

Radim Bačuvčák

Jak posloucháme hudbu?

*Vztah obyvatel České republiky
k hudbě a jejímu poslechu 2009*

Radim Bačuvčák - VeRBuM, 2010

KATALOGIZACE V KNIZE - NÁRODNÍ KNIHOVNA ČR

Bačuvčík, Radim

Jak posloucháme hudbu? : vztah obyvatel České republiky k hudbě a jejímu poslechu 2009 / [Radim Bačuvčík]. - 1. vyd. - Zlín : VeRBuM, 2010. - 140 s. ISBN 978-80-904273-8-9

78.01 * 78.04/.06 * 316:303 * (437.3)

- poslech hudby - Česko - 21. stol.
- hudba a společnost - Česko - 21. stol.
- sociologický výzkum - Česko - 21. stol.
- monografie
- výzkumné zprávy

78 - Hudba [9]

**Tato publikace vznikla za finanční podpory
Fakulty multimediálních komunikací Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně
v rámci projektu Interní grantové agentury FMK UTB ve Zlíně
www.fmk.utb.cz**

Recenzovali: **doc. Mgr. Art. Jozef Vereš, CSc.**
 doc. Ing. Mária Tajtáková, PhD.

Knihu doporučila k publikaci Vědecká redakce nakladatelství VeRBuM

© Ing. Mgr. Radim Bačuvčík, Ph.D., 2010

© Radim Bačuvčík - VeRBuM, 2010

ISBN 978-80-904273-8-9

Obsah

Předmluva	5
1 Hudba jako socioekonomický fenomén	7
1.1 Společenské funkce hudby	7
1.2 Vymezení hudby	8
1.3 Typologie hudby	9
1.4 Společenské postavení hudby	10
1.5 Hudba jako ekonomický produkt a zboží	12
1.6 Psychologické aspekty produktového charakteru hudby	13
1.7 Sémantické a komunikační aspekty produktového charakteru hudby	16
1.8 Vztah k hudbě a možnosti segmentace	18
1.8.1 Segmentace podle demografických kritérií	19
1.8.2 Segmentace podle způsobu užívání produktu	20
1.9 Typologie posluchačů hudby	22
1.10 Vlivy na nákupní chování na trzích s hudbou	24
2 Průzkum vztahu obyvatel České republiky k hudbě	25
2.1 Cíl průzkumu	25
2.2 Metoda realizace průzkumu a jeho vyhodnocení	25
2.3 Složení základního a výběrového souboru podle pohlaví	26
2.4 Složení základního a výběrového souboru podle věku	26
2.5 Složení základního a výběrového souboru podle vzdělání	27
2.6 Zastoupení respondentů v jednotlivých demografických segmentech	29
2.7 Složení výběrového souboru podle ekonomické aktivity	29
2.8 Složení výběrového souboru podle hudebního vzdělání	30
2.9 Složení výběrového souboru podle velikosti sídla	30
2.10 Složení výběrového souboru podle krajů	31
2.11 Způsob vyhodnocení průzkumu	31
3 Vztah veřejnosti k hudbě a způsobům její konzumace	33
3.1 Vztah k hudbě	33
3.2 Čas věnovaný poslechu hudby	36
3.3 Zdroje poslechu hudby	40
3.4 Místa poslechu hudby	43
3.5 Frekvence poslechu hudby jednotlivých stylů	46
3.5.1 Frekvence poslechu popu a melodického rocku	48
3.5.2 Frekvence poslechu jazzu a blues	50
3.5.3 Frekvence poslechu folku a country	52
3.5.4 Frekvence poslechu hard rocku a metalu	55
3.5.5 Frekvence poslechu hip hopu	57
3.5.6 Frekvence poslechu taneční hudby/techna	59
3.5.7 Frekvence poslechu folklórní hudby	62
3.5.8 Frekvence poslechu dechovky	64
3.5.9 Frekvence poslechu klasické vážné hudby	66
3.5.10 Frekvence poslechu soudobé vážné hudby	69

3.6 Preferované hudební styly	71
3.6.1 Profil publika jednotlivých hudebních stylů	74
3.6.2 Intenzita vztahu příznivců jednotlivých hudebních stylů k preferované hudbě	78
3.7 Způsob poslechu hudby	79
3.8 Souvislost poslechu hudby s náladou	81
3.9 Faktory vnímané jako důležité při poslechu hudby	83
3.9.1 Důležitost slov a jejich poselství při poslechu hudby	84
3.9.2 Důležitost humoru a zábavy při poslechu hudby	86
3.9.3 Důležitost hudebních nápadů při poslechu hudby	88
3.9.4 Důležitost kulisového působení při poslechu hudby	90
3.9.5 Důležitost vlivu přátel a známých při poslechu hudby	92
3.9.6 Důležitost obdivu k tvůrcům při poslechu hudby	94
3.10 Pojmy spojované s hudbou	96
3.11 Nákup nahrávek na nosičích	102
3.12 Kopírování nahrávek na nosičích	103
3.13 Návštěva koncertů	107
3.14 Významnost jednotlivých segmentačních kritérií	110
4 Vztah jednotlivých segmentů k hudbě	114
4.1 Rozdíly v odpovědích podle pohlaví	114
4.2 Rozdíly v odpovědích podle věku	115
4.3 Rozdíly v odpovědích podle obecného vzdělání	118
4.4 Rozdíly v odpovědích podle hudebního vzdělání	120
4.5 Rozdíly v odpovědích podle ekonomické aktivity	120
4.6 Rozdíly v odpovědích podle velikosti sídla	123
4.7 Rozdíly v odpovědích podle preferovaného hudebního stylu	124
4.8 Rozdíly v odpovědích podle celkového vztahu k hudbě	126
5 Komparace výsledků	128
Závěr	131
Summary	132
Seznam zkratk	133
Dotazník	134
Bibliografický záznam	137

Předmluva

Hudba je bezpochyby fenoménem, který určitým způsobem ovlivňuje životy většiny lidí kdekoliv na světě. Pokud si představíme vývoj hudby v euroamerickém prostoru a naopak podobu (etnické) hudby v různých jiných částech světa spolu s možnostmi jejich transferu a prolínání, musíme zároveň konstatovat, že hudba může člověka zasahovat v různých rovinách, může pro něj nést různé významy, může se dotýkat různých sfér jeho soukromého, společenského i pracovního života a může na něj také různým způsobem působit v psychologickém slova smyslu. Je zřejmé, že o hudbě v tomto smyslu můžeme uvažovat minimálně ve dvou dimenzích. První z nich je rovina umělecká, kulturní, estetická, etická a snad i filozofická. Druhá rovina je obchodně-ekonomicko-marketingová, neboť je zřejmé, že jakkoliv je hudba uměleckým statkem a výsledkem práce inspirovaného lidského ducha, je také ekonomickým produktem, který je umístován na nejrůznější trhy, kde se také setkává (či nesetkává) s patřičnou poptávkou.

V této studii si budeme všimát toho, jak a proč lidé hudbu poslouchají a nakupují a co si s ní spojují. Je třeba říci, že výzkum vztahu lidí (či společenských skupin) k hudbě má v prostředí české i světové hudební vědy dlouhou tradici. Jedná se ovšem povětšinou o výzkum z pozic estetických, případně hudebně sociologických, kdy předmětem zkoumání je vztah k jednotlivým hudebním typům, druhům či žánrům u jednotlivých částí společnosti a primárně souvisí s pojmem vkusu. Menší tradici má výzkum vedený z pohledu výzkumu trhu, tedy výzkum, jehož cílem by bylo zjistit, jak, proč, za jakých podmínek, s jakými přitahujícími a odrazujícími vlivy lidé poslouchají a také nakupují hudbu. Je zřejmé, že tyto pohledy nemusí být v rozporu, naopak výsledky výzkumů prvního typu mohou být velmi dobře využitelné také pro obchodní účely, což závisí především na použitém způsobu kladení otázek a také na kvalitě zkoumaného objektu (například výběrového souboru v případě sociologických výzkumů).

Pokud budeme chtít přiblížit alespoň některé ze studií, které se v poslední době zaměřovaly na daný problém a které by mohly být zajímavé také z ekonomicko-marketingového hlediska, můžeme připomenout například knihu Mikuláše Beka *Konzervatoř Evropy? K sociologii české hudebnosti* z roku 2003, která vychází z vlastního reprezentativního průzkumu autora z roku 2001 a zkoumá vztah obyvatel České republiky k jednotlivým hudebním druhům a žánrům (Bek, 2003). V Bekově knize jsou shrnuty také výsledky dalších muzikologických výzkumů od třicátých let do konce 20. století a naznačen případný vývoj v hudebních preferencích české populace. Výsledky průzkumu vztahu vysokoškolských studentů k opeře a baletu na Slovensku publikovaly Tajtáková a Klepochová v roce 2006 (Tajtáková, Klepochová, 2006). Dále lze zmínit například průzkum s názvem *Tanec a drogy 2007* zjišťující souvislosti v oblasti chování mladých lidí na tanečních party, který provedlo Národní monitorovací středisko pro drogy a drogové závislosti v roce 2007 (www.drogy-info.cz, [online]). Kromě toho byla realizována celá řada

průzkumů pro potřeby školních kvalifikačních prací, pro účely srovnání jsou však z nich vzešlá data povětšinou nevhodná, neboť byla použita rozdílná výzkumná metodika. Výsledky různých průzkumů ze zahraničí lze najít v literatuře, která se zabývá marketingem kultury a umění (Colbert, 2001, Hill, O'Sullivan, O'Sullivan, 2007, Kotler, Scheff, 1997, Scheff Bernstein, 2007, etc.).

Tato monografie komentuje některé z výsledků vlastního výzkumu vztahu obyvatel České republiky k hudbě a jejímu poslechu, který byl realizován na přelomu let 2008 a 2009. Tento výzkum určitým způsobem v objektu zkoumání vycházel z průzkumu Bekova (o tom viz dále), zaměřoval se ovšem na takové aspekty vztahu lidí k poslechu hudby, které souvisejí především s nákupním chováním na příslušných trzích. Díky tomu se nabízí srovnání některých výsledků obou výzkumů, které je provedeno v závěru celé studie. Především však zde komentovaný výzkum navazuje na vlastní výzkum nákupního chování na trzích kulturních produktů z let 2007 a 2008 (Bačuvčík, 2009a, Bačuvčík, 2009b), s nímž (a také s dalšími výzkumy, které jsou plánovány na další léta) tvoří dlouhodobý výzkumný projekt, jehož výsledkem by měl být detailní popis nákupního chování obyvatel České republiky na trzích různých kulturních produktů.

1 Hudba jako socioekonomický fenomén

Na hudbu je možné nahlížet několika různými způsoby. Hudba je tradičně vnímána jako prvek světa umění, tedy něco, co souvisí s uměleckým nadáním či inspirací tvůrce a co tedy může nést určitá „vyšší“ poselství související s tvůrčím duchem umělce a transcendentnem, které jej obklopuje a inspiruje. Na druhou stranu je zřejmé, že hudba souvisí také s běžným, každodenním životem člověka, je součástí jeho denních rituálů (např. zpívání si po probuzení), prostředí, v němž se pohybuje („kulisový“ poslech hudby v zaměstnání) i trávení jeho volného času či zábavy (domácí poslech nahrávek nebo návštěva koncertů). V souvislosti s tím se hudba stává také obchodním artiklem, který v některých případech může být pro své tvůrce zdrojem nemalého finančního profitu.

