

Šetření kulturního chování 2026 se zaměřením na mládež

Zpracovatel: Kreativní Praha, z. ú.

Objednavatel: Hlavní město Praha (Odbor kultury a cestovního ruchu MHMP)

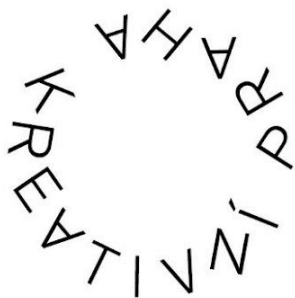
1. report (základní interpretace)

Tento report je výstupem projektu na základě Objednávky č. OBJ/62/01/013015/2026, jejímž předmětem plnění je realizace šetření kulturního chování v roce 2026, včetně zajištění sběru kvantitativních dat s reprezentativitou na kvóty věk, pohlaví, vzdělání a městské obvody a s důrazem na reprezentativitu vzorku mládeže (15–26 let) a kvalitativních dat s cílovou skupinou mládeže (15–26 let), dále jejich vyhodnocení a analytické zpracování. Součástí plnění je zpracování datového souboru do tabulek a grafů, zpracování tematicky zaměřeného dashboardu v rámci nástroje MAPK a základní souhrnné analytické zprávy s interpretací klíčových zjištění.

V první části šetření proběhl sběr kvantitativních dat kulturního chování Pražanů. Jejich dodavatelem byl výzkumná agentura [DataCollect](#). Metoda sběru byla CAWI na panelu (online dotazník). Celková velikost šetření byla 1 605 respondentů, z nichž tvořilo 201 respondentů ve věku 15–24 let (80,6% tvoří studující). V rámci první analýzy jsou porovnávány data o mládeži s celkovou velikost šetření (N=1605). Vypíchnutá témata včetně grafů a odkazem na dotazník jsou k přečtení níže.

Představení prvních zjištění na základě dat byla představena v rámci Pražského fóra 2026, které bylo zaměřeno na práci v kultuře s mladými lidmi.

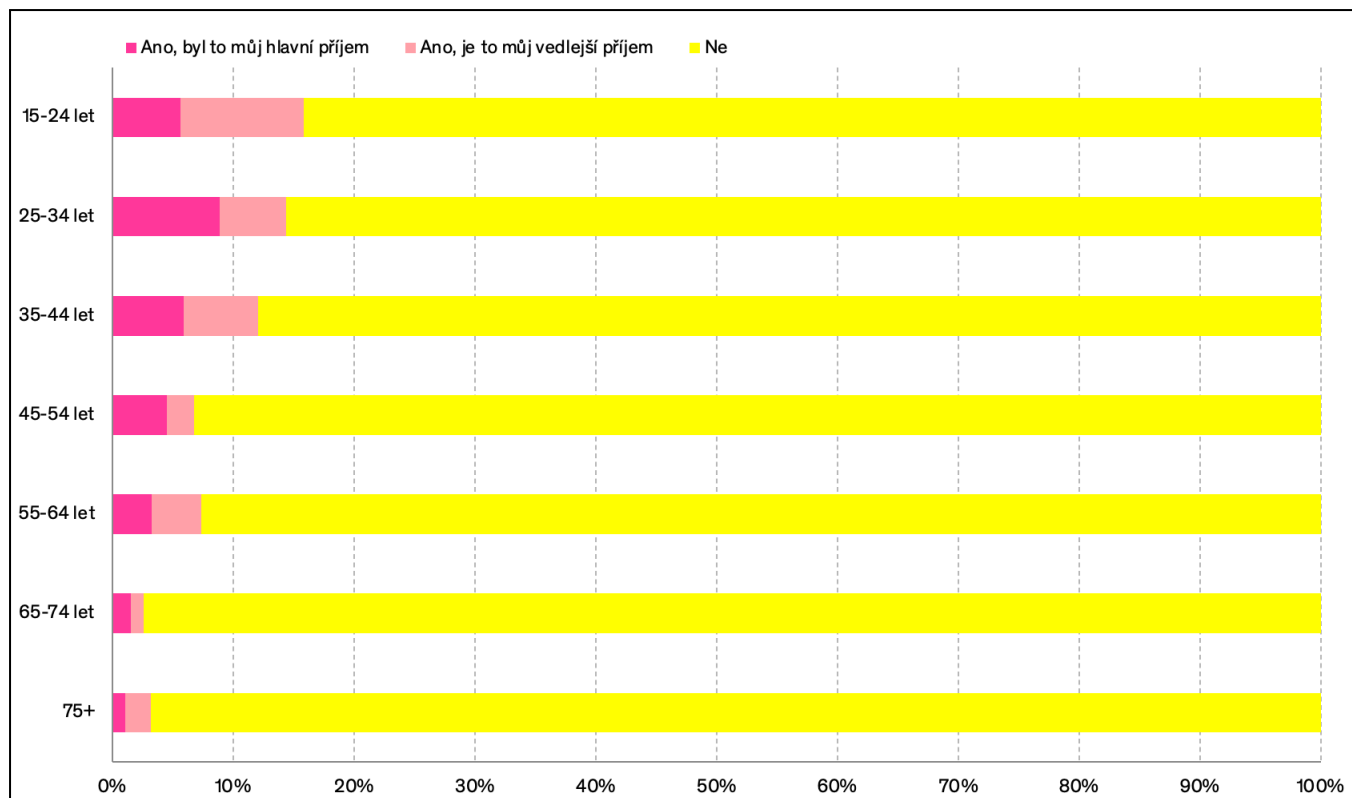
Další fáze šetření bude zaměřena na kvalitativní sběr dat prostřednictvím focus groups s respondenty ve věku 15–24 let, které umožní získat hlubší vhled do kulturního chování mladé pražské populace. Kompletní výzkumná zpráva bude publikována ve druhé polovině tohoto roku, přičemž vybraná data budou průběžně zpřístupňována také prostřednictvím portálu [MAPK](#).



Co si mladí myslí o kultuře?

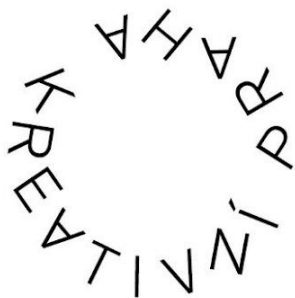
Zaměstnanost v kultuře a kreativních odvětvích

**Byla umělecká práce či tvůrčí práce či práce v kultuře v posledních 12 měsících zároveň i vaší obživou, přivýdělkem či příjmem?¹*



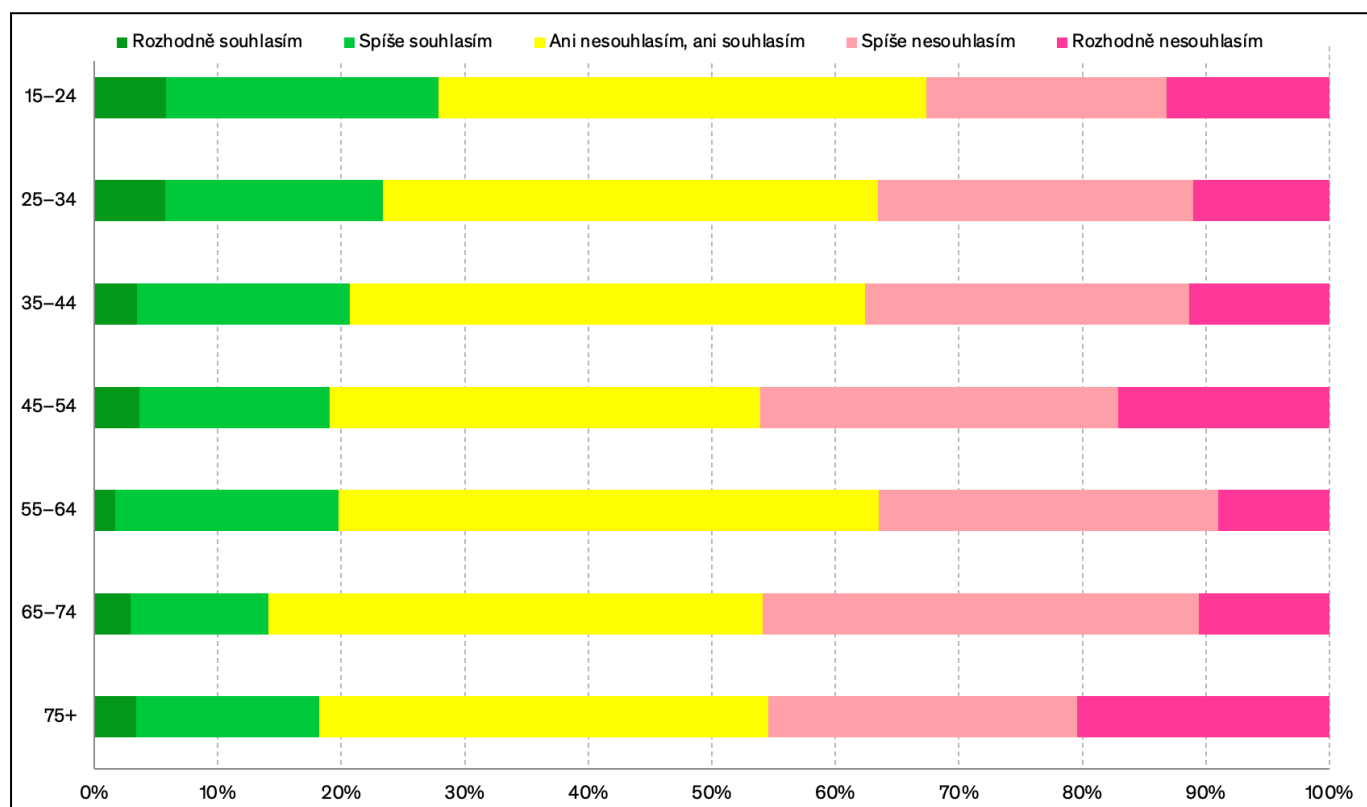
→ Ve věkové skupině nejmladších respondentů představuje práce v oblasti kultury relativně významný doplňkový zdroj příjmů ve srovnání s ostatními věkovými kategoriemi. Tento trend může souviset i s nárůstem tzv. „nových forem práce“ v prostředí sociálních sítí, například influencerství jako formy přivýdělku během studia.

