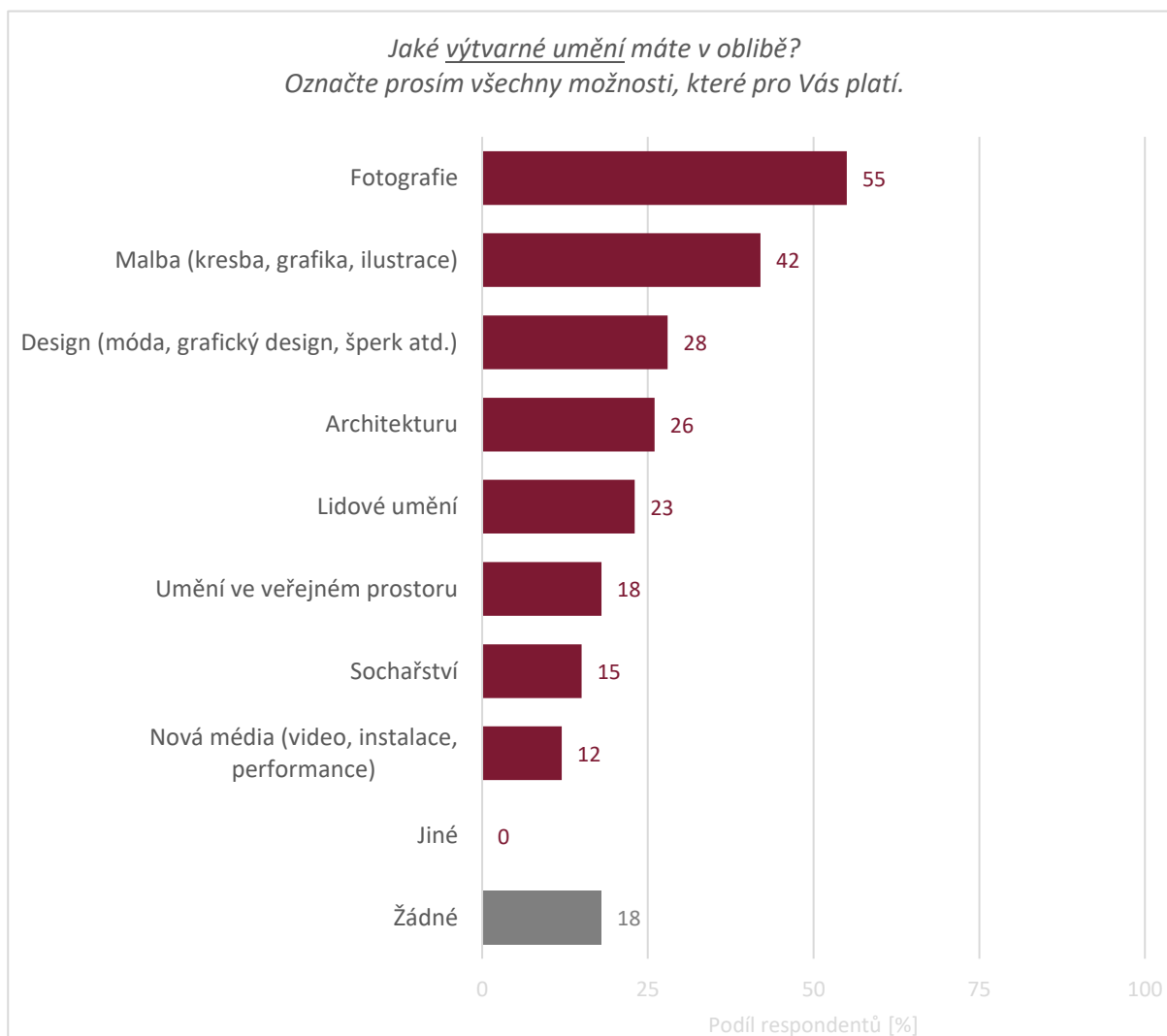
V případě **válečných filmů a westernů** pak jde zejména o doménu **starší střední generace** (33 %, +25 p.b. oproti 15-17 let) a Ostravany **s maturitním** (32 %) nebo **vysokoškolským vzděláním** (28 %). Záliba v tomto žánru je také **nejvíce ze sledovaných podmíněna genderem** – zájem o žánr má 42 % **mužů**, ale pouze 15 % žen.

V kategorii „Jiné“ se pak v ojedinělých výskytech objevily zejména žánry již zahrnuté do dotazování (horor, n=6), nedotazovanou variantu představují romantické filmy (n=4).

1.5 Oblíbené druhy výtvarného umění

- ❖ Nejoblíbenějším typem výtvarného umění mezi Ostravaný je fotografie následovaná malbou.
- ❖ Výraznou většinu typů výtvarného umění častěji vyhledávají vysokoškoláci a ženy. Výjimku tvoří sochařství.
- ❖ Ve srovnání s pražskou studií je zájem Ostravanů o výtvarné umění – s výjimkou lidového umění – nižší.
- ❖ Ti, kteří se zajímají o výtvarné umění, častěji preferují klasické směry. Preference moderního umění převládá ve dvou nejmladších věkových skupinách a mezi lidmi se základním vzděláním.

Ve výtvarném umění preferují Ostravané nejčastěji **fotografii**, kterou má ráda více než polovina z nich (55 %). Následuje **malba** – včetně dalších typů obrazového umění (42 %). S odstupem pak **design** (28 %), architektura (26 %) či lidové umění, které přitahují kolem čtvrtiny Ostravanů. Méně než pětina (18 %) pak jeví zájem o umění ve veřejném prostoru, méně než šestina o sochařství (15 %). Na posledním místě se pak umístila nová média (12 %). Ve variantě „Jiné“ nebyly zmíněny žádné další relevantní směry. Přibližně šestina (18 %) naopak uvedla, že žádný typ výtvarného umění v oblibě nemá.

Graf 1.8: Žánry výtvarného umění oblíbené mezi Ostravany

Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040).

Ze sociodemografického hlediska je možné konstatovat, že o většinu typů výtvarného umění jeví **větší zájem lidé s vyšším dosaženým vzděláním a ženy**.

Tento trend je platný i pro **fotografii**, která představuje nejšířejí přístupný typ výtvarného umění. O fotografii jeví zájem 57 % **žen** (+5 p.b. proti mužům) i stejné procento **vysokoškoláků** (+11 p.b. proti ZŠ). S výjimkou nejmladší věkové skupiny 15-17 let, kde o tento typ umění jeví zájem necelé dvě pětiny (38 %), je její obliba **relativně vyrovnaná napříč věkovými skupinami**, nejvyšší je v kategorii nad 60 let (59 %).

Vysokoškoláci (51 %, +18 p.b. proti SŠ bez maturity) a **ženy** (47 %, + 10 p.b.) také jeví nejvyšší zájem o **malbu**. V tomto případě **obliba s věkem spíše klesá** – ve věkové skupině 15-17 let je to více než polovina (52 %), ve věkové skupině 45-59 let, kde je obliba nejnižší, pak 36 %, v nejstarší skupině je pak přítomen jistý nárůst zájmu (44 %).

V případě **designu, módy, grafického designu či šperku** je pak **rozdíl v míře zájmu mezi muži a ženami vůbec nejvyšší**. Tento typ zajímá 37 % **žen**, což je o 20 p.b. více, než je tomu v případě mužů. Tuto oblast výtvarného umění však nejčastěji nevyhledávají vysokoškoláci, ale naopak lidé **se základním vzděláním** (38 %, +12 p.b. oproti SŠ bez maturity). Zájem přitom jasně **klesá s vyšším věkem**. V nejmladší věkové skupině se o design zajímá polovina (50 %), ve skupině nad 60 let je to pouze mírně více než pětina (22 %).

Ženy jeví mírně vyšší zájem i o **architekturu** (27 %, +3 p.b.). Stejně tak i v tomto případě zájem **vzrůstá se vzděláním**. Architekturu má v oblibě 36 % vysokoškoláků, ale pouze 18 % lidí se základním vzděláním. Napříč věkovými skupinami je pak zájem relativně vyrovnaný, i když o něco vyšší je mezi třemi mladšími skupinami, tedy do 45 let.

V případě **lidového umění** nejsou mezi muži a ženami žádné rozdíly. Jednoznačný není ani trend závislosti na vzdělání – vyšší míru zájmu uvedly skupiny SŠ bez maturity a VŠ, shodně 26 %. **Nejmenší míru zájmu projevili lidé s nejvyšším dosaženým vzděláním ZŠ** (12 %). Klíčový je však faktor věku, kde **zájem přímo vzrůstá s věkem**, v nejmladší věkové skupině je tak pouze 9 %, v nejstarší 33 %.

Rovněž v případě **umění ve veřejném prostoru** je mírně vyšší zájem **žen** (20 %, +4 p.b.), i **velice výrazný trend nárůstu zájmu s vyšším dosaženým vzděláním** (VŠ 23 %, +21 p.b. oproti ZŠ). S výjimkou nejmladší věkové skupiny, kde nikdo nedeklaroval zájem o tuto oblast, pak zájem napříč věkovými skupinami variuje. V případě nejmladší skupiny je pak třeba interpretovat daný údaj v kontextu relativně nižšího počtu respondentů ve skupině a možnosti snížené míry porozumění konkrétní položce.

Sochařství představuje **jedinou oblast, kde muži projevili vyšší míru zájmu než ženy** (17 %, +3 p.b.), zájem zde opět **vzrůstá s dosaženým vzděláním** (VŠ 23 %, +11 p.b. oproti ZŠ). Napříč věkovými skupinami je zájem relativně vyrovnaný.

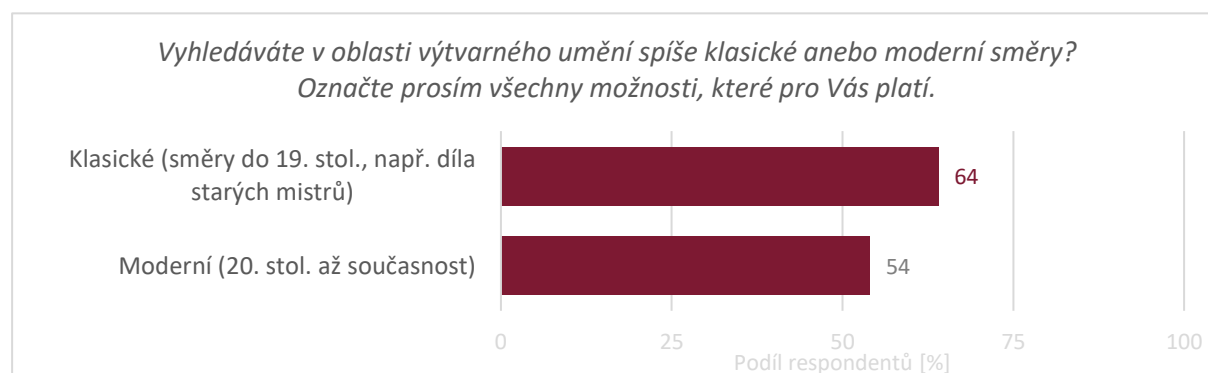
Pro poslední dotazovanou oblast, tedy **nová media**, platí **vyrovnaná míra zájmu mezi muži a ženami i vzdělanostními skupinami**. Oblast je však ve větší míře **doménou mladých** (nejvýrazněji skupina 18-29 let 21 %, naproti tomu lidé v kategorii nad šedesát let pouze 7 %).

Vzhledem k **relativně vysokému podílu osob**, které uvedly, že se **o výtvarné umění nezajímají vůbec** (18 %), je zajímavý rovněž sociodemografický rozbor této skupiny. Z hlediska pohlaví se jedná častěji o **muže**. Mezi těmi výtvarné umění nezajímá vůbec 21 %, což je o 5 p.b. více než v případě žen. Z hlediska vzdělání jde častěji o lidi **se základním vzděláním** (23 %, +9 p.b. oproti VŠ). Vzhledem k věku pak nejčastěji o skupinu **45 až 59 let**, kde tuto odpověď uvedlo 24 %.

Ve srovnání s **pražskou studií** platí, že s **výjimkou lidového umění**, o které se zajímá 23 % Ostravanů, což je o 5 p.b. více než v případě Prahy, **byly deklarované míry zájmu o jednotlivé typy výtvarného umění v Praze ve všech případech vyšší**. Nejvyšší je rozdíl v případě **architektury**. O tu se dle svých slov zajímá 45 % Pražanů, tedy o 19 p.b. více než u obyvatel Ostravy.

Pokud se zaměříme na bližší analýzu preferovaných směrů výtvarného umění mezi těmi, kteří uvedli, že mají o výtvarné umění zájem, 64 % udává zájem **o klasické směry**, zatímco o **moderní umění** jeví zájem 54 %.

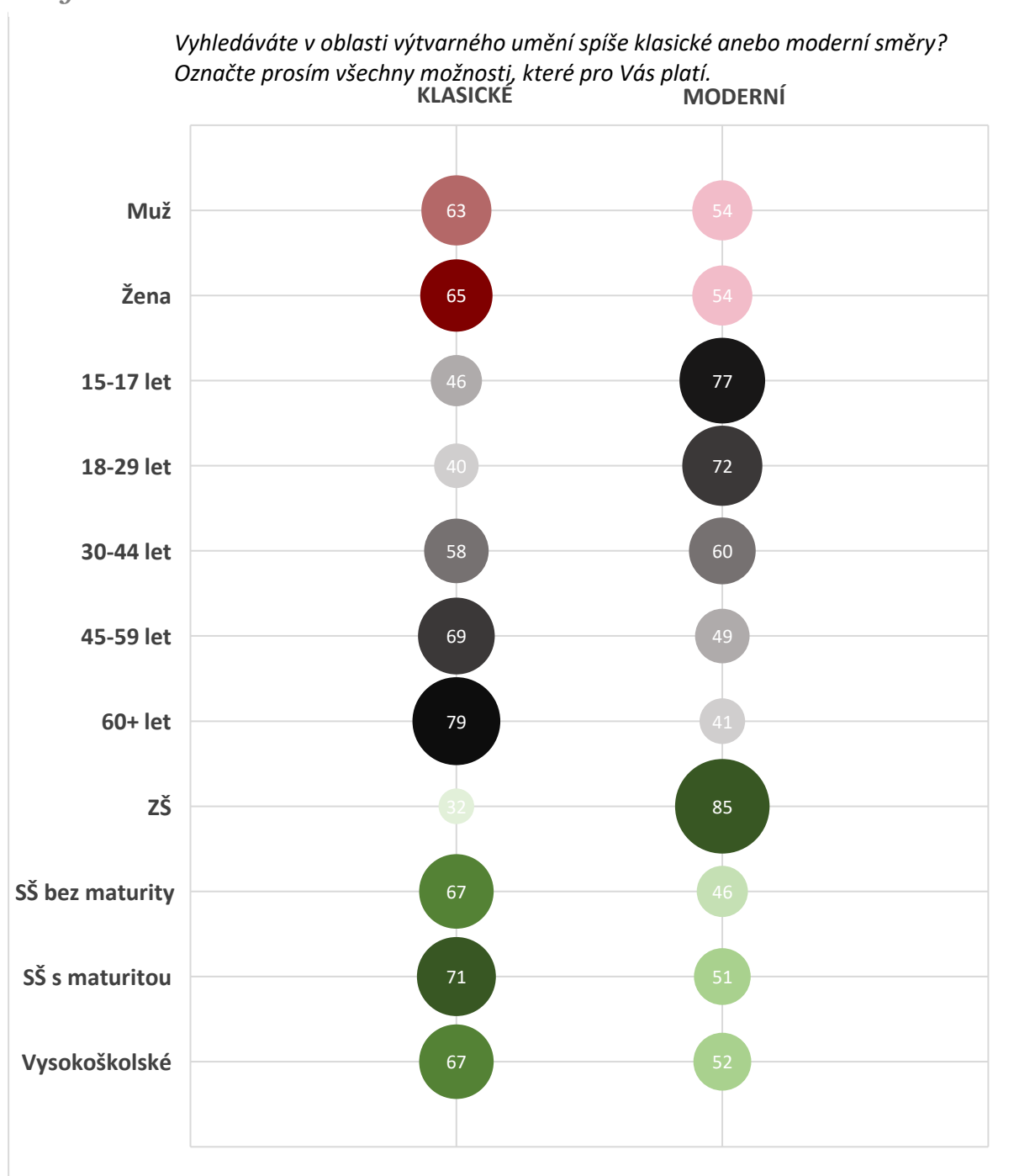
Graf 1.9: Preferované směry ve výtvarném umění



Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040)

Sociodemografická analýza preferencí typů výtvarného umění naznačuje, že jak **muži**, **tak ženy mají raději klasické umění**. Ve vztahu k věku pak 2 **nejmladší věkové skupiny častěji preferují umění moderní**, zatímco lidé **ve středním a starším věku preferují častěji umění klasické**. **Základoškoláci rovněž preferují moderní umění**. Všechny ostatní vzdělanostní skupiny naopak dávají přednost umění klasickému.

Graf 1.10: Preferované směry ve výtvarném umění podle socio-demografických kategorií



Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040).

2 Motivace k návštěvě kulturních akcí a zařízení

Pro popularizaci kultury i pro nastavení kulturních politik je přínosné porozumět očekáváním a motivacím, které vedou Ostravany k návštěvě kulturních akcí. Kultura a **kulturní preference** přitom představují oblast života, která je velmi silně podmíněná **osobními preferencemi**, které je **možné postihnout skrze širší sociodemografické závislosti jen částečně**. Výrazný vliv má **životní zkušenost i osobní situace jednotlivců, stejně jako blízké přátelské nebo rodinné vazby**, které výrazně ovlivňují vzorce chování.

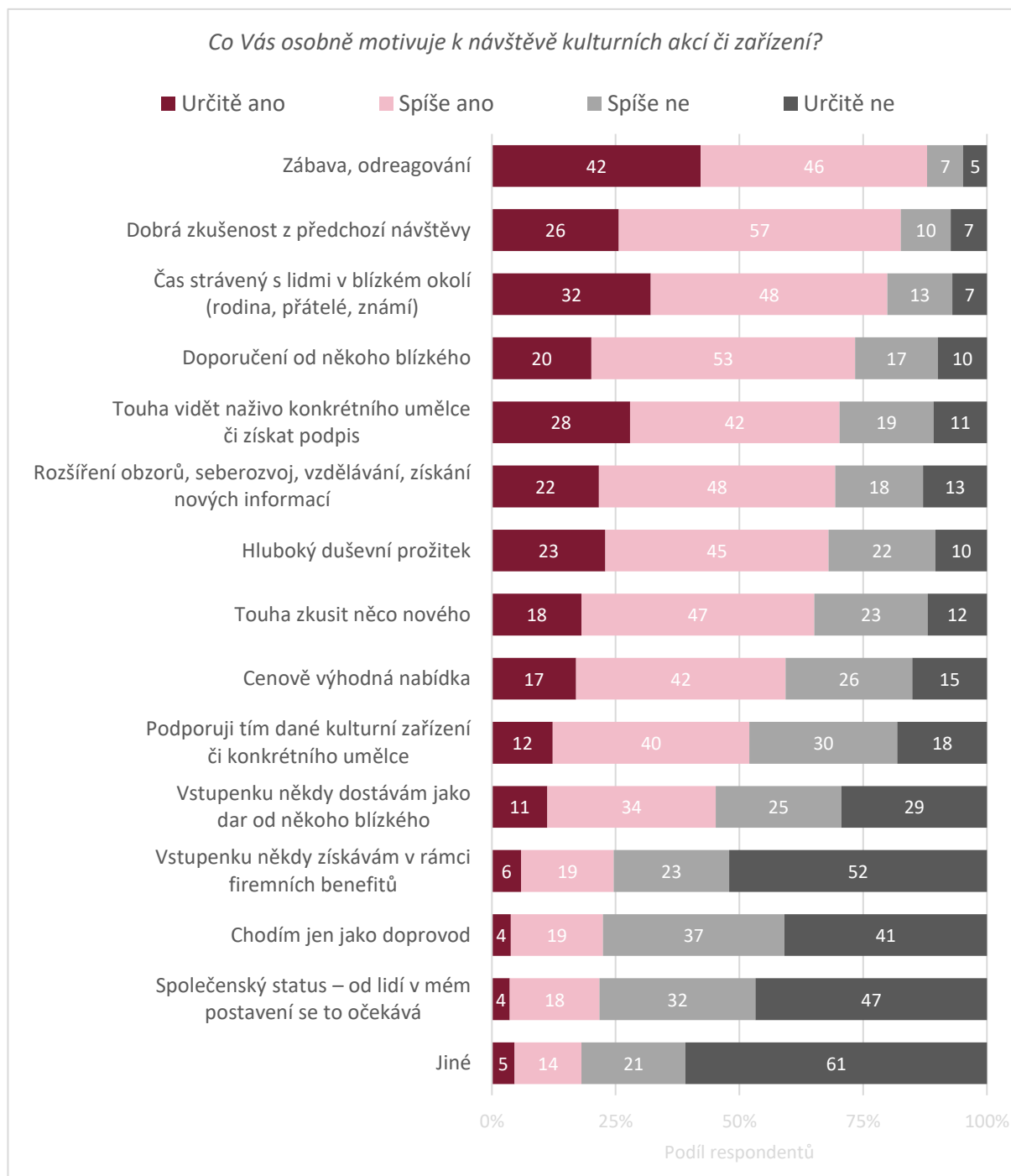
Tato kapitola se proto zaměřuje na analýzu motivací k návštěvě a na rozhodovací proces, který návštěvu doprovází. Součástí analýzy je i otázka vzrůstající popularity a možností navázaných na konzumaci kultury v domácím prostředí.

2.1 Motivace k návštěvě kulturních akcí a zařízení

- ❖ Nejčastější motivací k návštěvě kultury je pro Ostravany zábava a odreagování, kterou také nejsilněji akcentují. Následuje dobrá zkušenost z předchozí návštěvy a čas strávený s blízkými. Tato motivace je také druhou nejsilněji akcentovanou.
- ❖ Většinu motivací častěji deklarují ženy.

Nejvýraznějším motivátorem k návštěvě kulturní události je pro Ostravany **zábava či odreagování**, ta představuje motivaci pro 88 % (určitě + spíše ano). Zároveň také představuje nejsilněji akcentovanou motivaci (42 % určitě ano). Z pohledu provozovatelů kulturních zařízení je pak významné, že hned druhou nejčastěji uváděnou motivací je **dobrá zkušenost z předchozí návštěvy** (83 %). Třetí v pořadí je **čas strávený s lidmi v blízkém okolí** (80 %). V tomto případě jde zároveň o druhý nejvyšší podíl odpovědi určitě ano (32 %). Následuje doporučení od někoho blízkého (73 %), touha vidět naživo konkrétního umělce či získat podpis (70 %). Následují dvě internější motivace – rozšíření obzorů, seberozvoj, vzdělávání či získávání nových informací (70 %) a hluboký duševní prožitek (68 %). Do kategorie vnitřních motivací je možné zařadit i následující motivaci, tedy touhu zkusit něco nového (65 %). Následují položky, které naopak akcentují finanční aspekty nebo externí dopady. Příkladem může být cenově výhodná nabídka (59 %) nebo podpora daného kulturního zařízení (52 %). Dvě následující položky pak přímo reflektují příhodné získání vstupenek, ať už formou daru od blízké osoby (45 %) nebo, s odstupem, zisk vstupenky v rámci firemních benefitů (25 %). Na dvou posledních místech se pak umístily čistě externí motivace, tedy návštěva jako doprovod (23 %) a společenské očekávání okolí (22 %).

Graf 2.1: Motivace pro návštěvu kulturních zařízení



Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040).

Motivace k návštěvě kulturních událostí **nejsou zcela zásadně sociodemograficky podmíněny**. Prakticky všechny z nich jsou však častěji akcentovány **ženami**. Nejčastěji zmiňovaná zábava a odreagování tak tvoří klíčové motivátory napříč všemi sociodemografickými skupinami. Ženy ji udávají s vyšší mírou intenzity (určitě ano 45 %, +6 p.b.), **častěji ji akcentují také lidé v mladším**

středním věku (51 %, +14 p.b. oproti skupině 18 až 29 let) a **vysokoškoláci** (50 %, +12 p.b. oproti skupinám ZŠ a SŠ bez maturity).

V případě **dobré zkušenosti z předchozí návštěvy** jde opět o motivaci častěji pocítovanou **ženami** (určitě ano 30 %, + 9 p.b.). Napříč dalšími demografickými faktory nejsou patrné žádné výraznější rozdíly.

Vůbec **nejvýraznější genderově podmíněný rozdíl** je možné sledovat **u času stráveného s blízkými**, ať již s přáteli či s rodinou. Jako silnou motivaci tento faktor udává 39 % žen (+15 p.b.), určitě nebo spíše ano ji pak udává 86 % **žen** (+13 p.b.). Rozdíly napříč **věkem nejsou klíčové**, nejintenzivněji však tento faktor vnímá skupina **30-44 let** (37 %), určitě nebo spíše ji pak jako faktor nejčastěji uvádějí respondenti v nejmladší skupině 15-17 let, celkem 91 %, což je o 14 p.b. více než v nejstarší věkové skupině, kde je tento faktor akcentován nejméně.

Doporučení od někoho blízkého je významnější pro **mladší věkové skupiny a se vzrůstajícím věkem jeho význam klesá**. Za určitě motivující jej tak označuje 30 % 15-17 let, za určitě nebo spíše motivující pak 75 % z nich. V kategorii nad 60 let tento motivátor zmiňuje určitě 16 %, určitě nebo spíše ano pak 70 %. Vzdělání nehraje významnější roli.

Touha vidět naživo konkrétní umělce je pak kromě **žen** opět typičtější pro **nejmladší věkovou skupinu** (77 % určitě nebo spíše), nejsilněji však tuto motivaci udávají lidé ve věku **45-59 let** (32 %, ve skupině 15-17 let pouze 20 %). Vzdělání opět nepředstavuje významný faktor.

Lidé **s vyšším vzděláním** naopak **výrazně častěji zdůrazňují rozšíření obzorů, seberozvoj a vzdělávání**. Jako motivátor jej uvádí určitě 32 % vysokoškoláků, určitě nebo spíše pak 74 %. Naopak v nejslaběji zastoupené skupině SŠ bez maturity vidí tento faktor jako určitě důležitý 13 % a jako určitě nebo spíše důležitý celkem 63 %. Kromě vyššího významu tohoto faktoru pro **ženy** je pak možné konstatovat **nižší míru této motivace ve skupině nad 60 let a do jisté míry též v nejmladší věkové skupině**.

S věkem naopak jasně vzrůstá význam duševního prožitku, který je určitě motivující pro 10 % 15-17letých (určitě + spíše ano 57 %) ale pro plných 27 % lidí v kategorii nad 60 let (určitě + spíše ano 72 %). I zde je výrazný vyšší význam motivace pro **ženy**, **vzdělání** naopak **nehraje významnější roli**.

Touha zkusit něco nového častěji motivuje **mladší obyvatele** Ostravy ve věku 18-29 let (27 % určitě a 51 % spíše ano), **s věkem pak zájem o novinky klesá** (ve věku 60 a více, určitě ano 14 %, 43 % spíše ano), spíše ano také častěji uvádějí **základoškoláci**, jinak však vzdělání nemá výraznější vliv. I tento faktor silněji motivuje **ženy**.

Kromě mírně vyššího motivačního efektu na **ženy a základoškoláky** není **cenově výhodná nabídka zásadně sociodemograficky podmíněna**. Podpora **konkrétního kulturního zařízení či umělce** je pak o něco častěji významná pro **nejmladší věkovou skupinu**, ani tady však **nejdou rozdíly příliš významné**.

Vstupenka jako dar od blízkých je velice významný faktor při návštěvě kulturního zařízení pro **mladé a se vzrůstajícím věkem vliv tohoto faktoru klesá**. Jako motivaci ji určitě či spíše uvádí 68 % osob v kategorii 15-17 let, ale pouze 39 % v kategorii nad 60 let. Mírně častěji jde o osoby se **základním vzděláním a ženy**.

U **posledních třech dotazovaných položek** je pak naopak zajímavé, že je jako motivátory (při zohlednění možností určitě + spíše ano) mírně **častěji uvádějí muži**, byť jde často o rozdíl na úrovni statistické chyby. Zdá se však, že v případě mužů mohou být častěji rozhodující čistě **externí faktory**. Ve všech těchto položkách jde také o faktory, které jsou **nejvýznamnější pro skupinu 18-29 let**.

Pražané uváděli vesměs velice blízkou intenzitu jednotlivých motivací, **méně významná** pro ně však byla možnost **vidět naživo konkrétní umělce** (61 %, -10 p.b. oproti Ostravě). **Ostravané** naopak mírně častěji uváděli **touhu zkusit něco nového anebo naopak přiznávali, že chodí pouze jako doprovod** či že je **motivuje společenské očekávání**.

2.2 Rozhodování o účasti na kulturních akcích

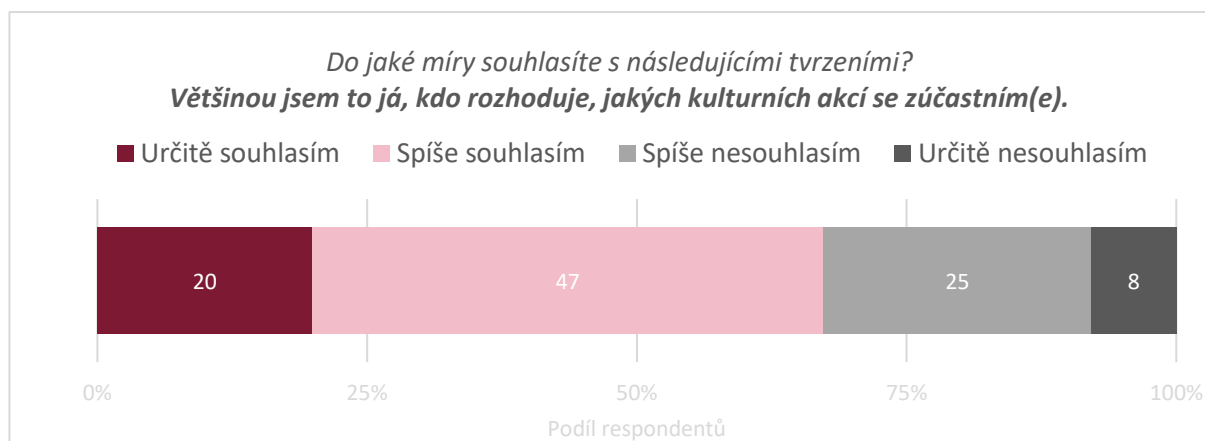
- ❖ Pětina Ostravanů se cítí jako ti, kteří určitě častěji rozhodují o návštěvách kulturních akcí, téměř polovina Ostravanů se pak cítí v této oblasti spíše aktivní.
- ❖ Do rozhodování o návštěvách kulturních akcí se tak aktivně cítí zapojeny dvě třetiny obyvatel Ostravy. Zároveň je z uvedených četností zřejmé, že lidé o návštěvách rozhodují společně.
- ❖ Třetina obyvatel naopak zůstává z aktivního rozhodování spíše vyloučena.

Dvacet procent Ostravanů se cítí jako ti, kteří **většinou rozhodují** o tom, jakých akcí se ať již sami nebo s partnerem, přáteli či rodinou zúčastní. Další **téměř polovina** (47 %) udává, že s tímto tvrzením **spíše souhlasí**. Za **spíše pasivní se označuje čtvrtina** (25 %) a **necelá desetina** (8 %) se pak označuje **za zcela pasivní**.

Je tak patrné, že o účasti na kulturních akcích tak v mnoha případech **rozhodují Ostravané kolektivně a následně se s daným rozhodnutím ztotožňují** a považují jej za vlastní. V Praze je v tomto směru situace podobná, ale podíl těch, kteří se považují za ty, kteří rozhodují „určitě“, je ve srovnání s Ostravou mírně vyšší (+4

p.b.). Ostravané tak svým způsobem častěji přiznávají vzájemnou součinnost při rozhodování.

Graf 2.2: Aktivita jednotlivců při výběru kulturní akce

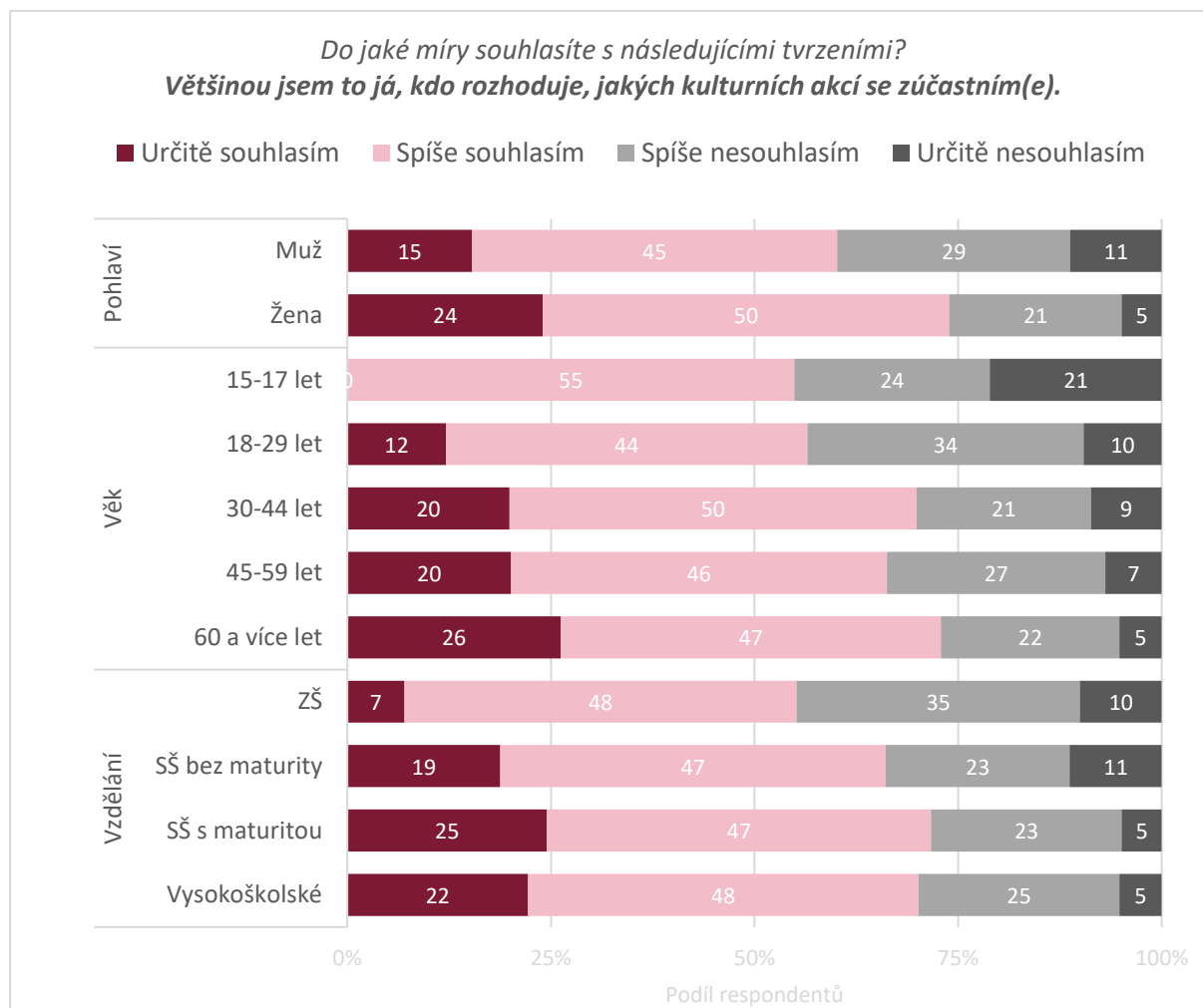


Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040).

Bližší pohled na sociodemografickou skladbu těch, kteří rozhodují o návštěvě kulturních akcí, je významný zejména vzhledem k zacílení propagačních akcí, jejichž cílem je podporovat návštěvy kulturních zařízení nebo konkrétní kulturní akce. Nabízí se zde přitom kombinace strategií, cílících jak na ty, kdo jsou tradičními nakupujícími, tak naopak snahy vtáhnout do rozhodovacího procesu a aktivněji zapojit ty skupiny Ostravanů, kteří dosud zpravidla zůstávají pasivní.

Z rozpadu je patrné, že při výběru akcí jsou **častěji aktivní ženy** (+9 p.b. určitě, +14 p.b. určitě + spíše). Vzhledem k věku je pak **v nejmladší věkové skupině nulový podíl těch**, kteří by sami sebe označili za ty, kteří **určitě častěji rozhodují** o tom, jakou kulturní akci navštíví. Více než polovina (55 %) však **souhlasí s tím, že spíše rozhodují**, což ukazuje na vysokou míru aktivního zapojení nejmladší věkové skupiny a lze ji tak z hlediska podpory kultury u mladých diváků a do budoucna považovat za pozitivní. Naopak mezi lidmi ve **věku nad 60 let je nejvyšší podíl těch, kteří udávají, že určitě rozhodují oni**. To je do jisté míry dáno tím, že kulturní akce častěji patrně **navštěvují sami**, jak lze usuzovat jednak ze složení domácností v této skupině, jednak vzhledem k bariérám, které tato skupina uvádí, kde 23 % udává, že skutečnost, že nemají s kým jít, jim velmi často brání v návštěvě kulturní akce (viz níže). Vzhledem ke vzdělání je pak patrný **nižší podíl rozhodujících ve skupině základoškoláků**. Ten může být do jisté míry podmíněn věkovým složením skupiny.

Graf 2.3: Zapojení jednotlivců při výběru kulturní akce podle sociodemografických vlastností



Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040).

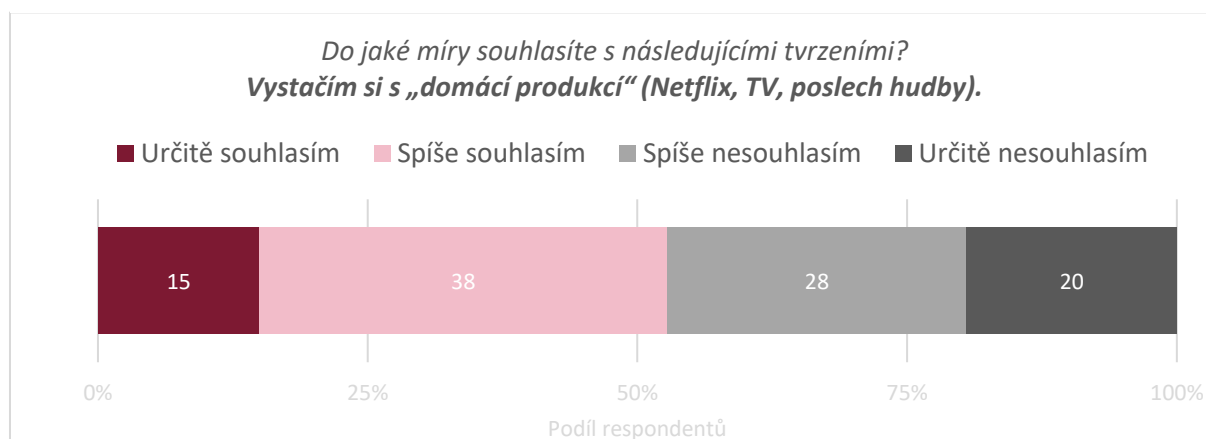
2.3 Konzumace kultury v domácím prostředí

- ❖ Z hlediska naplňování kulturních potřeb konzumací kultury v domácím prostředí lze Ostravany rozdělit zhruba na poloviny. V první polovině, která je domácími možnostmi spíše uspokojena, je pak zhruba šestina těch, kteří považují tyto možnosti za zcela dostačující. V druhé polovině Ostravanů, kteří domácími možnostmi uspokojeni nejsou, je celkem pětina těch, kteří naplnění kulturních potřeb v domácí m prostředí odmítají rozhodně.
- ❖ Domácí produkce je nejčastěji uspokojivá pro nejmladší věkové skupiny, se vzrůstajícím věkem pak naplnění kulturních potřeb v domácím prostředí klesá.

Vyšší je míra naplnění kulturních potřeb v domácím prostředí rovněž mezi základoškoláky.

Téměř **šestina Ostravanů** (15 %) se cítí ve svých kulturních potřebách **uspokojena** možnostmi, které poskytuje **domácí kulturní produkce**. Může jít o sledování filmů, ať již v televizi nebo na online platformách, nebo poslech hudby. Dalších 38 % se pak těmito možnostmi cítí **uspokojeno „spíše“**. **Více než pro polovinu Ostravanů** (53 %) je tak možnost **domácí produkce velice významnou součástí kulturního života**, která do značné míry naplňuje jejich kulturní potřeby. Důležitou roli zde může hrát zejména nízká vstupní bariéra pro konzumaci kultury v domácím prostředí, ať již z hlediska **časových možností**, tak z hlediska **finančních prostředků**. Klíčová je také **personalizace** tohoto obsahu. Druhá **polovina Ostravanů** (48 %) naopak vnímá tyto možnosti jako **nedostačující**. Přibližně **čtvrtina** (28 %) tuto možnost považuje za **spíše nedostačující**, **pětina** pak za **určitě nedostačující** (20 %). Situace je přitom prakticky totožná s Prahou.

Graf 2.4: Postoje Ostravanů k „domácí produkci“ (Netflix, TV, poslech hudby)



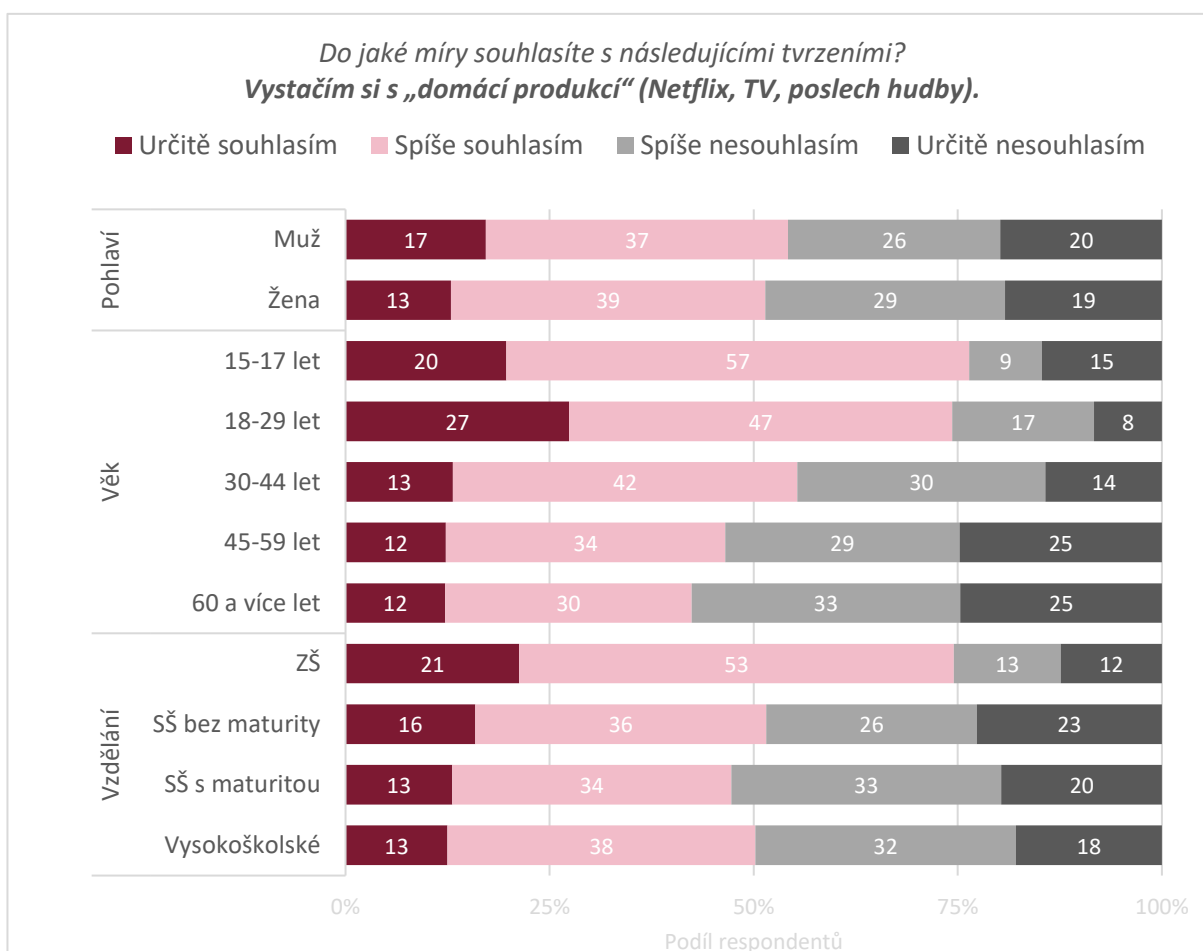
Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040).

Domácí kulturní produkce je mírně častěji **dostačující pro muže**, rozdíl však není příliš významný. Zajímavější jsou **rozdíly z hlediska věku**, kde je domácí produkce častěji uspokojivá pro **mladší věkové skupiny**. V nejmladší věkové skupině ji za **spíše** (47 %) nebo **určitě** (20 %) uspokojivou označuje celkem 77 %. V druhé nejmladší skupině pak celkem 74 %. Zároveň je zde nejvýraznější podíl těch, tedy více než čtvrtina (27 %), kteří ji takto vnímají s jistotou. Vysvětlení spočívá ve větší míře zájmu o **kulturní žánry**, které jsou **dosažitelné v rámci domácí produkce** a ve větší míře zájmu o **personalizovaný obsah**. K saturaci domácí produkce může také výrazně přispívat **vyšší dovednost v získávání a realizaci domácí produkce** na rozdíl od starších věkových skupin (např. dovednost ve vyhledávání hudby, filmů či seriálů,

schopnost je přehrát, předplatné odpovídajících platforem, dostupnost vhodného hardwarového vybavení atd.).

Podobně, vzhledem ke vzdělání, je výrazně vyšší míra saturace domácími kulturními možnostmi mezi lidmi **se základní školou**. Vzhledem ke složení vzorku je opět možné vysvětlení částečně navázat na vyšší zastoupení mladších respondentů v této skupině, významně je však tato preference podmíněna rovněž jiným spektrem žánrového zájmu, který je možný snadněji realizovat v domácím prostředí. V tomto směru zjištění odpovídá poznatkům z pražské studie.

Graf 2.5: Saturace kulturních potřeb v domácím prostředí podle socio-demografických vlastností



Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040).

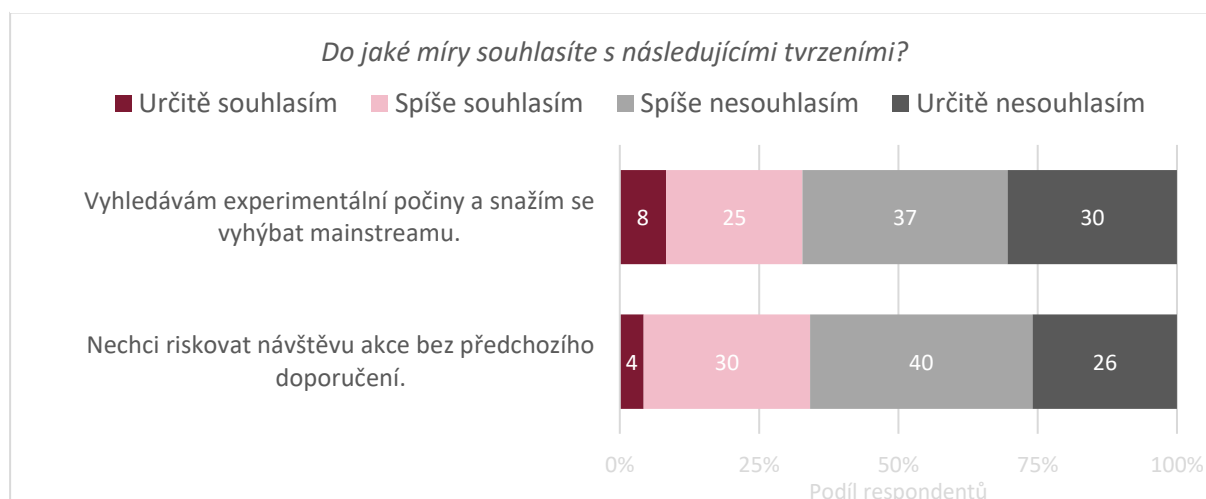
2.4 Prvek (ne)jistoty v kulturním chování

- ❖ Asi třetina Ostravanů vyhledává při návštěvách kultury experimenty a spíše se vyhýbá mainstreamu.
- ❖ Mezi Ostravany je však zároveň asi třetina těch, kteří vyžadují předchozí doporučení.
- ❖ Ve srovnání s Prahou je tak mezi Ostravany na jednu stranu větší ochota k experimentu. Část publika je však naopak více závislá na doporučení okolí.

Ostravané jsou **při výběru kulturních akcí celkem otevření**. O **experimentální počiny má zájem asi třetina** Ostravanů, rozhodně je vyhledává 8 % z nich, další čtvrtina (25 %) je pak takovým návštěvám „spíše“ nakloněna. **Dvě třetiny se naopak experimentům vyhýbají**, třetina (30 %) přitom s určitostí. V **pražské studii se k zájmu o experimenty přihlásila pouze necelá čtvrtina (24 %)** a jednoznačný zájem projevilo pouze 5 %.

Na stranu druhou v Ostravě je zároveň vyšší podíl těch, kteří **vsázejí na předchozí doporučení**. Návštěvu **bez předchozího doporučení**, ať již třeba od přátel či rodiny, rozhodně **nechce riskovat třetina (34 %)** z nich (v Praze 27 %), 4 % se k tomuto výroku přiklání rozhodně. Dvě třetiny naopak rády vyrazí i bez doporučení (66 %), čtvrtina se přitom k tomuto názoru přiklání jednoznačně (26 %).

Graf 2.6: Důležitost jistoty a očekávání při výběru a návštěvě kulturních akcí

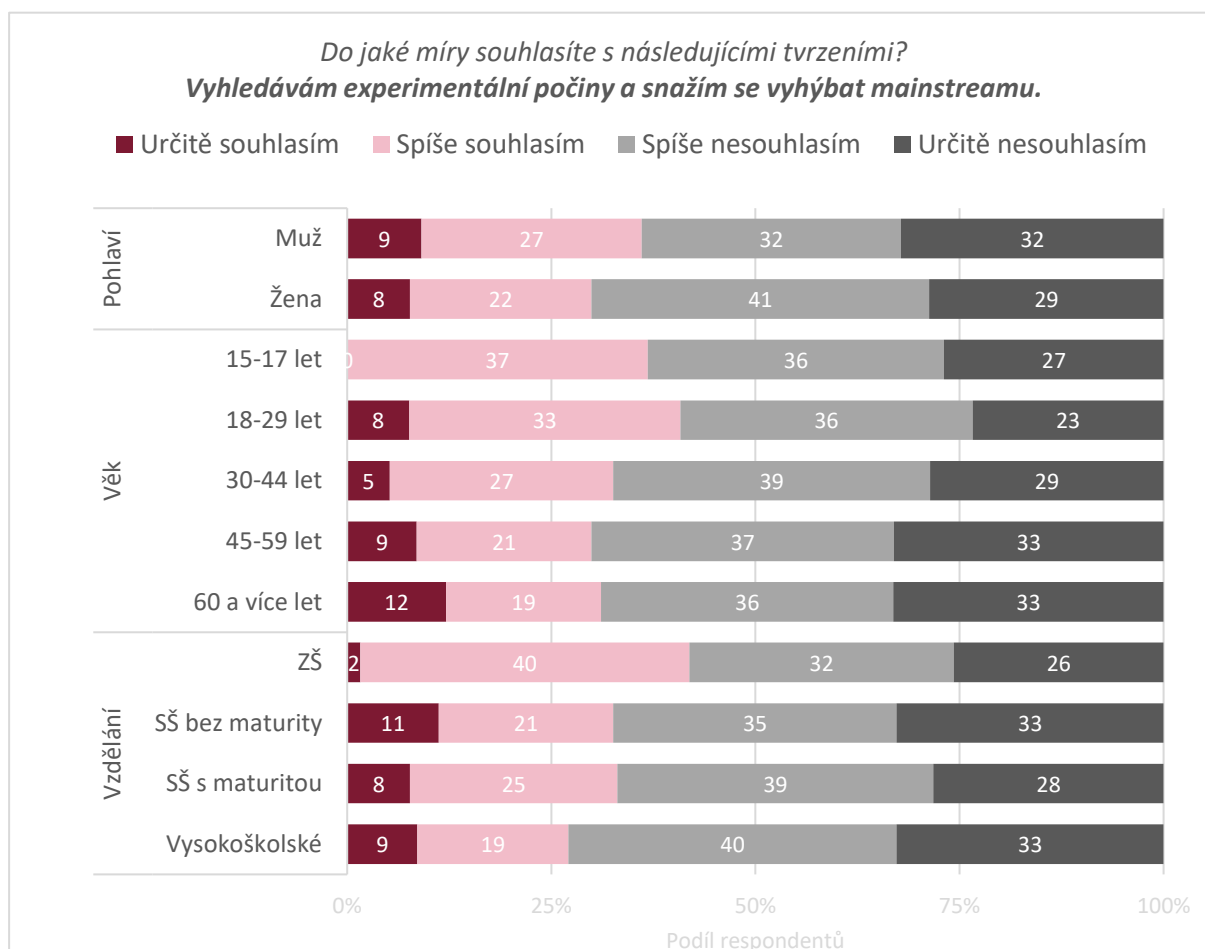


Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040).

Zájem o **experimentální počiny jeví mírně častěji muži**. Určitě nebo spíše s tímto tvrzením souhlasí 36 % mužů, ale pouze 30 % žen (+6 p.b.). Vzhledem k věku pak nejčastěji **experiment vyhledávají lidé ve věkové skupině 18 až 29 let**, kde

experimentální počiny určitě nebo spíše vyhledává celkem 41 %. Nejvyšší podíl těch, kteří se o tyto počiny **zajímají určitě**, je však ve věkové skupině **60 a více** (12 %). Vzhledem ke vzdělání pak platí, že **nejvyšší míra zájmu** o experimentální počiny je mezi **základoškoláky**. Zde se o tento typ akcí určitě nebo spíše zajímá 42 %. Zároveň je zde však nejméně těch, kteří mají o tento typ akcí zájem určitě (2 %). Mezi středoškoláky s maturitou je pak nejvíce těch, kteří se o experimenty zajímají určitě (11 %).

Graf 2.7: Preference experimentálních počínů mezi Ostravany podle socio-demografických vlastností

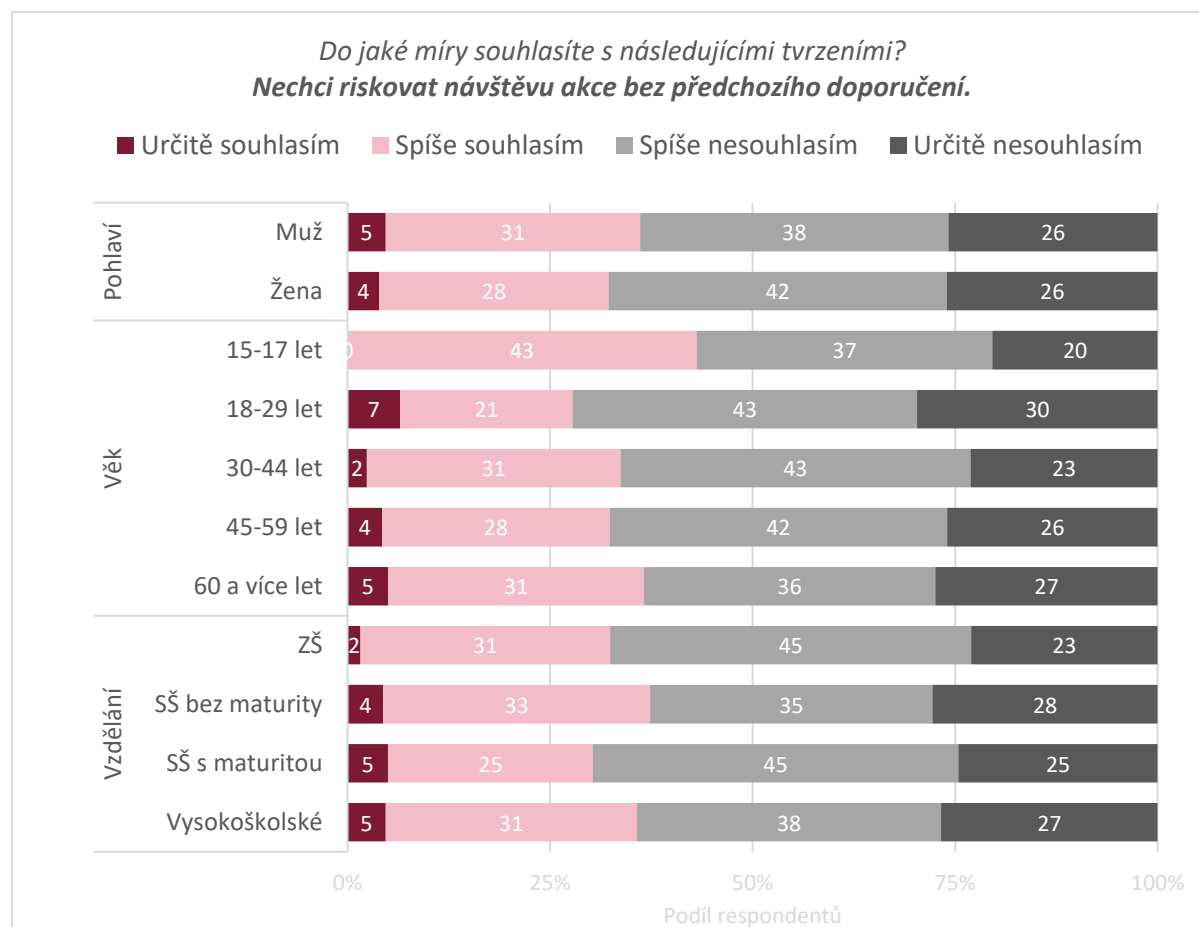


Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040).

Vzhledem k ochotě navštívit kulturní akci **bez předchozího doporučení** jsou o něco více **konzervativní muži**, kde 36 % z nich určitě nebo spíše souhlasí s tím, že nechce riskovat návštěvu bez doporučení (+4 p.b.). V tomto směru je zde situace srovnatelná s Prahou. V **nejmladší věkové skupině 15 až 17 let je nejvyšší podíl těch, kteří s tímto tvrzením souhlasí spíše (43 %)**. **Nejméně jsou pak na doporučení závislí lidé ve věku 18 až 29 let**, kde návštěvu bez doporučení nechce riskovat zhruba čtvrtina (28 %). Zároveň je zde však nejvyšší podíl těch, kteří doporučení **rozhodně vyžadují (7 %)**. Zajímavé přitom je, že v případě **Prahy míra závislosti**

na předchozím doporučení s věkem vzrůstala. Vzhledem ke vzdělání jsou na cizím doporučení nejvíce závislí **středoškoláci bez maturity** (37 %) a **vysokoškoláci** (36 %), neexistuje zde však jasný vzorec závislosti na věku.

Graf 2.8: Ochota navštívit kulturní akci bez předchozího doporučení podle socio-demografických znaků



Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040).

3 Informační zdroje

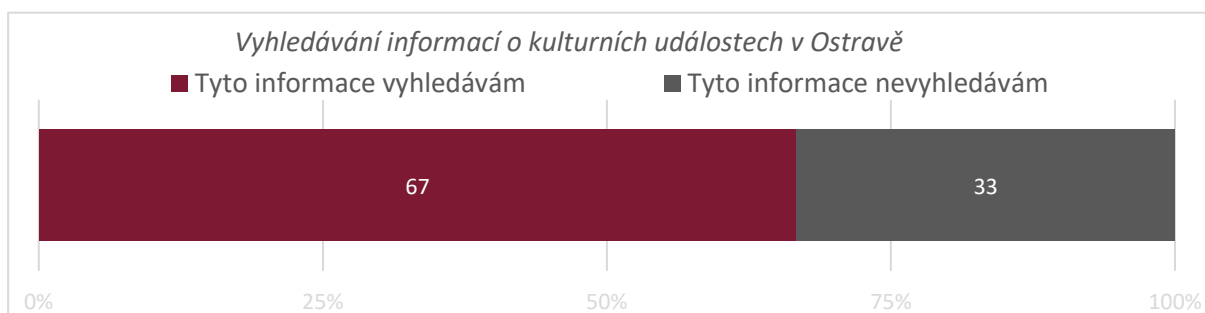
Důležitým předpokladem pro aktivní kulturní život je informovanost o kulturních akcích, které se ve městě odehrávají. Tato kapitola se tak zaměřuje na analýzu **zdrojů, které Ostravané využívají při hledání informací o kulturních akcích**. Na jedné straně mapuje v obecné rovině **typy zdrojů a platformy**, které jsou využívány, zvláště se pak zaměřuje na **zhodnocení dosahu a dopadu městského informačního portálu ostravainfo.cz**.

3.1 Vyhledávání informací o kulturních událostech

- ❖ Informace o kulturních událostech vyhledávají dvě třetiny Ostravanů.
- ❖ Nejčastější informační zdroj představují webové stránky konkrétních institucí či náhodné vyhledávání na internetu. Významné jsou též informace od rodiny či známých.

Dvě třetiny Ostravanů vyhledávají informace o kulturních událostech (67 %). Častěji jde o **ženy (71 %, +9 p.b.)**, **méně často** naopak o **nejmladší skupinu** respondentů, mezi kterými tyto informace vyhledává jen necelá polovina (47 %). Tyto informace pak také **méně často** hledají lidé **se základním vzděláním nebo s vyučením bez maturity (57 %, resp. 62 %)**, častěji pak lidé s maturitou či VŠ (75 %, resp. 68 %).

