

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

Diplomová práce

2021

Bc. Dominika Rajnohová

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

**Strategie platformy Netflix a návyky konzumace obsahu
uživatelů v České republice**

Diplomová práce

Autor práce: Bc. Dominika Rajnohová

Studijní program: Mediální studia

Vedoucí práce: Mgr. et Mgr. Jaroslav Švelch, Ph.D.

Rok obhajoby: 2021

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracovala samostatně a použila jen uvedené prameny a literaturu.
2. Prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného titulu.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne 28. 4. 2021

Dominika Rajnohová

Bibliografický záznam

RAJNOHOVÁ, Dominika. *Strategie platformy Netflix a návyky konzumace obsahu uživatelů v České republice*. Praha, 2021. 67 s. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce Mgr. et Mgr. Jaroslav Švelch, Ph.D.

Rozsah práce: 125 009 znaků včetně mezer

Anotace

Tato diplomová práce se věnuje tématu video on demand platform a je blíže zaměřena na jednu z hlavních celosvětově dostupných platform spravovanou společností Netflix. V práci je popsána historie vzniku této služby a základní principy a teorie, na základě kterých tato služba funguje. Pozornost je věnována fungování této platformy na území České republiky a postupnému vývoji uživatelského rozhraní a rozšíření katalogu titulů za účelem získání větší pozornosti českého publika. Výzkumná část práce poskytuje vhled do způsobu užívání platformy českými uživateli, konkrétně mezi studenty ve věku 20-27 let. Na základě kvalitativního šetření mezi uživateli bylo prozkoumáno období a způsoby, jakými se Netflix dostal do povědomí uživatelů, jakými způsoby uživatelé získávali přístup k video obsahům před založením účtu na Netflixu a jak tato platforma ovlivnila jejich zvyky konzumace seriálů a filmů. Výzkum byl zaměřen také na vnímání nabízeného obsahu, na formu a cenu předplatného a na uživatelskou přívětivost a funkce platformy. Cílem výzkumu bylo také zjistit, kolik času uživatelé sledováním filmů a seriálů tráví a za jakých okolností tuto aktivitu vyhledávají. Část výzkumu se zabývala také změnami v užívání streamovací služby v době pandemie covid-19, která více či méně ovlivnila běžné fungování životů většiny populace. Závěr práce poskytuje, kromě shrnutí výsledků výzkumu, také návrhy na oblasti, které by v souvislosti s tímto tématem bylo vhodné dále prozkoumat.

Annotation

This diploma thesis deals with the topic of video on demand platforms and is more closely focused on one of the main worldwide available platform managed by Netflix. The thesis describes the history of the service and the basic principles and theories on the basis of which this service works. Attention is devoted to the functioning of this platform in the Czech Republic and the development of the user interface and expansion of the catalogue in order to gain more attention from the Czech audience. The research part of the thesis provides insights into the way how the platform is used by Czech users, specifically among 20-27 years old students. The qualitative survey examined the period and ways of how Netflix became known among the users, how users gained access to video content before subscribing Netflix and how the platform influenced their series and movie consumption habits. The research also focused on the perception of the offered

content, on the form and price of the subscription and on the user-friendliness and functionality of the platform. The other aim of the research was to find out how much time users spend watching movies and series and in which situations they are looking for this activity. Part of the research also looked at changes in the use of the streaming service during the covid-19 pandemic, which more or less affected the lives of the majority of the population. The conclusion of the thesis also provides, in addition to a summary of research results, suggestions for areas that would be worth further exploring regarding this topic.

Klíčová slova

VOD platformy, streamovací služba, Netflix, chování uživatelů, participativní kultura, algoritmická kultura, binge-watching

Keywords

VOD platforms, streaming services, Netflix, user behavior, participative culture, algorithmic culture, binge-watching

Title

Strategy of the Netflix platform and habits of content consumption of users in the Czech Republic

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala Mgr. et Mgr. Jaroslavovi Švelchovi, Ph.D. za cenné rady a odborné vedení této práce. Dále bych chtěla poděkovat respondentům za poskytnutí rozhovorů a tím umožnění provedení výzkumné části práce.

