

Proměny vztahu mladých lidí k hudbě: Kvantitativní studie

Radim Bačuvčík

Hudba zasahuje člověka v mnoha rovinách. Jsme zvyklí o ní uvažovat primárně jako o uměleckém produktu, který má estetický rozměr a zasahuje člověka v rovině emocionální, psychické, ale i společenské.¹ S tím souvisí schopnost hudby komunikovat určitá explicitně či implicitně obsažená sdělení.² Na problém se můžeme dívat i z hlediska ekonomického: Právě tato schopnost komunikace může být jedním z faktorů, který člověka přiměje k nákupnímu chování, tedy rozhodnutí zakoupit si určitý hudební nebo obecněji kulturní produkt.³ Což je zároveň marketingová informace pro producenty těchto hudebních produktů: Se všemi rovinami hudby, které jsme výše zmínili, je možné pracovat a využívat je tak, aby byly vytvořeny předpoklady pro marketingovou úspěšnost takového produktu.⁴

V této studii si budeme všimát fenoménu, který je jistě zajímavý jak z hlediska teoretického, tak i čistě praktického. Je zřejmé, že vztah člověka k hudbě se během jeho života může proměňovat. V určitém věku mladý člověk objevuje hudbu, také pod vlivem svých známých hledá určitý typ hudebních projevů, který mu bude příjemný jak z hlediska zvukového, řekněme estetického, tak i z hlediska společenského, jakožto prostředek identifikace s určitou společenskou skupinou či subkulturou. Během života člověk nachází také jinou hudbu, která jej třeba v mládí nezaujala, ale také hudbu začne jiným způsobem poslouchat. Nabývá v této oblasti zkušenosti, což mu umožňuje se v hudbě lépe orientovat, srovnávat a tudíž i třeba poslouchat analytičtěji (bez ohledu na to, zda má nějaké hudební vzdělání), ale na druhou stranu se (zejména poté, co začne pracovat) zmenšuje objem jeho disponibilního volného času, o který se ucházejí také jiné nabídky než jen hudba a mohou se dostávat do popředí jiné, funkcionální stránky hudby, což od „analytického“ poslechu naopak odvádí a vede k tomu, že hudba se stává pouze kulisou běžného života.

¹ Poledňák, Ivan: *Hudba jako problém estetiky*, Praha, 2006.

² Franěk, Marek: *Hudební psychologie*, Praha, 2005.

³ Holman, Robert: *Ekonomie*, Praha, 2011.

⁴ Tajtáková, Mária a kol.: *Marketing kultúry: ako oslovit' a udržat' si publikum*, Bratislava, 2010.

Na počátku této studie byl určitý, z běžného života odpozorovaný jev. Zatímco pro studenty je hudba častým tématem jejich rozhovorů, věcí, která tvoří podstatnou část jejich životů, pracující lidé se o hudbě mezi sebou baví přece jen méně. Z toho vyplynuly určité výzkumné otázky: Jak se proměňuje intenzita vztahu člověka k hudbě poté, co přestane studovat? Souvisí tyto případné proměny především s faktem studia či pracovních aktivit, nebo souvisejí i s typem vzdělání? Tyto otázky by samozřejmě mohly vést také k dalším kauzálním hypotézám, které by se týkaly možných souvislostí vztahu k hudbě s rodinným stavem, konkrétním typem pracovních aktivit a podobně; ty by už však překračovaly možnosti této studie. I tak ale ambicí této studie může být přinést zajímavá sociologická data popisující chování určité společenské skupiny. Výše naznačená praktická zajímavost těchto závěrů spočívá právě ve zmíněné možnosti jejich interpretace z ekonomického či marketingového hlediska.

V minulosti byla realizována řada výzkumů, které se podobnými tématy zabývaly a které by mohly další dříve zmíněné souvislosti naznačit. Velmi cenná data jsou shrnuta v knize Mikuláše Beka *Konzervatoř Evropy? K sociologii české hudebnosti*, která vychází z vlastního reprezentativního výzkumu autora a zkoumá vztah obyvatel České republiky k jednotlivým hudebním druhům a žánrům.⁵ V Bekově knize jsou shrnuty také výsledky dalších muzikologických výzkumů od třicátých let do konce 20. století⁶ a naznačen případný vývoj v hudebních preferencích české populace. Je zde také představena posluchačská typologie zpracovaná na základě clusterové analýzy dat týkajících se preferovaných hudebních stylů i další souvislosti s různými oblastmi společenského života. Z výzkumů týkajících se dílčích otázek vztahu mladých lidí k hudbě připomeňme například výzkum vztahu vysokoškolských studentů k operě a baletu na Slovensku, který publikovala Tajtáková, Klepochová a Žák,⁷ nebo též vlastní starší výzkumy týkající se vztahu studentů k vážné hudbě.⁸ Výsledky různých průzkumů ze zahraničí lze najít v literatuře, která se zabývá marketingem kultury a umění.⁹ Z praktického hlediska by jistě bylo dále vhodné

⁵ Bek, Mikuláš: *Konzervatoř Evropy? K sociologii české hudebnosti*, Praha, 2003.

⁶ Za pozornost stojí zejména publikace Cejp, Martin – Maříková, Iva: *Postoje české veřejnosti k hudebnímu umění*, Praha, 1978.

⁷ Tajtáková, Mária – Klepochová, Dagmar – Žák, Štefan: „The attitudes of students towards opera and ballet: attendance, motivations, barriers and expectations“, in: *8th International Conference on Arts & Cultural Management (AIMAC)*, Montréal (Canada) 2005, s. 75.

⁸ Bačuvčík, Radim: „Vztah mladých lidí k hudebnímu průmyslu“, in: Vereš, Jozef (ed.), *Hudba, integrácie, interpretácie 12*, Nitra, 2010.

⁹ Viz např. Hill, Elizabeth – O'Sullivan, Catherine – O'Sullivan, Terry: *Creative Arts Marketing*, Amsterdam, Boston, Heidelberg, 2007; Kotler, Philip – Scheff, Joanne: *Standing Room Only. Strategies for Marketing the Performing Arts*, Boston, 1997; Scheff Bernstein, Joanne: *Arts Marketing Insights. The Dynamics of Building and Retaining Performing Arts Audience*, San Francisco, 2007; Tajtáková, Mária a kol.: *Marketing kultúry. Ako oslovíť a udržať si publikum*, Bratislava, 2010.

zkoumat tento vztah v kontextu širěji zaměřených segmentačních studií, zejména v orientaci na konzumaci médií.¹⁰

Výzkum vztahu mladých lidí k hudbě

Tato studie rozebírá postoj lidí ve věkové skupině 12–29 let k hudbě a konzumaci hudebních produktů. Navazuje na studii publikovanou v tomto časopise v roce 2012.¹¹ Data vycházejí ze dvou vlastních kvantitativních výzkumů. Šlo o výzkum vztahu obyvatel ČR k hudbě a jejímu poslechu, který byl realizován v roce 2009 na vzorku 4 930 respondentů,¹² a výzkum volnočasových aktivit obyvatel ČR, který byl realizován v roce 2010 na vzorku 5 575 respondentů.¹³ Oba výzkumy byly zaměřeny na obyvatelstvo ve věkovém rozmezí 12–80 let a byly realizovány metodou dotazování s využitím polostandardizovaného dotazníku. Dotazníky byly šířeny v tištěné i elektronické podobě s pomocí studentů, přičemž se v obou případech jednalo o nahodilý výběr vzorku respondentů. Ve výběrových souborech byli 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 však výběrové soubory neodpovídaly procentuálním zastoupením jednotlivých demografických skupin profilu obyvatelstva České republiky, byly dále váženy pomocí indexů. Jednotlivým skupinám respondentů vymezeným podle pohlaví, věku a vzdělání byla přiřazena procentuální váha podle toho, jakou část obyvatelstva České republiky (základního souboru) tvořily, a dále byl každému respondentu ve výběrovém souboru 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. Shromážděná data byla zpracována a statisticky vyhodnocena v programu Microsoft Excel.¹⁴

Pro zpracování této studie byly využity dotazníky od respondentů ve věkové skupině 12–29 let (v tabulkách níže jsou uvedeny konkrétní počty respondentů z této skupiny v jednotlivých výzkumech), přičemž bylo zachováno výše zmíněné vážení pomocí indexů. V dále uváděných tabulkách jsou porovnávány odpovědi celého tohoto výběrového

¹⁰ Stříteský, Václav: „Možnosti demografické segmentace při cílení reklamy na internetu“, in: Bačuvčík, Radim (ed.), *Tradiční a nové v marketingové komunikaci*, Zlín, 2011.

¹¹ Bačuvčík, Radim: „Vztah obyvatel České republiky k hudbě“, *Musicologica Olomucensia*, č. 15, Olomouc, 2012, s. 9–28.

¹² Bačuvčík, Radim: *Jak posloucháme hudbu? Vztah obyvatel České republiky k hudbě a jejímu poslechu 2009*, Zlín, 2010.