Graf 3.1: Vyhledávání informací o kulturních událostech v Ostravě



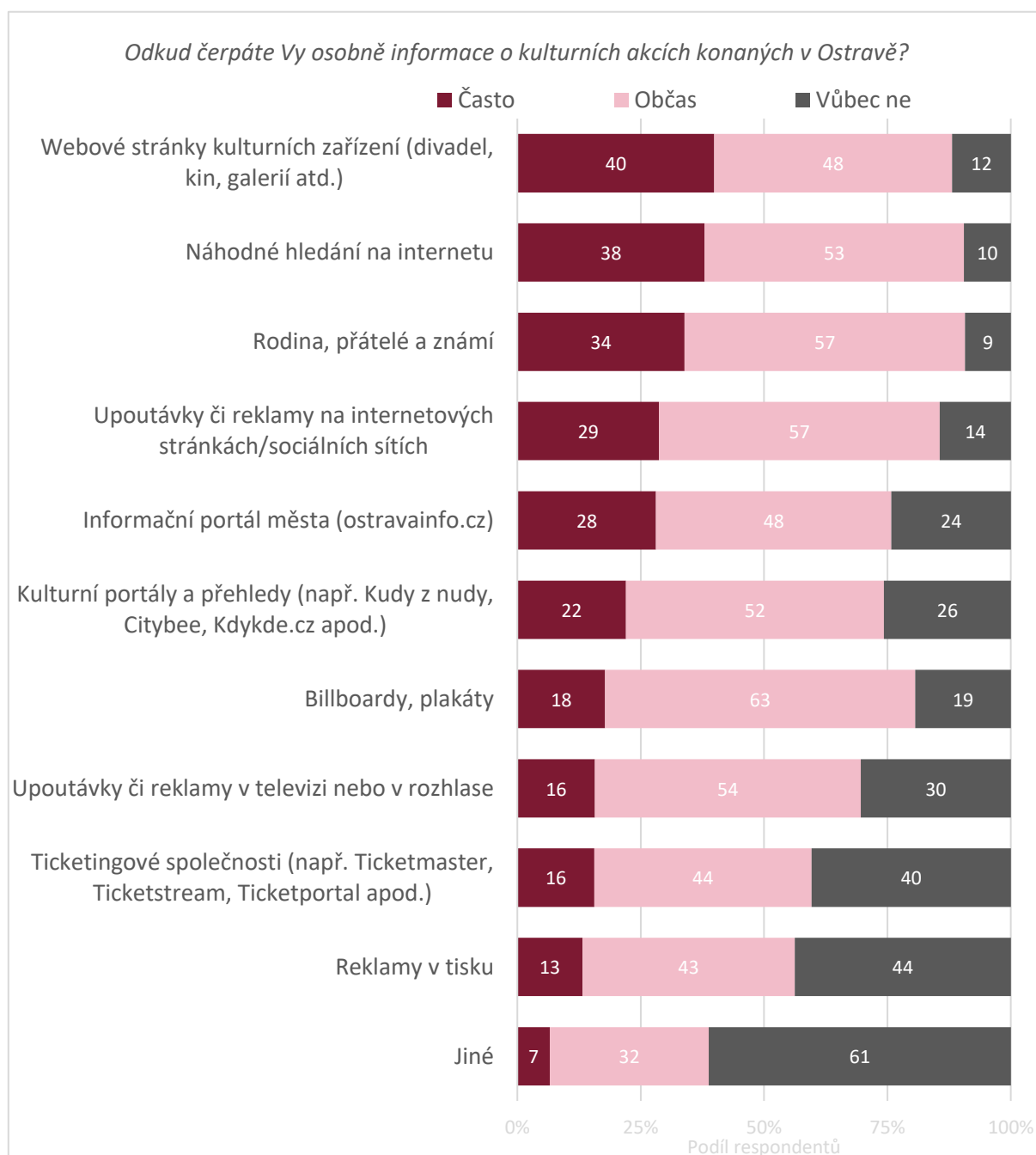
Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040).

Ostravané informace o kulturních akcích nejčastěji vyhledávají na **webových stránkách jednotlivých kulturních zařízení**, často tak činí 40 % z nich, dalších 48 % pak tyto stránky využívá alespoň občas. Podobně populární je i **náhodné hledání na internetu**, které více než třetina využívá často (38 %), občas tak činí ještě výraznější část než v případě první položky (53 %). Jen 10 % Ostravanů se tak k tomuto způsobu vyhledávání informací vůbec neuchyluje, vzhledem k dostupnosti internetu

v domácnostech a online gramotnosti je tak možné říci, že každý, kdo pracuje s internetem, jej alespoň občas využívá také k tomuto účelu. Více než třetina Ostravanů (38 %) také často **čerpá informace od rodiny nebo známých**, i zde je pak ještě výraznější podíl těch, ke kterým se tímto způsobem dostávají informace o kultuře alespoň občas. Pouze 9 % tak nepovažuje rodinu či přátele za zdroj tohoto typu informací. Dalším zdrojem v pořadí jsou pak **upoutávky na internetových stránkách nebo sociálních sítích**. Ty představují častý zdroj informací pro více než čtvrtinu Ostravanů (29 %), dále je více než polovina využívá alespoň občas (57 %). Na dalším místě se umístil **informační portál města ostravainfo**. Ten často využívá stále **více než čtvrtina Ostravanů** (28 %) a další **polovina jej pak využívá alespoň občas** (48 %). Naopak čtvrtina obyvatel města s tímto portálem vůbec nepracuje (24 %). Následují rozličné **kulturní portály** (22 % často, 52 % občas). V případě **billboardů a plakátů** (18 % často) je pak opět specifický vysoký podíl těch, kteří je jako zdroj využívají občas (52 %). Příčinou bude velmi pravděpodobně jejich prostá přítomnost ve veřejném prostoru. Na další příčce stojí **upoutávky v televizi či rozhlase** (16 % často, 54 % občas), **ticketingové společnosti** (16 % často, 44 % občas) a nakonec **reklamy v tisku** (13 % často, 43 % občas).

Mezi další zdroje, které respondenti uvedli v otevřené otázce a které se obsahově nepřekrývají s nabízenými možnostmi, pak byly zmíněny časopisy Program a PRIO, tiskoviny vydávané městskými částmi (Poruba, Jižní listy) nebo přímo radnicí (Ostravská radnice), případně informační centrum města.

Graf 3.2: Typy informačních zdrojů využívaných Ostravany pro vyhledávání informací o kulturních akcích



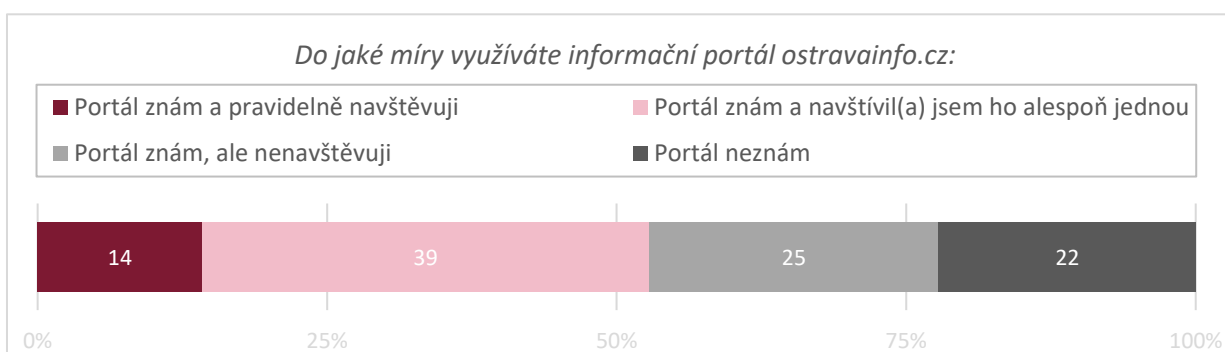
Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 689).

3.2 Informační portál ostravainfo.cz

- ❖ Informační portál města ostravainfo.cz znají více než tři čtvrtiny obyvatel. Necelá šestina jej navštěvuje pravidelně.
- ❖ Portál častěji využívají ženy a jeho znalost také vzrůstá s věkem.
- ❖ Čtvrtina Ostravanů pak udává, že v minulém roce na základě informací z tohoto portálu navštívila nějakou kulturní akci.

Informační portál města **ostravainfo.cz** znají více než tři čtvrtiny obyvatel **Ostravy** (78 %). **Pravidelně** ho však navštěvuje **necelá šestina** Ostravanů (14 %), další **dvě pětiny** (39 %) jej pak **navštívily alespoň jednou**, **čtvrtina** Ostravanů pak portál sice **zná, ale nenavštěvuje** (25 %). **Pětina** Ostravanů pak o portálu **neví** (22 %).

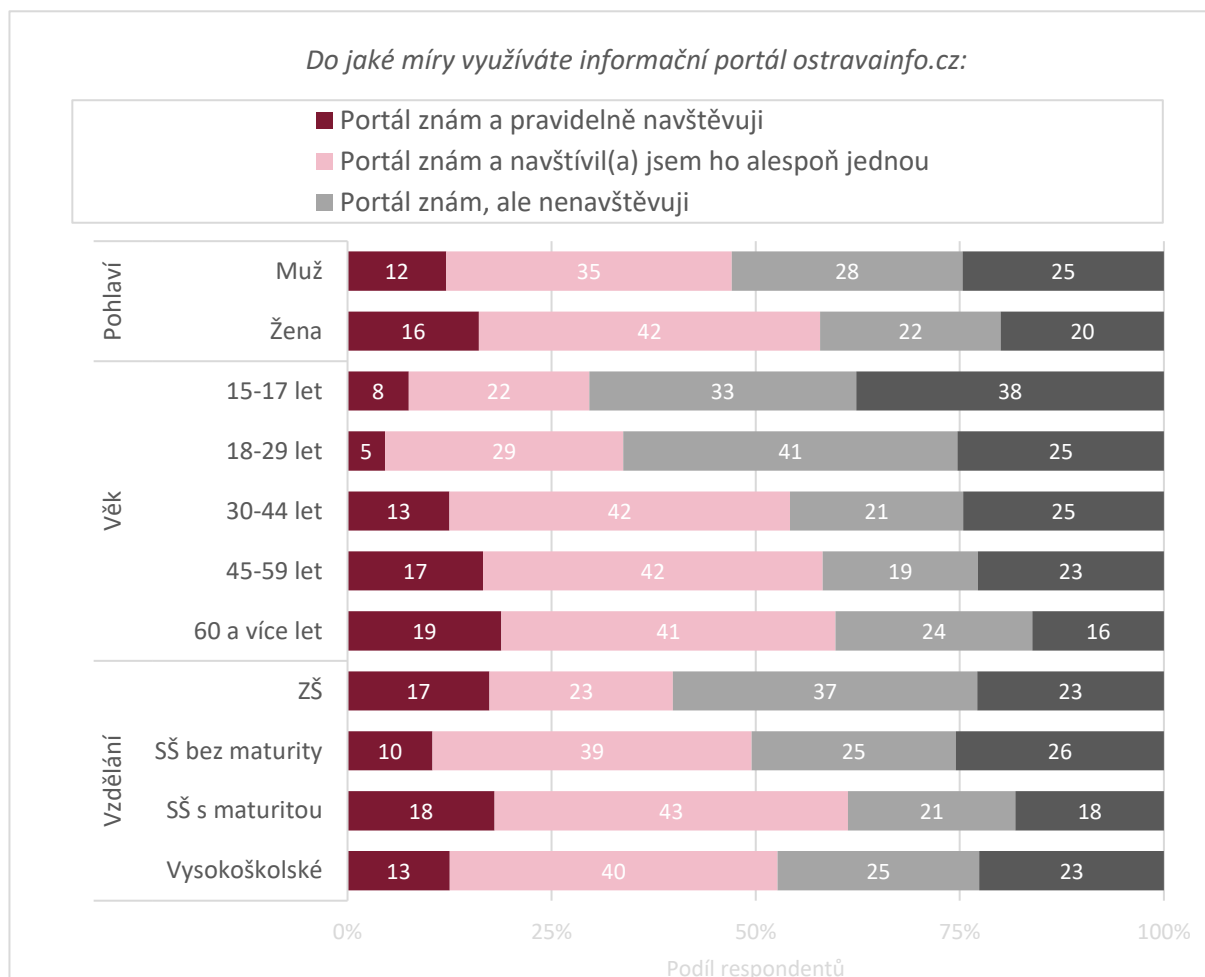
Graf 3.3: Znalost a míra využití informačního portálu ostravainfo.cz



Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040).

Znalost portálu je častější mezi **ženami**. Portál zná a alespoň někdy ho navštívilo 58 % z nich, ale jen 47 % mužů. **Znalost**, ale i pravidelná **návštěvnost pak také zřetelně stoupá s věkem**. Zatímco ve věkové skupině 15-17 let portál minimálně jednou navštívila necelá třetina (30 %), v kategorii nad 60 let je to dvojnásobek (60 %), plná pětina (19 %) přitom portál navštěvuje pravidelně. Nejvyšší míru znalosti, ale i aktivní návštěvnosti pak deklarují Ostravané **s maturitním vzděláním**. Portál pravidelně navštěvuje téměř pětina z nich (18 %) a další dvě pětiny (43 %) jej pak navštívily alespoň jednou.

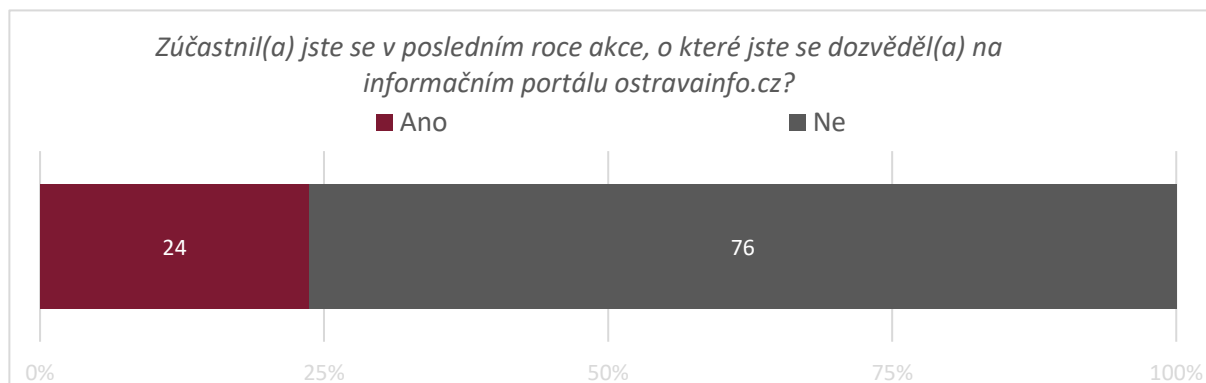
Graf 3.4: Znalost a míra využití informačního portálu ostravainfo.cz dle sociodemografických faktorů



Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040).

Čtvrtina Ostravanů pak udává, že se **v posledním roce na základě informací získaných na portále ostravainfo.cz zúčastnila konkrétní kulturní akce** (24 %). Je tak možné říci, že jde téměř o polovinu z těch, kteří portál alespoň příležitostně navštěvují.

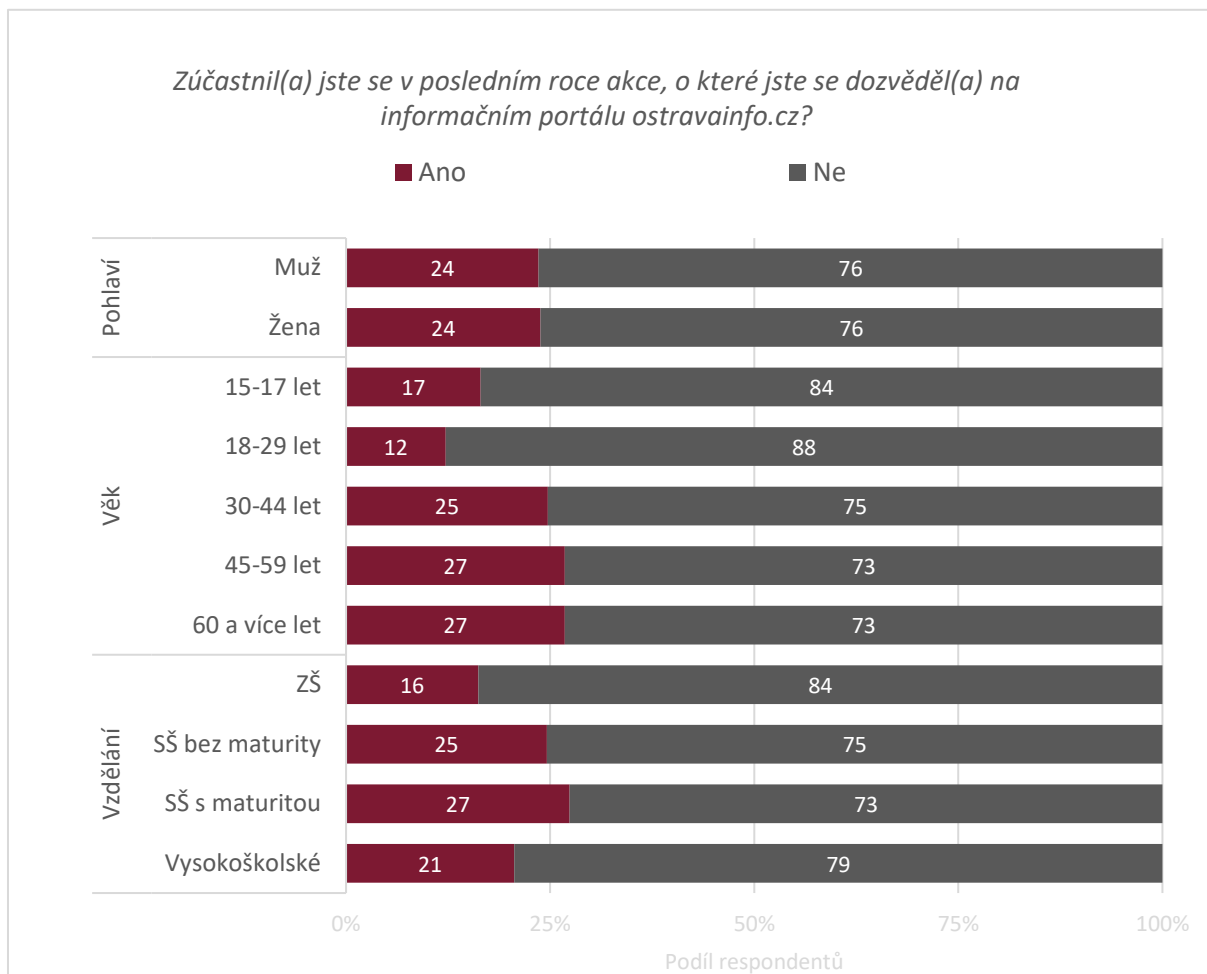
Graf 3.5: Účast na kulturní akci na základě informací získaných na portále ostravainfo.cz



Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040).

Míra **účasti na konkrétní akci na základě informací z daného portálu přitom kopíruje míru znalosti, resp. návštěvnosti tohoto portálu**. Výjimku tvoří pouze **setření rozdílu mezi muži a ženami**. Vysvětlením může být buď mírně menší schopnost portálu oslovit nabídkou ženské publikum, ale také odlišný přístup k užívání internetu. Muži by v takovém případě mohli být ve svém vyhledávání více zacílení na nalezení konkrétní akce v případě, že jsou již zcela rozhodnutí někam vyrazit, zatímco ženy by mohly hledat širší spektrum informací a primárně se snažit získat širší obrázek o dostupných možnostech. Interpretace však není jednoznačná.

Graf 3.6: Účast na kulturní akci na základě informací získaných na portále ostravainfo.cz dle sociodemografických vlastností



Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040).

4 Kulturní chování Ostravanů

Mapování kulturního chování se zabývalo otázkou návštěvnosti různého typu kulturních akcí a institucí a jejich četností. Při mapování kulturního chování je třeba akcentovat, že **udávaný zájem o jednotlivé kulturní oblasti se v praxi nemusí přímo propsat do skutečného kulturního chování**. Kulturní chování je podmíněno **vnějšími faktory**, jako může být **nabídka akcí**, které spadají do oblasti zájmu jednotlivce, či jejich **dostupnost pro konkrétního návštěvníka**, ať již vzhledem k finančním faktorům nebo nejrozličnějším dalším bariérám. Kulturní chování podmiňují významně také **vnitřní faktory**, kdy potenciální návštěvník z vlastních pohnutek dané akce v Ostravě nevyhledává, jeho zájem o danou kulturní oblast může být například spíše **pasivní**, nebo svůj zájem realizuje například **prostřednictvím domácí projekce** atd.

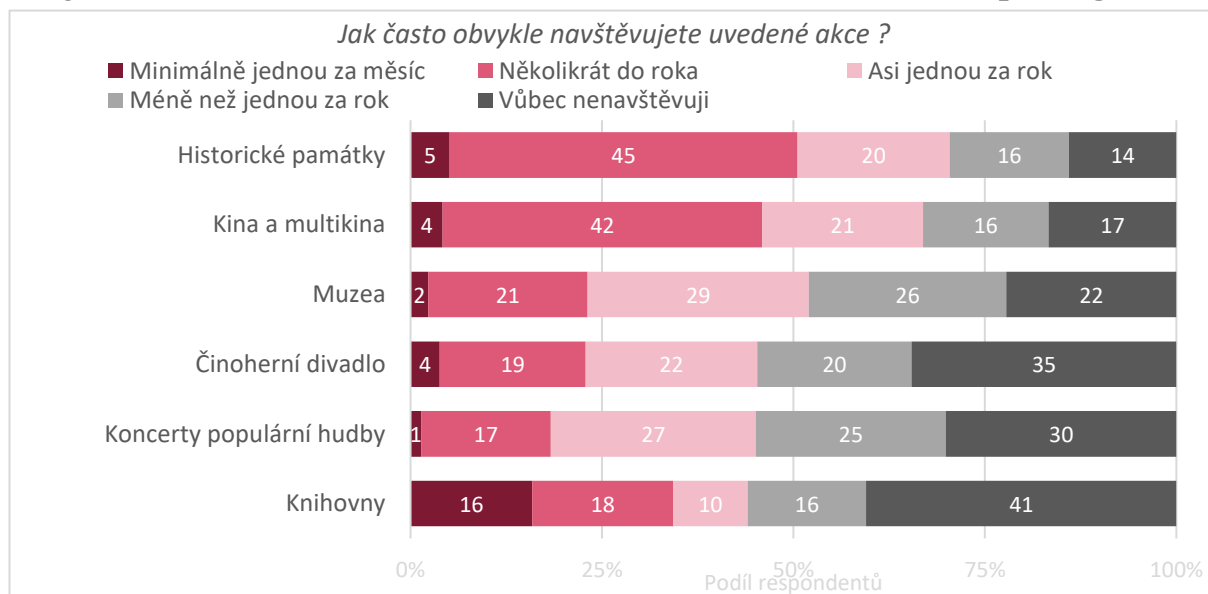
Tato kapitola mapuje četnost a zájmovou šíři, s jakou Ostravané navštěvují rozličné typy kulturních událostí a institucí.

- ❖ Ostravané nejčastěji navštěvují historické památky, následují kina, muzea a činohra.
- ❖ Knihovny pak vykazují nejvyšší podíl častých návštěvníků, kteří sem zavítají alespoň jednou měsíčně.
- ❖ Výrazné kulturní události, jako je v případě Ostravy festival Colours of Ostrava, značně formují podobu kulturního života a četnost návštěvnosti daného typu kulturní aktivity.
- ❖ Ve srovnání s Prahou je zajímavá nižší míra návštěvnosti některých nejpopulárnějších kategorií kulturních aktivit, a naopak vyšší šíře zájmu o relativně vysoký podíl méně populárních typů kulturního vyžití. Ostravské publikum je patrně mladší a v této návaznosti vyhledává odlišné typy kulturního vyžití.

Největší podíl Ostravanů, tedy o něco více než dvě třetiny (70 %), **zavítá alespoň jednou do roka do některé z historických památek**, následují **kina a multikina**, které navštíví alespoň jednou ročně dvě třetiny Ostravanů (67 %), třetí v pořadí jsou **muzea** (52 %). Následují **činoherní divadla** (45 %) a **koncerty populární hudby** (45 %). Velmi **specifickou kategorií představují knihovny**, ty alespoň jednou ročně navštíví 44 %. Vykazují však ze všech dotazovaných typů jednoznačně **nejvyšší intenzitu návštěvnosti**, třetina Ostrava (34 %) do nich zavítá několikrát ročně, avšak plná šestina (16 %) sem chodí několikrát do měsíce. Další kategorii s takto vysokou intenzitou návštěv představují až historické památky, do kterých několikrát měsíčně ale zavítá pouze 5 % Ostravanů.

V pořadí popularity jednotlivých typů kulturních událostí si tak Ostrava stojí velice podobně jako **Praha**, pouze s tím rozdílem, že v Praze se těší **menší přízni koncerty populární hudby**, a naopak **pro ostatní vedoucí kategorie** kulturního vyžití jsou v Praze udávané **četnosti většinou vyšší**. **Mimo** oblasti kulturního vyžití, které se **umístily na prvních místech, jsou však četnosti návštěv pro další typy kulturních aktivit zpravidla vyšší v Ostravě**.

Graf 4.1: Celková četnost a intenzita návštěv kulturních akcí – vedoucí položky



Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040).

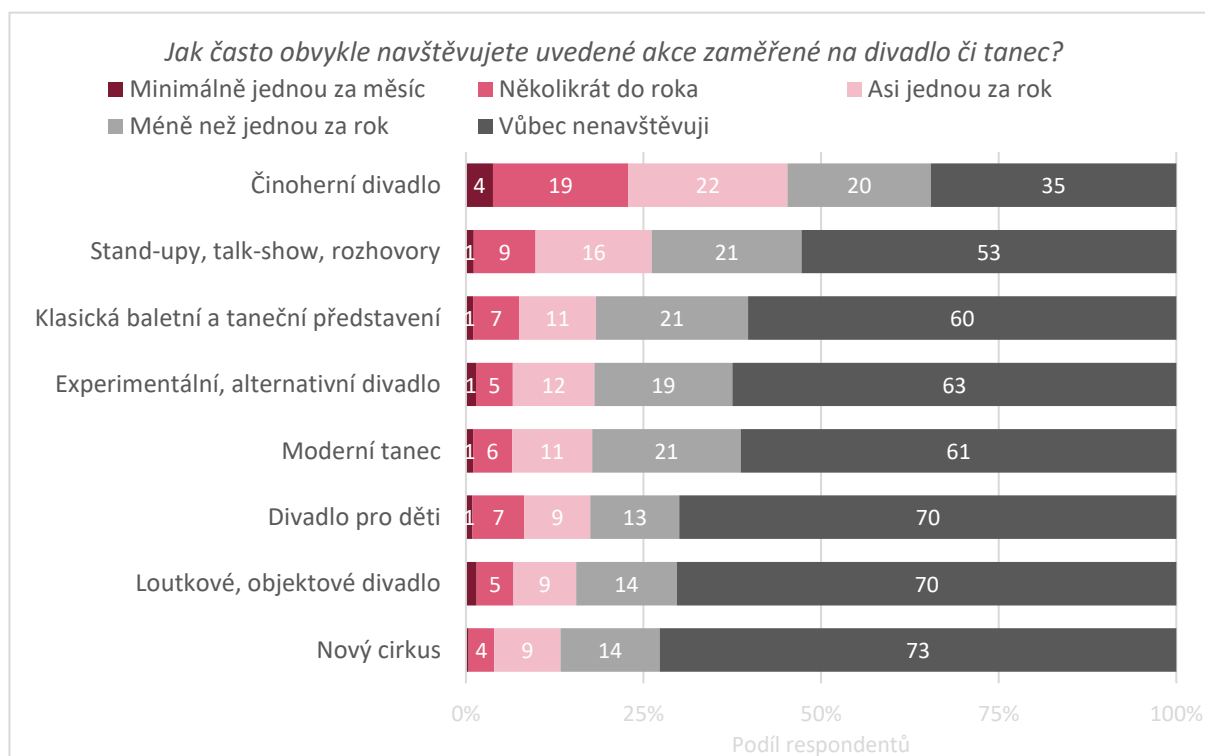
4.1 Divadlo a tanec

Vzhledem k jednotlivým oblastem kulturního života je možné konstatovat, že v oblasti zaměřené na **divadlo a tanec** se nejvyšší návštěvnosti těší **čínohra**. Alespoň jednou ročně ji navštěvuje téměř polovina (45 %) Ostravanů. Čtyři ze sta Ostravanů do ní dokonce zavítají minimálně jednou za měsíc. Tím se činohra řadí na druhé místo v intenzitě návštěvnosti. V četnosti návštěv následují **stand-upy, talk-show či rozhovory**, které alespoň jednou ročně navštíví čtvrtina (26 %) Ostravanů, dále pak **klasická baletní a taneční představení**, kam ročně zavítá pětina obyvatel Ostravy (19 %). Následuje experimentální či alternativní divadlo (18 %), moderní tanec (18 %), divadlo pro děti (17 %), loutkové nebo objektové divadlo (16 %) a na posledním místě nový cirkus (13 %).

Ve srovnání s **Prahou** je patrná zejména **nižší intenzita návštěvnosti činohry** (-10 p.b.). V ostatních kategoriích je však **intenzita návštěvnosti ze strany Ostravanů vyšší** – stand-upy a talk show (+6 p.b.), loutkové nebo objektové divadlo (+7 p.b.), moderní tanec (+4 p.b.), nový cirkus (+4 p.b.), nebo stejná – balet (0 p.b.).

jako v Praze. Mezi Pražany je přitom zcela stejný podíl těch, kteří dané instituce navštěvují s intenzitou jednou do měsíce.

Graf 4.2: Četnost návštěv akcí zaměřených na divadlo a tanec



Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040).

Ze sociodemografického hlediska je možné říci, že mezi těmi, kdo navštěvují **činohru** alespoň jednou měsíčně, je více **žen** (+2 p.b.), naopak mezi ve věkové skupině **15-17 let a 18-29 let je výrazně vyšší podíl těch**, kteří na činoherní představení **vůbec nechodí** (63 %, resp. 51 %), Naopak ve skupině 45-59 let je těchto lidí pouze 29 % a v nejvyšší věkové skupině pak pouze necelá čtvrtina (24 %). Silný vliv pozorujeme i v případě **vzdělání**, 60 % **základoškoláků** a 40 % lidí **se středoškolským vzděláním bez maturity činohru vůbec nenavštěvuje**, naopak mezi maturitně vzdělanými je to jen něco přes čtvrtinu (27 %) a mezi vysokoškoláky pak pouze pětina (20 %).

V případě **stand-upů a talk show** je hlavní zájem mezi **mladšími diváky** ve věku 18-29 let (38 % alespoň jednou ročně) a 30-44 let (35 % alespoň jednou ročně), naopak lidé nad 60 let tento žánr příliš nevyhledávají. Vůbec jej nenavštěvují téměř dvě třetiny (62 %, +20 p.b. oproti skupině 30-44 let).

Balet láká častěji **ženy**, byť se mnoho z nich řadí spíše do kategorie občasných návštěvnic. Mezi muži baletní či taneční představení vůbec nenavštěvuje 71 %, mezi ženami je to pouze 50 %. Stejně tak je **nižší podíl těch, kteří tato představení**

vůbec nenavštěvují mezi středoškoláky s maturitou (56 %) a vysokoškoláky (53 %, ZŠ: 67 %). Stejná genderová závislost je pak platná i v případě **moderního tance**, který **vůbec nenavštěvují více než dvě třetiny mužů (68 %)** a jen více než polovina žen (56 %).

Vyšší podíl **žen** je i mezi návštěvníky **dětských divadelních představení** – alespoň někdy je navštíví 35 % žen, ale jen 25 % mužů. V tomto případě je možné hledat vysvětlení v přetrvávajících vzorcích **péče o děti**. Péče o děti také **vysvětluje nižší podíl návštěvníků ve věkových kategoriích od 45 a nad 60 let**, kde tento typ představení nenavštěvuje 75 %, resp. 79 %. Tento vzorec pak opět **platí i pro loutkové a objektové inscenace**, které jsou často zaměřeny rovněž na dětské diváky. Zde se struktura návštěvnosti drží na zcela srovnatelných hodnotách.

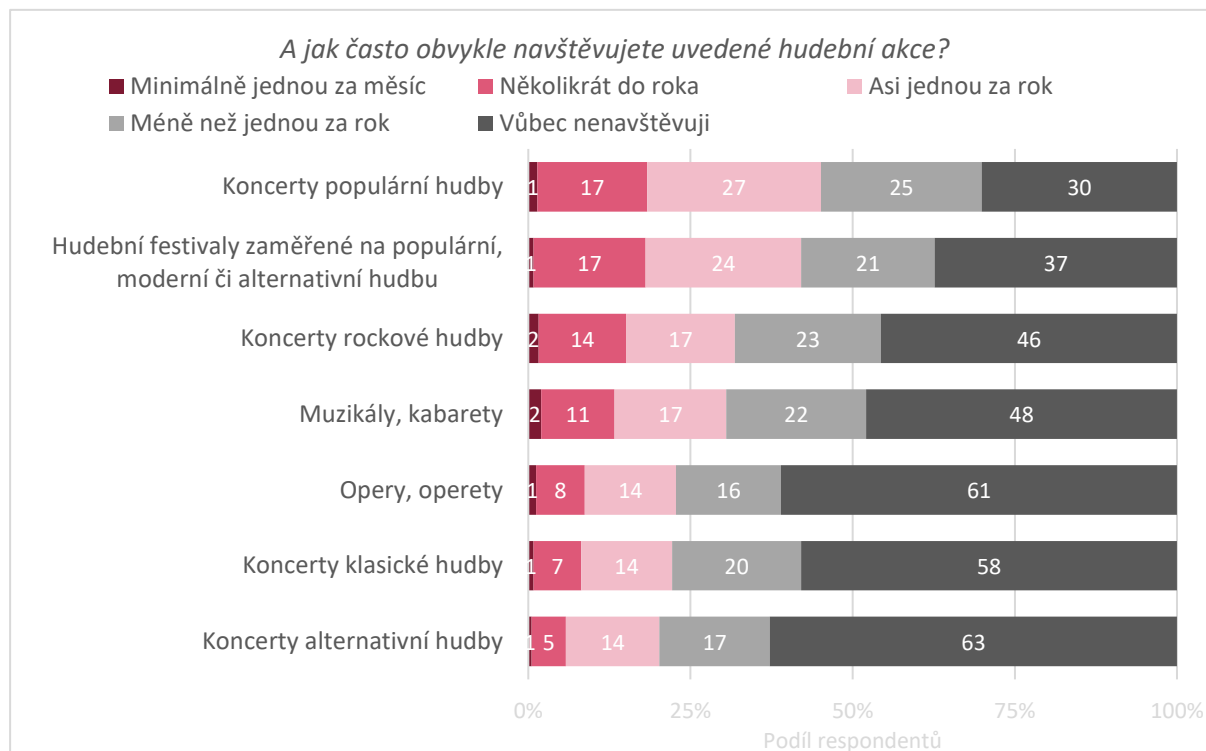
V případě **nového cirkusu** pak s výjimkou mírně vyšší návštěvnosti ve věkové kategorii 30-45 let a naopak vyššího podílu těch, kteří akce nenavštěvují v kategorii nad 60 let (79 %), nejsou výraznější sociodemografické závislosti.

4.2 Hudba

V kategorii **hudebních akcí** vyhledávají Ostravané nejčastěji **koncerty populární hudby**, jednou do roka nějaký navštíví téměř polovina (45 %), následuje návštěva **hudebních festivalů zaměřených na populární nebo moderní hudbu (42 %)**, **koncerty rockové hudby (33 %)**, **muzikály a kabarety (30 %)**, **opery a operety (23 %)**, **koncerty vážné hudby (22 %)** a na posledním místě pak **koncerty alternativní hudby (20 %)**.

Ve srovnání s **Prahou** reportuje návštěvnost všech dotazovaných typů hudebních událostí s intenzitou jednou do roka **větší nebo stejný podíl Ostravanů**. Výjimku tvoří **pouze koncerty vážné hudby**, které ročně navštíví o 4 p.b. méně Ostravanů než Pražanů. **Hlavní rozdíl pak představuje zejména návštěvnost hudebních festivalů zaměřených na populární hudbu**, ty ročně navštíví o 11 p.b. více Ostravanů než Pražanů. Vysvětlení lze hledat jednak v celkově **mladší struktuře publika v Ostravě** – napříč studií je patrné, že mladí jsou kulturně aktivnější a vyhledávají žánry odpovídající generačnímu vkusu, zatímco starší lidé v Ostravě jsou naopak v kulturním chování rezervovanější – jednak ve výrazném lokálním fenoménu v podobě **Colours of Ostrava**.

Graf 4.3: Četnost návštěv hudebních akcí



Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040).

Vzhledem k sociodemografickým faktorům **neexistují v případě koncertů populární hudby zásadní rozdíly**, lze však předpokládat odlišnost na úrovni konkrétních žánrových preferencí.

Hudební festivaly jsou doménou **mladých a s věkem jejich popularita přímo klesá**. Minimálně jednou do roka je navštíví tři čtvrtiny Ostravanů ve věku 15-17 let (74 %), více než polovina (58 %) 18-29 letých, polovina (53 %) lidí v mladším středním věku, dvě pětiny ve věku 45-59 let (39 %) a pouze čtvrtina lidí nad 60 let (24 %). V nejmladší skupině je zároveň nejvíce těch, kteří udávají intenzitu návštěv jednou do roka (42 %), ve skupině 18-29 let pak těch, kteří festivaly navštěvují několikrát ročně (32 %).

Koncerty rockové hudby jsou častěji doménou **mužů**. Alespoň někdy je navštíví 60 % z nich, ale pouze polovina žen (49 %). Na tyto koncerty chodí zejména lidé ve **starším středním věku**, alespoň jednou do roka na ně zavítá 38 %. Tento žánr naopak nejméně oslovuje Ostravany nad 60 let – zde ročně koncert navštíví necelá čtvrtina (24 %).

Opačné jsou genderové preference v případě **muzikálů a kabaretů**, ty alespoň někdy navštíví více než polovina **žen** (58 %), ale jen necelá polovina mužů (46 %). Mezi ženami je pak také výrazněji zastoupen segment těch, které tyto akce navštěvují

několikrát do roka (15 %, muži 7 %). Vzhledem k věku neexistuje žádný statisticky významný vzorec, ve vztahu ke vzdělání pak platí, že tyto akce častěji vůbec **nenavštěvují základoškoláci** (58 %, + 14 p.b. oproti VŠ).

Podobná je i situace v případě **oper a operet**, na které alespoň někdy zavítá 44 % **žen**, ale pouze 33 % mužů. Tento typ akcí **nejméně často navštěvují lidé ve věku 18-29let**, 71 % z nich je nenavštěvuje vůbec. Naopak **nejpopulárnější jsou opery a operety mezi seniory**, alespoň někdy je navštíví téměř polovina z nich (46 %). Zájem o ně nejvíce rovněž základoškoláci, více než tři čtvrtiny (77 %) opery a operety nenavštěvují vůbec. Naopak nejvyšší je alespoň občasná návštěva tohoto typu akcí mezi **vysokoškoláky**, těch, kteří je nenavštěvují vůbec, je o celou čtvrtinu méně (-25 p.b., tj. 52 %).

Vzdělání je, na rozdíl od věku a pohlaví, rovněž **určující pro návštěvnost koncertů vážné hudby. S vyšším vzděláním vzrůstá i míra a intenzita návštěvnosti koncertů.** Mezi základoškoláky tak alespoň někdy na koncert vážné hudby zavítá pouze 30 %, mezi vysokoškoláky plná polovina (52 %).

V případě **alternativní hudby** se rozdíly projevují zejména v intenzitě občasných návštěv, protože daný typ akcí není tak často vyhledáván. Rozdíl je patrný mezi muži a **ženami**, kteří daný typ akcí navštěvují méně než jednou za rok, mužů je v této skupině 13 %, zatímco žen 21 %. Roli hraje také věk, ve skupinách **18-29 let a 30-44 let je vyšší podíl těch**, kteří daný typ akcí navštěvují **asi jednou za rok** (24 %, resp. 19 %, + 16 p.b. resp. 11 % oproti věkové skupině 45-60 let).

4.3 Kulturní akce

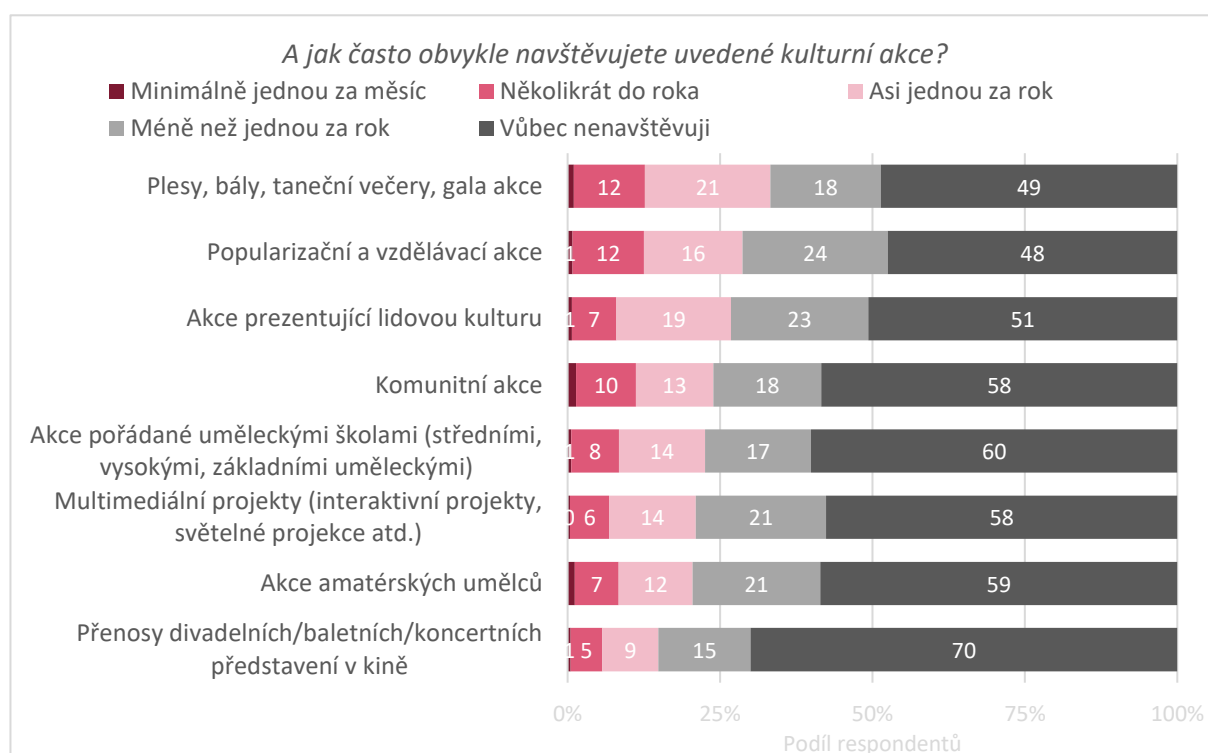
V případě **kulturních akcí** mezi Ostravany vede návštěva **plesů, tanečních akcí a gala večerů**, alespoň jednou ročně takovou akci navštíví třetina z nich (33 %). Následují **popularizační a vzdělávací akce** (29 %), prezentace **lidové kultury** (27 %), **komunitní akce** (24 %), **akce uměleckých škol** (23 %), **multimediální projekty** (21 %), **akce amatérských umělců** (21 %) a na posledním místě pak přenosy různých typů **představení v kině** (15 %).

Zajímavé je, že v oblasti návštěvnosti kulturních akcí vypadá návštěvnost, a tedy i konkrétní oblast kulturního života **v Praze a Ostravě dosti odlišně**. Zatímco mezi **Ostravany** se návštěva **plesů a balů** umístila v dané kategorii **na prvním místě**, v Praze skončila až jako čtvrtá (-5 p.b. pro četnost návštěv alespoň jednou ročně). Podobně jsou **v Ostravě výrazně populárnější akce prezentující lidovou kulturu** (+8 p.b.), což lze vysvětlit jednak silnější regionální kulturou na Ostravsku, z druhé strany pak naopak regionální nevyhraněností Prahy. V Praze může být tento typ vyžití do jisté míry kompenzován naopak mírně vyšší popularitou komunitních akcí

(Ostrava -4 p.b.). **Nejvýraznější je rozdíl v návštěvnosti multimediálních akcí**, které se v Praze umístily na prvním místě (Praha +11 p.b.). Podobně jako vysokou míru návštěvnosti hudebních festivalů v Ostravě do značné míry vysvětlují Colours of Ostrava, v pražském případě naopak vysokou návštěvnost multimediálních akcí podporuje festival Signal.

Naopak popularizační a vzdělávací akce jsou navštěvovány v Ostravě s podobnou intenzitou (-2 p.b.), stejně jako akce ZUŠ (+3 p.b.), akce amatérských umělců (+1 p.b.) nebo přenosy představení (+3 p.b.).

Graf 4.4: Četnost návštěv vybraných kulturních akcí



Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040).

Vzhledem k populačním charakteristikám platí, že **plesy a bály** častěji navštěvují dvě **nejmladší věkové skupiny**. Alespoň jednou ročně taneční akce či gala akce navštíví skoro polovina Ostravanů ve věku 15-17 let (48 %) a více než dvě pětiny v kategorii 18-29 let (43 %). Výrazný je rozdíl zejména v míře návštěvnosti s intenzitou několikrát do roka. Za popularitou plesů pak velmi pravděpodobně stojí zejména tradiční taneční kurzy pro mládež. Tento typ akcí naopak vůbec nenavštěvuje 59 % osob nad 60 let. Z tohoto důvodu vychází jako signifikantně vyšší i míra návštěvnosti mezi těmi, kteří mají **základní školu** jako (zatím) nejvyšší dokončené vzdělání.

Popularizační a vzdělávací akce častěji navštěvují rovněž **dvě nejmladší věkové skupiny**. Alespoň jednou ročně je navštíví 41 % 15 až 17letých a 44 % 18 až 29letých,

s věkem pak účast na tomto typu akcí jasně **klesá** a ve věku nad 60 let jde pouze o 20 %. Rozdíl vychází zejména z vyšší míry návštěvnosti s intenzitou jednou do roka. Intenzita návštěvnosti je rovněž podmíněna vzděláním. **Nejméně** tento typ akcí navštěvují lidé s nejvyšším **dokončeným středoškolským vzděláním**, vůbec je nenavštěvuje 56 % z nich. Totéž platí pouze pro 36 % vysokoškoláků. **Vysokoškoláci** naopak **výrazně častěji** než další skupiny navštěvují vzdělávací akce s intenzitou několikrát do roka (21 %, +15 p.b. oproti četnosti v kategorii SŠ bez maturity).

Zájem o **lidovou kulturu pak narůstá s věkem**. Ve věkové kategorii 15-17 let tento typ akcí alespoň někdy navštěvuje 40 % lidí, v kategorii nad 60 let je to pak 57 % Ostravanů. Rozdíly jsou nejvýraznější v kategorii méně než jednou za rok (29 %, +13 p.b. oproti 18-29 let).

Komunitní akce jsou nejčastěji navštěvovány ve věkových kategoriích **18-29 a 30-44 let**. Alespoň jednou ročně je navštíví přibližně třetina v každé z věkových skupin (34 %, resp. 31 %).

Akce pořádané **uměleckými školami** pak ve vyšší míře navštěvují **ženy**, alespoň někdy je navštíví 44 % z nich, ale pouze 35 % mužů (rozdíl je patrný zejména v intenzitě několikrát ročně). Vyšší je rovněž míra návštěvnosti ve věkové skupině **30-44 let** v případě intenzity návštěv několikrát do roka. Vysvětlení lze opět patrně hledat zejména v péči o děti.

Multimediální projekty jsou opět doménou tří **nejmladších věkových skupin**. Nejvýrazněji jde o skupinu ve věku 18-29 let, kde je nejvyšší podíl těch, kteří tyto akce alespoň někdy navštěvují (65 %) a zároveň nejvýraznější podíl těch, kteří tyto akce navštěvují asi jednou do roka (25 %). Naopak v kategorii nad 60 let multimediální projekty navštěvuje pouze třetina (32 %, tedy -33 p.b. oproti skupině 18-29 let).

Naopak akce **amatérských souborů** jsou v případě nízkých intenzit populárnější mezi **muži**. Méně než jednou ročně na ně zavítá 24 % z nich, ale pouze 18 % žen. Mezi ženami je tak vyšší podíl těch, které tyto akce nenavštěvují vůbec (62 %, +11 p.b.). Tyto akce také **méně navštěvují lidé v nejmladší věkové skupině**.

Vzhledem k poslední dotazované oblasti pak neexistují klíčovější demografické rozdíly, s výjimkou nižší míry návštěvnosti v kategorii středoškolsky vzdělaných s maturitní zkouškou.

4.4 Kulturní zařízení

Poslední dotazovanou oblast představovala návštěva **kulturních zařízení**. Právě v této kategorii se nachází hned několik zařízení, která představují nejčastěji navštěvované druhy kulturních aktivit. Zcela na prvním místě se umístila návštěva

historických památek. Ty alespoň jednou v roce navštíví téměř tři čtvrtiny Ostravanů (70 %). Následují **kina a multikina**, do kterých alespoň jednou za rok zavítají dvě třetiny Ostravanů (67 %) a **muzea** (52 %). Více než dvě pětiny Ostravanů také zavítají do **knihoven** (44 %), které jsou zároveň velmi specifické vysokou mírou intenzity návštěvnosti – plná šestina Ostravanů sem chodí minimálně jednou za měsíc (16 %), jedná se tak o nejintenzivněji navštěvovaný typ kulturní aktivity. Další v pořadí se pak umístily **galerie či výstavy** (36 %), **hudební kluby a diskotéky**, kam ročně zavítá třetina obyvatel města (33 %), **hvězdárny a planetária** (29 %) a na posledním místě se pak umístily **literární kavárny či večery** (20 %).

V pořadí popularity jednotlivých institucí je přitom **identické s Prahou**. V **Praze** je však udávaná četnost návštěv **ve většině případů vyšší**, v této kategorii jsou pozorované rozdíly nejvýraznější. Do **historických památek** tak v Praze alespoň jednou ročně zavítá 82 % obyvatel (+12 p.b.), do **kin** 71 % (+4 p.b.), do **muzeí** 67 % (+15 p.b.), do **knihoven** 47 % (+3 p.b.). V případě galerií je to 47 % (+11 p.b.), u hudebních klubů a diskoték je pak podíl návštěvníků v obou městech identický. Pražské hvězdárny a planetárium se pak naopak těší mezi Pražany nižší oblíbenosti (25 %, tj. –4 p.b.), srovnatelný je podíl návštěvnosti literárních kaváren (19 %, tj. –1 p.b. oproti Ostravě).

Graf 4.5: Četnost návštěv vybraných kulturních zařízení



Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040).

Vzhledem k osobním charakteristikám, které návštěvnost ovlivňují pak platí, že **starší lidé** zavítají do **historických památek** o něco častěji. Rozdíl je při tom tvořen zejména návštěvníky, kteří je navštěvují s intenzitou několikrát do roka (ve skupině 45-60 let) a těch, kteří je navštěvují asi jednou za rok, nebo méně než jednou ročně v kategorii nad 60 let. Významné je rovněž **vzdělání**, mezi **základoškoláky historické památky vůbec nenavštěvuje přibližně čtvrtina** (24 %), mezi středoškoláky bez maturity pak 18 %. Naopak mezi těmi, kteří maturitní zkoušku mají je to pouze jedna desetina (10 %) a mezi vysokoškoláky pak pouze 7 %.

Kina a multikina intenzivněji navštěvují zejména **mladí**. Rozdíl je při tom patrný zejména **u vysoké intenzity návštěvnosti**. Mezi 15-17letými kina navštíví několikrát ročně více než čtyři pětiny (81 %), mezi 18-29letými pak více než polovina (55 %). Navíc ve druhé z kategorií je i relativně vysoký podíl těch, kteří do kin chodí několikrát měsíčně (11 %). Se **vzrůstajícím věkem pak dochází k poklesu návštěvnosti**, kdy je propad zvláště zřetelný pro skupinu seniorů, několikrát měsíčně chodí do kina 2 % z nich, přibližně čtvrtina (26 %), pak několikrát do roka. V této skupině je pak naopak výrazně zastoupena skupina těch, kteří chodí do kina méně než jednou ročně (24 %), nebo kina vůbec nenavštěvují (27 %). Pro srovnání, v kategorii 15-17 let všichni deklarovali alespoň občasnou návštěvu biografu, ve skupině 18-29 let je pak těch, kteří kina vůbec nenavštěvují pouze 6 %.

V případě **muzeí** naopak nejsou sociodemografická specifika zvláště výrazná.

Knihovny jsou naopak výrazně populárnější u **žen**. Rozdíl se projevuje zejména v **intenzitě návštěvnosti alespoň jednou do měsíce**. Zatímco takto často knihovnu navštěvuje více než pětina (22 %) žen, mezi muži jde pouze o necelou desetinu (9 %, - 13 p.b.). Muži pak často chodí do knihoven alespoň jedenkrát ročně, nebo méně často (celkem 31 %), v případě žen je takových návštěvnic pouze pětina (20 %). Rozdíl je patrný i napříč věkovými skupinami, a to zejména na úrovni nižší intenzity návštěv a podílu těch, kteří do knihoven nechodí vůbec. Mezi **15 – 17 letými je tak výrazně více těch, kteří do knihoven chodí méně než jednou za rok** (32 %, +19 p.b. oproti 60+) a mezi 18-29 letými více těch, kteří tam chodí asi jednou za rok (21 %, +15 p.b. oproti 60+). Zatímco v nejmladší kategorii je tak pouze 15 % těch, kteří knihovny **vůbec nenavštěvují, tento podíl následně s věkem vzrůstá** a v kategorii 45-60 činí 47 % nad 60 let pak 45 %. Vzhledem ke vzdělání je pak knihovny nejčastěji velmi intenzivně navštěvují **vysokoškoláci**, více než pětina z nich sem zavítá alespoň jednou za měsíc (22 %, + 10 p.b. oproti SŠ bez maturity). Ve skupině 15-17 let je naopak nejčastěji zastoupena návštěvnost s intenzitou několikrát do roka (28 %). Skupina s dokončenou SŠ bez maturity je pak v návštěvách knihoven nejméně aktivní, plná polovina do nich vůbec nechodí (50 %), mezi Ostravany s dokončeným nebo probíhajícím základním vzděláním je to přitom pouze lehce přes čtvrtinu (28 %), ve skupině vysokoškoláků pak přibližně třetina (34 %). Rozdíl mezi základoškoláky a SŠ bez maturity lze pak opět zdůvodnit zejména pokračujícím studiem v první skupině,

kde se tak do kategorie řadí Ostravané s fakticky různým zázemím a zařazení do supiny je podmíněno zejména věkem.

V případě **galerií a výstav** neexistují signifikantní rozdíly na základě genderu a vzhledem k věku je výraznější pouze nižší zastoupení těch, kteří by tento typ institucí vůbec nenavštěvovali. Návštěvnost naopak velice silně podmiňuje vzdělání – **s vyšším dosaženým vzděláním stoupá i míra návštěvnosti**. Zatímco mezi vysokoškoláky zavítá alespoň někdy do galerie či na výstavu 72 %, mezi základoškoláky je to pouze 43 %.

Návštěvnosti **hudebních klubů a diskoték** pak **podmiňuje zejména věk** – ve věku 15-17 let sem alespoň občas zavítají dvě třetiny (66 %), v kategorii 18-29 let pak dokonce více než tři čtvrtiny (77 %) – do návštěvnosti zde již patrně nevstupují věková omezení, či případné svolení rodičů. Dále se s navyšujícím věkem návštěvnost snižuje a v kategorii nad 60 let najdeme již pouze 28 % alespoň občasných návštěvníků.

V případě **hvězdáren a planetárií** je pak opět patrná **nižší míra návštěvnosti mezi nejstaršími Ostravany** (51 % nenavštěvuje tyto instituce nikdy, +22 p.b. oproti 15-17 let) **a mezi těmi, kteří mají SŠ bez maturity** (51 % nenavštěvuje tyto instituce nikdy, +21 p.b. oproti vysokoškolákům).

V případě poslední ze zkoumaných kategorií, je pak jedinou sociodemografickou charakteristikou, kde se projevují signifikantní rozdíly **věk**. Opět platí, že **mladší Ostravané jsou v tomto směru aktivnější**. Výrazné jsou odlišnosti zejména v intenzitě návštěv několikrát do roka.

5 Kulturní příspěvkové a další vybrané organizace v Ostravě

Tato kapitola se zaměřuje na **kulturní instituce zřizované Ostravou** jako příspěvkové organizace. Zabývá se současným **publikem těchto institucí** a **spokojeností Ostravanů s fungováním kulturních domů**. Zhodnocení pozice příspěvkových organizací v rámci kulturního života ve městě je z hlediska magistrátu zvláště významné, protože uvedená zjištění mohou posloužit k optimalizaci fungování jednotlivých institucí, či k cílenému oslovení nových diváckých skupin, v obecnější rovině pak k reflexi nastavení kulturní politiky města.

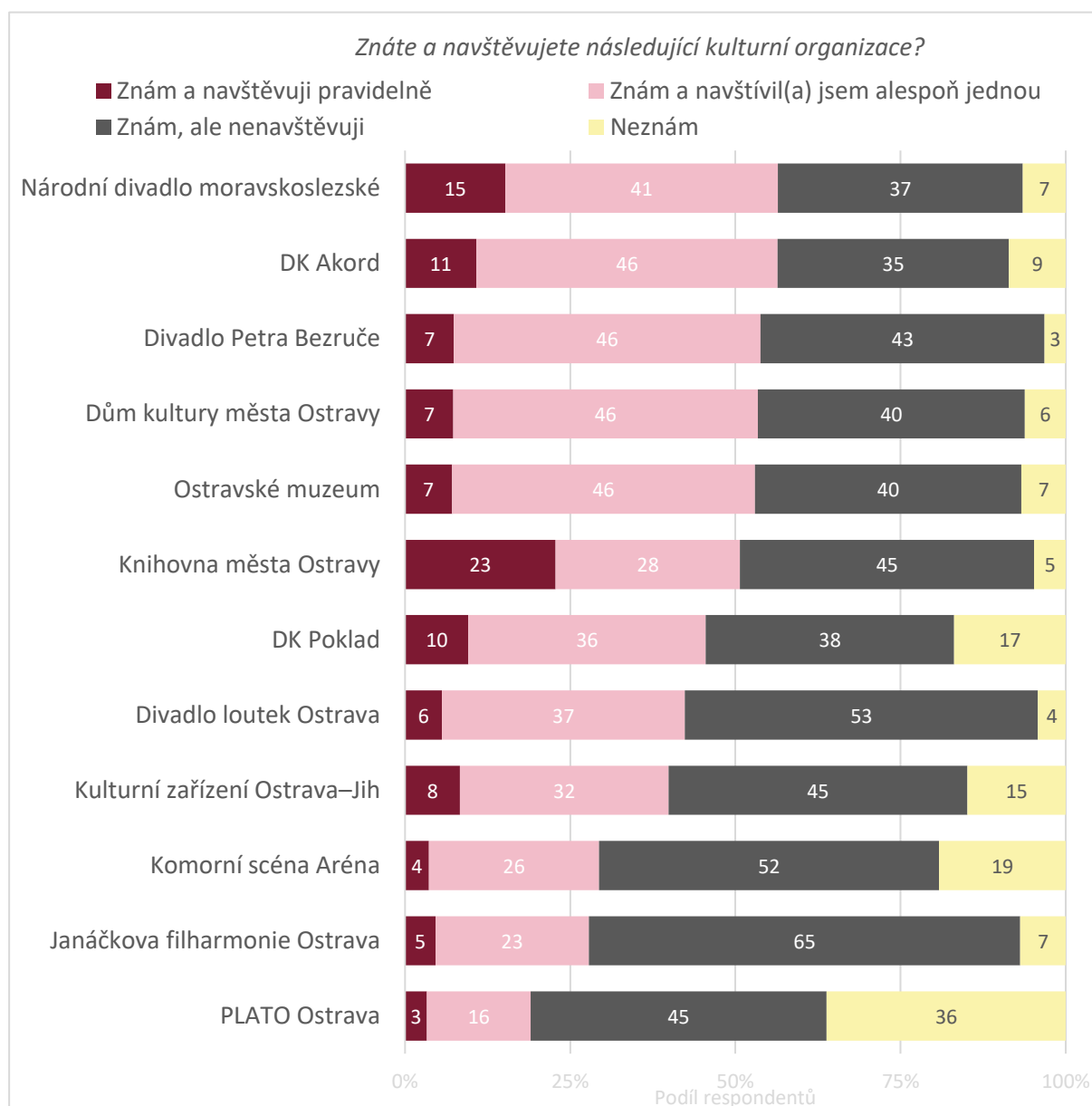
Obsahově je kapitola rozdělena na dvě části. První se zabývá znalostí jednotlivých kulturních politik mezi Ostravany. Druhá část kapitoly je zaměřena na spokojenost s programem kulturních domů a na spokojenost se službami těchto institucí.

5.1 Znalost vybraných kulturních organizací v Ostravě

- ❖ Z městských příspěvkových organizací působících v oblasti kultury navštívilo dosud nejvíce Ostravanů Národní divadlo moravskoslezské. Zavítalo sem 56 % z nich.
- ❖ Knihovna města Ostravy má z dotazovaných institucí nejvyšší podíl pravidelných návštěvníků. Pravidelně sem chodí 23 % Ostravanů.
- ❖ Divadlo Petra Bezruče je nejznámější dotazovanou organizací – dosud o něm neslyšela pouze 3 % Ostravanů. Naopak nejméně známé je PLATO, o tom dosud neslyšela více než třetina obyvatel Ostravy (36 %).
- ❖ Povědomí o většině dotazovaných institucí vzrůstá s věkem a dosaženým vzděláním. Vyšší vzdělání také podmiňuje návštěvnost. Většinu institucí také častěji navštěvují Ostravanky, ženy.