Obsah

1.	Vymezení a vývoj VOD platforem.....	3
1.1.	Globální VOD platformy	3
1.2.	VOD platformy v České republice	4
1.	Netflix.....	6
1.1.	Originální produkce Netflixu.....	7
1.2.	Dokumentární tvorba a téma životního prostředí	9
1.3.	Netflix v době pandemie covid-19.....	10
1.4.	Předplatné	11
2.	Pojem „binge-watching“	13
2.1.	Motivátory	13
2.2.	Tituly.....	15
3.	Algoritmická kultura	16
3.1.	Koncept affordance.....	18
3.2.	Doporučovací systém, algoritmy	19
4.	Participativní kultura	21
5.	Metodologie výzkumu.....	23
5.1.	Design výzkumu, výzkumné otázky, cíle	23
5.2.	Výběr vzorku	24
5.3.	Sběr dat	25
5.4.	Způsob analýzy dat.....	26
5.5.	Limity výzkumu.....	26
6.	Výzkumná část	27
6.1.	Analýza nasbíraných dat	27
6.1.1.	Začátky Netflixu v České republice.....	27
6.1.2.	Získávání obsahu před používáním Netflixu	28
6.1.3.	Primární výhody a nevýhody služby Netflix pro české uživatele	29
6.1.4.	Forma předplatného	32
6.1.5.	Prostředí při sledování Netflixu.....	33
6.1.6.	Nabídka Netflixu, oblíbené formáty a žánry.....	34
6.1.7.	Čas strávený sledováním Netflixu	39
6.1.8.	Uživatelská přívětivost	40
6.1.9.	Změny využívání platformy v době pandemie covid-19	44
6.2.	Shrnutí výsledků výzkumu	45
	Závěr.....	51
	Použitá literatura.....	54

Úvod

Diplomová práce se věnuje tématu a vzrůstajícímu trendu video on demand (VOD) platform. Tato práce je zaměřena na jednu z hlavních celosvětově dostupných platform spravovanou společností Netflix. Cílem teoretické části práce je zmapování historie a především současného stavu VOD streamovacích služeb ve světě a v České republice a představení konceptů souvisejících se streamovacími službami a konzumací video obsahů. Vzhledem k tomu, že služba Netflix, původně dostupná pouze v USA, je nyní přístupná skoro ve všech zemích na světě, představuje tak jakousi „globální online televizi“. Více než polovina předplatitelů této služby nyní pochází z jiné země než je USA a to se projevilo i v nabízeném obsahu. Netflix postupně začal do své nabídky zařazovat filmy z různých zemí. V uplynulých letech se nabídka rozrostla i o desítky filmů z české produkce.

Analytická část práce je zaměřena na způsoby užívání platformy českými uživateli, konkrétně mezi studenty ve věku 20-27 let. Na základě kvalitativního šetření výzkum poskytnul vhled do způsobů užívání streamovací platformy Netflix ve vybraném vzorku deseti respondentů. Výzkum se zabývá otázkou, kdy se Netflix dostal do povědomí českých uživatelů, jakými způsoby uživatelé získávali přístup k video obsahům před založením účtu na Netflixu a jak tato platforma ovlivnila jejich dosavadní zvyky konzumace filmů a seriálů. Výzkum je zaměřen i na vnímání nabízeného obsahu, na formu a cenu předplatného a na uživatelskou přívětivost a funkce platformy. Cílem výzkumu je též zjistit, kolik času uživatelé sledováním filmů a seriálů tráví a za jakých okolností tuto aktivitu vyhledávají. Část výzkumu se zabývá také změnami v užívání streamovací služby v době pandemie covid-19, která více či méně ovlivnila běžné fungování životů většiny populace.

1. Vymezení a vývoj VOD platforem

Video-on-demand platformy poskytují možnost přehrát video obsah v podstatě kdykoliv, kdy se pro to uživatel rozhodne. Divák tak není závislý na předem daném programu, jako je tomu například u satelitní či kabelové televize. Sám si vybírá, kdy a na co se bude dívat. Tato služba se na trhu objevila kolem roku 2000 a původně představovala pro poskytovatele kabelové televize především způsob, jak konkurovat nově vznikajícím technologiím DVR a jak se odlišit od poskytovatelů satelitních služeb. Streamování videí se později ukázalo jako výhodná alternativa k vydávání DVD, která vyžaduje nižší finanční náklady pro jejich poskytovatele a distributory.