¹ * odkazuje na konkrétní otázku v dotazníku.

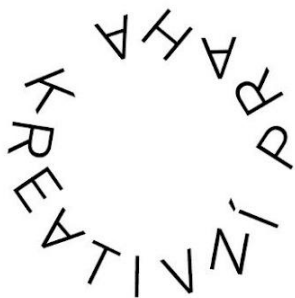


Postoje ke kultuře

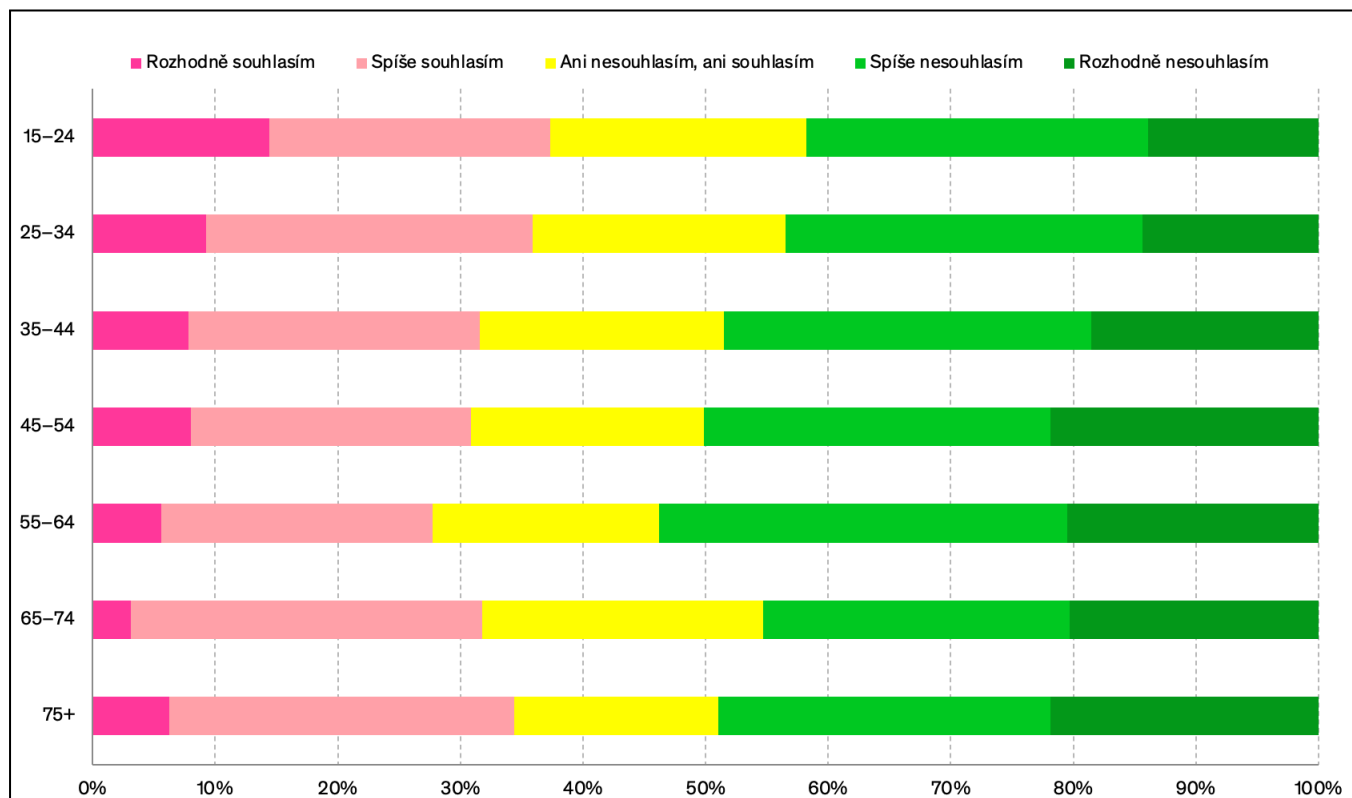
**V kultuře a umění vyhledávám experimentální počiny a snažím se vyhýbat mainstreamu.*



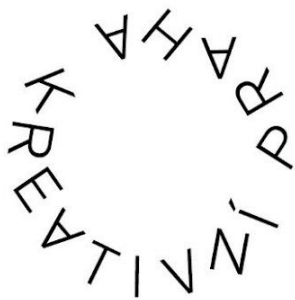
→ Nejmladší věková skupina vykazuje nejvyšší míru otevřenosti vůči experimentálním formám v kultuře a umění (nejvyšší podíl odpovědí “souhlasím” a zároveň nejnižší podíl “nesouhlasím”). Celkem 26 % respondentů v této kategorii aktivně vyhledává experimentální projekty a deklaruje snahu vyhýbat se mainstreamové produkci.



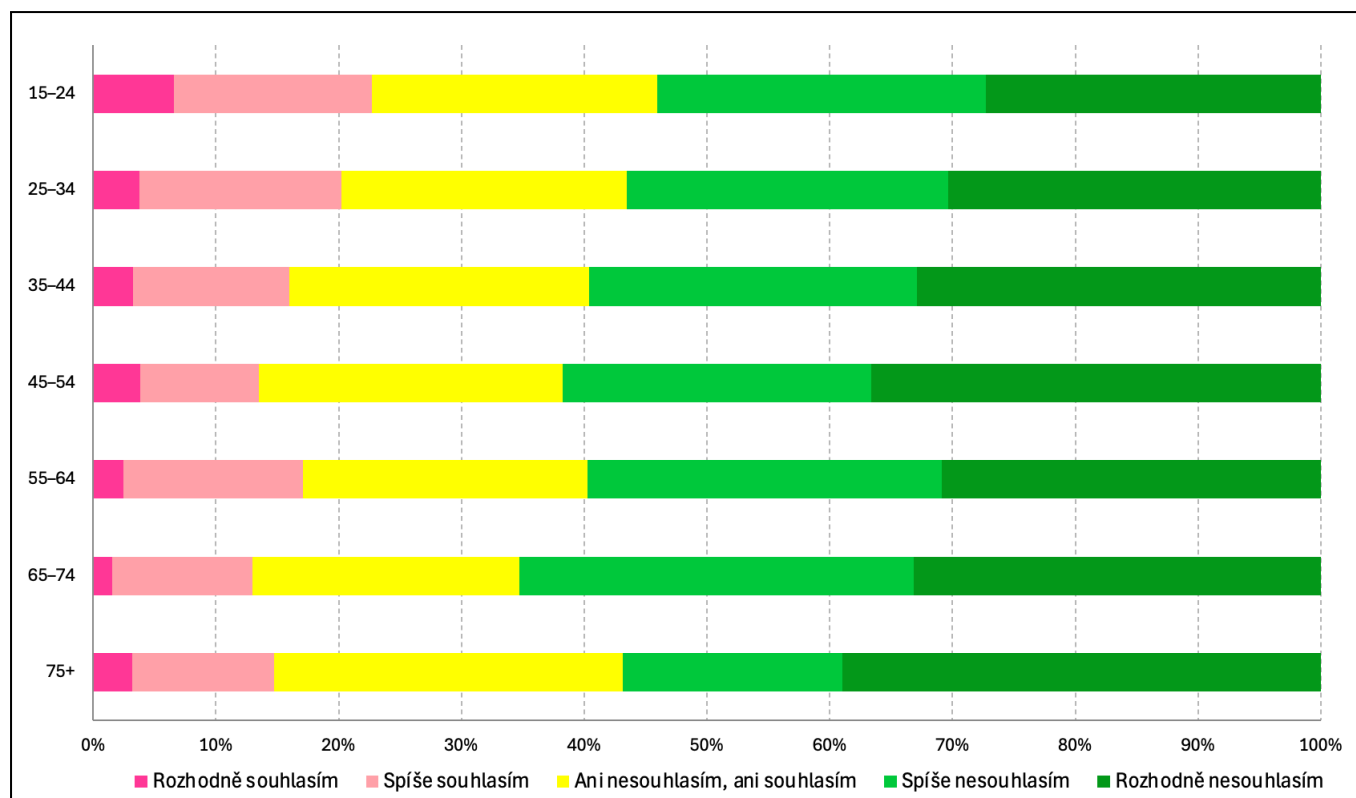
**Vystačím si s kulturou doma (Netflix, TV...).*



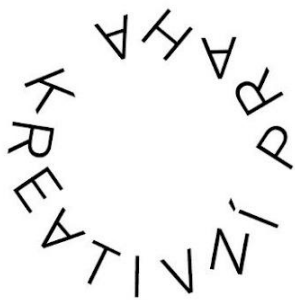
→ Mezi nejmladšími respondenty je zaznamenán nejvyšší podíl těch, kteří deklarují, že si vystačí s domácí kulturní produkcí. Celkem 37 % mládeže (přibližně 2 z 5 dotazovaných) s tímto tvrzením souhlasí, přičemž 14 % z nich uvádí odpověď „rozhodně souhlasím“, což představuje statisticky významný rozdíl oproti ostatním věkovým skupinám.