¹³ Bačuvčík, Radim: *Kultura jako faktor volného času. Nákupní chování na trzích vybraných volnočasových aktivit*, Zlín, 2011.

¹⁴ Podrobnosti o metodice výzkumů a konkrétní způsoby vážení výběrových souborů je možné nalézt v jednotlivých výše odkazovaných monografiích.

souboru (lidé ve věku 12–29 let; C) s jednotlivými segmenty vymezenými na základě ekonomické aktivity a vzdělání (resp. studovaného stupně a typu školy). V jednotlivých sloupcích tabulek je tak možno najít odpovědi studujících (St), v jejichž rámci jsou dále vymezeny dílčí segmenty studentů základní školy (ZŠ), učiliště (OU), střední školy (SŠ), vyšší odborné školy (VO) a vysoké školy (VŠ), dále odpovědi ekonomicky aktivních (pracujících, tedy zaměstnanců a podnikatelů, Pr), přičemž v rámci této skupiny jsou vymezeny dílčí segmenty vyučených (OU), osob se středním vzděláním (SŠ), vyšším odborným vzděláním (VO) a vysokoškolským vzděláním (VŠ), a konečně výsledky nezaměstnaných (Nz).¹⁵ V jednotlivých řádcích tabulek jsou vždy uvedeny možnosti odpovědi (viz levý sloupec tabulek), u nichž jsou procentuální údaje (v tabulkách bez znaku %) odpovědi zaokrouhlené na jedno desetinné místo. Ve třetím řádku odspodu je vždy počet respondentů v daném segmentu (Počet), výsledek dílčích testů nezávislosti (Test χ^2) pro jednotlivé segmenty¹⁶ a index (Index, zaokrouhleno na dvě desetinná místa) vyjadřující poměr aktivity daného segmentu vůči celé skupině respondentů.¹⁷ Tento způsob znázornění a vyhodnocení je použit ve všech zde uvedených tabulkách.

¹⁵ Protože v dotazníku z roku 2009 nebyl přímo uveden dotaz na studovaný typ školy, byla tato segmentace provedena na základě otázek na vzdělání a ekonomickou aktivitu. Vzhledem k tomu, že otázka na vzdělání byla v dotazníku uvedena „včetně studujících“, měli by studenti, kteří patří do těchto věkových kategorií, uvádět aktuálně studovaný typ školy; je nicméně možné, že část respondentů uvedla spíše nejvyšší ukončené vzdělání. Proto byly do skupiny studentů základní školy zahrnuty pouze osoby z věkové skupiny 12–14 let, které uvedly toto vzdělání, do skupin studentů učilišť byly zařazeny pouze osoby z věkových skupin mezi 12 a 24 lety, což by mělo mimo jiné částečně eliminovat také případné studenty kombinovaného studia. V celkové skupině studentů (St) jsou zařazeny pouze osoby, které se vyskytují v jednotlivých segmentech (tedy nikoliv osoby výše popsaným způsobem vyřazené). Podobně ze skupiny pracujících (Pr) byly vyřazené osoby z věkové skupiny 12–14 let. Protože pracujících se základním vzděláním bylo velmi málo, tato skupina není do srovnání zahrnuta.

¹⁶ Výsledky jednotlivých dílčích segmentů jsou srovnávány s výsledky celého výběrového souboru (C). Jedná se o procentuální údaj zaokrouhlený na jedno desetinné místo; 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 %. Tento test zjednodušeně řečeno ukazuje, které segmenty se chovají vzhledem k celé populaci spíše průměrně a které rozdílně, neříká ovšem, zda jde o rozdíl v „kladném“ či „záporném“ smyslu, což je informace naznačená konkrétními číselnými údaji v tabulkách.

¹⁷ Index značí poměr respondentů, kteří vykazují časté chování, případně jsou v dané otázce nejvíce angažováni, v daném segmentu a v celém výběrovém souboru (C). Protože charakter otázek a variant odpovědí je zde velmi rozmanitý, hodnota indexu je vypočítávána u každé otázky z jiných údajů; konkrétní způsob výpočtu je uveden v textu jednotlivých kapitol (hodnota indexu není vyjadřována u všech otázek, ale jen tam, kde poskytuje smysluplný údaj). Obecně řečeno, hodnota indexu 1,00 značí průměrné chování (tedy stejný podíl určitým způsobem odpovídajících respondentů v daném segmentu i v celém základním souboru), hodnota vyšší než 1 naznačuje vyšší podíl takto odpovídajících v daném segmentu, tedy větší „zainteresovanost“ daného segmentu v analyzované záležitosti, a naopak.

Vztah k hudbě

Na otázku „Jak byste popsal/a svůj celkový vztah k hudbě?“ byly respondentům nabídnuty tyto varianty odpovědi: „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“).

Základní srovnání studujících, pracujících a nezaměstnaných (test χ^2 na hladině 0,000% významnosti)¹⁸ v daných věkových skupinách naznačuje, že mezi studujícími je větší část osob, které deklarují nadprůměrný vztah k hudbě, tedy že jsou ji fascinováni nebo ji intenzivně vyhledávají (hodnota Indexu je zde vypočítána na základě odpovědi „Fascinuje mne“). Tento rozdíl je dobře patrný také při srovnání studujících a pracujících se stejným stupněm vzdělání. Mezi pracujícími naopak přibývá těch, kteří bez hudby klidně vydrží, nebo ji nevyhledávají. Na druhou stranu je zajímavé, že nejintenzivnější vztah k hudbě deklaruje skupina nezaměstnaných, mezi nimiž je ale také nejvíce těch, jimž hudba nedává žádný smysl.

Tabulka 1: Vztah mladých lidí k hudbě

	Studující (%)							Pracující (%)					(%)
	C	St	ZŠ	OU	SŠ	VO	VŠ	Pr	OU	SŠ	VO	VŠ	Nz
Fascinuje mne	32,1	37,4	32,3	42,9	41,0	24,6	37,0	26,0	24,2	29,5	22,9	21,5	43,8
Mám ji rád/a	40,8	42,9	42,9	34,1	42,7	48,9	47,5	40,1	32,6	43,2	58,0	50,2	28,8
Vydržím bez ní	22,2	17,1	21,2	21,1	13,9	20,7	14,6	27,2	31,0	24,7	17,9	26,4	11,7
Nevyhledávám	4,0	1,8	2,6	0,0	1,8	5,8	0,8	5,8	11,5	1,3	1,2	1,9	13,5
Nedává smysl	0,9	0,8	1,1	1,9	0,6	0,0	0,2	0,8	0,7	1,3	0,0	0,0	2,3
Počet	2 414	1 459	422	40	588	42	367	676	112	301	67	196	46
Test χ^2		49,8	95,6	4,3	13,6	26,3	10,5	53,0	0,0	64,4	0,9	7,4	0,0
Index		1,17	1,01	1,34	1,28	0,77	1,15	0,81	0,75	0,92	0,71	0,67	1,36

Pokud si povšimneme rozdílů ve skupině studujících (test χ^2 na hladině 3,041% významnosti),¹⁹ lze říci, že nejintenzivnější vztah k hudbě mají lidé v době středoškol-

¹⁸ Test χ^2 je zde v textu – narozdíl od údajů prezentovaných v tabulkách – vypočítán pro každou segmentační skupinu srovnáním výsledků všech dílčích segmentů se segmentem nadřazeným (zde konkrétně jsou tedy výsledky studujících /St/, pracujících /Pr/ a nezaměstnaných /Nz/ porovnávány s celkovými výsledky /C/); 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.

¹⁹ V tomto případě testu nezávislosti (χ^2), vypočítaného pro dílčí skupinu studujících, jsou výsledky respondentů, kteří studují jednotlivé typy škol (ZŠ, OU ad.), porovnávány s celkovým výsledkem

ských studií, a to takřka bez ohledu na to, zda studují učiliště nebo střední školu. Méně intenzivní vztah deklarují studenti vyšších odborných škol než vysokoškoláci, což může naznačovat souvislost vztahu k hudbě se vzděláním, může ovšem jít také o statistickou chybu danou malým počtem respondentů v první z obou skupin. Vzájemnou souvislost vztahu k hudbě a vzdělání v podstatě nepotvrzují výsledky ve skupině pracujících (test χ^2 na hladině 0,044% významnosti), respektive platí, že se sice příliš neliší podíl osob fascinovaných, avšak ve vyšších vzdělanostních skupinách je více osob zaujatých („Mám ji rád/a“), což v podstatě naznačuje, že osoby s vysokoškolským vzděláním hodnotí svůj vztah k hudbě strážlivěji než lidé s nižšími stupni vzdělání.

Čas věnovaný poslechu hudby

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)?“ byla respondentům nabídnuta tato škála odpovědí: „0“, „méně než 1 hodinu“, „1–2 hodiny“, „2–3 hodiny“, „3–5 hodin“, „5–8 hodin“ a „8 hodin a víc“; pro účely této studie byly odpovědi sloučeny do čtyř variant uvedených v levém sloupci Tabulky 2.