Původem americká, dnes již celosvětově známá, platforma YouTube se jako webová stránka nabízející streamování videí online podílela na vybudování povědomí o výše zmíněném způsobu nabídky obsahu. Zaměřuje se však na obsah tvořený uživateli samotnými. Streamovací platforma Hulu.com od roku 2007 pomáhala vybudovat divácké publikum se zájmem o přehrávání video obsahu ve vysoké kvalitě od autorizovaných dodavatelů a společnost Netflix, poskytující online streamovací služby také od roku 2007, se stala lídrem v přesunu diváků na streamovací platformy a významně se podílela na definování nového způsobu konzumace video obsahu. (Hilderbrand, 2010: 27-28)

1.1. Globální VOD platformy

Jednu z globálně nejvyužívanějších VOD služeb představuje společnost Netflix. Na konci roku 2020 dosáhla tato služba 200 milionů předplatitelů, přičemž největší počet pochází z USA a Kanady s celkovým počtem 74 milionů předplatitelů. (Watson, 2020; Maidenberg, 2021; Stoll, 2021) Streamovací služby Netflixu jsou aktuálně dostupné ve více než 190 zemích světa. (Netflix, 2020) Jednou z předností této služby, jež má momentálně celosvětově největší počet předplatitelů, je tvorba unikátního obsahu z vlastní produkce. Od roku 2013 došlo k vydání více než 2000 titulů z vlastní produkce Netflixu. (Cook 2020) Jednou z konkurenčních služeb nabízí Amazon Prime Video. Tato služba je dostupná pro předplatitele Amazon Prime, což přináší další výhody spojené se službami Amazonu obecně. Mezi ně patří například rychlejší doprava zdarma či přístup k elektronickým knihám. Amazon také nabízí obsah vlastní produkce, avšak v menší míře než Netflix. (Beatman 2018) Velké oblíbenosti se dostává také obsahu vlastní produkce ze společnosti HBO a představuje tak jednu z předností této platformy. Jejich streamovací

služba byla doposud známá pod názvem HBO GO a v nadcházejícím roce 2021 bude spadat pod HBO Max, s čímž se bude pojit i řada vylepšení pro uživatele včetně nového obsahu či 4K rozlišení, které doposud nebylo k dispozici. (HBO, 2020) Jedním z benefitů HBO může být také nabídka filmů/pohádek z produkce Disney. Společnost Disney má však i svou vlastní VOD platformu Disney+, která je prozatím rozšířená především v USA.

Jednou z dalších VOD služeb na globálním trhu je od společnosti HULU. Kromě své vlastní produkce nabízí obsah, který byl k vidění v kabelové/satelitní televizi. To je jednou z předností této služby oproti konkurentům. Co je však naopak poměrně velkou nevýhodou, je přítomnost reklam, které narušují sledování, a to i přes to, že si uživatel zaplatí předplatné. Je jich však podstatně méně než při sledování stejného obsahu v kabelové/satelitní televizi a pokud je uživatel ochotný si připlatit zhruba o polovinu víc, než je základní cena předplatného, může mít obsah zcela bez reklam. (Hulu, 2020b)

Zajímavou možností je také výhodný balíček předplatného, který umožňuje společnost Hulu, Disney+ a ESPN+. Po zaplacení předplatného má uživatel zpřístupněné všechny tři platformy a ve výsledku zaplatí o 25 % méně, než kdyby si každou platformu předplatil zvlášť. (Hulu, 2020a) Nabízí se otázka, zda se tento trend rozvine a další streamovací služby přestanou být vzájemnými konkurenty a vytvoří pro své uživatele podobnou společnou nabídku. Výzkum z USA z října roku 2020 ukazuje, že uživatelé v této zemi by měli zájem o společný balíček předplatného od společností Netflix, Hulu, Disney+ (Halford et al., 2020). Vzhledem k tomu, jak silnou pozici má Netflix na trhu, je momentálně velmi nepravděpodobné, že by k takovéto kooperaci došlo.