Nejznámější příspěvkovou organizací v oblasti kultury v Ostravě je **Národní divadlo moravskoslezské**. To zná a pravidelně navštěvuje šestina Ostravanů (15 %), další dvě pětiny (41 %) jej navštívily alespoň jednou. Alespoň jednou jej tak navštívila více než polovina Ostravanů (56 %). Více než jedna třetina Ostravanů (37 %) divadlo sice zná, ale nenavštěvuje jej a 7 % ho nezná vůbec. Další v pořadí je **DK Akord**. Ten v minulosti navštívilo srovnatelné množství obyvatel Ostravy (57 %). Přibližně desetina (11 %) jej přitom navštěvuje pravidelně. **Divadlo Petra Bezruče** v minulosti navštívila přibližně polovina (53 %) Ostravanů, 7 % jej přitom navštěvuje pravidelně. Téměř polovina Ostravanů (46 %) divadlo dosud nenavštívila. Těch, kteří divadlo neznají, jsou přitom pouze 3 %. Divadlo Petra Bezruče tak představuje nejznámější

dotazovanou organizaci v oblasti kultury v Ostravě. Podobné jsou i podíly v případě **Domu kultury města Ostravy**. Ten v minulosti navštívila přibližně polovina Ostravanů (53 %), 7 % z toho jej navštěvuje pravidelně. Zcela identická je i návštěvnost a podíl pravidelných návštěvníků v případě **Ostravského muzea**. Více než polovina Ostravanů také někdy navštívila **městskou knihovnu**. V tomto případě je, stejně jako v případě celkové návštěvnosti knihoven, zvláště vysoký podíl těch, kteří ji navštěvují pravidelně. Takových Ostravanů je téměř čtvrtina (23 %). **DK Poklad** v minulosti navštívila téměř polovina Ostravanů. 10 % jej navštěvuje pravidelně. Jedná se však o instituci, o jejíž existenci je mezi Ostravany nižší míra povědomí: šestina (17 %) jej nezná. **Divadlo loutek Ostrava** někdy v minulosti navštívilo 43 %, pravidelně jej navštěvuje 6 %. **Kulturní zařízení Ostrava-jih** v minulosti navštívily dvě pětiny Ostravanů (40 %), pravidelně jej pak navštěvuje 8 %. **Komorní scénu Aréna** navštívila necelá třetina (30 %), pravidelně ji pak navštěvují 4 %. V tomto případě je zároveň druhý nejvyšší podíl – tedy pětina (19 %) těch, kteří o její existenci dosud neslyšeli. Více než čtvrtina Ostravanů pak již někdy navštívila **Janáčkovu filharmonii** (28 %), každý dvacátý Ostravan sem chodí pravidelně (5 %). Nejméně navštěvovanou příspěvkovou institucí je **PLATO**, to dosud navštívila necelá pětina Ostravanů (19 %, 3 % z nich sem chodí pravidelně). Zároveň jde jednoznačně o příspěvkovou organizaci, která je mezi Ostravany nejméně známá, dosud o ní neslyšela více než třetina z nich (36 %).

Graf 5.1: Znalost a návštěvnost vybraných kulturních organizací v Ostravě

Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040).

Vzhledem k sociodemografickým faktorům je možné říci, že **povědomí o existenci většiny dotazovaných institucí vzrůstá s věkem a vyšším dokončeným vzděláním**. Vyšší vzdělání je také navázáno na **vyšší míru návštěvnosti**. Častějšími návštěvnicemi bývají **ženy**.

Tento vzorec platí pro **Národní divadlo moravskoslezské, DK Akord, Divadlo Petra Bezruče, Dům kultury města Ostravy**. Zvláště výrazná je pak závislost na **pohlaví a vyšším věku v případě Divadla loutek**. Tento vzorec platí částečně rovněž v případě **DK Poklad a Janáčkovy filharmonie**. U **Ostravského muzea, Kulturních zařízení Ostrava-Jih a Komorní scény Aréna** pak není zřetelný

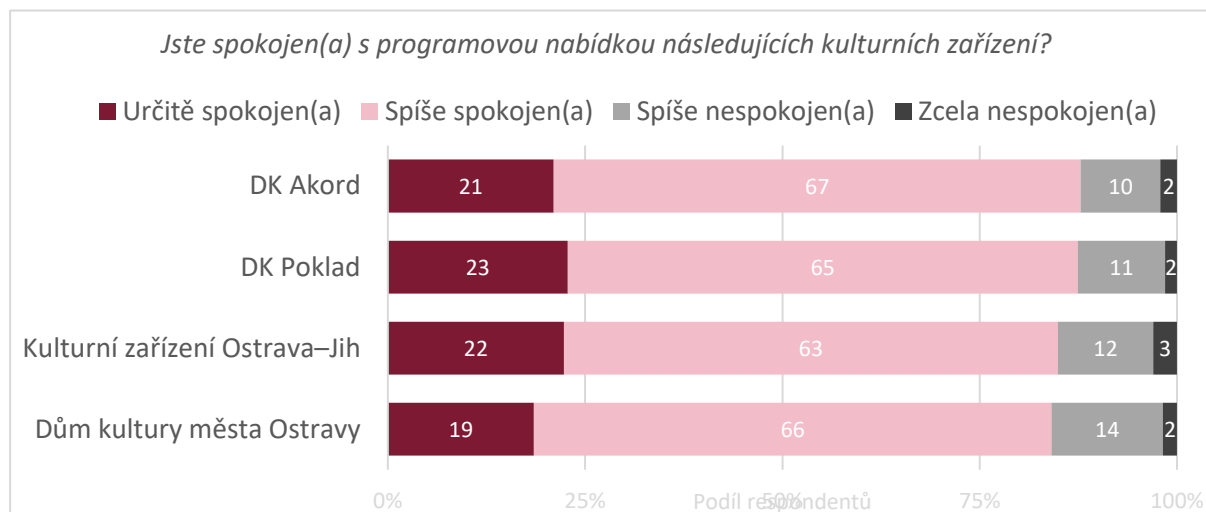
rozdíl v návštěvnosti mezi muži a ženami. V případě **PLATA** pak platí pouze nižší míra povědomí u Ostravanů s nižším dokončeným vzděláním.

Tomuto vzorci se vymyká městská knihovna, tu častěji navštívili mladí Ostravané. Lidé nad 60 let o její existenci sice častěji vědí, sami ji ale nenavštěvují.

5.2 Hodnocení programové nabídky, zázemí a služeb

- ❖ Hodnocení programové nabídky i zázemí a služeb jednotlivých ostravských kulturních domů a zařízení je velice vyrovnané. Více než čtyři pětiny Ostravanů jsou přitom ve všech případech s nabídkou spokojeny.
- ❖ Míra spokojenosti s programem a službami je pro jednotlivá zařízení stejná a v obou případech si mírně hůře vede Dům kultury města Ostravy.
- ❖ U všech dotázaných institucí jsou mírně častěji s programem rozhodně spokojeny ženy, celková míra spokojenosti (rozhodně + spíše spokojen/a) je však mezi muži a ženami srovnatelná. Nejkritičtěji se k programové nabídce naopak staví věková skupina 30-44 let.

Hodnocení spokojenosti s programovou nabídkou jednotlivých kulturních domů v Ostravě je **velice vyrovnané** a celková **spokojenost** Ostravanů je **velmi vysoká**. Pohybuje se v rozmezí 83-89 %. Nejvíce Ostravanů, kteří jsou rozhodně nebo spíše spokojeni s programem, má **DK Akord**. DK Poklad má nejvíce těch, kteří jsou rozhodně spokojeni (23 %). **Mírně slabší** je spokojenost v případě **Domu kultury města Ostravy**, rozdíl je však stále velmi malý.

Graf 5.2: Spokojenost s programovou nabídkou kulturních domů a zařízení v Ostravě

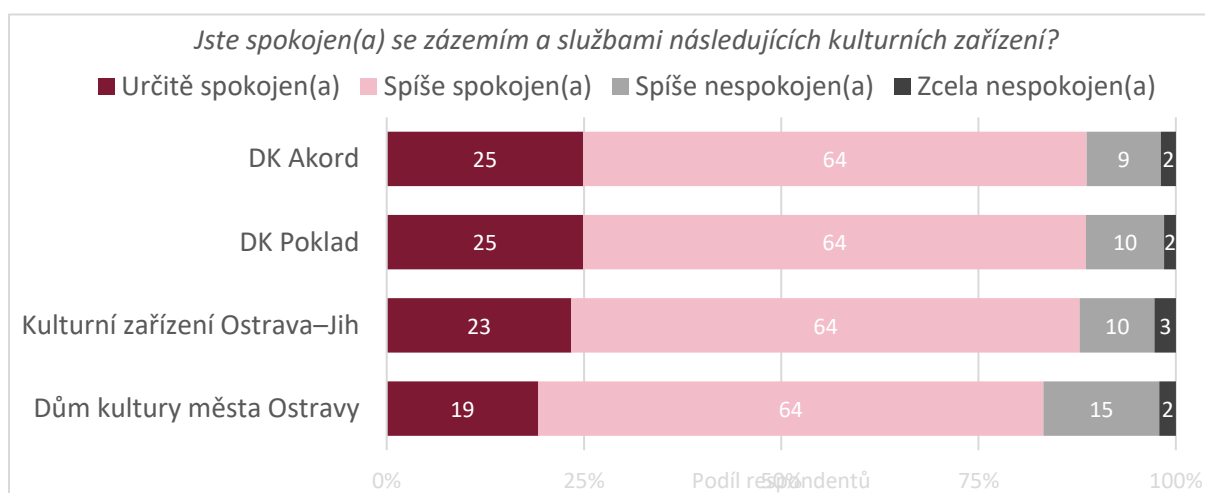
Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040).

Sociodemografické rozdíly jsou přitom **nevýznamné**. Ve všech případech je však mírně **vyšší podíl žen**, které jsou rozhodně spokojeny. Na úrovni odpovědí určitě, nebo spíše spokojen(a) se však rozdíl mezi pohlavími vyrovnává. Obecně jsou také s programem všech institucí **nejméně spokojeni** lidé ve věku **30 až 44 let**. Směrem od této věkové kategorie **spokojenost mladých i starších vzrůstá**. Nejkritičtější se přitom tato skupina staví k programové nabídce **Domu kultury města Ostravy**. S tou je spíše či rozhodně nespokojeno 23 % 30 až 44letých (3 % jsou rozhodně nespokojeni). Programová nabídka **DK Poklad** pak **silněji**, než je tomu u ostatních zařízení, **oslovuje nejmladší věkovou skupinu 15-17 let**. S programem je zde rozhodně spokojena téměř třetina z nich (31 %), naopak v případě kulturního zařízení Ostrava-jih neudává v této věkové skupině rozhodnou spokojenost nikdo z oslovených. Na úrovni součtu odpovědí rozhodně a spíše spokojen(a) se však tento rozdíl vyrovnává. Vzdělání pak nepředstavuje klíčový faktor pro spokojenost s programovou nabídkou.

Také **spokojenost se zázemím a službami** jednotlivých kulturních zařízení je **značně vyrovnaná**. I v tomto případě se přitom **opakuje pořadí** jednotlivých dotazovaných institucí v hodnocení. Na **prvním místě** je opět DK Akord, s jehož zázemím a službami je rozhodně spokojena čtvrtina Ostravanů (25 %). Další téměř dvě třetiny jsou pak spíše spokojeny (64 %). Hodnocení v případě **DK Poklad i Kulturní zařízení Ostrava-Jih** je pak prakticky identické. Na posledním místě se opět s mírným odstupem umístil **Dům kultury města Ostravy**, který vykazuje mírně nižší podíl těch, kteří jsou rozhodně spokojeni (19 %) a naopak velmi lehce vyšší podíl spíše nespokojených (15 %).

Vzhledem k sociodemografickým faktorům platí podobné trendy jako v případě spokojenosti s programovou nabídkou, jsou však slabší, a tedy pod hladinou statistické významnosti.

Graf 5.3: Spokojenost se zázemím a službami kulturních domů a zařízení v Ostravě



Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040).

6 Programová nabídka a cenová dostupnost

Tato kapitola se zabývá problematikou **programové nabídky kulturních akcí** v Ostravě a **hodnocením cenové dostupnosti** jednotlivých kulturních událostí. Tyto dva faktory představují klíčové vstupy, který formují podobu kulturního života města. Šíře programové nabídky utváří podobu kulturního života ve městě a zároveň výrazně podmiňuje kulturní chování obyvatel. Finanční dostupnost je pak výrazným předpokladem aktivního kulturního života města a také důležitým aspektem ovlivňujícím sociální kohezi v oblasti volnočasových aktivit. Výrazná je také integrační funkce kultury. Další faktory, které mohou představovat strukturální nebo osobní bariéry pro aktivní kulturní život obyvatel, jsou pak zpracovány v následující kapitole.

6.1 Šíře nabídky

- ❖ Jako široká a dostatečná je nejčastěji hodnocena nabídka kin a multikin, kterou takto hodnotí více než čtyři pětiny Ostravanů. V hodnocení následují knihovny a hudební festivaly populární hudby.
- ❖ Za nedostatečnou je nejčastěji považována nabídka v oblasti lokálních a komunitních akcí, kterou takto hodnotí téměř čtvrtina. Zájem je také o větší množství mega koncertů, muzikálů, akcí zaměřených na osoby se specifickými potřebami nebo seniory.
- ❖ Mezi Ostravany je pocit, že je kulturní nabídka v některé z oblastí přehnaná, spíše ojedinělý. Na rozdíl od Prahy je tak kulturní nabídka v Ostravě častěji orientována na publikum daného města. Více Ostravanů se zároveň domnívá, že nabídku v jednotlivých oblastech nejsou schopni zhodnotit.

Nejvíce Ostravanů hodnotí jako **širokou programovou nabídku kin a multikin**. Za alespoň spíše dostačující ji považují plně čtyři pětiny (82 %). Jako druhou nejširší pak Ostravané hodnotí nabídku **knihoven** (75 %), následují **hudební festivaly populární hudby** (72 %), **hvězdárny a planetária** (67 %) nebo nabídka **koncertů populární a moderní hudby** (65 %).

Pocit, že existující nabídka je **přehnaná**, je pak mezi Ostravany **spíše vzácný**. Nejčastěji jsou takto hodnoceny **festivaly populární, moderní či alternativní hudby** (6 %), nabídka **kin a multikin, hudebních klubů a diskoték** nebo akce zaměřené na **nemainstreamovou (hudební) kulturu** (vše 5 %).

Naopak jako **nedostatečnou** Ostravané nejčastěji vnímají nabídku **lokálních a komunitních akcí**. Tu za zcela či spíše nedostatečnou považuje téměř čtvrtina z nich (23 %). Poptávka je také **po větší nabídce mega koncertů zahraničních**

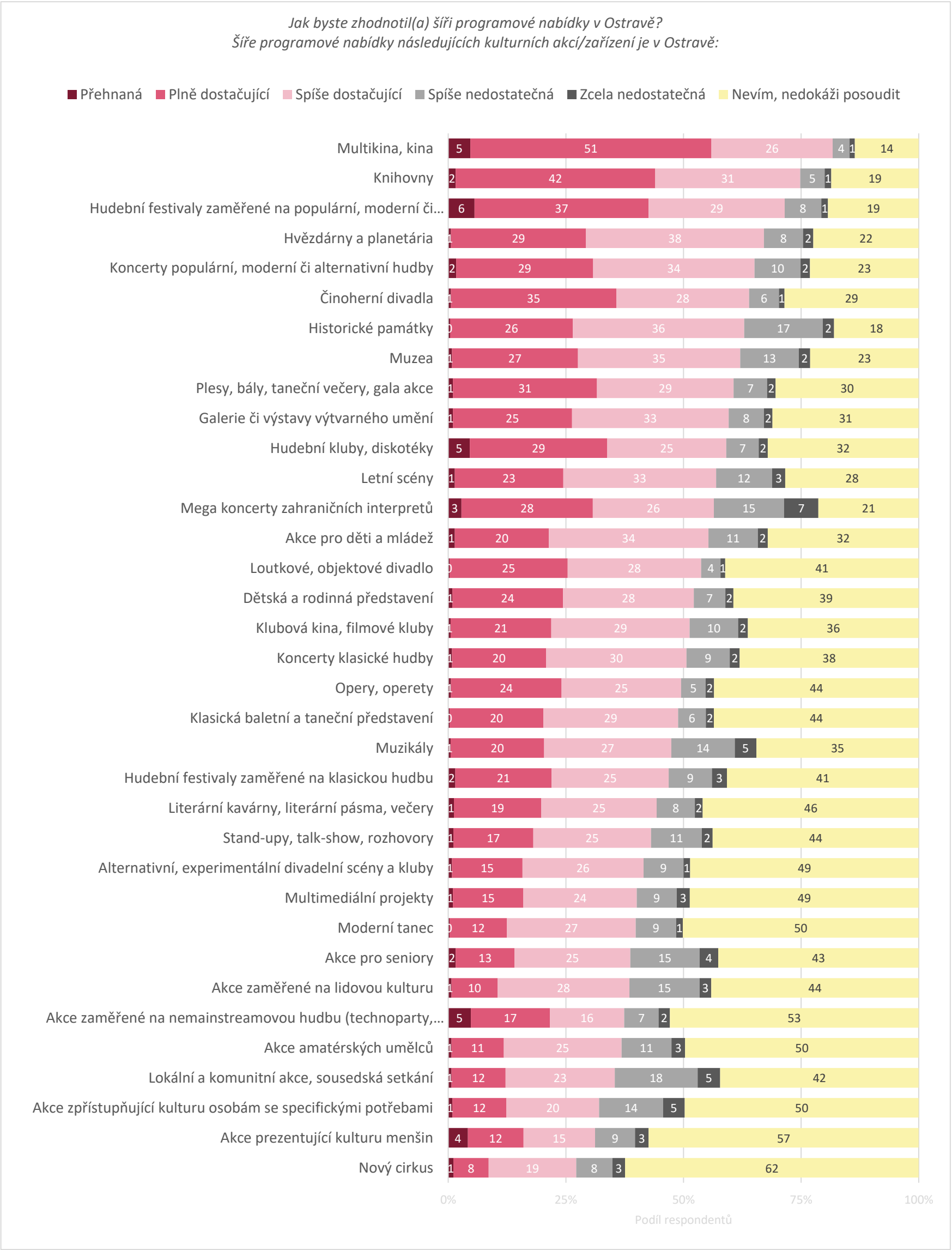
interpretů (22 %). Téměř pětina Ostravanů by pak shodně uvítala větší nabídku **muzikálů, akcí zpřístupňujících kulturu osobám se specifickými potřebami,** akcí pro **seniory** či prohlídek **historických památek** (shodně 19 %).

Nejmenší povědomí Ostravané mají o nabídce kulturních událostí v oblasti **nového cirkusu.** Tuto nabídku nedokáží posoudit téměř dvě třetiny z nich (62 %). Malé povědomí je také o nabídce akcí zaměřených na **kulturu menšin** (57 %), nebo na **nemainstreamovou hudbu** (53 %). Polovina Ostravanů (50 %) také nedokáže zhodnotit nabídku akcí zaměřených na **moderní tanec, amatérských akcí** či právě akcí **zpřístupňujících kulturu osobám se specifickými potřebami.**

Při srovnání s **Prahou** vystupuje do popředí zejména skutečnost, že **výrazně méně Ostravanů se cítí být přesyceno nabídkou** v některých oblastech, ať již jde o nabídku multikin a kin nebo muzikálů, kterou v Praze hodnotí jako přehnanou osmina obyvatel (13 %), nebo například o nabídku hudebních klubů a diskoték (Praha 10 %). Příčinou může být částečně nižší „spádovost“ Ostravy, která v daném srovnání přece jen není tak často cílem diváků z jiných koutů republiky ani zahraničních turistů. Kulturní nabídka v Ostravě je tak více cílena na vlastní publikum města a je tedy skutečně určena Ostravanům.

Ostravané častěji hodnotí jako dostatečnou nabídku hudebních festivalů populární hudby (+7 p.b.). Poměrně často je však míra **spokojenosti s šíří nabídky nižší.** Mezi častěji hodnocenými oblastmi jsou výraznější zejména rozdíly ve vnímané šíři nabídky v případě **historických památek (-23 p.b.), muzeí (-22 p.b.), galerií a výstav (-14 p.b.), koncertů klasické hudby (-11 p.b.)** nebo **koncertů populární hudby, činohry nebo opery** (shodně -7 p.b.). Naopak v případě **knihoven, hvězdáren, či plesů** je míra vnímané šíře **srovnatelná.** Mezi Ostravany je také **častěji** více těch, kteří **nedokáží programovou nabídku zhodnotit.**

Graf 6.1: Hodnocení šíře programové nabídky v oblasti divadla, tance, hudby a kinematografie v Ostravě



Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040).

6.2 Cenová dostupnost

- ❖ Nejhůře je hodnocena cenová dostupnost kin. 62 % obyvatel Ostravy považuje vstupné za příliš nebo spíše drahé. Roli zde může hrát i možnost alternativní produkce v domácím prostředí. Za drahé jsou často považovány rovněž vstupy na koncerty populární hudby nebo do divadel.
- ❖ Historické památky, muzea, hvězdárny, ale i divadla jsou zároveň nejčastěji hodnoceny jako cenově odpovídající. Pouze akce v knihovnách jsou alespoň šestinou Ostravanů hodnoceny jako spíše levné.
- ❖ Ostravané ve srovnání s Pražany přitom méně často považují vstupy za příliš nebo spíše drahé.
- ❖ Nejhůře je hodnocena cenová hladina vstupů do kin a na koncerty populární hudby.
- ❖ Naopak nejvíce jsou Ostravané ochotni zaplatit za vstupné na koncerty populární hudby, divadlo či koncerty vážené hudby, operu nebo balet.
- ❖ Příjmová situace výrazně ovlivňuje akceptované cenové hladiny. Mezi příjmovými skupinami jsou však výrazné rozdíly také vzhledem ke kulturním preferencím, které mohou zpětnovazebně ovlivňovat skutečnou návštěvnost.
- ❖ Pro Ostravany je při hodnocení ceny vstupu významná i pocíťovaná protihodnota, kterou obdrží nebo požadavek na cenu, která bude „odpovídat“ subjektivně vnímaným nákladům.

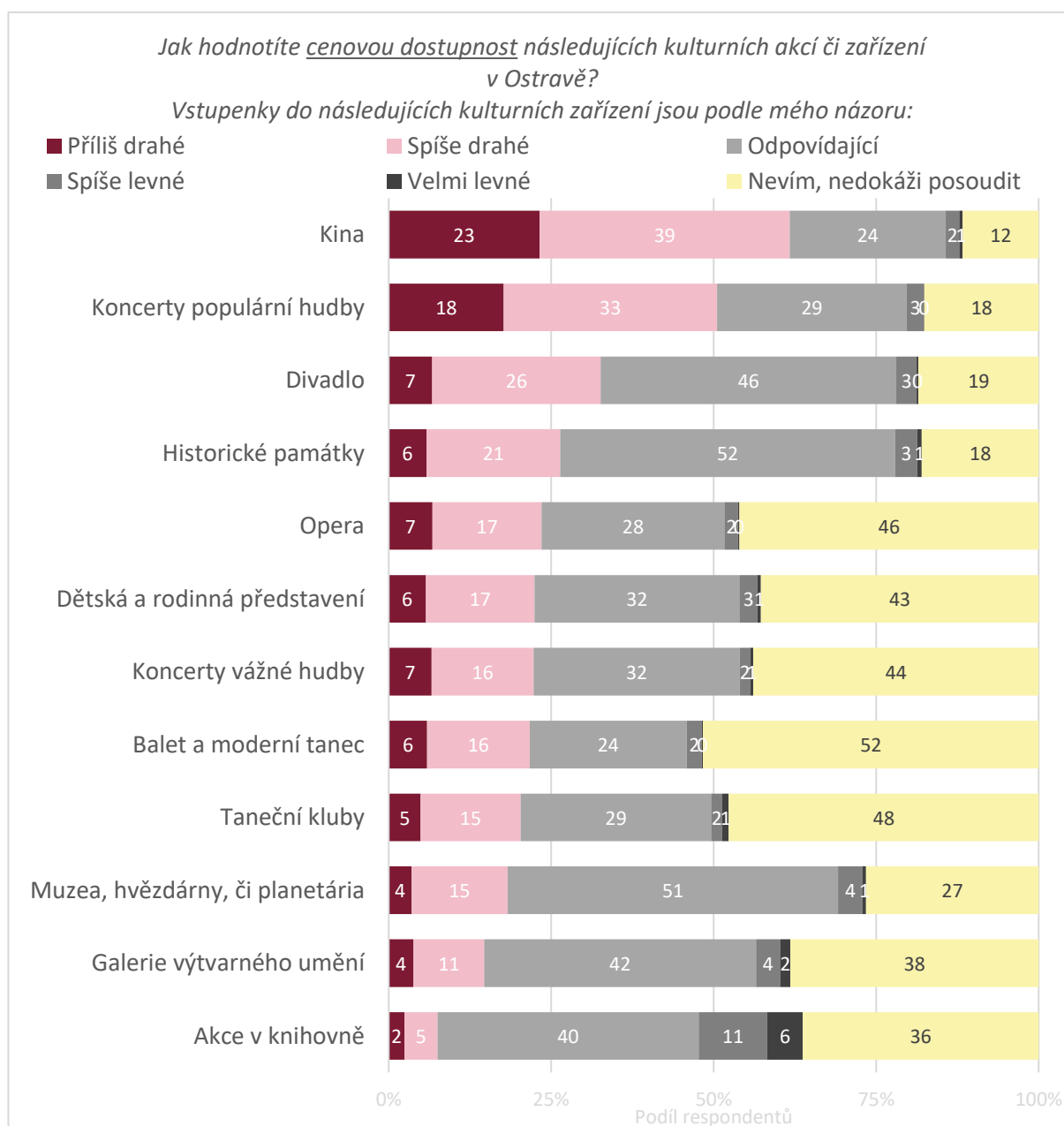
Za **příliš drahé** Ostravané nejčastěji považují **vstupné do kin**. Takto je chápé téměř čtvrtina z nich (23 %), téměř dvě pětiny se pak domnívají, že toto vstupné je spíše drahé (39 %). Dvě třetiny tak považují vstupné do kin za vyšší než odpovídající. Kromě samotné ceny v tomto případě hodnocení s velkou pravděpodobností ovlivňuje také relativně **dostupná možnost nahrazení návštěvy kina sledováním filmu v domácím prostředí**, dalším výrazným aspektem jsou patrně **nízké vnímané náklady na projekci** a absence performativního aspektu diváctví. Za vysokou je dále často považována cena vstupného na **koncerty populární hudby**, příliš drahé je vstupné dle necelé pětiny (18 %), další třetina (33 %) pak lístky považuje za spíše drahé. S výraznějším odstupem pak následuje vstupné do **divadel** – 7 % příliš drahé, 26 % spíše drahé. Pro další dotazované oblasti je hodnocení cenové hladiny jako vyšší relativně vyrovnané. Jako drahé nebo spíše drahé pak vstupy vnímá přibližně pětina až čtvrtina obyvatel. **Lépe si** v hodnocení stojí **galerie** (15 % rozhodně + spíše drahé) a zejména **akce v knihovnách** (7 % rozhodně + spíše drahé).

Za **odpovídající** jsou přitom nejčastěji označovány ceny vstupů do ostravských **historických památek**, které takto hodnotí více než polovina Ostravanů (52 %), vstupné do **muzeí či hvězdáren** (51 %) nebo do **divadel** (46 %).

V případě **knihoven** pak šestina (17 %) hodnotí vstupné jako **spíše nebo dokonce velmi levné**.

Ostravané se tak s Pražany shodují v kritickém hodnocení vstupného do kin, byť v Praze je tento postoj ještě rozšířenější (+6 p.b. rozhodně + spíše drahé). Stejně je na tom i hodnocení **cen vstupného na koncerty populární hudby** (+7 p.b. rozhodně + spíše drahé). V případě dalších typů kulturních akcí se pak sice mezi oběma městy mění pořadí, avšak, kromě dvou výjimek, je **hodnocení cen vstupného v Ostravě oproti Praze vždy příznivější**. Ostravané tak méně často chápou jako příliš nebo spíše drahé vstupné do opery (-11 p.b.), divadel (-10 p.b.), galerií (-6 p.b.), na koncerty vážné hudby (-6 p.b.), ale i do muzeí (-5 p.b.), historických památek (-5 p.b.), tanečních klubů (-4 p.b.) nebo na balet (- 4 p.b.). Podobně jsou hodnoceny ceny akcí v knihovnách nebo ceny dětských představení.

Graf 6.2: Hodnocení cenové dostupnosti vybraných kulturních akcí a zařízení v Ostravě



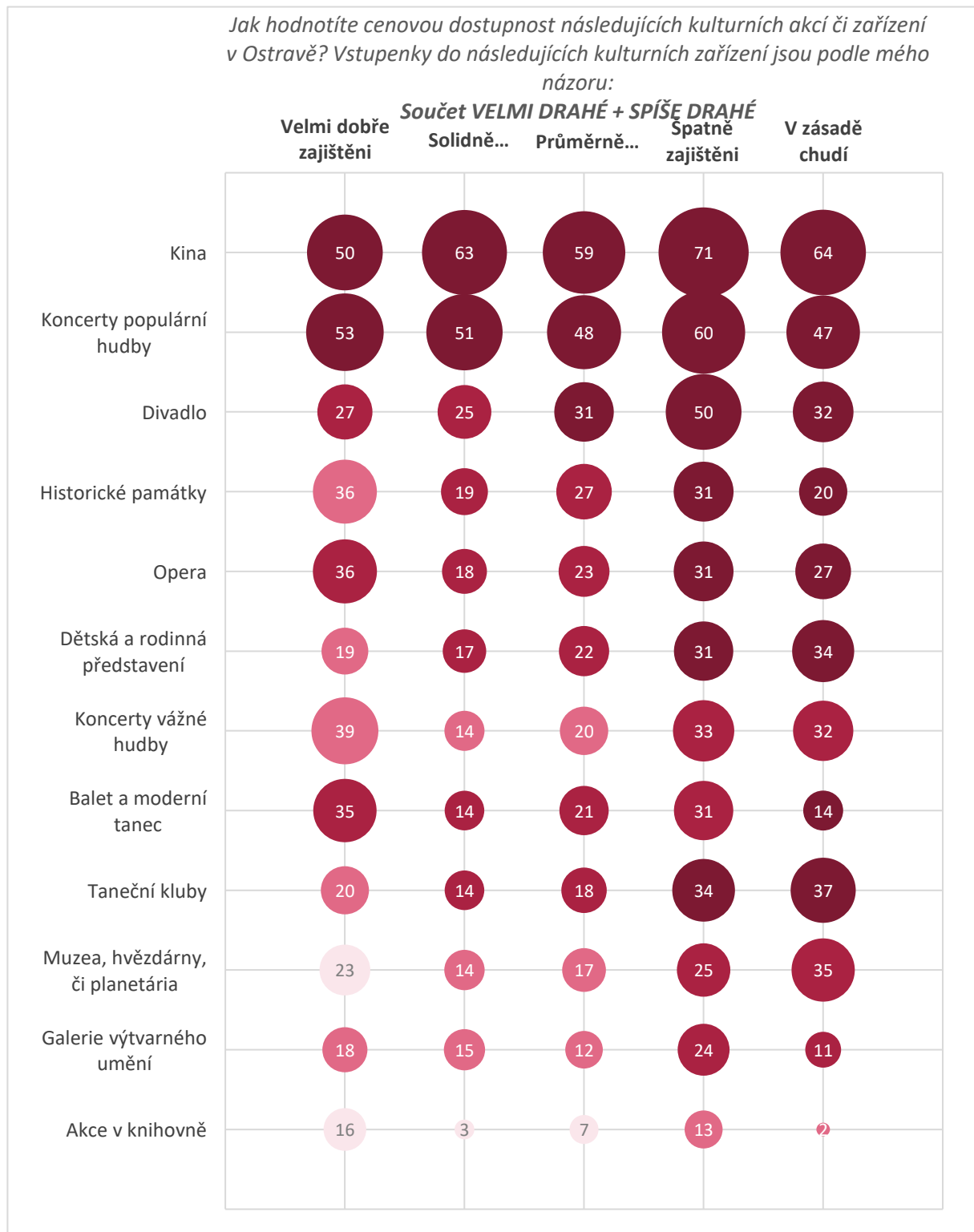
Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040).

Vnímání cenové hladiny je výrazně **podmíněno vlastní příjmovou situací** či přeneseně příjmovou situací domácnosti. Z dat je však patrné, že **příjmová situace se do vnímání cenových hladin jednotlivých typů kulturních akcí propisuje v různé míře**, protože se nejedná o jediný faktor, který by vnímání ceny podmiňoval. Velice výrazné je také **hodnocení vztahu mezi vnímaným přínosem či subjektivní hodnotou akce pro respondenta** nebo **zdánlivými náklady na realizaci akce a faktickou cenou vstupného**. Do hry vstupují také **hodnotové předpoklady** ohledně cenových hladin či možnosti účastnit se některých typů kulturních aktivit bezplatně.

Přínos návštěvy, subjektivní hodnocení nákladů na realizaci i představa o „důstojné ceně“ pak s nejvyšší pravděpodobností ovlivňují právě **kritické hodnocení cen lístků do kin nebo na koncerty populární hudby. Rozdíly** mezi respondenty vycházející z vlastní ekonomické situace **jsou tak v těchto kategoriích malé. Ekonomická situace** se pak **výrazněji propisuje** do hodnocení cen vstupného do **divadel, historických památek, na operu nebo na dětská představení.** Negativnější hodnocení mezi nejlépe zajištěnými pak může být ovlivněno jednak malou velikostí vzorku, jednak vyšší intenzitou návštěv či vůbec realizací jakýchkoliv návštěv tohoto typu událostí právě nejbohatší skupinou Ostravanů.

Ve srovnání s **pražskou studií** je velmi zajímavé, že kromě **větší finanční dostupnosti** kulturního života **v Ostravě oproti Praze** jsou zde také **nižší rozdíly v hodnocení mezi lépe a hůře zajištěnými.** Výše popsáný jev kritičtějšího hodnocení cen ze strany velmi dobře zajištěných se přitom v Praze naopak prakticky neprojevuje.

Graf 6.2: Hodnocení cenové dostupnosti vybraných kulturních akcí a zařízení v Ostravě



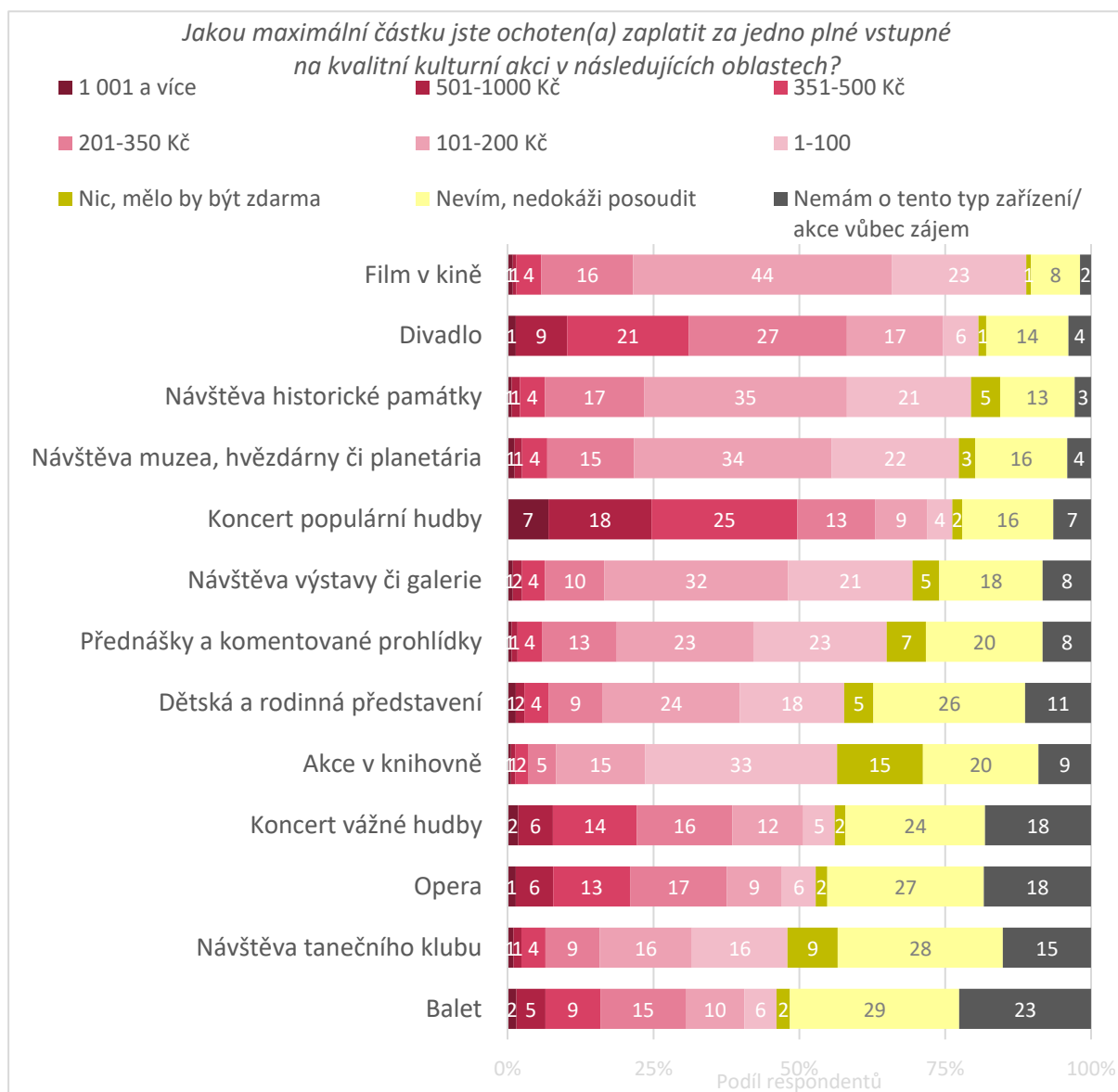
Pozn.: Podíly jsou spočtené ve skupině osob, které byly schopny cenovou dostupnost posoudit.

Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040, $N_{\text{Velmi dobře zajištění}}=36$, $N_{\text{Solidně zajištění}}=193$, $N_{\text{Průměrně zajištění}}=602$, $N_{\text{Špatně zajištění}}=160$, $N_{\text{V zásadě chudí}}=28$).

Alternativní informaci o cenové dostupnosti a názorech obyvatel Ostravy na výši cen vstupného poskytuje Graf 6.4, ve kterém jsou **znázorněny podíly osob podle jejich ochoty uhradit konkrétní částky za vstupné** na konkrétní kulturní akce či do konkrétních zařízení. Vzhledem k **vyššímu zájmu o návštěvu kin a multikin** je nejvíce Ostravanů ochotno **vydat peníze právě za lístky na filmovou projekci**, následují vstupná **do divadel** a na **historické památky**. Nejvyšší částky jsou Ostravané ochotni zaplatit za vstupné **na koncerty populární hudby** (25 % více než 500 Kč), **divadlo** (10 % více než 500 Kč) či **koncerty vážné hudby, operu** nebo případně **balet**. Do hodnocení cenové hladiny posledních tří jmenovaných kategorií se přitom již značně propisuje **nižší míra celkového zájmu** o danou kulturní oblast. Ochota zaplatit vyšší částky u vybraných kulturních akcí tak do velké míry **koresponduje s cenovou situací na trhu**. Tyto typy kulturních událostí také nejčastěji patří k těm, které mají vyšší podíl osob, které jsou ochotny uhradit částky ležící ve **středním pásmu dotazovaných cenových hladin**. V případě knihoven (15 %) a tanečních klubů (9 %) je pak zároveň nejvyšší podíl těch, kteří se domnívají, že by návštěva měla být bezplatná.

Sledované **trendy jsou tak identické s Prahou**, avšak **akceptovatelná cenová hladina leží v Praze výše**. Například více než 500 Kč bylo již v roce 2023 ochotno za koncert populární hudby zaplatit 35 % Pražanů, za divadlo 19 %, za koncert vážné hudby či operu 18 %. V Ostravě je pak opět patrný vyšší podíl těch, kteří nedokáží cenové hladiny posoudit. V obou městech přitom například nejvyšší míru nejistoty vzbuzuje balet. Zde není cenu schopno posoudit 29 % Ostravanů a 23 % Pražanů.

Graf 6.4: Maximální částka za vstupné, kterou jsou Ostravané ochotni zaplatit u vybraných kulturních akcí a zařízení v Ostravě

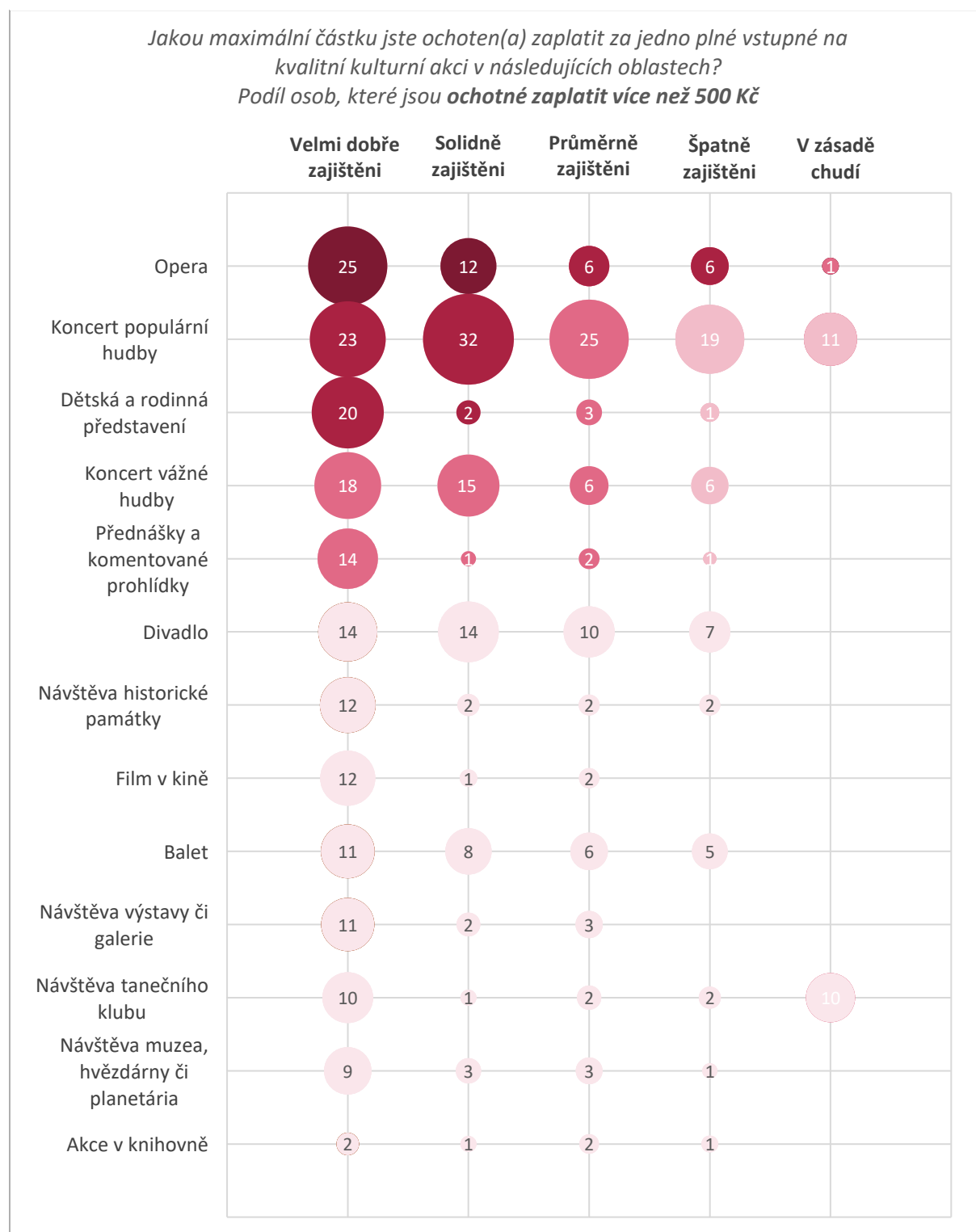


Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040).

Vliv ekonomického zajištění na vnímání cenových hladin dokumentuje také Graf 6.5, který ukazuje **ochotu zaplatit více než 500 Kč za vstupné** na jednotlivé typy kulturních událostí **dle ekonomického zajištění domácnosti**. Graf je řazen dle podílu osob mezi velmi dobře zajištěnými. Kromě zřejmé provázanosti ochoty zaplatit 500 Kč a více s mírou ekonomického zajištění, je zajímavá také **změna pořadí položek oproti celkovému vzorku**. V ekonomicky nejlépe zajištěné skupině je tak oproti celku **nejvíce osob ochotno zaplatit více než 500 Kč za operu** (25 %, +18 p.b.). Přestože interpretaci oslabuje malá velikost vzorku v krajních skupinách, dokládá takto výrazná změna pořadí nejen odlišné finanční možnosti, ale zejména výrazně **vyšší přisuzovanou hodnotu a osobní zájem o danou oblast**

v nejlépe zajištěné skupině. V **ostatních skupinách** je pak nejvyšší podíl těch, kteří jsou ochotni zaplatit danou částku za vstupné na **koncerty populární hudby**. I v tomto případě, stejně jako v dalších dotazovaných kategoriích, však podíl v žádné ze skupin nepřesahuje 32 % a dokládá tak, že **ochota utratit peníze** tímto způsobem je do značné míry **podmíněna zejména vnímanou hodnotou kulturní události**. V případě **dětských a rodinných představení, koncertů vážné hudby nebo přednášek** pak opět změna pořadí oproti celkovému vzorku dokumentuje zejména **vyšší míru zájmu o daný typ události** v této skupině. V některých případech se pak zvýšená míra zájmu projevuje i v dalších lépe zajištěných ekonomických skupinách. Vždy je však zároveň patrná mezní vnímaná hodnota návštěvy. Vyšší ochotu k platbám za návštěvu tanečního klubu v nejhůře zajištěné skupině pak může opět podmiňovat jak odlišná kulturní preference, tak malý počet osob v této skupině.

Graf 6.5: Podíl osob, které jsou ochotné zaplatit za vstupné u vybraných kulturních akcí a zařízení v Ostravě více než 500 Kč, podle příjmové situace domácnosti



Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040, $N_{\text{Velmi dobře zajištěni}}=36$, $N_{\text{Solidně zajištěni}}=193$, $N_{\text{Průměrně zajištěni}}=602$, $N_{\text{Špatně zajištěni}}=160$, $N_{\text{V zásadě chudí}}=28$).

Poslední variantu náhledu na cenové hladiny nabízí následující graf, který obdobným způsobem ukazuje **podíl osob**, které se domnívají, že by vstupné na daný typ události mělo být **zdarma**. Zde je patrné, že **příjmová situace výrazně podmiňuje požadavek bezplatných vstupů**, jako **normativní předpoklad** ale zůstává přítomna napříč příjmovými skupinami. Ostravané by přitom nejraději viděli **zdarmo vstupy na akce v knihovně či nejrůznější přednášky**. Možnou příčinou může být vnímání veřejných institucí, které mohou za tímto typem aktivit stát. Dále se objevuje požadavek bezplatného vstupu zejména tam, kde se **jedná o vstup do prostor, který neobsahuje performativní prvek**.

Graf 6.6: Podíl osob, které se domnívají, že vstupné u vybraných kulturních akcí a zařízení v Ostravě by mělo být zdarma podle příjmové situace domácnosti



Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM ($N = 1\,040$, $N_{\text{Velmi dobře zajištění}} = 36$, $N_{\text{Solidně zajištění}} = 193$, $N_{\text{Průměrně zajištění}} = 602$, $N_{\text{Špatně zajištění}} = 160$, $N_{\text{V zásadě chudí}} = 28$).

7 Bariéry v oblasti kultury

Přestože programová nabídka a finanční dostupnost představují výrazné faktory, které ovlivňují kulturní chování obyvatel města, je důležité identifikovat i další faktické překážky, které vstupují do kulturního života obyvatel. Tato kapitola se proto zaměřuje na **další typy bariér**, které mohou Ostravanům bránit v návštěvách kulturních akcí, a to ať se již jedná o **vnější strukturální faktory**, které omezují celkový kulturní život jednotlivých obyvatel, **vnitřní faktory na straně jednotlivců**, nebo o faktory, které komplikují návštěvy konkrétních vybraných akcí.

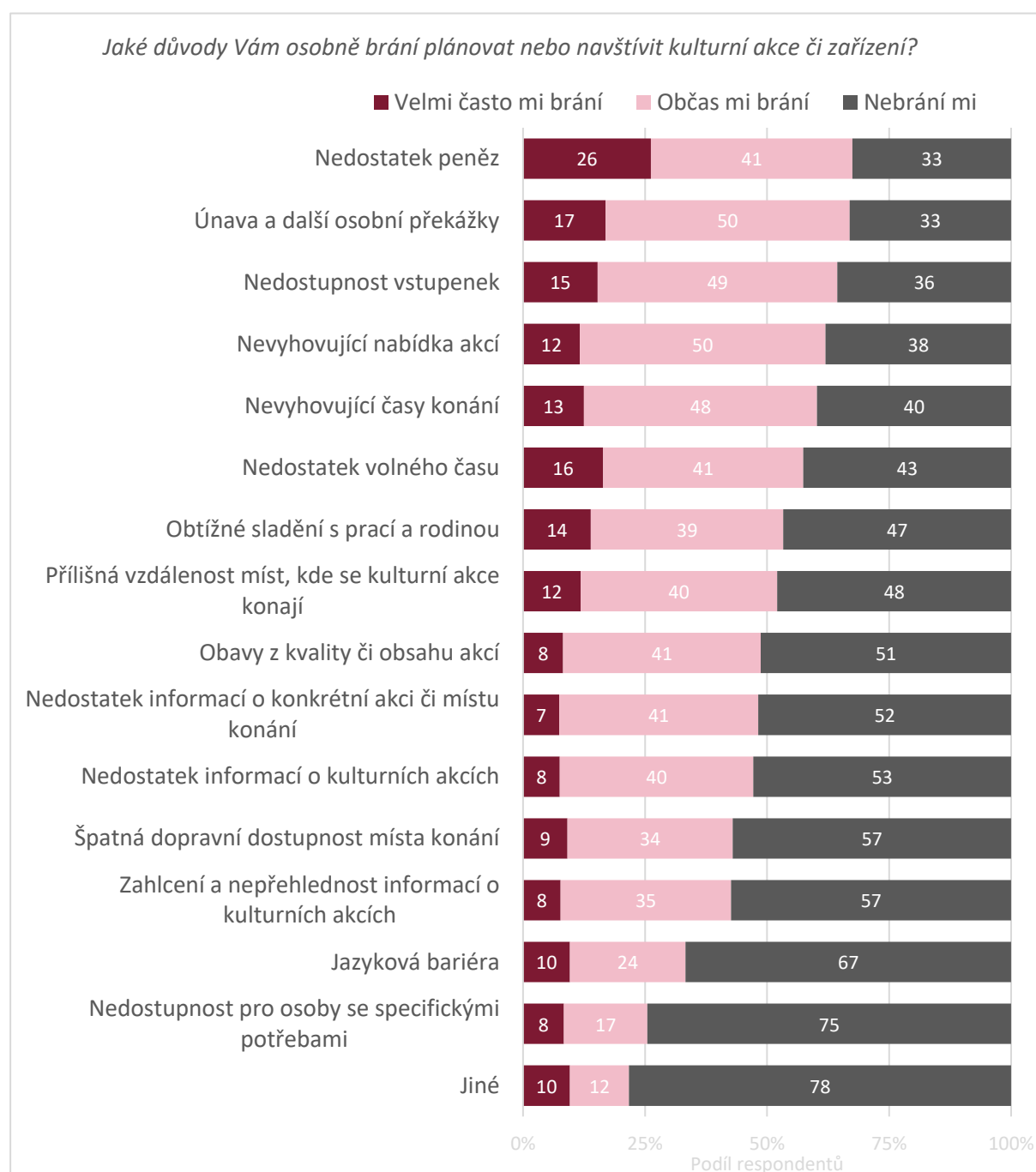
7.1 Bariéry omezující Ostravany při plánování a návštěvě kulturních akcí či zařízení

- ❖ Nejčastější bariérou účasti na kulturních akcích je nedostatek peněz nebo únava a další osobní překážky, důležitá je i nedostupnost vstupenek či nevyhovující nabídka.
- ❖ Nedostatek peněz vnímají častěji mladší Ostravané, nebo ti s nižším vzděláním. Únava je naopak nejčastěji problém pro střední věkové skupiny. Starší lidé a vysokoškoláci nejčastěji pociťují nedostatek vstupenek. Mladí do třiceti let jsou pak nejkritičtější k programové nabídce.
- ❖ Nedostatek peněz pro účast na kulturních akcích je jednoznačně propojen s vnímaným ekonomickým zajištěním domácnosti.
- ❖ V Ostravě je přitom vliv finančního zajištění mezi bohatými a středně příjmovými menší než v Praze. Nejchudší Ostravané však finanční bariéru vnímají výrazněji, než je tomu v případě Pražanů.
- ❖ Ostravané problémy spojené s fyzickou dostupností akcí chápou častěji jako přílišnou vzdálenost od místa konání, spíše než jako špatnou dopravní dostupnost místa. Na místo konání si přitom Ostravané bez rozdílu místa, kde bydlí, stěžují častěji, v hodnocení dopravní dostupnosti jsou mezi jednotlivými částmi Ostravy naopak větší rozdíly.

Celkovou participaci na kulturním životě Ostravanům **nejvíce a nejčastěji komplikuje nedostatek peněz**, ten brání účasti na kulturním životě velmi často přibližně čtvrtině Ostravanů (26 %), celkem pak více než dvěma třetinám (67 %) z nich, připočteme-li i ty, pro které je nedostatek financí překážkou občas. Na druhém místě se pak umisťují čistě **osobní překážky a únava**, ty představují alespoň občas bariéru také pro dvě třetiny dotázaných (67 %), méně často jsou však vnímány jako problém s tak vysokou intenzitou. Velmi výrazným problémem je i **nedostupnost vstupenek**, která představuje alespoň občasnou bariéru taktéž téměř pro dvě třetiny obyvatel města (64 %). Následují **nevyhovující nabídka** (62 %), nebo **časy konání** (61 %).

Z faktorů na straně návštěvníka pak **nedostatek volného času** (57 %), či **obtížné sladění s prací a rodinou** (53 %). Přibližně polovina pak hodnotí jako problém i **přílišnou vzdálenost míst, kde se akce konají** (52 %), **obavy z kvality akce** (49 %), **nedostatek informací o konkrétní akci** (48 %) či **kulturních akcích obecně** (48 %).

Graf 7.1: Bariéry omezující Ostravany při plánování a návštěvě kulturních akcí či zařízení



Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040).

Většinu bariér častěji pociťují ženy, což ale může být podmíněno jejich celkově **vyšším zájmem o kulturu**. Pokud je mezi muži více těch, kteří o kulturní akce zájem nemají, nebudou také tak často pociťovat nejrůznější faktory jako bariéry účasti na nich. Nejvýrazněji se rozdíly ve vnímání bariér projevují v **případě nedostatku peněz**, který pociťují alespoň občas plné tři čtvrtiny Ostravanek (74 %), což je o 17 p.b. více, než je tomu v případě mužů. Stejně výrazný je i rozdíl v **přílišné vzdálenosti bydliště od místa konání**. Tuto bariéru vnímá alespoň občas 60 % žen, ale pouze 43 % mužů. Ženy reflektují častěji také **únavu a osobní překážky** nebo **špatnou dopravní dostupnost**. Alespoň občas jim také častěji v účasti na kulturních akcích brání **nedostupnost vstupenek, nedostatek informací o akcích či nedostupnost akce pro osoby se specifickými potřebami**.

V případě **nedostatku peněz** je **věk** silně určující faktor, který **nejméně omezuje mladé** – v kategorii do 18 let jej nepociťuje pouze 10 %. Velmi často brání v účasti téměř třetině (31 %), alespoň občas pak dalším 59 %. S věkem význam této bariéry postupně klesá – nejnižší je v kategorii 45-59 let, kde jej často pociťuje čtvrtina (26 %) a občas další třetina (36 %). V kontrastu s nejmladší věkovou skupinou tak 39 % lidí v tomto věku tento faktor jako omezující nevnímá. Významným faktorem je i vzdělání – **nedostatek peněz nejvíce pociťují lidé s nejnižším vzděláním** (velmi často 34 %, občas 53 %), s rostoucím vzděláním pak význam nedostatku financí klesá (VŠ velmi často 15 %, občas 40 %).

Únava a další osobní překážky pak o něco častěji trápí Ostravany **ve středním věku**. Je mezi nimi sice o něco méně těch, kteří tento problém pociťují intenzivně, avšak velmi často nebo občas únava v účasti na kulturní akci brání téměř třem čtvrtinám Ostravanů ve věku 30-44 let a 45-69 let (shodně 72 %), ale pouze 49 % 15-17letých. Výrazněji tento faktor vnímají také lidé **se střední školou bez maturity** (75 %).

Nedostupnost vstupenek pak mírně častěji reflektují lidé **se vzrůstajícím věkem** (70 % často + občas v kategorii nad 60 let). Intenzivně pak tento problém vnímají lidé **s vyšším vzděláním**. Mezi základoškoláky tento problém velmi často brání účasti 9 % Ostravanů, mezi vysokoškoláky je to dvojnásobek (18 %).

S nabídkou akcí jsou **spokojeni nezletilí, naopak mladí dospělí jsou nejkritičtější** – šestina z nich je velmi často nespokojena (18 %) a další polovina pak občas nespokojena (51 %, celkem 70 %). **Se vzrůstajícím věkem pak míra spokojenosti spíše vzrůstá**. Vzdělání nemá výraznější vliv.

Velmi podobný vzorec platí i v případě **časů konání**, **nejčastěji jsou spokojeni nejmladší, mladí ve věku 18-29 let jsou opět nejkritičtější** (15 % velmi často + 55 % občas), s věkem pak tento podíl klesá. Vzdělání pak hodnocení neovlivňuje.

Nedostatek volného času pak nejvýrazněji **trápí Ostravaný ve věku 18-29 let**. Velmi často brání v účasti na akci čtvrtině z nich (26 %), občas pak další polovině (52 %). Na obě strany od této věkové kategorie pak **míra nespokojenosti s množstvím volného času klesá a nejnižší je v seniorské skupině**, kde velmi často brání v účasti pouze 8 % a další čtvrtině (25 %) občas. Vzhledem ke vzdělání je signifikantní **vyšší podíl nespokojených ve skupině základoškoláků** (20 % velmi často + 47 % občas).

Podobný vzorec vzhledem k věku pak platí i v případě **sladění kulturní participace s prací a rodinou**. V tomto případě problém nejčastěji pociťují lidé ve věku **18-29 let a 30-44 let** (68 % resp. 67 % velmi často + občas). Vzdělání v tomto případě nemá vliv.

Naopak **přílišná vzdálenost kulturních akcí od bydliště** je nejvíce pociťována ostravskými **seniory**. Velmi často vadí 15 % z nich, občas ji pak pociťuje dalších 45 %.

Kromě toho, že **nejmladší Ostravané méně často pociťují obavy z kvality či obsahu akce** – prakticky žádní nevnímají tento problém velmi často a jen 28 % z nich tento problém pociťuje občas (v kategorii 30-44 let je to celkem více než polovina, 52 %) – nejsou obavy z kvality či obsahu akce, nedostatek informací o konkrétní akci, nedostatek informací o kulturních akcích nebo naopak zahlcení a nepřehlednost informací o akcích zásadně demograficky podmíněny.

Špatnou dopravní dostupnost místa konání ve vyšší míře vnímají Ostravané ve věku **18-29 let a ti nad 60 let**. V obou případech velmi často nebo občas dostupnost brání v účasti na akci téměř polovině z nich (48 %). Ve skupinách středního věku je tento podíl přitom 38 %, resp. 39 %. Vzdělání nehraje roli.

Význam **jazykové bariéry výrazně vzrůstá s věkem**. V nejmladší skupině si na něj stěžuje 24 % (z toho 7 % brání v účasti na akcích velmi často), ve skupině nad 60 let tento problém brání v účasti celým dvěma pětinám (41 %). Z toho 14 % brání v účasti velmi často. Výrazná je v tomto případě také role **vzdělání**, nejčastěji tento problém vnímají **lidé se SŠ bez maturity**. Dvěma pětinám z nich (42 %) tento problém brání v účasti alespoň občas, z toho 14 % velmi často. Mezi vysokoškoláky je jazyk bariérou pouze pro pětinu (22 %), z toho jen pro 6 % se jedná o problém, který pociťují velmi často.

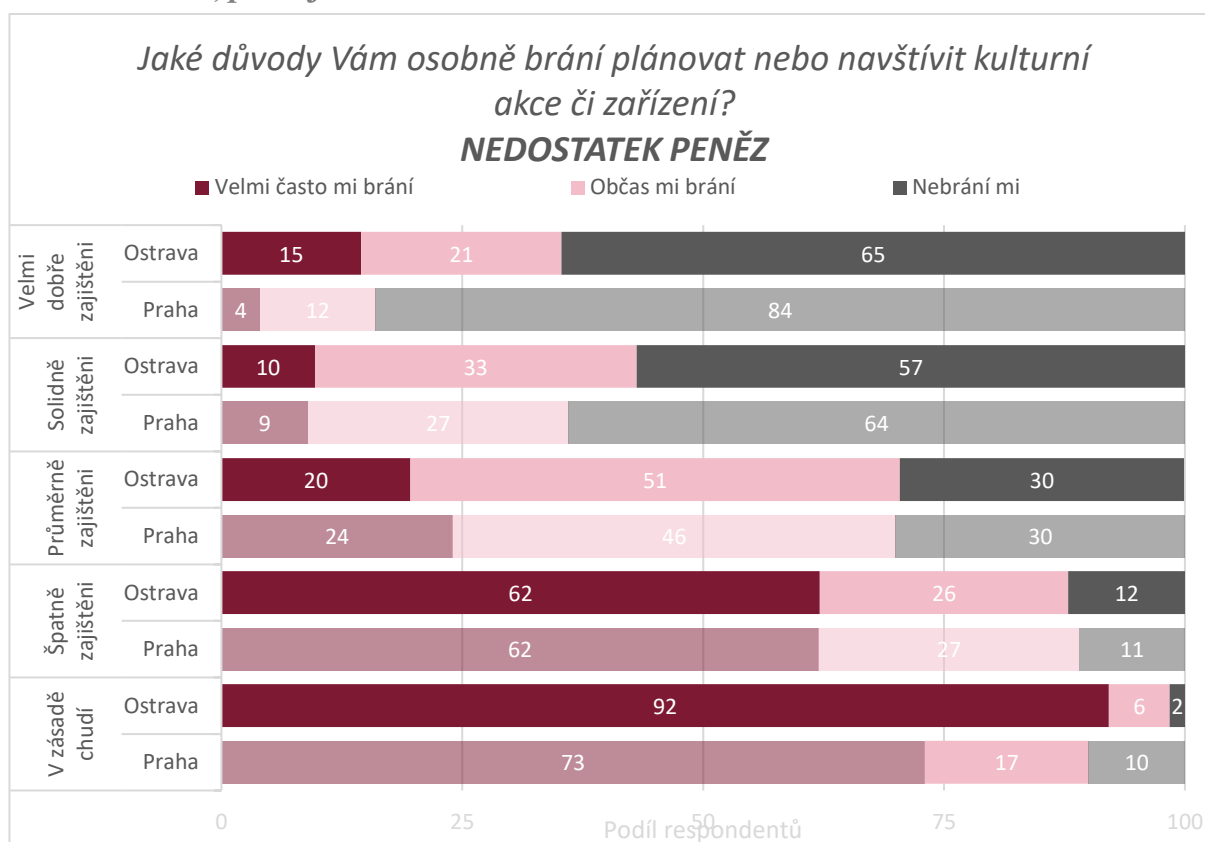
Nedostupnost pro osoby se specifickými potřebami specificky ovlivňuje zejména skupinu **seniorů**, mezi kterými je vyšší podíl těch, kterým brání v účasti velmi často (13 %, 18-29 let pouze 5 %). Zajímavé je, že tento problém pociťují častěji také lidé **se SŠ bez maturity** – velmi často nebo občas tento problém vnímá 32 % z nich. Naopak v případě vysokoškoláků jde pouze o 17 %.