1.1 Společenské funkce hudby

Hudba je tedy určitým společensko-ekonomickým fenoménem, který může být používán a využíván různým způsobem v souvislosti s tím, jakou *společenskou funkci* v daném případě a kontextu plní (Poledňák, 1984, Schnierer, 1995). Pokud se na tyto *společenské funkce* podíváme z historického hlediska, je pravděpodobné, že nejstarší z nich je *funkce komunikační*, která může nabývat dimenze magické či obřadní, případně mobilizační, sjednocovací či výchovné a která je v hudbě přítomna až do dnešní doby, třebaže její význam byl v průběhu času poněkud oslaben či zastřen funkcemi jinými. S komunikační funkcí souvisí také *funkce psychologická*, jako například funkce psychicky stimulační, pohybově stimulační, harmonizační nebo terapeutická.

Vývojově druhou nejstarší funkcí v tomto smyslu je *funkce zábavní*. Tato funkce se v historii pravděpodobně nejdříve projevila u hudby taneční, kde mohla doplnit funkci rituální. Zábavní funkci (kromě jiných) bychom snad mohli předpokládat již u zpívané poezie řecké básnířky Sapphó a možná také u antického dramatu či komedie, v každém případě je zřejmá u středověké dvorské lyriky a písní potulných pěvců, které v sobě směšovaly funkce dnešní mediální zábavy i zpravodajství (Bek, 1993), dále například v oboru vážné hudby u části barokních, klasicistních a romantických hudebně dramatických útvarů (opery) a pochopitelně u podstatné části nonartificiální hudby 19., 20. a 21. století.

Ekonomickou funkci můžeme v tomto stručném přehledu zařadit jako vývojově třetí nejstarší funkci hudby. Evoluce hudby do pozice ekonomického produktu našla jeden ze svých vrcholů v souvislosti s genezí měšťanské veřejnosti a fenoménem *koncertu*, ke které docházelo zejména v průběhu 17. a 18. století (Bek, 1993: 57). Hudba se mohla stát produktem ve chvíli, kdy se zřetelně oddělili ti, kteří dokázali hudbu provozovat, od těch, kteří hudbu pouze konzumovali a byli ochotni za tuto konzumaci zaplatit; tento prvek bychom jistě našli například již ve středověké tvorbě potulných muzikantů, avšak v souvislosti se vznikem měšťanského koncertu

můžeme hovořit o jeho definitivním potvrzení. Další rozšíření vnímání hudby jako obchodovatelného produktu bylo spojeno s profesionalizací a obchodním úspěchem hudebních institucí (viz např. fenomén barokní opery), se vznikem prvních technologií záznamu zvuku na konci 19. století a s obrovským rozvojem jejich digitální varianty na konci století dvacátého.

Paradoxně za vývojově nejmladší funkci hudby můžeme považovat *funkci uměleckou*, jejíž definitivní ustavení v dnešním slova smyslu je spojeno s příchodem nové generace romantických umělců na přelomu 18. a 19. století. Tím pochopitelně nemá být řečeno, že v souvislosti s hudbou starších období není možné uvažovat o jejím uměleckém rozměru, avšak definitivní geneze umělce jako člověka tvořícího především na základě niterných pohnutek a snažícího se svou uměleckou tvorbou „změnit svět“ je spojena právě s generací tvůrců období romantismu. Vnímání hudby jako umění jde jakoby proti jejímu produktovému vnímání a navazuje zejména na komunikační funkce hudby s tím, že se určitým způsobem vymezuje vůči hudbě, která má spíše ambice být zábavou, přestože tyto dvě funkce v žádném případě nelze striktně oddělit. Zároveň v souvislosti s funkcí uměleckou nabývá na významu *funkce estetická*, která má vztah ke všem ostatním funkcím a je rozhodující při subjektivním přijetí hudby recipientem.

1.2 Vymezení hudby

Většina lidí považuje hudbu za velmi důležitou *součást svého každodenního života* (Bačuvčík, 2005). Znějící hudby je dnes všude tolik, že ji mnohdy ani nevnímáme, nebo nás dokonce ruší a způsobuje pocity, které bychom od ní asi nechtěli očekávat, totiž nelibost či dokonce psychický či fyzický stres. Hudba zasahuje do lidských životů v nejrůznějších podobách.

Rozdílnost jejich podob vedla k mnoha pokusům vymezit či definovat, co je a co případně není hudba. Na tomto místě budou zmíněny pouze některé z nich, které mohou naznačit, kde jsou hranice jevu zvaného „hudba“, přičemž nás ani tak nebude zajímat definice obecná, jako spíše definice hudby, o níž lze uvažovat jako o (potenciálním) ekonomickém produktu a zboží. V českém muzikologickém prostředí si velký ohlas získala definice Jaroslava Volka, která předpokládá dvě konotace, které by jev, který chceme považovat za hudbu, měl nést. Jde o *tónovost a melodickou a rytmickou strukturovanost* (Volek in Poledňák, Fukač, 1995). Tyto konotace mohou být přítomny i latentně, respektive mohou být uvědomovány pouze subjektivně. Za tónovost a strukturovanost lze považovat také absenci tónovosti a strukturovanosti, pokud jsou takto vnímány. Takovou úvahou se ovšem již dostáváme na hranice poněkud postmoderního názoru, že hudbou může být vše, co je byt' jeden člověk ochoten za hudbu považovat, tedy i *zvuky*, které nebyly původně zamýšleny jako hudba (lze pozorovat, že v současné době jsou mnohé nehudební zvuky jako hudba skutečně používány, a to jak v přetvořené, tak i v původní podobě, k uměleckým i obchodním účelům).

2 Průzkum vztahu obyvatel České republiky k hudbě

2.1 Cíl průzkumu

Průzkum si kladl za cíl popsat vztah obyvatel České republiky ve věkovém rozmezí 12 - 80 let k hudbě a k jejím konkrétním projevům. V jednotlivých otázkách byl sledován jak celkový vztah respondentů k hudbě, tak i poslech hudby jednotlivých žánrů či typů, využívání médií a nosičů hudby, motivace či okolnosti poslechu hudby a asociace s ním spojené a v neposlední řadě také nákup či kopírování hudebních nosičů a návštěvy hudebních koncertů.

2.2 Metoda realizace průzkumu a jeho vyhodnocení

Pro realizaci kvantitativního průzkumu byla zvolena metoda dotazování s využitím standardizovaného dotazníku (dotazník viz na konci této studie). Dotazování proběhlo od října 2008 do června 2009. Tazateli byli studenti Fakulty multimediálních komunikací Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně (obor marketingová komunikace v prezenční i kombinované formě), kteří šířili tištěné standardizované dotazníky především v okruhu svých známých nebo příbuzných, kteří vyplňovali dotazník sami bez nutné účasti tazatele. Pro doplnění respondentů ze západní části republiky byl dále využit on-line veřejný dotazník zveřejněný na serveru www.vyplnto.cz (v obou případech se tedy jedná o nahodilý výběr vzorku respondentů).

Celkem se podařilo získat 5 566 kompletně vyplněných dotazníků (4 857 v tištěné podobě, 709 z on-line průzkumu; dotazník byl šířen také na Slovensku, pro zpracování této studie nebyla data od slovenských respondentů využita). Protože v souboru bylo zastoupeno výrazně více respondentů z moravských krajů, byl dále metodou náhodného výběru vytržena vzorek 4 930 respondentů, v němž jsou vyváženě zastoupeni respondenti z jednotlivých oblastí České republiky. Ve vzorku jsou v dostatečné míře zastoupeni respondenti z jednotlivých demografických skupin vymezených parametry pohlaví, věku a vzdělání a také obyvatelé sídel různé velikosti a jednotlivých krajů. Protože vzorek neodpovídá procentuálním zastoupením jednotlivých demografických skupin profilu obyvatelstva České republiky, byla jednotlivým skupinám vymezeným podle pohlaví, věku a vzdělání přiřazena procentuální váha podle toho, jakou část obyvatelstva České republiky (základního souboru) tvoří, a dále byl každému respondentu ve výběrovém souboru (vzorku) přiřazen unikátní index podle zmiňované váhy jeho skupiny a celkového počtu respondentů v této skupině tak, aby vážené složení vzorku bylo reprezentativní vzhledem ke složení obyvatelstva České republiky podle těchto tří demografických kritérií (konkrétní hodnoty jednotlivých vah a indexů viz dále). Takto vážený vzorek byl využit pro vyhodnocení všech otázek podle jednotlivých demografických a behaviorálních segmentačních skupin. Shromážděná data byla

zpracována a vyhodnocena v programu Microsoft Excel (včetně použitých statistických ukazatelů).

2.3 Složení základního a výběrového souboru podle pohlaví

	ZS	% ZS	VS	% VS
Muži	4 434 395	49,4%	2 254	45,7%
Ženy	4 541 556	50,6%	2 676	54,3%
Počet	8 974 773	100,0%	4 930	100,0%

Tabulka 1 - Složení základního a výběrového souboru podle pohlaví

V Tabulce 1 je v jednotlivých sloupcích počet osob obou pohlaví v základním souboru (ZS; obyvatelé České republiky ve věku 12 - 80 let) a ve výběrovém souboru (vzorku respondentů, VS) a jejich procentuální podíl. Údaje o počtu obyvatel v základním souboru jsou vztaženy k datu 31. 12. 2008 a byly převzaty ze stránek Českého statistického úřadu (www.czso.cz).

2.4 Složení základního a výběrového souboru podle věku

	ZS	% ZS	VS	% VS
12 - 15	295 152	3,3%	474	9,6%
15 - 19	637 248	7,1%	716	14,5%
20 - 24	707 511	7,9%	651	13,2%
25 - 29	784 613	8,7%	573	11,6%
30 - 39	1 736 720	19,4%	614	12,5%
40 - 49	1 362 494	15,2%	530	10,8%
50 - 59	1 495 400	16,7%	499	10,1%
60 - 69	1 213 395	13,5%	459	9,3%
70 - 80	742 240	8,3%	414	8,4%
Počet	8 974 773	100,0%	4 930	100,0%

Tabulka 2 - Složení základního a výběrového souboru podle věku

V Tabulce 2 jsou v jednotlivých sloupcích počty osob v jednotlivých věkových skupinách v základním souboru (ZS) a ve výběrovém souboru (VS) a jejich procentuální podíl. Údaje o počtu obyvatel jsou vztaženy k datu 31. 12. 2008 a byly převzaty ze stránek Českého statistického úřadu (www.czso.cz).

2.5 Složení základního a výběrového souboru podle vzdělání

V Tabulce 3 jsou v jednotlivých sloupcích procentuální podíl osob s jednotlivými stupni vzdělání v základním souboru (% ZS), počet osob s jednotlivými stupni vzdělání ve výběrovém souboru (VS) a jejich procentuální podíl. Protože Český statistický úřad neposkytuje data o vzdělanostním profilu obyvatelstva, která by byla aktuální a zcela kompatibilní se stratifikací použitou v tomto průzkumu (poslední kompletní zveřejněné údaje pocházejí ze Sčítání lidu v roce 2001), bylo

při konstrukci těchto údajů využito také výběrového šetření pracovních sil realizovaného v roce 2007 a údajů o počtu aktuálně studujících na daných typech škol zveřejněných taktéž na stránkách Českého statistického úřadu.

	% ZS	VS	% VS
ZŠ	13,1%	691	14,0%
OU	38,6%	810	16,4%
SŠ	30,7%	1 912	38,8%
VO	5,5%	265	5,4%
VŠ	12,2%	1 252	25,4%
Počet	100,0%	4 930	100,0%

Tabulka 3 - Složení základního a výběrového souboru podle vzdělání

Na základě porovnání těchto údajů (včetně dynamiky změn) byl vytvořen model vzdělanostního profilu v jednotlivých věkových kategoriích (Tabulka 4), který počítá, narozdíl od dat zveřejněných Českým statistickým úřadem, nikoliv pouze s nejvyšším dosaženým vzděláním, ale také stupněm aktuálně realizovaného vzdělávání (takto byla otázka na vzdělání postavena v dotazníku, neboť se dá předpokládat, že v generaci aktuálně studujících existují rozdíly v chování osob studujících v učňovských oborech a na středních školách, které ovšem formálně mají shodně ukončeno základní vzdělání). Tento model byl využit především při výpočtu vah a indexů jednotlivých demografických skupin a respondentů ve výběrovém souboru (viz kapitolu 2.6). Vzhledem k tomu, že údaje týkající se základního souboru jsou hypotetické, nejsou v Tabulkách 3 a 4 uváděny absolutní, ale pouze procentuální údaje.