Tabulka 2: Čas věnovaný poslechu hudby

		Studující (%)						Pracující (%)					(%)
	C	St	ZŠ	OU	SŠ	VO	VŠ	Pr	OU	SŠ	VO	VŠ	Nz
0	1,1	0,6	1,5	0,0	0,6	0,0	0,2	1,0	0,7	1,3	0,0	1,3	4,0
-1 hodina	10,6	9,2	13,6	10,6	7,3	4,9	7,7	10,4	15,3	5,3	8,3	11,2	14,2
1-3 hodiny	40,1	43,7	49,0	36,8	38,3	56,8	48,1	39,2	36,4	42,2	40,8	38,5	24,0
+3 hodiny	48,2	46,5	35,9	52,6	53,9	38,2	44,0	49,4	47,6	51,2	51,0	49,0	57,9
Počet	2 414	1 459	422	40	588	42	367	676	112	301	67	196	46
Test χ^2		68,7	20,5	0,4	28,0	0,0	6,4	94,8	57,9	62,1	42,4	97,0	0,0
Index		0,97	0,75	1,09	1,12	0,79	0,91	1,03	0,99	1,06	1,06	1,02	1,20

Rozdíl mezi studenty a pracujícími statisticky významný není (viz vysoké hodnoty testu χ), výrazněji se liší výsledky nezaměstnaných (test χ^2 je díky tomu na hladině 0,000% významnosti). Lze nicméně upozornit na fakt, že mezi pracujícími je o něco více těch, kteří poslouchají hudbu více než pět či osm hodin denně, což zřejmě znamená, že jim hraje při práci. Naopak mezi nezaměstnanými je výrazně více osob, které poslechu hudby věnují větší část dne (hodnota Indexu je u této otázky vypočítána z podílu respondentů, kteří hudbu poslouchají alespoň 3 hodiny denně). Rozdíly v odpovědích mezi studujícími jednotlivých typů škol jsou větší než mezi pracujícími s danými stupni vzdělání (test χ^2

všech studujících (St). Podobně je postupováno také dále u dílčího testu nezávislosti týkajícího se pracujících.

na hladině 0,013% významnosti). Mezi studujícími poslouchají hudbu větší část dne pouze studenti učilišť, zatímco žáci základních škol a studenti vyšších odborných škol ve své většině hudbu poslouchají kratší dobu. Podobné rozdíly v rámci skupiny pracujících pozorovatelné nejsou (test χ^2 na hladině 95,087% významnosti, rozdíly tedy nejsou statisticky významné), naopak mezi vyučenými je více těch, kteří poslouchají hudbu maximálně hodinu denně. Více polarizované jsou opět odpovědi nezaměstnaných, mezi nimiž je jak více intenzivních posluchačů, tak i těch, kteří neposlouchají vůbec.

Detailnější pohled na tuto problematiku nám poskytnou data z výzkumu volnočasových aktivit z roku 2010.²⁰ Jedna z otázek se zabývala tím, kolik času průměrně denně respondenti tráví poslechem rozhlasu (nebyl zde tedy zkoumán poslech hudby ani jiný konkrétní způsob poslechu rozhlasu; je například známo, že někteří lidé poslouchají rozhlas tak, že když slyší mluvené slovo, přeladují tam, kde je hudba, což zde ale nebylo ověřováno). Byla nabízena podobná škála odpovědí jako v předchozím případě, ty jsou zde sloučeny do stejných variant jako výše (včetně způsobu výpočtu statistických ukazatelů; varianta „0“ zahrnuje respondenty, kteří rozhlas neposlouchají i ty, kteří tuto otázku nedokáží posoudit – těch bylo v tomto případě 6 %). Pokud si všimneme jen nejvýraznějších rozdílů, je vidět, že pracující poslouchají rozhlas ve větší míře než studující. Z nich poslouchá rozhlas jen o něco více než polovina, zatímco z pracujících téměř tři čtvrtiny. Více než pětina pracujících poslouchá rozhlas více než tři hodiny denně (dokonce každý sedmý více než pět hodin denně). Rozdíly jednotlivých vzdělanostních segmentů v rámci skupin studujících a pracujících nejsou nijak výrazné. Pokud se týká nezaměstnaných, je mezi nimi zhruba stejná část těch, kteří rozhlas poslouchají více než tři hodiny, jako mezi pracujícími, ale zároveň téměř stejný podíl těch, kteří naopak rozhlas neposlouchají vůbec, jako mezi studujícími.

Tabulka 3: Čas věnovaný poslechu rozhlasu

		Studující (%)							Pracující (%)					(%)
	C	St	ZŠ	OU	SŠ	VO	VŠ	Pr	OU	SŠ	VO	VŠ	Nz	
0	36,3	43,3	48,2	33,9	46,2	28,1	39,0	28,5	27,9	30,9	22,2	23,3	42,6	
-1 hodina	21,7	24,9	27,6	31,3	21,3	17,1	24,6	20,5	20,2	18,8	22,3	27,8	7,9	
1–3 hodiny	28,4	28,0	21,0	30,7	29,7	44,4	31,0	28,9	26,3	29,9	38,7	28,6	28,3	
+3 hodiny	13,5	3,8	3,2	4,1	2,9	10,5	5,3	22,1	25,6	20,5	16,8	20,3	21,3	
Počet	2 107	1 247	312	40	396	30	469	798	83	334	53	326	62	
Test χ^2		3,2	0,2	1,1	1,1	0,6	12,3	6,5	0,5	18,1	1,8	2,1	0,2	
Index		0,28	0,24	0,30	0,21	0,77	0,39	1,64	1,89	1,51	1,24	1,50	1,57	

Další z otázek se věnovala konkrétně poslechu hudebních nahrávek (bez ohledu na to, o jaký typ hudby se jedná a bez ohledu na zdroj – tedy zda jde o poslech z nosiče,

²⁰ Bačuvčík, Radim: *Kultura jako faktor volného času. Nákupní chování na trzích vybraných volnočasových aktivit*, Zlín, 2011.

elektronických souborů nebo z internetu). Zde je vidět, že aktivnějšími posluchači jsou naopak studenti – téměř se sice mezi nimi a pracujícími i nezaměstnanými neliší podíl těch, kteří nahrávky poslouchají více než tři hodiny denně (jde zhruba o každého šestého až sedmého), liší se však podíl respondentů, kteří nahrávky neposlouchají vůbec – mezi studenty je to každý jedenáctý, mezi pracujícími je to téměř každý pátý a mezi nezaměstnanými téměř každý čtvrtý.

Tabulka 4: Čas věnovaný poslechu hudebních nahrávek

		Studující (%)						Pracující (%)					(%)
	C	St	ZŠ	OU	SŠ	VO	VŠ	Pr	OU	SŠ	VO	VŠ	Nz
0	14,6	9,1	9,0	13,9	6,8	23,3	8,0	18,8	24,1	15,9	12,2	12,2	24,5
-1 hodina	15,9	16,5	20,8	7,8	16,0	15,7	17,8	15,1	12,8	15,5	19,6	20,7	17,7
1-3 hodiny	53,9	58,2	57,4	58,9	60,1	45,6	57,0	50,9	48,1	54,3	47,5	49,8	44,2
+3 hodiny	15,5	16,2	12,7	19,4	17,1	15,4	17,2	15,1	15,0	14,3	20,7	17,3	13,6
Počet	2 107	1 247	312	40	396	30	469	798	83	334	53	326	62
Test χ^2		47,6	22,3	12,9	16,9	9,0	31,7	70,3	6,1	97,6	29,4	51,1	3,2
Index		1,04	0,82	1,25	1,10	0,99	1,11	0,97	0,97	0,92	1,33	1,11	0,88

Zdroje poslechu hudby

Otázka „Z jakého zdroje posloucháte hudbu?“, již se vracíme k výzkumu vztahu k hudbě a jejímu poslechu, byla koncipována jako uzavřená s možnostmi uvedenými v levém sloupci tabulky (zde zkráceně, dále bude komentováno podrobně), přičemž respondenti měli vybrat všechny možnosti, které využívají. Jednotlivé zdroje poslechu jsou seřazeny podle četnosti jejich volby v celém výběrovém souboru od nejvíce k nejméně využívanému.

