

Češi jsou filmoví fanoušci: Milují komedie a preferují novější snímky, zato filmové ceny je moc nezajímají

27.2.2025 - | Nielsen Admosphere

Více než polovina online Čechů sleduje filmy vícekrát týdně - bez ohledu na to, zda v kině či v domácím prostředí. Podle nejnovějších dat si je pouští denně nebo téměř denně 28 % lidí, dalších 30 % je sleduje několikrát týdně. Přibližně jednou týdně si film dopřeje 22 % respondentů. Méně pravidelné sledování, tedy jednou za 14 dní až jednou měsíčně, pak uvedlo celkem 12 % dotázaných. 7 % si pustí film ještě méně často a pouze 1 % uvedlo, že filmy nesleduje vůbec. Už to nám napovídá, že v české populaci patří filmy ke skutečně oblíbené kratochvíli.

Zajímají ale Čechy také filmové ceny, konkrétně američtí Osciři a/nebo Český lev? Většina respondentů sledujících filmy se o výsledky těchto cen **nezajímá** (67 %). Atraktivnější jsou přitom jejich výsledky pro ženy než pro muže. Čtvrtinu dotázaných zajímají výsledky **Oscarů**, ale velmi podobný zájem je i o **Českého lva**, který poutá pozornost více než pětiny lidí. Co se týče zájmu ve věkových skupinách, tak u nejmladší kategorie do 34 let vítězí s přehledem Osciři (zajímají 26% dotázaných v tomto věku, Český lev pouze 14 %), střední kategorii od 35 do 54 let zajímají Osciři a české ceny zhruba stejně (22 % vs. 21 %) a u nejstarší skupiny nad 55 let se preference otáčejí a o něco více je láká Český lev (32 %) než Osciři (26 %).

Podle čeho vybíráme

Pojďme ale zpět k samotnému sledování filmů, nejprve k otázce jejich **výběru**. Obecně si filmoví diváci nejčastěji vybírají filmy podle žánru (40 % je uvedlo mezi třemi nejdůležitějšími faktory) a **aktuální nálady** (39 %). Významnou roli hraje také **téma** filmu (28 %) či **herecké obsazení** (26 %). Dalšími méně často zmiňovanými faktory jsou doporučení blízkého okolí (19 %) a hodnocení diváků na filmových databázích (17 %). Co se týče nejvýraznějších rozdílů mezi pohlavími, tak muži o něco častěji než ženy volí filmy podle žánru nebo podle recenzí v médiích. Ženy zase kladou větší důraz na herecké obsazení, téma filmu nebo jeho aktuální popularitu. Z pohledu věku se nejmladší diváci filmů nejčastěji rozhodují o filmu ke zhlédnutí na základě aktuální nálady (47 % ho uvedlo mezi 3 nejdůležitějšími faktory) a s vyšším věkem zase roste například důležitost hereckého obsazení nebo tendence sledovat to, co zrovna běží v televizi.

České vs. zahraniční filmy

U **země původu filmů** nemá polovina diváků **preferenci** mezi českými a zahraničními. Ti s jasnější preferencí jsou rozděleni poměrně rovnoměrně na **fanoušky českých** i zahraničních filmů (25 % vs. 26 %). Z hlediska pohlaví nepozorujeme výraznější rozdíly, avšak z pohledu věku odpovídali starší respondenti podstatně častěji, že preferenci českých/zahraničních filmů nemají. Zahraniční filmy pak výrazně častěji preferují nejmladší diváci do 34 let (42 %) - české filmy mají tyto respondenti naopak v oblíbě nejméně ze všech věkových skupin. Ve střední věkové skupině jsou preference opět víceméně vyrovnané a u nejstarší skupiny zase vítězí české filmy (preferuje je 32 % z nich).

Žánry a období vzniku filmů

Jednou z nejzajímavějších otázek je ta na preference filmových žánrů. Celkově nejoblíbenější je mezi českými diváky **komedie**, kterou uvedla ve svém žebříčku TOP 3 žánrů více než polovina respondentů (55 %). Následuje **krimi/detektivní** žánr (27%) a **akční filmy** (23 %). Celkovou TOP pětici uzavírají **romantické filmy** (21 %) a shodně s 18 % odpovědí pak **dokumentární filmy, sci-fi** a **thrillery**. Naopak nejméně populární jsou **westerny** a **muzikály** (oba shodně uvedla 4 %). Muži oproti ženám mají v žebříčku TOP 5 akční a sci-fi žánry – ženy zase dávají ve větší míře přednost romantickým filmům a pohádkám. Nejmladší respondenti mají výraznější oblibu například ve fantasy a sci-fi žánrech, které figurují v jejich TOP 5 na rozdíl od dalších věkových skupin, a u nejstarších nad 55 let se zase více prosazují třeba dokumentární a historické filmy.

Poslední otázka výzkumu směřovala k **oblíbenému období vzniku filmů**. Téměř polovina respondentů uvedla, že ho neřeší a nemá v tomto ohledu preference. Z konkrétních období jsou nejpopulárnější filmy z roku 2010 a novější (27 %), následované filmy z **80. a 90. let** (11 %) a filmy z let **2000-2010** (10 %). Filmy staršího data než 1980 jsou výrazně méně oblíbené – vyhledávají je jen jednotky procent diváků.

Inzerce filmů

Podle dat Ad Intel společnosti Nielsen v segmentu distribuce filmů měl v roce 2024 nejsilnější inzerci film **Tady Havel, slyšíte mě?** s ceníkovou hodnotou* využitého reklamního prostoru ve výši 15 milionů Kč. Druhý největší objem inzerce měl snímek **Vlhy** a třetí **GUMP - Jsme dvojka**.

**Ceníková hodnota není ekvivalentem reálných (čistých) investic do nákupu reklamního prostoru (na reálnou cenu, kterou firmy za nákup reklamního prostoru skutečně zaplatí, má vliv řada faktorů jako celkový objem nakoupeného prostoru, uplatnění slev, barterové spolupráce a podobně). Reporting ceníkových hodnot reklamního prostoru ovšem spolehlivě zachycuje vývoj a trendy současného reklamního trhu (umožňuje např. porovnávat jednotlivé zadavatele, média nebo odvětví mezi sebou apod.).*

<https://www.nielsen-admosphere.cz/news/cesi-jsou-filmovi-fanousci-miluji-komedie-a-preferuji-novejsi-snimky-zato-filmove-ceny-je-moc-nezajimaji>