Muži	12-15	15-19	20-24	25-29	30-39	40-49	50-59	60-69	70-80
ZŠ	90,0%	7,0%	5,0%	5,0%	5,0%	6,0%	8,0%	13,0%	22,0%
OU	5,0%	35,0%	37,0%	38,0%	40,0%	43,0%	47,0%	45,0%	45,0%
SŠ	5,0%	43,0%	36,0%	34,0%	33,0%	30,0%	27,0%	25,0%	20,0%
VO	0,0%	5,0%	6,0%	6,0%	6,0%	5,0%	5,0%	5,0%	4,0%
VŠ	0,0%	10,0%	16,0%	17,0%	16,0%	16,0%	13,0%	12,0%	9,0%
Ženy	12-15	15-19	20-24	25-29	30-39	40-49	50-59	60-69	70-80
ZŠ	90,0%	7,0%	6,0%	6,0%	7,0%	10,0%	20,0%	38,0%	45,0%
OU	5,0%	25,0%	25,0%	33,0%	33,0%	35,0%	32,0%	30,0%	30,0%
SŠ	5,0%	45,0%	45,0%	40,0%	40,0%	35,0%	33,0%	20,0%	16,0%
VO	0,0%	6,0%	6,0%	6,0%	6,0%	6,0%	5,0%	5,0%	4,0%
VŠ	0,0%	17,0%	18,0%	15,0%	14,0%	14,0%	10,0%	7,0%	5,0%

Tabulka 4 - Model vzdělanostního profilu základního souboru

V dalších kapitolách, kde budou srovnávány výsledky odpovědí respondentů podle vzdělání, nebudou uvažováni všichni respondenti, ale pouze respondenti starší 20 let, a to především z důvodu možného ovlivnění výsledků osobami do 19 let, z nichž některé nemusely v dotazníku uvádět aktuálně studovaný stupeň vzdělání, ale nejvyšší dosažený; po 20. roce věku již možnost takového ovlivnění není významná. Toto omezení je použito pouze u vyhodnocení podle vzdělání, do nějž bylo po této úpravě zahrnuto 116 osob se základním vzděláním, 753 vyučených, 1 404 osob se středoškolským, 258 osob s vyšším odborným a 1 209 osob

s vysokoškolským vzděláním. Tuto skutečnost je třeba brát v úvahu při srovnávání jednotlivých vzdělanostních skupin s celkovými výsledky, do nichž jsou vždy zahrnuti všichni respondenti.

	Váha/ZS	VS	Index/VS		Váha/ZS	VS	Index/VS
M/12-15/ZŠ	1,51939%	174	0,0000873	Ž/12-15/ZŠ	1,44043%	252	0,0000572
M/12-15/OU	0,08441%	2	0,0004221	Ž/12-15/OU	0,08002%	3	0,0002667
M/12-15/SŠ	0,08441%	14	0,0000603	Ž/12-15/SŠ	0,08002%	29	0,0000276
M/15-19/ZŠ	0,25478%	53	0,0000481	Ž/15-19/ZŠ	0,24225%	96	0,0000252
M/15-19/OU	1,27391%	36	0,0003539	Ž/15-19/OU	0,86518%	16	0,0005407
M/15-19/SŠ	1,56509%	172	0,0000910	Ž/15-19/SŠ	1,55732%	293	0,0000532
M/15-19/VO	0,18199%	1	0,0018199	Ž/15-19/VO	0,20764%	6	0,0003461
M/15-19/VŠ	0,36397%	7	0,0005200	Ž/15-19/VŠ	0,58832%	36	0,0001634
M/20-24/ZŠ	0,20381%	7	0,0002912	Ž/20-24/ZŠ	0,22843%	4	0,0005711
M/20-24/OU	1,50817%	47	0,0003209	Ž/20-24/OU	0,95180%	15	0,0006345
M/20-24/SŠ	1,46741%	108	0,0001359	Ž/20-24/SŠ	1,71324%	128	0,0001338
M/20-24/VO	0,24457%	18	0,0001359	Ž/20-24/VO	0,22843%	31	0,0000737
M/20-24/VŠ	0,65218%	117	0,0000557	Ž/20-24/VŠ	0,68530%	176	0,0000389
M/25-29/ZŠ	0,22605%	3	0,0007535	Ž/25-29/ZŠ	0,25328%	1	0,0025328
M/25-29/OU	1,71802%	41	0,0004190	Ž/25-29/OU	1,39304%	23	0,0006057
M/25-29/SŠ	1,53717%	89	0,0001727	Ž/25-29/SŠ	1,68853%	112	0,0001508
M/25-29/VO	0,27127%	26	0,0001043	Ž/25-29/VO	0,25328%	38	0,0000667
M/25-29/VŠ	0,76859%	106	0,0000725	Ž/25-29/VŠ	0,63320%	134	0,0000473
M/30-39/ZŠ	0,49756%	3	0,0016585	Ž/30-39/ZŠ	0,65800%	2	0,0032900
M/30-39/OU	3,98045%	56	0,0007108	Ž/30-39/OU	3,10200%	34	0,0009124
M/30-39/SŠ	3,28388%	110	0,0002985	Ž/30-39/SŠ	3,76000%	139	0,0002705
M/30-39/VO	0,59707%	19	0,0003142	Ž/30-39/VO	0,56400%	32	0,0001762
M/30-39/VŠ	1,59218%	113	0,0001409	Ž/30-39/VŠ	1,31600%	106	0,0001242
M/40-49/ZŠ	0,46527%	4	0,0011632	Ž/40-49/ZŠ	0,74269%	3	0,0024756
M/40-49/OU	3,33441%	63	0,0005293	Ž/40-49/OU	2,59943%	31	0,0008385
M/40-49/SŠ	2,32633%	91	0,0002556	Ž/40-49/SŠ	2,59943%	122	0,0002131
M/40-49/VO	0,38772%	15	0,0002585	Ž/40-49/VO	0,44562%	20	0,0002228
M/40-49/VŠ	1,24071%	108	0,0001149	Ž/40-49/VŠ	1,03977%	73	0,0001424
M/50-59/ZŠ	0,65550%	3	0,0021850	Ž/50-59/ZŠ	1,69371%	8	0,0021171
M/50-59/OU	3,85104%	72	0,0005349	Ž/50-59/OU	2,70994%	54	0,0005018
M/50-59/SŠ	2,21230%	75	0,0002950	Ž/50-59/SŠ	2,79462%	126	0,0002218
M/50-59/VO	0,40969%	15	0,0002731	Ž/50-59/VO	0,42343%	16	0,0002646
M/50-59/VŠ	1,06518%	75	0,0001420	Ž/50-59/VŠ	0,84685%	55	0,0001540
M/60-69/ZŠ	0,81506%	11	0,0007410	Ž/60-69/ZŠ	2,75514%	14	0,0019680
M/60-69/OU	2,82136%	78	0,0003617	Ž/60-69/OU	2,17511%	62	0,0003508
M/60-69/SŠ	1,56742%	71	0,0002208	Ž/60-69/SŠ	1,45008%	109	0,0001330
M/60-69/VO	0,31348%	13	0,0002411	Ž/60-69/VO	0,36252%	7	0,0005179
M/60-69/VŠ	0,75236%	45	0,0001672	Ž/60-69/VŠ	0,50753%	49	0,0001036
M/70-80/ZŠ	0,72939%	16	0,0004559	Ž/70-80/ZŠ	2,22970%	37	0,0006026
M/70-80/OU	1,49193%	86	0,0001735	Ž/70-80/OU	1,48647%	91	0,0001633
M/70-80/SŠ	0,66308%	57	0,0001163	Ž/70-80/SŠ	0,79278%	67	0,0001183
M/70-80/VO	0,13262%	4	0,0003315	Ž/70-80/VO	0,19820%	4	0,0004955
M/70-80/VŠ	0,29839%	30	0,0000995	Ž/70-80/VŠ	0,24774%	22	0,0001126

Tabulka 5 - Zastoupení respondentů v jednotlivých demografických segmentech

2.6 Zastoupení respondentů v jednotlivých demografických segmentech

V Tabulce 5 jsou uvedeny údaje týkající se respondentů v jednotlivých segmentech dle pohlaví (M/Ž), věku (12-15 a další) a vzdělání (ZŠ a další). V jednotlivých sloupcích je postupně uvedena váha, která odpovídá procentuálnímu zastoupení dané skupiny v základním souboru (Váha/ZS; výpočet vychází z údajů prezentovaných v předchozích kapitolách), počet respondentů ve výběrovém souboru (VS) a index, který byl přiřazen každému respondentu ve výběrovém souboru podle váhy jeho demografické skupiny a počtu respondentů ve výběrovém souboru (Index/VS; jedná se tedy o podíl ukazatelů Váha/ZS a VS z této tabulky; zde je tento ukazatel zaokrouhlen na 7 desetinných míst, při vyhodnocení bylo využito zaokrouhlení na 20 platných číslic). Lze si povšimnout, že tento index nabývá vyšších hodnot zejména u respondentů s nižšími stupni vzdělání, kterých bylo ve výběrovém souboru méně, než by odpovídalo základnímu souboru. V celkových výsledcích jsou odpovědi jednotlivých respondentů započítány podle těchto indexů tak, aby výsledky byly reprezentativní vzhledem k základnímu souboru v parametrech pohlaví, věku a vzdělání.

2.7 Složení výběrového souboru podle ekonomické aktivity

V Tabulce 6 jsou v jednotlivých řádcích počty a procentuální podíly respondentů, kteří jsou studenti, zaměstnanci, podnikatelé, nezaměstnaní, v domácnosti, na mateřské a rodičovské dovolené nebo v penzi. V jednotlivých sloupcích jsou postupně uvedeny údaje týkající se celého výběrového souboru (VS) a jeho mužské (M) a ženské části (Ž). Reprezentativnost výběrového vzorku vůči základnímu souboru v tomto parametru nebyla sledována, proto zde nejsou prezentovány údaje týkající se základního souboru (jistě zjevné disproporce například v podílu studentů jsou kompenzovány výše zmíněnou metodou přepočtu pomocí vah).

	VS	% VS	M	% M	Ž	% Ž
Student	1 629	33,0%	634	28,1%	995	37,2%
Zaměstnanec	1 839	37,3%	928	41,2%	911	34,0%
Podnikatel	389	7,9%	265	11,8%	124	4,6%
Nezaměstnaný	101	2,0%	62	2,8%	39	1,5%
V domácnosti	53	1,1%	6	0,3%	47	1,8%
Na mateřské	108	2,2%	2	0,1%	106	4,0%
V penzi	811	16,5%	357	15,8%	454	17,0%
Počet	4 930	100,0%	2 254	100,0%	2 276	100,0%

Tabulka 6 - Složení výběrového souboru podle ekonomické aktivity

2.8 Složení výběrového souboru podle hudebního vzdělání

V Tabulce 7 jsou v jednotlivých řádcích počty a procentuální podíly respondentů, kteří nemají žádné hudební vzdělání (respektive mají pouze obecné vzdělání na úrovni hudební výchovy na základních a středních školách), specializované vzdělání ze základních uměleckých škol nebo lidových škol umění (případně adekvátní soukromé) a profesní hudební vzdělání na úrovni konzervatoří a akademií nebo pedagogických fakult či kateder hudební vědy. V jednotlivých sloupcích jsou postupně uvedeny údaje týkající se celého výběrového souboru (VS) a jeho mužské (M) a ženské části (Ž).