Tabulka 5: Zdroje poslechu hudby

		Studující (%)						Pracující (%)					(%)
	C	St	ZŠ	OU	SŠ	VO	VŠ	Pr	OU	SŠ	VO	VŠ	Nz
Soubory/poč.	58,4	69,0	58,8	64,4	75,7	32,9	82,8	52,4	46,8	54,2	54,9	67,6	34,5
CD/DVD	56,8	53,3	52,9	54,6	54,2	55,8	50,6	61,2	60,9	62,9	59,9	56,9	63,7
Přenos. mp3	56,0	68,7	64,7	75,5	69,8	75,4	65,3	46,1	43,0	48,4	57,0	45,0	52,9
Rozhlas	52,1	44,9	32,3	39,1	45,5	79,2	52,7	59,4	55,5	59,8	62,9	72,2	39,1
CD/DVD/poč.	46,8	51,9	43,1	56,4	54,4	56,0	53,7	42,7	38,3	43,5	59,7	48,9	51,4
Mobil	45,1	54,9	60,3	60,8	57,2	50,2	41,7	34,4	33,6	37,5	23,4	31,4	49,2
On-line	41,8	50,3	41,7	53,4	54,9	32,9	55,2	33,5	26,7	34,5	40,8	53,3	47,7
Televize	37,9	36,5	35,9	38,2	40,1	35,2	30,1	33,7	31,5	35,9	38,6	31,6	62,9

Přen. CD/MC	10,6	10,8	9,1	11,9	10,0	30,0	7,9	7,6	6,8	7,8	14,4	6,5	26,1
Gramofon	3,8	3,9	2,0	0,0	4,4	1,9	8,4	3,9	2,3	5,1	4,2	6,1	0,9
Magnetofon	2,5	2,5	3,8	0,0	2,7	0,0	3,1	2,3	1,6	2,9	2,3	3,4	0,9
Počet	2 414	1 459	422	40	588	42	367	676	112	301	67	196	46
Test χ^2		39,7	8,4	0,2	5,0	0,0	0,4	47,8	3,8	70,4	5,4	1,1	0,0
Index		1,09	0,98	1,10	1,14	1,09	1,10	0,92	0,84	0,95	1,02	1,03	1,04

Celkově nejvyužívanějším zdrojem jsou hudební soubory v počítači, dále je to CD nebo DVD přehrávač (samostatný, např. minivěž), přenosný přehrávač mp3 (příp. analogického formátu), rozhlasové vysílání, CD nebo DVD mechanika v počítači, mobilní telefon, on-line poslech (stream) a televizní vysílání. Další možnosti už využívá asi jen desetina respondentů či méně – jde o přenosné přehrávače CD nebo MC, gramofon a magnetofon. Obecně by se dalo říci, že studenti jsou aktivnější při výběru různých možností zdrojů poslechu než pracující (hodnota Indexu je tentokrát vypočítána z celkové sumy odpovědí a naznačuje tedy, které segmenty využívají nejvíce zdrojů poslechu), nezaměstnaní jsou z tohoto hlediska mezi nimi (test χ^2 je na hladině 0,000% významnosti, neboť se liší podíl konkrétních odpovědí, byť hodnota Indexu je srovnatelná). Studenti poněkud více využívají různé přenosné přehrávače elektronických formátů hudby a on-line poslech, zatímco výsledky pracujících více odpovídají průměru a prim zde hrají klasické přehrávače CD/DVD, nezaměstnaní zase oproti nim více využívají televizi a naopak méně rozhlasové vysílání.

V rámci skupiny studujících (test χ^2 na hladině 0,000% významnosti) je zřetelně větší využívání rozhlasu u skupin studujících vyšší stupně škol. Se stupněm studované školy ubývá podíl osob poslouchajících hudbu z mobilního telefonu, ovšem přehrávač mp3 má podporu stabilní. V rámci skupiny pracujících (test χ^2 na hladině 1,451% významnosti) si lze povšimnout jak zdrojů poslechu se stabilní podporou (CD, televize, přenosný přehrávač mp3, mobil), tak i zdrojů, které jsou více využívány osobami s vyšším vzděláním (rozhlas, soubory a mechaniky v počítači, on-line poslech).

Místa poslechu hudby

Otázka „Kde posloucháte hudbu?“ byla koncipována jako uzavřená s možnostmi uvedenými v levém sloupci tabulek. Pokud srovnáme odpovědi studujících a pracujících, je možno říci, že studenti využívají o něco více možností, kde hudbu poslouchat (hodnota Indexu je opět vypočítána z celkové sumy odpovědí), byť rozdíl není příliš velký, což lze říci také o nezaměstnaných (test χ^2 je nicméně bez ohledu na vyváženou hodnotu Indexu na hladině 0,000% významnosti, jelikož se u těchto skupin významně liší skladba odpovědí). Studenti výrazně více poslouchají hudbu venku či ve městě, v dopravních prostředcích a u přátel, o něco více také doma, zatímco pracující více poslouchají hudbu

v zaměstnání a při řízení auta. Nezaměstnaní výrazně více než ostatní poslouchají hudbu u přátel a o něco méně než studenti též venku nebo v dopravních prostředcích.

Tabulka 6: Místa poslechu hudby

		Studující (%)							Pracující (%)					(%)
	C	St	ZŠ	OU	SŠ	VO	VŠ	Pr	OU	SŠ	VO	VŠ	Nz	
Doma	89,3	94,5	92,9	94,3	95,5	93,3	95,3	84,5	82,6	85,2	83,9	89,8	80,2	
V zaměstnání	39,2	22,2	8,0	18,2	25,2	53,2	27,4	61,0	55,6	63,7	65,8	70,1	29,1	
Venku, město	49,9	64,3	59,6	72,9	65,0	67,2	61,9	35,3	37,9	32,8	41,4	31,2	58,1	
Dopravní pr.	50,7	66,5	51,8	69,9	71,8	65,9	72,4	35,6	32,6	36,9	33,9	43,5	54,7	
Při řízení auta	42,1	29,5	5,6	16,8	31,9	57,6	54,1	57,8	47,1	64,7	70,6	68,8	29,7	
U přátel	47,9	56,0	44,5	57,2	60,2	59,1	60,1	39,4	36,3	41,3	46,4	40,8	66,1	
Počet	2 414	1 459	422	40	588	42	367	676	112	301	67	196	46	
Test χ^2		0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,8	
Index		1,04	0,82	1,03	1,10	1,24	1,16	0,98	0,92	1,02	1,07	1,08	1,00	

V rámci skupiny studujících (test χ^2 na hladině 0,000% významnosti) obecně platí, že studenti vyšších typů škol využívají více míst poslechu hudby, přičemž s vyšším stupněm školy přibývá zejména možnosti „při řízení auta“ a „v zaměstnání“, v tomto případě tedy ve škole, což jsou jistě závěry zcela nepřekvapivé. Také v rámci skupiny pracujících (test χ^2 na hladině 37,925% významnosti, rozdíly tedy nejsou statisticky významné) je pozorovatelné větší využívání poslechu v zaměstnání či při řízení auta u osob s vyšším vzděláním, což zřejmě souvisí s pracovními činnostmi, které tyto osoby častěji vykonávají.

Frekvence poslechu hudby jednotlivých stylů

V následující tabulce jsou shrnuty odpovědi na otázku „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)?“. Respondenti měli u jednotlivých stylů (typů) hudby²¹ (viz levý sloupec) určit, zda je poslouchají „(téměř) denně“, „několikrát týdně“, „několikrát měsíčně“, „méně často“ nebo „nikdy“. V řádcích u jednotlivých typů hudby jsou uvedeny podíly respondentů, kteří zvolili možnost „téměř denně“ nebo „několikrát týdně“.

²¹ Tyto typy hudby byly zvoleny tak, aby jejich názvy byly srozumitelné pro co největší část respondentů a aby bylo zároveň možno říci, že zahrnují veškerou nebo alespoň většinu hudby (minimálně tedy hudby „euroamerického“ typu), která v současné době nebo i v minulosti vzniká a vznikala. Tato typologie ponejvíce vychází z různých pohledů na stratifikaci hudby prezentovaných v knize Mikuláše Beka *Konzervatoř Evropy? (Bek, Mikuláš: Konzervatoř Evropy? K sociologii české hudebnosti, Praha, 2003, s. 129 ad.)*

Tabulka 7: Poslech jednotlivých typů hudby (alespoň několikrát týdně)

	Studující (%)							Pracující (%)					(%)
	C	St	ZŠ	OU	SŠ	VO	VŠ	Pr	OU	SŠ	VO	VŠ	Nz
Pop/mel. rock	66,4	66,9	66,3	56,5	68,3	78,2	68,9	66,7	57,0	74,4	72,5	74,1	51,4
Taneční hudba	37,6	40,9	49,0	46,1	41,3	28,9	30,4	35,8	36,0	39,5	29,3	23,9	42,8
Hip hop	29,0	34,8	51,2	45,0	31,5	25,7	17,4	24,9	29,1	23,2	24,6	14,4	24,3
Hardrock/met.	25,4	27,8	24,8	32,7	31,5	11,8	26,0	24,1	25,6	24,4	13,4	21,8	25,2
Jazz a blues	12,0	13,9	5,4	7,3	12,6	42,9	22,4	11,4	9,8	11,7	14,2	15,6	5,0
Folk a country	9,2	8,6	6,0	2,1	7,9	30,5	11,0	8,6	8,5	8,1	7,7	11,5	13,0
Klasická VH	5,0	5,9	6,5	0,0	6,6	0,0	9,5	4,1	2,2	4,6	4,1	10,4	1,4
Soudobá VH	3,2	4,0	4,1	0,0	4,7	1,9	5,8	2,2	0,0	3,6	3,0	5,6	2,7
Folklór	2,1	2,5	4,4	0,0	1,9	0,9	3,7	1,5	1,6	1,4	0,0	1,9	1,9
Dechovka	0,6	0,6	0,5	0,0	0,5	0,0	1,6	0,5	0,0	1,0	0,0	0,6	0,0
Počet	2 414	1 459	422	40	588	42	367	676	112	301	67	196	46
Test χ^2		98,1	0,1	0,0	93,7	0,0	0,4	99,7	60,1	96,2	19,9	0,6	12,8
Index		1,08	1,15	1,00	1,09	1,16	1,03	0,94	0,89	1,01	0,89	0,94	0,88

