

Stále více Čechů si cení hospod jako místa pro setkávání. Jejich obraz se za poslední léta výrazně zlepšil

15.8.2024 - | Český svaz pivovarů a sladoven

Vnímání hospod se mezi Čechy poměrně výrazně proměňuje, za posledních patnáct let značně posílil obraz hospody jako místa pro setkávání, diskuzi, budování sociálních vazeb a jako místa, které je často kulturním středobodem. Naopak postupně mizí některé negativní aspekty spojované s hospodami jako je zbytečná hlučnost, špatná hygiena nebo zakouřenost. Ukazují to výsledky dlouhodobého výzkumu Centra pro výzkum veřejného mínění Sociologického ústavu AV ČR, které během mediálního briefingu představil PhDr. Jiří Vinopal, Ph.D.

Hospody jako místa pro socializaci

Představa Čechů o tom, co pro společnost znamená česká hospoda, se v průběhu let poměrně výrazně mění. Výsledky výzkumu Centra pro výzkum veřejného mínění Sociologického ústavu AV ČR probíhajícího od roku 2004 ukazují, že se za posledních 15 let posunulo především pojetí hospody jako místa, kde se lidé mohou setkat se svými blízkými, kamarády nebo kolegy z práce, a hlavně jako místa, kde je možné utvářet úplně nové sociální vazby.

V etapách výzkumu předcházejícím roku 2019 u Čechů posilovalo hlavně vnímání hospody jako místa, kde se mohou setkat s novými přáteli a ochabovala role místního fóra, kde je možné domlouvat různé sousedské výpomoci a melouchy. Po období pandemie covid-19 ale vnímání všech sociálních aspektů hospod dramaticky narostlo. Výrazně více než kdy dříve Češi považují hospody za místa, kde se lze odreagovat od každodenních starostí, popovídat si s přáteli, najít přátele nové, dohodnout sousedskou výpomoc nebo malý obchod a zároveň jsou hospody silněji vnímány i jako místa, které jsou důležitými organizátory kulturních akcí jako jsou zábavy, plesy nebo přednášky. Lze tak říci, že si v souvislosti s pandemickými opatřeními Češi více váží možnosti setkat se bez omezení s přáteli a utužovat sociální vazby.

„Zatímco prvních patnáct let zhruba od počátku století se pohled na roli hospod v české společnosti tolik neměnil, především během období pandemie a protipandemických opatření se posunul mnohem viditelněji. Češi cítí, že jsou hospody důležitým místem pro setkávání i pro pořádání kulturních akcí a bohatý společenský život. Celkově pak trendy vnímání hospod korespondují s vývojem pohostinských zařízení jako takových, Češi si je malují v o něco úhlednějších barvách a posilují motivy národní tradice nebo kulturní jedinečnosti,“ komentuje zjištění sociolog a autor výzkumu **Jiří Vinopal**. „Co však zůstává neměnné je historická spjatost českého piva a české hospody, která nejenže přetrvává, ale dokonce se v posledních letech upevňuje,“ dodává **Vinopal**.

Hospody se vyvíjejí stejně jako jejich návštěvníci

V úzké souvislosti s tím se vyvíjí i obecné pojetí hospod a jejich hodnocení. Dlouhodobě vnímáme, že se hospody vyvíjejí, otevírají novým zákazníkům a přizpůsobují poptávce se stále příjemnějším prostředím, zajímavější gastronomií nebo rozšiřováním nabídky nápojů. To výsledky výzkumu v zásadě potvrzují. Ukazují totiž, že postupně ubývají negativní konotace obecně spojované s hospodami a návštěvníci je vnímají celkově přívětivěji.

Pojem hospoda už v Čechách téměř vůbec nevyvolává asociace spojované se zbytečným utrácením peněz nebo neřestí, jak tomu bývalo dříve. Logicky vlivem zákazu kouření prakticky vymizela i konotace zakouřeného prostředí a ubývá vnímání hlučnosti nebo špíny a špatné hygieny. Hospody zároveň už prakticky vůbec nejsou považovány za něco vlastního nižším sociálním vrstvám. Naopak si Češi s hospodami stále častěji spojují možnost dobrého občerstvení a zajímavosti je, že si čím dál méně Čechů s hospodou okamžitě spojí výlučně mužskou záležitost. Ostatně právě u žen lze sledovat zajímavé změny trendů. Data ukazují, že u nich v posledních jednotkách let stoupá popularita konzumace čepovaného piva v hospodách a dalších restauračních zařízeních.

Výsledky také ukazují, že Češi vnímají pozitivní vývoj hospodské kultury. Podniky se snaží zkvalitňovat své služby, přinášejí zajímavější možnosti jídla, konzumentům nabízejí čisté a příjemné prostředí, a tím jsou schopné lákat i nové zákazníky, kteří si třeba dříve s hospodami spojovali spíše nepříjemné pocity.

Výsledky výzkumu poukazují na to, že i Češi vnímají fenomén českých hospod a pivní kultury pozitivně. V souvislosti s tím Český svaz pivovarů a sladoven usiluje o zapsání české pivní kultury na seznam nemateriálních statků tradiční lidové kultury ČR. V případě úspěšného zápisu bude možné usilovat i o nominaci na mezinárodní seznam nehmotného dědictví UNESCO. Takové uznání by potvrdilo roli české pivní kultury jako hodnotné národní instituce s bohatou tradicí a velkým významem pro národní identitu a zároveň pomohlo v dalším rozvoji a zušlechťování pivního průmyslu i s tím spojeného odvětví služeb.

“Český svaz pivovarů a sladoven dlouhodobě poukazuje na důležitost a hodnotu hospod v české společnosti. Češi vnímají posun úrovně a kvality hospod, chodí do nich rádi a rozhodně je nepovažují za nějaký přežitek doby. Hospody jsou jedním ze středobodů sociálního života v komunitě a často i jediným místem v dané lokalitě vhodným pro setkávání či kulturní a další společenské akce. I proto v rámci svazu dlouhodobě poukazujeme na fenomén české pivní kultury jako součást české identity. Z pozice pivovarů se snažíme hospodské prostředí dále podporovat a zušlechťovat,” dodává výkonný ředitel Českého svazu pivovarů a sladoven Tomáš Slunečko.

Výzkumný projekt „Pivo a hospody v české společnosti“ realizuje CVVM SOÚ AV ČR nepřetržitě od roku 2004. Zpráva mimo jiné přibližuje okolnosti, za jakých lidé pivo pijí, včetně změn mezi obdobím před a po pandemií C-19. Údaje jsou prezentovány v časovém srovnání a v některých sledovaných oblastech mapují trendy už od roku 2004. Analýzy jsou prováděny na souboru respondentů s dosaženým věkem minimálně 18 let.[1]

[1] V roce 2023 bylo tážáno 985 a v roce 2022 821 obyvatel ČR ve věku od 15 let. Vzorek byl vybrán kvótním výběrem podle kvót kraje (NUTS 3), velikosti místa bydliště, pohlaví, věku a vzdělání. Výzkum proběhl metodou CAPI, osobním rozhovorem tazatele s respondentem pomocí standardizovaného dotazníku v období 28.7. - 25.9. 2023 a 8.9. - 8.11. 2022.

<https://ceske-pivo.cz/stale-vice-cechu-si-ceni-hospod-jako-mista-pro-setkavani-jejich-obraz-se-za-posle-dni-leta-vyrazne-zlepsil>