	VS	% VS	M	% M	Ž	% Ž
Bez hud. vzděl.	3 702	75,1%	1 808	80,2%	1 894	70,8%
ZUŠ/LŠU/Soukr.	1 102	22,4%	390	17,3%	712	26,6%
Konz./Akademie	80	1,6%	41	1,8%	39	1,5%
PdF/Hud.věda	46	0,9%	15	0,7%	31	1,2%
Počet	4 930	100,0%	2 254	100,0%	2 276	100,0%

Tabulka 7 - Složení vzorku respondentů podle hudebního vzdělání

Reprezentativnost vzorku vůči základnímu souboru v tomto parametru nebyla sledována, proto zde nejsou údaje týkající se základního souboru uvedeny, nicméně získané údaje potvrzují výsledky jiných průzkumů (např. průzkumu české hudebnosti realizovaného v roce 2001 Mikulášem Bekem, viz Bek, 2003, nebo vlastního průzkumu vztahu obyvatel ČR ke kultuře, viz Bačuvčík, 2009), podle kterých má specializované hudební vzdělání na úrovni základních uměleckých škol zhruba patnáct procent české populace (v tabulce je u specializovaného vzdělání údaj 22,4 %, přepočítaný údaj podle vah jednotlivých demografických skupin je 15,9 %, viz dále). Pro účely dalších srovnávání u jednotlivých otázek průzkumu budou sloučeny skupiny osob s profesním hudebním vzděláním z konzervatoří, akademií, pedagogických fakult a kateder hudební vědy do jedné segmentační skupiny.

2.9 Složení výběrového souboru podle velikosti sídla

	ZS	% ZS	VS	% VS
< 2 tis.	2 753 159	26,3%	749	15,2%
2 - 10 tis.	2 149 099	20,5%	948	19,2%
10 - 50 tis.	2 224 958	21,3%	865	17,5%
> 50 tis.	2 107 115	20,1%	1 537	31,2%
Praha	1 233 211	11,8%	831	16,9%
Počet	10 467 542	100,0%	4 930	100,0%

Tabulka 8 - Složení vzorku respondentů podle velikosti sídla

V Tabulce 8 jsou v jednotlivých řádcích uvedeny počty a procentuální podíly respondentů, kteří žijí v sídlech jednotlivých velikostních skupin. V jednotlivých

sloupcích jsou údaje týkající se základního souboru (ZS; tyto údaje se netýkají osob ve věku 12 - 80, na něž byl zaměřen průzkum, ale celé populace) a výběrového souboru (VS). Obyvatelé sídel různé velikosti jsou rovnoměrně zastoupeni v jednotlivých demografických skupinách vymezených podle pohlaví, věku a vzdělání.

2.10 Složení výběrového souboru podle krajů

	ZS	% ZS	VS	% VS
Praha	1 064 549	11,9%	831	16,9%
Středočeský	1 047 333	11,7%	358	7,3%
Jihočeský	545 557	6,1%	87	1,8%
Plzeňský	490 449	5,5%	132	2,7%
Karlovarský	265 358	3,0%	33	0,7%
Ústecký	714 130	8,0%	147	3,0%
Liberecký	373 173	4,2%	65	1,3%
Královéhradecký	473 626	5,3%	172	3,5%
Pardubický	440 490	4,9%	308	6,2%
Vysočina	441 283	4,9%	343	7,0%
Jihomoravský	983 603	11,0%	747	15,2%
Olomoucký	550 521	6,1%	492	10,0%
Moravskoslezský	1 076 205	12,0%	689	14,0%
Zlínský	508 486	5,7%	526	10,7%
Počet	8 974 763	100,0%	4 930	100,0%

Tabulka 9 - Složení vzorku respondentů podle krajů

V Tabulce 9 jsou v jednotlivých řádcích uvedeny počty a procentuální podíly respondentů, kteří žijí v jednotlivých krajích. V jednotlivých sloupcích jsou údaje týkající se celého základního souboru (ZS) a výběrového souboru (VS). V jednotlivých demografických segmentačních skupinách vymezených podle pohlaví, věku a vzdělání jsou rovnoměrně zastoupeni obyvatelé jednotlivých krajů, s tím, že oproti základnímu souboru je zde poněkud více především obyvatel moravských krajů a Prahy.

2.11 Způsob vyhodnocení průzkumu

V následujících kapitolách jsou shrnuty výsledky I. i II. stupně třídění. Jako základní segmentační kritéria pro II. stupeň třídění bylo použito pohlaví, věk, vzdělání, zaměstnání, hudební vzdělání, velikost sídla a behaviorální kritéria preferovaného hudebního stylu a celkového vztahu k hudbě, které respondenti určili ve dvou z položených otázek. V následujícím textu nebude u procentuálních údajů uváděn znak procenta (%), tento znak je uváděn v záhlaví tabulek u označení jednotlivých segmentačních kritérií. Procentuální údaje jsou zaokrouhleny na jedno desetinné místo. Součet procentuálních hodnot v jednotlivých sloupcích označujících daný segment je vždy 100,0% (tzn. nejsou zde žádní respondenti, kteří by na některé otázky neodpověděli), v posledním řádku tabulek je celkový počet

respondentů v daném segmentu. Jiné než procentuální číselné údaje (absolutní hodnoty) jsou zaokrouhleny na dvě desetinná místa; tam, kde je použit ukazatel χ^2 , je použit procentuální zápis se třemi desetinnými místy a znakem procenta (netýká se posledních řádků jednotlivých tabulek označených „Test χ^2 “, kde je použit také zápis s jedním desetinným místem bez znaku procenta).

3 Vztah veřejnosti k hudbě a způsobům její konzumace

3.1 Vztah k hudbě

Svůj postoj k hudbě mohli respondenti vyjádřit v odpovědi na otázku „Jak byste popsal/a svůj celkový vztah k hudbě?“. Byly jim nabídnuty tyto varianty odpovědí: „Hudba mě fascinuje a neumím si život bez ní představit“ (viz v tabulkách řádek „Fascinuje mne“), „Hudbu mám rád/a a dlouho bez ní nevydržím“ („Mám ji rád/a“), „Hudbu mám rád/a, ale klidně se bez ní obejdu“ („Vydržím bez ní“), „Hudba mne příliš nezajímá a její poslech nevyhledávám“ („Nevyhledávám“) a konečně „Hudba je pro mne jen směs zvuků, které nedávají žádný smysl“ („Nedává smysl“).

	(%)	Pohl. (%)			Věk (%)							
	C	M	Ž	12	15	20	25	30	40	50	60	70
Fascinuje mne	17,8	18,5	17,1	33,6	37,2	34,0	25,7	20,1	10,6	9,6	8,4	11,0
Mám ji rád/a	36,9	33,6	40,1	40,2	41,0	41,9	40,0	40,6	38,0	37,6	33,5	17,3
Vydržím bez ní	31,8	32,1	31,5	22,6	17,8	20,2	27,3	28,5	37,0	37,6	36,4	42,4
Nevyhledávám	10,8	11,8	9,8	2,7	3,0	2,4	6,7	9,5	11,1	12,2	17,0	22,7
Nedává smysl	2,7	3,9	1,5	1,0	1,0	1,6	0,3	1,4	3,3	3,0	4,6	6,6
Počet	4930	2254	2676	474	716	651	573	614	530	499	459	414
Test χ^2		90,7	91,4	0,0	0,0	0,0	9,3	77,4	41,4	28,4	2,8	0,0

Tabulka 10 - Vztah k hudbě podle pohlaví a věku

	(%)	Vzdělání (%)					Velikost sídla (%)				
	C	ZŠ	OU	SŠ	VO	VŠ	<2	<10	<50	>50	Pha
Fascinuje mne	17,8	11,4	12,2	17,9	21,4	22,5	12,2	13,9	17,0	22,1	21,9
Mám ji rád/a	36,9	31,8	31,4	41,9	38,5	41,6	39,8	32,2	36,2	36,1	42,9
Vydržím bez ní	31,8	28,7	36,9	32,8	29,9	30,3	32,5	34,8	34,7	29,3	28,6
Nevyhledávám	10,8	21,4	15,7	6,0	8,9	5,1	12,4	15,7	9,5	10,0	4,9
Nedává smysl	2,7	6,8	3,8	1,3	1,3	0,5	3,0	3,4	2,7	2,5	1,6
Počet	4930	116	753	1404	258	1209	739	937	858	1565	831
Test χ^2		0,1	19,1	47,6	73,1	15,5	67,7	38,7	97,5	85,5	20,8

Tabulka 11 - Vztah k hudbě podle vzdělání a velikosti sídla

	(%)	Hud. vzděl. (%)				Ekonomická aktivita (%)						
	C	Obe	Spe	Pro	St	Za	Po	Nz	Do	Ma	Pe	
Fascinuje mne	17,8	14,7	28,6	64,3	38,1	17,7	16,7	20,1	2,2	11,9	7,9	
Mám ji rád/a	36,9	36,3	41,5	24,2	41,6	38,7	44,7	16,4	43,0	55,9	28,4	
Vydržím bez ní	31,8	33,7	24,4	10,3	17,9	33,7	28,9	19,9	35,0	29,2	40,3	
Nevyhledávám	10,8	12,2	4,7	1,2	1,7	7,8	8,8	36,2	17,5	2,9	18,1	
Nedává smysl	2,7	3,1	0,9	0,0	0,8	2,0	0,9	7,4	2,3	0,0	5,3	
Počet	4930	3702	1102	126	1629	1839	389	101	53	108	811	
Test χ^2		92,5	0,9	0,0	0,0	88,0	47,5	0,0	0,1	0,0	0,2	

Tabulka 12 - Vztah k hudbě podle hudebního vzdělání a ekonomické aktivity

V záhlaví tabulek je napřed uvedeno dané segmentační kritérium (Pohlaví, Věk a další), v dalším řádku pak jednotlivé segmenty vymezené na jeho základě, v předposledním řádku počet respondentů v daném segmentu (Počet) a v posledním řádku výsledek testu nezávislosti (Test χ^2) pro jednotlivé segmenty.⁴ V prvním sloupci tabulek jsou vždy uvedeny nabízené varianty odpovědí, následují výsledky celého výběrového souboru (C) a poté výsledky jednotlivých segmentů. Tento způsob znázornění a vyhodnocení je použit také v dalších kapitolách.

Velmi silný vztah k hudbě, charakterizovaný zde jako „fascinace“, udává necelá pětina respondentů, přičemž tento postoj je typický zejména pro osoby mladší třiceti let a pro respondenty s profesním hudebním vzděláním. Pozitivní vztah k hudbě kromě toho deklaruje další třetina respondentů, stejná část uvádí vztah v podstatě neutrální, nevalný zájem o hudbu je typický pro desetinu respondentů a necelá tři procenta uvádějí, že je pro ně hudba jen směs zvuků, které jim nedávají smysl. Tento postoj je naopak typický především pro respondenty starší šedesáti či sedmdesáti let a pro osoby se základním vzděláním, případně vyučené.

Jak vidno v tabulkách, postoj obou pohlaví k této otázce je prakticky totožný a rozdíl mezi odpověďmi je ze statistického hlediska nevýznamný (test χ^2 udává pro parametr pohlaví pravděpodobnost chybného stanovení shody na hladině 73,688% významnosti).⁵ Jako velmi významné se naopak jeví rozdíly v odpovědích jednotlivých věkových skupin (test χ^2 na hladině 0,000% významnosti), jak již bylo naznačeno, deklarovaný vztah mladších respondentů k hudbě je mnohem intenzivnější, což se projevuje jak ve frekvenci odpovědí vyjadřujících fascinaci hudbou, tak i celkově kladného postoje k hudbě (byť zde rozdíly v odpovědích nejsou tak výrazné a ukazatel se výrazně snižuje především až u nejvyšší věkové skupiny). Větší část respondentů z nejvyšších věkových skupin naopak deklaruje neutrální vztah k hudbě (narůstá již po čtyřicátém roce věku) a také postoj laxní („nevyhledávání poslechu“ postupně narůstá již po pětadvacátém roce věku), stejně jako zmiňované „neporozumění smyslu“ hudby (narůstá také již po čtyřicátém roce věku, výrazněji pak po šedesátém a sedmdesátém roce věku).