V Tabulce 7 jsou typy hudby seřazeny podle celkového podílu respondentů, kteří je poslouchají alespoň několikrát týdně. Na prvním místě je tedy pop a melodický rock, dále taneční hudba, hip hop, hard rock a metal, jazz a blues, folk a country, klasická vážná hudba (VH), soudobá vážná hudba, folklórní hudba a na posledním místě dechovka. Rozdíly mezi celkovými výsledky studujících, pracujících a nezaměstnaných statisticky významné nejsou (test χ^2 na hladině 47,068% významnosti), podle hodnoty indexu (vypočítaného z celkové sumy odpovědí, tedy četností poslechu všech typů hudby) jsou při výběru různé hudby nejaktivnější studenti, pod průměrem jsou již pracující a nezaměstnaní, z nichž například větší část poslouchá taneční hudbu, folk a country a menší část jazz a blues nebo vážnou hudbu.

V rámci skupiny studujících (test χ^2 na hladině 0,000% významnosti) lze pozorovat jak typy hudby, které mají relativně stabilní podporu u různých skupin (pop a melodický rock, hard rock a metal), tak i typy, jejichž podpora se s vyššími stupni studovaných škol zvyšuje (jazz a blues, folk a country, vážná hudba) nebo snižuje (taneční hudba, hip hop). Jenom zčásti odlišné závěry bychom mohli učinit o skupině pracujících (test χ^2 na hladině 1,594% významnosti), kde se stabilní podpoře těší zřejmě jenom hard rock a metal, zatímco s vyššími stupni vzdělání přibývá podpora pro pop a melodický rock, jazz a blues, folk a country nebo vážnou hudbu a naopak ubývá častý poslech taneční hudby nebo hip hopu.

Ze zde nabízených typů hudby měli respondenti vybrat jeden, který považují za svůj nejoblíbenější nebo jej nejčastěji poslouchají. Tato volba měla účel ryze segmentační – další otázky v dotazníku se totiž vztahovaly právě k tomuto preferovanému typu hudby.

Pořadí, které takto vzniklo, více méně kopíruje pořadí v předchozí tabulce, pro úplnost je shrňme alespoň v textu: Pop a melodický rock (42,3 %), taneční hudba (19,3 %), hard rock a heavy metal (15,5 %), hip hop (11,3 %), folk a country (4,1 %), jazz a blues (3,8 %), klasická vážná hudba (1,1 %), soudobá vážná hudba (1,0 %), folklórní hudba (0,6 %) a dechovka (0,2 %). Rozdíl mezi těmito dvěma „pořadími“ bychom mohli pozorovat například u hip hopu a jazzu a blues, které sice větší část respondentů poslouchá, avšak nepovažuje za svůj nejoblíbenější typ hudby.

Způsob poslechu hudby

Odpovědi respondentů na otázku „Jakým způsobem nejčastěji posloucháte hudbu tohoto Vámi vybraného stylu?“ (vztahuje se tedy k výběru preferovaného typu hudby, viz výše) jsou shrnuty v následující tabulce. Byly nabízeny tyto varianty odpovědi: „Soustředím se jenom na hudbu a přemýšlím o ní, nedělám při tom nic jiného“ (Soustředím se), „Zavřu oči, relaxuji, medituji, nic nedělám, ale myslím při poslechu na něco jiného“ (Přemýšlím), „Pustím si ji a přitom dělám něco jiného (např. domácí práce, učím se, čtu, prohlížím internet...)“ (Dělám něco), „Hudba mi hraje celý den a vlastně ji moc nevnímám“ (Jako kulisa). Na tuto otázku již odpovídali pouze respondenti, kteří zvolili preferovaný typ hudby, proto je celkový počet respondentů o něco nižší. Rozdíly mezi studujícími, pracujícími a nezaměstnanými jsou statisticky významné (test χ^2 na hladině 0,000% významnosti). Podle svých odpovědí studující více než pracující poslouchají hudbu soustředěně (hodnota Indexu je zde vypočítána právě na základě této varianty odpovědi), případně ji využívají jako faktor atmosféry při přemýšlení o jiných věcech, pracující více uvádějí, že při poslechu hudby něco dělají, nebo že jim hraje celý den jako kulisa, kterou ani nevnímají. Soustředěný poslech (ale také „kulisové“ využívání) zdaleka nejvíce uvádějí nezaměstnaní, vzhledem k jejich malému počtu (a možné rozdílné představě o tom, co je „soustředěný poslech“) je nicméně otázkou, nakolik lze tento údaj považovat za důvěryhodný.

Tabulka 8: Způsob poslechu hudby

		Studující (%)						Pracující (%)					(%)
	C	St	ZŠ	OU	SŠ	VO	VŠ	Pr	OU	SŠ	VO	VŠ	Nz
Soustředím se	10,8	12,0	15,9	13,0	13,4	2,9	6,7	7,0	7,1	6,5	5,5	9,7	35,8
Přemýšlím	9,9	13,2	14,4	10,8	11,9	14,7	15,3	7,7	7,7	7,0	11,0	8,8	0,5
Dělám něco	68,2	67,4	63,8	54,9	68,0	76,7	76,3	72,8	67,8	76,8	70,7	78,4	44,4
Jako kulisa	11,0	7,4	6,0	21,3	6,7	5,7	1,7	12,5	17,4	9,7	12,8	3,2	19,3
Počet	2 396	1 450	419	40	583	41	367	667	109	298	66	194	46
Test χ^2		50,1	7,3	0,5	44,1	0,9	0,4	50,4	13,4	27,7	36,4	6,1	0,0
Index		1,10	1,46	1,20	1,24	0,27	0,62	0,65	0,65	0,60	0,50	0,89	3,31

Soustředěný poslech uvádějí mezi studujícími (test χ^2 na hladině 0,000% významnosti) více studenti nižších stupňů škol, vysokoškoláci při poslechu spíše dělají něco jiného, zatímco učňům více hraje jako kulisa. Mezi pracujícími statisticky významné rozdíly nejsou (test χ^2 na hladině 13,466% významnosti), také zde vyučení využívají hudbu mnohem více jako kulisu než vysokoškoláci.

Faktory vnímané jako důležité při poslechu hudby

V souvislosti s otázkou „Co se Vám na hudbě Vámi vybraného stylu líbí (proč ji posloucháte)?“ bylo respondentům nabídnuto šest faktorů, u nichž měli hodnotit jejich subjektivní důležitost na třístupňové škále Důležité – Málo důležité – Nedůležité. Šlo o tyto faktory (viz jednotlivé řádky Tabulky 8): „Je příjemná jako zvuková kulisa“ (Kulisa), „Jsou v ní zajímavé hudební nápady“ (Nápady), „Zajímají mne slova a jejich poselství“ (Slova), „Obdivuji lidi, kteří ji tvoří a hrají“ (Obdiv), „Je v ní humor a zábava“ (Humor) a „Poslouchají ji moji známí a přátelé“ (Známí). V Tabulce 9 jsou shrnuty podíly respondentů, kteří tyto faktory (ve vztahu k typu hudby, který dříve vybrali jako svůj preferovaný) označili jako „důležité“.