1.2. VOD platformy v České republice

Streamovací VOD služby mají počátky v USA a některé tyto zahraniční služby jsou velmi populární i v České republice. Původem americká platforma Netflix se v roce 2019 umístila na 4. místě nejsledovanějších VOD platform v České republice a na 1. místě mezi službami globálními. Tuto platformu využívá především mladší skupina publika, ve věku do 34 let a v kategorii do 24 let má sledovanost nejvyšší. Diváci jsou z větší části muži a větší skupinu diváků tvoří obyvatelé větších měst. Další zahraniční službou se stejnou zemí původu, jež se umístila na 7. místě, je HBO GO. Tato služba má také diváckou základnu především mezi mladším obcenstvem do 34 let s tím rozdílem, že zde není tak výrazná diference v místě a velikosti bydliště. (MediaGuru, 2019)

Na předních příčkách sledovanosti jsou streamovací služby českého původu a to i přesto, že se objemem nabízených obsahů nevyrovňají nabídce Netflixu. Jedním z důvodů preference českých poskytovatelů VOD může být ten, že Netflix se doposud příliš nezaměřoval na evropskou kinematografii. (Chlebek, 2019) Nejsledovanější VOD platformou v České republice byl v roce 2019 Stream.cz, který si alespoň jednou měsíčně pustilo 3,4 milionů diváků. Obsah nabízený touto platformou je zřejmě blízký zřejmě všem věkovým skupinám, jelikož věkové kategorie jsou mezi diváky zastoupeny rovnoměrně a stejně tak i místa bydliště. Mezi publikem lze najít zastoupení jak těch, kteří často sledují kabelovou/satelitní televizi, tak i těch, kteří televizi vyhledávají méně. (MediaGuru, 2019) Stream.cz tvoří originální pořady a seriály z vlastní produkce. V dubnu roku 2019 byla tato samostatná platforma zrušena a převedena pod platformu Televize Seznam a došlo tak k rozšíření nabídky například o Zpravodajství, Sport a další¹. (Televize Seznam, 2020) Na druhém místě sledovanosti je platforma iPrima, následována Českou televizí s platformou iVysílání (Media Guru, 2019). V obou případech se jedná o převedení obsahu pro kabelovou/satelitní televizi do online prostředí, přičemž na platformách nabízejí například bonusové obsahy navíc, či možnost podívat se na určité pořady s předstihem či zpětně.

Kromě těchto nejvíce sledovaných VOD platform je na české scéně ještě jedna skupina VOD služeb, která má menší obecnost, ale unikátní obsah. Nemají prostředky pro tvorbu vlastního obsahu, ale pečlivě vybírají z nabídky pořadů třetích stran a zaměřují se na zajímavé filmy, seriály, dokumenty a další. Mezi přednosti těchto menších českých streamovacích služeb je například nabídka festivalových filmů, které, kromě festivalu samotného, nelze jinde shlédnout. Navíc tyto platformy samozřejmě nabízí větší výběr filmů přímo z české produkce. Jedná se například o platformu Dafilms zaměřující se na dokumenty a festivalové filmy, Film Europe CZ s velmi širokou nabídkou evropských filmů, nebo Aerovod, který má v nabídce především filmy z kin a filmových festivalů. (Chlebek, 2019)

¹ Zmíněný průzkum zveřejněný na stránkách MediaGuru byl proveden před touto změnou, 1. – 6. 2. 2019

1. Netflix

Společnost Netflix byla založena v Kalifornii v roce 1997 jako půjčovna DVD, které na objednávku rozesílala poštou. V roce 2007 společnost uvedla na trh svou streamovací službu, nejprve dostupnou pouze pro obyvatele Spojených států. V roce 2010 vstoupila na mezinárodní trh a služby Netflixu byly nově dostupné také v Kanadě a Latinské Americe. Vzhledem k tomu, že se rozšíření služby za hranicemi osvědčilo, Netflix později rozšířil své působení do západní Evropy, Japonska a v roce 2016 pokryl svou distribucí většinu zemí světa a došlo tak ke zrození tzv. globální televizní sítě. Ne ve všech zemích se však Netflix setkal s úspěchem a jeho obsah byl zakázán či regulován (např. Keňa – zákaz kvůli obsahu s erotickým podtextem). V Číně, Severní Koreji, Sýrii a na Krymu není legálně dostupný dodnes. (Lobato, 2019: 1)