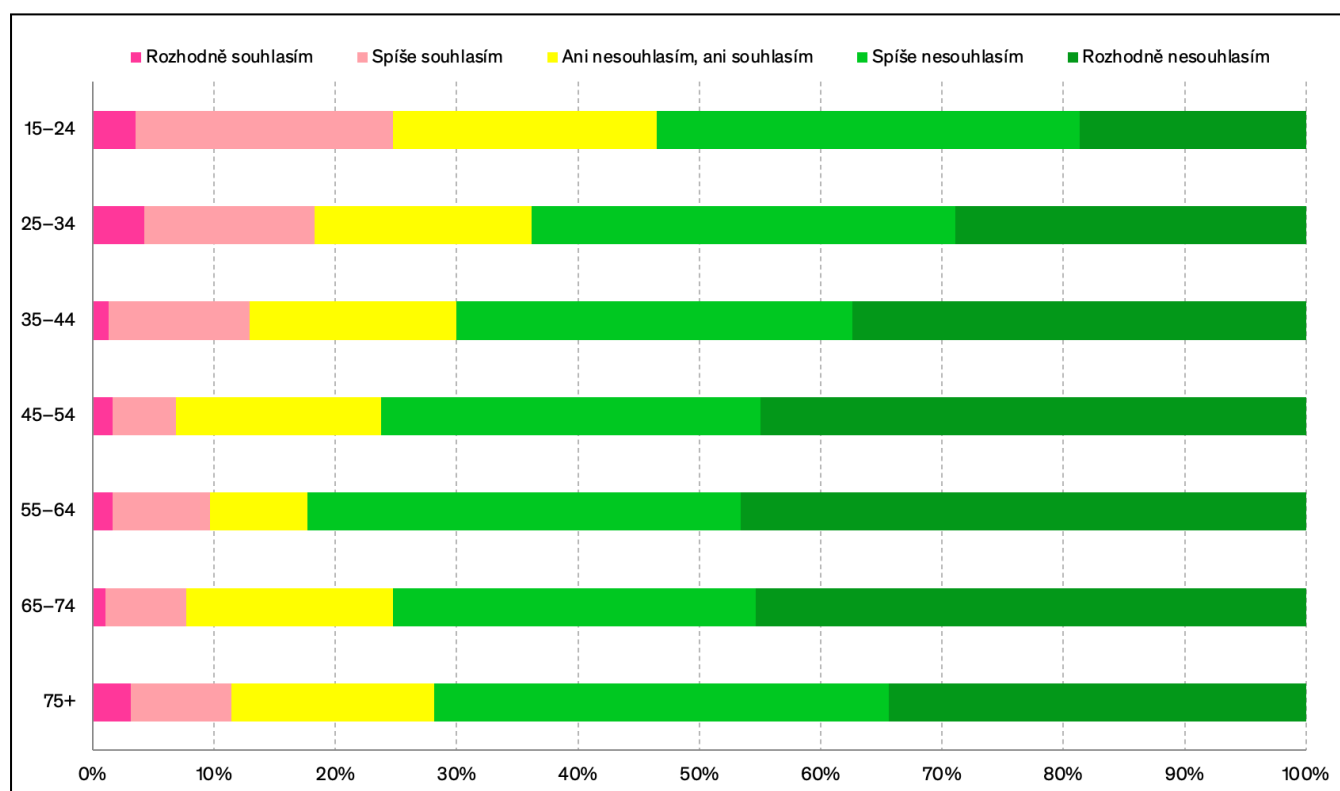
**Kulturní a umělecké aktivity nejsou ve skutečnosti pro lidi jako jsem já.*



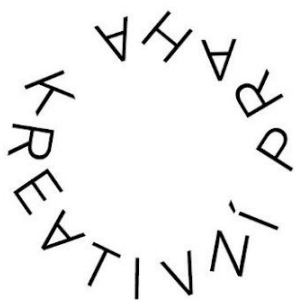
→ Oproti tomu teze „Kultura není pro mě“ rezonuje nejvíce právě v nejmladší věkové skupině. Celkem 7 % mladých respondentů s tímto tvrzením „rozhodně souhlasí“, což představuje statisticky významně vyšší podíl než u ostatních věkových kategorií, a dalších 22 % s ním spíše souhlasí.



**Nevím, kde hledat informace o kulturních akcích.*



→ Data naznačují, že mladí lidé často postrádají přehled o tom, kde vyhledávat informace o kulturních akcích, přičemž ve srovnání s ostatními věkovými skupinami je tento rozdíl zřetelný. Tento jev může souviset s tím, že mladší respondenti se s kulturními aktivitami často setkávají v rámci školní výuky nebo prostřednictvím rodiny, a nemají tedy tak silnou potřebu aktivně informace vyhledávat. Roli může hrát také vysoká míra informačního zahlcení a obtížnější orientace v dostupných zdrojích.



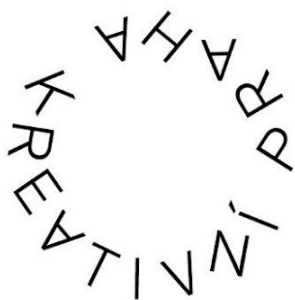
Kulturní chování

Návštěvnost kultury: čemu se mladí věnují?

**Navštívil/a jste uvedená kulturní zařízení či akce v loňském roce? (filtr 15–24 let)*

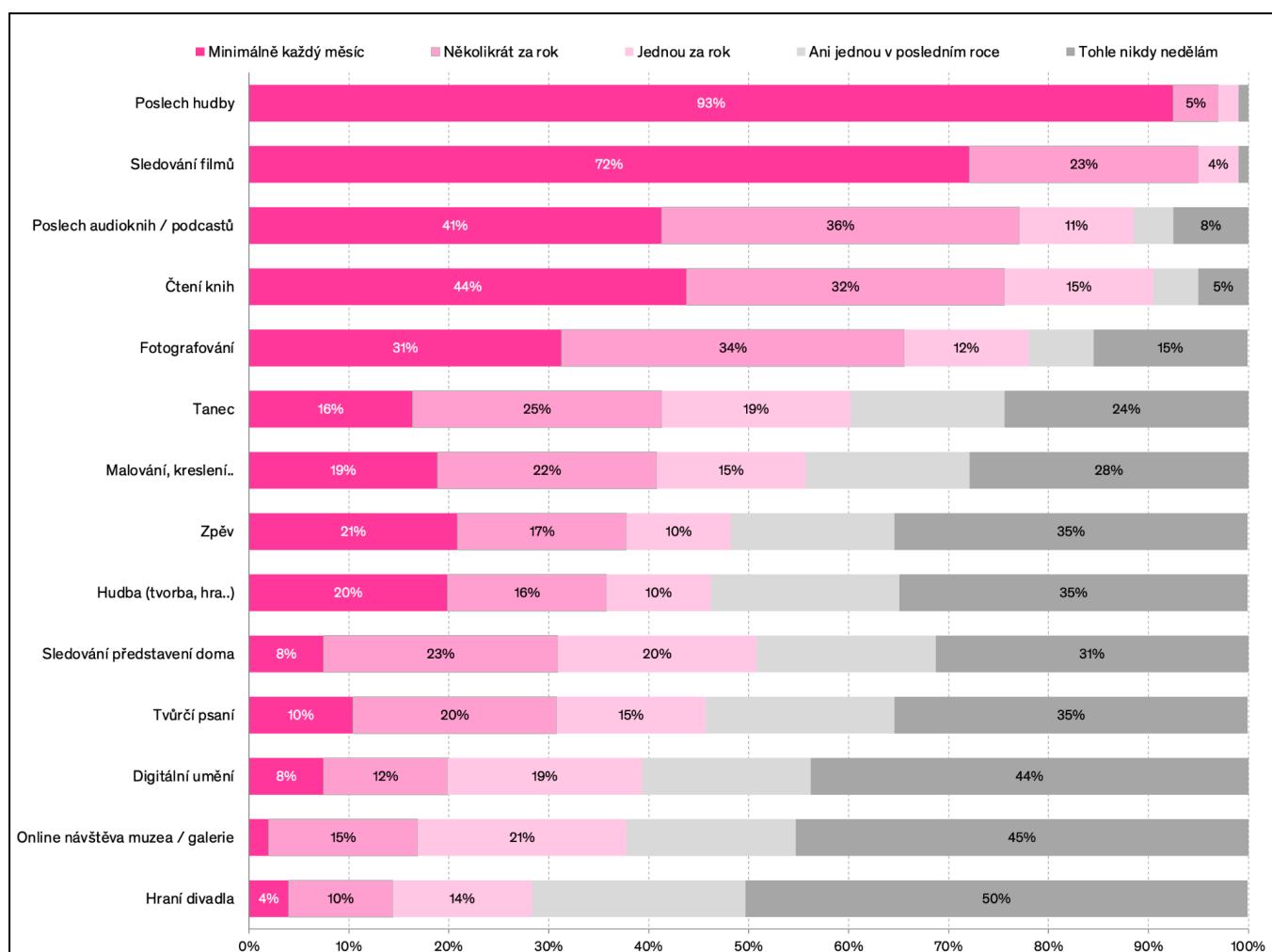


→ Do kina chodí několikrát ročně přibližně 70 % mladých respondentů. Návštěvnost dalších kulturních institucí a akcí (muzea, galerie, knihovny, koncerty či hudební kluby) se pohybuje v rozmezí 40–50 % při stejné frekvenci návštěv. Naopak aktivity, jako jsou koncerty vážné hudby, opera, přenosy představení v kině či tanec, představují spíše okrajové formy kulturní účasti, kterým se pravidelně věnuje přibližně 5–15 % mladých.