⁴ Výsledek vznikl porovnáním výsledků daného segmentu s výsledky celého výběrového souboru; jedná se o procentuální údaj zaokrouhlený na jedno desetinné místo, v kapitole 4 se pak pracuje s týmiž údaji zaokrouhlenými na tři desetinná místa; čím vyšší je tato hodnota, tím se výsledky daného segmentu více podobají celkovým výsledkům, naopak nízká hodnota značí vysokou nezávislost (rozdílnost) výsledků daného segmentu. Za statisticky významné se zpravidla považují rozdíly na hladině nižší než 5 %, respektive 1%. Lze si povšimnout, že největší shody zpravidla dosahují segmenty s nejvyšším počtem prvků, které díky tomu nejvíce ovlivňují celkové výsledky, toto pravidlo nicméně neplatí vždy. Tento test zjednodušeně řečeno ukazuje, které segmenty se chovají vzhledem k celé populaci spíše průměrně a které rozdílně, nenaznačuje ovšem, zda jde o rozdíl v „kladném“ či „záporném“ smyslu, což je informace naznačená konkrétními číselnými údaji v tabulkách.

⁵ Test χ^2 je zde v textu - narozdíl od údajů prezentovaných v tabulkách - vypočítán pro celé segmentační kritérium srovnáním výsledků všech segmentů vymezených dle daného kritéria s celkovými výsledky; vysoká hodnota blíží se 100% hladině značí, že dané segmentační kritérium není jako celek významné, protože výsledky jednotlivých skupin se neliší (což lze konfrontovat s výsledky v tabulkách), nízká hodnota blíží se 0% hladině naopak ukazuje na významné segmentační kritérium vykazující velké rozdíly ve výsledcích jednotlivých segmentů. Tento způsob vyhodnocení bude použit v celém textu.

Jako velmi významné se jeví také rozdíly v odpovědích respondentů s jednotlivými stupni vzdělání (test χ^2 na hladině 0,143% významnosti), přičemž platí, že obecně lepší či intenzivnější vztah k hudbě mají osoby s vyššími stupni vzdělání (mezi vysokoškoláky je „fascinovaných hudbou“ dvakrát více než mezi osobami se základním vzděláním i mezi vyučenými, zatímco osob nerozumějících hudbě je zde pouze půl procenta; je třeba připomenout, že pro vyhodnocení podle vzdělání byly uvažovány pouze osoby starší 20 let). Velmi dramatické rozdíly lze sledovat především v souvislosti s hudebním vzděláním (test χ^2 na hladině 0,000% významnosti), vzhledem k počtu respondentů zde i u dalších otázek platí, že osoby s obecným hudebním vzděláním (Obe; tedy pouze na úrovni hudební výchovy na základních či středních školách) zhruba určují průměr, zatímco osoby se specializovaným (Spe; na úrovni ZUŠ) nebo profesním (Pro) hudebním vzděláním se od něj v tomto případě velmi výrazně odchylojí (fascinaci hudbou uvádí téměř dvě třetiny osob s profesním hudebním vzděláním).

	(%)	Preferovaný hudební styl (%)									
	C	P/R	J/B	F/C	H/M	HiH	TaH	FoH	DeH	KVH	SVH
Fascinuje mne	17,8	14,8	24,2	8,1	33,8	40,6	31,9	4,5	5,6	33,5	35,2
Mám ji rád/a	36,9	42,9	34,2	36,8	42,8	42,4	43,2	19,2	27,8	28,7	13,9
Vydržím bez ní	31,8	35,1	28,8	41,7	18,4	14,2	19,8	40,8	44,0	30,4	35,7
Nevyhledávám	10,8	6,2	11,9	10,6	4,7	2,8	3,2	27,8	20,6	6,4	15,1
Nedává smysl	2,7	1,0	0,9	2,8	0,3	0,0	2,0	7,8	2,1	1,0	0,0
Počet	4930	1997	271	408	533	305	504	152	366	262	44
Test χ^2		30,3	40,0	8,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0

Tabulka 13 - Vztah k hudbě podle preferovaného hudebního stylu

Jisté, byť ze statistického hlediska ne příliš významné rozdíly, lze sledovat také v souvislosti s velikostí bydliště respondentů (test χ^2 na hladině 58,654% významnosti), přičemž ve větších městech nad padesát tisíc obyvatel (>50) a zejména v Praze je především více osob „fascinovaných“ hudbou, zatímco rozdíly u ostatních variant odpovědí nejsou až tak markantní. Některé zajímavé rozdíly lze vysledovat také v souvislosti s ekonomickou aktivitou či zaměstnáním respondentů (test χ^2 na hladině 0,000% významnosti), tyto rozdíly však přinejmenším v některých případech souvisejí s věkovým či vzdělanostním profilem zde vymezených skupin. Nejintenzivnější vztah k hudbě deklarují studenti (St), zatímco nejméně intenzivní zejména osoby v penzi (Pe) a v jistém smyslu také nezaměstnaní (Nz), mezi nimiž je velká část osob fascinovaných hudbou (zřejmě například nezaměstnaní absolventi) i osob hudbu nechápajících (pravděpodobně nezaměstnaní se základním vzděláním nebo vyučení). V podstatě totožné jsou zde odpovědi zaměstnanců (Za) a podnikatelů (Po), spíše pozitivní vztah k hudbě mají osoby na mateřské či rodičovské dovolené (Ma) a neutrální vztah osoby v domácnosti (Do).

Z praktického hlediska může být velmi zajímavé srovnání odpovědí skupin respondentů vyčleněných podle hudebního stylu (nadále bude řeč o hudebních stylech, byť se jedná spíše o jakési typy hudby zahrnující různé dílčí styly, druhy a žánry, viz dále), který oni sami označili jako svůj nejoblíbenější či nejčastěji poslouchaný (viz dále). Jak vidno v tabulce, odpovědi příznivců jednotlivých stylů

jsou v některých případech značně rozdílné (test χ^2 na hladině 0,000% významnosti). Je třeba upozornit, že počet příznivců jednotlivých stylů se výrazně liší, vzhledem k počtu respondentů je možné považovat výsledky příznivců popu a melodického rocku (P/R) za určující průměr, nejvíce osob fascinovaných hudbou je mezi přívrženci hip hopu (HiH), hard rocku a metalu (H/M), soudobé (SVH) a klasické (KVH) vážné hudby a také taneční hudby (TaH), průměru v podstatě odpovídají odpovědi příznivců jazzu a blues (J/B), zatímco postoje posluchačů folku a country (F/C), dechové (DeH) a folklórní (FoH) jsou již spíše neutrální (v posledních dvou skupinách je také nejvíce těch, kteří poslech hudby vůbec nevyhledávají, případně hudbu považují za směs zvuků bez většího smyslu). Také v tomto případě můžeme samozřejmě na základě profilu příznivců jednotlivých stylů (viz dále) uvažovat o souvislostech s rozdíly podle věku či vzdělání, v některých případech se nicméně dají sledovat rozdíly v postojích k hudbě také tam, kde jsou profily příznivců velmi podobné.

Celkově je tedy možné shrnout, že intenzivní vztah k hudbě mají podle těchto odpovědí zejména mladí lidé, studenti, osoby s vyššími stupni hudebního i všeobecného vzdělání. Zejména segmentace podle věku se v tomto případě jeví jako významná, protože hudba představuje pro mladé lidi faktor společenské identifikace (v rámci různých subkultur či jiných referenčních skupin), námět pro konverzaci mezi známými i neznámými lidmi a významnou výplň volného času (soustředěný nebo nesoustředěný „kulisový“ poslech hudby) a tím se může stát také významným obchodním artiklem, byť je na druhou stranu zřejmé, že větší část hudby, kterou mladí lidé poslouchají, si nikdy nekoupí (lidé mladší třiceti let výrazně více kopírují nahrávky než nakupují, přičemž je vyšší jak celkový podíl kopírujících, tak i podíl osob kopírujících větší množství nahrávek, viz Bačuvčík, 2009).

3.2 Čas věnovaný poslechu hudby

O tom, jakou část dne lidé věnují poslechu hudby, vypovídají odpovědi na otázku „Kolik času denně obvykle (průměrně) věnujete poslechu hudby? (rozumí se jak cílený poslech, tak i situace, kdy Vám hudba hraje jako kulisa k jiným činnostem)?“. Respondentům byly nabídnuty odpovědi obsažené v levém sloupci tabulek, s tím, že řádek „Ne“ reprezentuje možnost „0“ (neposlouchám), řádek „Ano“ představuje součet všech zbývajících nabízených variant odpovědí („méně než jednu hodinu“ až „8 hodin a více“; odpověď „ano“ tedy v dotazníku nebyla, tento údaj vznikl až při vyhodnocení).

Necelých pět procent respondentů tedy podle svých slov hudbu vůbec neposlouchá (takových respondentů je opět nejvíce v nejvyšších věkových skupinách a mezi osobami se základním vzděláním; jak vyplývá z formulace otázky, je zde řeč o zaujatém poslechu i situaci, kdy hudba hraje jako kulisa, což je jistě důvod, proč je podíl poslouchajících tak vysoký), zastoupení zbývajících respondentů v jednotlivých zde vymezených časových skupinách je relativně vyvážené, k velmi intenzivním posluchačům hudby (pět a více hodin denně) se řadí necelá pětina

5 Komparace výsledků

Jak bylo již několikrát zmíněno, výzkum, jehož výsledky jsou zde komentovány, do jisté míry v předmětu studia navazoval na výzkum Mikuláše Beka z roku 2001 (Bek, 2003).