V otevřené odpovědi „jiné“ se pak dominantně objevovaly odpovědi již zahrnuté v některé z možností, či dotazované v rámci následující otázky. Zejména šlo o problémy spojené s péčí o rodinu, vlastní zdravotní stav, či absenci doprovodu.

V **pražské studii** byly jako bariéry nejčastěji vnímány **únava a další osobní překážky**, na ty si stěžovalo celkem 71 % (21 % velmi často). Následoval nedostatek peněz (63 %), velmi často jej jako bariéru vnímá (26 %) Pražanů, tedy **shodně jako je tomu v Ostravě**. Nedostupnost vstupenek pak vnímalo srovnatelné množství Pražanů (61 %). Výrazně více Ostravanů však chápalo jako bariéru nevyhovující nabídku akcí (+6 p.b.). Srovnatelné bylo hodnocení času konání, sladění s prací a rodinou, obavy z kvality či obsahu akce, nedostatek informací o konkrétní akci, kulturních akcích obecně nebo problém nepřehlednosti informací. **Mírně častěji si Ostravané stěžovali na špatnou dopravní dostupnost** (+3 p.b.). Vzhledem k tomu, že tato problematika byla ze strany zadavatele adresována jako potenciálně výrazný faktor ovlivňující ostravský kulturní život, lze konstatovat, že **zjištěný rozdíl mezi městy je zanedbatelný**. Mírně častěji se v Ostravě objevuje také problém **jazykové bariéry** (+4 p.b.). Výrazně častěji si Ostravané také stěžovali na **nedostupnost pro osoby se specifickými potřebami** (+7 p.b.).

Nedostatek peněz (jako bariéra účasti na kulturním životě) je jednoznačně podmíněn příjmovou situací domácnosti. Zatímco mezi **Ostravany**, kteří se považují za **velmi dobře zajištěné, tuto bariéru vnímá jen šestina** (15 %), v případě těch **nejchudších je to více než devět z deseti** (92 %). Zajímavé je přitom i srovnání s výsledky **pražské studie** (Graf 7.2), které ukazuje na **vyrovnanější vnímání** situace **mezi bohatými a středně příjmovými Ostravany** – rozdíly jsou mezi těmito skupinami výrazně **menší než v Praze**. Skupina **nejchudších Ostravanů** pak finanční bariéru vnímá **výrazněji**, než je tomu v případě Pražanů.

Graf 7.2: Srovnání podílů osob, kterým brání nedostatek peněz v návštěvě kulturních akcí a zařízení, podle finanční situace domácnosti mezi Prahou a Ostravou

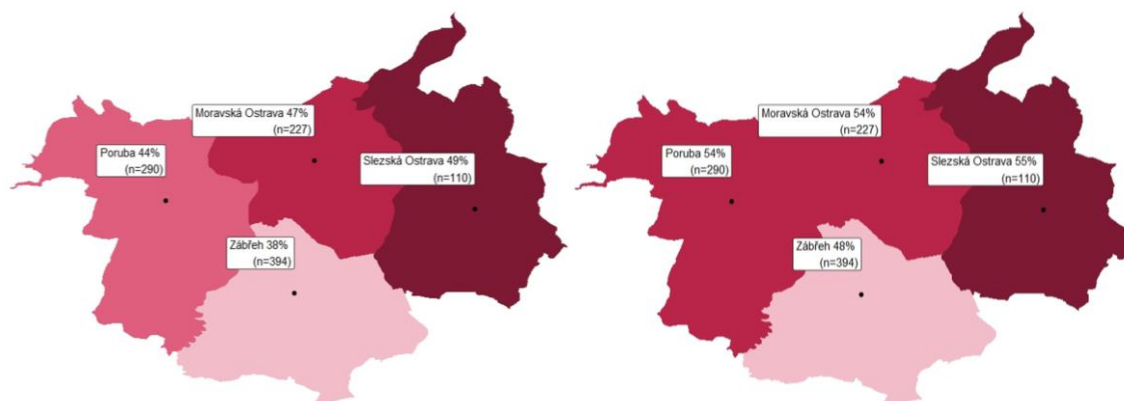


Zdroj: Dotazníková šetření „Kulturní život v Ostravě“ (N= 1 040) a „Kulturní život v Praze“, STEM (N= 1 601).

Graf 7.3 se blíže zaměřuje na problematiku **faktické dostupnosti míst konání kulturních akcí**. Špatnou dopravní dostupnost nejčastěji vnímají obyvatelé **Slezské Ostravy**, alespoň občas brání v návštěvě kulturní akce téměř polovině z nich (49 %). **Nejlépe** si stojí naopak **Zábřeh** (38 %). V případě **přílišné vzdálenosti míst konání** je **opět nejhůře** vnímána situace ve **Slezské Ostravě**, kde tuto bariéru vnímá více než polovina (55 %), **nejlépe** si pak opět stojí **Zábřeh** (48 %). Pro všechny sledované oblasti přitom platí, že Ostravané potenciální bariéru fyzické dostupnosti častěji chápou jako **problém přílišné vzdálenosti od místa konání, spíše než jako problém špatného dopravního spojení**. Z hodnocení zároveň vyplývá, že dostupnost a místo konání jsou poměrně logicky vnímány jako **propojené faktory**, avšak v případě **dopravní dostupnosti** existuje mezi hodnocením v jednotlivých oblastech výrazně **vyšší rozdíl** (11 p.b.), než je tomu v případě vzdálenosti místa konání (7 p.b.). Jinými slovy, všem Ostravanům **častěji vadí, že se akce konají**

příliš daleko od jejich bydliště, avšak kvalitu dopravního spojení vnímají v jednotlivých částech Ostravy rozdílně.

Graf 7.3: Srovnání podílů osob, kterým brání alespoň občas špatná dopravní dostupnost v návštěvě kulturních akcí a zařízení (vlevo), s podílem těch, kterým brání přílišná vzdálenost míst, kde se kulturní akce konají (vpravo), v hlavních oblastech Ostravy



Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040).

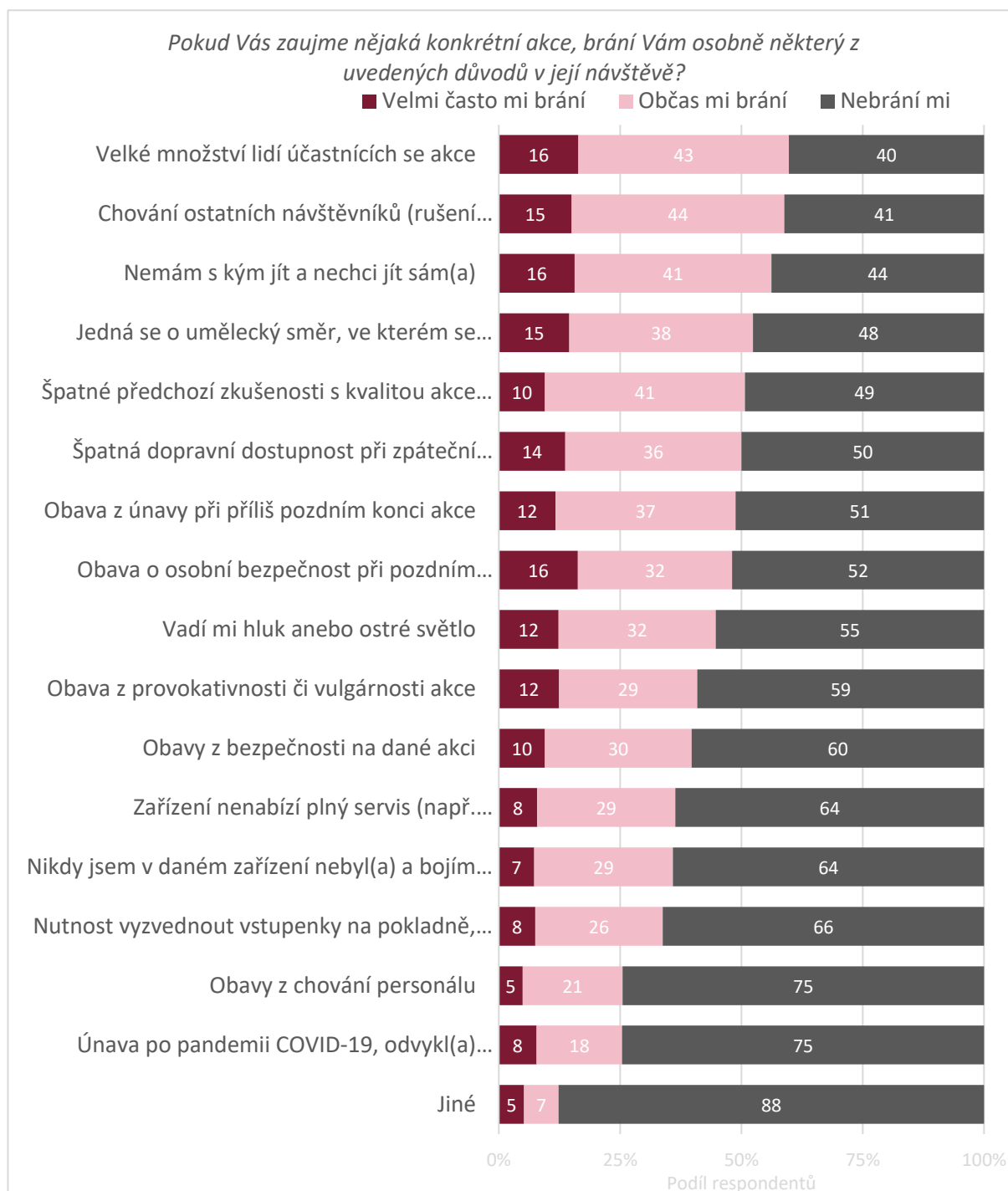
7.2 Konkrétní bariéry omezující Ostravaný při návštěvě vybraných kulturních akcí a zařízení

- ❖ Při výběru konkrétních akcí Ostravanům nejčastěji vadí příliš velké množství lidí, nebo to, že nemají s kým vyrazit. Časté jsou i obavy o osobní bezpečnost při návratu domů.
- ❖ Jednotlivé bariéry častěji vnímají ženy, senioři a lidé se základním vzděláním.
- ❖ Zvláště silně se projevují rozdíly mezi muži a ženami v otázce obavy o osobní bezpečnost při pozdním návratu domů, která taktéž významně ovlivňuje seniory.
- ❖ Na úrovni místa bydliště však nejsou obavy o osobní bezpečnost a špatná dopravní dostupnost v nočních hodinách nijak provázány. Zatímco největší obavy o bezpečnost mají lidé v Zábřehu, jako špatná je dopravní dostupnost v noci nejčastěji hodnocena v Porubě.
- ❖ Čtvrtina Ostravanů udává, že se při návštěvách kulturních akcí cítí nejistě, více než polovina pak pociťuje nejistotu při návštěvě akcí uměleckého směru, se kterým nemají zkušenost. Bariéru může představovat i neznalost místa, kde se akce koná.
- ❖ Častěji se cítí nejistí muži, míra nejistoty však klesá s vyšším věkem a vzděláním.

Kromě bariér, které omezují celkovou kulturní participaci Ostravanů, je možné popsat i **překážky**, na které obyvatelé města narážejí při plánování návštěvy **konkrétní, již vyhlédnuté kulturní akce nebo zařízení**. Přestože některé z těchto překážek působí z vnějšího pohledu marginálně, pro jednotlivce mohou být velmi významné. **Největší částí** Ostravanů vadí **velké množství lidí** účastnících se akce. To představuje velmi často nebo alespoň občas bariéru pro 59 % z nich. Pro šestinu (16 %) z nich jde přitom o problém, který jim v návštěvě brání velmi často. Jedná se tak, společně s problémem způsobený tím, že **nemají s kým na akci vyrazit a obavami o osobní bezpečnost při návratu domů**, zároveň o nejintenzivněji vnímaný problém, který nejvyšší podíl Ostravanů hodnotí jako „velmi častý“. V celkovém pořadí pak následují **obavy z chování ostatních návštěvníků**, které brání v návštěvě velmi často nebo občas 59 % Ostravanů. Třetí následuje již zmíněný problém **chybějícího doprovodu** a nechuti účastnit se akce samostatně (57 %). Dále pak **nejistota ohledně návštěvy akce v kulturním směru, kde se lidé cítí nejistí** (53 %), **špatné předchozí zkušenosti s kvalitou akce** (51 %) nebo **špatná dopravní dostupnost při zpáteční cestě**, kterou za bariéru alespoň občas označuje právě polovina Ostravanů (50 %). Jako vcelku neproblematické jsou naopak hodnoceny obavy z chování personálu (26 %). Stejně tak do pozadí ustoupila únava z COVID-19 a navazující nezvyk navštěvovat kulturní akce (26 %).

Velké množství lidí na akci bylo považováno za hlavní bariéru návštěvy také mezi **Pražany**, srovnatelný byl rovněž podíl těch, kteří jej hodnotí jako problém (61 %). **Obavy z chování ostatních** účastníků byly pak v **Praze mírně nižší** (-7 p.b.). **Absence doprovodu** pak představovala bariéru pro 53 % Pražanů (-4 p.b. oproti Ostravě). Nejistota ohledně uměleckého směru pak, srovnatelně s Ostravou, omezovala při návštěvě přibližně polovinu Pražanů (51 %). I v ostatních oblastech, které byly dotazovány v obou městech (obava o osobní bezpečnost při pozdním návratu domů a špatná dopravní dostupnost při zpáteční cestě, dotazovány nebyly) byly zjištěné četnosti srovnatelné.

Graf 7.4: Důvody bránící Ostravanům v návštěvě konkrétních kulturních akcí a zařízení



Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040).

I v tomto případě pak jednotlivé bariéry zpravidla častěji vnímají **ženy**, u většiny položek jde také **spíše o starší respondenty**, nebo respondenty **se základním vzděláním**. Konkrétně pak v případě **velkého množství lidí** účastnících se dané akce neexistují klíčové sociodemograficky podmíněné rozdíly.

Chování ostatních účastníků akce pak častěji představuje bariéru pro **lidi nad 60 let**. V této skupině je signifikantně více těch, kterým chování ostatních velmi často brání v účasti na akci (23 %). Ve skupině 30-44letých, která je naopak na tento faktor nejméně citlivá, je pro srovnání takových osob pouze 10 %.

Absence doprovodů představuje výrazně častěji problém pro **ženy**, které mají větší zájem o účast na kulturních akcích. Velmi často nebo občas tak absence doprovodu brání v účasti 62 % z nich, což je o 13 p.b. více než v případě mužů. V **nejmladší skupině do 17 let a naopak mezi Ostravaný nad 60 let** je pak výrazně více těch, kterým tento aspekt **brání v účasti velmi často** (33 %, resp. 23 %). V kategoriích 30-44 let a 45-59 let jsou přitom tyto podíly pod deseti procenty. Rozdíl je tak velmi pravděpodobně podmíněn zejména možnostmi **návštěvy s partnerem či partnerkou**.

Nejistota ohledně konkrétního uměleckého směru opět nejčastěji omezuje **nejstarší věkovou skupinu**, velmi často tento problém vnímá více než pětina z nich (21 %). Ve středních věkových skupinách je tento podíl opět nižší než deset procent. **Nejmladší skupina** je naopak v tomto směru **nejsebevědomější**, plných 67 % tuto bariéru nevnímá (v kategorii 60+ je to 43 %).

Zatímco **špatné přechozí zkušenosti** vnímají Ostravané napříč sociodemografickými skupinami podobně, **špatná dopravní dostupnost při zpáteční cestě** představuje výrazně častěji problém pro **ženy**. Vnímá ji alespoň občas 57 % z nich, avšak pouze 42 % mužů (+15 p.b.). Vyšší je i podíl žen, které ji označují za problém velmi často. Špatná dopravní dostupnost častěji trápí také obyvatele **nad 60 let**, velmi často ji považuje za bariéru pětina z nich (20 %), zatímco v ostatních věkových skupinách se tento podíl pohybuje mezi jedenácti a dvanácti procenty a v nejmladší skupině není zastoupen vůbec.

Ženy si také častěji než muži stěžují na **obavy z únavy** (55 %, +13 p.b.). Ty naopak výrazně **méně často trápí nejmladší Ostravaný**. Neohlíží se na ně tři čtvrtiny (75 % Ostravanů do 18 let, naopak ve skupině seniorů je to méně než polovina (46 %), možná překvapivě jsou druhou skupinou, která tento problém vnímá častěji, lidé ve věku 18-29 let.

Obavy o osobní bezpečnost při pozdním návratu alespoň občas vnímá 59 % žen a 36 % mužů (+23 p.b.). Zde se **rozdíl mezi muži a ženami projevuje z celé analýzy vůbec nejsilněji**. Tato položka je přitom silně **provázána s problematickou dopravní dostupností ve večerních hodinách**, kde je rozdíl mezi muži a ženami druhý nejvýraznější. Tato obava také výrazně častěji brání v návštěvě Ostravanům – **seniorům**. Velmi často ji pociťuje plná čtvrtina (26 %), v ostatních věkových skupinách tuto bariéru naopak vnímá pouze deset až třináct procent obyvatel. Zajímavé je, že tato bariéra je jako jedna z mála **rovněž silně**

ovlivněna vzděláním – s vyšším vzděláním míra obav klesá. Mezi Ostravany se základní školou tak velmi často brání v účasti více než čtvrtině (26 %), mezi vysokoškoláky pak pouze 8 %. **Stejný vzorec**, i když ne tak výrazně, pak platí rovněž pro **obavy z bezpečnosti přímo na dané akci**.

Hluk a ostré světlo pak častěji považují za bariéru lidé v **důchodovém věku**, stejně jako **obavu z provokativnosti či vulgárnosti akce**. V obou případech jsou na tyto aspekty **méně citliví naopak nejmladší** Ostravané a Ostravané ve věku 30-45let. **Provokativnost či vulgárnost** také častěji vnímají **ženy**. Méně citliví k ní jsou naopak lidé se základní školou.

Servis zařízení je mírně častěji **důležitý pro seniory**, a naopak méně významný pro nejmladší skupinu, podobně je tomu i v případě **nutnosti vyzvednout vstupenky na pokladně**.

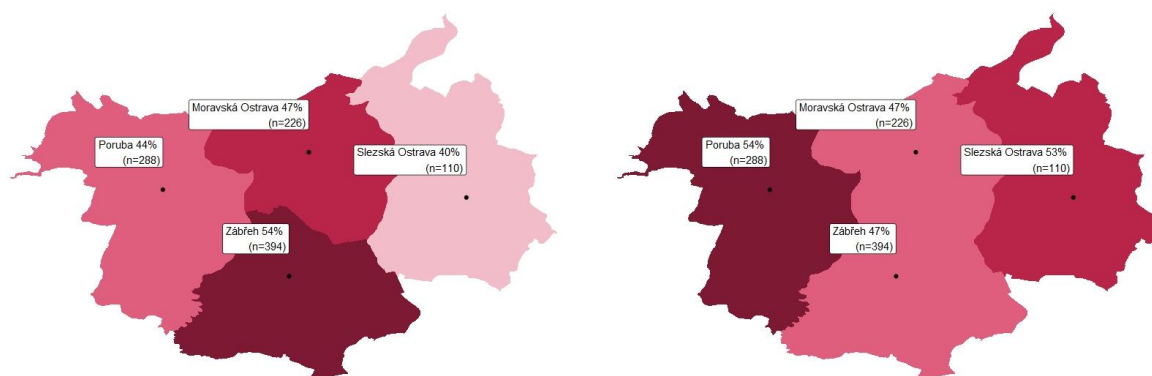
Ženy také mírně častěji vnímají jako bariéru to, že **zařízení dosud nikdy nenavštívily** (40 %, +15 p.b.). Podobně jsou na tom opět i **senioři**. Muži se v této otázce naopak hodnotí suverénněji. Platí zde i podmíněnost vzděláním – vzdělanější Ostravané tuto bariéru vnímají méně často. Alespoň někdy tak tento faktor vnímá 46 % **základoškolsky** vzdělaných, ale pouze 30 % vysokoškoláků.

Lidé s nižším vzděláním také chápou častěji jako bariéru **obavy z chování personálu**. Více než třetina je pociťují alespoň občas jako bariéru (38 %).

Podobně jako u většiny ostatních položek pak **ženy** a **starší lidé** častěji vnímají jako bariéru i to, že **po COVID-19 pociťují únavu a odvykli návštěvám kulturních akcí**.

Detailnější pohled na problematiku **osobní bezpečnosti a obav z dopravní dostupnosti při pozdním návratu** ukazuje Graf 7. Zatímco mezi položkami existuje vazba na úrovni demografických faktorů, tedy že v obou případech se jedná častěji o problematiku vnímanou ženami, **vzhledem k místu bydliště vzájemná podmíněnost mizí**. O **osobní bezpečnost se při návratu** nejčastěji obávají obyvatelé **Zábřehu** (54 %), **nejméně** naopak obyvatelé **Slezské Ostravy** (40 %). Vzhledem ke **špatné dopravní dostupnosti v nočních hodinách** je naopak **nejhůře hodnocena Poruba** (54 %), **nejlépe** pak **Moravská Ostrava a Zábřeh** (47 %). Bez zajímavosti není ani to, že **hodnocení noční dopravní dostupnosti není provázáno s celkovým hodnocením dopravní dostupnosti** (Graf 7.3), ve kterém si stojí nejhůře Slezská Ostrava a nejlépe Zábřeh.

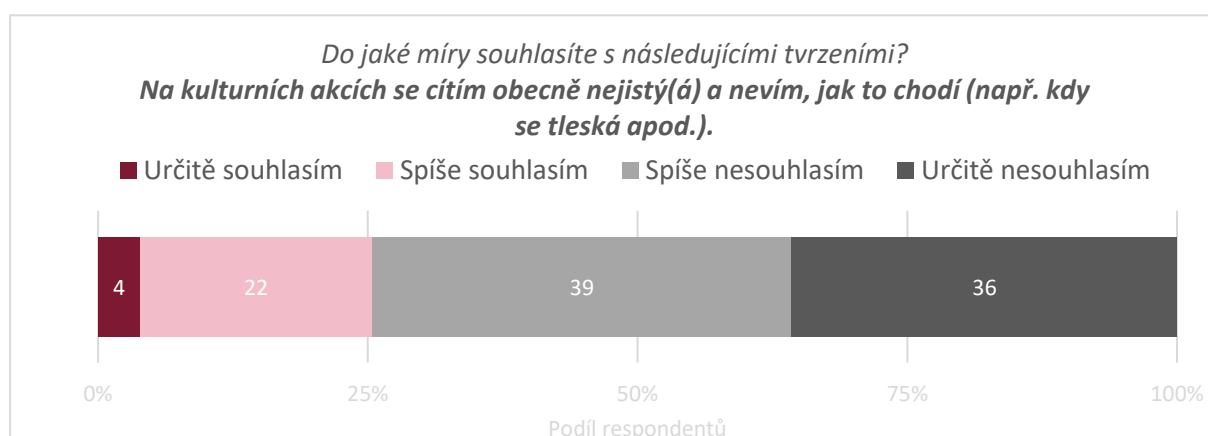
Graf 7.5: Podíl osob, kterým alespoň občas brání obava o osobní bezpečnost při pozdním návratu domů (vlevo) a těch, kterým brání alespoň občas v návštěvě špatná dopravní dostupnost při nočním návratu (vpravo)



Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040).

Pocity nejistoty a nepatřičnosti pak mohou výrazně zasahovat do ochoty účastnit se kulturního života. Jak již bylo uvedeno výše, **více než polovina** (53 %) Ostravanů **vnímá nejistotu při návštěvě kulturních akcí, pokud s daným typem nemají zkušenost**, jako občasnou bariéru, 15 % přitom pociťuje tento faktor velmi často. Stejně tak je bariérou i **neznalost konkrétního místa konání** (36 %). **Celkovou nejistotu při návštěvě kulturních akcí pak deklaruje čtvrtina** (26 %) obyvatel Ostravy, z toho 4 % s tímto tvrzením souhlasí určitě. Pro srovnání, mezi **Pražany** bylo podobné množství těch, kteří se cítili určitě nejistí (3 %), celkově

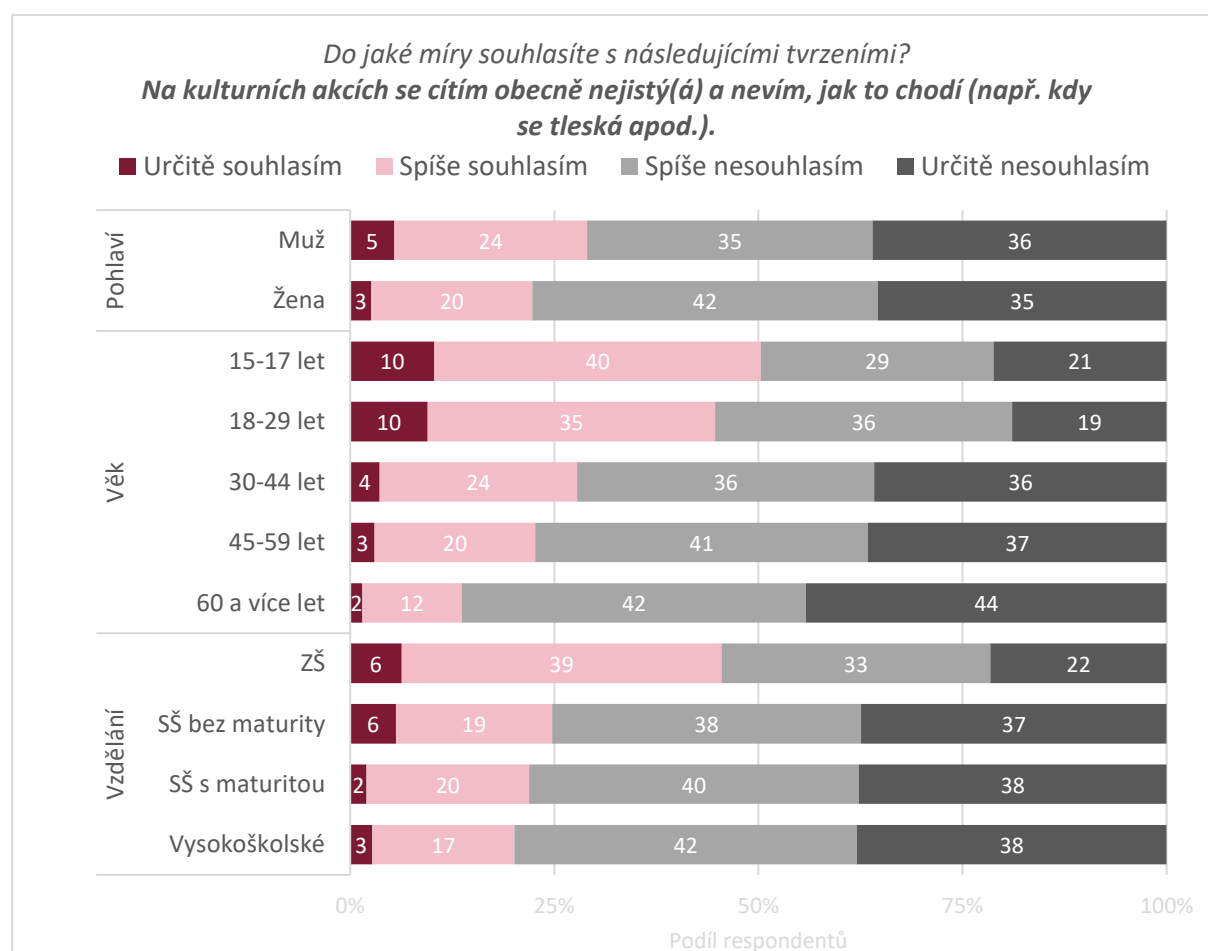
Graf 7.6: Pocit nejistoty týkající se (ne)znalosti zvyklostí na kulturních akcích



však byla **míra nejistoty nižší** (17 %, -9 p.b.). Ostravané jsou tak v tomto ohledu o něco méně sebevědomí.

Vzhledem k tomu, že snížení míry nejistoty může přispět k většímu zapojení některých skupin obyvatel a tím nejen k vyšší inkluzivitě kultury, ale také k celkovému posilování sociální koheze a dalších pozitivních sociálních dopadů kulturní participace, je zajímavý i náhled na tuto otázku z pohledu sociodemografických vlastností. Tento pohled naznačuje, že míra nejistoty **je spojena zejména s mírou předchozí zkušenosti a s mírou současné četnosti návštěv**. Častěji se tak cítí nejistí **muži** (+6 p.b, určitě + spíše ano). Nejistota se také zásadně **snižuje s věkem** – rozdíl mezi nejmladší a nejstarší skupinou je plných 36 p.b., **a se vzděláním**. Zde rozdíl mezi ZŠ a VŠ představuje 25 p.b., tedy čtvrtinu z celkového množství v dané vzdělanostní skupině.

Graf 7.6: Pocit nejistoty týkající se (ne)znalosti zvyklostí na kulturních akcích podle socio-demografických znaků



Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040).

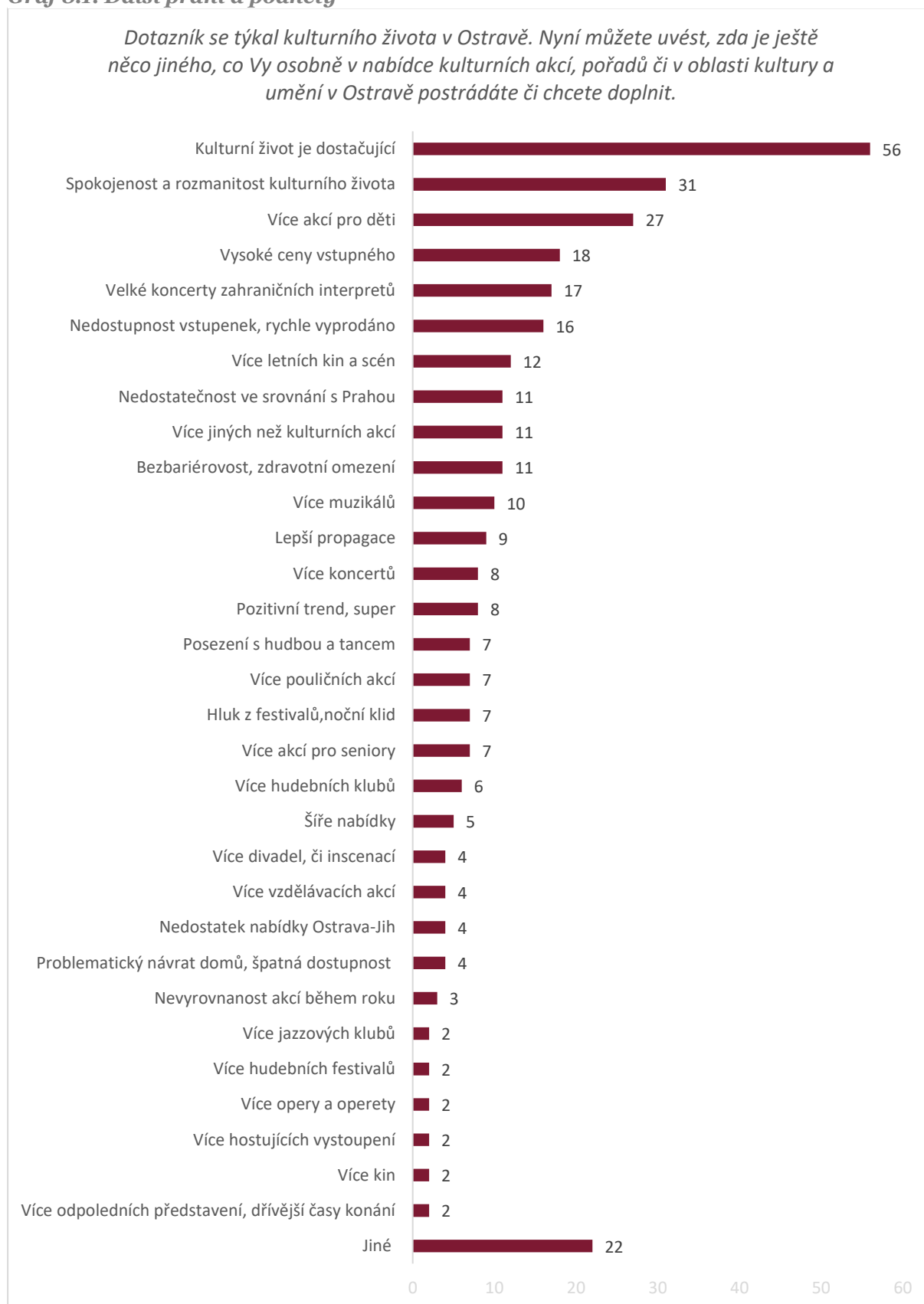
8 Spontánní komentáře a podněty

Poslední část dotazníku se zaměřila na zachycení spontánních připomínek a podnětů, které by Ostravané mohli vzhledem ke kulturnímu životu ve městě vnímat. Šlo jednak o podněty, které by nemusely být zachyceny v rámci sledovaných okruhů, jednak o takové komentáře, které by mohly být vyvolány potřebou dovysvětlit, některé z uvedených údajů a odpovědí. Za tímto účelem byla na závěr zařazena otevřená otázka s povinným volným odpovědním polem.

- ❖ Ostravané jsou nejčastěji s kulturní nabídkou spokojeni či ji považují za dostačující.
- ❖ Často byla zmiňována poptávka po akcích pro dětské diváky, případně jejich finanční nedostupnost nebo vysoká cenová hladina obecně.
- ❖ Často byla reflektována také malá kapacita nabídek, rychlé vyprodání a následná nedostupnost lístků.
- ❖ Opakovaně se vyskytoval také požadavek po velkých koncertech zahraničních interpretů. Ostravané by si také přáli více letních scén či kin, případně nabídku srovnatelnou s Prahou, a to zejména v oblasti muzikálové tvorby.

Ostravané, v souladu se zkušenostmi u podobného typu otázek, nejčastěji již nepociťovali potřebu se k tématu dále vyjádřit, případně uvedli, že je již nic dalšího nenapadá (68 %). Zbývající třetina pak poskytla konkrétnější odpovědi. I v této skupině pak ale převládalo zejména obecné hodnocení celkové situace. Nejčastěji tak Ostravané konstatovali, že **kulturní život v Ostravě považují za dostačující** (5 %, n=56), nebo že jsou se situací **spokojeni a nabídku považují za rozmanitou** (3 %, n=31). Mezi specifickými komentáři pak nejčastěji zazníval požadavek na **více akcí a představení pro dětské diváky** (3 %, n=27) a dále pak stížnosti na **vysokou cenu vstupného** na kulturní akce (2 %, n=18). Poptávka po kulturních akcích zaměřených na **dětské diváky** pak byla často propojena právě s problematikou **cenové hladiny**. Dětská představení tak byla vnímána nejen jako nedostatečně četná, ale rovněž málo finančně dostupná, vzhledem k nutnosti uhradit vstupné za celou rodinu. Často se objevovala i poptávka po **velkých koncertech zahraničních interpretů** (n=17), stížnosti na **nedostupnost vstupenek (vyprodanost)**, způsobenou nedostatečnou kapacitou nabídky (n=16) nebo poptávka po **letních kinech a scénách** (n=16). Poměrně často byla zmiňována i jistá **nedostatečnost** kulturního života **ve srovnání s Prahou** (n=11), která byla často propojena zejména s poptávkou po větší nabídce **muzikálů** (n=10). Ostravané také zmiňovali problematiku **bezbariérových přístupů** (n=10). Jiní pak projevovali zájem o rozšíření nabídky **jiných než kulturních aktivit**, ať již šlo o poptávku po sportovních událostech nebo specifických

hobby aktivitách (např. chovatelství, mykologie). Problematicována byla také **propagace** událostí a **přehlednost informací** o kulturních akcích. V některých případech se pak jednalo o vágně formulovanou poptávku po rozšíření množství či nabídky koncertů, zpravidla bez bližšího žánrového upřesnění. Někteří Ostravané pak také komentovali **pozitivní trend**, který spatřují v rozvoji kulturního života ve městě. Relativně specifický byl rovněž požadavek po **podnicích kavárenského typu s živou hudbou a tancem**, či plesových, tanečních akcí. Vyskytla se rovněž poptávka po jazzovém klubu. Jiní Ostravané by si naopak přáli větší množství **hudebních klubů**. Poptávka byla také po větším množství **akcí pro seniory**. Konkrétní opakující se výtkou pak byly stížnosti na **rušení nočního klidu** a obecně hluk či další obtíže doprovázející **velké hudební festivaly** typu Colours of Ostrava. Jiní Ostravané však naopak hodnotili existenci festivalu pozitivně. Další připomínku pak představoval požadavek na **vyrovnanější množství kulturních akcí v průběhu roku**. Poslední skupinou komentářů pak bylo přání rozšířit nabídku, ať již obecně nebo v konkrétních oblastech.

Graf 8.1: Další přání a podněty

Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040).

9 Segmentace obyvatel dle kulturního chování

Poslední kapitola je věnována typologii obyvatel Ostravy a stručnému srovnání s Prahou. Pomocí matematicko-statistických metod¹ byli obyvatelé obou měst rozděleni do 6 segmentů, z nichž se každý vyznačuje odlišnými preferencemi i specifickými vzorci chování v oblasti kultury.

Segmenty podle kulturního chování jsou následující:

- 1. Kulturní entuziasté**
- 2. Tradiční spotřebitelé**
- 3. Konzumenti zábavního průmyslu**
- 4. Příležitostní návštěvníci**
- 5. Kulturně vyloučení**
- 6. Samotáři**

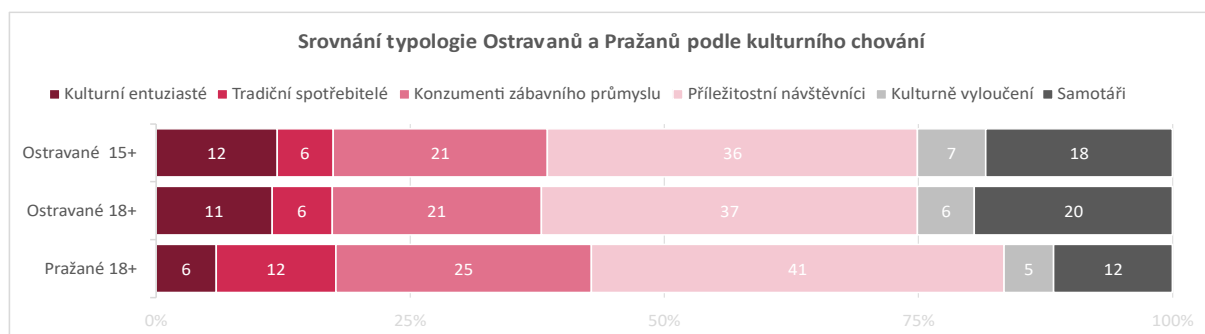
Při srovnání rozložení jednotlivých kulturních segmentů Ostravy a Prahy se ukazuje několik rozdílů. Zatímco v Praze mírně dominují příležitostní návštěvníci (41 %) a konzumenti zábavního průmyslu (25 %), Ostrava má vyšší podíl samotářů (18 % vs. 12 %). Zároveň kulturní entuziasté, tedy ti nejaktivnější a nejotevřenější diváci, jsou v Ostravě zastoupeni dvakrát častěji než v Praze (12 % vs. 6 %), což může odrážet silný vztah této skupiny k místní kulturní scéně. Naopak tradiční spotřebitelé, kteří v Praze tvoří důležitý kulturní pilíř (12 %), mají v Ostravě menší zastoupení (6 %). Segment kulturně vyloučených zůstává v obou městech relativně malý (Ostrava 7 % vs. Praha 5 %).

Z hlediska srovnání charakteristik segmentů jsou rozdíly v kulturní spotřebě mezi Ostravou a Prahou spíše marginální a týkají se častěji socioekonomického statusu. Ostravské segmenty častěji zahrnují vyšší podíl starší populace, zejména v případě samotářů a příležitostných návštěvníků. V oblasti vzdělanostní struktury – v Praze je běžnější vysokoškolské vzdělání i mezi méně kulturně aktivními skupinami. V Ostravě je vysokoškoláků méně i mezi aktivními typy, to je patrné zejména u kulturních entuziastů. V méně kulturně aktivních segmentech, jako jsou kulturně vyloučení nebo

¹ K segmentaci byla využita analýza latentních profilů založená na reportovaném kulturním chování respondentů. Jako vstup byla využita data z otázek č. 6-9 (viz Příloha 2), přičemž zvolený model pracuje se shodnými rozptyly a kovariancí skupin. Pro zkvalitnění vytvořených profilů byl model zpracován na vážených datech, přičemž vážení bylo realizováno prostřednictvím replikace vstupní datové sady. Model byl zpracován s využitím programovacího prostředí R.

samotáři, pak v Ostravě výrazněji převažují osoby se základním nebo nižším středoškolským vzděláním. Socioekonomicky jsou Pražané ve většině segmentů lépe zajištěni.

Graf 9.1: Typologie obyvatel Ostravy a Prahy podle jejich kulturního chování



Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“ (N= 1 034) a „Kulturní život v Praze“, STEM (N= 1 601).

9.1 Kulturní entuziasté

Kulturní entuziasté tvoří 12 % populace Ostravy a představují převážně mladší, ekonomicky aktivní obyvatele se středoškolským vzděláním. Kulturní život je pro ně přirozenou součástí identity – pravidelně navštěvují širokou škálu akcí napříč žánry, od divadel přes koncerty až po výstavy a filmová promítání, přičemž upřednostňují pestrost a experiment. Zároveň jsou to zvědaví a motivovaní lidé, kteří vyhledávají hlubší prožitek, možnost rozšířit si obzory a zažít něco nového.

Sociodemografické charakteristiky

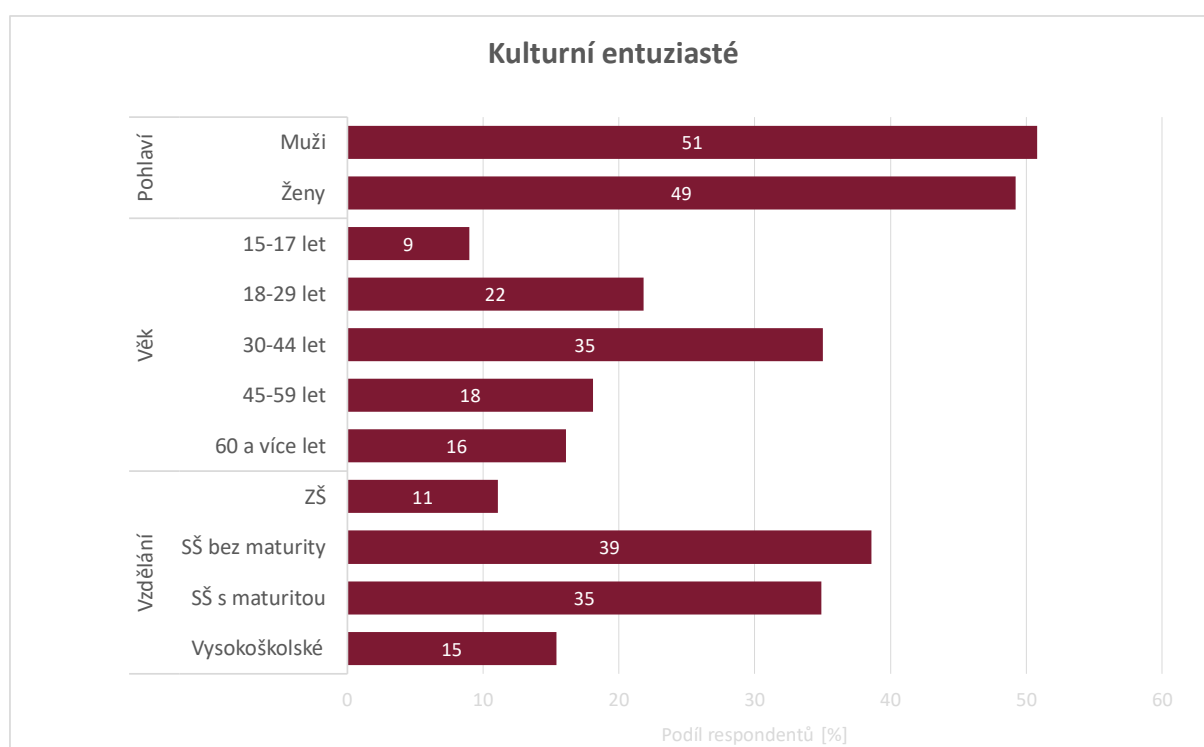
Kulturní entuziasté tvoří 12 % populace Ostravy nad 15 let a 11 % Ostravanů při zohlednění pouze kategorie nad 18 let. Tento segment je **rovnoměrně zastoupen z hlediska pohlaví** – 51 % tvoří muži a 49 % ženy. Převládá **nižší střední věk**, zejména osoby ve věku 30–44 let (35 %). Kulturní entuziasté mají nejčastěji **středoškolské vzdělání, a to buď bez maturity (39 %), nebo s maturitou (35 %)**. Většina z nich (68 %) je ekonomicky aktivní, další část tvoří studenti (14 %) a důchodci (13 %).

Co se týče finanční situace segmentu, 35 % žije v domácnostech, které jsou velmi dobře nebo solidně zajištěné, 55 % hodnotí svou situaci jako průměrnou a pouze 9 % se

nachází v domácnostech s horším finančním zajištěním. Většina kulturních entuziastů žije ve vícečlenných domácnostech nejčastěji s dalšími třemi členy, což často naznačuje rodinné soužití. Jedna pětina jich žije sama (21 %).

Jejich volební účast je lehce **pod ostravským průměrem**, to může být právě tím, že se častěji jedná o členy rodin, u kterých bývá volební účast obecně nižší. Posledních voleb do Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR se **zúčastnilo 47 % z nich** a pouze malá část buď ještě neměla volební právo, nebo na otázku neodpověděla.

Graf 9.2: Sociodemografické charakteristiky segmentu Kulturní entuziasté



Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (velikost segmentu N= 123).

Obecný vztah ke kultuře

Přibližně třetina kulturních entuziastů (36 %) se věnuje **aktivní umělecké činnosti** ve svém soukromí.

Kulturní entuziasté projevují zájem o **široké spektrum kulturních aktivit**. Největší oblibu má hudba, která zajímá 89 % z nich, následovaná filmem (85 %), divadlem (83 %), literaturou (75 %), tancem (70 %) a výtvarným uměním (65 %). Nadprůměrný zájem vykazují také o **alternativní umění (48 %) a nový cirkus (44 %)**.

Mají pestré kulturní preference, které se odrážejí v jejich zájmu o různé hudební žánry, filmové kategorie a oblasti výtvarného umění. V hudbě upřednostňují současnou **populární hudbu** (48 %), **oldies** (43 %), **klasickou, vážnou a operní hudbu** (43 %), **rock** (41 %), jazz a blues (30 %) a metal, punk či reggae (27 %). Ve filmové oblasti sledují častěji než ostatní **segmenty dokumentární a vzdělávací filmy** (54 %), zatímco zájem o kriminální, thrillery a akční filmy je oproti ostatním segmentům nižší (47 %). V oblasti výtvarného umění jeví zvýšený zájem o **design** (40 %), **architekturu** (37 %), nová **média** (36 %), umění ve veřejném prostoru (32 %), lidové umění (32 %) a sochařství (30 %). Zároveň je v tomto segmentu málo těch, kteří by neměli výtvarné umění v oblibě (18 %).

Návštěvnost kulturních akcí a zařízení

Kulturní entuziasté pravidelně navštěvují kulturní akce v Ostravě napříč různými oblastmi. Alespoň jednou ročně navštíví **činoherní divadlo** 87 % z nich, **klasická baletní představení** 63 %, **moderní tanec** 62 %, **experimentální a alternativní divadlo** 58 % a **nový cirkus** 56 %. Tato data potvrzují, že kulturní entuziasté vyhledávají experimentální a méně tradiční formy umění častěji než ostatní – 47 % z nich se **snaží vyhybat mainstreamu**, zatímco v celé populaci je to pouze 24 %.

Také navštěvují hudební akce napříč žánry opakovaně během roku. Nejčastěji chodí na **hudební festivaly zaměřené na moderní hudbu** (86 %), koncerty **populární hudby** (80 %), **muzikály a kabarety** (79 %), **koncerty rockové hudby** (74 %) a **alternativní hudby** (74 %). Nemalý podíl z nich navštěvuje i koncerty klasické hudby (69 %) a operní či operetní představení (65 %).

Jsou také aktivní návštěvníci široké škály kulturních akcí a institucí. Mezi nejčastěji navštěvované patří **výtvarné galerie a výstavy** (84 %), **popularizační a vzdělávací akce** (82 %) a **plesy, bály nebo taneční večery** (76 %), které navštěvují alespoň jednou ročně. Ve zvýšené míře zavítají také do muzeí, na historické památky, do knihoven, literárních kaváren, hvězdáren, planetárií či hudebních klubů a diskoték. Kulturní entuziasté jsou rovněž častějšími návštěvníky komunitních akcí, událostí prezentujících lidovou kulturu a vystoupení amatérských umělců.

Kina a multikina navštěvuje alespoň jednou ročně naprostá většina kulturních entuziastů – činí tak 95 % z nich. Velký zájem projevují také o **přenosy divadelních, baletních nebo koncertních představení promítané v kinech**, které alespoň jednou ročně sleduje 86 % osob. **Multimediální projekty** pak navštíví v průběhu roku 71 % kulturních entuziastů.

Hodnocení šíře programové nabídky a cenové dostupnosti

Tento segment většinově hodnotí šíři programové nabídky kulturních akcí a zařízení v Ostravě jako dostačující. **Oproti zbytku populace však častěji vyjadřují názor, že nabídka není dostatečná** – přesto nejde o většinový postoj. Nejvýraznější poptávka převyšující nabídku se objevuje v oblasti **nového cirkusu**, kde 26 % respondentů považuje aktuální kulturní nabídku za nedostatečnou. Tento segment zároveň vykazuje výrazně nižší podíl osob, které nejsou schopny rozsah nabídky posoudit.

Kulturní entuziasté mají obecně velmi dobré povědomí o kulturních institucích ve městě a jen výjimečně neznají příspěvkové organizace zřizované městem Ostrava. Nejnižší úroveň znalosti byla zaznamenána u **PLATO Ostrava** (13 %) a **DK Poklad** (7 %).

Ačkoli se jedná o finančně lépe zajištěný segment ochotný uhradit vyšší ceny vstupenek, i mezi kulturními entuziasty se objevuje u specifických žánrů vnímání některých cen jako příliš vysokých – **u opery** to uvádí 38 %, u koncertů vážné hudby 34 %, u **taneční hudby** 38 %, baletu a moderního tance 37 % a **u koncertů populární hudby** dokonce 54 %.

Motivace a bariéry

Tito lidé navštěvují kulturní akce z celé řady důvodů, přičemž stejně jako ostatní segmenty je nejčastěji motivuje snaha zažít něco příjemného, zábavného a odreagovat se – takto svou motivaci popisuje 93 % z nich. Velmi silným impulzem je i **pozitivní zkušenost z předchozí návštěvy** (88 %) a **skutečnost, že jsou to právě oni, kdo nejčastěji rozhodují o akci, které se zúčastní** (88 %). **Doporučení od někoho blízkého** je také významným faktorem pro 87 % kulturních entuziastů a touha zkusit něco nového motivuje 83 % z nich. Široké spektrum kulturních akcí navštěvují také proto, aby si **rozšířili obzory** (82 %), a **hluboký duševní prožitek** od toho očekává 79 % respondentů.

Kulturní entuziasté čelí podobným bariérám jako ostatní segmenty populace, některé z nich však uvádějí častěji. Nejčastější překážkou je **nedostatek volného času**, který zmiňuje 69 % z nich. Následují **nevyhovující časy konání akcí a nedostupnost vstupenek** (shodně 65 %), poněkud specifičtější faktorem je **obtížné sladění kulturních aktivit s pracovním a rodinným životem** (63 %). Nejistotu v nových uměleckých směrech zažívá 54 % kulturních entuziastů, a téměř polovina (49 %) vnímá jako bariéru nevyhovující dopravní dostupnost. Zahlcení a nepřehlednost informací o kulturních akcích komplikuje orientaci 46 % z nich. Obava, že by kulturní akce mohla

být příliš provokativní či vulgární, odrazuje 43 % respondentů. U **39 % kulturních entuziastů se navíc projevuje únava po pandemii COVID-19 a pocit, že si odvykli chodit za kulturou.**

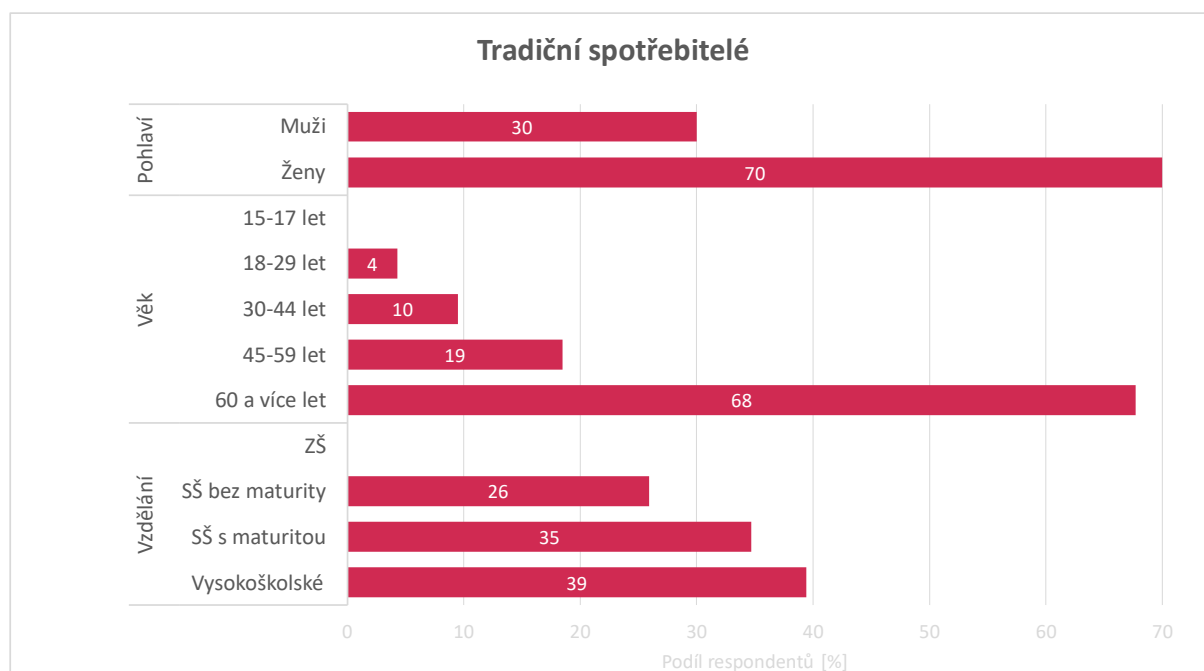
Tento segment klade důraz nejen na kvalitu samotného programu, ale i na úroveň služeb poskytovaných v kulturních zařízeních. Nejčastější překážkou, kterou uvádějí, jsou **špatné zkušenosti s kvalitou akce nebo prostředím**, a to u 52 % z nich. Polovina z nich (50 %) také alespoň občas vnímá jako problém **chování ostatních návštěvníků**. Nedostatečný pocit bezpečí během akce trápí přibližně třetinu kulturních entuziastů, stejně jako fakt, že musí **osobně vyzvedávat vstupenky na pokladně i po online objednání** (37 %). Skutečnost, že zařízení nenabízí plný servis (např. občerstvení, úschovnu nebo bezbariérový přístup), vnímá jako bariéru 39 % respondentů. Obavy z nevhodného či neprofesionálního chování personálu pak zmiňuje 33 % z nich.

9.2 Tradiční spotřebitelé

Tradiční spotřebitelé tvoří 6 % populace Ostravy a vyznačují se vyšším věkem, převažujícím zastoupením žen a nadprůměrnou účastí ve volbách. Kulturní život pro ně představuje stabilní součást životního stylu – pravidelně navštěvují koncerty klasické hudby, divadlo, operu či výstavy, přičemž velká část z nich je držitelem abonmá nebo předplatného. Preferují klasické a tradiční žánry, zatímco moderní a experimentální směry je oslovují jen výjimečně.

Sociodemografické charakteristiky

Spotřebitelé tradiční kultury tvoří 6 % populace Ostravy nad 15 let. V tomto segmentu jsou zastoupené častěji ženy (70 %) než muži (30 %). Segment tradičních spotřebitelů je tvořen zejména lidmi ve starším věku (68 % osob ve věku 60 a více let) a **vysokoškolským vzděláním** (39 %). Čtvrtina (26 %) těchto osob je v ekonomickém postavení **pracujících osob**, 70 % je v postavení **důchodce**. Více než polovina (55 %) tradičních spotřebitelů žije v domácnostech, které jsou **průměrně zajištěné**, a třetina patří mezi ty **lépe zajištěné** (32 %). Téměř polovina (47 %) tradičních spotřebitelů žije v jednočlenných domácnostech. **Tradiční spotřebitelé patří v širším smyslu mezi aktivní obyvatele**, a to včetně účasti ve volbách. Jde o segment, který se ze všech nejčastěji zapojuje do volebního procesu – posledních voleb do Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR se **aktivně zúčastnilo 82 %**. Tato vysoká míra účasti souvisí i s vyšším věkovým průměrem v segmentu, neboť starší občané se dlouhodobě účastní voleb výrazně častěji než mladší generace.

Graf 9.3: Sociodemografické charakteristiky segmentu Tradiční spotřebitelé

Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (velikost segmentu N= 57).

Obecný vztah ke kultuře

Tito lidé jsou často **vlastníky abonentek a předplatného** – **41 %** z nich abonentku či předplatné aktuálně vlastní či vlastnilo v minulosti. S tím také souvisí, že ze všech segmentů nejméně vyhledávají **kulturu v domácím prostředí** (např. v podobě televizních pořadů, Netflixu apod.) – tato forma je **dostačující pouze pro 10 %**. Tradiční spotřebitelé se zároveň **na kulturních akcích cítí jistě** a znají pravidla chování na těchto akcích (91 %). Na rozdíl od kulturních entuziastů neprovozují tak často uměleckou činnost ve svém soukromí.

Tento segment dává přednost klasické a tradiční kultuře, zatímco moderní a experimentální směry je oslovují jen zřídka. Největší zájem projevují **o hudbu** (96 %), **divadlo a film** (shodně 87 %), **literaturu** (77 %) a **výtvarné umění** (71 %), přičemž o výtvarné umění mají největší zájem ze všech segmentů. Méně často je oslovují akce spojené s tancem (45 %), a **výrazně nižší je i zájem o alternativní kulturu a subkultury** (19 %) **či nový cirkus** (11 %).

Z hlediska hudebních žánrů u tradičních spotřebitelů **jednoznačně dominuje klasická, vážná a operní hudba (91 %)**. Následuje folk a country (53 %), oldies – tedy populární hudba 60.–90. let (51 %), a jazz a blues (42 %). **Moderní žánry oslovují tuto skupinu jen výjimečně** – rock (19 %), elektronická hudba (8 %), metal, punk a reggae (4 %) a rap a hip-hop (pouze 1 %).

V oblasti filmu mají tradiční spotřebitelé podobné preference jako celková populace Ostravy – nejčastěji vyhledávají **dokumentární a vzdělávací filmy** (66 %) a **životopisné snímky** (59 %). Méně často je naopak zaujmou fantasy, sci-fi, mysteriózní či hororové filmy (26 %) a animované filmy sleduje pouze 19 % z nich.

Tradiční spotřebitelé mají výrazný vztah k výtvarnému umění – pouze 8 % z nich nepreferuje žádný jeho druh, což je nejméně ze všech segmentů. Oproti ostatním skupinám vykazují vyšší míru zájmu napříč všemi kategoriemi: nejvíce je oslovuje **malba** (71 %), **fotografie** (56 %), **architektura** (55 %), **design** (39 %), **sochařství** (38 %), **umění ve veřejném prostoru** (34 %) a **lidové umění** (31 %). Výrazně menší zájem je o nová média, která si oblíbilo pouze 8 % tradičních spotřebitelů.

V rámci výtvarného umění jednoznačně preferují klasické směry (88 %), zatímco moderní směry upřednostňuje 45 % z nich. Tento vzorec potvrzuje jejich celkovou **orientaci na tradiční formy kulturního vyjádření**.

Návštěvnost kulturních akcí a zařízení

Příklon k tradičním, ustáleným formám se u tradičních spotřebitelů odráží i v četnosti návštěv kulturních akcí a zařízení. Nejčastěji navštěvují **koncerty klasické hudby** (97 %), **činoherní divadlo** (77 %), **opery a operety** (75 %) a klasická baletní představení (51 %).

Naopak **zájem o moderní a alternativní formy kultury je výrazně nižší**. Experimentální a alternativní divadlo navštěvuje alespoň jednou ročně jen 15 % osob, stejně jako koncerty rockové hudby (15 %) a alternativní hudby (14 %). **Ještě nižší je návštěvnost nového cirkusu (7 %)**, hudebních festivalů zaměřených na moderní hudbu (20 %) a zcela výjimečně se tradiční spotřebitelé objevují v hudebních klubech či na diskotékách (pouze 1 %).

Tradiční spotřebitelé jsou častými návštěvníky kulturních institucí a historických míst. Prakticky všichni (100 %) navštěvují alespoň jednou ročně **historické památky**, následují **galerie či výstavy výtvarného umění** (79 %) a **muzea** (78 %). **Knihovny** navštěvuje minimálně jednou ročně 58 % z nich, přičemž **třetina (33 %) sem dochází alespoň jednou měsíčně**.