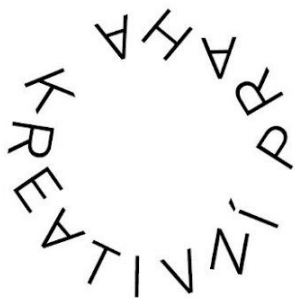


Čemu se z kultury či z kreativních aktivit věnují mladí doma?

*Věnoval/a jste se následujícím aktivitám v loňském roce? (filtr věk 15–24 let)

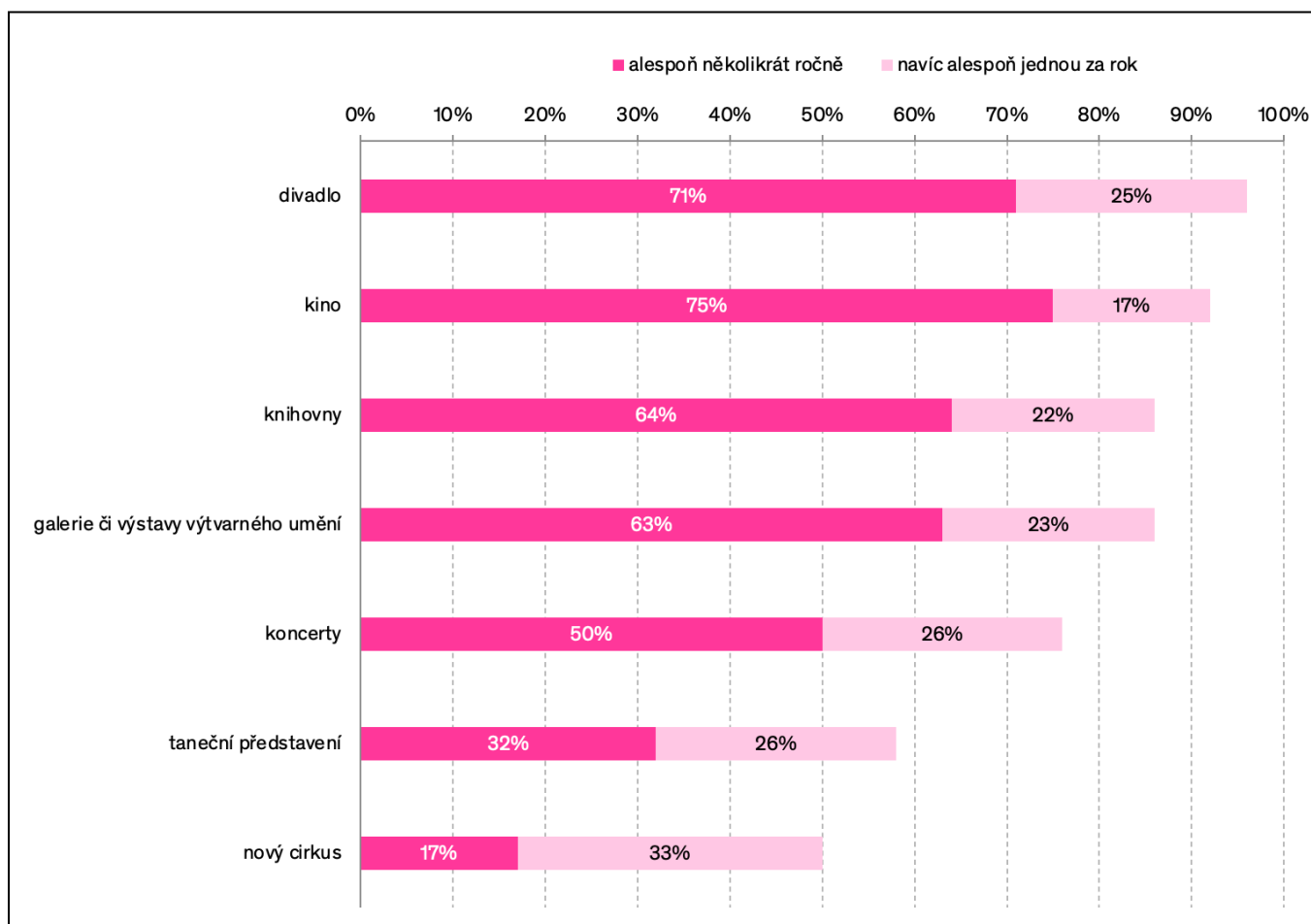


→ Poslech hudby a sledování filmů představují univerzální kulturní aktivity napříč celou skupinou mladých respondentů. Srovnatelných hodnot dosahují i čtení a poslech audioknih či podcastů, kterým se minimálně několikrát ročně věnuje přibližně 70 % mladých. Přibližně pětina respondentů se pak alespoň jednou měsíčně aktivně zapojuje do tvůrčích činností, jako je tanec, malba, zpěv nebo hra na hudební nástroj (včetně skládání hudby).

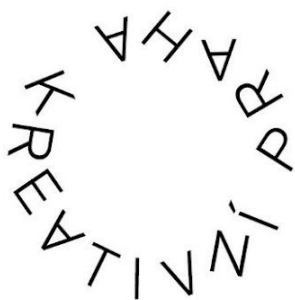


Jak často chodí mladí, kteří deklarují o zájem o daný žánr?

**křížená data mezi "Navštívil/a jste uvedená kulturní zařízení či akce v loňském roce?" a "Jak moc se zajímáte o kulturní akce v těchto oblastech?" = báze jsou ti, co se "velmi zajímají" + "spíše zajímají" (filtr věk 15–24 let)*



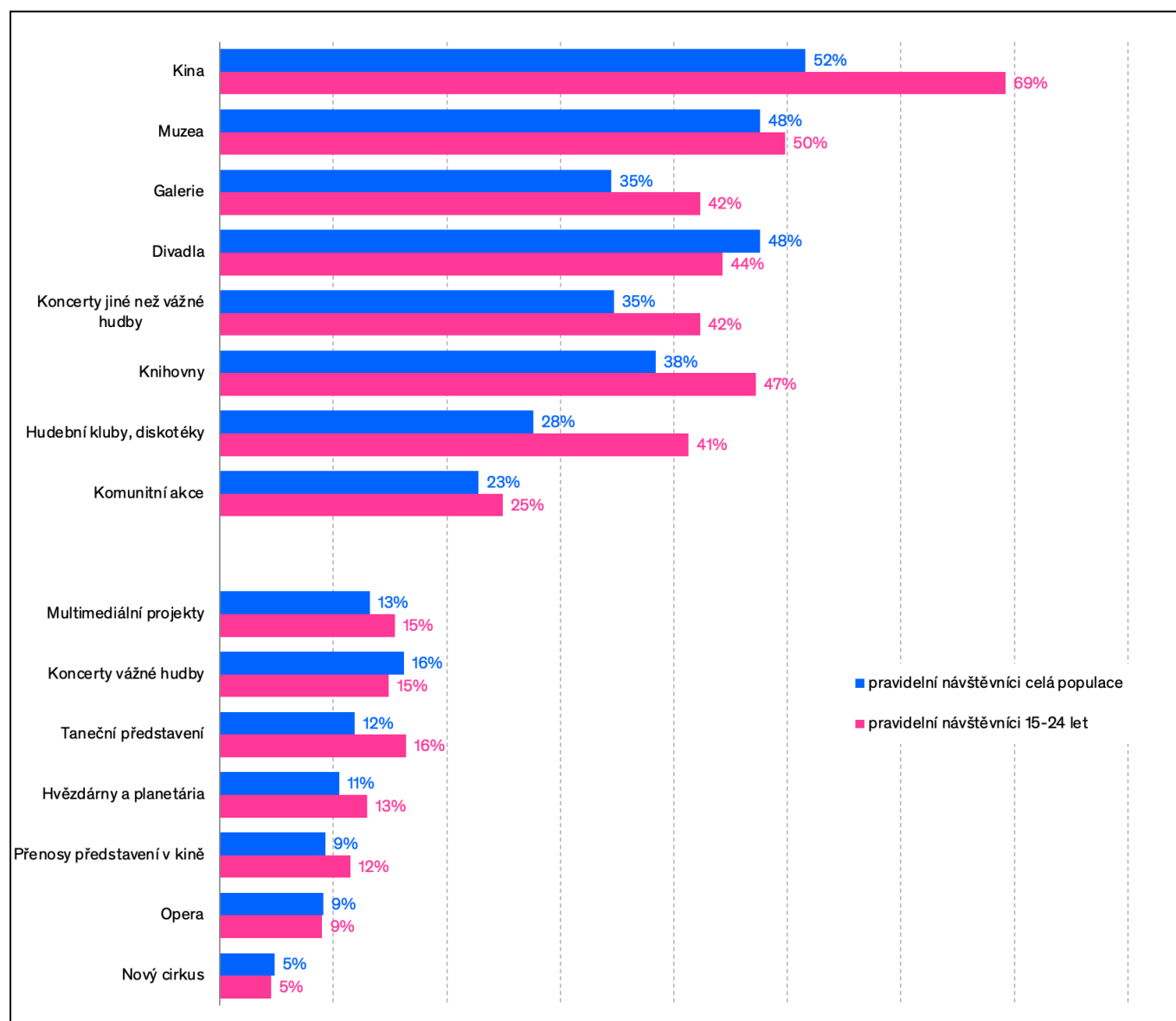
→ Mezi nejčastěji navštěvované typy kulturních aktivit v mladé populaci patří kino, divadlo a knihovny. Naopak nejnižší míru zájmu vykazuje nový cirkus. Tento výsledek však nemusí nutně znamenat odmítání daného žánru, ale může souviset spíše s nižší mírou zkušenosti či expozice.