S rozšířením působení služby se rozšířila také nabídka dostupných titulů a jejich pestrost. Obsah platformy v různých zemích začal být více odlišný a lokalizovaný s přibývajícím tituly z daných zemí. Na český trh Netflix vstoupil v roce 2016 a v té době bylo pro předplatitele k dispozici pouze cca 800 titulů. Dnes se však Česká republika dle počtu dostupných filmů řadí na přední příčky v rámci evropských zemí. V únoru roku 2021 bylo v České republice dostupných 5854 titulů (vývoj počtu filmů a seriálů na českém Netflixu viz příloha č. 1). (Vyskočil, 2021) Služba však není příliš přívětivá pro diváky, kteří rozumí pouze češtině. Z 8854 titulů bylo v té době dostupných pouhých 2048 s českými titulky a zhruba 600 filmů bylo k dispozici s českým dabingem. Od roku 2019 Netflix do své nabídky přidal také filmy přímo z české produkce a jejich počet neustále rozšiřuje. (Filmtoro, 2021) Právě lokálním obsahem a větším množstvím filmů a seriálů s českým dabingem by si společnost mohla získat nové diváky, pro které je nabídka v této podobě s převahou titulů v anglickém jazyce nedostatečná.

Sama společnost rozděluje svou konkurenci na dvě skupiny. Jednou z nich jsou společnosti, jež nabízí jakoukoli jinou zábavu, kterou uživatelé vyplní svůj čas místo sledování Netflixu (competitors-for-time). Příkladem pro tuto skupinu může být YouTube, který na rozdíl od Netflixu nabízí především obsah tvořený samotnými uživateli. Druhou skupinou jsou přímo konkurenční streamovací služby, se kterými soutěží i o licence autorských práv (competitors-for-content). Mezi konkurenty se řadí např. již zmíněný Amazon Prime, Hulu nebo jejich globálně největší konkurent HBO. (Voigt et al., 2017: 137) V podstatě ale i jakékoliv lokální streamovací služby v jednotlivých zemích představují pro Netflix konkurenci, v České republice např. Voyo, Televize Seznam,

iPrima a další. Konkurencí jsou také webové stránky, které ilegálně nabízí seriály a filmy online ke shlédnutí či ke stažení. (McDonald a Smith-Rowsey, 2018: 502) CEO společnosti Netflix, Reed Hastings, se nejprve v roce 2013 k pirátským webovým stránkám vyjadřoval poměrně neutrálně s tím, že záměrem Netflixu není tyto stránky odstranit. Svůj postoj však změnil ve chvíli, kdy se společnost stala jedním z předních producentů vlastního obsahu. V posledních letech Netflix poměrně agresivně prosazuje svá autorská práva a rozeslal už více než milion oznámení pro zastavení šíření obsahu na pirátské webové stránky. (Lobato, 2019: 240)

1.1. Originální produkce Netflixu

Od roku 2013 začala společnost investovat do své vlastní produkce. (Lobato, 2019: 34) Aktuálně pod záštitou Netflixu bylo natočeno více než 2000 titulů. Originální produkce se zaměřuje jak na filmy, tak na seriály z žánrů drama, komedie, pro děti a anime. Kromě toho vytváří vlastní stand-up speciály a dokumenty. Jedním z cílů originálního obsahu Netflixu je poskytnutí většího prostoru minoritám a tabuizovaným tématům. Již jejich první vlastní pořady vydané v roce 2013, *Domek z karet (House of Cards)* a *Holky za mřížemi (Orange is the New Black)*, měly za účel vyprávět příběhy, které doposud nikde nebyly. Nejen z hlediska rozmanitosti témat samotných, ale také kultur, které v jednotlivých pořadech byly prezentovány. Ve své originální tvorbě se zaměřují především na následující oblasti:

- genderová témata – postavení žen a mužů ve společnosti, genderové menšiny (*Queen's Gambit, I Am Not an Easy Man*),
 - rasa/etnická příslušnost (*When They See Us, Explained: The Racial Wealth Gap*),
 - specifické rasové/etnické skupiny (*Caliphate, Unorthodox*),
 - LGBTQ (*Sex Education, Orange is The New Black, Disclosure*),
 - postavy s duševním/tělesným postižením (*Crip Camp, Diagnosis, Atypical*).
- (Smith et al., 2021, 1-31)

Podle reportu zveřejněného společností Netflix bylo zaznamenáno propojení původu autora a prezentace minoritních skupin v titulech jimi vytvořených. Právě zástupci z řad minoritních skupin ve své tvorbě tato témata zobrazují. Proto se společnost rozhodla oslovovat autory z těchto řad a dávat šanci novým talentům, kteří budou moci vytvářet obsahy zaměřené na netradiční a málo zastoupená témata. Studie zveřejněná společností Netflix popisuje, že pokud je tvůrcem obsahu žena, má větší tendenci ženu představit jako

jednu z hlavních postav svého filmu či seriálu v porovnání s tím, kdy scénář píše muž. Proto se společnost rozhodla zaměřit se na poskytování více příležitostí ženám a obsazovat je do důležitých rolí za kamerou (spisovatelka, scénáristka, režisérka), aby tak byl následně větší prostor ženám poskytnutý i před kamerou v rámci hlavních postav filmů a seriálů. Toto propojení lze vztáhnout také na další oblasti, např. žena/muž tmavé pleti spíše obsadí ženu/muže tmavé pleti do hlavní role a podobně. (Smith et al., 2021: 29-31)

Společnost Netflix dbá na diverzitu svých snímků, jejich tvůrců a také svých zaměstnanců. Zaměstnávají lidi z různých koutů světa, otevírají příležitosti doposud neobjeveným talentům a lidem z menšinových skupin, různé národnosti a barvy pleti. V roce 2020 se Netflix spojil s neziskovou organizací Film Independent a společně vybrali pět tvůrců tmavé pleti, kteří obdrželi grant pro tvorbu krátkého filmu, který byl následně odvysílán na YouTube kanálu Netflix Film Club a byl dostupný ke shlédnutí pro kohokoliv bez nutnosti mít předplatné na Netflixu. (Film Independent, 2020) Společnost podporuje také například japonské umělce, kteří se věnují tvorbě anime obsahů. Netflix podpořil vznik WIT Animator Academy vyučující animaci a zároveň zhruba deseti uchazečům uhradí školné a životní náklady, aby jim umožnil plně se soustředit na studium, což by jinak nebylo v jejich možnostech. (Sakurai, 2021)

Za výše zmíněnými počiny Netflixu stojí nejen dobré úmysly, ale nepochybně se jedná také o promyšlenou obchodní strategii. V rámci své originální tvorby se tvůrci pořadů zaměřují i na formáty, které jsou trochu kontroverzní a o jejich pozitivním dopadu na životní prostředí, společnost a na samotné aktéry v pořadech lze polemizovat. Jedním z takových formátů jsou reality show. Jedná se často o eticky problematické pořady z více úhlů pohledu. Přestože na diváka tento druh pořadu může působit jako odraz reality, ve skutečnosti je více či méně ovlivněn režii a střihem a nelze jej tak považovat za realitu. Tento fakt si však diváci často neuvědomují. (Papacharissi a Mendelson, 2007: 355) Tyto pořady také výrazně narušují soukromí aktérů, kteří nemají možnost zasahovat do následného zpracování natočených záběrů a ovlivnit tak, jak bude jejich chování v televizi vykreslené. Aktéři v reality show se navíc často chovají nevhodně, mluví vulgárně a pijí alkohol a vysílání takových záběrů může mít na publikum negativní vliv, především pokud se na pořad dívají mladší sledovatelé. (Cohen a Weimann, 2008: 385-386)

V dubnu 2021 se dokonce konaly protesty v Baron Bay v Austrálii, kde Netflix plánuje natáčet novou reality show s názvem *Baron Baes*. Tento pořad má sledovat influencery účinkující na Instagramu a dalších sociálních sítích, jak si užívají pobyt na tomto místě.