Mezi oblíbená místa patří i akce prezentující **lidovou kulturu**, které navštěvuje 52 % tradičních spotřebitelů. Ve srovnání s jinými segmenty mají **častěji v oblíbě také akce pořádané uměleckými školami (32 %)** a vystoupení amatérských umělců, která si nenechá ujít alespoň jednou ročně 28 % z nich.

Kina a multikina navštěvuje alespoň jednou ročně 70 % tradičních spotřebitelů. **Přenosy divadelních, baletních či koncertních představení v kinech** vyhledává **každý šestý** (16 %) z nich. Multimediální projekty si alespoň jednou ročně dopřeje 19 % osob z tohoto segmentu.

Hodnocení šíře programové nabídky a cenové dostupnosti

Tradiční spotřebitelé vnímají širší programové nabídky kulturních akcí a zařízení **převážně jako dostačující**. V oblastech, které preferují – **zejména tradiční a klasické formy kultury** – ji často hodnotí dokonce jako plně vyhovující.

Nedostatky v nabídce naopak pociťují u typů akcí, které v centru jejich zájmu s ohledem na přecházející specifické preference. Oproti ostatním segmentům častěji považují nedostatečně zastoupené například **literární kavárny, pásma a večery** (22 %), **klubová kina a filmové kluby** (28 %) či **akce zaměřené na lidovou kulturu** (33 %). Vzhledem k vyššímu průměrnému věku tohoto segmentu je častěji zmiňována také **nízká dostupnost kulturních akcí určených seniorům** (33 %). Zároveň je v této skupině výrazně menší podíl osob, které by nedokázaly programovou nabídku posoudit, což svědčí o jejich dobré orientaci v kulturním dění.

Tito lidé mají rovněž velmi **dobré povědomí o kulturních institucích ve městě**, zejména těch s tradičním zaměřením. Většina z nich zná příspěvkové organizace zřizované městem Ostrava. Nejnížší úroveň znalosti v tomto segmentu byla zaznamenána u **Komorní scény Aréna** (8 %), **DK Poklad** (9 %) a **PLATO Ostrava** (29 %).

Motivace a bariéry

Tradiční spotřebitele **motivuje** k návštěvě kulturních akcí jednoznačně **hluboký duševní prožitek** (86 % osob) a **touha rozšířit si obzory** (70 %). Pro většinu z nich je to i forma zábavy a odreagování (94 %). Tradiční spotřebitelé téměř **nikdy nenavštěvují akce pouze jako doprovod** (13 %) a většinou jsou to **právě oni, kdo rozhoduje, jaké akce se zúčastní** (82 %).

Přestože tradiční spotřebitelé patří mezi průměrně až lépe finančně zabezpečené segmenty a jsou ochotni za své oblíbené kulturní akce zaplatit vyšší vstupné, u některých typů akcí vnímají cenu jako příliš vysokou. Nejčastěji se to týká **kin**, kde 60 % z nich hodnotí vstupné jako drahé. Stejný názor sdílí 53 % v případě **koncertů vážné hudby** a rovněž 53 % u **koncertů populární hudby**. U **opery** označuje vstupné za drahé 42 % tradičních spotřebitelů.

Navzdory těmto výhradám **většina z nich považuje ceny za kulturní akce celkově za odpovídající**. Zároveň se tradiční spotřebitelé většinově nestaví za myšlenku, že by vybrané kulturní akce či instituce měly být zdarma – možnost bezplatného vstupu volili u uvedených typů akcí a zařízení jen výjimečně.

Z hlediska překážek čelí tradiční spotřebitelé podobným bariérám jako ostatní segmenty, některé z nich jsou však pro tuto skupinu obzvlášť výrazné. Za nejčastější specifickou bariéru uvádějí **únavu a další osobní překážky** (77 %). Významnou roli hrají i organizační a logistické faktory – **nevyhovující časy konání a nedostupnost vstupenek** (shodně 70 %), **špatná dopravní dostupnost** (67 %) a přílišná vzdálenost míst, kde se kulturní akce konají (62 %). Finanční stránka představuje problém pro 66 % osob.

Tradiční spotřebitelé rovněž často narážejí na informační bariéry – 47 % z nich uvádí zahlcení či nepřehlednost informací, 41 % postrádá informace o kulturních akcích obecně a **61 % nemá dostatek informací o konkrétní akci nebo místě konání**.

Sociální aspekt účasti tvoří další významnou překážku: **67 % respondentů nemá s kým na akci jít a nechce jít samo**. Obavy z chování ostatních návštěvníků sdílí 68 %, více než polovina (56 %) vnímá jako nepříjemné nadměrný hluk či ostré světlo. Dále **63 % vyjadřuje obavu z provokativnosti nebo vulgárnosti akce** a 42 % má pochybnosti o kvalitě nebo obsahu samotného programu.

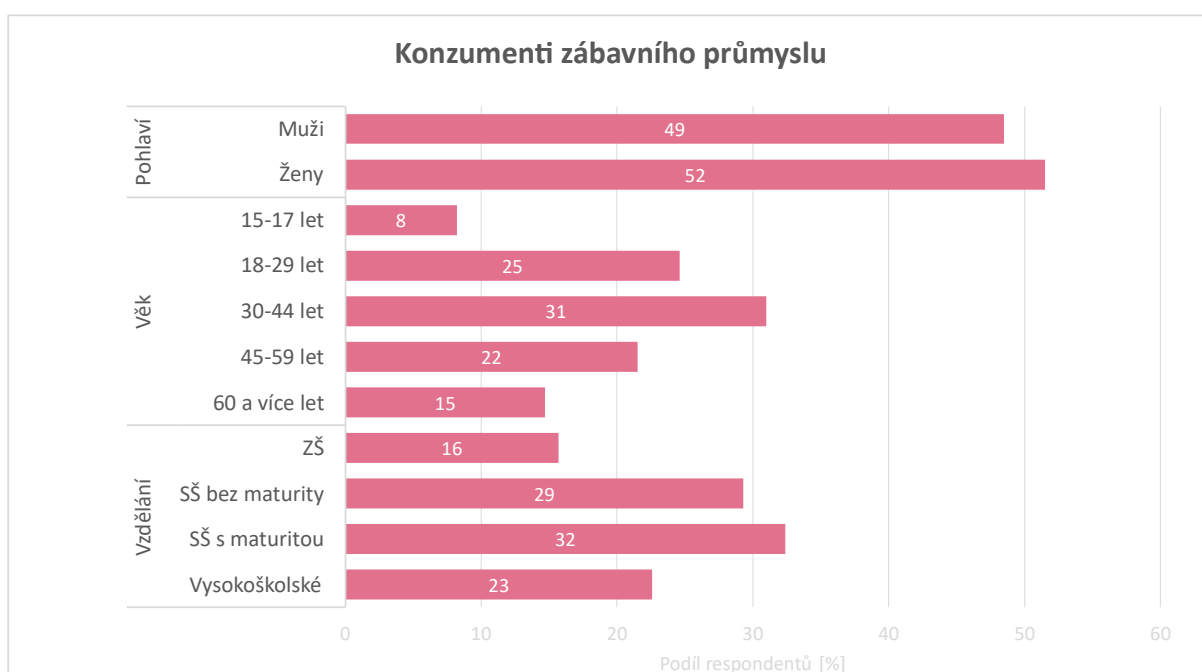
9.3 Konzumenti zábavního průmyslu

Konzumenti zábavního průmyslu tvoří 21 % populace Ostravy a představují převážně mladší až střední věkové skupiny s mírnou převahou středoškolsky vzdělaných a ekonomicky aktivních osob. Kulturně jsou silně orientováni na populární a mainstreamové formy – nejvíce je zajímá hudba a film, přičemž preferují současné žánry. Navštěvují především hudební festivaly, koncerty, kina, stand-upy a hudební kluby, zatímco klasická kultura je oslovuje méně.

Sociodemografické charakteristiky

Konzumenti zábavního průmyslu tvoří 21 % populace Ostravy. Z hlediska pohlaví je segment **rovnoměrně zastoupen** – tvoří jej 52 % žen a 48 % mužů. Převládají **osoby v mladším a středním věku**, konkrétně 25 % ve věku 18–29 let a 31 % ve věku 30–44 let. Vzděláním převažují lidé se **středoškolským vzděláním**, a to jak s maturitou (31 %), tak bez ní (29 %), ale značnou část tvoří i vysokoškoláci (23 %). Většina konzumentů (57 %) je **ekonomicky aktivní**, dalších 17 % tvoří studenti. Drtivá většina (88 %) žije v relativně **dobře finančně zajištěných domácnostech** – 28 % ve velmi dobře či solidně zajištěných, 59 % v průměrně zajištěných, a pouze 13 % ve špatně zajištěných podmínkách. Téměř pětina (21 %) žije sama, **většina však sdílí domácnost s jedním až dvěma dalšími členy**.

Graf 9.4: Sociodemografické charakteristiky segmentu Konzumenti zábavního průmyslu



Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Praze“, STEM (velikost segmentu N= 218).

Konzumenti zábavního průmyslu se na rozdíl od tradičních spotřebitelů, kteří vykazují výrazně nadprůměrnou volební účast, **účastní voleb spíše průměrně** – posledních voleb do Poslanecké sněmovny v roce 2021 se aktivně zúčastnilo 53 % z nich.

Obecný vztah ke kultuře

Konzumenti zábavního průmyslu se nejvíce zajímají o **hudbu** (92 %) a **film** (87 %), v menší míře pak také o **divadlo** (57 %) a **literaturu** (47 %). V oblasti hudby je tento segment výrazně orientován na současné žánry – nejčastěji preferují **populární**

hudbu (66 %), **rock** (57 %) a **oldies** (56 %). Poměrně častý je i zájem o **elektronickou hudbu** (43 %), **rap a hip-hop** (32 %) a **metal, punk či reggae** (31 %), **přičemž tyto žánry poslouchají častěji než zbytek populace**. Naopak menší zastoupení mají příznivci klasické hudby (26 %), folku a country (22 %), jazzu a blues (17 %) a lidové hudby (9 %). Konzumenti zábavního průmyslu tak tvoří hudebně rozmanitý, ale výrazně moderně ale méně experimentálně orientovaný segment.

Podobně jako v hudbě, i ve filmových preferencích konzumenti zábavního průmyslu vykazují **široký záběr**, přičemž se od ostatních segmentů liší zejména intenzitou zájmu o některé žánry. Největší oblibě se těší **komedie** (79 %) a **kriminální, akční filmy či thrillery** (73 %), následované **dokumentárními filmy** (58 %) a **fantasy nebo sci-fi** (55 %). Ve srovnání s celkovou populací častěji vyhledávají animované filmy (41 % oproti 32 %).

Výtvarné umění není pro tento segment tak atraktivní jako hudba či film – 11 % osob nemá tuto oblast kultury v oblibě vůbec. Nejvíce je oslovuje **fotografie** (61 %), což je zároveň nejvyšší podíl napříč všemi segmenty. Následuje **malba** (49 %), ostatní formy výtvarného umění zůstávají spíše na okraji jejich zájmu. Výjimkou jsou **nová média**, která zaujala 16 % osob – více jich má v oblibě pouze kulturní entuziasté. Konzumenti zábavního průmyslu zároveň **výrazně preferují moderní umělecké směry** (67 %) před klasickými (33 %).

Návštěvnost kulturních akcí a zařízení

Konzumenti zábavního průmyslu nejčastěji navštěvují akce spojené s populární hudbou a zábavou – alespoň jednou ročně zavítají na **hudební festival** (74 %), **koncert populární hudby** (64 %) nebo **rockový koncert** (48 %). Téměř všichni alespoň jednou ročně navštíví hudební klub nebo diskotéku. Výrazný zájem je patrný i o filmová promítání – **kina a multikina** navštíví alespoň jednou ročně 85 % z nich. **Činoherní divadlo** navštíví téměř polovina (47 %), zatímco klasické formy jako opera, balet, moderní tanec, koncerty vážné hudby nebo nový cirkus mají u této skupiny spíše podprůměrnou návštěvnost. **Nadprůměrný zájem** oproti zbytku populace byl zaznamenán u akcí typu **stand-up, talkshow a rozhovory** (31 %), zde dosahují zdaleka největšího podílu napříč segmenty. Také společenské události typu plesů a tanečních večerů během roku navštíví téměř polovina z nich.

Konzumenti zábavního průmyslu jsou rovněž aktivními návštěvníky kulturních institucí – **historické památky** navštíví 83 % z nich, **muzea** 61 % a galerie či výstavy výtvarného umění 49 %. Polovina z nich zavítá také do knihovny (49 %) a 37 % z nich se zúčastní popularizačních a vzdělávacích akcí.

Hodnocení šíře programové nabídky a cenové dostupnosti

Konzumenti zábavního průmyslu většinou hodnotí širší programové nabídky v Ostravě jako **dostatečnou až plně vyhovující**, což naznačuje, že jim současné nastavení kulturní nabídky poměrně dobře vyhovuje. Nejčastěji pociťují nedostatek v oblastech, které odpovídají jejich zájmům – konkrétně u **megakonzertů zahraničních interpretů** (28 %), **muzikálů** (18 %) a **stand-upů, talk-show či rozhovorů** (16 %). Zvýšený zájem by projeвили také o širší nabídku v oblasti **historických památek** (19 %) a **muzeí** (15 %), které patří mezi jejich oblíbené cíle. Z hlediska specifických formátů zaznívá poptávka po **letních scénách** (17 %) a částečně také po **hudebních klubech a diskotékách** (11 %) či akcích zaměřených na **nemainstreamovou hudbu** (13 %). Z méně typických a obecně slabě zastoupených oblastí by uvítali větší nabídku také v oblasti **akcí spojených s lidovou kulturou** (16 %).

Z hlediska povědomí o kulturních institucích zřizovaných městem Ostrava vykazují konzumenti zábavního průmyslu **lehce nadprůměrnou znalost**, na druhou stranu deklarují spíše **příležitostnou návštěvnost** těchto zařízení. Nejnižší povědomí bylo zaznamenáno u **PLATO Ostrava**, které nezná třetina zástupců tohoto segmentu (34 %). Následuje **DK Poklad**, s neznalostí na úrovni 20 %. **Komorní scéně Aréna** nezná 17 % a stejný podíl platí i pro **Kulturní zařízení Ostrava–Jih**. Ukazuje se tak, že i přes obecnou orientaci v kulturním dění je znalost konkrétních městských institucí mezi konzumenty zábavního průmyslu často selektivní a navázaná spíše na občasné zážitky než pravidelné návštěvy.

Hodnocení cenové dostupnosti mezi konzumenty zábavního průmyslu je do velké míry srovnatelné s ostatními segmenty. Většina z nich považuje ceny vstupného u řady kulturních akcí za přiměřené. Nejčastěji za příliš drahé označují **vstup do kin a multikin**, a to až 70 % respondentů, častěji než ostatní segmenty, avšak v menší míře pak vstup do **tanečních klubů** (27 %). Stejně jako u jiných segmentů platí, že lidé nejlépe hodnotí cenovou dostupnost u akcí, které pravidelně navštěvují a které patří mezi jejich oblíbené. Právě u těchto akcí jsou zároveň ochotni zaplatit vyšší částky – například na koncerty populární hudby je pětina konzumentů zábavního průmyslu (21 %) ochotna zaplatit za vstupenku **mezi 500 a 1 000 Kč**, dalších 12 % dokonce **více než 1 000 Kč**. Jde o výrazně vyšší podíl než u jiných segmentů.

Motivace a bariéry

Z hlediska motivačních faktorů u konzumentů zábavního průmyslu jednoznačně dominuje potřeba **zábavy a odreagování** – tuto motivaci uvádí drtivá většina (94 %) z nich. Významnou roli hraje také **pozitivní zkušenost z předchozích akcí** (89 %) a **touha vidět oblíbené umělce naživo**, s čímž se ztotožňuje 80 % respondentů.

Důležitý je i sociální rozměr – 87 % oceňuje **možnost trávit čas s blízkými** a 83 % se **rozhoduje na základě doporučení od známých**. Silným impulzem je také touha zkusit něco nového (72 %) a motivace osobního rozvoje a rozšíření obzorů (77 %). Hluboký duševní prožitek očekává 67 % osob, což odpovídá průměru napříč populací. Současně ale **více než polovina** (53 %) uvedla, že by si ve svém **kulturním životě dokázala vystačit i s domácí nabídkou** – například streamovacími službami, televizí či poslechem hudby doma.

Konzumenty zábavního průmyslu trápí v oblasti kultury podobné bariéry jako jiné segmenty, přičemž nejčastěji uváděné překážky lze rozdělit do dvou hlavních oblastí. První z nich tvoří osobní faktory – mezi nejčastěji zmiňované patří **únava a další osobní překážky** (69 %), **nedostatek peněz** (68 %), **nedostatek volného času** (67 %) a **obtížné sladování pracovních a rodinných povinností** (61 %). Druhá skupina bariér souvisí spíše s vnějšími podmínkami, které konzument sám nemůže snadno ovlivnit. Týká se to především **nevyhovující nabídky akcí** (68 %), **nevyhovujících časů konání** (68 %) a **nedostupnosti vstupenek** (také 68 %).

Konzumenti zábavního průmyslu se v určité míře potýkají **s informačními bariérami**. **Nedostatek informací o kulturních akcích** jako takových uvádí 48 % z nich, **nedostatek konkrétních informací o místě či průběhu akce** 45 % a **zahlcení či nepřehlednost informací** 44 %. Na druhou stranu jsou v některých ohledech nejméně zatíženi – například hluk a ostré světlo považuje za překážku jen 31 % z nich, a **jen zřídka zmiňují obavy z bezpečnosti** nebo šíření nemocí.

Ve srovnání s ostatními segmenty se také nejméně obávají provokativnosti či vulgárnosti kulturních akcí – 68 % respondentů uvedlo, že jim takový obsah nebrání v účasti (oproti 59 % v celé populaci). Výrazně častěji také deklarují, že jim nevadí, pokud se kulturní akce týká uměleckého směru, ve kterém se necítí jistě – jako bariéru to nevnímá 55 % z nich, v tom mají prvenství mezi segmenty.

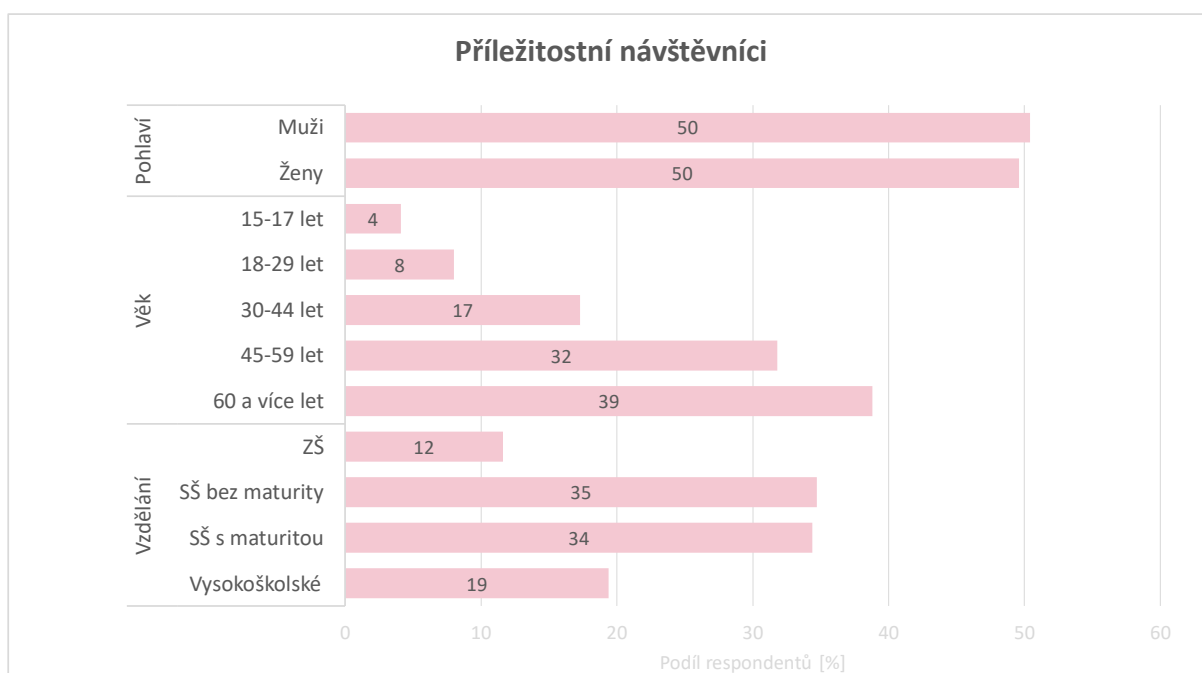
9.4 Příležitostní návštěvníci

Příležitostní návštěvníci tvoří nejpočetnější kulturní segment v Ostravě – zahrnují 36 % populace a vyznačují se věkovou převahou osob středního a vyššího věku, rovnoměrným zastoupením žen a mužů a převahou středoškolského vzdělání. Kulturní nabídku sledují spíše omezeně – zajímají se hlavně o film, hudbu a částečně o divadlo, ale s nižší intenzitou než předchozí tři segmenty. Jejich návštěvnost kulturních akcí je vesměs průměrná, na druhou stranu často a pravidelně navštěvují historické památky. Celkově se jedná z kulturního hlediska o mírně konzervativní a mírně pohodlný segment.

Sociodemografické charakteristiky

Příležitostní návštěvníci tvoří 36 % populace Ostravy ve věku nad 15 let. Z hlediska pohlaví je segment **rovnoměrně zastoupen** – muži i ženy tvoří shodně polovinu segmentu. Převládají lidé ve **středním a důchodovém věku**, konkrétně 32 % je ve věku 44–59 let a 39 % ve věku 60 a více let. Nejčastěji mají **středoškolské vzdělání**, a to jak bez maturity (35 %), tak s maturitou (34 %), zatímco vysokoškolské vzdělání má 19 % z nich. Více než polovina (52 %) je **ekonomicky aktivní**, dalších 35 % tvoří důchodci. Většina příležitostných návštěvníků žije v domácnostech, které jsou **finančně průměrně (40 %) až relativně dobře zajištěné** – solidní nebo velmi dobré zajištění uvádí 54 % z nich. Nejčastěji také bydlí ve dvoučlenných domácnostech, což je vzhledem ke středně vyššímu věku logické. Voleb se příležitostní návštěvníci účastní lehce nadprůměrně, i když méně často než tradiční spotřebitelé – posledních voleb do Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR se aktivně zúčastnilo 64 % z nich.

Graf 9.5: Sociodemografické charakteristiky segmentu Příležitostní návštěvníci



Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (velikost segmentu N= 377).

Obecný vztah ke kultuře

Z hlediska vlastní umělecké činnosti patří příležitostní návštěvníci k segmentům, které se v soukromí věnují nebo v minulosti věnovaly umění jen v omezené míře – uvádí to 13 % z nich. Nejčastěji se zajímají o akce v oblasti **filmu** (82 %) a **hudby** (75 %), méně často o divadlo (56 %) a literaturu (53 %). **Intenzita zájmu je přitom zpravidla**

mírná – většina respondentů volila odpověď „spíše se zajímám“. V oblasti hudebních žánrů dominují oldies (60 %) a současná populární hudba (57 %), následuje rock (51 %) a **folk a country** (39 %). Právě folk a country se těší u příležitostných návštěvníků vyšší oblibě než u ostatní ostravské populace.

Z hlediska filmových žánrů mají příležitostní návštěvníci podobné **preference jako průměrný obyvatel Ostravy** – nejvíce oblíbené jsou **komedie** (81 %), následované **kriminálními, akčními filmy a thrillery** (65 %), dokumentárními a vzdělávacími snímky (59 %) a fantasy, sci-fi, mysteriózními či hororovými filmy (46 %). Mírně nadprůměrná je v tomto segmentu obliba **životopisných filmů**, které sleduje 40 % respondentů.

Výtvarné umění patří **mezi méně vyhledávané oblasti** – 16 % příležitostných návštěvníků tuto oblast nepreferuje vůbec. Největší zájem se soustředí na **fotografii** (58 %) a **malbu** (41 %), ostatní formy výtvarného umění zůstávají spíše na okraji zájmu. Tento segment zároveň výrazněji inklinuje ke **klasickým uměleckým směrům** (74 %) oproti moderním (54 %).

Návštěvnost kulturních akcí a zařízení

U příležitostných návštěvníků je **kulturní aktivita celkově spíše průměrná až podprůměrná**, s výjimkami u několika vybraných oblastí. **Největší oblibě se těší historické památky**, které navštíví alespoň jednou ročně prakticky každý zástupce tohoto segmentu. Výrazný **zájem přetrvává i o kina a multikina** (67 %) a v nemalé míře také o muzea (60 %). Z divadelních forem se nejvíce drží **činohra**, kterou pravidelně navštěvuje polovina příležitostných návštěvníků (51 %), zatímco ostatní typy divadla a tance zůstávají mimo jejich zájem a jen zřídka přesahují hranici 15 % účasti. Výjimkou jsou **stand-upy, talk-show a veřejné rozhovory**, které si alespoň jednou do roka nenechá ujít čtvrtina (25 %) z nich.

Koncerty populární hudby přilákají 40 % a **hudební festivaly** zaměřené na moderní žánry 31 %. Na opačném konci žebříčku stojí koncerty klasické hudby (9 %), opera či alternativní hudba, které navštěvuje jen zanedbatelné procento lidí této skupiny. **Hudební kluby a diskotéky jsou pak pro tento segment téměř zcela mimo okruh zájmu** – nechodí do nich prakticky nikdo (1 %).

Hodnocení šíře programové nabídky a cenové dostupnosti

Příležitostní návštěvníci se v hodnocení kulturní nabídky drží spíše průměru, přičemž častěji než jiné segmenty přiznávají, že pro ně **bývá obtížné posoudit jak širší programové nabídky, tak i cenovou dostupnost** – zejména u akcí, které běžně nenavštěvují. U těch, kteří jsou schopni oba aspekty zhodnotit, převažuje spokojenost s nabídkou, ale zároveň nespokojenost s výší cen. Nejčastěji bývá jako příliš drahé hodnoceno vstupné do **kin a multikin**, kde **nespokojenost vyjádřilo 67 % respondentů**. Podobné, ale mírnější hodnocení sklídilo divadlo. Další mírné vybočení z průměru zaznamenáváme v případě muzikálů – jejich nabídku považuje za nedostatečnou zhruba pětina příležitostných návštěvníků.

Tento segment vykazuje **průměrnou úroveň znalosti městských příspěvkových organizací v oblasti kultury**, avšak i přes povědomí o těchto institucích je značná část z nich v minulosti **osobně nenavštívila**.

Motivace a bariéry

Hlavními motivačními faktory, které vedou příležitostné návštěvníky ke kulturní účasti, jsou především **zábava a odreagování** (88 %). Roli ale hraje i **dobrý dojem z minulé návštěvy** (87 %), **čas strávený s blízkými** (81 %) **nebo touha něco nového se dozvědět a rozšířit si obzory** (71 %). Téměř sedm z deseti doufá i v hlubší duševní prožitek (69 %) a 70 % dá na doporučení někoho blízkého. Pro více než polovinu (54 %) představuje motivaci i cenově výhodná nabídka.

Na druhé straně příležitostným návštěvníkům brání v účasti na kulturních akcích nejčastěji únava a další **osobní překážky** (66 %), **nedostatek finančních prostředků** (64 %) a **nedostupnost vstupenek** (63 %). Poměrně překvapivě zmiňuje 60 % osob také nevyhovující nabídku akcí. Nejvýraznější bariérou je však **vysoký počet lidí na akci**, který odrazuje 68 % z nich, a **související obavy z chování ostatních návštěvníků** – rušení, nevhodné chování či oděv – které vnímá jako problém 62 %. Přesto platí, že v celkovém součtu příležitostní návštěvníci uvádějí většinu bariér o něco méně často než průměr populace Ostravy.

9.5 Kulturně vyloučení

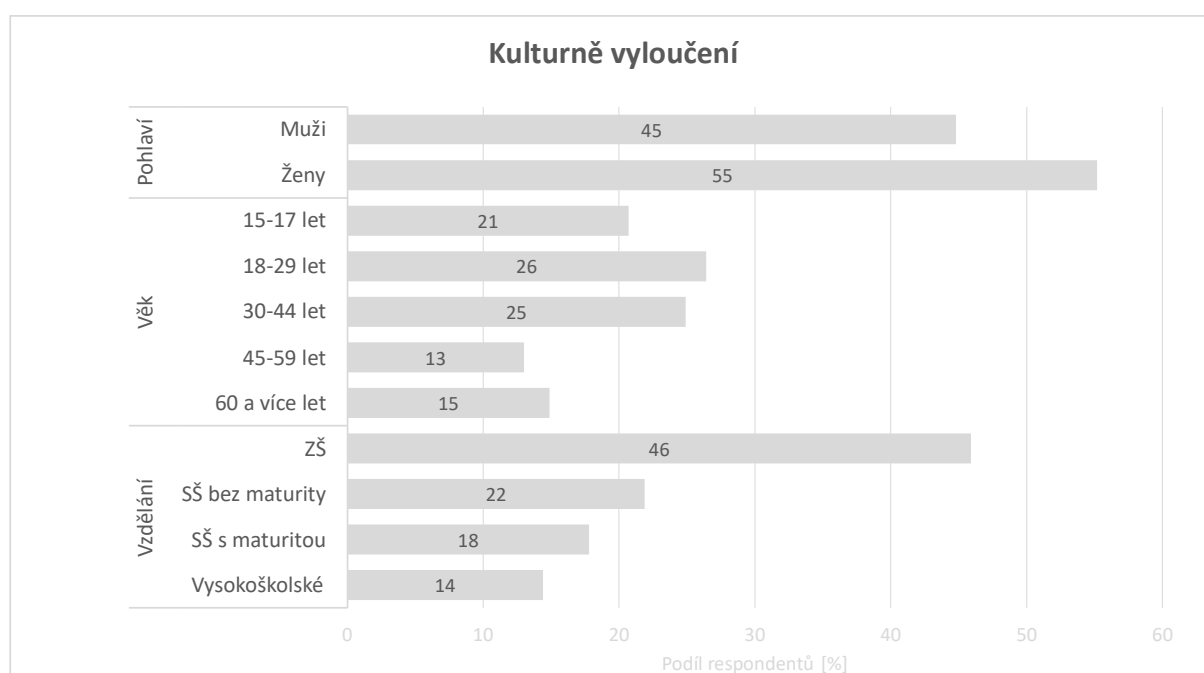
Kulturně vyloučení představují 7 % dospělé populace Ostravy a patří k nejzranitelnějším a nejméně kulturně aktivním segmentům. Častěji jde o ženy a osoby se základním nebo středoškolským vzděláním, přičemž

nadprůměrně vysoký je podíl nezaměstnaných a lidí v horší finanční situaci. V kultuře nejsou aktivní – jak z hlediska vlastní tvorby, tak z hlediska účasti. Nejvíce je zajímavá film a hudba, s nadprůměrnou oblibou rapu a hip-hopu. Do kina chodí téměř všichni, ale jiná zařízení navštěvují zřídka. Jejich potřeby saturuje domácí kultura – otázkou však je, nakolik je to dobrovolná volba s ohledem na omezený rodinný rozpočet. Na kulturních akcích se cítí častěji nejistě.

Sociodemografické charakteristiky

Kulturně vyloučení tvoří 7 % dospělé populace Ostravy. V tomto segmentu **mírně převažují ženy** (55 %) nad muži (45 %). Z věkového hlediska jde o různorodou skupinu, i když mírně vyšší zastoupení mají **lidé ve středním věku** – 26 % je ve věku 18–29 let a 25 % ve věku 30–44 let. Vzdělanostní struktura je oproti ostatním segmentům výrazně posunutá – téměř polovina (46 %) má pouze **základní vzdělání** a dalších 40 % středoškolské (s maturitou či bez ní). Vysokoškolské vzdělání má jen 14 % osob, což je v rámci segmentů nejnižší podíl. Socioekonomický status je rozmanitý: třetina (31 %) je ekonomicky aktivní, 28 % tvoří studenti, 16 % důchodci a **relativně vysoký je také podíl nezaměstnaných** (14 %), což je více než v ostatních segmentech. Po finanční stránce žije většina kulturně vyloučených v domácnostech s **průměrným zajištěním** (53 %) nebo **horším** – 23 % uvádí špatnou finanční situaci.

Graf 9.6: Sociodemografické charakteristiky segmentu Kulturně vyloučení



Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (velikost segmentu N= 69).

Kulturně vyloučení se vyznačují zdaleka **nejnižší volební účastí ze všech segmentů** – posledních voleb do Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR se aktivně **zúčastnilo pouze 38 %** z nich. Nízká míra aktivity se promítá i do jejich vztahu ke kulturnímu životu. Až **41 % navštěvuje kulturní akce na základě rozhodnutí někoho jiného**, tedy sami nejsou iniciátory výběru akce. Zároveň jde o segment, který se **na kulturních událostech cítí nejistě** – každý druhý (51 %) přiznává, že často neví, „jak to tam chodí“ (například kdy se tleská apod.), což může jejich účast dále komplikovat. S touto nejistotou a pasivitou souvisí i **výrazná preference domácí kulturní spotřeby** – kulturně vyloučení ze všech segmentů nejčastěji dávají přednost sledování filmů a seriálů na platformách typu Netflix nebo poslechu hudby doma. Tento způsob trávení času upřednostňuje až 76 % z nich.

Obecný vztah ke kultuře

Kulturně vyloučení se věnují **aktivní umělecké činnosti** pouze **minimálně** – pouze 5 % z nich se věnuje v soukromí umělecké činnosti anebo má takovou zkušenost z minulosti. Abonentku nebo předplatné vlastní anebo v minulosti vlastnilo pouze 8 % z nich.

Většina kulturně vyloučených se **zajímá především o hudbu** (75 %) a **film** (88 %), zatímco ostatní kulturní oblasti zůstávají spíše na okraji jejich zájmu. **Divadlo oslovuje jen 29 %** z nich, což je vůbec nejnižší podíl mezi všemi segmenty. Poměrně překvapivě si **o něco lépe vede tanec**, který zajímá 38 % osob. Ostatní kulturní oblasti – jako výtvarné umění, literatura nebo nový cirkus – vzbuzují jen minimální pozornost.

V hudebních preferencích dominuje současná **populární hudba** (54 %) a **oldies** (40 %), i když celkově tyto žánry poslouchají méně často než průměrní obyvatelé Ostravy. Největším **specifikem tohoto segmentu je nadprůměrná obliba rapu a hip-hopu**, který preferuje 43 % z nich. Častěji než ostatní segmenty se u nich objevuje také zájem o elektronickou hudbu (30 %).

V oblasti filmových žánrů si kulturně vyloučení vedou relativně lépe, protože film je pro ně jedním z hlavních a oblíbených způsobů kulturního vyžití. Největší popularitě se těší **komedie** (77 %), **kriminální, akční filmy a thrillery** (69 %) a **fantasy, sci-fi, mysteriózní a hororové snímky** (58 %). Největším specifikem je **nejvyšší sledovanost animovaných filmů napříč všemi segmenty** – ty sleduje 54 % kulturně vyloučených. Naopak výrazně **menší pozornost věnují životopisným filmům** (27 %) a zejména **dokumentárním a vzdělávacím snímkům** (24 %).

V oblasti výtvarného umění patří tento segment k nejméně aktivním – **téměř třetina** (29 %) **nemá v oblibě žádný výtvarný obor**. Nejvíce přijatelná je pro ně **fotografie** (44 %) a **malba** (36 %), ale i tyto podíly jsou ve srovnání s ostatními segmenty výrazně nižší. Celkově je **zájem o výtvarné umění v tomto segmentu slabý** napříč všemi kategoriemi.

Návštěvnost kulturních akcí a zařízení

Relativně **silný zájem o film** se u kulturně vyloučených **odráží i v návštěvnosti – kina a multikina** navštěvují **alespoň jednou ročně prakticky všichni**. Mimo tuto oblast je však jejich **kulturní aktivita minimální**. Divadelní představení, koncerty jakéhokoli žánru či činohra, které bývají u jiných segmentů běžně navštěvované, zůstávají u této skupiny téměř mimo zájem. **Zcela minimální je také návštěvnost historických památek** – ty alespoň jednou ročně navštíví pouhá 4 % kulturně vyloučených, a to i přesto, že jde o dostupnou a cenově nenáročnou formu kultury. Mírně lepší je situace u **knihoven**, které aspoň jednou ročně využívá 32 % osob, a podobně je tomu s návštěvností u **muzeí** (23 %).

Hodnocení šíře programové nabídky a cenové dostupnosti

Kulturně vyloučení **většinou nedokážou posoudit šíři programové nabídky ani cenovou dostupnost** většiny kulturních akcí a zařízení – **výjimku** představují pouze **kina, multikina, hudební festivaly a megakoncerty zahraničních interpretů**, které jsou jim známé a jejichž program vnímají převážně pozitivně. Spokojenost s nabídkou však nenásleduje u cen: **vstupné do kin a multikin považuje za příliš drahé 61 %** z nich, a podobně hodnotí ceny vstupenek na koncerty současné hudby (42 %). Tento segment zároveň vykazuje **podprůměrnou úroveň znalosti příspěvkových organizací zřizovaných městem Ostrava**, a kulturní infrastrukturu vnímá méně zřetelně než ostatní skupiny.

Motivace a bariéry

Kulturně vyloučení sdílejí s ostatními segmenty některé základní motivace – tou hlavní je **zábava a odreagování**, kterou uvádí 75 % z nich. Silným impulzem je také sociální rozměr kulturní účasti, 68 % osob **vyhledává na akcích čas strávený s blízkými**. Významnou roli hraje i **touha zkusit něco nového** (65 %) nebo **vidět umělce naživo** (64 %).

Hlavní překážkou účasti je **nedostatek finančních prostředků**, který pociťuje 76 % kulturně vyloučených. Dále je trápí i **nedostatek času** (60 %) a **nevyhovující nabídka kulturních akcí** (57 %). Mezi další výrazné bariéry patří nedostatek informací – jak o akcích obecně (47 %), tak o konkrétním místě a průběhu (49 %). Překážkou jsou i **nevyhovující časy konání** (55 %) **nebo špatná dopravní dostupnost** (52 %). Tento segment rovněž častěji než jiné skupiny zmiňuje **obavy sociálního charakteru kulturní akce**, 62 % se obává rušivého chování ostatních návštěvníků a 68 % odrazuje velké množství lidí na akci. Celkově kulturně vyloučení uvádějí výrazně širší škálu bariér než ostatní segmenty, což jen dokresluje jejich složitější vztah ke kultuře.

9.6 Samotáři

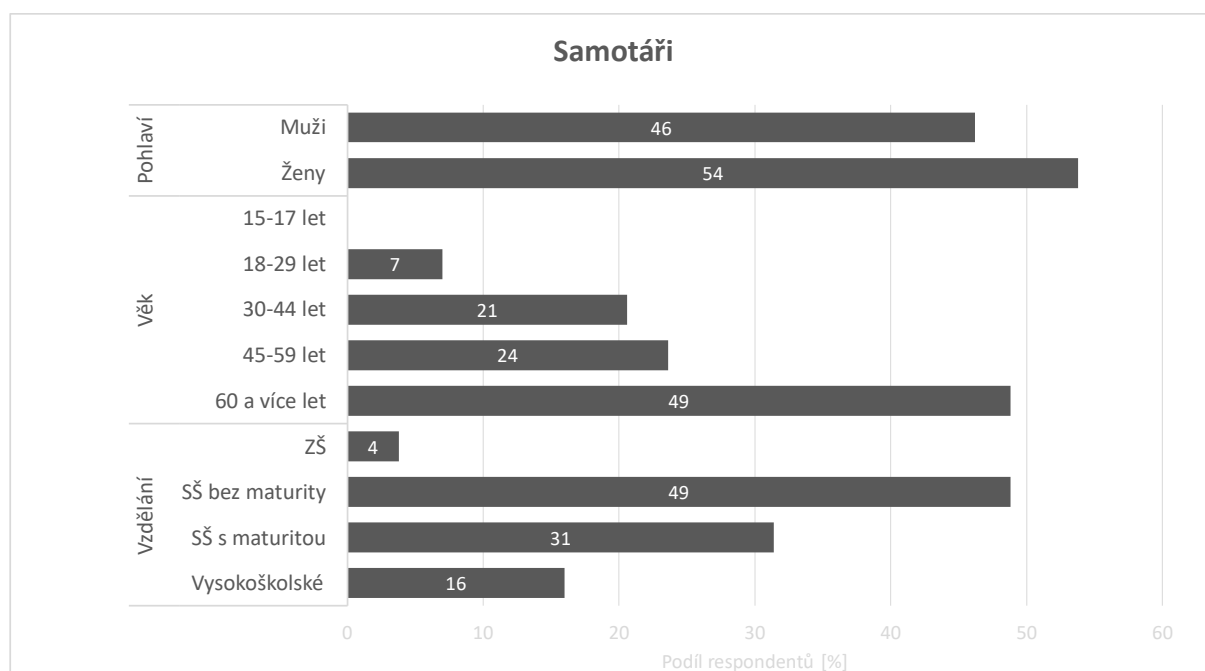
Samotáři tvoří 18 % populace Ostravy a typicky jde o starší ženy žijící v méně příznivých finančních podmínkách. Většina z nich je buď v důchodu, nebo žije z průměrného až podprůměrného příjmu. Kulturní život je pro ně spíše okrajovou záležitostí – aktivně se mu věnuje jen zlomek, často nechávají rozhodování o návštěvách kulturních akcí na jiných a jen výjimečně si kupují abonmá. Ve výsledku je pro ně kultura často spíš vzdálená než běžná součást života.

Sociodemografické charakteristiky

Samotáři tvoří téměř pětinu (18 %) populace Ostravy a častěji mezi nimi najdeme ženy (54 %) než muže (46 %). Jde **převážně o starší populaci** – téměř polovina (49 %) je již v **důchodovém věku** a další čtvrtina (24 %) spadá do věkové kategorie 45–59 let. Z hlediska vzdělání převažují osoby se **středoškolským vzděláním bez maturity** (49 %) a s maturitou (31 %). Ekonomicky je tento segment rozdělen mezi pracující (38 %) a **důchodce, kteří tvoří největší podíl** (45 %). Z hlediska finančního zajištění **samotáři spolu se segmentem kulturně vyloučených patří k nejohroženějším skupinám** – více než třetina (34 %) žije v domácnostech s podprůměrným finančním zabezpečením, zatímco pouze 13 % se označuje za solidně či velmi dobře zajištěných. Zbytek (53 %) se nachází v průměrných podmínkách.

Samotáři obecně patří spíše mezi méně aktivní jedince – jde o lidi, kteří tráví rádi čas doma a do veřejného dění se zapojují méně často. Přesto se **jejich účast na volbách drží na úrovni celoměstského průměru**. Posledních voleb do Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR se **zúčastnilo 53 %** z nich, což je více než u kulturních entuziastů nebo kulturně vyloučených. Ukazuje se tak, že i když samotáři nejsou příliš společensky aktivní, volební účast pro ně relativně zůstává důležitá.

Graf 9.7: Sociodemografické charakteristiky segmentu Samotáři



Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (velikost segmentu N= 163).

Obecný vztah ke kultuře

Samotáři se aktivní umělecké činnosti věnují jen výjimečně – pouze 21 % z nich má zkušenost s tvorbou v soukromí, ať už aktuálně, nebo v minulosti. Jsou také nejčastějším segmentem, který ponechává rozhodnutí o návštěvě kulturních akcí na druhých – téměř polovina (46 %) **nechává volbu na svém okolí. Abonmá vlastní ojediněle** (8 %), v tom se podobají kulturně vyloučenému segmentu. Zároveň společně s tradičními spotřebiteli **výrazně méně vyhledávají experimentální či alternativní kulturní formy**. Tento segment je tak typický pasivnějším přístupem ke kultuře a vyšší mírou konzervativnosti ve svých preferencích.

Více než polovina osob z tohoto segmentu **se zajímá pouze o akce v oblasti filmu** (77 %) **a hudby** (71 %) – i to je však podprůměrný zájem ve srovnání s celou populací Ostravy. Všechny ostatní oblasti kultury (divadlo, tanec, výtvarné umění atd.) se těší ještě menšímu či téměř žádnému zájmu. **Podprůměrný zájem** projevují samotáři i **o jednotlivé hudební žánry, výjimku tvoří současná populární hudba**, kterou preferuje 60 %. Ostatní z hudebních žánrů se netěší výraznější oblibě. Zároveň je to jediný segment spolu s kulturně vyloučenými, kde se objevují lidé, kteří nemají rádi žádnou hudbu (4 %). V oblasti **filmu** jsou nejoblíbenější **komedie** (74 %) **a kriminální a akční filmy či thrillery** (59 %). Všechny filmové žánry jsou však u samotářů spíše méně oblíbené ve srovnání ostatními, a drží se oblíbenosti pod 50 %. Samotáři patří k segmentům, v nichž **nemá** velká část (**38 %**) osob **v oblibě**

výtvarné umění. Z druhů výtvarného umění je v popředí zájmu zejména fotografie, kterou má v oblibě 42 % osob. U všech druhů výtvarného umění je však zájem výrazně slabší než v celé populaci.

Návštěvnost kulturních akcí a zařízení

Samotáři – na rozdíl od kulturně vyloučených – **nenavštěvují žádné kulturní akce ani kulturní zařízení.** Je důležité, že samotáři nechodí ani do kin – kina a multikina navštíví přibližně jednou ročně pouze 15 % osob. Nejlépe dopadly knihovny, které však navštěvuje alespoň jednou ročně 19 % osob, což je silně podprůměrný výsledek v kontextu celé populace (47 %). Není překvapením, že **preferují konzumaci kultury z pohodlí domova**, například prostřednictvím televize nebo poslechu reprodukováné hudby – tento způsob upřednostňuje 67 % z nich.

Hodnocení šíře programové nabídky a cenové dostupnosti

Samotáři ve většině případů **nedokážou posoudit ani šíři programové nabídky, ani cenovou dostupnost kulturních akcí a zařízení** – často proto, že je sami aktivně nevyužívají. Ti, kteří obě kritéria zhodnotit dokážou, bývají **většinou spokojeni s rozsahem nabídky, ale častěji vyjadřují nespokojenost s výší cen.** Výrazným rysem tohoto segmentu je také velmi nízká znalost příspěvkových kulturních organizací zřizovaných městem Ostrava – v porovnání s ostatními skupinami vykazují samotáři vůbec nejnižší orientaci v této oblasti.

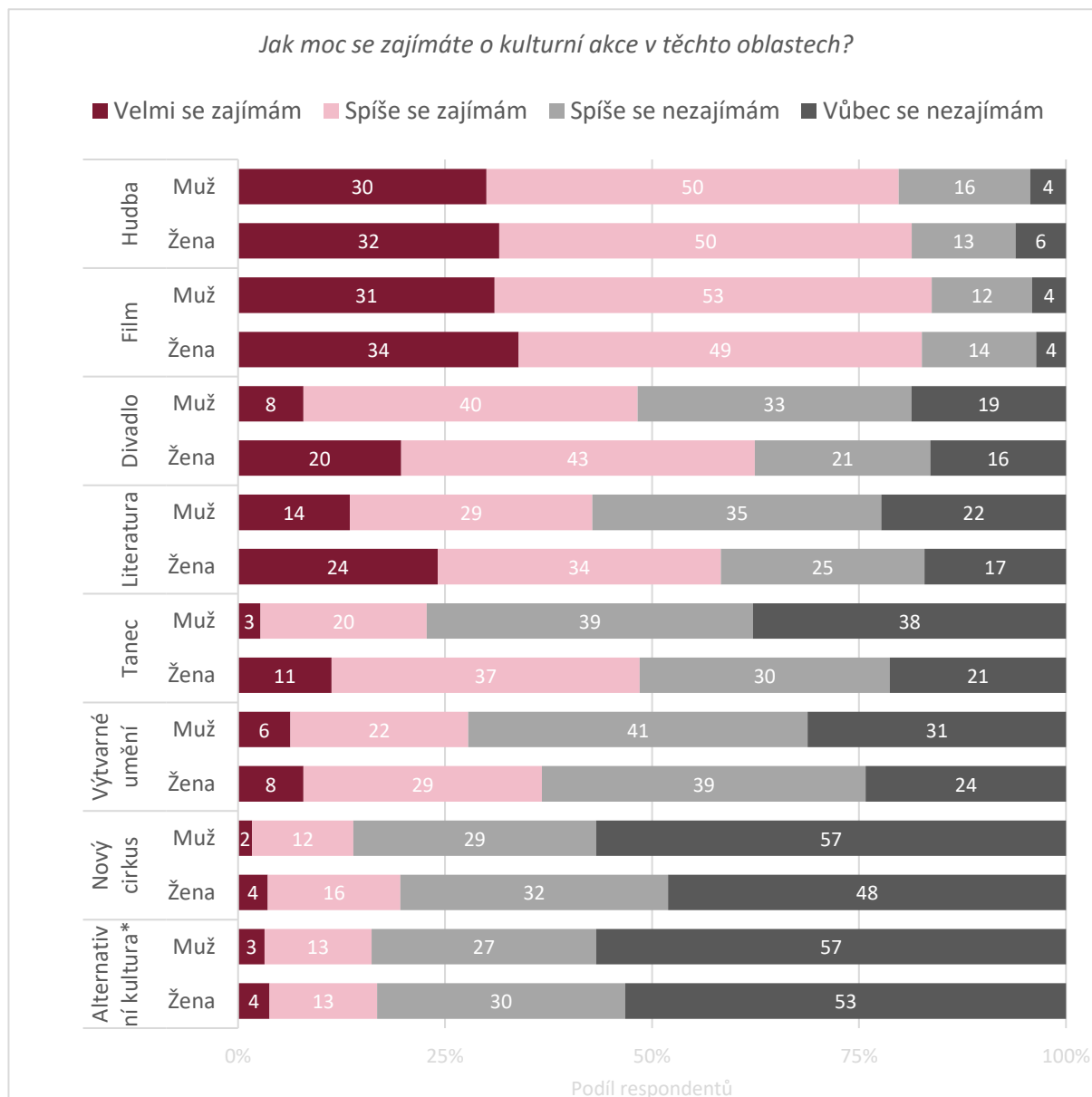
Motivace a bariéry

Hlavní motivací, která samotáře přivádí ke kulturním akcím, je především **zábava a odreagování** – uvádí ji 78 % z nich, tím se od ostatních sektorů výrazněji neliší. Pokud se k účasti odhodlají, bývá motivace často spojena se sociálním aspektem, 67 % **oceňuje čas strávený s blízkými** a 68 % se **rozhoduje na základě doporučení od někoho ze svého okolí.** Silnější impuls představuje také **dobrá zkušenost z předchozí návštěvy** (65 %) nebo **touha vidět umělce naživo** či získat podpis (rovněž 65 %). Pro více než polovinu (57 %) je důležitá také cenově výhodná nabídka – což souvisí s tím, že hlavní bariérou je pro tento segment právě **nedostatek finančních prostředků** (73 %). Výraznou překážkou bývá i **únava a další osobní limity** (71 %). Z neosobních důvodů nejčastěji brání účasti **nedostupnost vstupenek a nevyhovující nabídka akcí** (shodně 65 %). S ohledem na častější introvertní povahu tohoto sektoru jsou častěji uváděny sociální překážky – 60 % z nich nemá s kým na akci jít a 64 % se obává chování ostatních návštěvníků. Obavy o bezpečnost sdílí 61 % z nich. Celkově v tomto sektoru **převažují bariéry nad motivací.**

Příloha 1 – Grafické výstupy

Obecný vztah ke kultuře

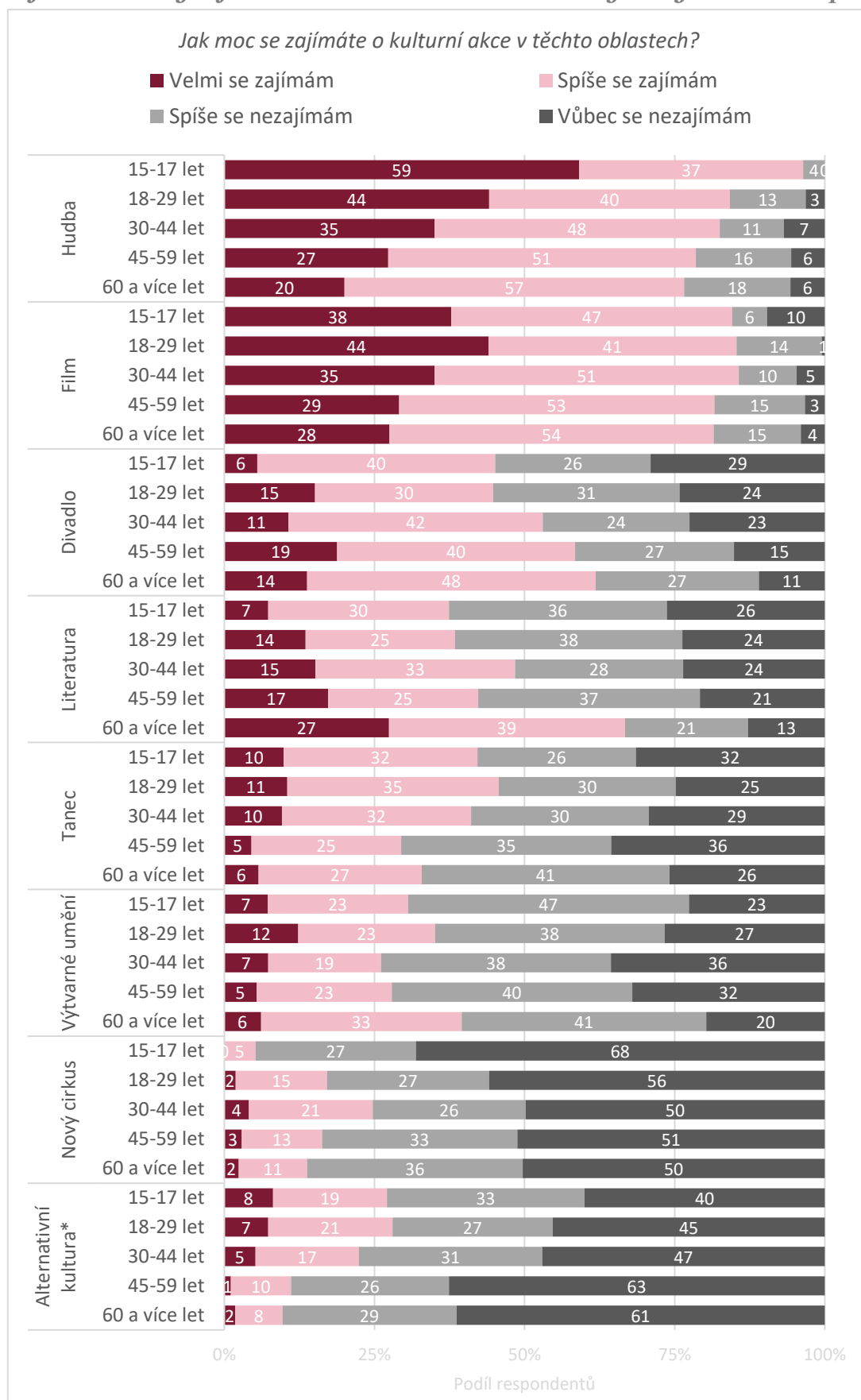
Graf 1.1.1: Obecný zájem Ostravanů o kulturní akce ve vybraných oblastech podle pohlaví



Pozn.: * Úplné názvy jednotlivých kategorií jsou uvedeny v dotazníku v Příloze 2.

Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040).

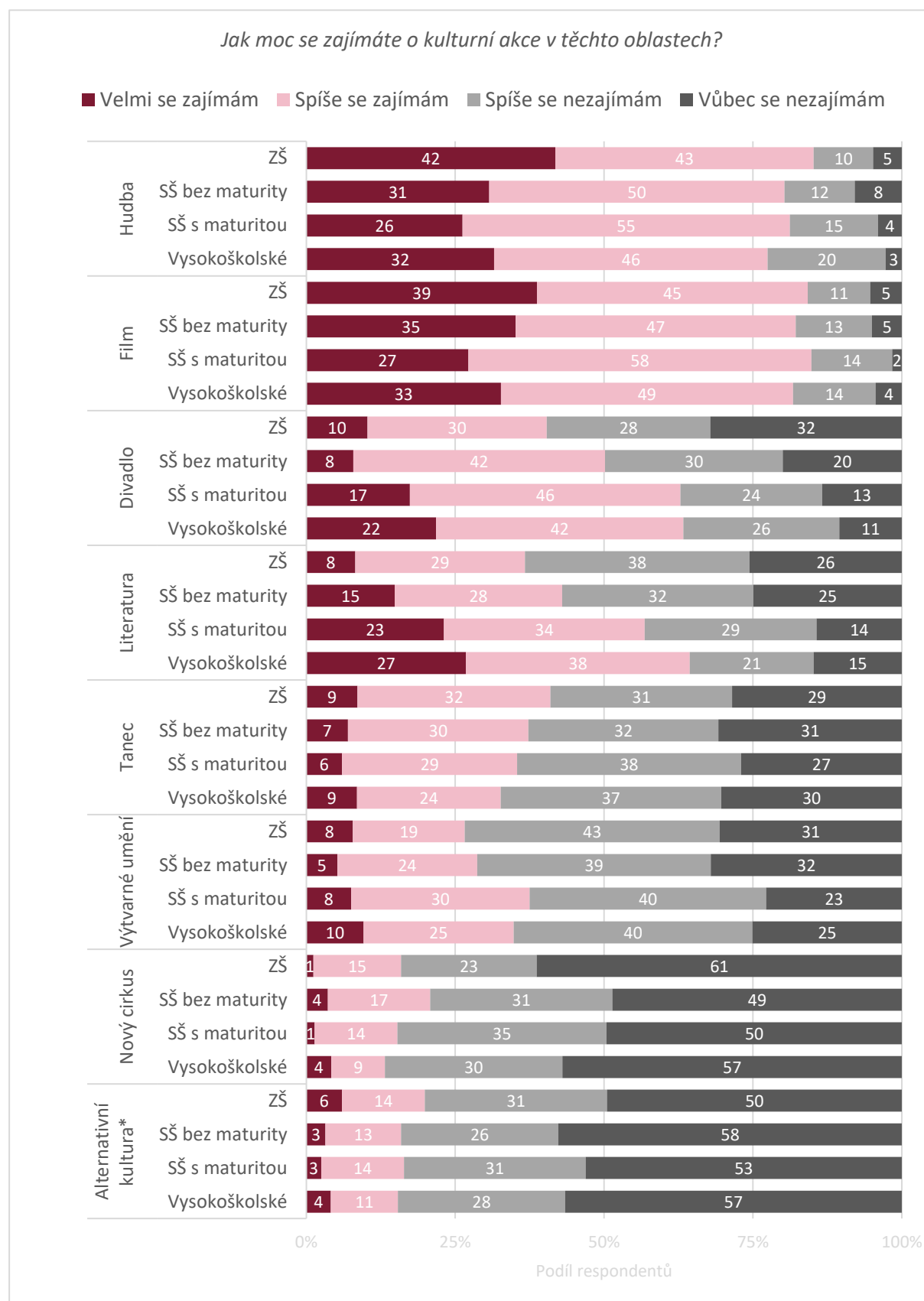
Graf 1.1.2: Obecný zájem Ostravanů o kulturní akce ve vybraných oblastech podle věku



Pozn.: * Úplné názvy jednotlivých kategorií jsou uvedeny v dotazníku v Příloze 2.

Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Praze“, STEM (N= 1 601).

Graf 1.1.3: Obecný zájem Ostravanů o kulturní akce ve vybraných oblastech podle vzdělání

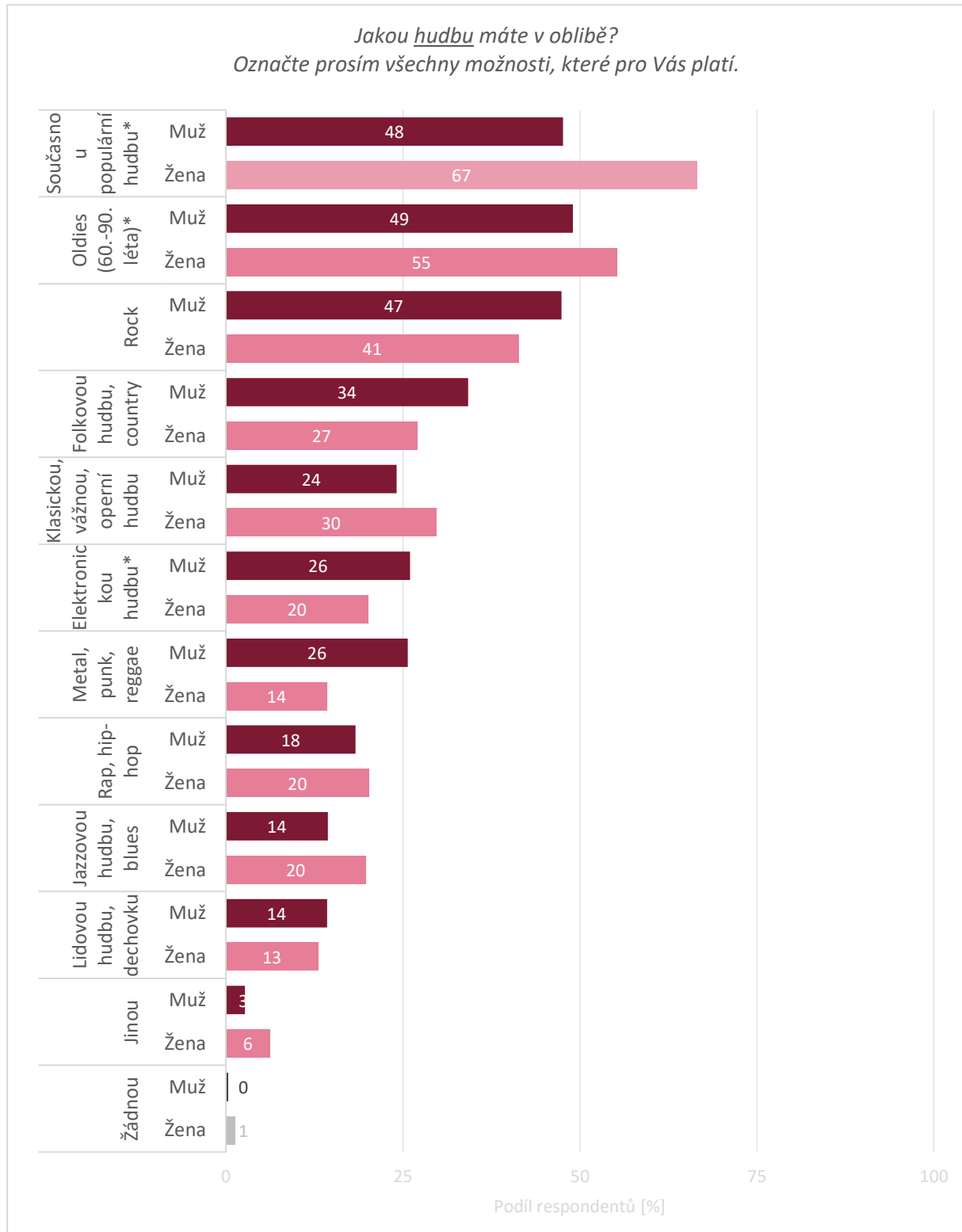


Pozn.: * Úplné názvy jednotlivých kategorií jsou uvedeny v dotazníku v Příloze 2.

Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040)

Oblíbené hudební žánry

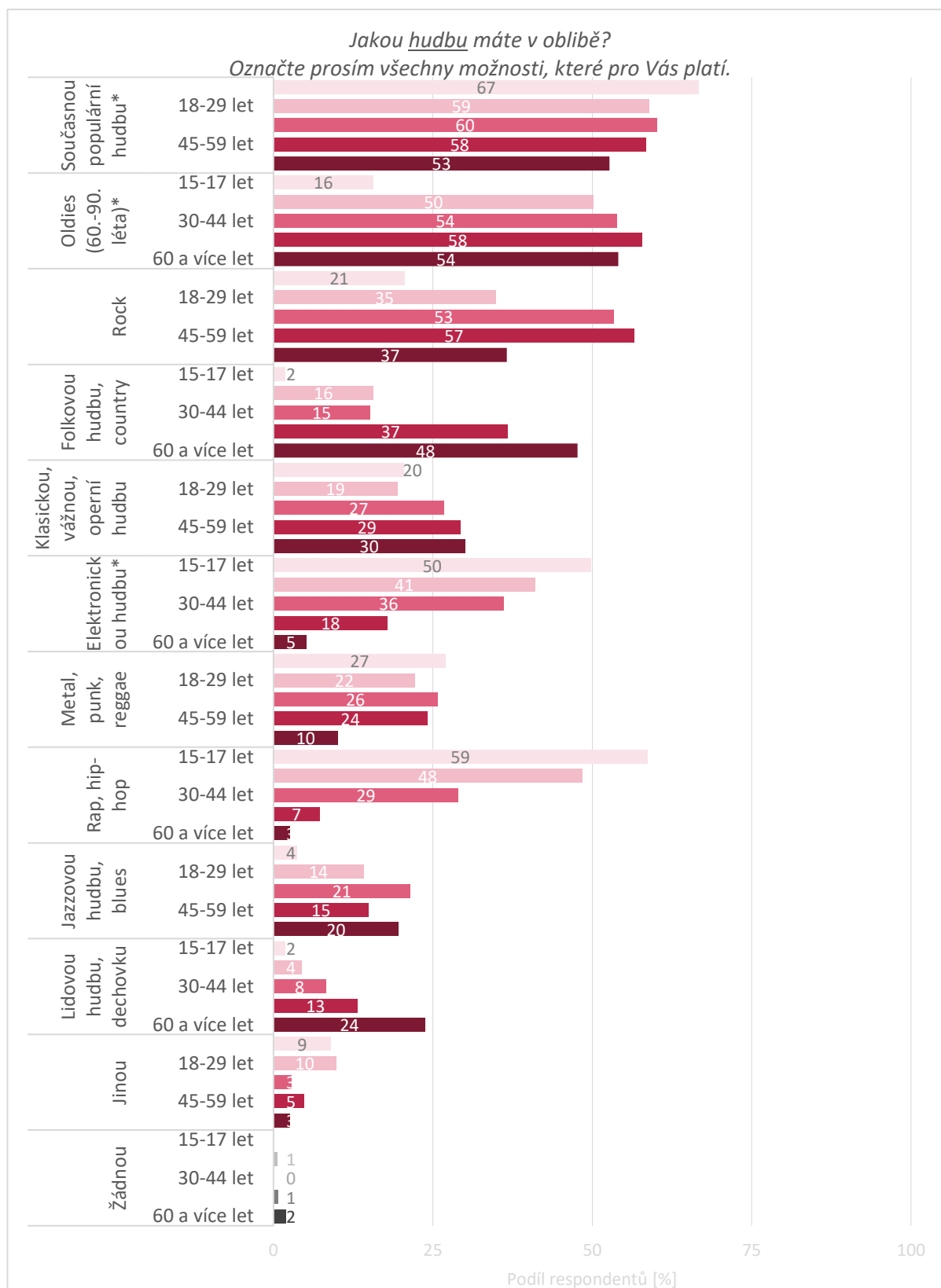
Graf 1.5.1: Oblíbené hudební žánry obyvatel Ostravy podle pohlaví



Pozn.: * Úplné názvy jednotlivých kategorií jsou uvedeny v dotazníku v Příloze 2.

Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040)

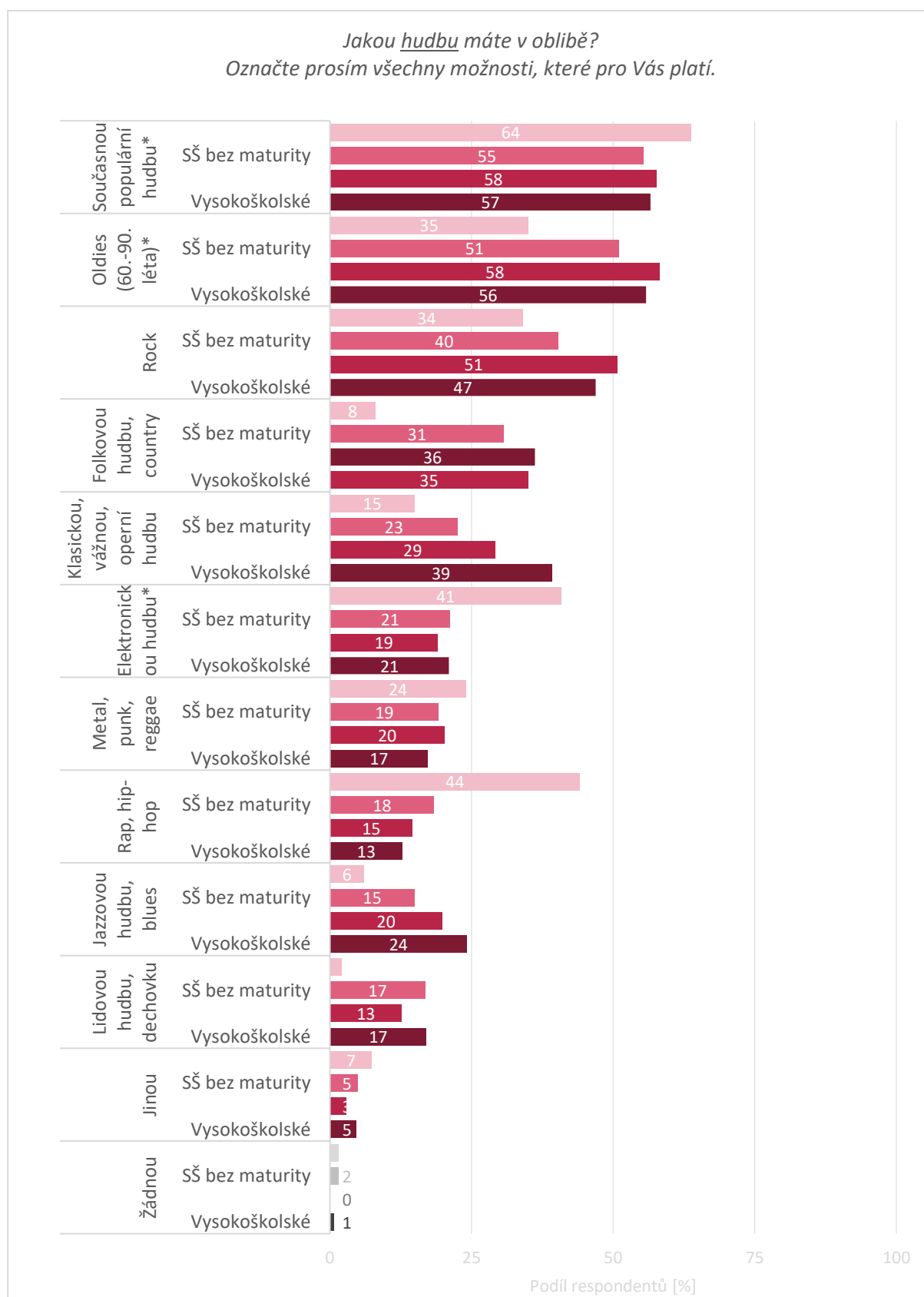
Graf 1.5.2: Oblíbené hudební žánry obyvatel Ostravy podle věku



Pozn.: * Úplné názvy jednotlivých kategorií jsou uvedeny v dotazníku v Příloze 2.

Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040)

Graf 1.5.3: Oblíbené hudební žánry obyvatel Ostravy podle vzdělání

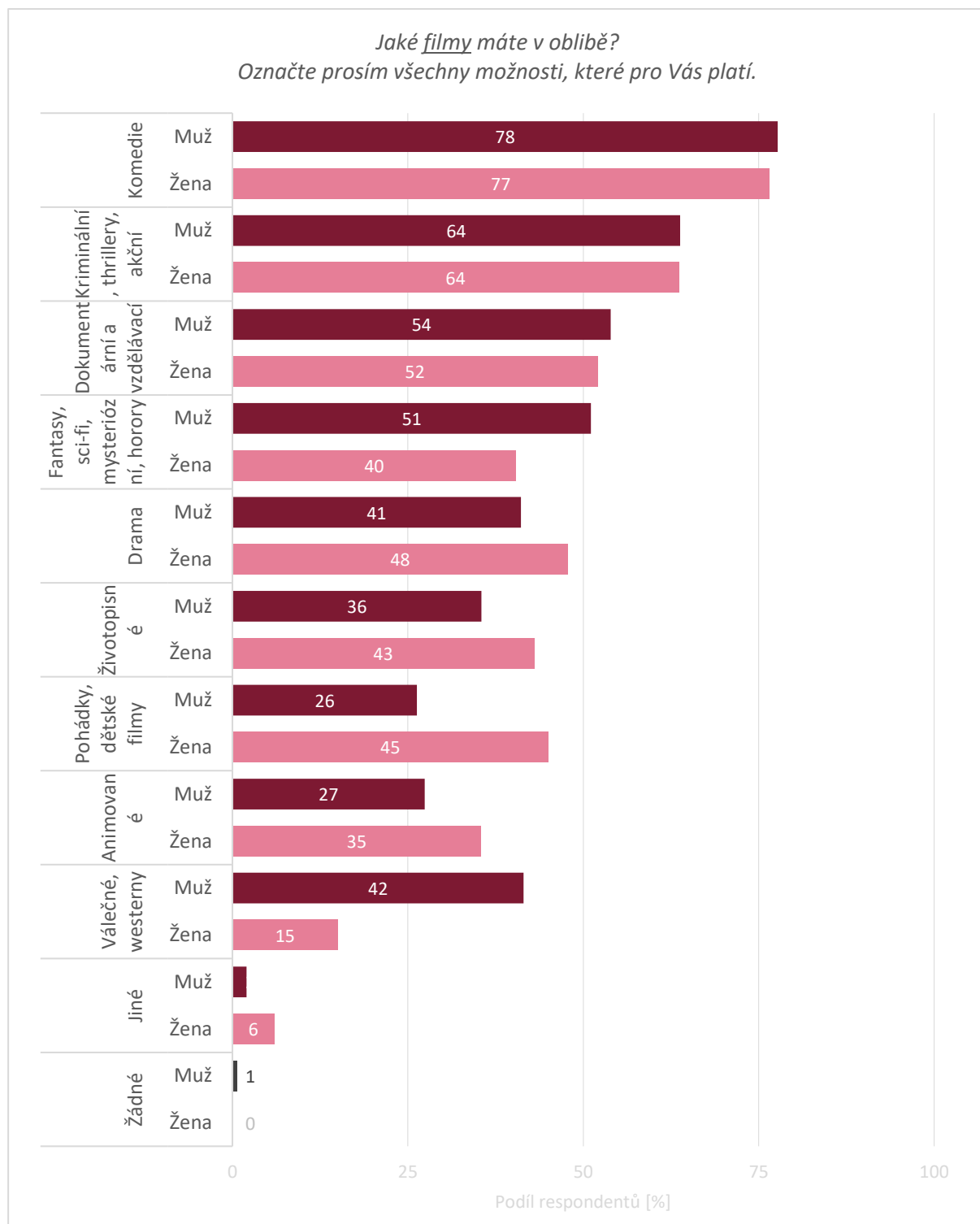


Pozn.: * Úplné názvy jednotlivých kategorií jsou uvedeny v dotazníku v Příloze 2.

Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040)

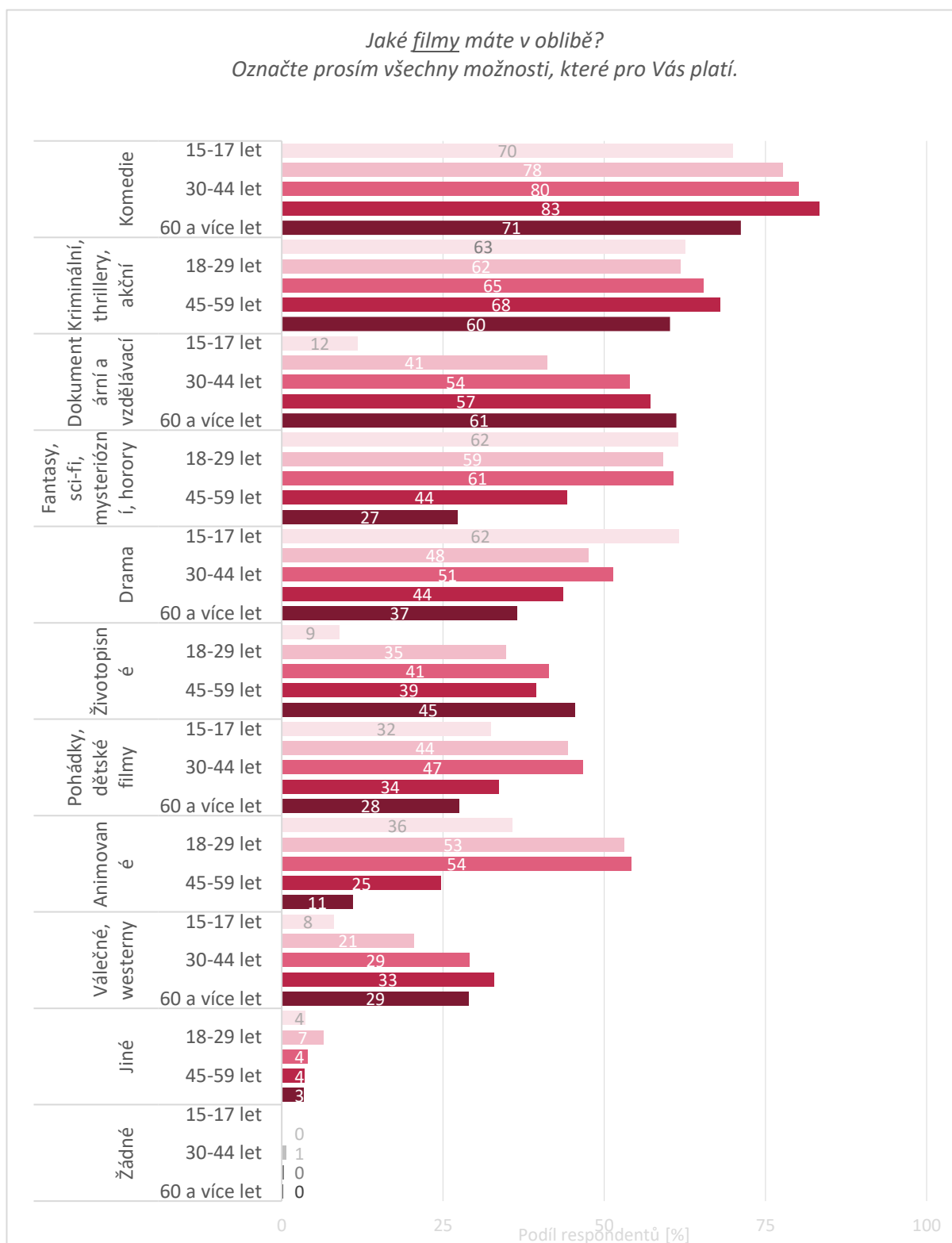
Oblíbené filmové žánry

Graf 1.6.1: Kategorie filmů oblíbené u obyvatel Ostravy podle pohlaví



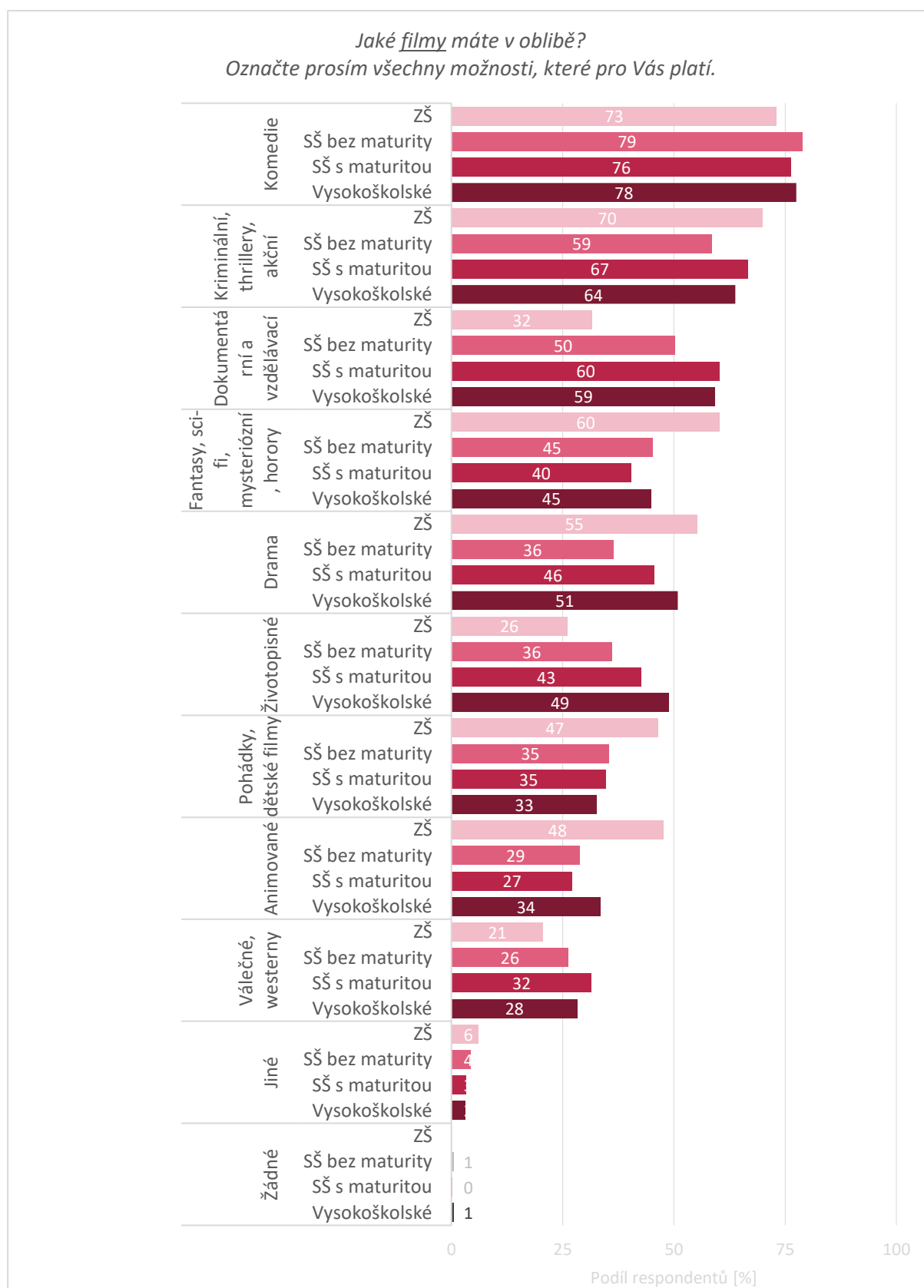
Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040)

Graf 1.6.2: Kategorie filmů oblíbené u obyvatel Ostravy podle věku



Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040)

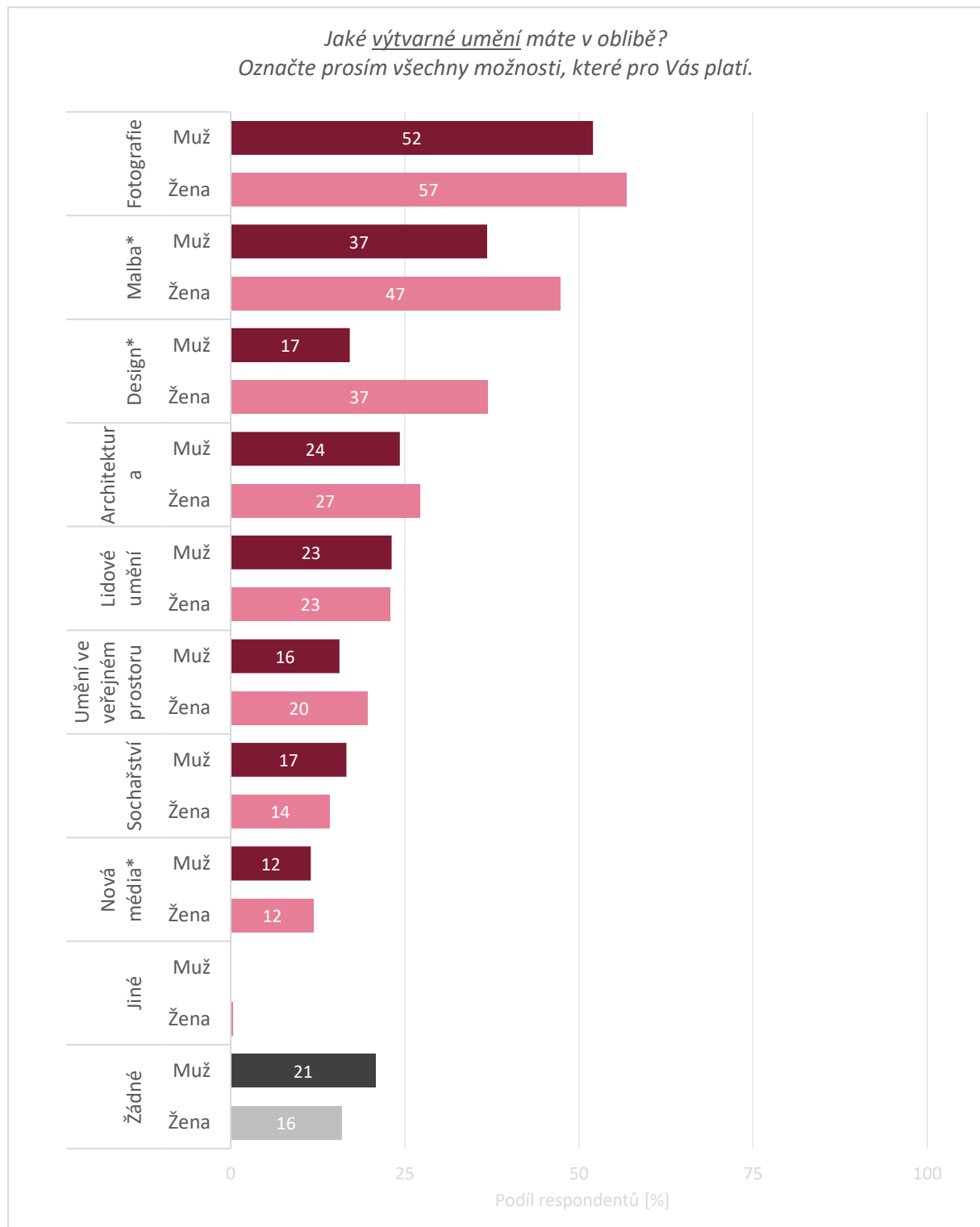
Graf 1.6.3: Kategorie filmů oblíbené u obyvatel Ostravy podle vzdělání



Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040)

Oblíbené druhy výtvarného umění

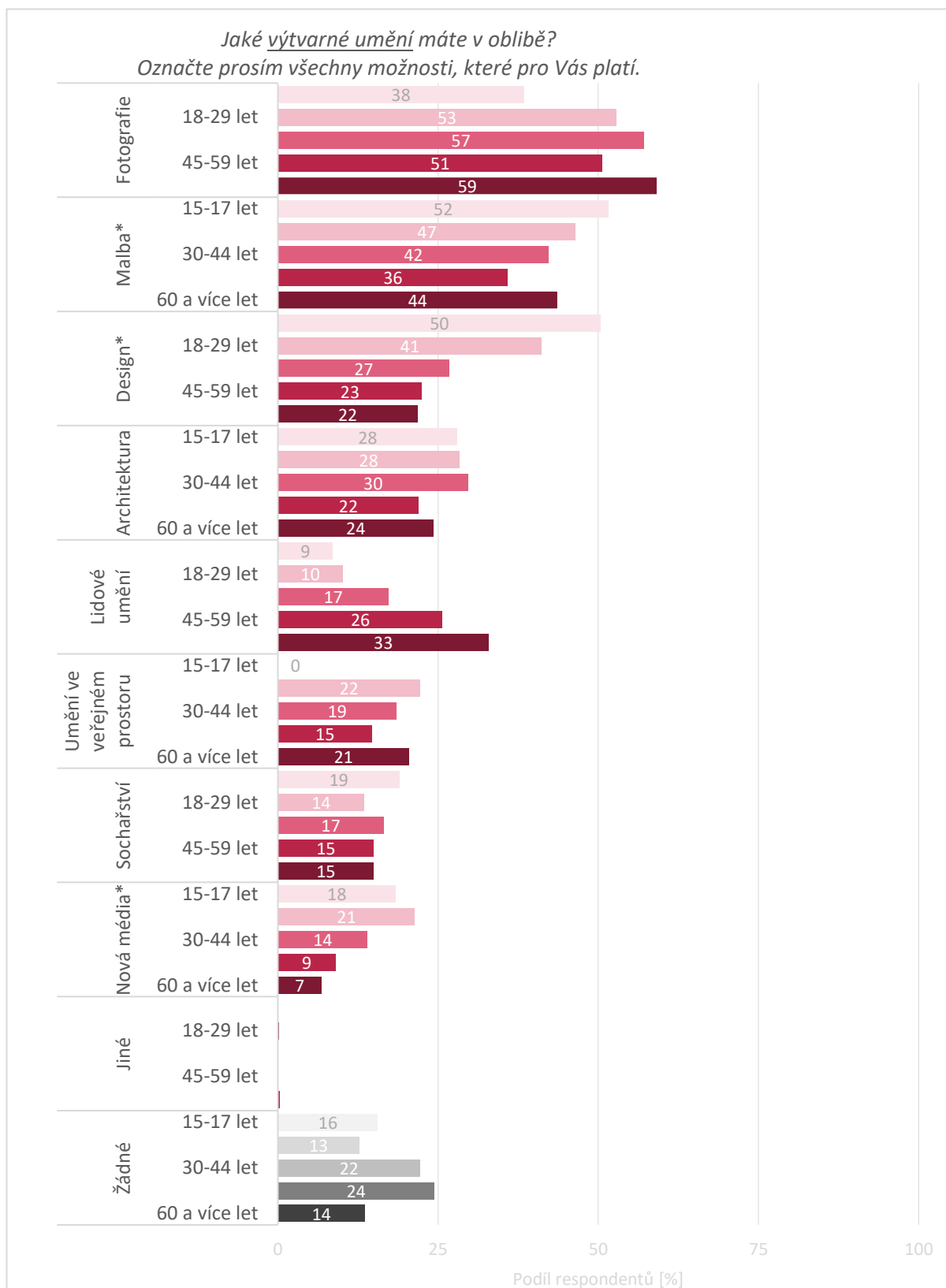
Graf 1.8.1: Druhy výtvarného umění oblíbené u obyvatel Ostravy podle pohlaví



Pozn.: * Úplné názvy jednotlivých kategorií jsou uvedeny v dotazníku v Příloze 2.

Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040)

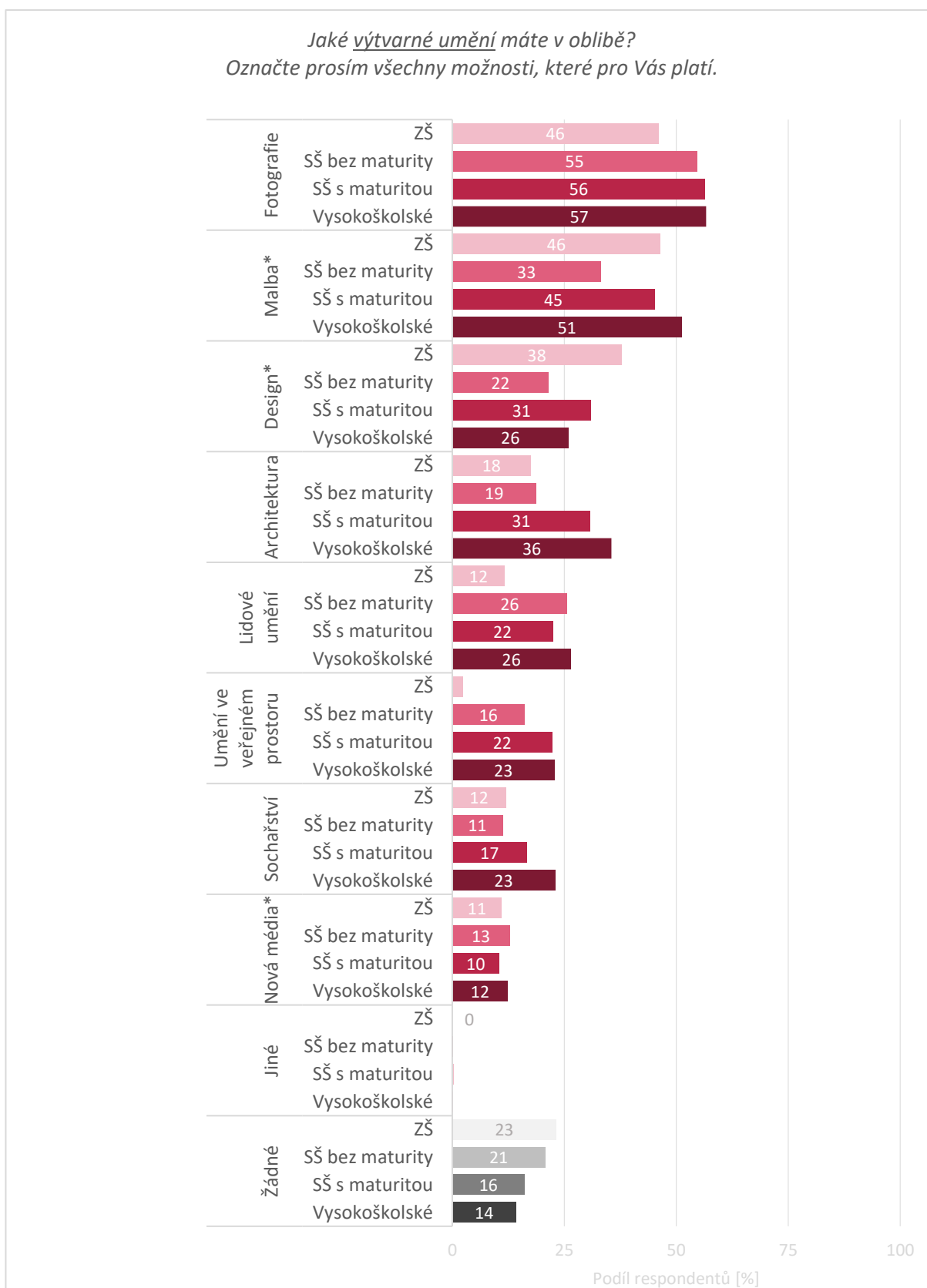
Graf 1.8.2: Druhy výtvarného umění oblíbené u obyvatel Ostravy podle věku



Pozn.: * Úplné názvy jednotlivých kategorií jsou uvedeny v dotazníku v Příloze 2.

Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040)

Graf 1.8.3í: Druhy výtvarného umění oblíbené u obyvatel Ostravy podle vzdělání

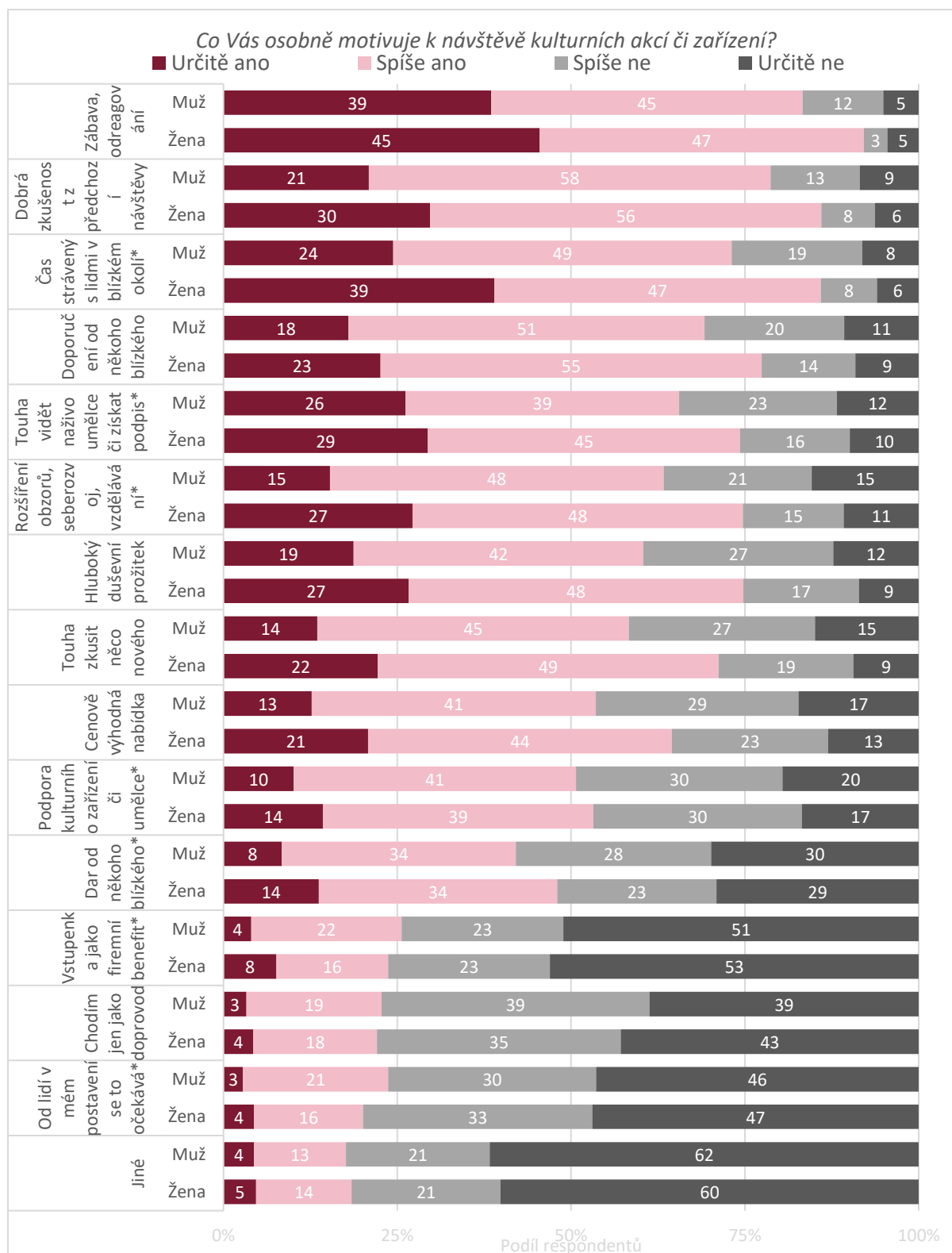


Pozn.: * Úplné názvy jednotlivých kategorií jsou uvedeny v dotazníku v Příloze 2.

Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040)

Motivace k návštěvě kulturních akcí a zařízení

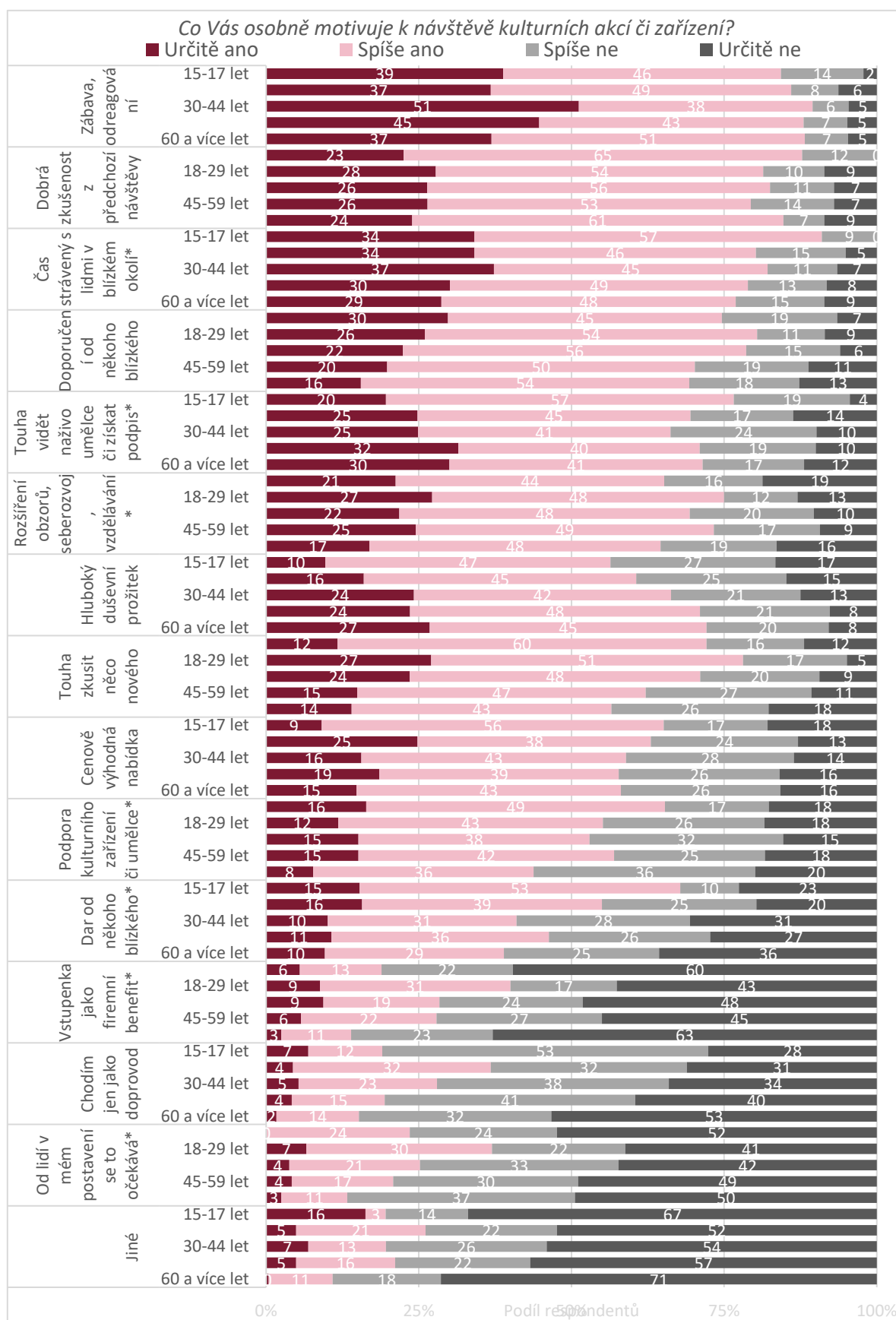
Graf 2.1.1: Motivace obyvatel Ostravy k návštěvě kulturních akcí či zařízení podle pohlaví



Pozn.: * Úplné názvy jednotlivých kategorií jsou uvedeny v dotazníku v Příloze 2.

Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040)

Graf 2.1.2: Motivace obyvatel Ostravy k návštěvě kulturních akcí či zařízení podle věku



Pozn.: * Úplné názvy jednotlivých kategorií jsou uvedeny v dotazníku v Příloze 2.

Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040)

Graf 2.1.3: Motivace obyvatel Ostravy k návštěvě kulturních akcí či zařízení podle vzdělání

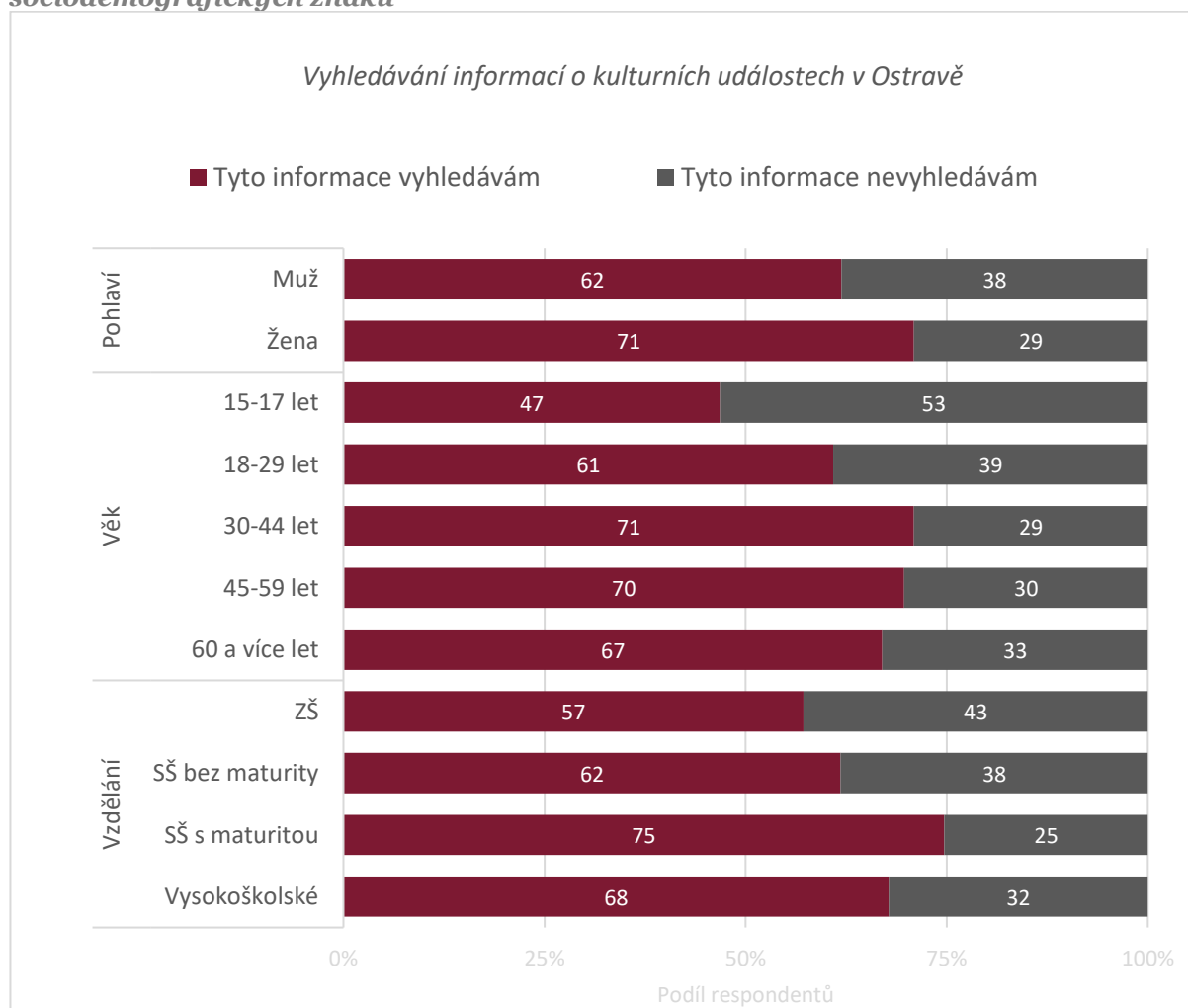


Pozn.: * Úplné názvy jednotlivých kategorií jsou uvedeny v dotazníku v Příloze 2.

Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040)

Informační zdroje

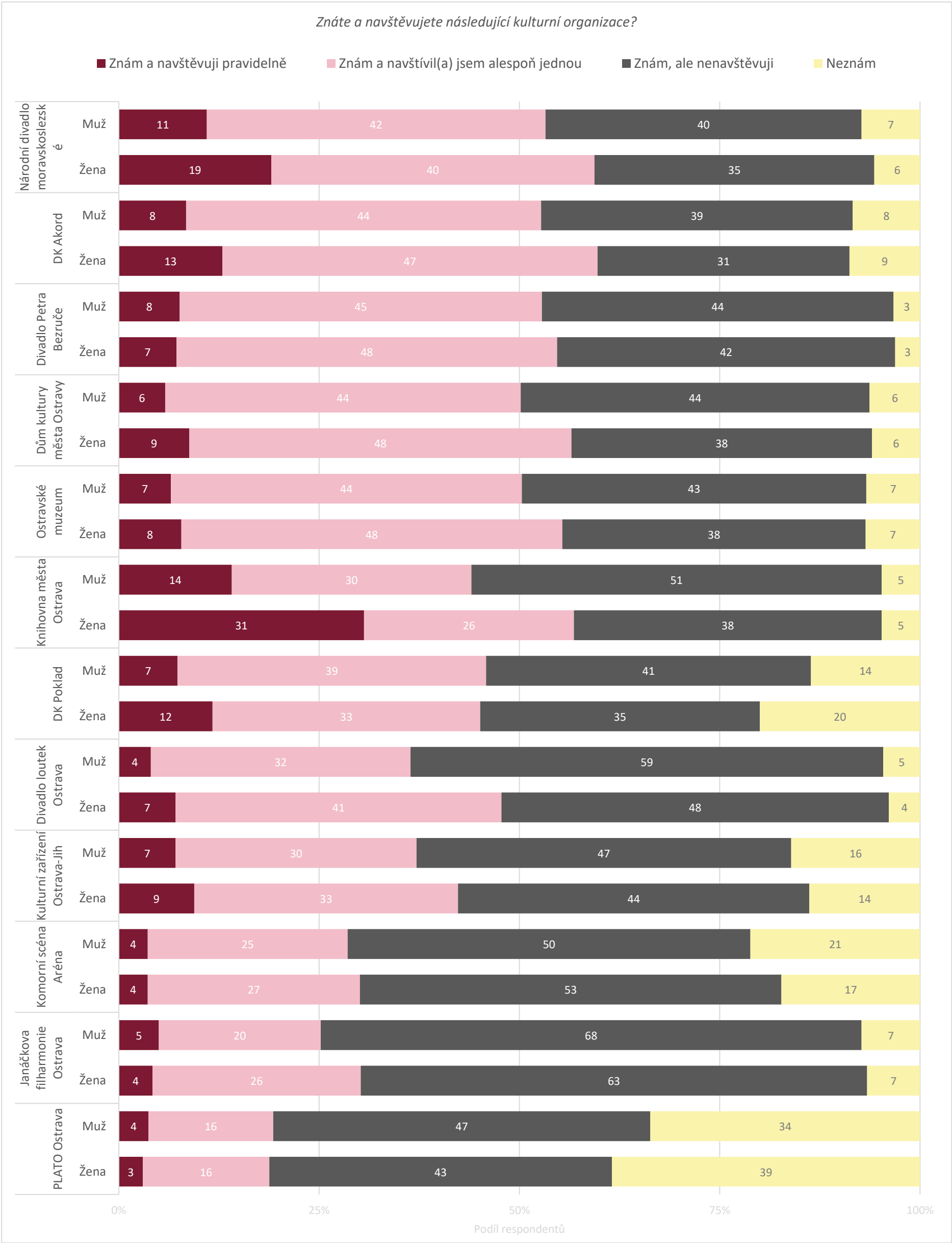
Graf 3.1.1: Vyhledávání informací o kulturních událostech v Ostravě podle sociodemografických znaků



Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040)

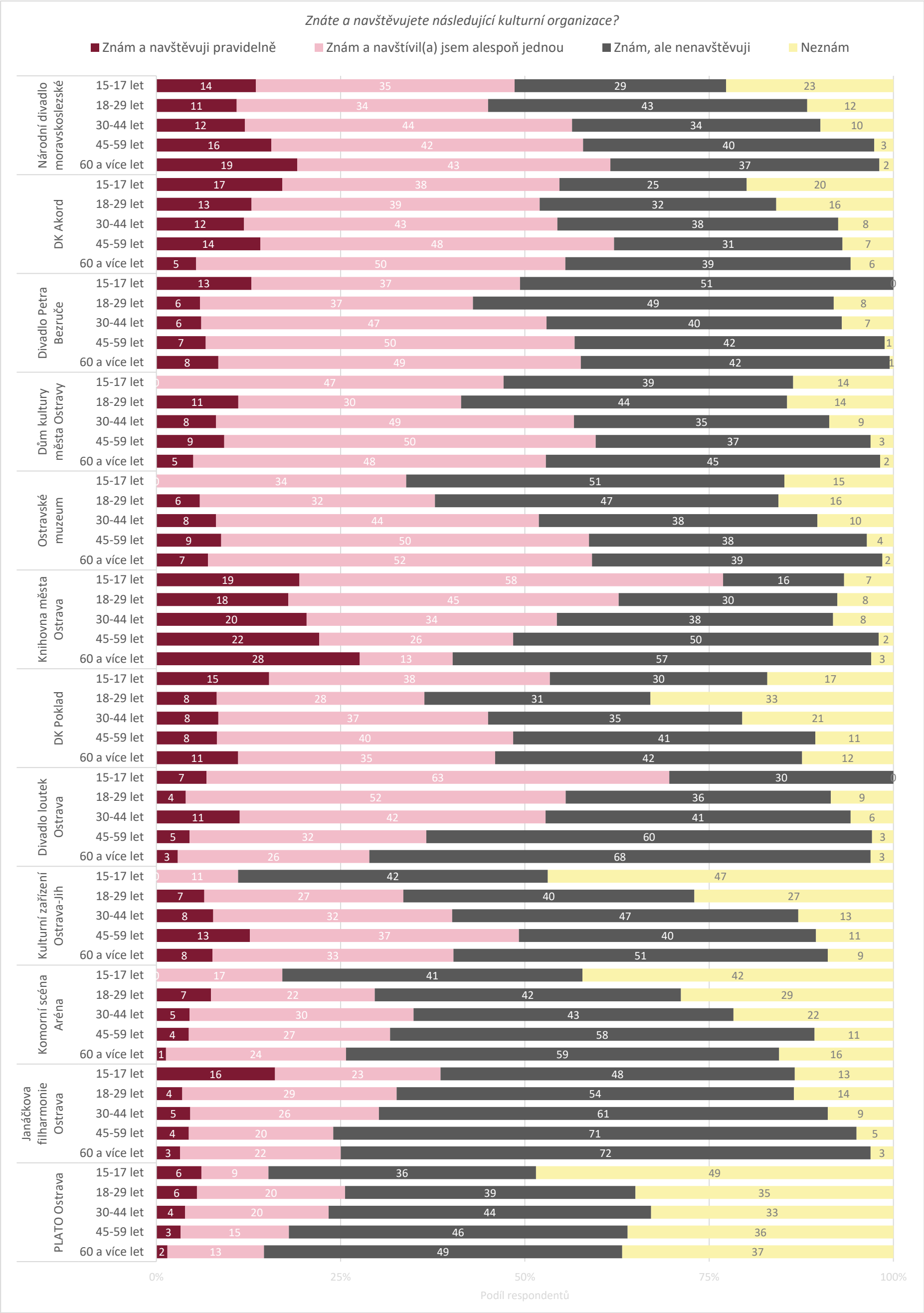
Znalost vybraných kulturních organizací v Ostravě

Graf 5.1. I: Znalost a návštěvnost vybraných kulturních organizací v Ostravě podle pohlaví



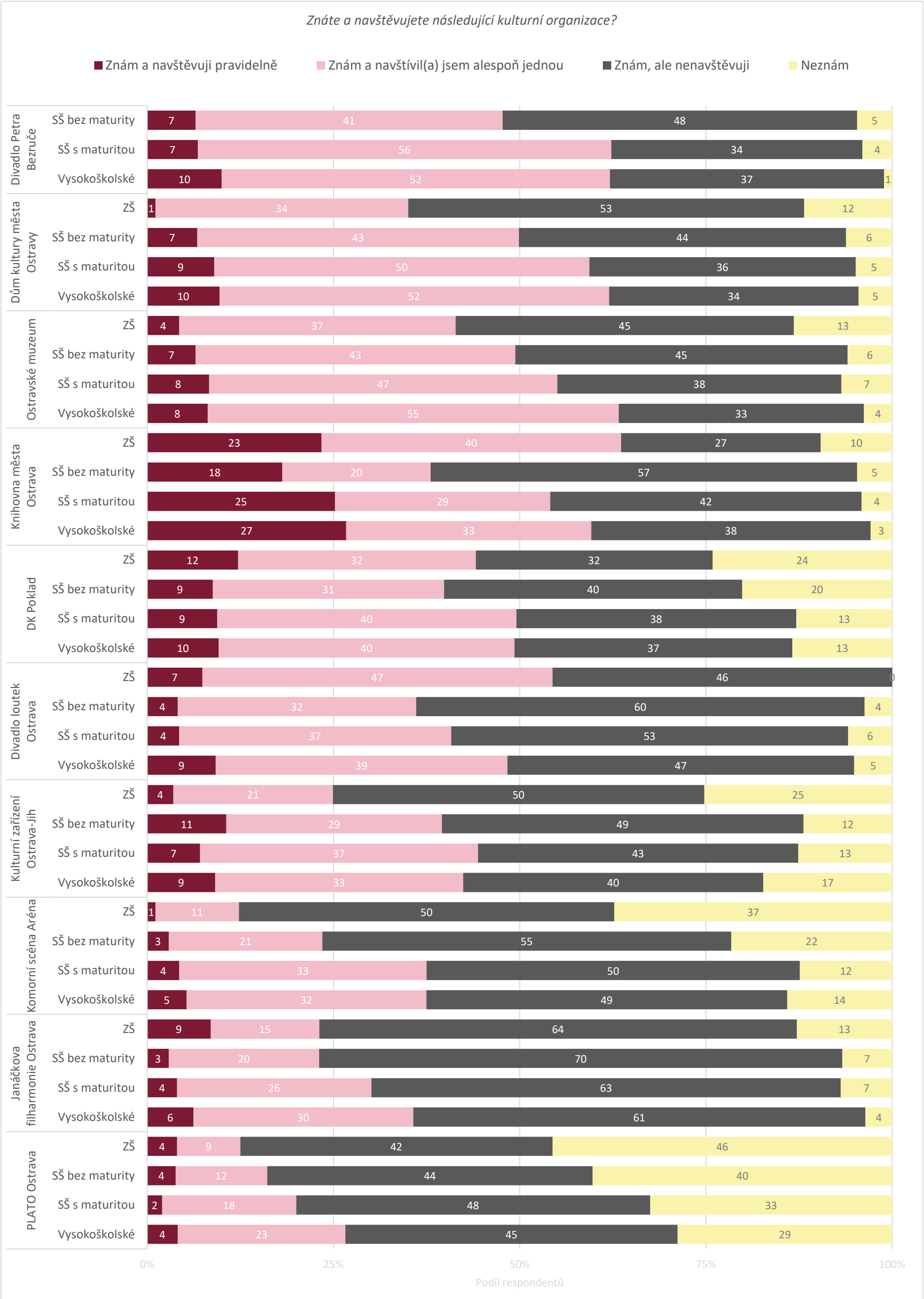
Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040)

Graf 5.1.2: Znalost a návštěvnost vybraných kulturních organizací v Ostravě podle věku



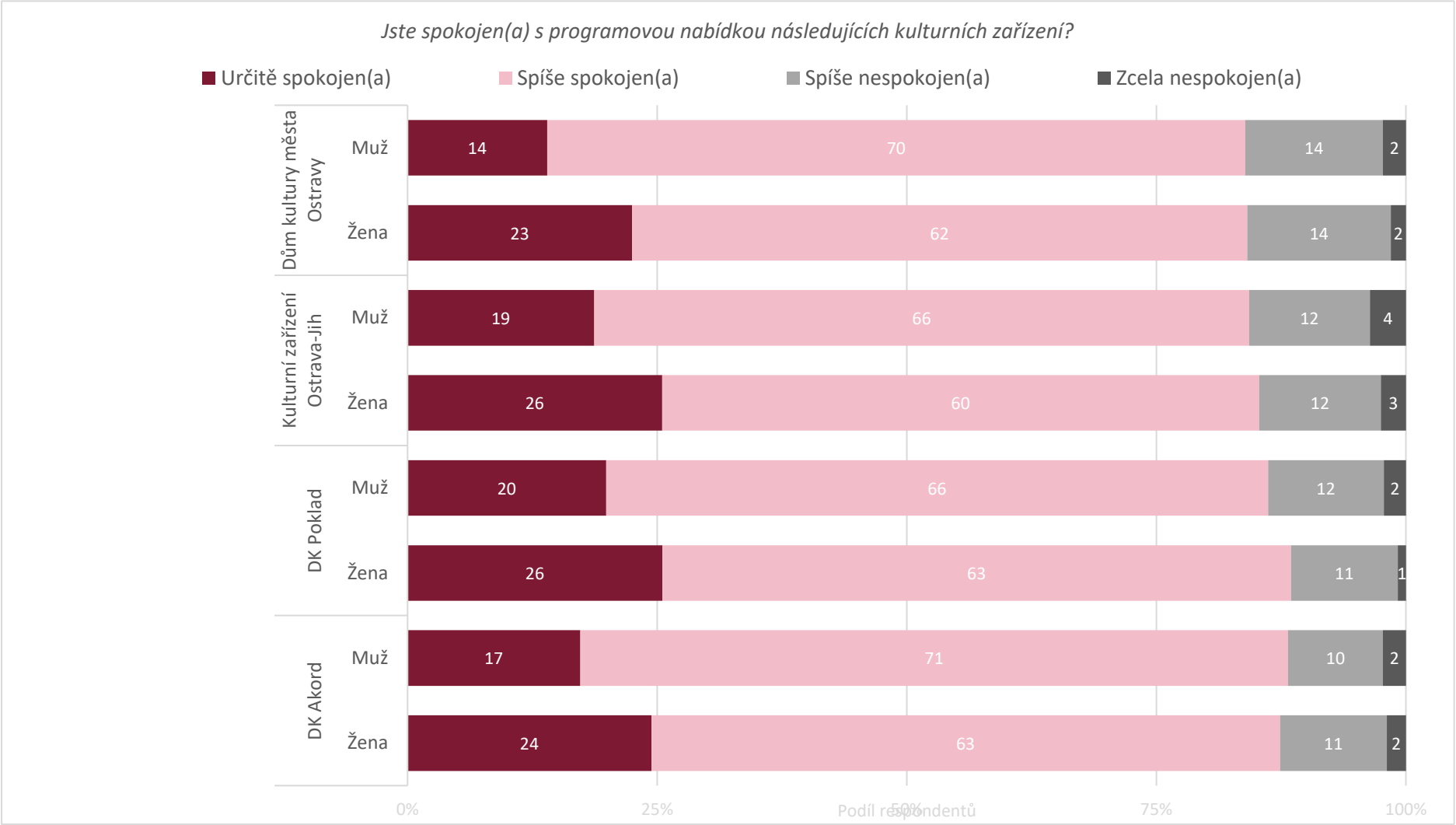
Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040)

Graf 5.1.3: Znalost a návštěvnost vybraných kulturních organizací v Ostravě podle vzdělání



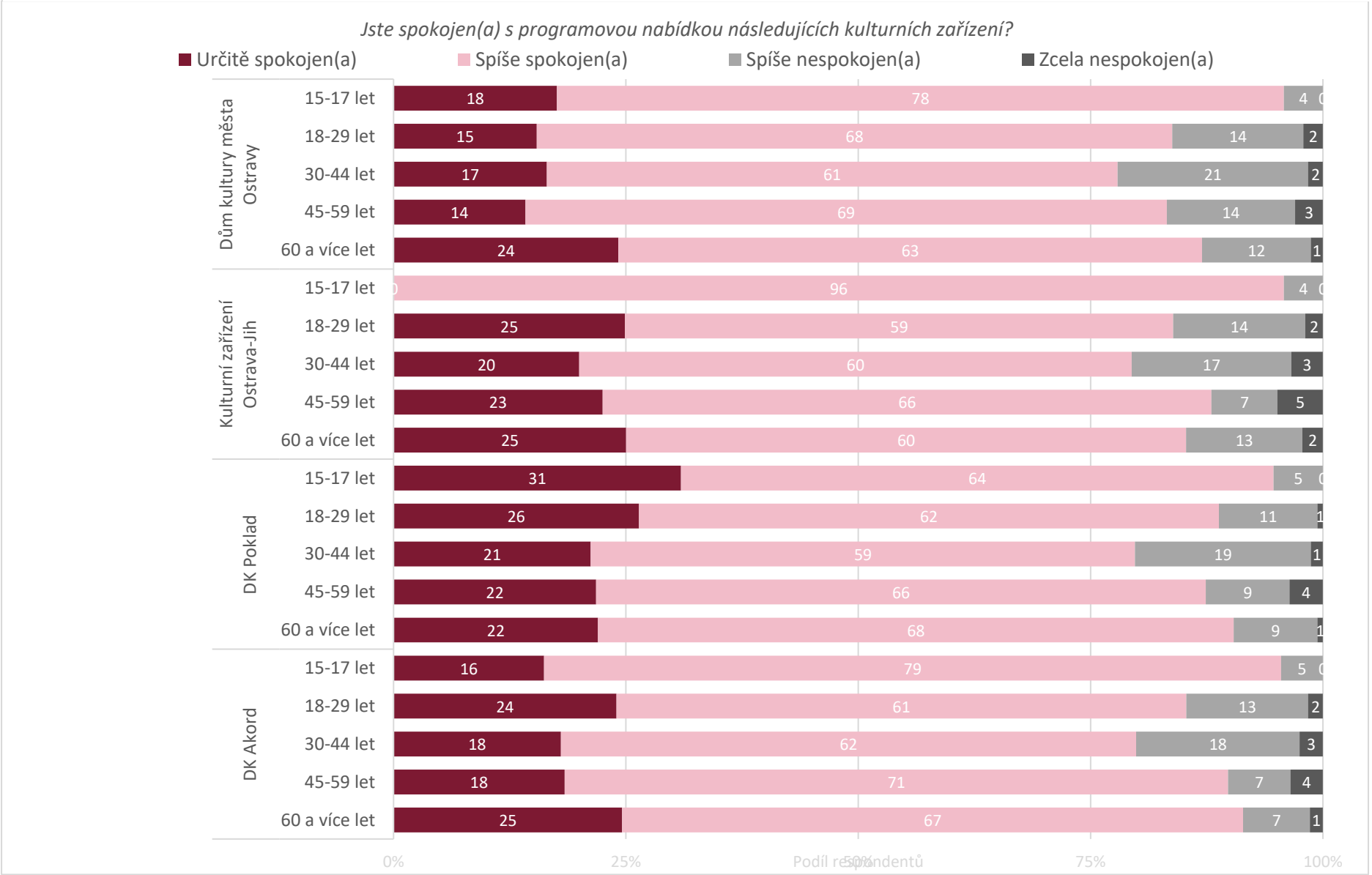
Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040)