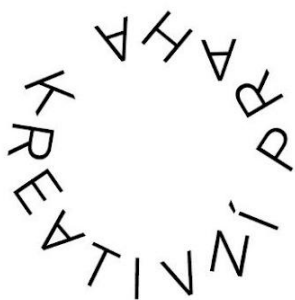
Návštěvnost kultury: komparace s populací

(co prezentovaná návštěvnost mladých znamená v celkové populaci?)

**Navštívil/a jste uvedená kulturní zařízení či akce v loňském roce? = pravidelní návštěvníci (tj. součet "minimálně každý měsíc" + "několikrát za rok") (filtr věk 15–24 let vs. průměr populace)*

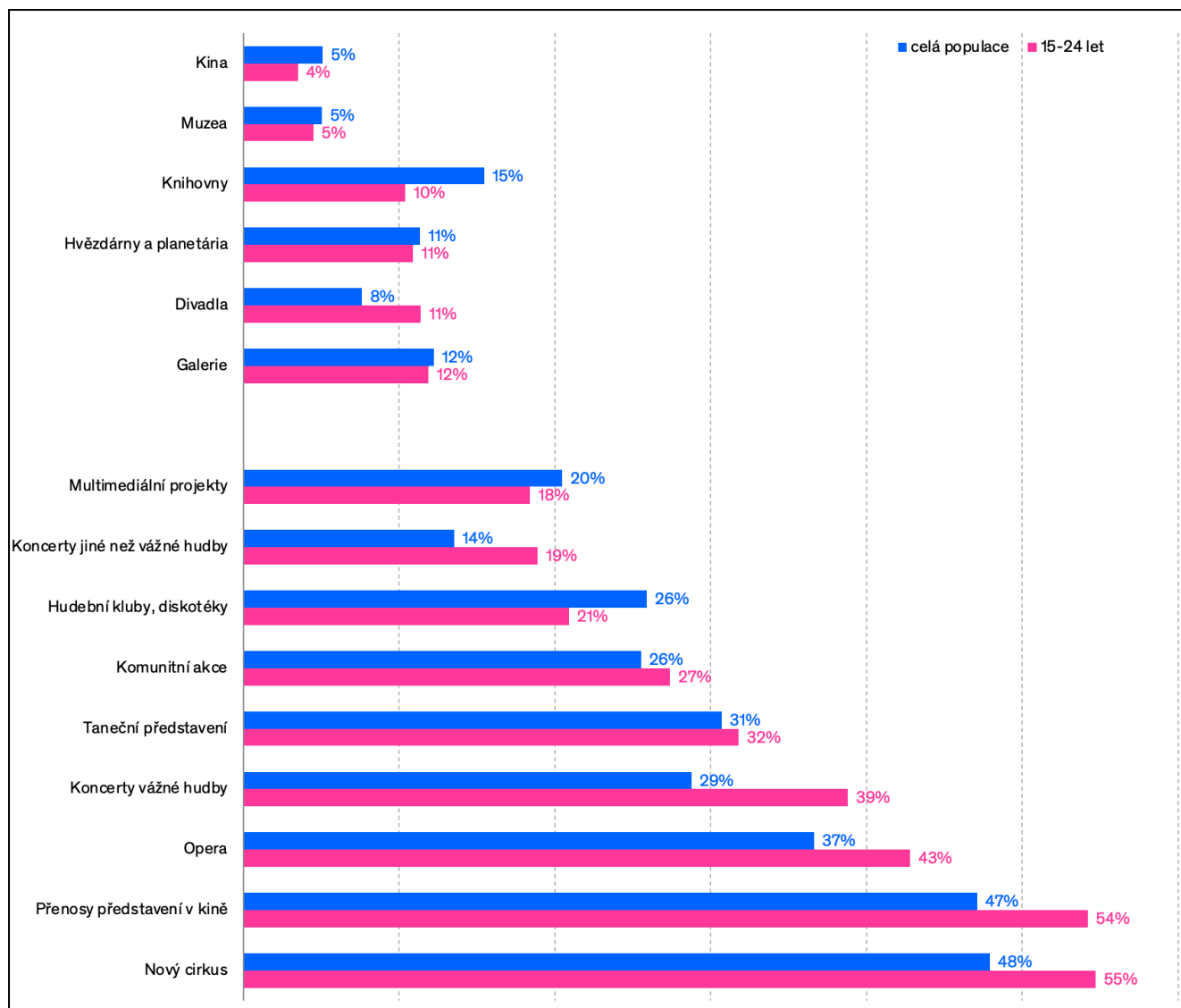


→ Data ukazují, že mladí lidé vykazují vyšší míru participace na kulturních aktivitách jak v domácím prostředí, tak mimo něj. Při pohledu na pravidelnou návštěvnost (účast alespoň několikrát ročně a častěji) je patrné, že mladí navštěvují většinu sledovaných kulturních akcí častěji než ostatní věkové skupiny. Výjimku představuje divadlo (44 % oproti 48 % u ostatních) a s minimálním rozdílem

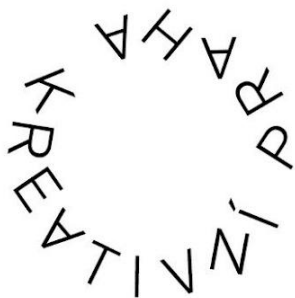


také koncerty vážné hudby, opera a nový cirkus (cca o 1 procentní bod méně). Naopak statisticky významně vyšší účast vykazují u návštěv kin (69 % oproti 52 %, rozdíl 18 p. b.) a hudebních klubů (69 % oproti 52 %, rozdíl 14 p. b.). Vyšší míra účasti je patrná také u knihoven, památek, galerií a koncertů jiných než vážné hudby.

**Navštívil/a jste uvedené kulturní zařízení či akce v loňském roce? = “tohle nikdy nedělám”) (filtr věk 15–24 let vs. průměr populace*



→ Z hlediska absence účasti na kulturních aktivitách se ukazuje, že mladí respondenti se signifikantně častěji než ostatní vyhýbají návštěvě koncertů (jak vážné hudby, tak i jiných žánrů) a přenosům

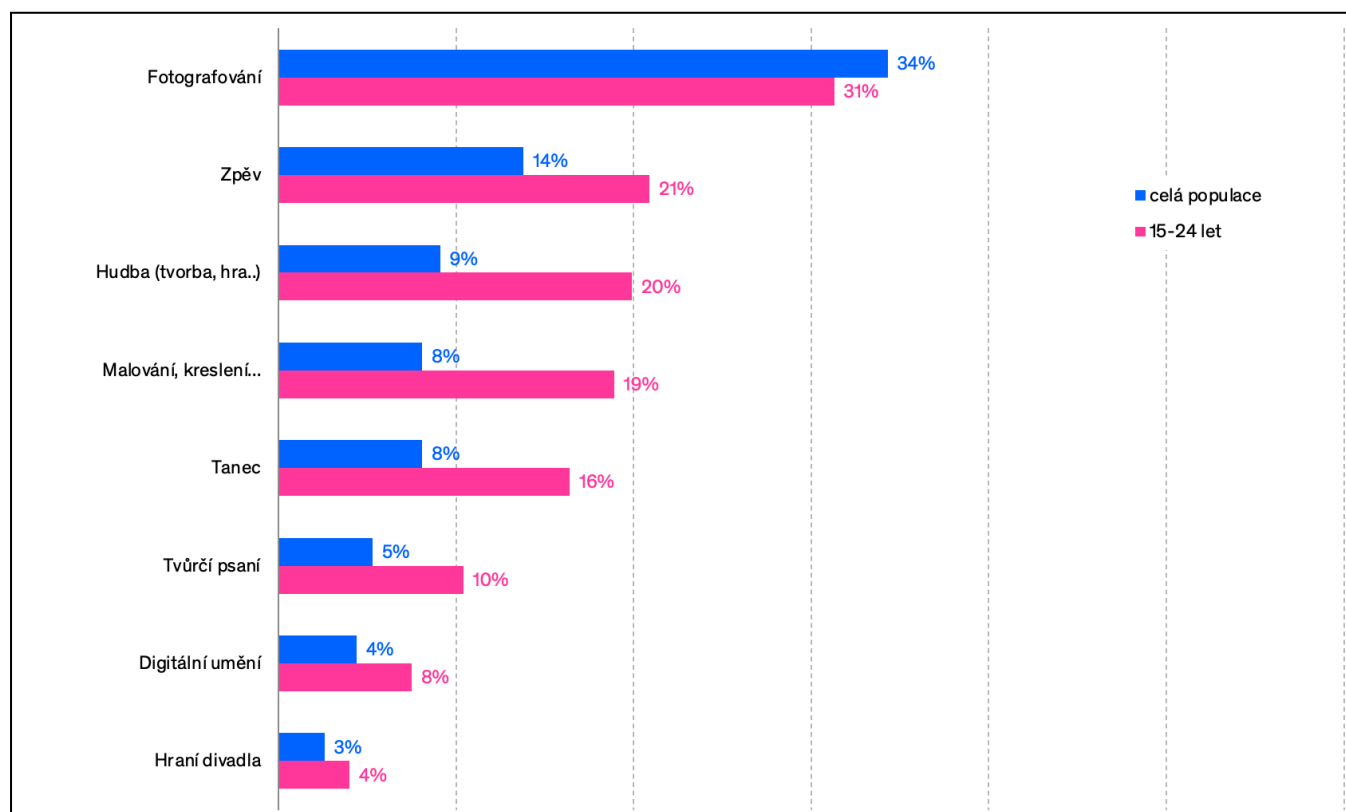


představení v kině (např. divadelních či hudebních). Naopak mezi mladými je statisticky významně nižší podíl těch, kteří nenavštěvují knihovny, což naznačuje vyšší míru jejich zapojení v této oblasti.