Obyvatelé města Baron Bay vyzvali Netflix, aby natáčení na tomto území neuskutečnili. Místní poukazují na problémy, se kterými se potýkají a nelíbí se jim, že je toto město na sociálních sítích prezentováno jako ráj na zemi, zatímco realita je odlišná. Příval turistů, zapříčiněný částečně právě popularitou Baron Bay na sociálních sítích, má vliv na životy místních obyvatel, pro které se například stává čím dál více nedostupné najít bydlení. Místní poukazují na to, že by se měl někdo raději zaměřit na problémy s nedostupným bydlením, erozí pobřeží, zvyšováním nezaměstnanosti a další potíže regionu, které by natáčení reality show mohlo ještě prohloubit. (Landis-Hanley, 2021; BBC, 2021) V uplynulých letech produkce Netflixu natočila např. reality show *Love is Blind*, *Too Hot to Handle* nebo *The Circle*.

Kromě reality show má produkce Netflixu na seznamu i další pořady, jejichž obsahy jsou trochu kontroverzní a samotný Netflix je zařazuje do kategorie *provokativní*. Často se jedná o dokumenty zabývající se tabuizovanými či kontroverzními tématy. Jedním z takových jsou pořady se sexuálním, intimním obsahem jako např. dokumentární seriál *Hot Girls Wanted* zabývající se porno průmyslem. Dále sem patří dokumentární filmy a seriály zaměřené na násilí, vraždy a drogový průmysl, např. *Making a Murderer*, *I Am a Killer*, *The Devil Next Door* nebo *The Business of Drugs*. V katalogu originální produkce Netflixu se nachází také dokumenty zaměřené na spiritualitu a náboženství, mapující fungování náboženských sekt a podobně, např. *Wild Wild Country*, *The Keepers*. Jedním z nepopulárnějších snímků z kategorie provokativních pořadů se stal investigativní dokumentární seriál *Tiger King*. Tento pořad mapuje chovy velkých koček a zákulisí tohoto byznysu s velmi výstředními hlavními postavami. Podle výzkumné agentury Nielsen měl první díl seriálu během deseti dní od vydání 34 milionů unikátních shlédnutí (data zahrnují pouze diváky na území USA). (Pallotta, 2020)

1.2. Dokumentární tvorba a téma životního prostředí

Netflix se ve své originální tvorbě zaměřuje také na dokumentární filmy a seriály. Skrz svou dokumentární tvorbu otevírá tabuizovaná témata (*Athlete A*, *Jeffrey Epstein: Filthy Rich*), odkrývá příběhy slavných lidí (*The Last Dance*, *Formula 1*,) či rozšiřuje povědomí o důležitých tématech jako je udržitelnost, příroda a ekologie (*Our Planet*, *Seaspiracy*, *Rotten*). Dokumentární tvorba je zaměřena také na edukativní dokumenty vysvětlující různá společenská a ekonomická témata, historii, design či fungování lidského těla (dokumentární série *Explained*, *History 101*, *Abstract*). V roce 2020 se obsahy zaměřené

na životní prostředí setkaly s velkým zájmem ze strany uživatelů Netflixu. 160 milionů domácností po celém světě si pustilo alespoň jeden film nebo seriál na Netflixu zabývající se touto problematikou. 100 milionů domácností si doposud od vydání v roce 2019 pustilo dokument *Our Planet* vyprávěný přírodovědcem Davidem Attenboroughem, poukazující na provázanost a vzájemnou závislost přírody a živých tvorů. (Stewart, 2021)

Budování povědomí o ekologii a udržitelnosti Netflix neprosazuje pouze skrz svou dokumentární tvorbu, ale fungováním samotné firmy se snaží jít příkladem. V roce 2021 společnost zveřejnila svůj plán *Net Zero + Nature: Our Commitment to the Environment*, ve kterém představuje postup, kterým chce dosáhnout udržitelnějšího fungování firmy a snížení jejího dopadu na životní prostředí. Fyzická produkce originální tvorby Netflixu tvoří zhruba 50% uhlíkové stopy, kterou za sebou společnost Netflix zanechává. Zbýlých 45% pochází z provozu společnosti (např. z pronajatých kanceláří) a ze zboží použitého např. na marketingové účely a 5% představuje uhlíkovou stopu vzniklou poskytovateli cloudových uložišť (např. Amazon Web Services nebo síť pro doručování obsahu Open Connect). Nejsou zde však započítané emise z internetového přenosu nebo elektronických zařízení, která uživatelé používají ke sledování videí na Netflixu. Tyto emise by měly být regulovány samotnými výrobci a poskytovateli těchto služeb a zařízení. Podle výzkumu DIMPACT jedna hodina streamování na Netflixu v roce 2020 odpovídá řízení osobního vozidla poháněného plynem na úseku 400 metrů. (Stewart, 2021)