Žánr	(%)	Věk					
	C	18-24	25-29	30-39	40-49	50-59	60-75
Country & Western	3,61	2,91	3,27	3,71	<u>4,03</u>	<u>3,90</u>	3,63
Pop	3,58	3,71	<u>4,05</u>	3,76	3,75	3,36	3,04
Muzikál	3,53	3,36	3,40	<u>3,80</u>	3,64	3,63	3,29
Rock 60. let	3,52	3,39	3,58	3,63	3,79	3,54	3,18
Folk	3,36	2,83	3,26	3,55	3,71	3,43	3,32
Disco 80. let	3,34	3,58	3,86	3,76	3,63	3,12	2,29
Rock'n'roll	3,28	3,31	3,46	3,47	3,55	3,30	2,63
Lidová hudba	3,23	2,28	2,67	2,87	3,42	3,65	4,14
Rock	3,19	<u>3,76</u>	3,58	3,51	3,41	2,88	2,18
Dechovka	2,93	<u>1,82</u>	<u>2,16</u>	<u>2,34</u>	3,04	3,50	<u>4,21</u>
Opereta	2,87	2,18	2,39	2,70	2,89	3,18	3,57
Klasická vážná hudba	2,81	2,60	2,56	2,87	2,78	2,75	3,19
Nezávislý rock	2,77	3,19	3,08	2,95	2,88	2,34	2,02
Současná taneční hudba	2,67	3,60	3,17	2,70	2,67	2,21	1,76
Etnická hudba	2,57	2,91	2,77	2,76	2,55	2,11	2,39
Opera	2,54	2,03	2,20	2,47	2,50	2,70	3,15
Tradiční jazz	2,53	2,34	2,36	2,28	2,49	2,70	2,89
Soudobá vážná hudba	2,40	2,23	2,29	2,51	2,31	2,43	2,62
Moderní jazz	2,37	2,44	2,33	2,27	2,43	2,37	2,32
Hard core	2,04	2,82	2,47	<u>2,04</u>	1,94	1,57	<u>1,33</u>
Heavy metal	2,02	2,82	2,51	2,17	<u>1,93</u>	<u>1,52</u>	1,37

Tabulka 192 - Obliba jednotlivých hudebních žánrů dle věku (Zdroj: Bek, 2003)

	(%)	Věk (%)								
	C	12	15	20	25	30	40	50	60	70
Pop/mel. rock	55,1	64,5	65,6	66,4	67,7	70,2	67,2	47,4	29,0	18,6
Folk a country	19,0	5,9	9,0	10,7	9,3	15	25,1	31,3	24,4	15,8
Taneční hudba	18,7	48,8	39,5	37,0	32,6	19,5	12,3	8,3	9,7	2,7
Hardrock/met.	16,0	25,8	31,8	24,5	20,8	22,1	20,3	8,8	1,9	0,9
Jazz a blues	12,8	5,6	14,1	10,7	13,8	17,1	13,9	12,1	11,4	7,1
Dechovka	12,8	0,6	0,2	0,7	0,8	1,8	5,8	13,8	38,3	48,0
Hip hop	10,3	49,7	33,6	28,5	17,9	7,4	4,6	1,6	0,2	0,4
Klasická VH	9,6	7,4	4,2	4,0	5,6	7,4	8,5	12,8	12,9	20,2
Folklór	8,8	4,1	1,5	2,0	2,0	2,6	7,5	9,4	21,4	25,5
Soudobá VH	4,1	5,1	2,2	3,5	3,1	5,0	2,3	4,4	4,9	6,5
Počet	4930	474	716	651	573	614	530	499	459	414

Tabulka 193 - Častý poslech jednotlivých stylů podle pohlaví a věku

Použité otázky byly nicméně rozdílné, takže přímé srovnání výsledků není možné. Alespoň pro orientační srovnání je nicméně možné vedle sebe prezentovat výsledky odpovědí na otázky, které se týkaly vztahu k jednotlivým hudebním žánrům.

Žánr	(%)	Pohlaví		Vzdělání			
	C	M	Ž	ZŠ	OU	SŠ	VŠ
Country & Western	3,61	<u>3,58</u>	3,64	3,36	<u>3,69</u>	3,63	3,69
Pop	3,58	3,50	3,66	3,26	3,67	3,64	3,65
Muzikál	3,53	3,15	<u>3,91</u>	3,21	3,48	<u>3,74</u>	3,65
Rock 60. let	3,52	3,48	3,55	3,29	3,44	3,70	3,69
Folk	3,36	3,33	3,39	3,13	3,30	3,45	<u>3,78</u>
Disco 80. let	3,34	3,31	3,37	3,01	3,44	3,52	3,03
Rock'n'roll	3,28	3,30	3,27	2,98	3,21	3,51	3,43
Lidová hudba	3,23	3,10	3,36	<u>3,46</u>	3,23	3,04	3,47
Rock	3,19	3,39	3,00	2,86	3,12	3,48	3,22
Dechovka	2,93	2,86	2,99	3,27	3,11	2,62	2,58
Opereta	2,87	2,53	3,18	2,85	2,75	2,97	3,07
Klasická vážná hudba	2,81	2,67	2,95	2,64	2,55	2,97	3,62
Nezávislý rock	2,77	2,92	2,62	2,64	2,65	2,98	2,78
Současná taneční hudba	2,67	2,73	2,62	2,78	2,66	2,80	2,17
Etnická hudba	2,57	2,62	2,52	2,47	2,49	2,69	2,61
Opera	2,54	<u>2,27</u>	2,80	2,38	2,32	2,70	3,16
Tradiční jazz	2,53	2,56	2,50	2,34	2,35	2,71	3,01
Soudobá vážná hudba	2,40	<u>2,27</u>	2,53	2,20	2,26	2,56	2,82
Moderní jazz	2,37	2,40	2,34	2,25	2,23	2,56	2,54
Hard core	2,04	2,33	1,74	1,97	2,10	<u>2,13</u>	<u>1,69</u>
Heavy metal	2,02	2,36	<u>1,71</u>	<u>1,88</u>	<u>2,07</u>	<u>2,13</u>	1,79

Tabulka 194 - Obliba jednotlivých hudebních žánrů dle pohlaví (Zdroj: Bek, 2003)

	(%)	Pohl. (%)		Vzdělání (%)				
	C	M	Ž	ZŠ	OU	SŠ	VO	VŠ
Pop/mel. rock	55,1	51,9	58,2	29	49,6	64,1	57,5	66,2
Folk a country	19,0	20,3	17,8	18,6	19,7	21,4	21,7	20,7
Taneční hudba	18,7	17,8	19,6	14,6	13,3	20,2	17,4	14,2
Hardrock/met.	16,0	24,8	7,5	4,2	15,4	16,6	13,4	17,5
Jazz a blues	12,8	14,8	10,8	1,9	8,8	14,6	25,1	27
Dechovka	12,8	9,6	16,1	34,7	15,0	9,5	9,4	4,7
Hip hop	10,3	12,0	8,6	1,4	6,2	9,8	9,4	7,6
Klasická VH	9,6	8,5	10,6	6,8	6,6	10,0	18,9	19,8
Folklór	8,8	7,7	9,8	13,8	10,1	7,4	13,1	7,1
Soudobá VH	4,1	3,6	4,6	0,7	2,8	4,3	10,6	9,2
Počet	4930	2254	2676	116	753	1404	258	1209

Tabulka 195 - Častý poslech jednotlivých stylů podle vzdělání a velikosti sídla

Bek ve svém výzkumu nechal respondenty hodnotit celkem 21 žánrů, které měli respondenti hodnotit na pětistupňové škále 5 = poslouchám velmi rád, 3 = poslech nevadí, 1 = poslouchám velmi nerad. Výsledky jsou prezentovány v tabulkách v této kapitole, přičemž daná čísla představují průměrné hodnocení (čím vyšší, tím lepší vztah k žánru). Žánry jsou seřazeny dle celkového pořadí, pro větší

přehlednost jsou v jednotlivých skupinách normálním písmem nadprůměrné výsledky (>3,0) a kurzívou výsledky podprůměrné. Žánry, které se umístily na prvním a posledním místě, jsou navíc podtrženy.

Tyto výsledky jsou konfrontovány se závěry vlastního průzkumu, kde otázka nezněla na vztah k danému žánru (typu hudby), ale na frekvenci poslechu. V tabulkách v této kapitole je u příslušných žánrů uvedeno procento respondentů, kteří uvedli, že daný žánr poslouchají alespoň několikrát týdně (častý poslech). Jak je vidět, výsledky jsou v některých aspektech podobné, často se ovšem podstatně liší. Z vlastního výzkumu vyplývá, že zdaleka největší část respondentů poslouchá často pop a melodický rock, v Bekově průzkumu se ovšem pop těší dokonce o něco menší oblibě než country & western. Současná taneční hudba a metal jsou podle Bekova výzkumu hodnoceny převážně negativně, podle vlastního výzkumu je ovšem přece jen často poslouchá významná část respondentů. Tyto výsledky samozřejmě mohou být do značné míry ovlivněny faktem, že Bekova výzkumu se účastnili pouze respondenti starší 18 let. S tím jistě souvisí i Bekem konstatovaná větší podpora lidového hudby, kterou však podle vlastního výzkumu (zde jako folklór) často poslouchá menší část respondentů. V obou případech se výsledky více či méně shodují v případě podpory klasické a soudobé vážné hudby.

Přes tyto rozdíly je nicméně možné poukázat na podobnost v rozdílech v přístupu k jednotlivým hudebním žánrům u sledovaných věkových skupin. To je samozřejmě výborně viditelné zejména u žánrů, jejich publikum je výrazně věkově polarizováno (taneční hudba, hard rock a metal nebo naopak folklór a dechovka), avšak zřejmé je to i u žánrů, kde tato polarizace není tak výrazná (je zajímavé si porovnat například výsledky u klasické a soudobé vážné hudby, u Beka též tradičního a moderního jazzu).

Podobné souvislosti lze konstatovat také v případě srovnání dle pohlaví, kde lze konstatovat například lepší vztah k dechovce nebo folklórní hudbě u žen nebo naopak k hard rocku a metalu u mužů, jsou zde nicméně také rozdíly - podle Beka mají lepší vztah k folku a country ženy, podle vlastního průzkumu jsou to spíše muži (jedná se nicméně o žánry, kde rozdíly nejsou nijak dramatické).

Toto srovnání je samozřejmě třeba vnímat především jako orientační, poněvadž otázky kladené v obou průzkumech byly rozdílné, podobně jako byla rozdílná metoda dotazování, na druhou stranu je zřejmé, že alespoň některé aspekty vztahu veřejnosti k hudbě jsou potvrzovány oběma výzkumy.

Závěr

Tato studie se pokusila přispět k diskusi nad otázkou, jaký mají jednotlivé části veřejnosti vztah k hudbě a jak se tento vztah reálně projevuje v jejich nákupním chování na trzích s hudbou. Jak bylo ukázáno v jednotlivých kapitolách, vztah lidí k hudbě je velmi intenzivní, nedá se ovšem říct, že by tato intenzita byla stejná u celé populace. Potvrdilo se, že hudba je velmi významným fenoménem zejména pro mladé lidi do 25 let, ještě důležitějším kritériem než věk je ovšem to, zda ještě studují, nebo již pracují. Zatímco mladí studující jsou podle svých slov hudbou zcela fascinováni a neumí si často život bez ní představit, mladí pracující již jsou k tomuto fenoménu poněkud chladnější, byť hudbu celkově poslouchají i delší část dne, ovšem spíše jako zvukovou kulisu. Intenzita vztahu k hudbě se pak významně snižuje po čtyřicátém a sedmdesátém roce věku člověka. Celkově by se dalo říci, že věk a ekonomická aktivita (zejména v polaritě ekonomicky aktivní - ekonomicky neaktivní) má velmi významnou souvislost s rozdíly v odpovědích jednotlivých skupin veřejnosti.

Na druhou stranu platí, že spíše než s demografickými kritérii souvisí rozdíly ve vztahu k hudbě s kritérii behaviorálními, tedy v tomto případě s tím, jaký hudební styl posluchači preferují nebo jaký vztah k hudbě celkově deklarují. Jednoznačně rozlišit vliv demografických a behaviorálních segmentačních kritérií nicméně nelze, neboť v podobě výsledného nákupního chování spolu velmi úzce souvisejí.

Třebaže intenzita vztahu k hudbě i způsoby jejího poslechu se u různých částí veřejnosti liší, dalo by se říci, že až na výjimky všichni očekávají od hudby zhruba totéž, respektive že si s ní spojují podobné hodnoty. Pro většinu veřejnosti hudba slouží především jako kulisa k jiným činnostem, která dotváří dojem pohody či podněcuje k relaxaci a zábavě, v případě mladších ročníků je také výrazným energizujícím faktorem. Menší část populace se zabývá hudební strukturou nebo verbální stránkou hudby; na druhou stranu velká část veřejnosti vnímá jako důležitou osobnost tvůrců hudby, a to ve větší míře než to, zda poslouchají podobnou hudbu jako jejich známí či přátelé.

Tato studie je součástí dlouhodobého výzkumu nákupního chování na trzích kulturních produktů (viz Bačuvčík, 2009a, Bačuvčík, 2009b), který se postupně zabývá vztahy mezi poptávkovou stranou jednotlivých trhů kulturních produktů i podrobnou deskripcí stavu a vývoje preferencí při nákupním chování obyvatel České republiky na těchto trzích.