Tabulka 9: Důležité faktory poslechu hudby

		Studující (%)						Pracující (%)					(%)
	C	St	ZŠ	OU	SŠ	VO	VŠ	Pr	OU	SŠ	VO	VŠ	Nz
Kulisa	66,2	68,1	64,0	61,3	70,9	56,7	75,7	69,9	64,2	74,5	73,2	73,1	40,3
Nápady	54,6	60,8	54,9	42,2	67,8	39,2	73,5	51,3	47,8	51,5	60,1	60,6	39,4
Slova	42,2	47,5	42,3	49,8	47,9	48,4	51,2	37,1	38,6	34,4	40,5	39,6	40,4
Obdiv	36,1	42,1	46,8	55,7	41,9	24,3	33,0	30,5	36,6	26,2	30,2	22,9	35,7
Humor	34,5	32,9	39,2	43,0	28,2	22,0	30,2	34,6	37,1	31,5	42,9	32,0	52,4
Známí	23,1	27,6	39,9	46,5	21,7	18,9	13,7	18,6	24,1	15,7	12,3	10,3	33,6
Počet	2 396	1 450	419	40	583	41	367	667	109	298	66	194	46
Test χ^2		64,2	0,7	0,0	26,6	0,7	1,3	73,7	91,7	15,6	9,3	1,8	0,0
Index		1,09	1,12	1,16	1,08	0,82	1,08	0,94	0,97	0,91	1,01	0,93	0,94

Obecně vzato mladí lidé na hudbě považují za nejdůležitější to, zda je schopna působit jako kulisa k jiným činnostem, dále hudební nápady, slova a jejich poselství, obdiv k tvůrcům, humor a nejméně to, zda hudbu poslouchají také jejich známí, což by jistě bylo možné problematizovat, neboť vliv referenčních skupin bezpochyby hraje zejména právě u mladých lidí značnou roli. Rozdíly v odpovědích studujících, pracujících a nezaměstnaných jsou statisticky významné (test χ^2 na hladině 0,015% významnosti), což je opět způsobeno především většími odlišnostmi v odpovědích nezaměstnaných, kteří si nejvíce cení humoru a také přiznávají větší vliv známých a přátel. Rozdíl mezi studujícími

a pracujícími spočívá především v tom, že pracující více preferují humor oproti obdivu k tvůrcům, který více vyznávají studující; ti také přikládají důležitost celkově většímu počtu faktorů (viz Index, který je opět vypočítán na základě sumy preferencí všech faktorů).

Ve skupině studujících (test χ^2 na hladině 0,000% významnosti) jistě existují větší rozdíly v odpovědích jednotlivých segmentů než v případě pracujících, platí nicméně, že byť se sice konkrétní číselné údaje někde i podstatně liší, mělo to jen malý vliv na pořadí jednotlivých faktorů. Největší změny tohoto druhu lze najít u učňů, kteří více akcentují obdiv k tvůrcům (podobně i žáci základních škol) a částečně též význam slov na úkor hudebních nápadů, obecně studenti nižších stupňů škol více přiznávají důležitost vlivu svých přátel. Ve skupině pracujících (test χ^2 na hladině 19,138% významnosti, rozdíly tedy nejsou statisticky významné) taktéž platí, že drobné změny v preferencích jednotlivých faktorů neměly prakticky žádný vliv na jejich celkové pořadí. Lze snad upozornit na to, že osoby s nižším vzděláním zde přikládají větší důležitost obdivu k tvůrcům a tomu, zda hudbu poslouchají také jejich známi, zatímco lidé s vyšším vzděláním více oceňují kulisovost a hudební nápady (možná překvapivě nikoliv slova a jejich poselství, což asi naznačuje, že tito lidé hledají poselství důležitá pro jejich život jinde než v hudbě).

Pojmy spojované s hudbou

Pojmy nabízené jako varianty odpovědi na otázku „Vyberte 3–7 pojmů, které podle Vás nejlépe charakterizují hudbu tohoto Vámi vybraného stylu:“ jsou v Tabulce 10 seřazeny podle celkového „pořadí“ v celém výběrovém souboru. Mladí lidé si svou oblíbenou hudbu ponejvíce spojují s pojmy jako „energie“, „zábava“, „pohoda“, „přátelé“ nebo „inspiration“ (bylo nabízeno celkem 24 pojmů, čtyři poslední, „zralost“, „serióznost“, „tradice“ a „ticho“ měly preference pod 5 % a v tabulce nejsou zahrnuty). Rozdíly v odpovědích studujících, pracujících a nezaměstnaných jsou statisticky významné (test χ^2 na hladině 0,000% významnosti), odpovědi studujících a pracujících jsou vcelku podobné, jediný výraznější rozdíl je u pojmů přátelé, mládí a hluk, které více vybírali studující, což však nemá zásadní vliv na pořadí pojmů v těchto skupinách. Poněkud odlišné jsou výsledky nezaměstnaných, kteří oproti ostatním více vybírali pojmy vášeň, hluk, vzdor a chaos, což jistě souvisí především s hudebními styly, které tito lidé preferují.

V rámci skupiny studujících (test χ^2 na hladině 0,000% významnosti) lze ukázat na pojmy, které více preferují studenti vyšší stupňů škol (pohoda, energie, harmonie, celkově lze toto říct o většině pojmů), a naopak pojmy bližší studentům nižších stupňů (tvrdomost, hluk, chaos). Studenti středních škol vybírali nejvíce pojmů ze všech (viz ukazatel Index vypočítaný opět na základě celkové sumy preferencí). V rámci skupiny pracujících (test χ^2 na hladině 0,919% významnosti) platí, že výsledky středoškoláků a vysokoškoláků jsou většinou podobné, tyto skupiny více preferují například pojmy pohoda, energie nebo inspiration, vyučení naopak více preferují například pojmy přátelé, tvrdomost, hluk nebo chaos.

Tabulka 10: Pojmy spojované s hudbou oblíbeného stylu

	Studující (%)							Pracující (%)					(%)
	C	St	ZŠ	OU	SŠ	VO	VŠ	Pr	OU	SŠ	VO	VŠ	Nz
Energie	68,2	70,4	63,7	58,9	75,3	47,8	83,6	70,5	65,7	73,6	79,0	74,2	55,3
Zábava	51,3	53,1	55,2	56,0	53,0	70,3	44,1	52,0	47,3	56,4	53,6	52,8	32,1
Pohoda	49,0	50,3	47,5	36,0	52,5	37,2	62,9	52,0	44,7	59,0	48,4	56,9	18,1
Přátelé	37,3	40,4	42,3	50,1	36,0	54,1	35,7	34,3	34,4	35,8	31,3	29,1	36,3
Inspirace	34,5	38,3	28,8	29,9	43,7	47,1	43,1	31,8	29,8	30,7	41,7	39,1	35,8
Mládí	28,3	31,5	33,5	23,0	33,6	50,2	25,6	22,9	22,1	23,5	19,1	26,0	34,2
Vášeň	27,6	28,6	19,7	25,4	35,1	25,9	30,5	25,2	22,6	28,5	15,9	27,8	36,6
Společnost	22,7	23,3	17,7	36,4	22,7	21,4	22,8	23,3	23,0	23,8	22,8	22,8	20,3
Krása	20,5	22,9	24,8	21,6	24,4	17,2	20,6	17,7	14,9	19,5	21,5	20,0	15,2
Umění	19,4	20,5	18,4	12,4	27,6	8,9	18,8	18,1	19,7	16,1	19,7	19,3	10,9
Tvrdost	17,6	18,6	19,6	33,1	15,4	9,2	16,4	17,5	23,1	13,6	12,8	12,7	14,3
Harmonie	17,5	17,7	12,7	7,5	20,6	11,8	26,7	17,8	13,9	18,4	21,9	28,8	12,6
Hluk	15,6	17,5	19,8	29,8	15,0	10,7	12,9	11,5	12,8	12,3	8,6	4,6	34,7
Klid	14,0	12,1	14,4	8,2	12,8	14,0	10,5	15,1	13,3	16,1	17,8	17,3	5,0
Humor	13,9	13,1	18,1	11,9	13,4	3,9	10,1	14,5	17,4	12,9	9,8	11,2	11,4
Vzdor	13,2	14,6	12,7	17,8	16,1	14,3	12,2	11,3	14,6	7,6	9,9	13,0	28,8
Chaos	11,2	11,8	11,3	13,6	13,3	7,8	9,7	9,6	13,7	7,7	3,7	3,4	22,9
Elegance	9,7	9,8	6,9	8,6	9,9	12,6	13,1	9,2	7,4	9,3	11,6	14,7	0,0
Smutek	8,7	9,6	10,1	1,6	13,7	1,9	9,3	7,6	8,9	6,2	3,0	9,7	8,1
Duchovno	7,5	8,3	5,7	3,3	8,4	32,2	7,5	6,6	6,4	5,0	15,0	9,6	9,4
Počet	2 396	1 450	419	40	583	41	367	667	109	298	66	194	46
Test χ^2		100,0	87,3	0,0	82,7	0,0	62,1	100,0	95,4	93,9	0,0	5,9	0,0
Index		1,05	0,99	0,99	1,11	1,02	1,06	0,96	0,94	0,97	0,98	1,02	0,91

Nákup nahrávek na nosičích

Odpovědi na otázku „Kolik nahrávek (počet CD + DVD) tohoto stylu jste si koupil/a za posledních 12 měsíců?“ jsou shrnuty v Tabulce 11; otázka se opět vztahuje primárně k hudbě preferovaného stylu. Alespoň jeden nosič si zakoupila zhruba polovina respondentů, více než šest nosičů jedna desetina. Rozdíly odpovědí studujících, pracujících a nezaměstnaných tentokrát statisticky významné nejsou (test χ^2 na hladině 9,884% významnosti), výsledky studujících a pracujících se v tomto případě neliší nijak podstatně, přičemž nosiče nakupuje o něco větší část pracujících. Výrazněji odlišné jsou výsledky nezaměstnaných, z nichž si nosič v posledních dvanácti měsících zakoupila pouze třetina.