Graf 5.2.1: Spokojenost s programovou nabídkou kulturních domů a zařízení v Ostravě dle pohlaví



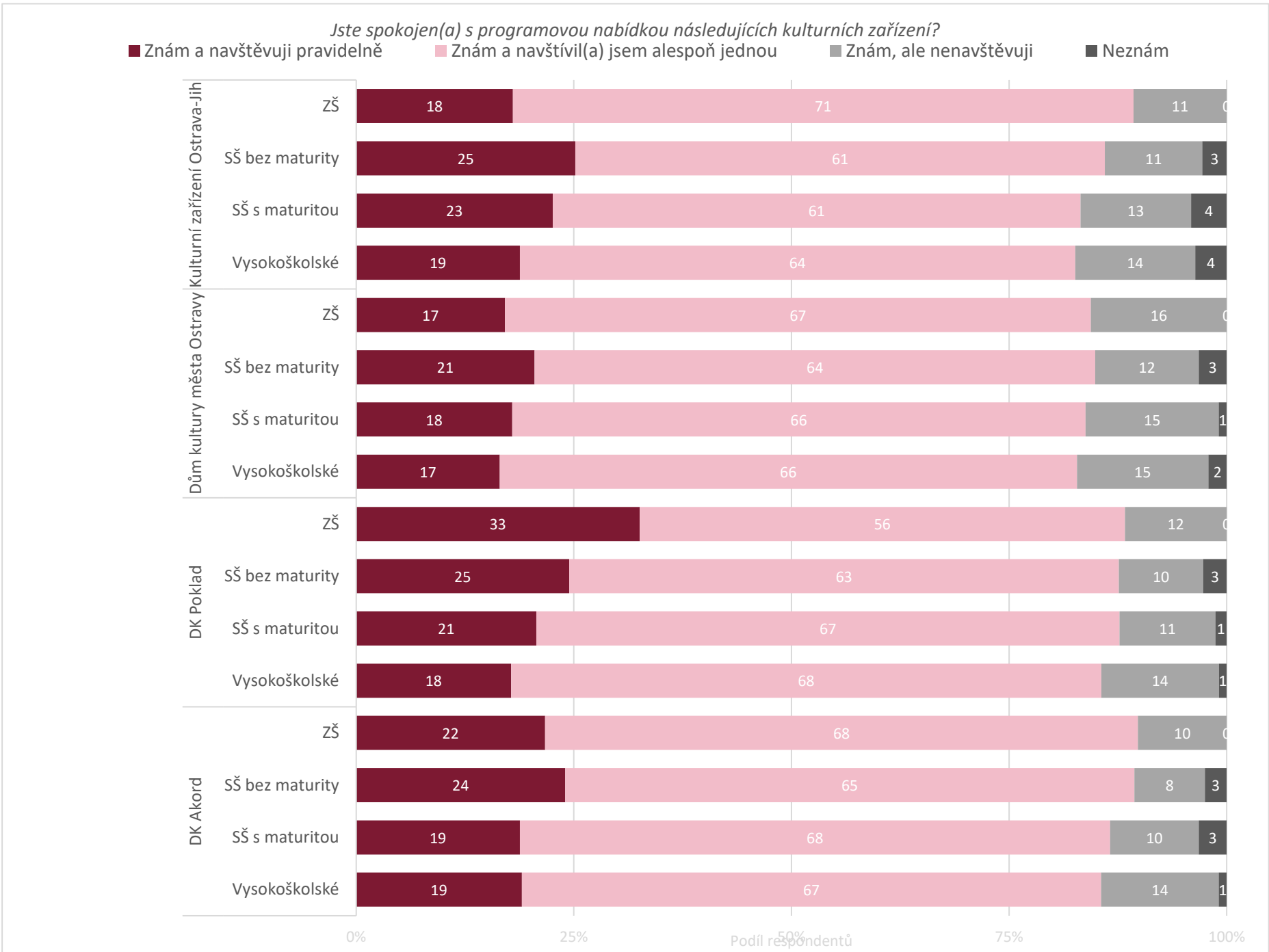
Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040)

Graf 5.2.2: Spokojenost s programovou nabídkou kulturních domů a zařízení v Ostravě dle věku



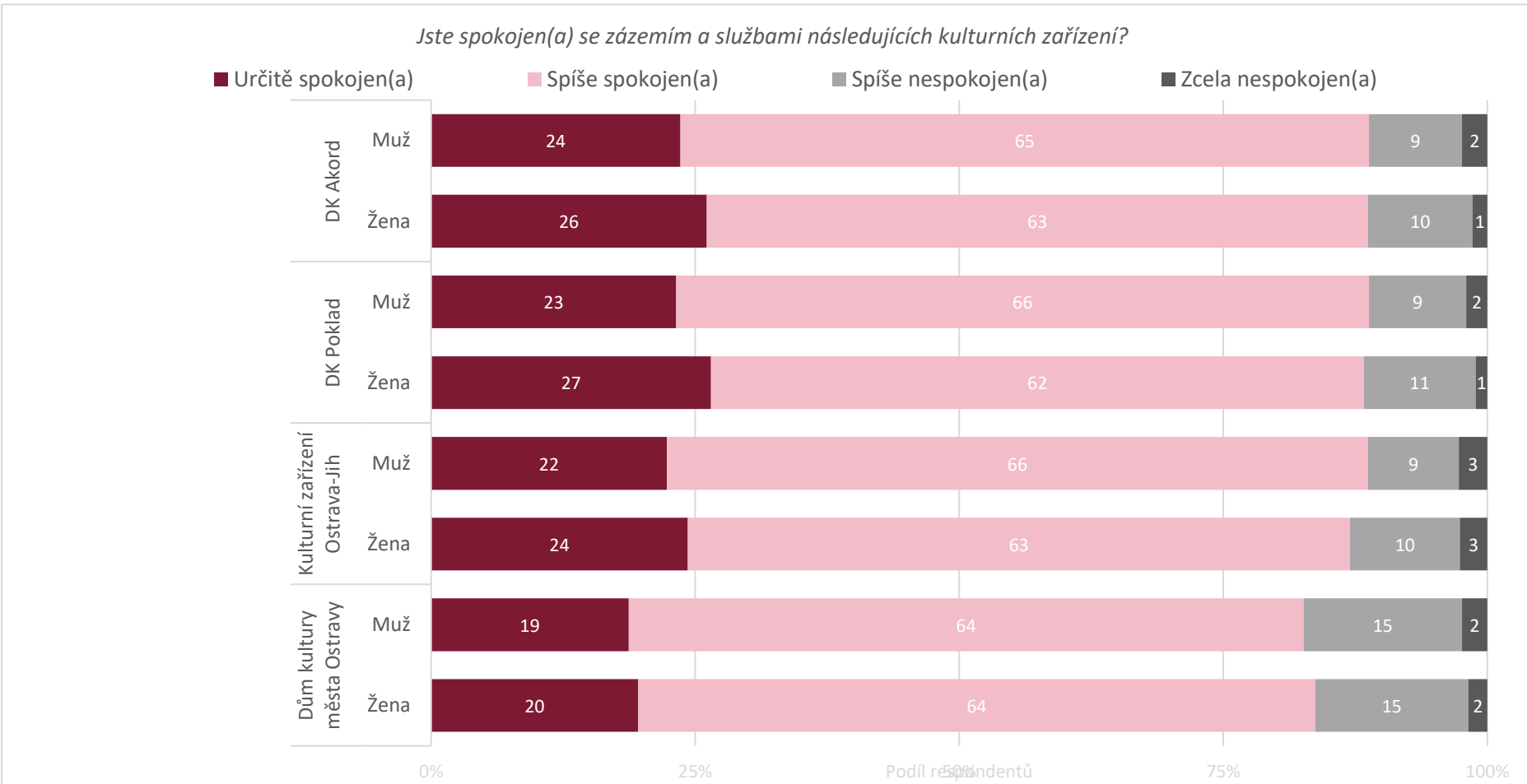
Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040)

Graf 5.2.2: Spokojenost s programovou nabídkou kulturních domů a zařízení v Ostravě dle vzdělání



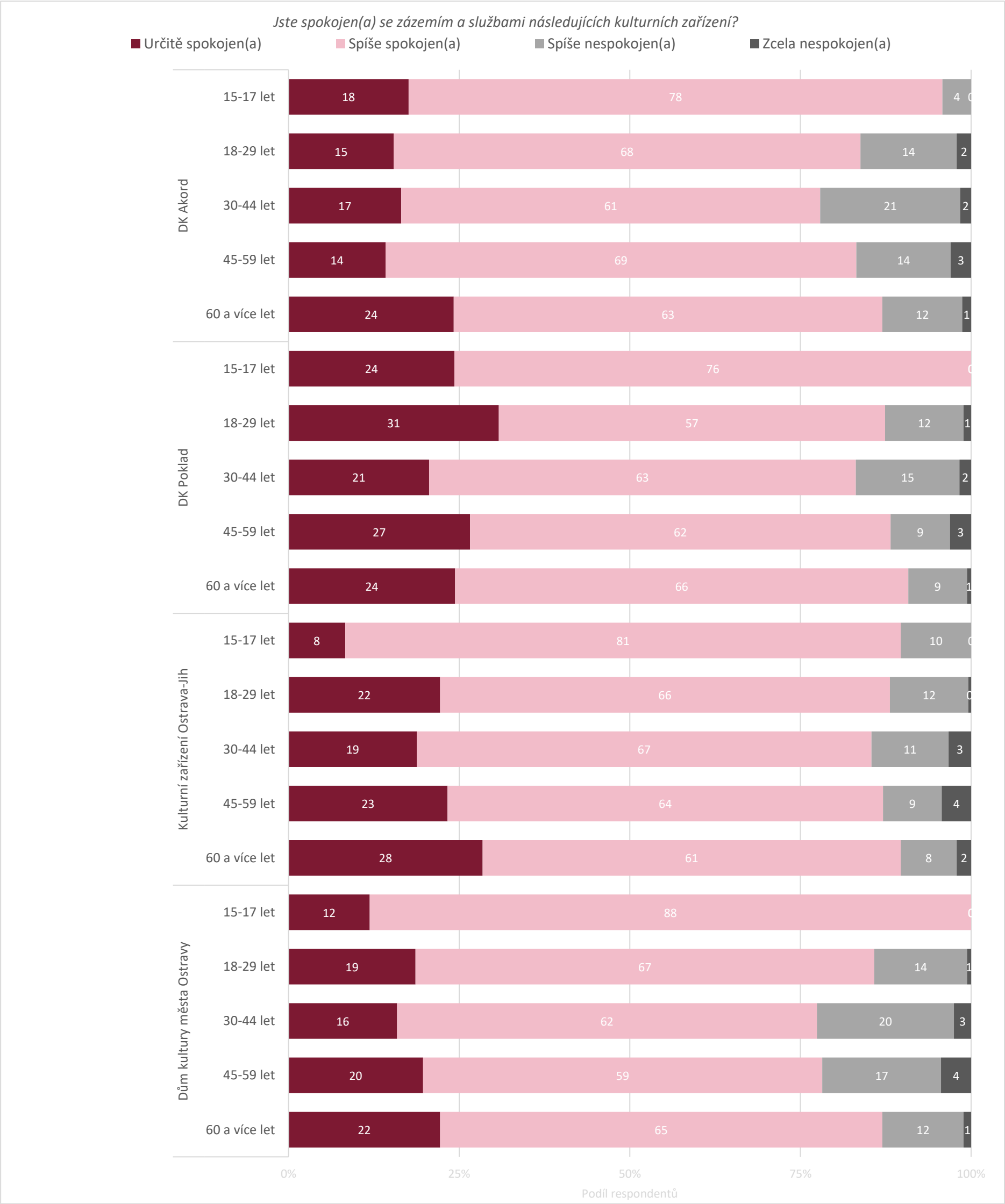
Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040)

Graf 5.3.1: Spokojenost se zázemím a službami kulturních domů a zařízení v Ostravě dle pohlaví



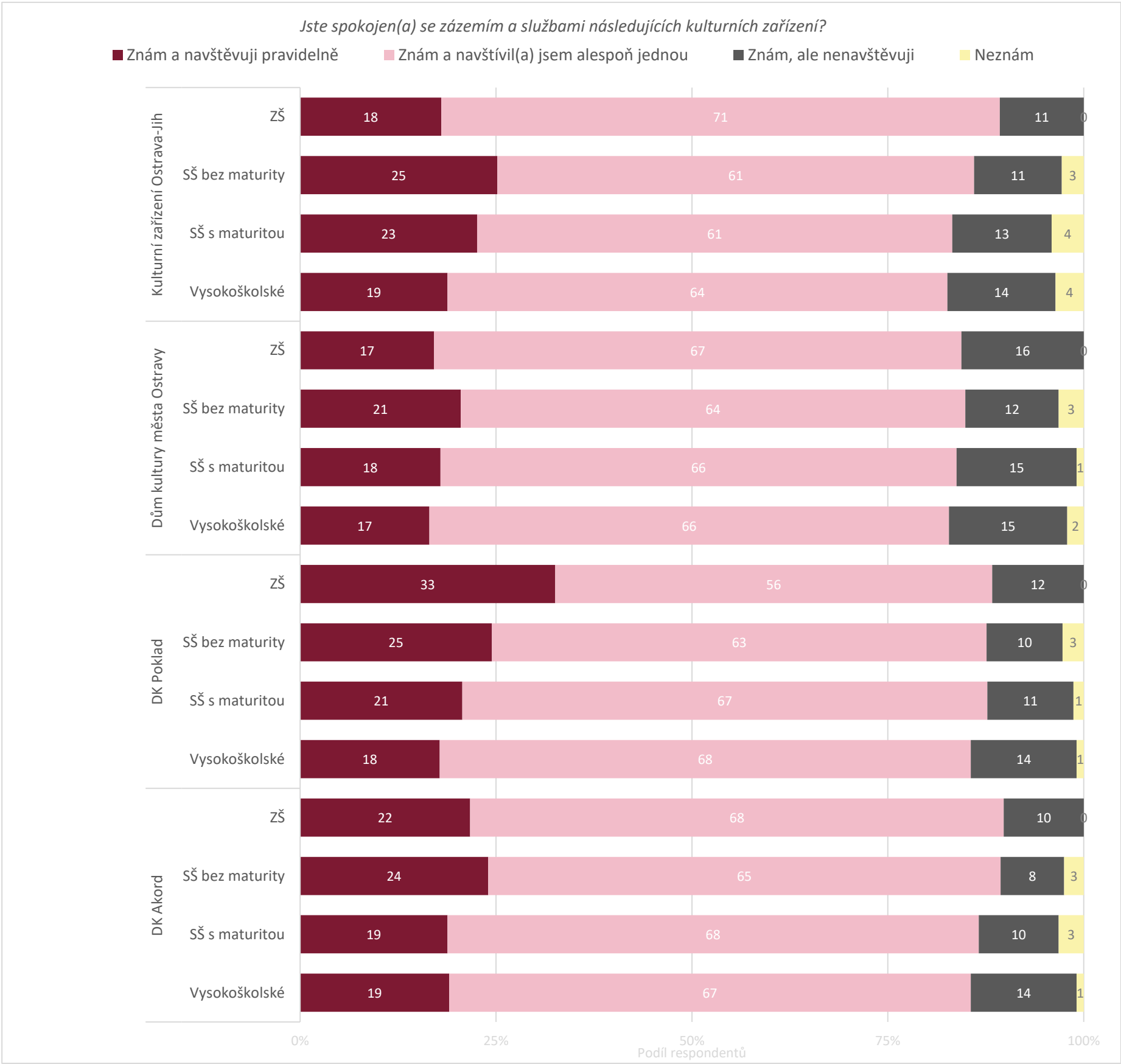
Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040)

Graf 5.3.2: Spokojenost se zázemím a službami kulturních domů a zařízení v Ostravě dle věku



Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040)

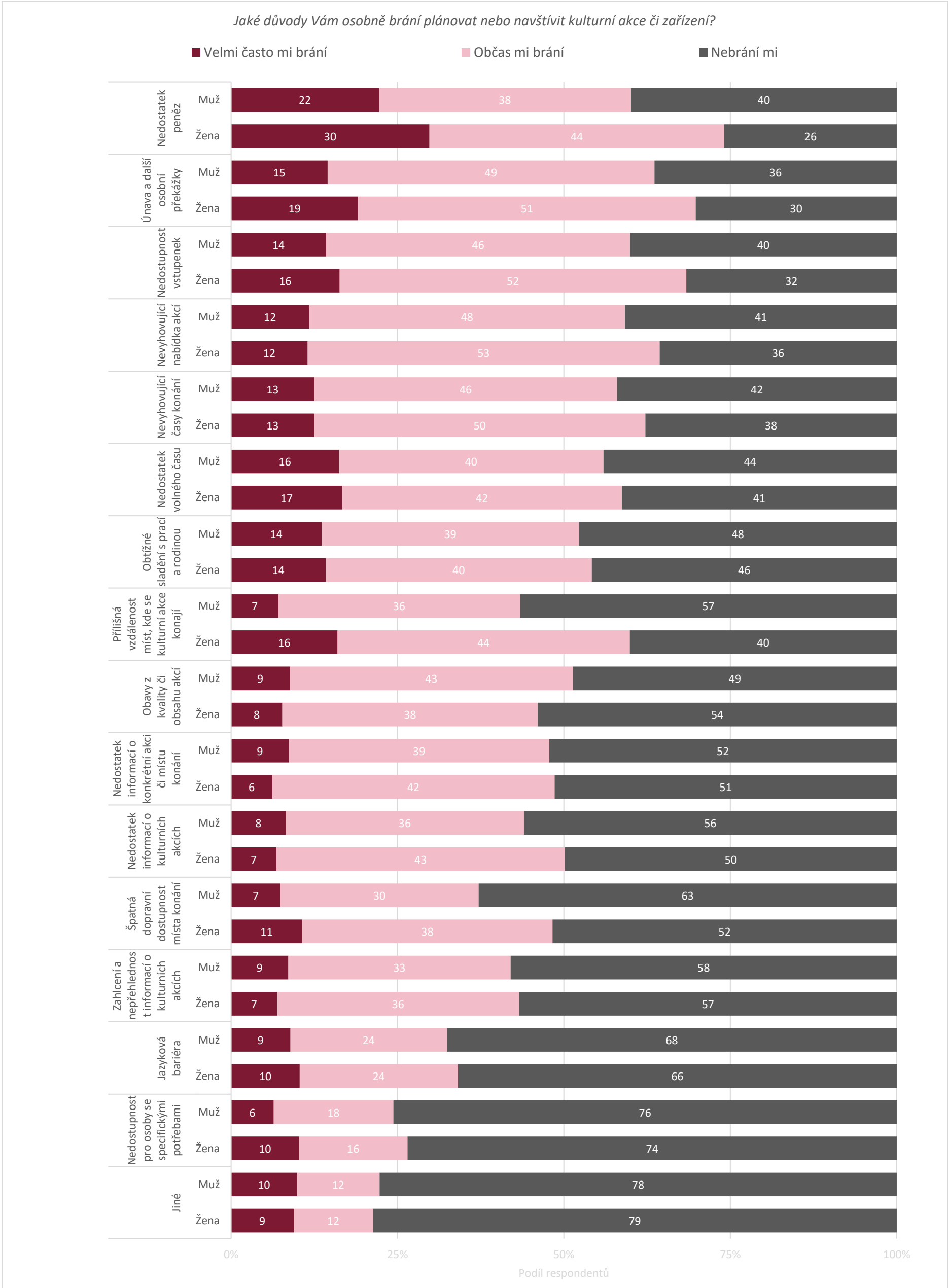
Graf 5.3.3: Spokojenost se zázemím a službami kulturních domů a zařízení v Ostravě dle vzdělání



Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040)

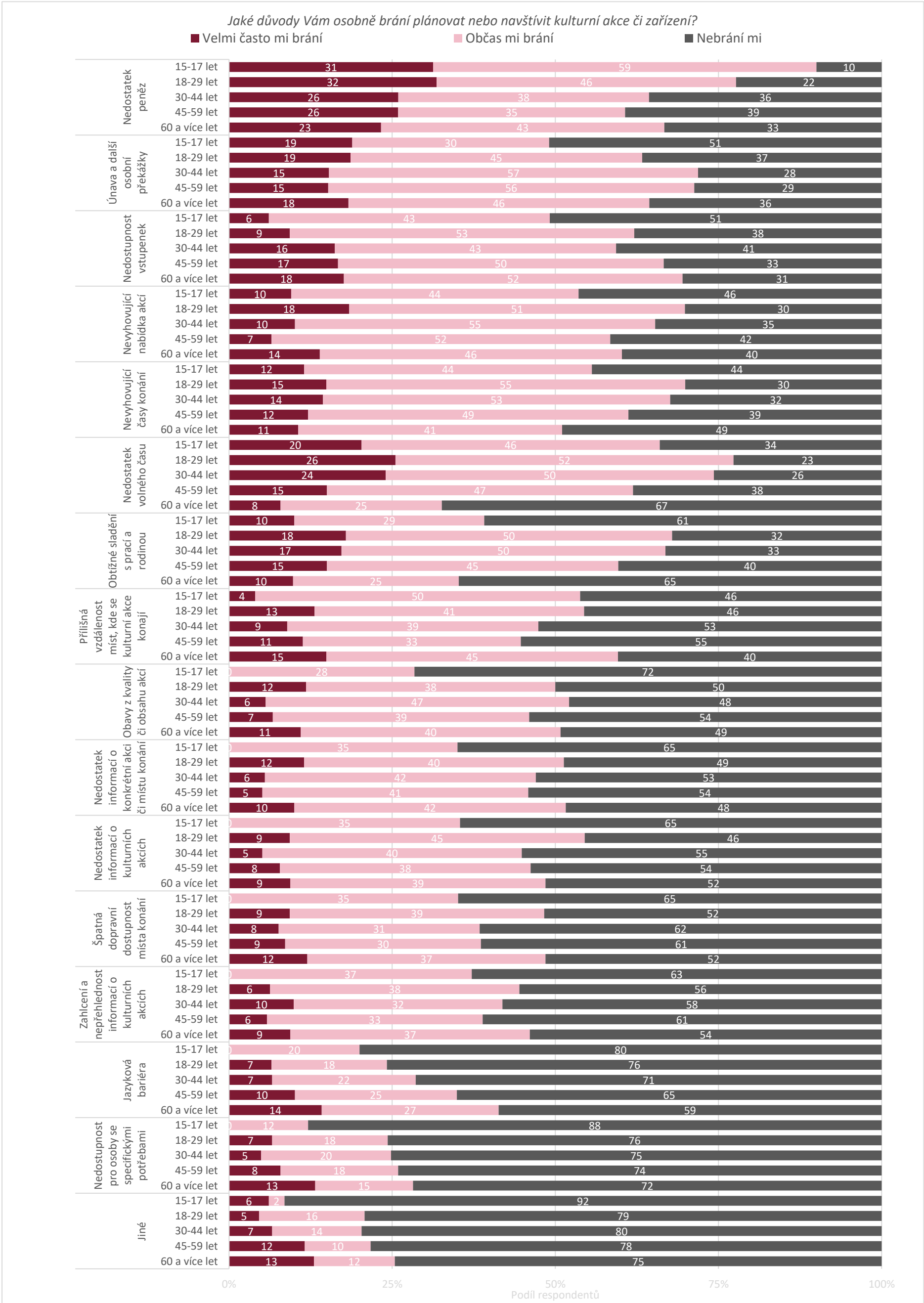
Bariéry v oblasti kultury

Graf 7.1.1i: Bariéry omezující Ostravany při plánování a návštěvě kulturních akcí či zařízení podle pohlaví



Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040)

Graf 7.1.2: Bariéry omezující Ostravany při plánování a návštěvě kulturních akcí či zařízení podle věku



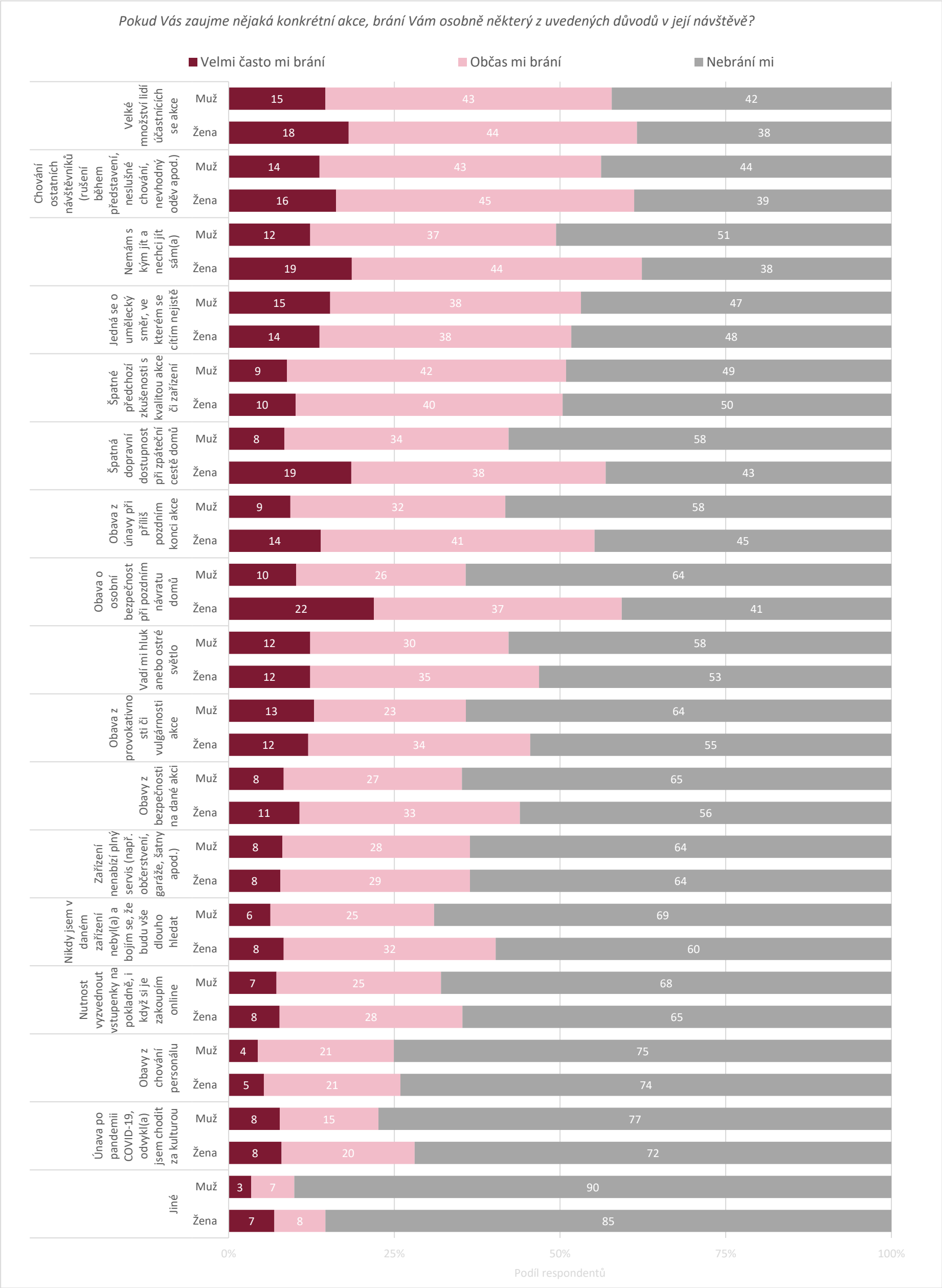
Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040)

Graf 7.1.3: Bariéry omezující Ostravany při plánování a návštěvě kulturních akcí či zařízení podle vzdělání



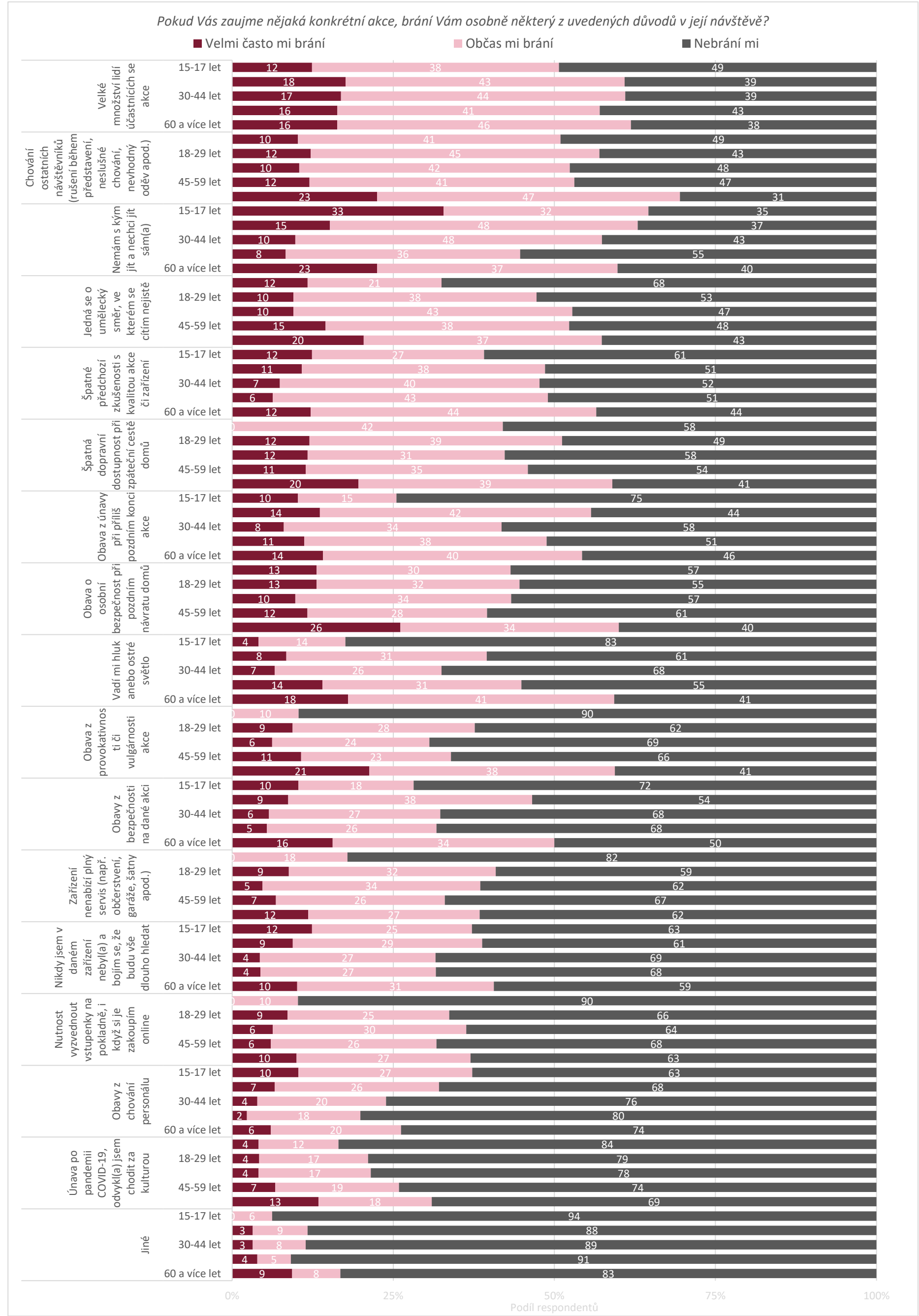
Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040)

Graf 7.4.11: Specifické důvody bránící Ostravanům v návštěvě kulturní akce a zařízení podle pohlaví



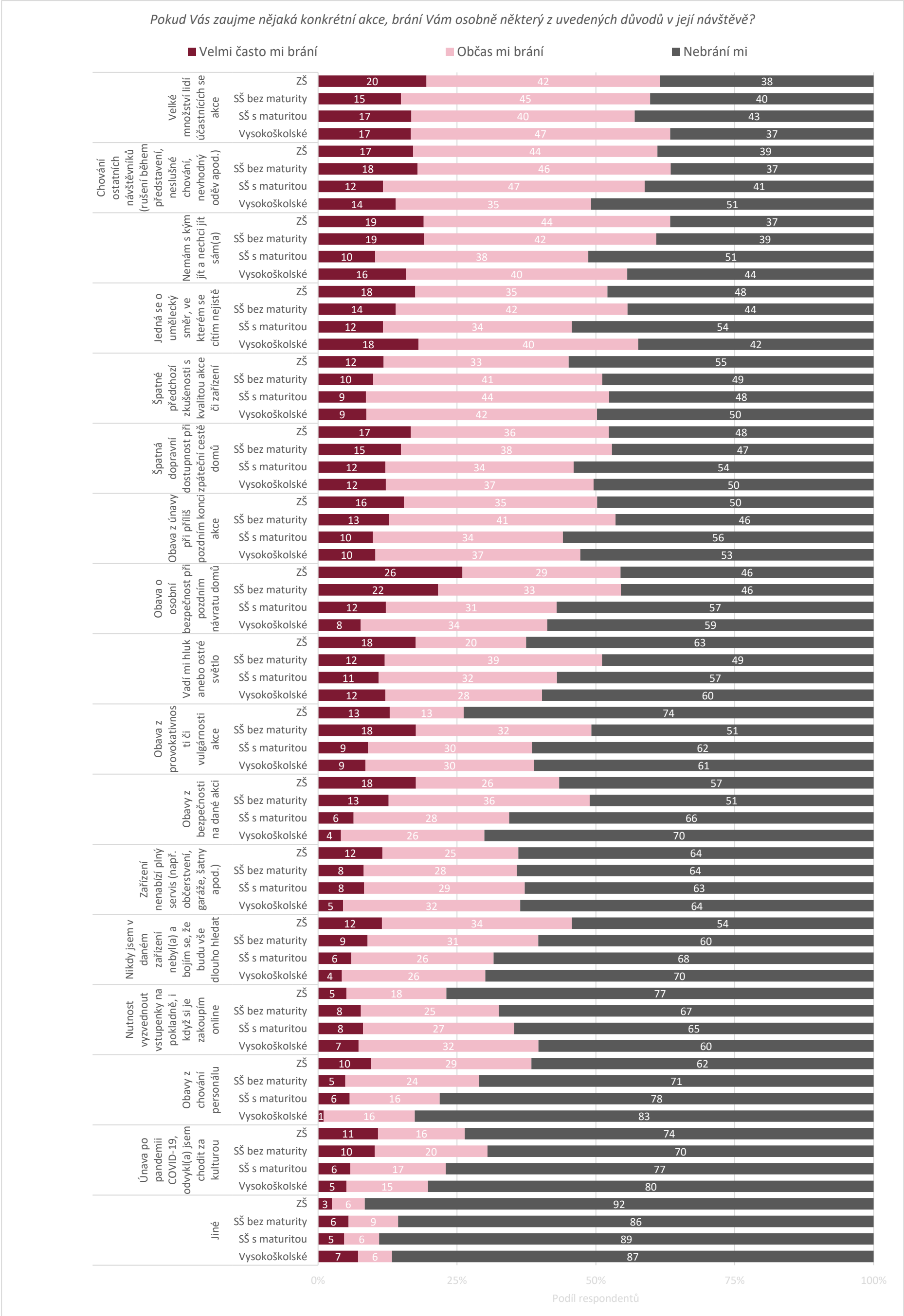
Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040)

Graf 7.4.2: Specifické důvody bránící Ostravanům v návštěvě kulturní akce a zařízení podle věku



Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040)

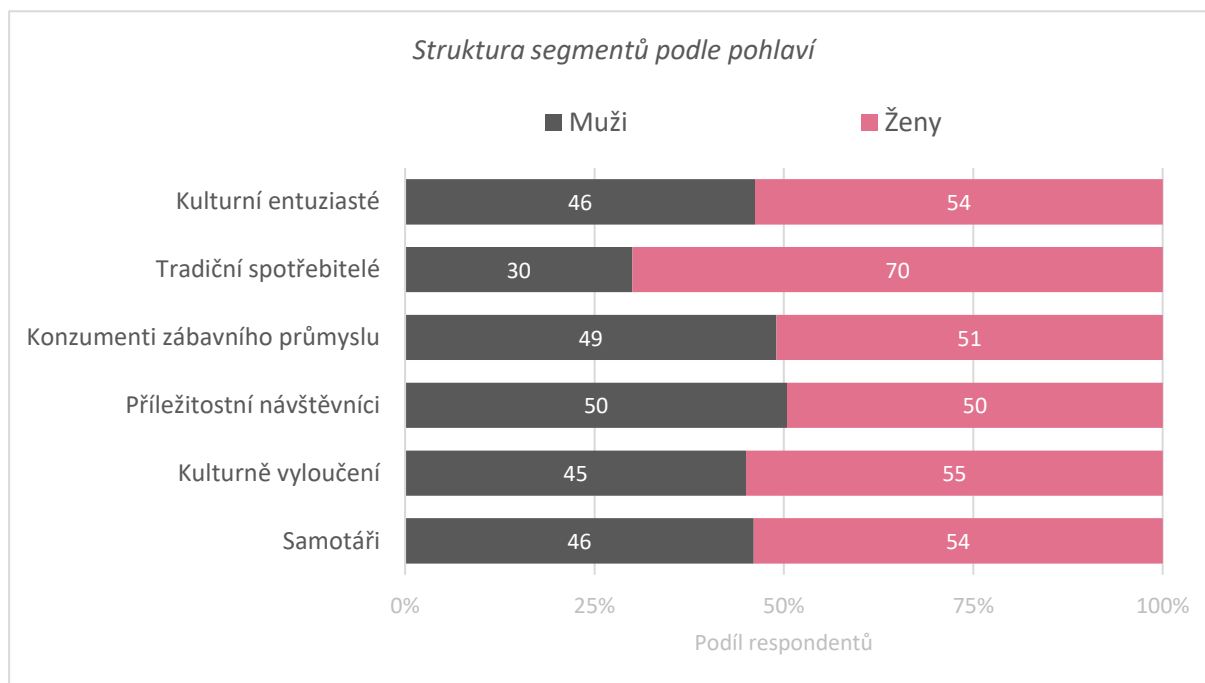
Graf 7.4.3: Specifické důvody bránící Ostravanům v návštěvě kulturní akce a zařízení podle vzdělání



Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040)

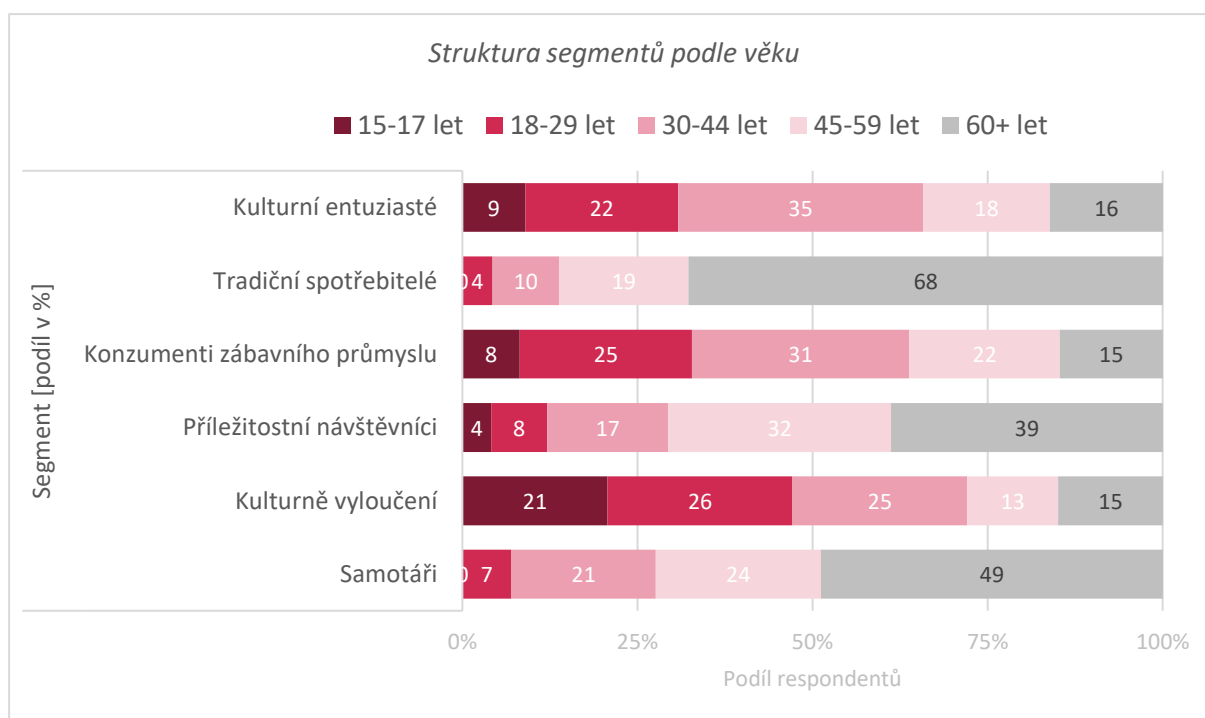
Segmentace obyvatel podle kulturního chování

Graf 9.8.1: Struktura segmentů obyvatel Ostravy podle pohlaví

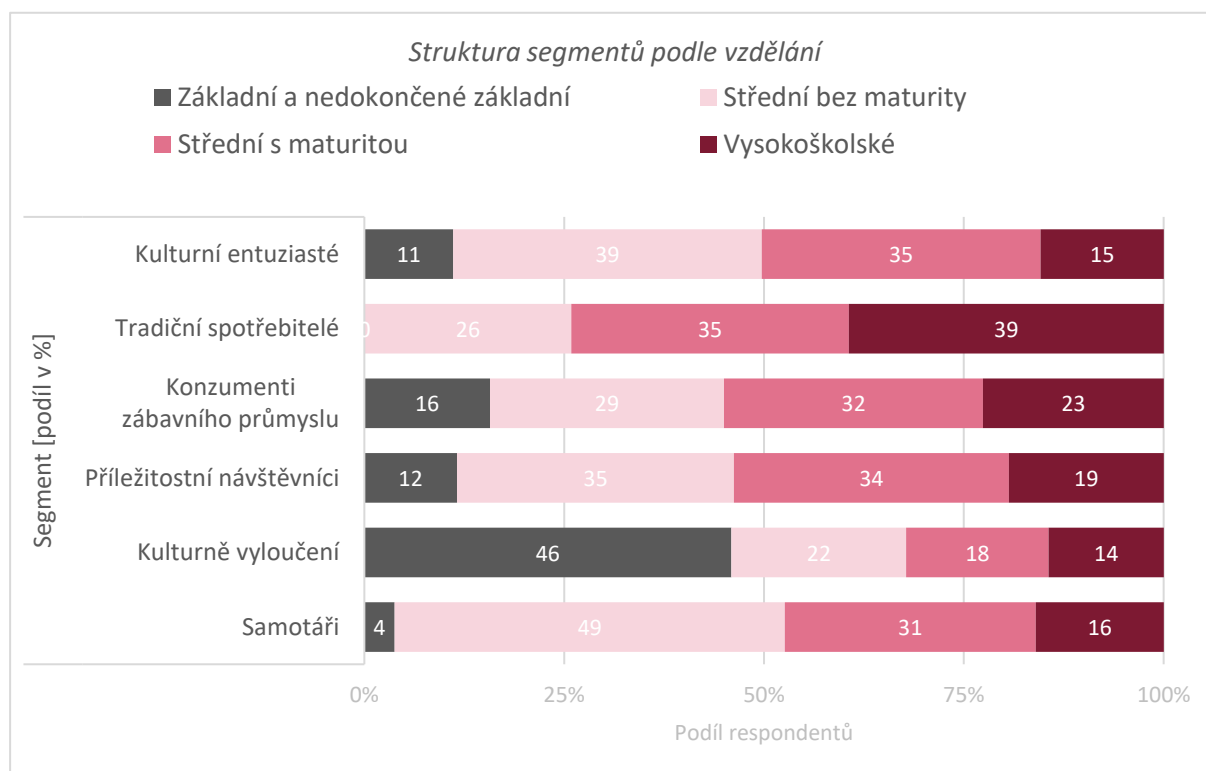


Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040)

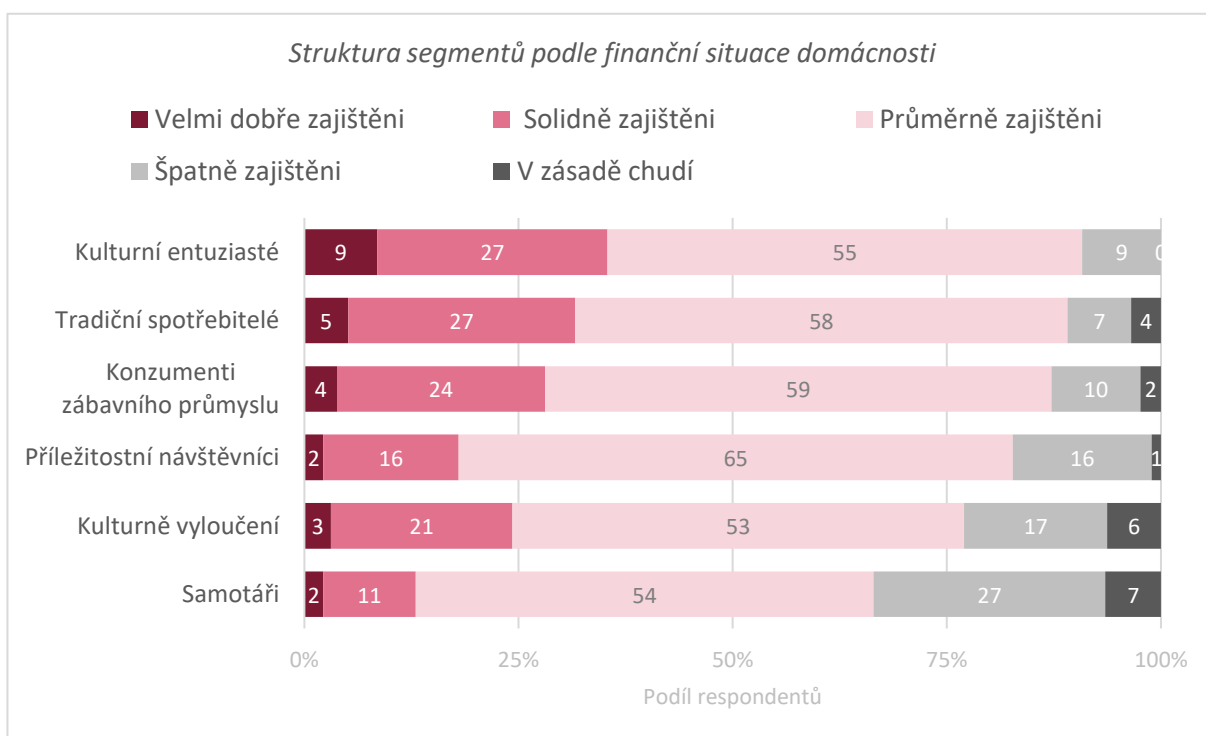
Graf 9.8.2: Struktura segmentů obyvatel Ostravy podle věku



Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040)

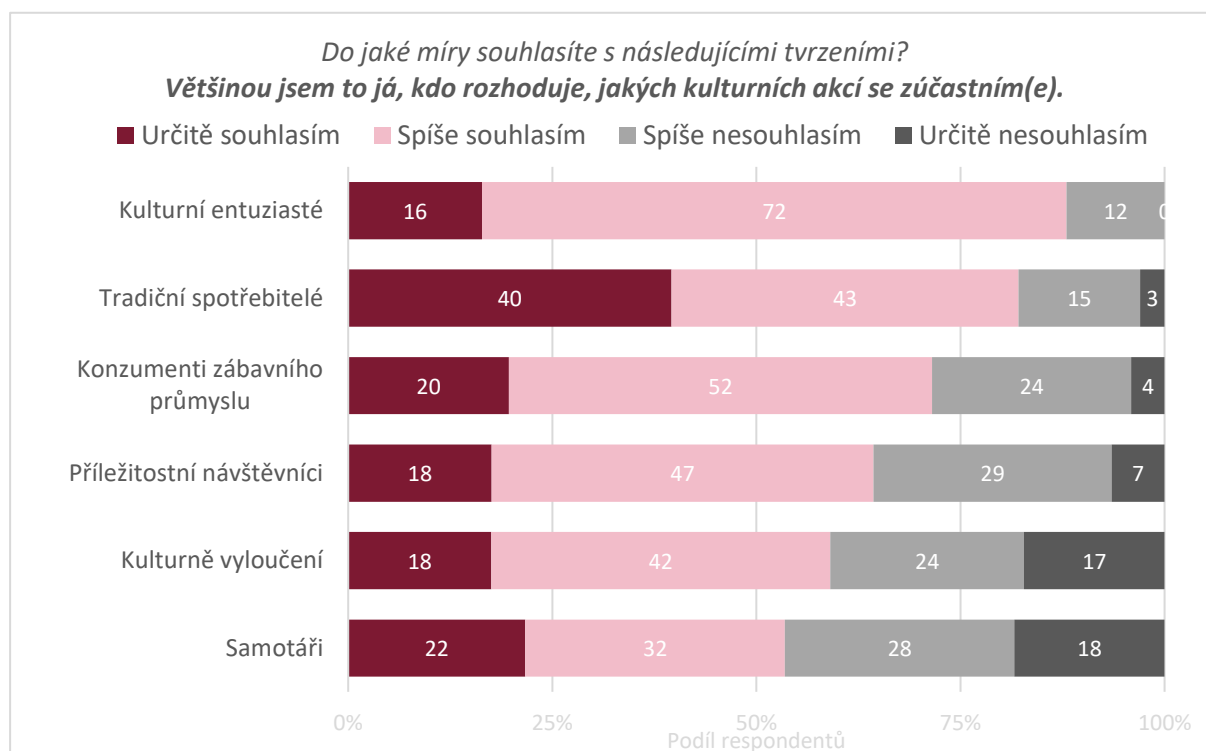
Graf 9.8.3: Struktura segmentů obyvatel Ostravy podle vzdělání

Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040)

Graf 9.8.4: Struktura segmentů obyvatel Ostravy podle finanční situace domácnosti

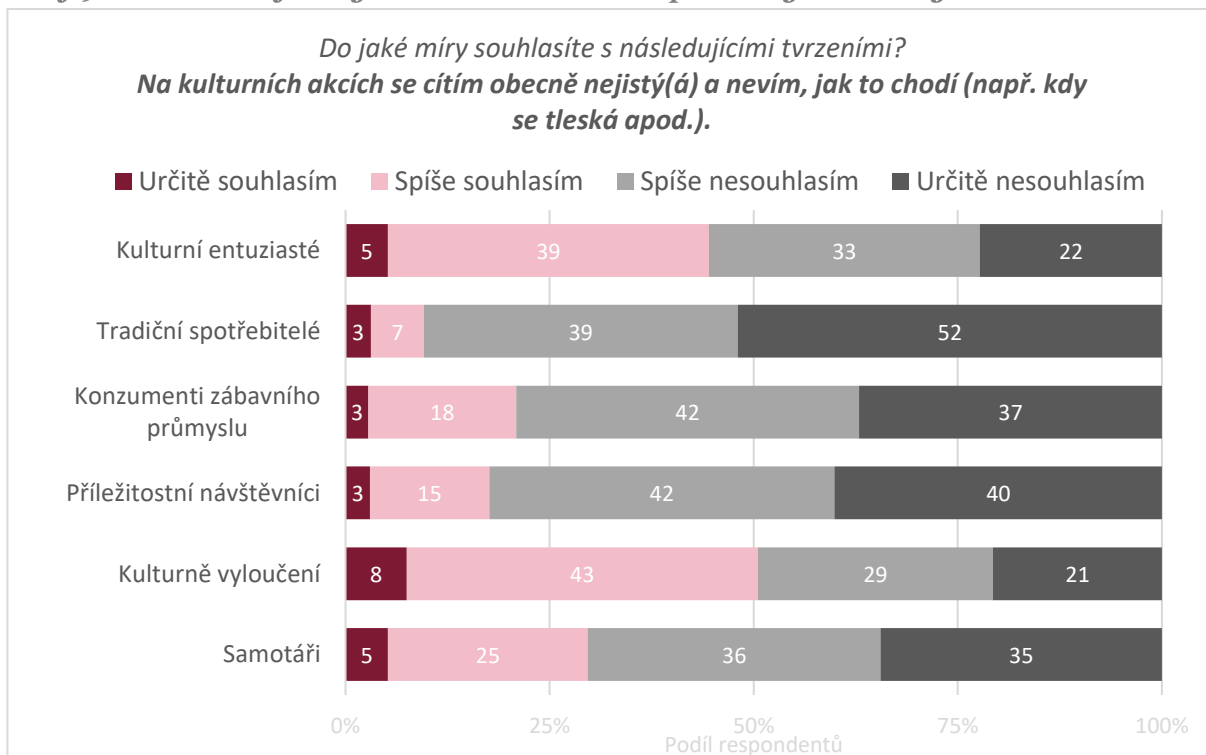
Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040)

Graf 9.8.5II: Role jednotlivců při rozhodování o návštěvě kulturních akcí podle segmentů obyvatel



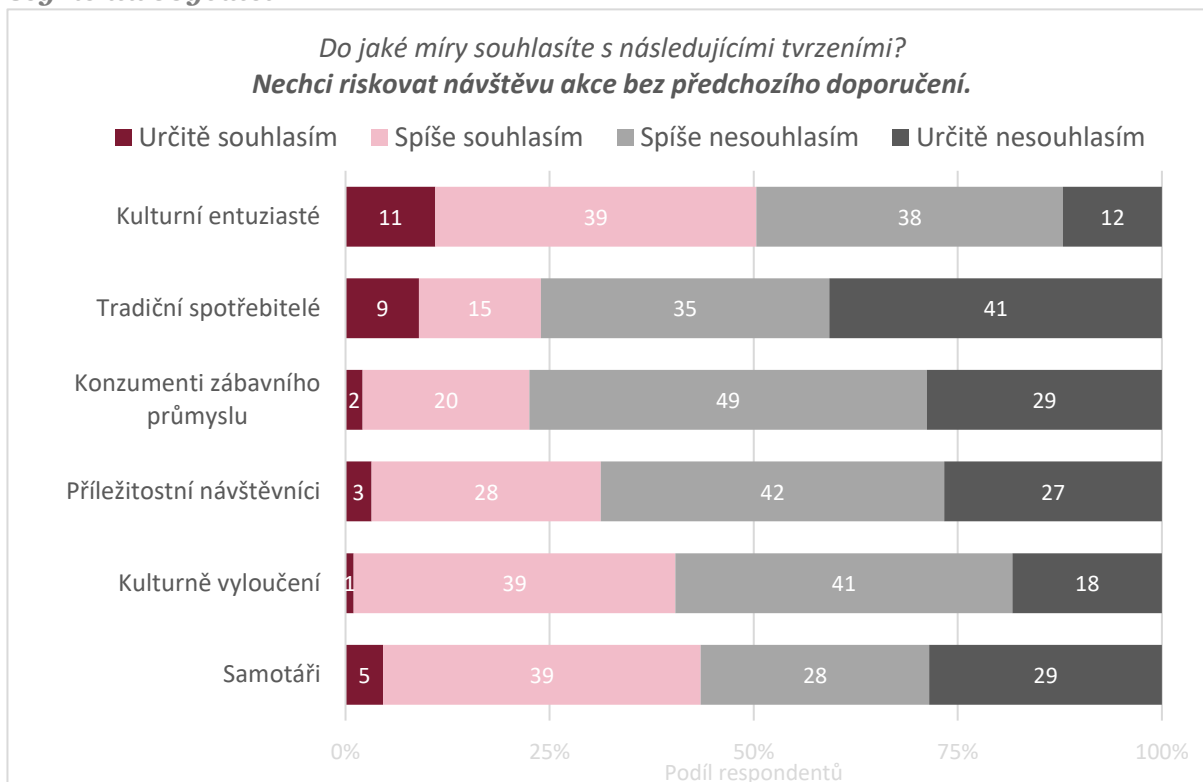
Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040).

Graf 9.8.6: Pocit nejistoty na kulturních akcích podle segmentů obyvatel



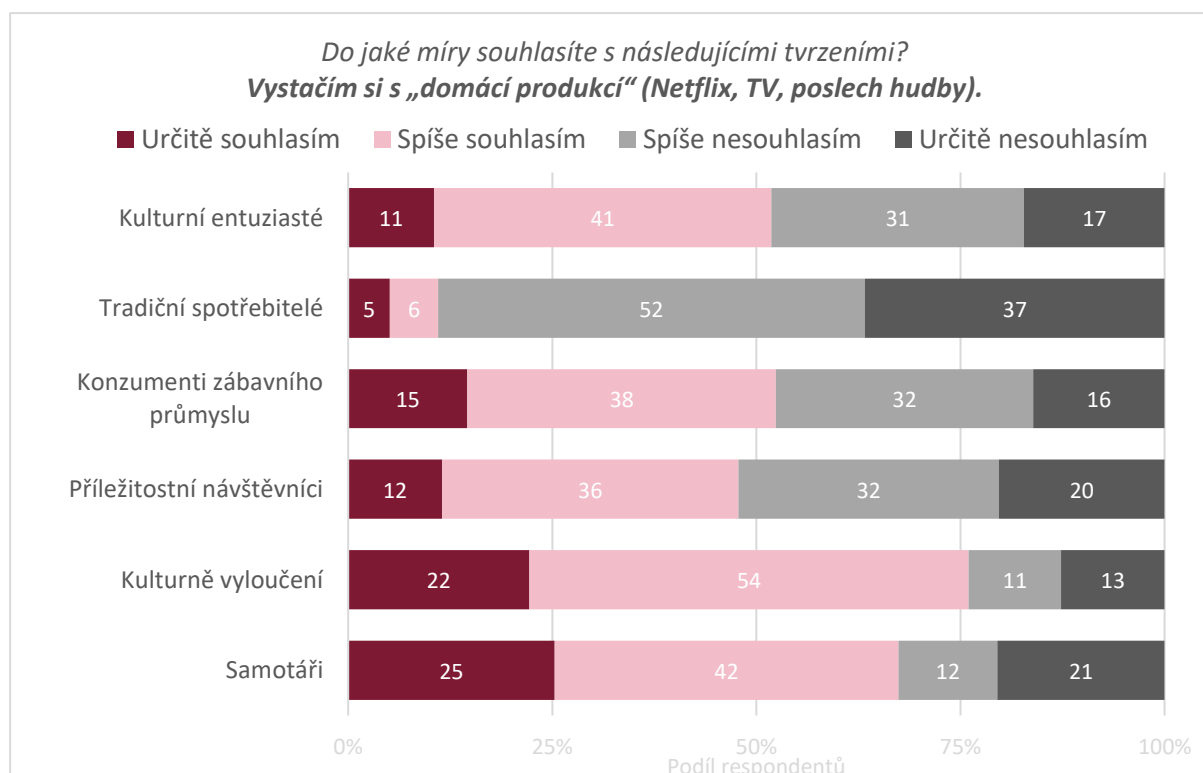
Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040)

Graf 9.8.7: Důležitost doporučení při rozhodování o návštěvě kulturních akcí podle segmentů obyvatel

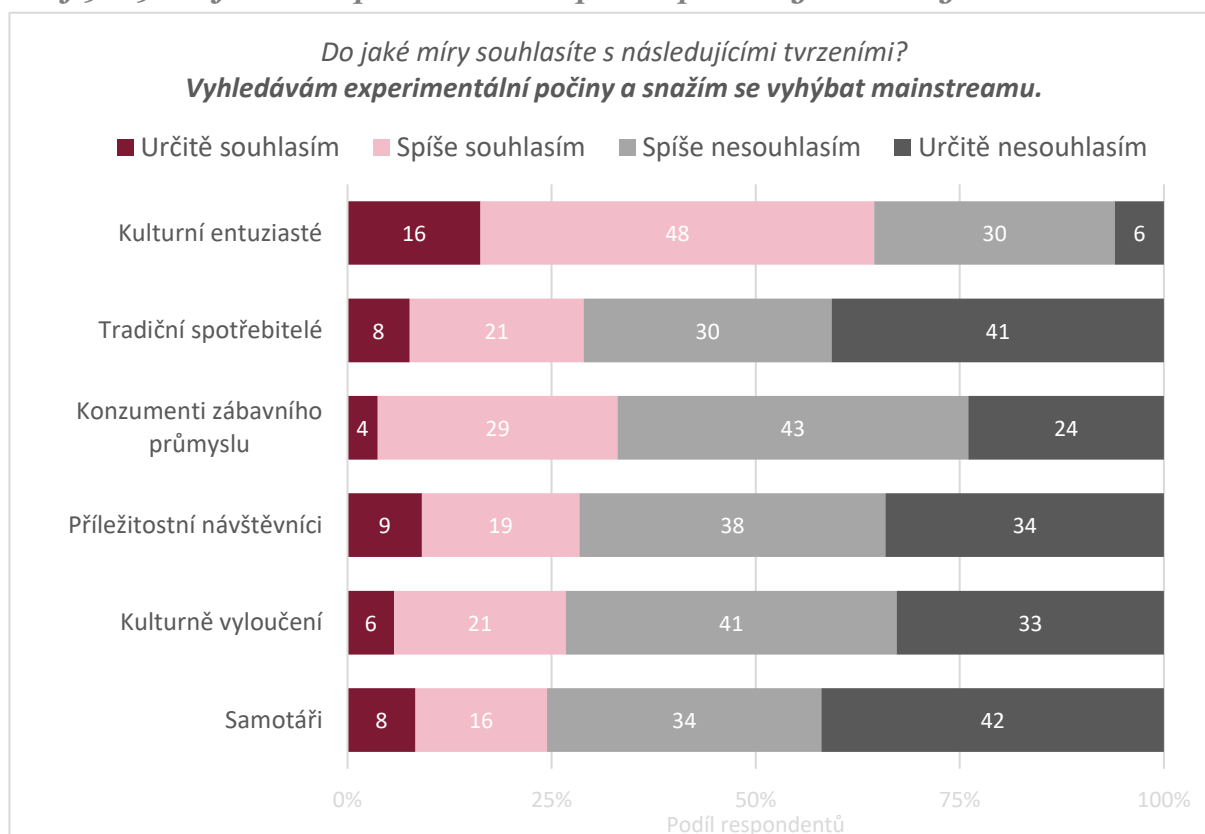


Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040)

Graf 9.8.8: Konzumace kultury v domácím prostředí podle segmentů obyvatel

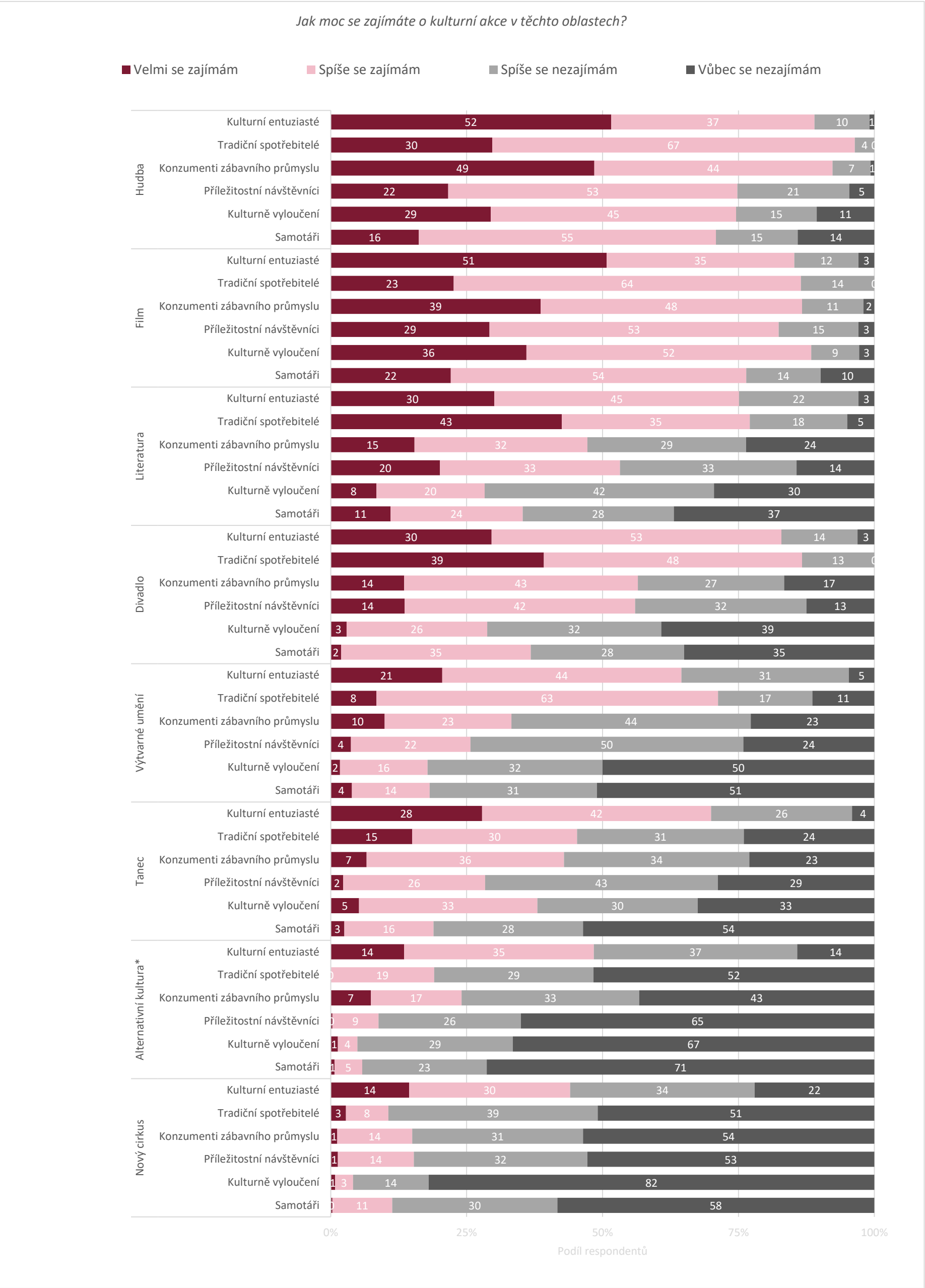


Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040)

Graf 9.8.9: Preference experimentálních počinů podle segmentů obyvatel

Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040).