tvůrčí činnost mladých

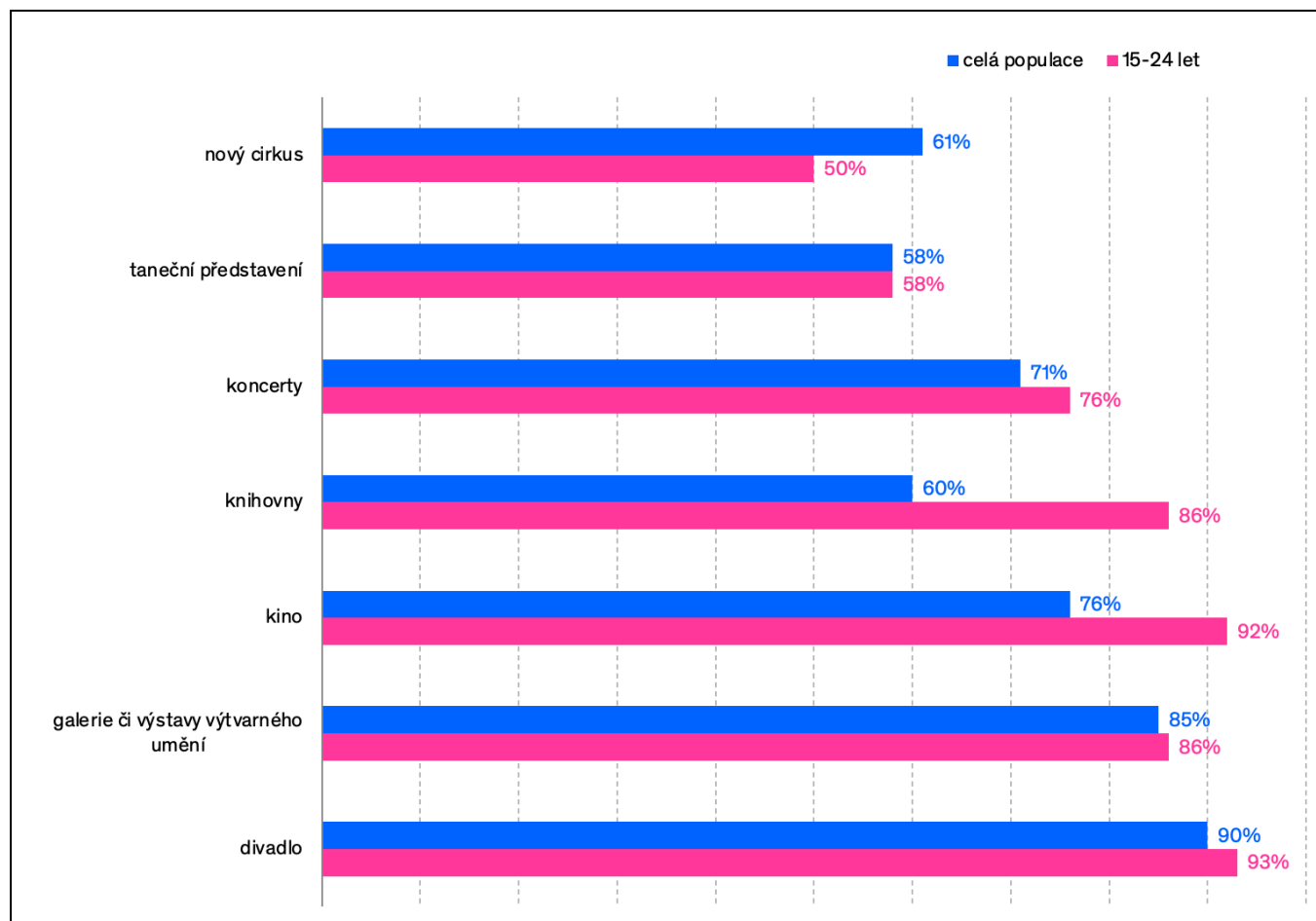
**Věnoval/a jste se nějaké umělecké či kreativní činnosti v loňském roce?*

“minimálně každý měsíc” (filtr věk 15-24 let vs. průměr populace)

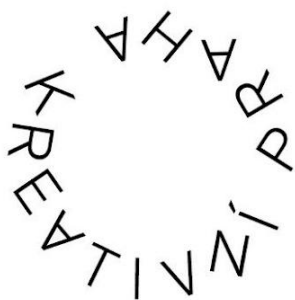


jak chodí ti, co deklarují zájem o daný žánr?

**křížená data mezi “Navštívil/a jste uvedená kulturní zařízení či akce v loňském roce?” a “Jak moc se zajímáte o kulturní akce v těchto oblastech?” = báze jsou ti, co se “velmi zajímají” + “spíše zajímají” (filtr věk 15-24 let vs. průměr populace)*

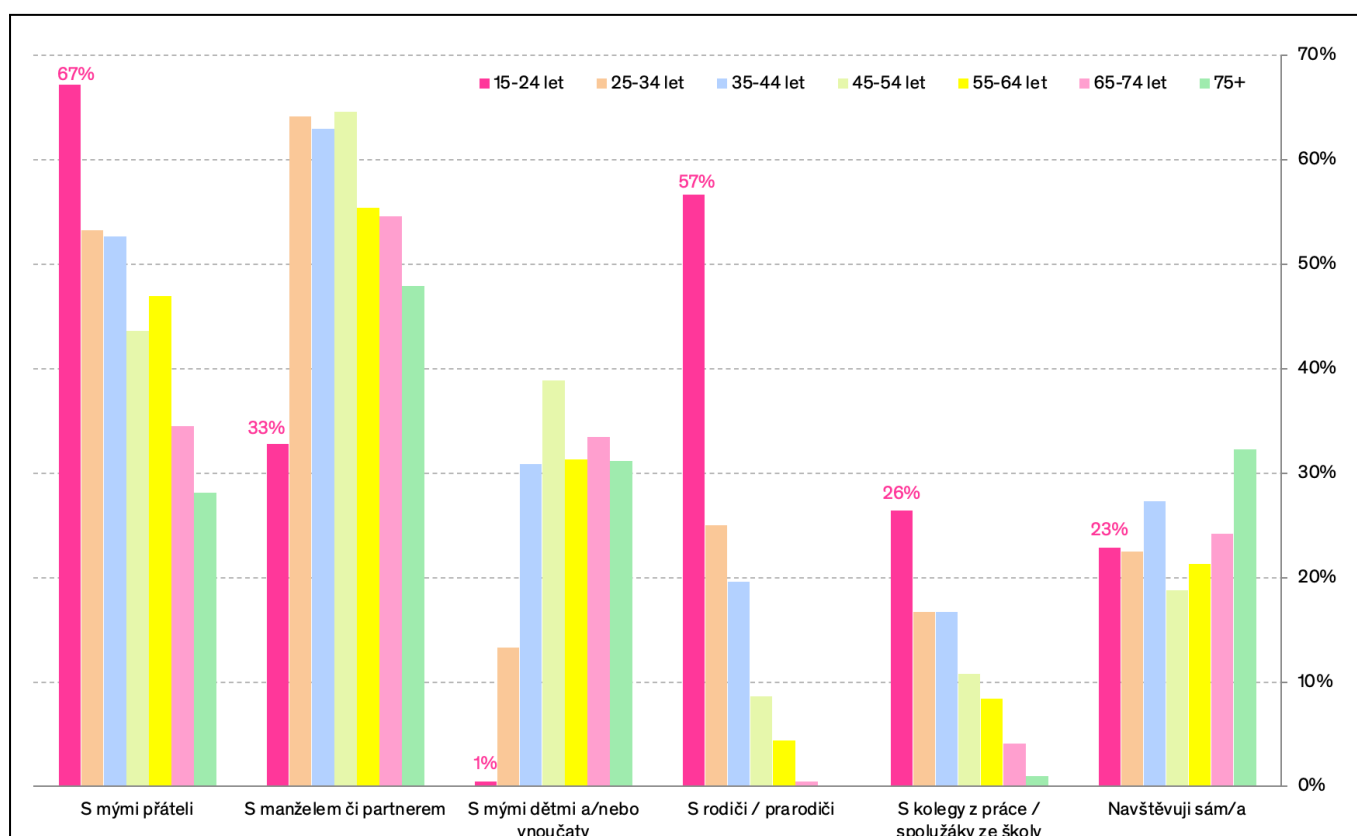


→ Ve srovnání s celkovou populací mladší respondenti častěji navštěvují kina, knihovny a divadla. Zájem o galerie, výstavy a taneční představení je mezi oběma skupinami relativně srovnatelný. Naopak vyšší návštěvnost nového cirkusu je patrná u celkové populace.

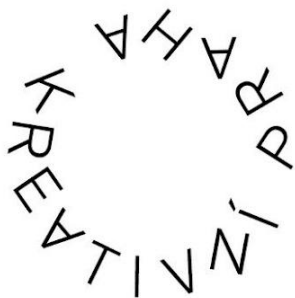


S kým na kulturu chodí?

*S kým obvykle navštěvujete uvedená kulturní místa nebo akce?