Tabulka 11: Nákup nosičů s hudbou

		Studující (%)						Pracující (%)					(%)
	C	St	ZŠ	OU	SŠ	VO	VŠ	Pr	OU	SŠ	VO	VŠ	Nz
0	49,1	49,4	49,7	48,1	51,6	31,5	51,4	44,5	47,0	44,5	23,7	44,5	63,2
1-2	24,0	23,7	27,6	19,9	22,2	12,7	27,5	25,8	22,9	27,1	36,8	27,5	16,0
3-5	15,2	16,0	14,9	9,5	16,9	36,7	14,1	15,9	15,5	15,4	29,9	12,5	14,4
6-12	7,4	7,2	3,8	16,2	6,5	10,9	5,2	8,2	7,6	8,0	6,6	12,0	3,6
13 +	4,3	3,7	4,1	6,2	2,8	8,3	1,8	5,6	7,1	5,0	3,0	3,6	2,8
Počet	2 396	1 450	419	40	583	41	367	667	109	298	66	194	46
Test χ^2		100,0	90,1	1,2	99,1	0,0	89,5	98,8	70,6	95,0	0,0	65,9	0,7
Index		1,00	0,84	1,19	0,97	2,07	0,78	1,10	1,12	1,05	1,47	1,04	0,77

V rámci skupiny studujících (test χ^2 na hladině 0,000% významnosti) nejsou ve výsledcích výrazné rozdíly, aktivnější je pouze skupina studentů vyšších odborných škol, nejméně aktivní studenti vysokých škol (viz ukazatel Index, který je tentokrát vypočítaný z podílu respondentů, kteří zakoupili alespoň tři nosiče). Totéž lze říci také o skupině pracujících (test χ^2 na hladině 2,003% významnosti), kde se výsledky podobají jak v celkovém podílu nakupujících, tak i v podílu osob, které nakupují větší či menší množství nosičů (také zde jsou neaktivnější osoby s vyšším odborným vzděláním).

Kopírování nahrávek na nosičích

V Tabulce 12 jsou shrnuty odpovědi na otázku „Kolik nahrávek (počet CD+DVD) tohoto stylu jste si zkopíroval/a (přepálil/stáhl/a) za posledních 12 měsíců?“. Rozdíly v odpovědích studujících, pracujících a nezaměstnaných jsou statisticky významné (test χ^2 na hladině 0,000% významnosti), přičemž se tentokrát výrazně liší i výsledky studujících a pracujících. Nahrávky kopíruje devět z deseti studentů a o pět procent méně pracujících, mezi studujícími pak především výrazněji převažují respondenti, kteří kopírují větší množství nahrávek. Mezi nezaměstnanými kopírují hudbu jen tři ze čtyř, podíl osob, které ji kopírují ve velkém množství, je nicméně zhruba stejný jako mezi studenty. Je zajímavé, že mezi pracujícími a studujícími vysokoškoláky není výrazný rozdíl v celkovém podílu kopírujících (něco jiného je podíl častých a občasných kopírujících), u ostatních stupňů škol je již rozdíl znatelný.

Tabulka 12: Kopírování nosičů s hudbou

		Studující (%)						Pracující (%)					(%)
	C	St	ZŠ	OU	SŠ	VO	VŠ	Pr	OU	SŠ	VO	VŠ	Nz
0	14,2	9,1	16,3	1,9	8,4	9,8	6,6	14,8	15,9	15,3	13,9	8,9	26,8
1-2	9,2	7,7	8,8	11,4	7,7	2,8	5,5	10,7	8,4	12,9	12,7	10,5	8,0

3-5	13,6	13,3	13,1	6,4	13,3	22,1	15,7	15,5	14,8	15,6	14,6	18,0	6,9
6-12	19,2	19,8	12,5	30,6	17,1	44,9	18,7	19,4	18,5	21,0	22,0	15,9	6,7
13+	43,9	50,0	49,4	49,6	53,5	20,3	53,6	39,6	42,5	35,1	36,7	46,8	51,6
Počet	2 396	1 450	419	40	583	41	367	667	109	298	66	194	46
Test χ^2		81,8	78,8	0,0	49,1	0,0	7,5	99,2	81,8	70,0	28,4	69,4	0,0
Index		1,08	0,98	1,13	1,09	1,14	1,15	0,97	0,99	0,94	0,96	1,05	0,85

Mezi studujícími (test χ^2 na hladině 0,000% významnosti) je o něco menší podíl kopírujících mezi žáky základních škol, v této skupině je však zároveň největší podíl těch, kteří kopírují větší množství nahrávek (dle hodnoty Indexu, v níž se uvažují podíly respondentů, kteří zkopírovali alespoň tři nosiče, je nicméně tato skupina mezi studenty nejméně aktivní). Výsledky ostatních segmentů jsou podobné, a to pokud se týká celkového podílu kopírujících i podílu kopírujících větší množství nahrávek. Mezi pracujícími (test χ^2 na hladině 58,220% významnosti, rozdíl tedy nejsou statisticky významné) si lze povšimnout většího podílu kopírujících ve skupině vysokoškoláků než mezi vyučenými a středoškoláky, poměr osob kopírujících větší a menší počet nosičů je nicméně srovnatelný.

Návštěva koncertů

V následujícím textu jsou shrnuty odpovědi na otázku „Kolikrát jste za posledních 12 měsíců byl/a na koncertě (živém provedení) tohoto stylu hudby?“ (viz výše). Výsledky studujících, pracujících a v tomto případě také nezaměstnaných jsou velmi podobné (test χ^2 na hladině 5,625% významnosti, rozdíl jsou tedy nad hranici statistické významnosti). Na koncertě byly v uplynulých dvanácti měsících více než dvě třetiny respondentů, dá se říci, že mezi studujícími je o něco větší podíl častých návštěvníků než mezi pracujícími a zejména nezaměstnanými (viz hodnota Indexu, která je opět vypočítána z podílu respondentů, kteří navštívili alespoň tři koncerty).

Tabulka 13: Návštěva koncertů

		Studující (%)						Pracující (%)					(%)
	C	St	ZŠ	OU	SŠ	VO	VŠ	Pr	OU	SŠ	VO	VŠ	Nz
0	32,2	30,0	49,2	29,0	28,8	22,5	12,6	30,9	30,3	34,0	22,6	25,5	31,4
1-2	30,8	29,5	29,5	29,1	33,0	10,6	28,7	31,5	28,9	33,2	32,4	35,1	38,2
3-5	19,5	22,5	14,1	19,4	20,6	51,3	29,5	19,0	16,8	19,6	28,4	21,0	10,6
6-12	10,1	10,7	5,6	15,0	9,5	5,4	17,3	10,5	12,8	8,3	8,6	10,4	7,3
13+	7,4	7,4	1,6	7,5	8,1	10,2	11,8	8,1	11,1	4,9	7,9	8,0	12,5
Počet	2 396	1 450	419	40	583	41	367	667	109	298	66	194	46
Test χ^2		98,0	1,6	27,1	95,7	0,0	0,0	98,2	17,7	95,3	16,1	78,2	0,5
Index		1,10	0,57	1,13	1,04	1,81	1,59	1,02	1,10	0,89	1,22	1,07	0,82

V rámci skupiny studujících (test χ^2 na hladině 0,000% významnosti) se výrazněji odlišují výsledky vysokoškoláků, kde je větší podíl návštěvníků koncertů (spolu se studenty vyšších odborných škol jde podle ukazatele Index o neaktivnější skupinu), a také žáků základních škol, kde je jich naopak nejméně. Mezi pracujícími (test χ^2 na hladině 27,582% významnosti) nejsou rozdíly v tomto smyslu až tak výrazné, byť jsou stále pozorovatelné – mezi vysokoškoláky je více návštěvníků koncertů než mezi středoškoláky a vyučenými, mezi nimiž je naopak nejvíce častých návštěvníků; dle hodnoty Indexu jsou také zde neaktivnějšími osoby s vyšším odborným vzděláním.

Pro srovnání opět uveďme data z výzkumu volnočasových aktivit.²² Otázka tentokrát zjišťovala, jak často respondenti navštěvují kulturní akce (pro ilustraci byl doplněn výčet – koncerty, divadlo, kino, výstavy, autorská čtení apod.). Byl nabídnut tento výčet možností – „(téměř) denně“, „několikrát týdně“ (tyto dvě varianty jsou zde sloučeny do řádku „Týdně“), „několikrát měsíčně“ (Měsíčně), „méně často“ (Méně) a „nikdy“. Jak je vidět v Tabulce 14, neaktivnější jsou v tomto případě nezaměstnaní (hodnota Indexu je vypočítána na základě řádku „Týdně“), dále studující a pracující; mezi nezaměstnanými je nicméně zároveň nejvíce těch, kteří kulturní akce vůbec nenavštěvují. Mezi studujícími jsou zdaleka neaktivnějšími návštěvníky učni, následovaní studenty vyšších odborných a vysokých škol. Ve skupině pracujících je naopak mezi vyučenými jen minimum častých návštěvníků kulturních akcí a zároveň relativně více těch, kteří je nenavštěvují vůbec. Zdá se tedy, že aktivita mladých lidí s vyšším vzděláním po ukončení studia nepoklesne tolik jako v případě vyučených, což ale může souviset také s tím, že tito lidé později zakládají rodiny a tento pokles by tedy mohl být patrný až po třicátém roce věku.

