

ZÁVĚR

V této publikaci byly jednotlivě rozebrány oblasti kulturního průmyslu - knihy a tisk, film, hudba, videohry, rádio a televize - a to zejména z hlediska výkonnostních ukazatelů a pohledu spotřebitele. Údaje za rok 2013 a 2014 vycházely převážně z šetření ČSÚ a doplňujících dat profesních organizací. Probíhající změny v audiovizuálním a mediálním sektoru byly determinované také technologickým vývojem a rozvojem internetových služeb a proto byl této problematice věnován odpovídající prostor. Prezentované údaje vycházely ve velké míře z výběrových šetření a doplňujících studií a proto je potřeba závěry plynoucí z této studie brát především jako orientační přehled trendů posledních let.

Pro velkou část analýzy ekonomických ukazatelů byla použita, vzhledem k jejich dostupnosti v době psaní textu, data za referenční rok 2013. Subjekty v jednotlivých oblastech audiovizuálního a mediálního sektoru financovaly své činnosti zejména z vlastních podnikatelských aktivit a nebyly ve velké míře odkázané na veřejné finance. Na celkových příjmech v kulturních průmyslech se v roce 2013 nejvíce podílela oblast knih a tisku a oblast televize. V rámci meziročního srovnání vývoje příjmů se pak nejlépe dařilo oblasti filmu a videa. Tento sektor zaznamenal v posledních letech významný nárůst příjmů, na kterém se zřejmě podílela také politika filmových pobídek a s ní související obnovení poptávky zahraničních filmových producentů. Mezi lety 2013 a 2014 se také podařilo společně v oblasti hudebního průmyslu poprvé zastavit kontinuální pokles příjmů z prodeje hudebních nahrávek. O nárůst tržeb v této oblasti se postarali poskytovatelé digitálních služeb a příjmy plynoucí z těchto služeb poprvé vyrovnaly pokles z prodeje fyzických nosičů. Příjmy rostly dle dostupných údajů také vydavatelům videoher a to zřejmě také díky rozvoji internetových her a aplikací pro chytré telefony. Mírný meziroční pokles příjmů pak v roce 2013 podle dostupných údajů zaznamenaly společnosti působící v oblasti knih a tisku, rozhlasu a televize. Tyto oblasti byly v posledních letech konfrontované jednak s důsledky hospodářské krize a úbytkem inzerentů a jednak s měnícími se návyky spotřebitelů v souvislosti s technologickým rozvojem. O vlivu těchto možných faktorů na propad příjmů ve zmíněných oblastech však neexistuje dostatečná evidence.

Spotřebitelé zboží a služeb generovaných v audiovizuálním a mediálním sektoru se pak lišili zejména v míře využití internetu a nových technologií v rámci jednotlivých oblastí. Při poslechu hudby a sledování videa figuroval internet zejména u mladších věkových kategorií. Při využití digitálních hudebních služeb v roce 2014 plynulo více příjmů ze *streamingu* (přehrávání skladeb v rámci hudebního katalogu) než ze zpoplatněného stažení digitálních souborů. Sledování filmů přes internet bylo rozšířené u velké části populace, jen malé procento uživatelů online služeb však za přehrávání a stažení filmů platilo. Internet využívali v roce 2014 ve velké míře také hráči videoher a to zejména mladí lidé. Využití internetu ke hře a stažení videoher však s přibývajícím věkem prudce klesalo. Čtení periodik a knih v digitální formě pak nebylo v minulých letech příliš rozšířené. I přesto, že čtenáři tištěných novin navštěvovali online zpravodajské servery, o přechodu na placenou digitální verzi periodik uvažovalo jen velmi malé procento z nich. To samé platilo o čtenářích knih, kteří ve velké míře nenakupovali elektronické knihy. Poměrně konzervativní byli ve svých návycích také posluchači rádia a diváci televize. Zavedené rozhlasové a televizní programy si v roce 2014 udržely sledovanost a nové hudební a audiovizuální katalogy tak zřejmě zatím nejsou velkou konkurencí televizním a rozhlasovým programům.