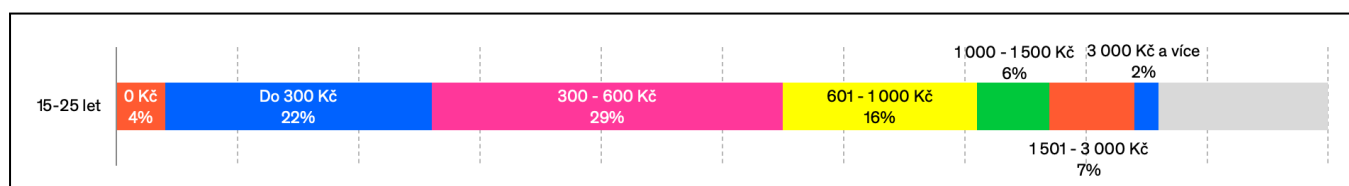


→ Data ukazují, že mladí lidé nejčastěji navštěvují kulturní akce se svými přáteli, následně s rodiči či prarodiči, přičemž tento vzorec se s věkem proměňuje. U starších věkových skupin dochází ke změně sociálních rolí – kulturní aktivity jsou častěji sdíleny s partnerem či partnerkou, případně s dětmi, nebo jsou realizovány individuálně.



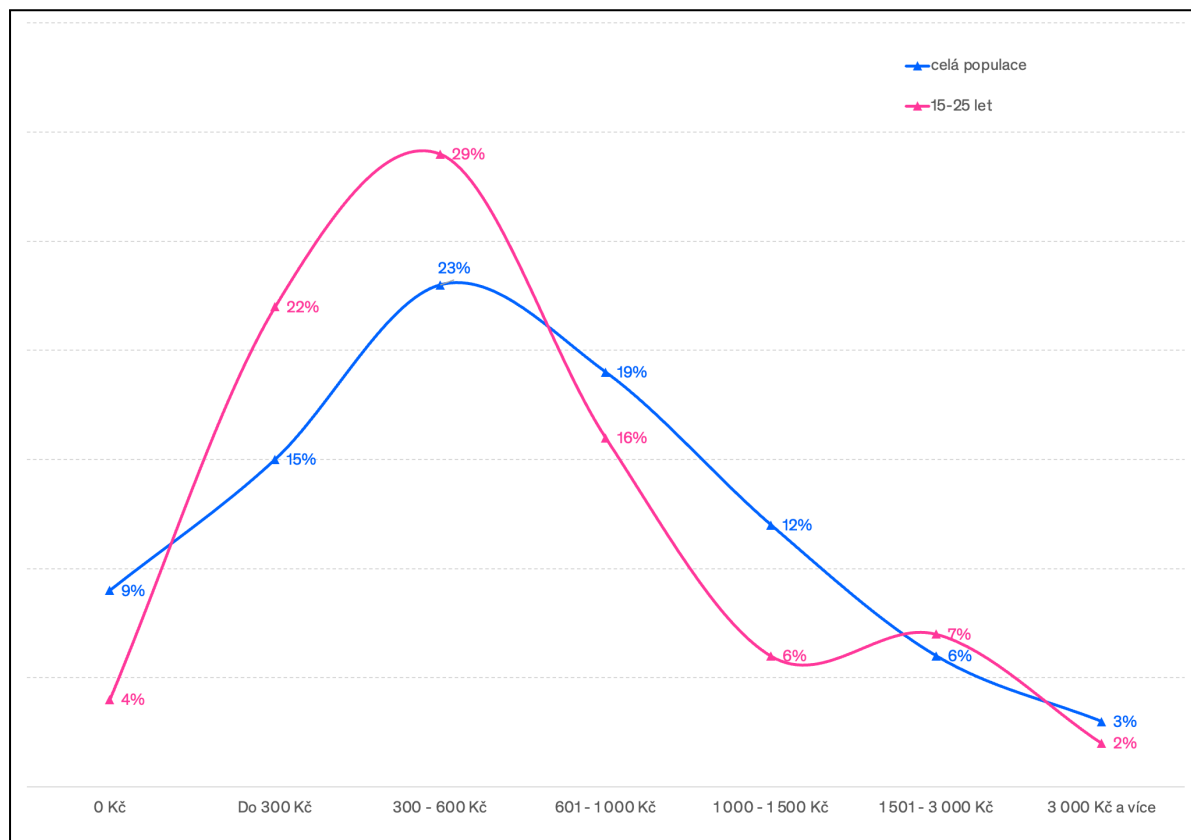
Kultura a finance

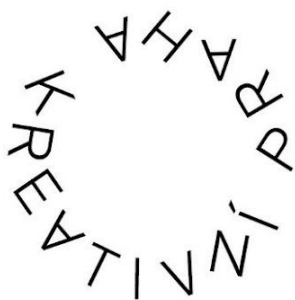
*Kolik peněz měsíčně v průměru utratíte za vstupenky na kulturní a umělecké akce? (filtr věk 15-24 let)



→ Mladí respondenti v průměru utrácejí za kulturní aktivity nižší částky. Nejčastěji se jejich měsíční výdaje pohybují v rozmezí 300–600 Kč (přibližně třetina respondentů), další zhruba čtvrtina utrácí do 300 Kč a přibližně šestina 600–1000 Kč. Celkově tak dvě třetiny mladých (66 %) vydávají za kulturu méně než 1000 Kč měsíčně. Zároveň je však mezi mladými výrazně nižší podíl těch, kteří za kulturu neutrácejí vůbec, a to ve srovnání s celkovou populací.

*Kolik peněz měsíčně v průměru utratíte za vstupenky na kulturní a umělecké akce? (filtr věk 15-24 let vs. průměr populace)



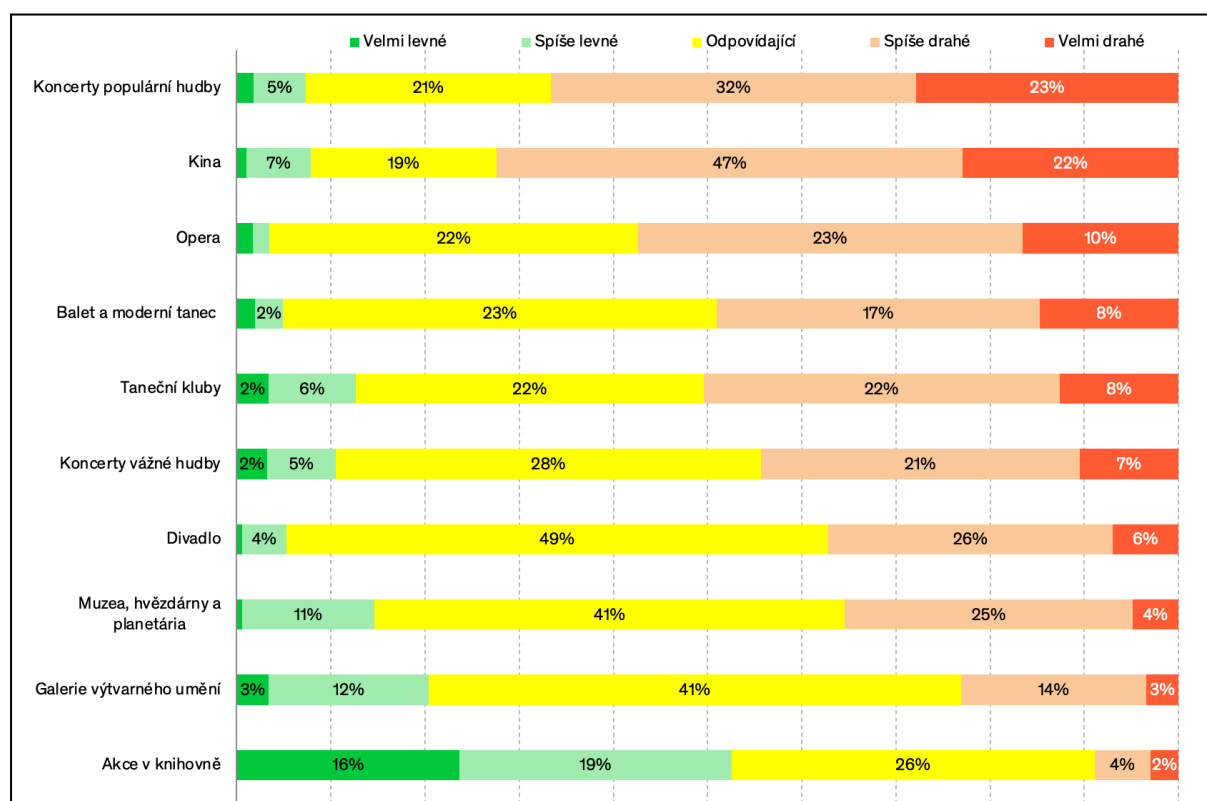


→ V kontextu celkové populace je patrné, že mladší respondenti jsou ochotni za kulturní akce v průměru platit nižší částky za vstupné než starší věkové skupiny. V případě vyšších cenových hladin (1500–3000 Kč) jsou však hodnoty mezi mladými a celkovou populací překvapivě srovnatelné. Tento výsledek může souviset s typem navštěvovaných akcí, například s účastí na velkých koncertech zahraničních umělců či festivalech, u nichž je vyšší cenová hladina obecně akceptována.

Jak mladí hodnotí cenovou dostupnost akcí?

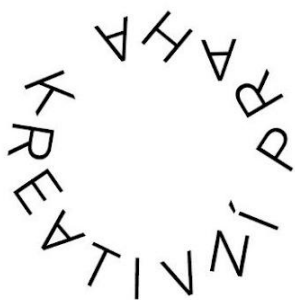
**Jak hodnotíte cenovou dostupnost následujících kulturních akcí či zařízení v Praze?*

(filtr věk 15-24 let (pouze ti, kteří neodpověděli "nevím"))



→ Z hlediska vnímané cenové dostupnosti vychází jako nejnedostupnější návštěva kina, které přitom patří mezi nejčastěji navštěvované kulturní aktivity mladých. Celkem 70 % respondentů hodnotí kino jako cenově náročné. Tento výsledek může odrážet jednak skutečnost, že negativněji hodnotí aktivity, které se jich nejvíce dotýkají, zároveň však naznačuje potenciální významnou bariéru, zejména ve vztahu k omezenému rozpočtu mladých na kulturní výdaje.