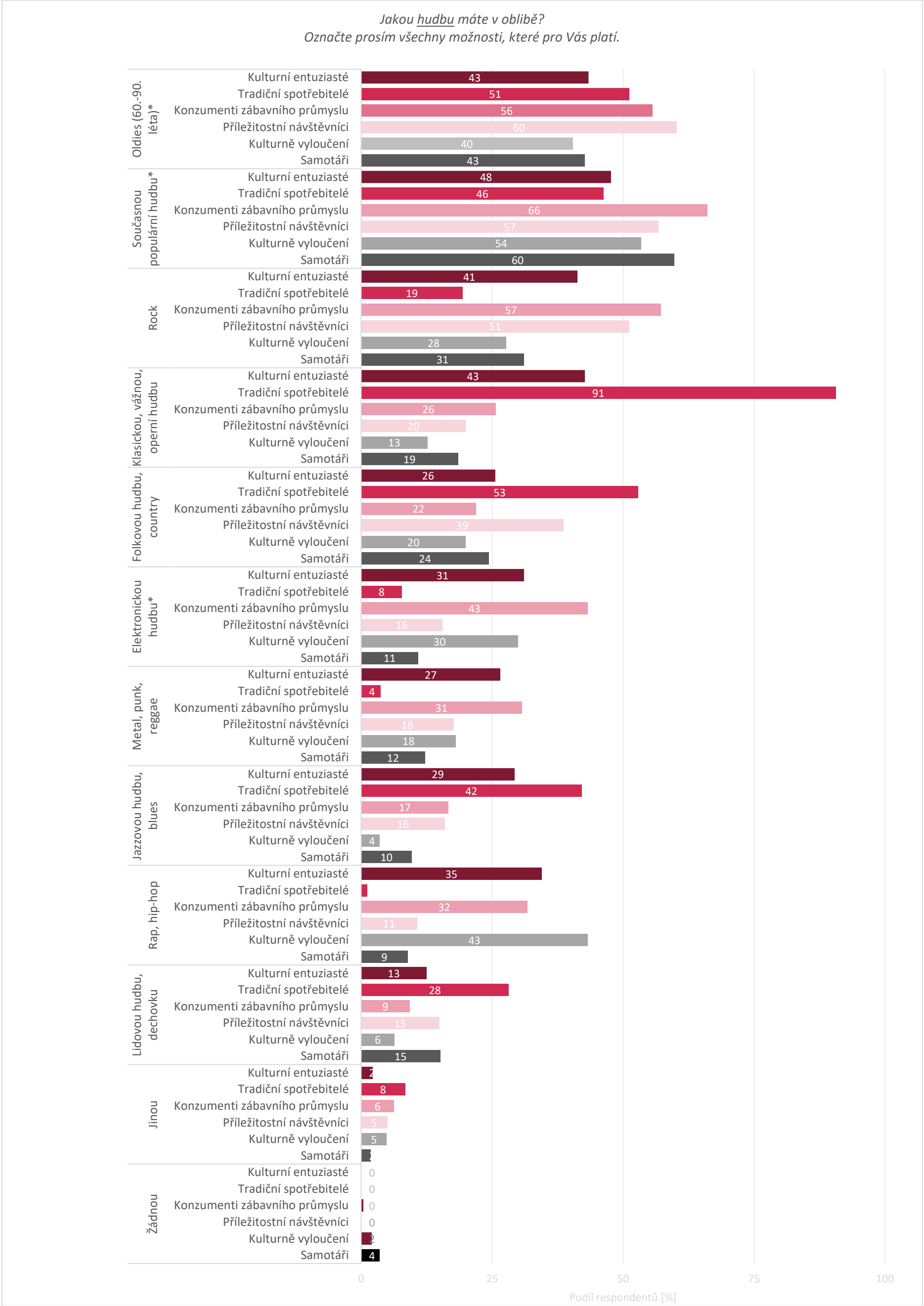
Graf 9.8.10: Zájem o kulturní akce ve vybraných oblastech podle segmentů obyvatel



Pozn.: * Úplné názvy jednotlivých kategorií jsou uvedeny v dotazníku v Příloze 2.

Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040)

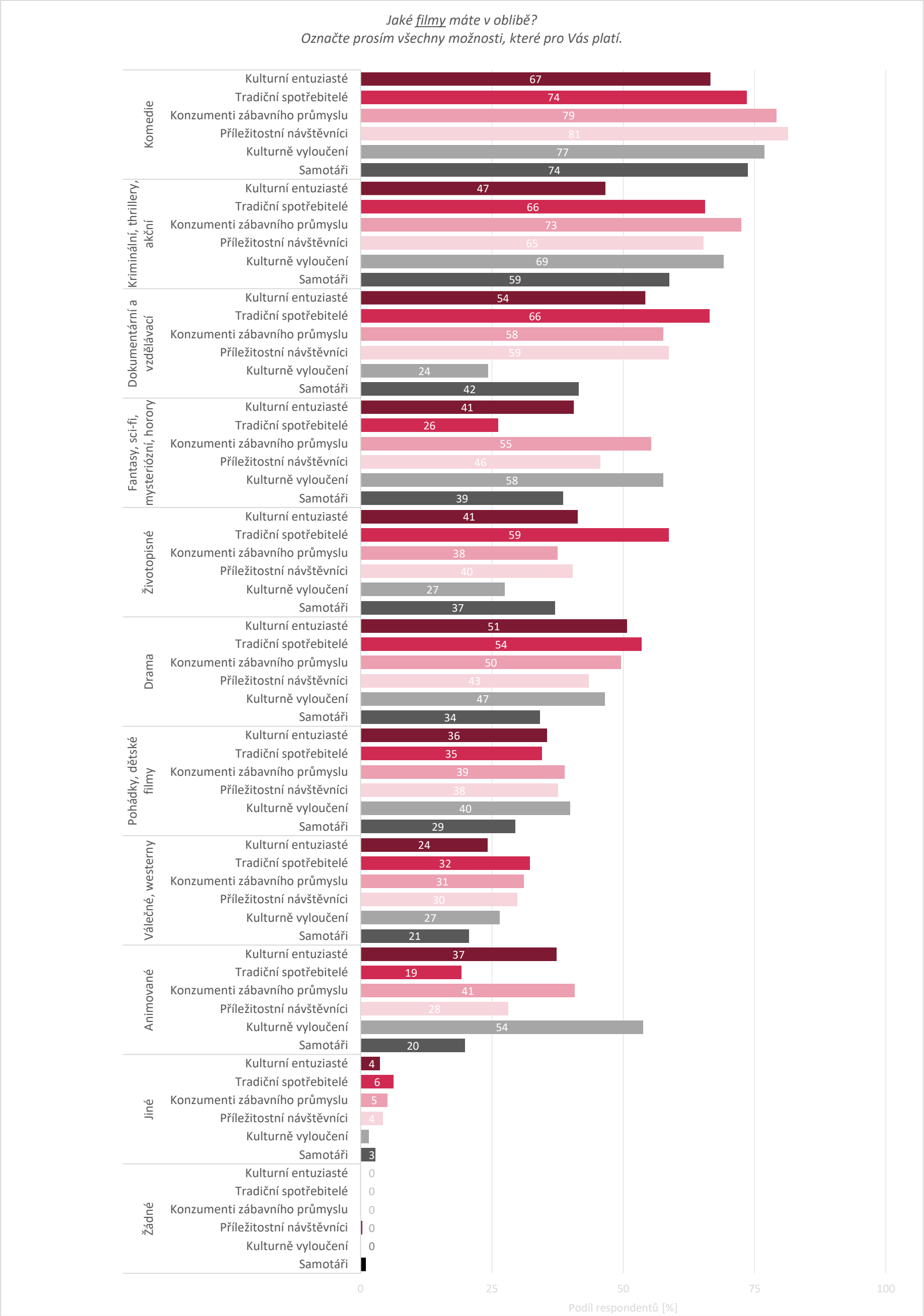
Graf 9.8.11: Oblíbené hudební žánry podle segmentů obyvatel



Pozn.: * Úplné názvy jednotlivých kategorií jsou uvedeny v dotazníku v Příloze 2.

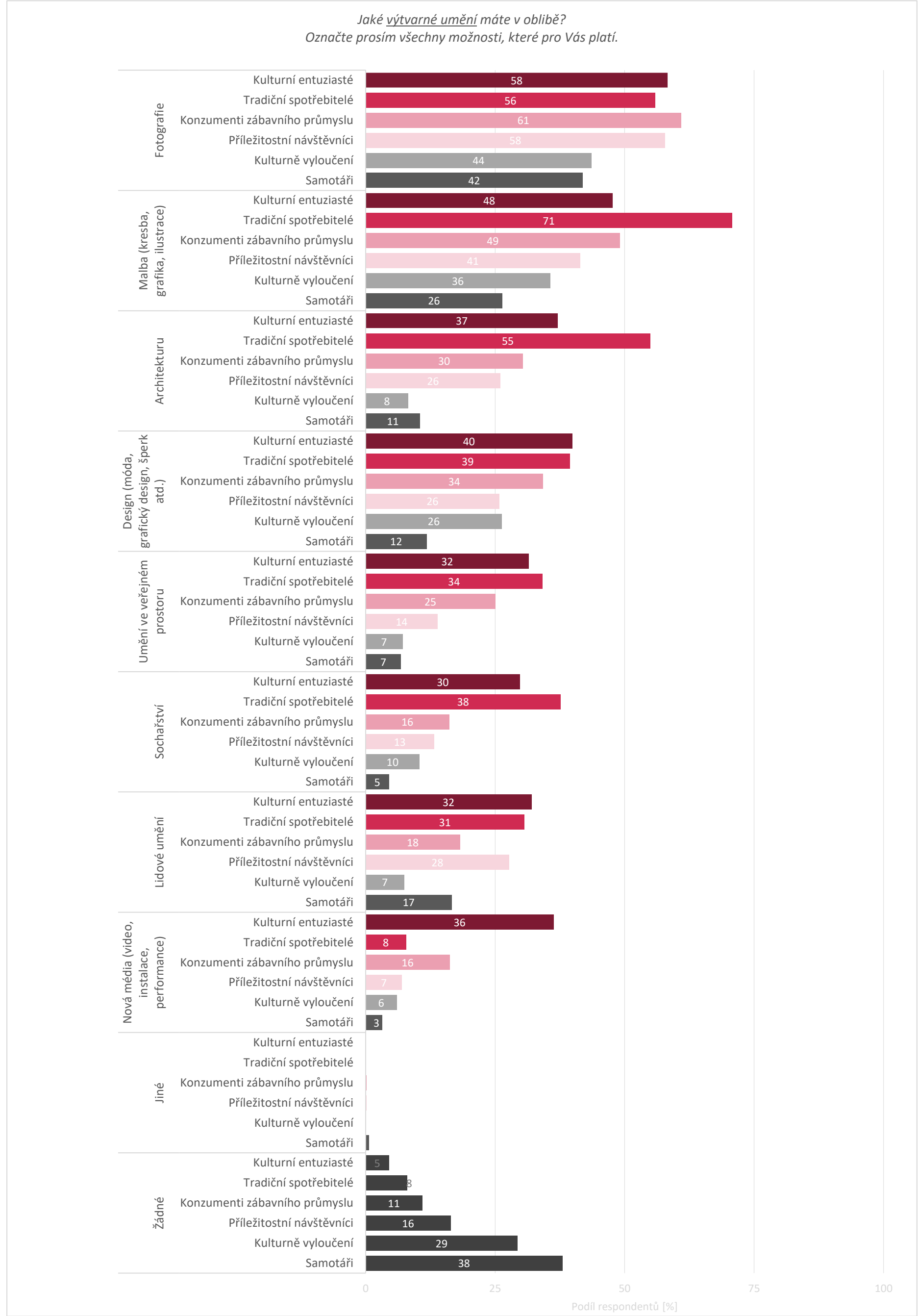
Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040)

Graf III: Oblíbené filmové žánry podle segmentů obyvatel



Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040)

Graf 9.8.13: Oblíbené druhy výtvarného umění podle segmentů obyvatel



Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040)

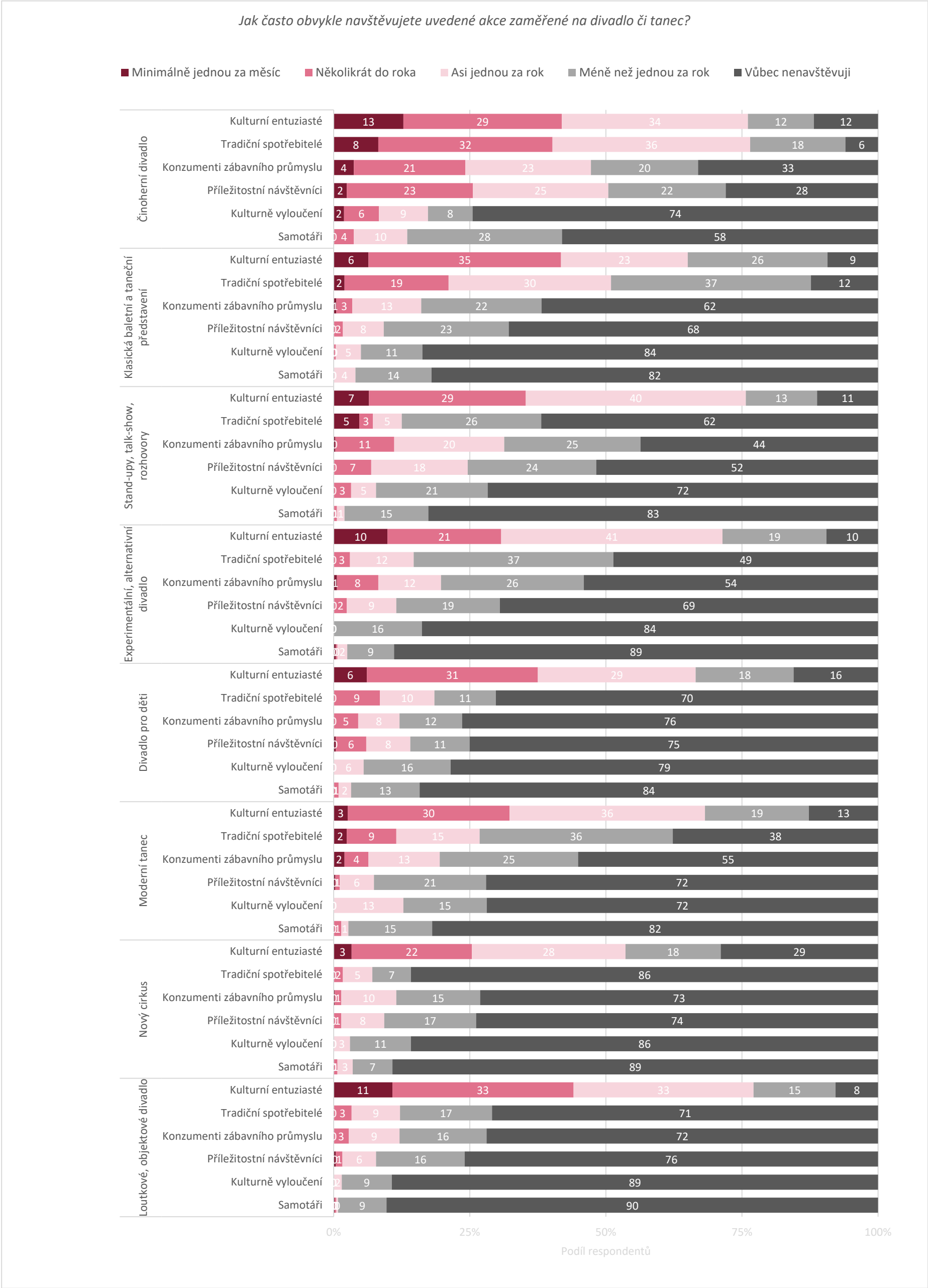
Graf 9.8.14: Motivace k návštěvě kulturních akcí a zařízení podle segmentů obyvatel



Pozn.: * Úplné názvy jednotlivých kategorií jsou uvedeny v dotazníku v Příloze 2.

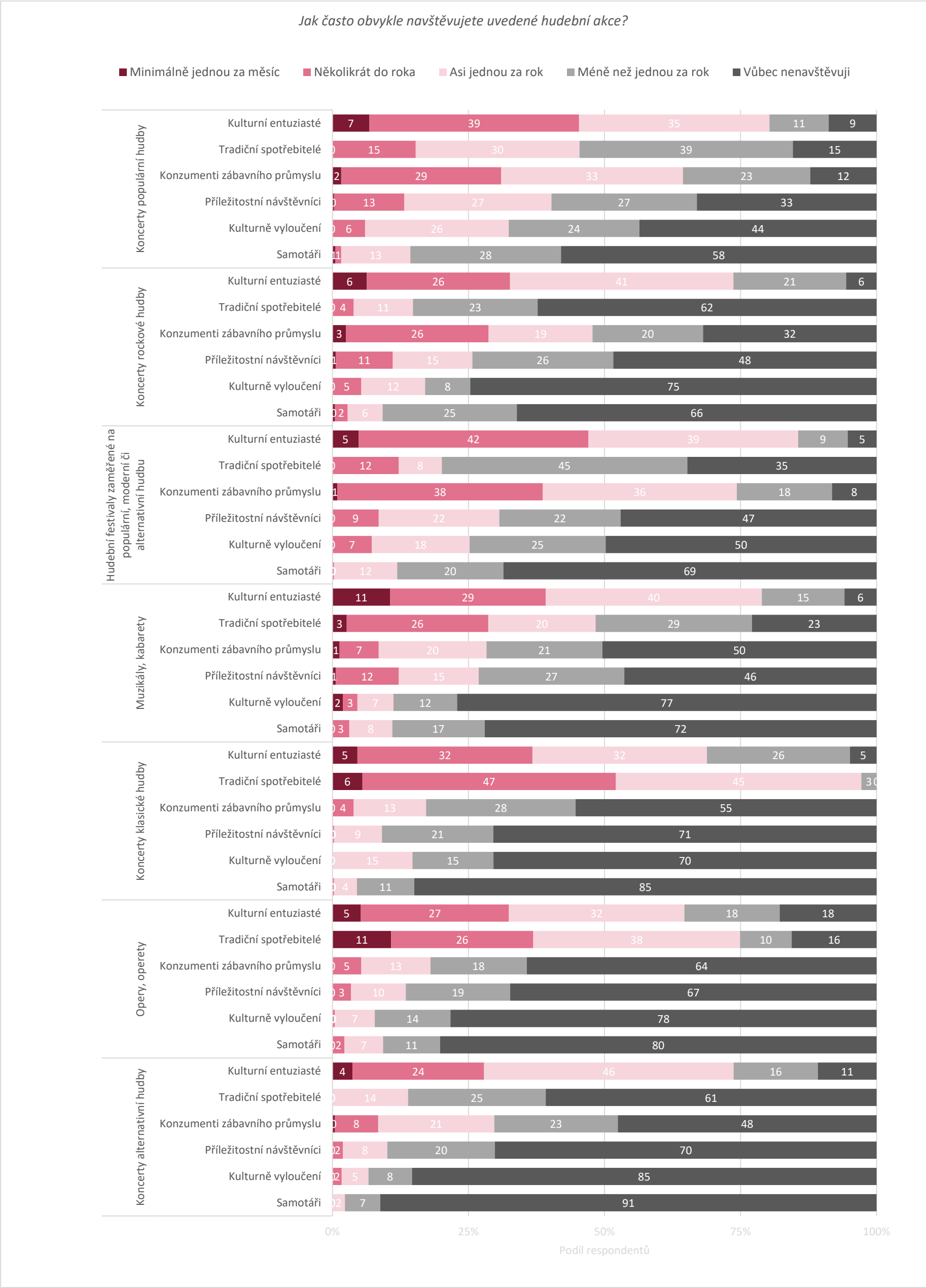
Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040)

Graf 9.8.15: Četnost návštěv akcí zaměřených na divadlo a tanec podle segmentů obyvatel



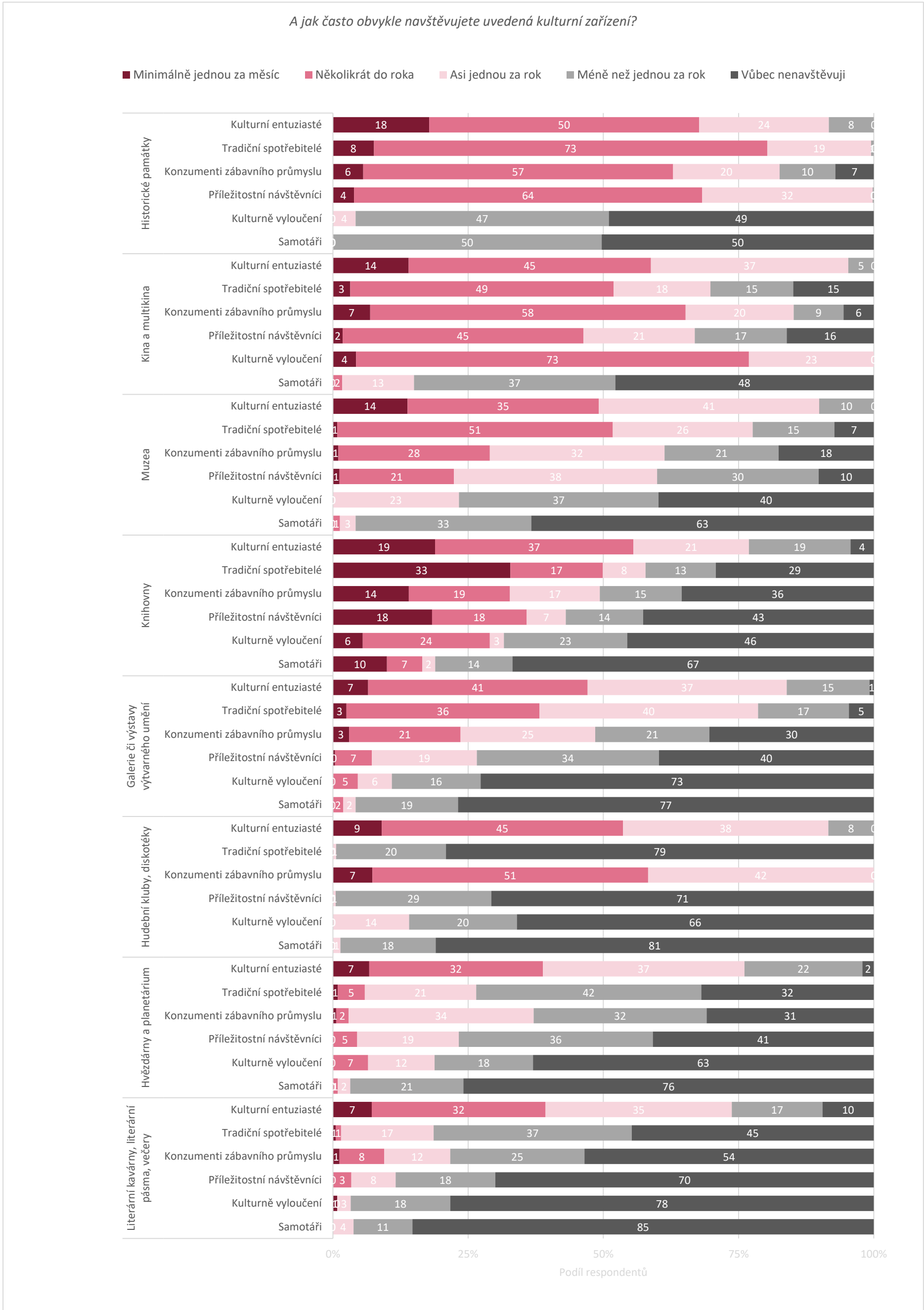
Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040)

Graf IV: Četnost návštěv hudebních akcí podle segmentů obyvatel



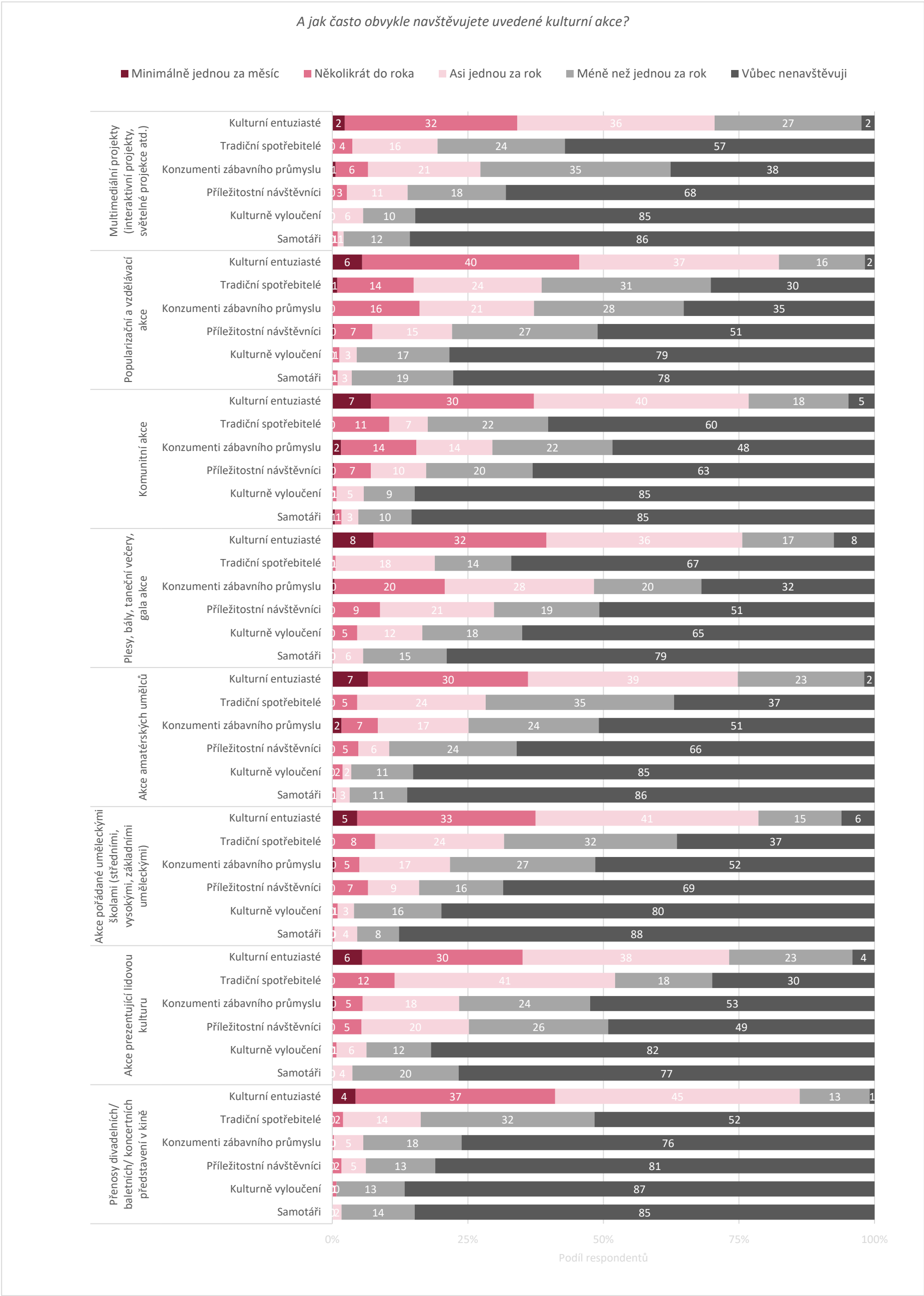
Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040)

Graf 9.8.17: Četnost návštěv kulturních zařízení podle segmentů obyvatel



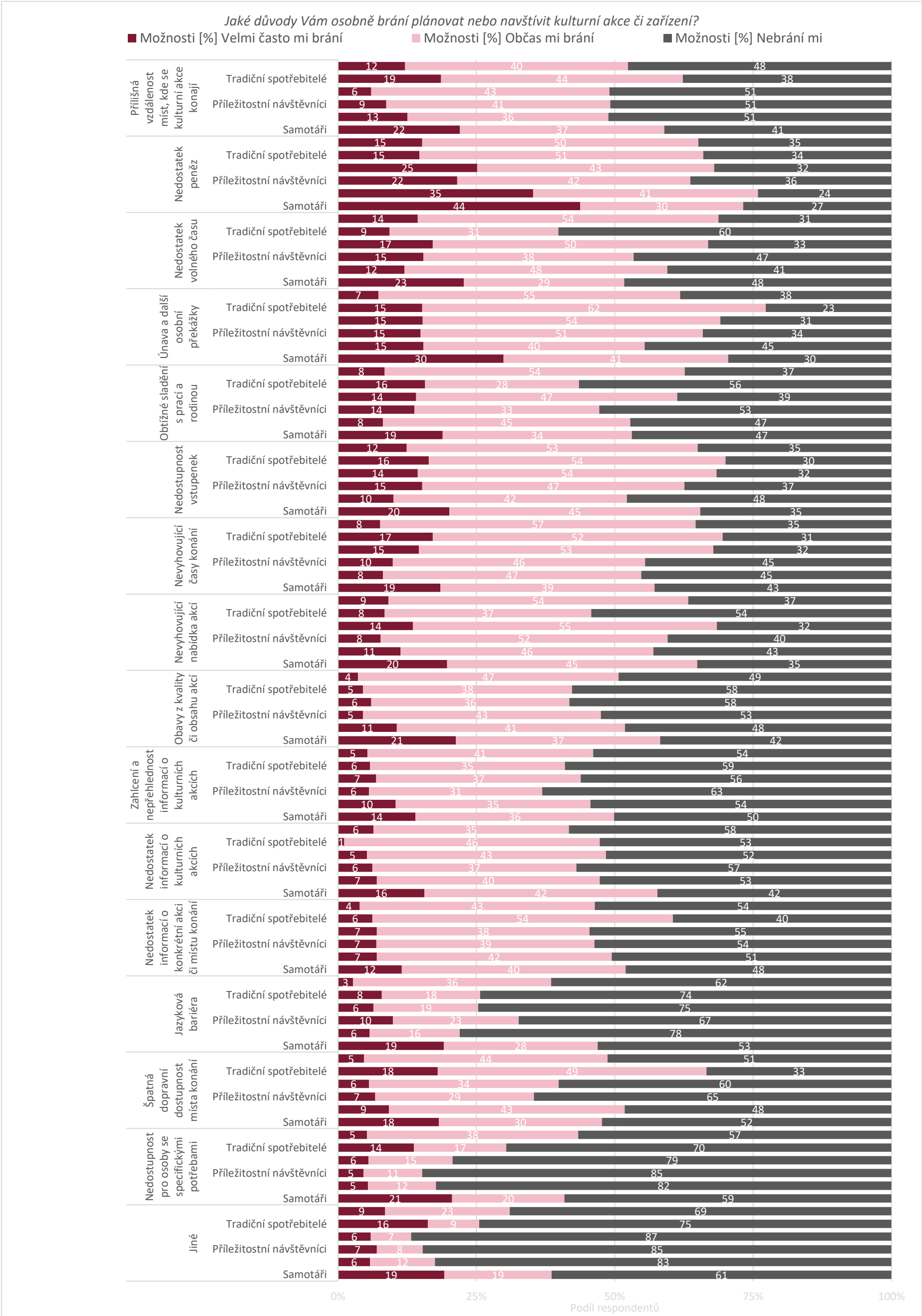
Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040)

Graf 9.8.18: Četnost návštěv vybraných akcí podle segmentů obyvatel



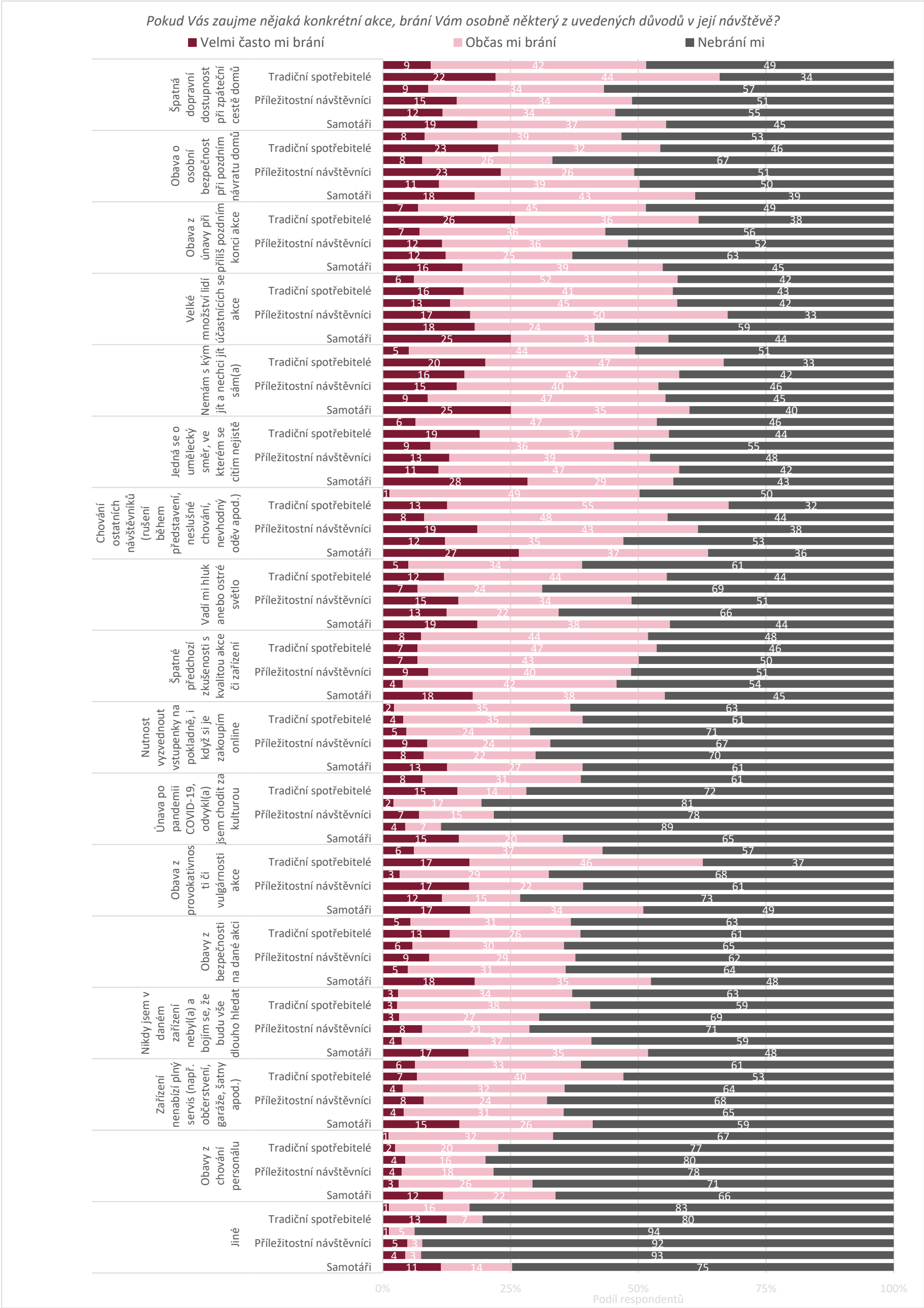
Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040)

Graf 9.8.19: Bariéry bránící plánování nebo návštěvy kulturních akcí a zařízení podle segmentů obyvatel



Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040)

Graf 9.8.20: Specifické bariéry bránící plánování nebo návštěvy kulturních akcí a zařízení podle segmentů obyvatel



Zdroj: Dotazníkové šetření „Kulturní život v Ostravě“, STEM (N= 1 040)

Příloha 2 – Dotazník

Chtěli bychom se Vás zeptat na Vaše osobní názory na kulturní život v Ostravě. Myslíme si, že je velice důležité vědět, co si lidé o současné situaci skutečně myslí, jaké jsou jejich opravdové názory.

Výzkum je přísně důvěrný. Vyplnění dotazníku bude trvat asi 20 minut.

Obecný vztah ke kultuře

OT01. Věnujete se Vy osobně některé z uvedených aktivit, které souvisí s uměleckým či kulturním životem?

[ROTOVAT]

	1. Ano, v posledních 12 měsících	2. Ano, ale více než před rokem	3. Ne
1. Daroval(a) jsem finanční prostředky na kulturu (mimo běžné platby za vstupenku).			
2. Veřejně účinkuji na kulturních akcích vč. amatérských (např. v divadle, hudebním nebo tanečním souboru, přednes vlastních básní atd.).			
3. Zapůjčil(a) nebo daroval(a) jsem dílo na kulturní akci (např. obrazy, sochy, filmy atd.).			
4. Ve volném čase jsem organizoval(a) nebo pomáhal(a) s organizací veřejné či komunitní kulturní akce.			
5. Vlastnil(a) jsem abonentku či předplatné do některého z <u>ostravských</u> kulturních zařízení.			

Žánry

OT02. Řekněte mi, prosím, jaký je Váš vztah k jednotlivým oblastem kultury. Jak moc se zajímáte o kulturní akce v těchto oblastech?

[ROTOVAT]

	1. Velmi se zajímám	2. Spíše se zajímám	3. Spíše se nezajímám	4. Vůbec se nezajímám
1. Divadlo				
2. Nový cirkus				
3. Tanec				
4. Hudba				
5. Výtvarné umění				
6. Film				
7. Literatura				
8. Alternativní kultura, či subkultura (graffiti, cosplay atd.)				

OTo3. Jakou hudbu máte v oblibě? Označte prosím všechny možnosti, které pro Vás platí.

[ROTOVAT]

- ☐ Klasickou, vážnou, operní hudbu
- ☐ Folkovou hudbu, country
- ☐ Jazzovou hudbu, blues
- ☐ Lidovou hudbu, dechovku
- ☐ Oldies (populární hudbu 60.-90. let)
- ☐ Současnou zahraniční nebo českou populární hudbu
- ☐ Elektronickou hudbu (house, techno, trance, drum&bass apod.)
- ☐ Rock
- ☐ Metal, punk nebo reggae
- ☐ Rap, hip-hop
- ☐ Jinou – prosím uveďte:
- ☐ Žádnou

OTo4. Jaké filmy máte v oblibě? Označte prosím všechny možnosti, které pro Vás platí.

[ROTOVAT]

- ☐ Drama

- ☐ Životopisné
- ☐ Kriminální, thrillery, akční
- ☐ Válečné, westerny
- ☐ Fantasy, sci-fi, mysteriózní, horory
- ☐ Komedie
- ☐ Dokumentární a vzdělávací
- ☐ Animované
- ☐ Pohádky, dětské filmy
- ☐ Jiné – prosím uveďte:
- ☐ Žádné

OT05. Jaké výtvarné umění máte v oblibě? Označte prosím všechny možnosti, které pro Vás platí.

[ROTOVAT]

- ☐ Architekturu
- ☐ Sochařství
- ☐ Malba (kresba, grafika, ilustrace)
- ☐ Fotografie
- ☐ Design (móda, grafický design, šperk atd.)
- ☐ Lidové umění
- ☐ Nová média (video, instalace, performance)
- ☐ Umění ve veřejném prostoru
- ☐ Jiné – prosím uveďte:
- ☐ Žádné

FILTR: Pouze ti, kteří vyberou u OT06 varianty 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8:

OT05B. Vyhledáváte v oblasti výtvarného umění spíše klasické anebo moderní směry? Označte prosím všechny možnosti, které pro Vás platí.

- ☐ Klasické (směry do 19. stol., např. díla starých mistrů)
- ☐ Moderní (20. stol. až současnost)

OT06. Jak často obvykle navštěvujete uvedené akce zaměřené na divadlo či tanec?

[ROTOVAT]

	1. Minimálně jednou za měsíc	2. Několikrát do roka	3. Asi jednou za rok	4. Méně než jednou za rok	5. Vůbec nenavštěvuji
1. Činoherní divadlo					
2. Experimentální, alternativní divadlo					
3. Loutkové, objektové divadlo					
4. Divadlo pro děti					
5. Stand-upy, talk-show, rozhovory					
6. Klasická baletní a taneční představení					
7. Moderní tanec					
8. Nový cirkus					

OT07. A jak často obvykle navštěvujete uvedené hudební akce?

[ROTOVAT]

	1. Minimálně jednou za měsíc	2. Několikrát do roka	3. Asi jednou za rok	4. Méně než jednou za rok	5. Vůbec nenavštěvuji
1. Muzikály, kabarety					
2. Opery, operety					
3. Koncerty klasické hudby					
4. Koncerty populární hudby					
5. Koncerty rockové hudby					
6. Koncerty alternativní hudby					
7. Hudební festivaly zaměřené na populární, moderní či alternativní hudbu					

OT08. A jak často obvykle navštěvujete uvedená kulturní zařízení?

[ROTOVAT]

	1. Minimálně jednou za měsíc	2. Několikrát do roka	3. Asi jednou za rok	4. Méně než jednou za rok	5. Vůbec nenavštěvuji
1. Muzea					
2. Galerie či výstavy výtvarného umění					
3. Historické památky					
4. Knihovny					
5. Literární kavárny, literární pásma, večery					
6. Hvězdárny a planetárium					
7. Kina a multikina					
8. Hudební kluby, diskotéky					

OT09. A jak často obvykle navštěvujete uvedené kulturní akce?

[ROTOVAT]

	1. Minimálně jednou za měsíc	2. Několikrát do roka	3. Asi jednou za rok	4. Méně než jednou za rok	5. Vůbec nenavštěvuji
1. Přenosy divadelních/baletních/koncertních představení v kině					
2. Multimediální projekty (interaktivní projekty, světelné projekce atd.)					
3. Akce pořádané uměleckými školami (středními, vysokými, základními uměleckými)					
4. Akce amatérských umělců					
5. Akce prezentující lidovou kulturu					
6. Komunitní akce					
7. Plesy, bály, taneční večery, gala akce					
8. Popularizační a vzdělávací akce					

Dostupnost žánrů

OT10. Jak byste zhodnotil(a) šíři programové nabídky v Ostravě? Šíře programové nabídky následujících kulturních akcí/zařízení je v Ostravě:

1. Přehnaná
2. Plně dostačující
3. Spíše dostačující
4. Spíše nedostatečná
5. Zcela nedostatečná
6. Nevím, nedokáži posoudit

[ROTOVAT v rámci bloků]

Divadlo a tanec:	
1. Činoherní divadla	
2. Alternativní, experimentální divadelní scény a kluby	
3. Loutkové, objektové divadlo	
4. Letní scény	
5. Dětská a rodinná představení	
6. Stand-upy, talk-show, rozhovory	
7. Klasická baletní a taneční představení	
8. Moderní tanec	
9. Nový cirkus	
Hudba:	
10. Muzikály	
11. Opery, operety	
12. Koncerty klasické hudby	
13. Koncerty populární, moderní či alternativní hudby	
14. Mega koncerty zahraničních interpretů	
15. Hudební festivaly zaměřené na klasickou hudbu	
16. Hudební festivaly zaměřené na populární, moderní či alternativní hudbu	
Kulturní zařízení:	
17. Muzea	
18. Galerie či výstavy výtvarného umění	
19. Historické památky	
20. Knihovny	

21. Literární kavárny, literární pásma, večery	
22. Hvězdárny a planetária	
Film a společenské akce:	
23. Multikina, kina	
24. Klubová kina, filmové kluby	
25. Multimediální projekty	
26. Plesy, bály, taneční večery, gala akce	
27. Hudební kluby, diskotéky	
Specificky zaměřené akce/zařízení:	
28. Akce amatérských umělců	
29. Akce zaměřené na lidovou kulturu	
30. Akce pro děti a mládež	
31. Akce zaměřené na nemainstreamovou hudbu (technoparty, psytrance atd.)	
32. Akce pro seniory	
33. Akce prezentující kulturu menšin	
34. Akce zpřístupňující kulturu osobám se specifickými potřebami (např. se zdravotním znevýhodněním, osobám s kočárky atd.)	
35. Lokální a komunitní akce, sousedská setkání	

OT11. Odkud čerpáte Vy osobně informace o kulturních akcích konaných v Ostravě?

	1. Často	2. Občas	3. Vůbec ne
1. Webové stránky kulturních zařízení (divadel, kin, galerií atd.)			
2. Kulturní portál města (ostravainfo.cz)			
3. Kulturní portály a přehledy (např. Kudy z nudy, Citybee, Kdykde.cz apod.)			
4. Ticketingové společnosti (např. Ticketmaster, Ticketstream, Ticketportal apod.)			
5. Billboardy, plakáty			
6. Reklamy v tisku			

7. Upoutávky či reklamy v televizi nebo v rozhlase			
8. Upoutávky či reklamy na internetových stránkách/sociálních sítích			
9. Náhodné hledání na internetu			
10. Rodina, přátelé a známí			
11. Jiné – prosím uveďte:			
12. Žádné informace osobně/aktivně nevyhledávám			

OT12. Do jaké míry využíváte kulturní portál ostravainfo.cz:

1. Portál znám a pravidelně navštěvuji
2. Portál znám a navštívil(a) jsem ho alespoň jednou
3. Portál znám, ale nenavštěvuji
4. Portál neznám

OT13. Zúčastnil(a) jste se v posledním roce akce, o které jste se dozvěděl(a) na kulturním portálu ostravainfo.cz?

1. Ano
2. Ne

OT14. Znáte a navštěvujete následující kulturní organizace?

[ROTOVAT]

	1. Znáám a navštěvuji pravidelně	2. Znáám a navštívil(a) jsem alespoň jednou	3. Znáám, ale nenavštěvuji	4. Neznám
1. Divadlo Petra Bezruče				
2. Divadlo loutek Ostrava				
3. Janáčkova filharmonie Ostrava				
4. Knihovna města Ostravy				
5. Komorní scéna Aréna				
6. Národní divadlo moravskoslezské				
7. PLATO Ostrava				

8. Ostravské muzeum				
9. Dům kultury města Ostravy				
10. DK Poklad				
11. DK Akord				
12. Kulturní zařízení Ostrava–Jih				

OT15. Jste spokojen(a) s programovou nabídkou následujících kulturních zařízení?

[FILTER: Pouze položky, u kterých respondent neuvedl v OT14 - 4. neznám]

[ROTOVAT]

	1. Určitě spokojen(a)	2. Spíše spokojen(a)	3. Spíše nespokojen(a)	4. Určitě nespokojen(a)
13. Dům kultury města Ostravy				
14. DK Poklad				
15. DK Akord				
16. Kulturní zařízení Ostrava–Jih				

OT16. Jste spokojen(a) se zázemím a službami následujících kulturních zařízení?

[FILTER: Pouze položky, u kterých respondent neuvedl v OT14 - 4. neznám]

[ROTOVAT]

	1. Určitě spokojen(a)	2. Spíše spokojen(a)	3. Spíše nespokojen(a)	4. Určitě nespokojen(a)
1. Dům kultury města Ostravy				
2. DK Poklad				
3. DK Akord				
4. Kulturní zařízení Ostrava–Jih				

Motivace

FILTR: Ti, kteří navštívili alespoň jednu akci či zařízení (tzn. kromě těch, kteří u OT07, OT08, OT09, OT10 uvedli všude „Vůbec ne“).

OT17. Co Vás osobně motivuje k návštěvě kulturních akcí či zařízení?

[ROTOVAT]

	1. Určitě ano	2. Spíše ano	3. Spíše ne	4. Určitě ne
1. Hluboký duševní prožitek				
2. Zábava, odreagování				
3. Čas strávený s lidmi v blízkém okolí (rodina, přátelé, známí)				
4. Chodím jen jako doprovod				
5. Rozšíření obzorů, seberozvoj, vzdělávání, získání nových informací				
6. Společenský status – od lidí v mém postavení se to očekává				
7. Cenově výhodná nabídka (nákup přes slevový portál, zvýhodněná cena, sleva apod.)				
8. Doporučení od někoho blízkého				
9. Dobrá zkušenost z předchozí návštěvy				
10. Touha zkusit něco nového				
11. Touha vidět naživo konkrétního umělce či získat podpis (herce, zpěváka, hudební těleso či skupinu)				
12. Podporuji tím dané kulturní zařízení či konkrétního umělce				
13. Vstupenku někdy dostávám jako dar od někoho blízkého				
14. Vstupenku někdy získávám v rámci firemních benefitů				
15. Jiné – prosím uveďte:				

OT18. Do jaké míry souhlasíte s následujícími tvrzeními?

[ROTOVAT]

	1. Určitě souhlasím	2. Spíše souhlasím	3. Spíše nesouhlasím	4. Určitě nesouhlasím
1. Většinou jsem to já, kdo rozhoduje, jakých kulturních akcí se zúčastním(e).				
2. Na kulturních akcích se cítím obecně nejistý(á) a nevím, jak to chodí (např. kdy se tleská apod.).				
3. Nechci riskovat návštěvu akce bez předchozího doporučení.				
4. Vystačím si s "domácí produkcí" (Netflix, TV, poslech hudby).				
5. Vyhledávám experimentální počiny a snažím se vyhýbat mainstreamu.				

Bariéry

OT19. Jak hodnotíte cenovou dostupnost následujících kulturních akcí či zařízení v Ostravě? Vstupenky do následujících kulturních zařízení jsou podle mého názoru:

[ROTOVAT]

	1. Příliš drahé	2. Spíše drahé	3. Odpovídající	4. Spíše levné	5. Velmi levné	6. Nevím, nedokážu posoudit
1. Divadlo						
2. Opera						
3. Balet a moderní tanec						
4. Koncerty vážné hudby						
5. Koncerty populární hudby						
6. Taneční kluby						
7. Akce v knihovně						

8. Galerie výtvarného umění						
9. Muzea, hvězdárny, či planetária						
10. Historické památky						
11. Kina						
12. Dětská a rodinná představení						

OT20. Jakou maximální částku jste ochoten(a) zaplatit za jedno plné vstupné na kvalitní kulturní akci v následujících oblastech?

1. Nic, mělo by být zdarma
2. 1-50 Kč
3. 51-100 Kč
4. 101-200 Kč
5. 201-350 Kč
6. 351-500 Kč
7. 501-1000 Kč
8. 1001-2000 Kč
9. 2001 a více Kč
10. Nemám o tento typ zařízení/akce vůbec zájem
11. Nevím, nedokáži posoudit

[ROTOVAT]

1. Divadlo
2. Opera
3. Balet
4. Koncert vážné hudby
5. Koncert populární hudby
6. Návštěva tanečního klubu
7. Akce v knihovně
8. Návštěva výstavy či galerie
9. Návštěva muzea, hvězdárny či planetária

10. Návštěva historické památky
11. Film v kině
12. Dětská a rodinná představení
13. Přednášky a komentované prohlídky

OT21. Jaké důvody Vám osobně brání plánovat nebo navštívit kulturní akce či zařízení?

[ROTOVAT]

	1. Nebrání mi	2. Občas mi brání	3. Velmi často mi brání
1. Nedostatek volného času			
2. Obtížné sladění s prací a rodinou			
3. Nedostatek peněz			
4. Špatná dopravní dostupnost místa konání			
5. Nevyhovující časy konání			
6. Nedostupnost vstupenek			
7. Nevyhovující nabídka akcí			
8. Zahlcení a nepřehlednost informací o kulturních akcích			
9. Nedostatek informací o kulturních akcích			
10. Nedostatek informací o konkrétní akci či místu konání			
11. Nedostupnost pro osoby se specifickými potřebami (např. osoby se zdravotním znevýhodněním, osoby s kočárky atd.)			
12. Jazyková bariéra			
13. Obavy z kvality či obsahu akcí			
14. Únava a další osobní překážky			
15. Přílišná vzdálenost míst, kde se kulturní akce konají			
16. Jiné – prosím uveďte:			

OT22. Pokud Vás zaujme nějaká konkrétní akce, brání Vám osobně některý z uvedených důvodů v její návštěvě?

[ROTOVAT]

	1. Nebrání mi	2. Občas mi brání	3. Velmi často mi brání
1. Nutnost vyzvednout vstupenky na pokladně, i když si je zakoupím online			
2. Zařízení nenabízí plný servis (např. občerstvení, garáže, šatny apod.)			
3. Špatné předchozí zkušenosti s kvalitou akce či zařízení			
4. Obava z provokativnosti či vulgárnosti akce			
5. Velké množství lidí účastnících se akce			
6. Obavy z bezpečnosti na dané akci			
7. Obava z únavy při příliš pozdním konci akce			
8. Chování ostatních návštěvníků (rušení během představení, neslušné chování, nevhodný oděv apod.)			
9. Nemám s kým jít a nechci jít sám(a)			
10. Únava po pandemii COVID-19, odvykl(a) jsem chodit za kulturou			
11. Vadí mi hluk anebo ostré světlo			
12. Jedná se o umělecký směr, ve kterém se cítím nejistě			
13. Nikdy jsem v daném zařízení nebyl(a) a bojím se, že budu vše dlouho hledat			
14. Obavy z chování personálu			
15. Obava o osobní bezpečnost při pozdním návratu domů			
16. Špatná dopravní dostupnost při zpáteční cestě domů			
17. Jiné – prosím uveďte:			

OT23. Dotazník se týkal kulturního života v Ostravě. Nyní můžete uvést, zda je ještě něco jiného, co Vy osobně v nabídce kulturních akcí, pořadů či v oblasti kultury a umění v Ostravě postrádáte či chcete doplnit.

Socio-demografické údaje

POH. Jste:

- ☐ Muž
- ☐ Žena

VEK. Kolik je Vám let?

- ☐ 15-17 let
- ☐ 18-29 let
- ☐ 30-44 let
- ☐ 45-59 let
- ☐ 60 a více let

VZD. Jaké je Vaše nejvyšší dokončené vzdělání?

- ☐ Základní
- ☐ Vyučen(a) bez maturity
- ☐ Střední s maturitou
- ☐ Vysokoškolské

SOC. Jaké je Vaše hlavní sociální postavení?

- ☐ Student, učeň
- ☐ Důchodce
- ☐ Nezaměstnaný
- ☐ V domácnosti (nebo na mateřské/otcovské či rodičovské dovolené)
- ☐ Zaměstnanec
- ☐ Živnostník anebo zemědělec, či svobodná povolání
- ☐ Podnikatel

FILTR: SOC = 5, 6, 7

OZAMa. V jakém oboru v současnosti pracujete?

- ☐ Zemědělský, lesnický
- ☐ Průmyslový, technický, stavební, dopravní (vč. řemeslníků a opravářů)

- Informační a komunikační (IT)
- Ekonomický, podnikatelský, obchodní, právní, administrativní činnosti
- Přírodovědný, lékařský, zdravotnický, veterinární
- Vzdělávání, sociální oblast
- Společenskovední, překladatelství
- Kulturní, umělecký, kreativní, architektonický
- Veřejná správa, obrana
- Ubytování, pohostinství, rekreační činnosti, osobní služby (např. kadeřnictví)
- Jiný

FILTR: SOC = 2, 3, 4

OZAMb. V jakém oboru jste většinu profesního života pracoval(a)?

- Zemědělský, lesnický
- Průmyslový, technický, stavební, dopravní (vč. řemeslníků a opravářů)
- Informační a komunikační (IT)
- Ekonomický, podnikatelský, obchodní, právní, administrativní činnosti
- Přírodovědný, lékařský, zdravotnický, veterinární
- Vzdělávání, sociální oblast
- Společenskovední, překladatelství
- Kulturní, umělecký, kreativní, architektonický
- Veřejná správa, obrana
- Ubytování, pohostinství, rekreační činnosti, osobní služby (např. kadeřnictví)
- Jiný

MAT. Zvážíte-li velikost příjmů a majetku ve Vaší domácnosti, řekl(a) byste, že jste:

- Velmi dobře zajištění
- Solidně zajištění
- Průměrně zajištění
- Špatně zajištění
- V zásadě chudí

PRIJ. Jaký je celkový čistý měsíční příjem všech členů Vaší domácnosti ze zaměstnání, z podnikání nebo sociálního zabezpečení (včetně přídatků na děti,

rodičovského příspěvku, podpory v nezaměstnanosti, důchodů, všech sociálních dávek) a vedlejších výdělků?

- ☐ Do 10 000 Kč
- ☐ 10 001 až 20 000 Kč
- ☐ 20 001 až 30 000 Kč
- ☐ 30 001 až 40 000 Kč
- ☐ 40 001 až 50 000 Kč
- ☐ 50 001 až 75 000 Kč
- ☐ 75 001 až 100 000 Kč
- ☐ 100 001 – 150 000 Kč
- ☐ 150 001 Kč a více

DOM. Kolik členů má Vaše domácnost? Nezapomeňte započítat i sebe.

--

FILTR: Počet členů domácnosti > 1.

Kolik žije ve Vaší domácnosti celkem dětí? Započítejte dospělé i nedospělé děti.

Počet dětí celkem:

Z toho:

V předškolním věku:

Ve školním věku:

Starších 18 let:

UC21. Účastnil(a) jste se voleb do Poslanecké sněmovny 8. a 9. října 2021?

- ☐ Ano
- ☐ Ne
- ☐ Neměl(a) jsem volební právo

FILTR: UC21 = 1.

MINVOL. Můžete nám říci, kterou stranu nebo koalici jste ve volbách 8. a 9. října 2021 volil(a)?

Koalice SPOLU (KDU-ČSL, ODS, TOP 09)	28
ANO	01
Koalice Piráti+STAN	29
SPD	24
Přísaha	31
ČSSD	06
KSČM	09
Trikolóra, Svobodní, Soukromníci	30
Volný blok	32
Strana zelených	22
Jiná strana, uveďte:	70
 Nevím	 99
Odmítl(a) uvést	88

Bydliště

MC. Z hlediska samosprávného se Ostrava člení na 23 obvodů, vyberte prosím níže tu část, ve které žijete.

[Výběr ze seznamu 23 městských částí]

PSC. Jaké je Vaše poštovní směrovací číslo (PSČ)?

1 _ _ _ _

ZIVP. Jak dlouho žijete v Ostravě?

Méně než 5 let

5-9 let

10 a více let

Celý život