Summary

This study deals with the relationship of the parts of the public towards the music and with the buying behavior on music markets. The research confirmed different intensity of relationship towards the music within the society. Music is very important for young people up to 25 years of age, rather studying than working. While young students are, according to their words, fascinated by music and they cannot imagine living without it, the attitudes of young employees or entrepreneurs are more tepid.

On the other hand, the attitudes towards music depend on behavioral criteria more than on demographic ones, that means that the preferred style of music or declared relationship to music influences real buying behavior more than gender, age or education. Anyway, it is not easy to differentiate the influence of demographic and behavioral criteria on the basis of the research outcome, because they both influence the buying behavior hand in hand.

Although the intensity of the relationship towards music and ways of listening to it significantly varies, we could say that with the few exceptions particular parts of public relate music with very similar values. For most of the public music mainly serves as a background to other activities, which supports the feeling of comfort and encourages them to relax and entertain, in case of young people it is also a significant energizing factor. A smaller part of the population is engaged in a musical structure or a verbal aspect of music, on the other hand, significant part of the public perceives personalities of music makers more important than the impact of their social reference groups.

This study is part of a long-term survey of buying behavior on the cultural products markets examining relationship between the demand sides of the particular cultural products markets and describing these markets in terms of the condition and evolution of preferences of buying behavior of the Czech Republic inhabitants on these markets.

Seznam zkratek

C - celkem	OU - učiliště (vyučení)
CD - kompaktní disk	OVz - obecné vzdělání
ČR - Česká republika	P/R - pop a melodický rock (posluchači)
DeH - dechová hudba, dechovka (posluchači)	PdF - pedagogická fakulta
Do - osoby v domácnosti	Pe - osoby v penzi
DVD - digitální video disk	Po - podnikatelé
EA - ekonomická aktivita	poč. - počítač
F/C - folk a country (posluchači)	Pohl. - pohlaví
Fas - osoby fascinované hudbou (velmi intenzivní vztah)	Pr - pracující
FoH - folklórní hudba (posluchači)	Pro - profesní hudební vzdělání
H/M - hard rock a metal (posluchači)	Spe - specializované hudební vzdělání (ZUŠ/LŠU)
HiH - hip hop (posluchači)	SŠ - střední škola (středoškolské vzdělání)
Hud. - hudba/hudební	St - studenti/studující
HVz - hudební vzdělání	SVH - soudobá vážná hudba (posluchači)
Ind - osoby s neutrálním vztahem k hudbě (indiferentní)	TaH - taneční hudba/techno (posluchači)
J/B - jazz a blues (posluchači)	tis. - tisíc
Konz. - konzervatoř	USD - americký dolar
KVH - klasická vážná hudba (posluchači)	VH - vážná hudba
LŠU - lidová škola umění	VO - vyšší odborná škola (vzdělání)
M - muži	VS - výběrový soubor
Ma - osoby na mateřské/rodičovské dovolené	VŠ - vysoká škola (vzdělání)
MC - magnetofonová kazeta	Za - zaměstnanci
mel. - melodický	Zau - osoby zaujaté hudbou (kladný vztah)
měs. - měsíc/měsíčně	ZS - základní soubor
met. - metal	ZŠ - základní škola (základní vzdělání)
Nev - osoby nevyhledávající hudbu	ZUŠ - základní umělecká škola
Nz - nezaměstnaní	Ž - ženy
Obe - obecné hudební vzdělání (ZŠ/SŠ)	<10 - obce s méně než 10 tisíci obyvatel
Odm - osoby odmítající hudbu (negativní vztah)	<2 - obce s méně než 2 tisíci obyvatel
	<50 - obce s méně než 50 tisíci obyvatel
	>50 - obce s více než 50 tisíci obyvatel

Dotazník

Vážená paní, vážený pane,

rádi bychom Vás požádali o vyplnění tohoto dotazníku, který slouží k průzkumu vztahu obyvatel České a Slovenské republiky starších deseti let k hudbě a který je realizován na Fakultě multimediálních komunikací Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně. Pokyny k vyplnění jsou uvedeny u každé otázky. Dotazník je zcela anonymní a bude využit pouze pro nekomerční a studijní účely.

Děkujeme Vám za vyplnění dotazníku a přejeme Vám hezký den.

1. Jak byste popsal/a svůj celkový vztah k hudbě? (vyberte a zakroužkujte jeden výrok)

- a) Hudba mě fascinuje a neumím si život bez ní představit
- b) Hudbu mám rád/a a dlouho bez ní nevydržím
- c) Hudbu mám rád/a, ale klidně se bez ní obejdu
- d) Hudba mne příliš nezajímá a její poslech nevyhledávám
- e) Hudba je pro mne jen směs zvuků, které nedávají žádný smysl

2. Kolik času denně obvykle (průměrně) věnujete poslechu hudby? (rozumí se jak cílený poslech, tak i situace, kdy Vám hudba hraje jako kulisa k jiným činnostem - vyberte jednu možnost)

- a) 0 b) méně než 1 hodinu c) 1 - 2 hodiny d) 2 - 3 hodiny e) 3 - 5 hodin f) 5 - 8 hodin
- g) 8 hodin a víc

3. Z jakého zdroje posloucháte hudbu? (vyberte všechny možnosti, které využíváte)

- a) CD/DVD přehrávač (minivěž apod.) b) CD/DVD přehrávač v počítači
- c) Hudební soubory v počítači d) Přenosný přehrávač mp3, iPod ap.
- e) Mobilní telefon f) Rozhlasové vysílání g) Televizní vysílání
- h) Přenosný přehrávač MC nebo CD i) Magnetofon j) Gramofon k) On-line z internetu

4. Kde posloucháte hudbu? (vyberte všechny možnosti, které využíváte)

- a) doma b) v zaměstnání c) venku, ve městě d) ve vlaku, v autobuse
- e) při řízení auta f) u přátel

5. Jak často posloucháte hudbu těchto stylů? (rozumí se situace, kdy si Vy sám/sama pustíte nahrávku, rozhlas nebo televizi, nebo jdete na koncert, bez ohledu na to, zda u poslechu případně děláte ještě něco jiného - u každého stylu označte křížkem v tabulce podle toho, jak často jej obvykle posloucháte)

	a) (téměř) denně	b) několikrát týdně	c) několikrát měsíčně	d) méně často	e) nikdy
a) pop a melodický rock					
b) jazz a blues					
c) folk a country					
d) hard rock a metal					
e) hip hop					
f) taneční hudba/techno					
g) folklór					
h) dechovka					
i) klasická vážná hudba					
j) soudobá vážná hudba					

Z hudebních stylů nabízených v předcházející tabulce vyberte jeden, který je Váš nejoblíbenější nebo jej nejčastěji posloucháte. Další sada otázek se bude týkat toho, při jakých příležitostech a jakým způsobem posloucháte hudbu tohoto Vámi vybraného stylu (pokud hudbu neposloucháte, přejděte k otázce č. 14).

6. Váš nejoblíbenější hudební styl je: (zakroužkujte jeden styl):

- a) pop, melodický rock b) jazz a blues c) folk a country d) hard rock a metal e) hip hop
f) taneční hudba/techno g) folklór h) dechovka i) klasická vážná hudba j) soudobá vážná hudba

7. Jakým způsobem nejčastěji posloucháte hudbu tohoto Vámi vybraného stylu? (vyberte jeden výrok)

- a) Soustředím se jenom na hudbu a přemýšlím o ní, nedělám při tom nic jiného
b) Zavřu oči, relaxuji, medituji, nic nedělám, ale myslím při poslechu na něco jiného
c) Pustím si ji a přitom dělám něco jiného (např. domácí práce, učím se, čtu, prohlížím internet...)
d) Hudba mi hraje celý den a vlastně ji moc nevnímám

8. Souvisí poslech hudby tohoto stylu s Vaší náladou? (vyberte jeden výrok)

- a) Tuto hudbu poslouchám především když mám dobrou náladu
b) Tuto hudbu poslouchám především když mám špatnou náladu
c) Tuto hudbu poslouchám kdykoliv bez ohledu na svou momentální náladu

9. Co se Vám na hudbě Vámi vybraného stylu líbí (proč ji posloucháte)? (ohodnoťte všechny výroky)

- | | | | |
|--|-------------|------------------|---------------|
| a) Zajímají mne slova a jejich poselství | a) důležité | b) málo důležité | c) nedůležité |
| b) Je v ní humor a zábava | a) důležité | b) málo důležité | c) nedůležité |
| c) Jsou v ní zajímavé hudební nápady | a) důležité | b) málo důležité | c) nedůležité |
| d) Je příjemná jako zvuková kulisa | a) důležité | b) málo důležité | c) nedůležité |
| e) Poslouchají ji moji známí a přátelé | a) důležité | b) málo důležité | c) nedůležité |
| f) Obdivuji lidi, kteří ji tvoří a hrají | a) důležité | b) málo důležité | c) nedůležité |

10. Vyberte 3 - 7 pojmů, které podle Vás nejlépe charakterizují hudbu tohoto Vámi vybraného stylu:

- | | | | | |
|----------------|-------------|--------------|----------------|------------|
| 1) duchovno | 2) elegance | 3) energie | 4) harmonie | 5) hluk |
| 6) humor | 7) chaos | 8) inspirace | 9) klid | 10) krása |
| 11) mládí | 12) pohoda | 13) přátelé | 14) serióznost | 15) smutek |
| 16) společnost | 17) ticho | 18) tradice | 19) tvrdost | 20) umění |
| 21) vášeň | 22) vzdor | 23) zábava | 24) zralost | |

11. Kolik nahrávek (počet CD+DVD) tohoto stylu jste si koupil/a za posledních 12 měsíců?

- a) 0 b) 1 - 2 c) 3 - 5 d) 6 - 12 e) 13 - 20 f) 21 - 30 g) 30 - 50 h) 51 a více

12. Kolik nahrávek (počet CD+DVD) tohoto stylu jste si zkopíroval/a (přepálil/stáhl/a) za posl. 12 měs.?

- a) 0 b) 1 - 2 c) 3 - 5 d) 6 - 12 e) 13 - 20 f) 21 - 30 g) 30 - 50 h) 51 a více

13. Kolikrát jste za posledních 12 měsíců byl/a na koncertě (živém provedení) tohoto stylu hudby?

- a) 0 b) 1 - 2 c) 3 - 5 d) 6 - 12 e) 13 - 20 f) 21 - 30 g) 30 - 50 h) 51 a více

Statistické údaje

14. Pohlaví: a) muž b) žena

15. Věk: a) -15 b) 15-19 c) 20-24 d) 25-29 e) 30-39 f) 40-49
g) 50-59 h) 60-69 i) +70

16. Vzdělání (včetně studujících): a) ZŠ b) vyučen c) SŠ d) VOŠ e) VŠ

17. Hudební vzdělání: a) žádné b) ZUŠ/LŠU/soukromé
c) konzervatoř/akademie d) pedagogická fakulta/hudební věda

18. Povolání: a) student b) zaměstnanec c) podnikatel
d) nezaměstnaný e) v domácnosti
f) na mateřské dovolené g) v penzi

19. Velikost bydliště: a) do 2 tis. obyvatel b) 2 - 5 tis. obyvatel c) 5 - 10 tis. obyvatel
d) 10 - 50 tis. obyvatel e) 50 - 100 tis. obyvatel f) nad 100 tis. obyvatel

20. Kraj:

a) Praha	b) Středočeský	c) Jihočeský
d) Plzeňský	e) Karlovarský	f) Ústecký
g) Liberecký	h) Královéhradecký	i) Pardubický
j) Vysočina	k) Jihomoravský	l) Olomoucký
m) Moravskoslezský	n) Zlínský	o) Banskobystrický
p) Bratislavský	q) Košický	r) Nitrianský
s) Prešovský	t) Trenčianský	u) Trnavský
v) Žilinský		