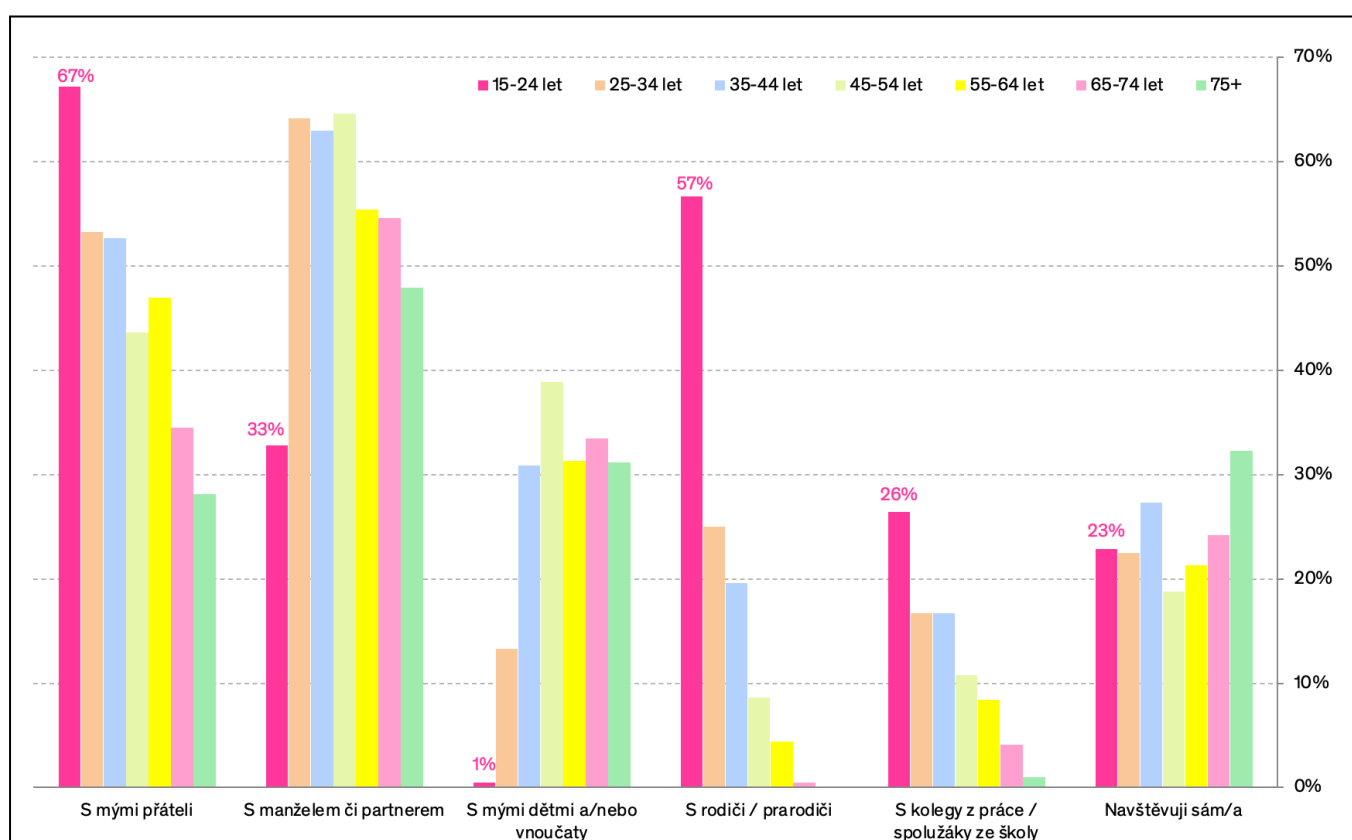
→ Podobně je vnímána i cenová dostupnost koncertů – přibližně čtvrtina mladých je považuje za velmi drahé a další třetina za spíše drahé. Na opačném pólu stojí knihovny, které mladí rovněž často navštěvují a u nichž cenová bariéra prakticky nefiguruje.



→ Respondenti měli možnost zvolit odpověď „nevím / nechodím / nemám názor“; tyto odpovědi byly z analýzy vyloučeny, a výsledky tedy reflektují pouze názory těch, kteří se k dané otázce vyjádřili.

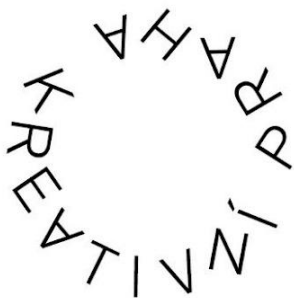
S kým chodí mladí na kulturu?

**S kým obvykle navštěvujete uvedená kulturní místa nebo akce?*

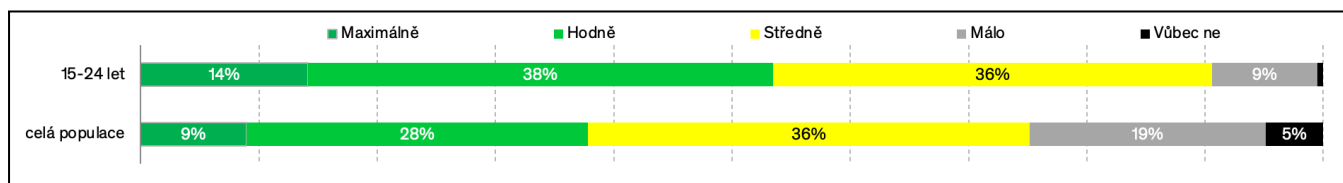


→ Kulturní aktivity mladí nejčastěji navštěvují ve společnosti přátel (67 %). Více než polovina respondentů uvádí, že se jich účastní také s rodiči (57 %), přibližně třetina v rámci partnerských setkání (33 %) a čtvrtina se spolužáky či kolegy (26 %). Samostatnou návštěvu kulturních akcí deklaruje přibližně pětina mladých (23 %).

Jak jste si to užili?



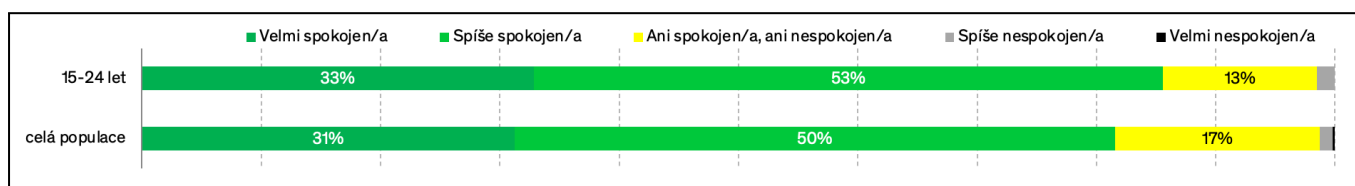
**Jak moc jste si vy osobně v loňském roce užil/a účast na kulturních akcích?*



→ Mladí respondenti hodnotí své návštěvy kulturních akcí výrazně pozitivněji než průměrná populace, přičemž odpovědi typu „vůbec jsem si to neužil/a“ se vyskytují jen minimálně. Negativní hodnocení uvádí méně než 10 % mladých. Naopak více než polovina respondentů hodnotí svou zkušenost pozitivně, z toho 15 % uvádí, že si ji užili „maximálně“.

Spokojenost s kulturní nabídkou v Praze?

**Jak jste celkově spokojen/a s nabídkou kulturního vyžití v Praze?*



→ Napříč respondenty panuje relativně vysoká míra shody v tom, že nabízené kulturní aktivity nevykazují zásadní nedostatky.

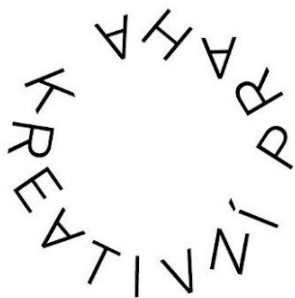
bariéry mladých v účasti na kultuře

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

(filtr věk 15-24 let)



→ Nedostatek finančních prostředků a volného času představují u mladé populace významné bariéry pro návštěvu kulturních akcí. Zároveň se potvrzuje i bariéra spojená s nedostatkem informací, respektive nejistotou, kde kulturní akce vyhledávat (viz graf „Nevím, kde hledat informace o kulturních akcích“).



Shrnutí

Výsledky šetření ukazují, že mladí Pražané jsou aktivními účastníky kulturního života. Systematická práce s daty umožňuje tyto změny sledovat a lépe na ně reagovat – ať už při plánování kulturní politiky, rozvoji publika nebo podpoře kulturní infrastruktury. Mladí se častěji účastní kulturních akcí, intenzivněji se věnují kulturním aktivitám v domácím prostředí, častěji se zapojují do tvůrčí činnosti a své kulturní zkušenosti zároveň hodnotí pozitivněji. Mezi nejčastější bariéry patří nedostatek volného času, cena vstupného, nabídka kulturního vyžití a neznalost, kde hledat informace. Přestože finanční dostupnost hraje u mladých významnější roli než u jiných skupin, nejvýraznější překážkou zůstává právě čas. Pokud se mladí lidé na kulturní akce vydají, jejich zkušenost je ve většině případů pozitivní.

přílohy

- kompletní dotazník
- detailní tabulky dat