

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 vycházejí především z šetření ČSÚ a doplňujících dat profesních organizací. Probíhající změny v audiovizuálním a mediálním sektoru jsou determinované také technologickým vývojem a rozvojem internetových služeb, a proto byl této problematice věnován odpovídající prostor. Prezentované údaje vycházejí ve velké míře z výběrových šetření a doplňujících studií, a 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 2015. 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 2015 nejvíce podílela oblast knih a tisku. V rámci meziročního srovnání vývoje příjmů se pak nejlépe dařilo oblasti filmu, kde v roce 2015 stále platil vysoký zájem zahraničních producentů s ohledem na filmové pobídky a dařilo se také filmům uvedeným v tomto roce do kin z hlediska návštěvnosti. Ekonomicky se dařilo také organizacím v oblasti hudebního a televizního průmyslu, o kterých jsou dostupná aktuálnější data z roku 2016. Hudební průmysl zaznamenal už poněkolkáté za sebou meziroční nárůst příjmů z prodeje hudebních nahrávek, za což vděčí zejména stále rostoucímu zájmu o streamingové služby. Oblast televize pak těžila zejména z dobrých ekonomických výsledků největších soukromých poskytovatelů. Mírný meziroční pokles příjmů pak v roce 2015 podle podnikové statistiky zaznamenaly společnosti působící v oblasti knih, tisku a rozhlasu. Oblast knih a tisku byla v posledních letech konfrontovaná jednak s úbytkem inzerentů a jednak s měnícími se návyky spotřebitelů v souvislosti s technologickým rozvojem. O vlivu těchto faktorů na propad příjmů v oblasti knih a tisku však neexistuje dostatečná evidence. Příjmy subjektů v oblasti rozhlasu klesají v posledních letech pouze pozvolna a obecně platí, že se provozovatelům rozhlasového vysílání daří udržovat vysokou poslechovost. Velmi specifickou oblastí je oblast videoher, kde lze vzhledem k dostupnosti dat odhadovat pouze dlouhodobý trend, jenž je podle těchto odhadů z hlediska příjmů a zaměstnanosti příznivý. Videohry platí obecně za nejrychleji se rozvíjející kulturní průmysl a to zejména v souvislosti s trhem s mobilními aplikacemi.

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 2016 plynulo hudebním vydavatelstvím více příjmů ze *streamingu* (přehrávání skladeb v rámci hudebního katalogu) než ze zpoplatněného stažení digitálních souborů. Obecně platí, že placené stahování hudebních nahrávek v posledních letech klesá na oblibě a naopak streamingové služby zažívají rozmach. 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 2016 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. Rozšířené bylo v ČR naopak čtení bezplatných zpravodajských serverů na internetu a stále důležitější roli

v získávání informací hrály sociální sítě. Pro mladé lidi platily podle aktuálních dat z roku 2017 sociální sítě dokonce za nejdůležitější zdroj informací. Poměrně konzervativní byli ve svých návycích posluchači rádia a diváci televize. Zavedené rozhlasové a televizní programy si v roce 2016 udržely sledovanost a nové hudební a audiovizuální katalogy jsou zatím ve vztahu k televizním a rozhlasovým programům spíše komplementární.