Tabulka 14: Návštěva kulturních akcí

		Studující (%)						Pracující (%)					(%)
	C	St	ZŠ	OU	SŠ	VO	VŠ	Pr	OU	SŠ	VO	VŠ	Nz
Týdně	4,2	4,5	2,3	9,7	4,0	7,5	4,7	3,7	0,8	5,5	7,4	5,9	6,1
Měsíčně	40,7	44,7	32,2	43,4	53,5	54,4	45,4	40,2	37,9	40,7	50,4	45,5	15,5
Méně	49,1	46,4	60,2	38,7	38,9	38,1	46,9	50,7	55,1	48,9	42,2	46,2	57,6
Nikdy	5,9	4,4	5,4	8,2	3,6	0,0	3,0	5,3	6,2	5,0	0,0	2,4	20,9
Počet	2 107	1 247	312	40	396	30	284	798	83	334	53	326	62
Test χ^2		90,7	25,0	1,9	13,1	0,0	40,7	98,4	43,6	91,8	1,5	39,7	0,0
Index		1,07	0,54	2,30	0,95	1,76	1,38	0,87	0,18	1,29	1,75	1,40	1,44

Pokud bychom měli shrnout, jak se proměňuje vztah k hudbě u mladých lidí v souvislosti s tím, jaký stupeň či typ školy studují, a poté, co začnou pracovat, mohli bychom konstatovat, že v některých vnějších projevech se u studujících a pracujících sice až tak neliší, avšak jeho podstata se přece jen proměňuje. Především lze doložit, že se zmenšuje

²² Bačuvčík, Radim: *Kultura jako faktor volného času. Nákupní chování na trzích vybraných volnočasových aktivit*, Zlín, 2011.

intenzita subjektivně vnímaného vztahu k hudbě. Menší část pracujících než studujících je o sobě ochotna tvrdit, že je hudba fascinuje. Intenzita vztahu nicméně souvisí i se vzděláním, protože zatímco mezi studujícími jsou „nejfascinovanější“ učni, mezi pracujícími je naopak nejvíce těch, kterým je hudba spíše lhostejná, právě mezi vyučenými. Dalo by se říci, že pracující přesto věnují poslechu hudby minimálně stejně (ne-li více) času než studující, avšak rozdíl je v tom, jak jejich poslech vypadá: Pracující větší část dne (často celý den) poslouchají rozhlasové vysílání, které jim zřejmě především tvoří kulisu při práci, což je rys hudby, který považují za důležitý zdaleka více než studující. Ti si mnohem častěji pouští nahrávky z nosičů, elektronických souborů nebo z internetu a také častěji tvrdí, že hudbu poslouchají soustředěně. Studenti využívají více zdrojů poslechu hudby a také hudbu poslouchají na více místech než pracující. Naproti tomu se příliš neliší hudební preference obou skupin, hlavní rozdíl je zřejmě v tom, že studující více preferují agresivnější typy hudby, jako například současnou taneční hudbu nebo hip hop (podobné preference lze hledat u mladých nezaměstnaných, kteří se v našich průzkumech jeví jako velmi rozporuplná skupina zahrnující osoby s velmi intenzivním vztahem k hudbě i osoby v tomto směru velmi laxní). Pokud se týká nákupního chování spojeného s hudebními produkty, je možno konstatovat, že pracující o něco více než studenti nahrávky nakupují, zatímco studenti více kopírují, rozdíly ovšem ve skutečnosti nejsou nijak dramatické. Dokonce ani údaje o návštěvnosti koncertů nevykazují zásadní rozdíly v chování studujících a pracujících ve věkové skupině 12–29 let; ty lze nicméně pozorovat v souvislosti s návštěvou kulturních akcí celkově, což může vést k domněnce, že hudební akce jsou těmi, které lidé poté, co dostudují, nepřestávají navštěvovat, možná na rozdíl od kulturních akcí jiných druhů.

Changes in the Young People's Relation to Music: a Quantitative Study

Summary

This study pays attention to what is the relationship of young people in the age between 12 and 29 years to music and how this relation changes in dependence on which school they study, or whether they already work, or whether they are unemployed. The research data have confirmed that music constitutes a very important phenomenon for young people; however, it is true that the end of study and the beginning of employment modify that relation. While the students – according to their own words – cannot rather imagine their life without music and they emphasize music fascinates them, the workers' relationship to music is quite less intensive and they perceive and use music more or less as background music. The relation to music transforms partially from the emotional to the utilitarian one. It also comes true that music constitutes a distinctive social phenomenon for young people, who share it with their friends or acquaintances, while this feature becomes weaker in case of employees. Young employees, however, are

yet ready to put more money into their relation to music – they buy little more musical media and they attend music concerts to the same extent as the students do. As shown in the text, the approach and behaviour of students at different types of schools and that of employees with different educational stages differ very much. A big change in the relation to music can be observed mainly among persons with lower education. While the trainees' relation to music is very intensive, it is colder with the employees with this type of education. The aforementioned contradictoriness may be indicated best by the results of a group of unemployed (the most of whom trained) among whom an above-average number of both persons with a very intensive relation to music and persons, who music is indifferent to, can be found.

Veränderungen der Beziehungen von jungen Menschen zur Musik: eine quantitative Studie

Zusammenfassung

Diese Studie beschäftigt sich mit der Frage der Beziehung junger Menschen im Alter von 12–29 Jahren zur Musik, und zur Veränderung dieser Beziehung in Abhängigkeit davon, welche Schule sie besuchen, ob sie schon einer Beschäftigung nachgehen oder ob sie arbeitslos sind. Durch Daten, die aus Untersuchungen stammen, wird bestätigt, dass die Musik für junge Menschen ein sehr bedeutendes Phänomen ist. Doch, so zeigen die Untersuchungsergebnisse, verändert sich nach dem Ausbildungs- oder Studienabschluss und durch den Eintritt in den Arbeitsprozess diese Beziehung. Während die Schüler und Studierenden sich häufig nach ihren eigenen Worten ihr Leben ohne Musik nicht vorstellen können und erklären, von Musik vollkommen fasziniert zu sein, bedeutet die Musik für die jungen Erwerbstätigen weniger, sie wird fast nur noch als wohltuender Hintergrund wahrgenommen. Die Einstellung zur Musik verwandelt sich teilweise von einer emotionalen zu einer utilitären Beziehung. Die Untersuchung bestätigt auch, dass für junge Schüler und Studierende die Musik ein deutliches soziales Phänomen im Sinne ihres gemeinschaftlichen Erlebens mit Freunden und Bekannten ist, während bei Erwerbstätigen dieses Merkmal teilweise in den Hintergrund zu treten scheint. Allerdings sind die jungen Erwerbstätigen dazu bereit, in ihre Beziehung zur Musik finanziell etwas mehr zu investieren als die Schüler und Studenten. Sie kaufen in einem größeren Maße als Studenten Musikträger und gehören praktisch im gleichen Maße wie Schüler und Studenten zu den Besuchern von Musikkonzerten. Wie im Text detailliert dargelegt wird, gibt es in einigen Fällen deutliche Unterschiede in den Einstellungen und Verhaltensweisen zwischen Schülern und Studierenden an verschiedenen Schul- und Ausbildungseinrichtungen einerseits und Erwerbstätigen mit verschiedenen Ausbildungsstufen andererseits. Einen großen Umbruch hinsichtlich ihrer Beziehung zur Musik kann man vor allem bei Personen mit einer niedrigeren Ausbildung feststellen: Während die Beziehung der Lehrlinge zur Musik sehr intensiv ist, ist sie bei Erwerbstätigen mit einem ähnlichen

Ausbildungsniveau eher ziemlich unterkühlt. Dieser Widerspruch ist vielleicht am besten anhand der Ergebnisse einer Gruppe von Arbeitslosen zu beobachten (von denen ein großer Teil ehemalige Lehrlinge sind), unter denen sowohl Personen mit einer sehr intensiven Beziehung zur Musik, als auch solche, denen die Musik eher gleichgültig ist, überdurchschnittlich vertreten sind.

Keywords

Music; culture; young people; students; shopping behaviour; sociology; marketing.

Schlüsselwörter

Musik; Kultur; junge Menschen; Studenten; Einkaufsverhalten; Soziologie; Marketing.