Bibliografický záznam

- [1] ANDREASEN, A. R. *Expanding the Audience for the Performing Arts* [online] (c) 1987. Dostupné z: <<http://eric.ed.gov/ERICWebPortal/contentdelivery/servlet/ERICServlet?accno=ED289804>>
- [2] BAČUVČÍK, R. *Divadlo, filharmonie a studenti : mladí lidé jako cílová skupina marketingu kulturních institucí*. Vyd. 1. Zlín: VeRBuM, 2008. 1 CD-ROM. ISBN 978-80-904273-0-3
- [3] BAČUVČÍK, R. *Hudba jako institucionalizovaný produkt a její marketingová komunikace*. Zlín, 2005[a]. 157 s. + 78 s. příloh. Diplomová práce na Univerzitě Tomáše Bati ve Zlíně, Fakultě multimediálních komunikací, katedře marketingových komunikací.
- [4] BAČUVČÍK, R. *Kultura a my : vztahy na poptávkové straně trhů kulturních produktů*. Vyd. 1. Zlín: VeRBuM, 2009[a]. 200 s. ISBN 978-80-904273-2-7
- [5] BAČUVČÍK, R. *Nákupní chování obyvatel České republiky na trzích kulturních produktů 2008*. Vyd. 1. Zlín: VeRBuM, 2009[b]. 1 CD-ROM. ISBN 978-80-904273-1-0
- [6] BEK, M. *Konzervatoř Evropy? K sociologii české hudebnosti*. Vyd. 1. Praha: KLP, 2003. 280 s. ISBN 80-85917-99-8
- [7] BEK, M. *Vybrané problémy hudební sociologie*. Vyd. 1. Olomouc: Vydavatelství Univerzity Palackého, 1993. 95 s. ISBN 80-7067-318-4
- [8] BYRNES, W. J. *Management and the Arts*. Vyd. 3. Burlington: Focal Press, 2003. 351 s. ISBN 0-240-80537-2
- [9] CEJP, M., MAŘÍKOVÁ, I. *Postoje české veřejnosti k hudebnímu umění*. Praha: Ústav pro výzkum kultury, 1978. 152 s.
- [10] *Co děláme ve svém volném čase* [online]. Praha: Centrum pro výzkum veřejného mínění, 2007. [cit. 2009-07-16] Dostupné z: <www.cvvm.cas.cz/upl/zpravy/100351s_oz40426.pdf>
- [11] COLBERT, F. a kol. *Marketing Culture and the Arts*. Vyd 2. Montreal: Paul & Pub Consortium, 2001. 262 s. ISBN 2-89105-552-7
- [12] DIGGLE, K. *Arts Marketing*. Vyd. 1. London: Rhinegold Publishing Limited, 1994. 293 s. ISBN 0-946890-58-7
- [13] DORŮŽKA, L. *Populárna hudba - priemysel, obchod, umenie*. Vyd. 1. Bratislava: Opus, 1978. 258 s.
- [14] FORET, M. STÁVKOVÁ, J. *Marketingový výzkum: jak poznávat své zákazníky*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2003. 159 s. ISBN 8024703858
- [15] FRANĚK, M. *Hudební a environmentální psychologie* [online]. c2004. [cit. 2005-01-19]. <<http://www.volny.cz/mfranek>>
- [16] FRANĚK, M. *Hudební psychologie*. Vyd. 1. Praha: Nakladatelství Karolinum, 2005. 238 s. ISBN 80-246-0965-7
- [17] FUKAČ, J. *Hudební estetika jako konkretizace obecné estetiky a muzikologická disciplína*. Vyd. 2., přepr. Brno: Masarykova univerzita v Brně, 2001. 168 s. ISBN 80-210-2575-1

- [18] HILL, L., O'SULLIVAN, C., O'SULLIVAN, T. *Creative Arts Marketing*. Vyd. 2. Amsterdam, Boston, Hiedelberg: Butterworth-Heinemann, 2007. 360 s. ISBN 978-0-7506-5737-2
- [19] HNIKOVÁ, P. Sound art. In: Poledňák, I. a kol. *Proměny hudby v měnícím se světě*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2007[a]. s. 99 - 106 (celkem 352 s.). ISBN 978-80-244-1809-4
- [20] HOŘÍNKOVÁ, A. *Koncertní publikum Moravské filharmonie Olomouc - sociologická sonda*. Olomouc: 1999. 67 s + 80 s. příloh. Bakalářská práce na katedře muzikologie Filozofické fakulty Univerzity Palackého v Olomouci (vedoucí práce PhDr. M. Bek, PhD.)
- [21] CHALOUPEKOVÁ, H. *Hudba ve světle principů masové komunikace. Populární hudba jako platforma multikulturního střetávání*. In: *Opus musicum* 4/2005. s. 9-14. ISSN 0862-8505
- [22] CHALOUPEKOVÁ, H. *Multikulturalismus v populární hudbě*. Olomouc, 2004. 278 s. Disertační práce na katedře muzikologie Filozofické fakulty Univerzity Palackého v Olomouci (vedoucí práce prof. PhDr. Ivan Poledňák, DrSc.)
- [23] CHONG, D. *Arts Management*. Vyd. 1. London, New York: Routledge: 2002. 156 s. ISBN 0-415-23682-7
- [24] JIRÁNEK, J. *Hudební sémantika a sémiotika*. Vyd. 1. Olomouc: Vydavatelství Univerzity Palackého, 1996. 140 s. ISBN 80-7067-649-3
- [25] JOHNOVÁ, R. *Marketing kulturního dědictví a umění*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2008. 288 s. ISBN 978-80-247-2724-0
- [26] KERRIGAN, F., FRASER, P., ÖZBILGIN, M. *Arts Marketing*. Vyd. 1. Amsterdam, Boston, Heidelberg: Elsevier Butterworth-Heinemann, 2004. 223 s. ISBN 0-7506-5968-8
- [27] KNOBLOCH, F. *Musical experience as interpersonal process: revisited*. In: *Contemporary Music Review*, Vol. 17 part 2 (Nelson, P., Osbourne N., Monelle R. ed.). *Musica significans: Proceedings of the International Congress on Musical Significations*. Edinburgh, 1992. s. 59-72.
- [28] KOLB, B. M. *Marketing for Cultural Organisations. New strategies for attracting audiences to Classical Music, Dance, Museums, Theatre and Opera*. Vyd. 2. London: Thomson Learning, 2005. 233 s. ISBN 1-84480-213-2
- [29] KOTLER, P., SCHEFF, J. *Standing Room Only. Strategies for Marketing the Performing Arts*. Boston, Mass.: Harvard Business School Press, 1997. 560 s. ISBN 0-87584-737-4
- [30] KOZEL, R. a kol. *Moderní marketingový výzkum*. Vyd. 1. Praha: Grada Publishing 2006. 277 s. ISBN 80-247-0966-X
- [31] McQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace (Mass Communication Theory: An Introduction)*. Přel. J. Jiráček, M. Kabát. Vyd. 1. Praha: Portál, 1999. - 448 s. ISBN 80-7178-2009
- [32] PEJLOVÁ, Z. *Koncertní publikum Filharmonie Bohuslava Martinů Zlín*. Olomouc: 2006. 100 s + 3 s. příloh. Bakalářská práce na katedře muzikologie Filozofické fakulty Univerzity Palackého v Olomouci (vedoucí práce PhDr. L. Křupková, PhD.)
- [33] POLEDŇÁK, I. *Hudba jako problém estetiky*. Vyd. 1. Praha: Nakladatelství Karolinum, 2006. 287 s. ISBN 80-246-1215-1

- [34] POLEDŇÁK, I. *O hudbě a multikulturalismu aneb o dvojí muzikologii*. In: Hudební věda, 1996, č. 1, s. 75. ISSN 0018-7003
- [35] POLEDŇÁK, I. *Stručný slovník hudební psychologie*. Vyd. 1. Praha: Supraphon, 1984. 459 s.
- [36] POLEDŇÁK, I. *Úvod do problematiky hudby jazzového okruhu*. Vyd. 1. Olomouc: Vydavatelství Univerzity Palackého, 2000. 231 s. ISBN 80-244-180-0
- [37] POLEDŇÁK, I., FUKAČ, J. *Úvod do studia hudební vědy*. Vyd. 1. Olomouc: Vydavatelství Univerzity Palackého, 1995. 146 s. ISBN 80-7067-496-2
- [38] REKTOŘÍK, J. a kol. *Ekonomika a řízení odvětví veřejného sektoru*. Vyd. 1. Praha : Ekopress, 2002. 264 s. ISBN 80-86119-60-2
- [39] REKTOŘÍK, J. a kol. *Organizace neziskového sektoru. Základy ekonomiky, teorie a řízení*. Vyd. 1. Praha: Ekopress, 2001. 177 s. ISBN 80-86119-41-6
- [40] SCHEFF BERNSTEIN, J. *Arts Marketing Insights. The Dynamics of Building and Retaining Performing Arts Audiences*. Vyd. 1. San Francisco: Josey-Bass, 2007. 294 s. ISBN 0-7879-7844-2
- [41] SCHNIERER, M. *Společenské funkce hudby*. České Budějovice: Jihočeská univerzita, 1995. 196 s. ISBN 80-7040-123-0
- [42] TAJTÁKOVÁ, M., VASILOVÁ, D., BARTOS, P. *Marketing kultúry. Ako osloviť a udržať si publikum..* Bratislava: Eurokódex, 2010. 260 s. ISBN 978-80-89447-29-9
- [43] TAJTÁKOVÁ, M. a kol. *Marketing kultúry. Vybrané problémy*. Bratislava: Ekonóm, 2006. s. 186 s. ISBN 80-225-2176-0
- [44] TAJTÁKOVÁ, M. *Marketing kultúry a jeho uplatnenie v operných scénach na Slovensku*. Bratislava: 2004. Disertační práce na katedre marketingu Obchodnej fakulty Ekonomickej univerzity v Bratislave (vedoucí práce doc. Ing. H. Labská, CSc.)
- [45] TAJTÁKOVÁ, M., KLEPOCHOVÁ, D. *Vybrané aspekty spotrebiteľského správania vysokoškolských študentov vo vzťahu k opere a baletu*. In: Nová ekonomika, roč. 5, č 1/2006, ISSN 1336-1732
- [46] TAJTÁKOVÁ, M., KLEPOCHOVÁ, D., ŽÁK, Š. The attitudes of students towards opera and ballet: attendance, motivations, barriers and expectations. In: *8th International Conference on Arts & Cultural Management (AIMAC)*, Montréal (Canada), 3 – 6. júl 2005, sborník s. 75, ISBN 2-9808602-0-4
- [47] TELLIS, G. J. *Reklama a podpora prodeje (Advertising and Sales Promotion Strategy)*. Přel. Janečková, L. a kol. Vyd. 1. Praha: Grada, 2000. 620 s. ISBN 80-7169-997
- [48] VEREŠ, J. *Mediálne a komunikačné premeny šírenia hudby vo vzťahu k práci pedagóga*. In: Kontexty hudební pedagogiky III. Praha KU 2009 s. 78 - 80. ISBN 978-80-7290-323-8

Radim Bačuvčík

Jak posloucháme hudbu?

*Vztah obyvatel České republiky
k hudbě a jejímu poslechu 2009*

Vydavatel: Radim Bačuvčík - VeRBuM
(Přehradní 292, 763 14 Zlín 12, Česká republika)
Zlín, 2010

1. vydání. 140 stran. Náklad 200 ks.

Tisk: Ing. Radim Bačuvčík, Přehradní 292, 763 14 Zlín 12

**www.verbum.name
www.verbum.webnode.cz**

ISBN 978-80-904273-8-9