1.3. Netflix v době pandemie covid-19

V roce 2020 ovlivnila celý svět pandemie koronaviru covid-19. Lidé byli nuceni trávit více času doma, nemohli chodit do restaurací, kin, divadel a poptávka po streamovacích službách vzrostla. Evropský komisař Thierry Breton dokonce požádal streamovací služby, aby přenos uskutečňovaly pouze v SD a nikoliv v HD či 4K z důvodu přehlcení kapacity internetu. Netflix na výzvu zareagoval a slíbil snížit kvalitu přenosu pro Evropu o 25% (oficiální Twitter příspěvek viz příloha č. 2). (Breton, 2020; Archer, 2020) Snížením kvality přenosu tak mělo dojít k uvolnění kapacity internetu a poskytovatelé internetu měli mít více času se na nově vzniklou situaci lépe připravit. Tato nevšední situace urychlila nárůst uživatelů streamovacích služeb, během roku 2020 Netflixu přibylo rekordních 37 milionů předplatitelů a společnost tak dosáhla milník 200 milionů předplatitelů celkově. (Maidenberg, 2021)

Aktuální dění ve světě bylo reflektováno také v originální produkci Netflixu. Vznikl například tří dílný dokument *Coronavirus explained*. V prvním díle *The Pandemic* experti z různých oborů na základě skutečných dat vysvětlovali, jak globální pandemie vznikla a jak může změnit naše životy v budoucnu. Další díl *The Race for a Vaccine* se zabývá popisem vývoje vakcíny proti covid-19 v rekordním čase a navrhuje, jak by se situace mohla dále vyvíjet. Poslední díl *How to Cope* se věnuje mentálnímu zdraví. Jelikož lidé po celém světě v důsledku pandemie čelili strachu, stresu, úzkostem, tento díl vysvětluje, proč člověk takto reaguje a představuje způsoby, jak se s těmito emocemi vyrovnat. (Netflix Series - explained, 2020) Dalším titulem spojeným s pandemií je seriál *Pandemic: How to prevent an outbreak*, který se v šesti dílech věnuje tomu, jak vypadá průběh pandemie v předních liniích a představuje lidi z různých oblastí, kteří s pandemií bojují či se snaží zabránit, aby v budoucnu další pandemie vypukla. (Netflix Series - Pandemic, 2020) V předchozích případech se jednalo o edukativní dokumentární seriály. Producenti Netflixu však nezapomněli, že jejich diváci se chtějí také bavit. Vydali komediální film s názvem *Death to 2020*, který je retrospektivou uplynulého roku, kterému vládla pandemie a vtipným způsobem shrnuje i další důležité události roku 2020 jako např. volbu amerického prezidenta, útok na Kapitol Spojených států a další. (Netflix Special, 2020)

Za normální situace Netflix nabízí možnost projekce vzdělávacích dokumentárních filmů a seriálů pro učitele ve školách. Vzhledem k tomu, že školy byly po určitou dobu pandemie zavřené, společnost zveřejnila vybrané dokumenty z vlastní produkce na svém YouTube kanálu a poskytla je tak zdarma ke shlédnutí komukoliv. Učitelé a rodiče tak mohli dokumenty zdarma využívat v rámci online vyučování. K dispozici poskytli dokumenty z řady *Explained*, *Our Planet*, *Abstract*, *Babies* a další. (Netflix YouTube, 2020)

1.4. Předplatné

Netflix nabízí celkem tři druhy předplatného, všechny jsou na měsíční bázi. Od výše předplatného se odvíjí, na kolika obrazovkách je možné sledovat videa současně, počet zařízení, na které lze obsah stahovat či v jaké kvalitě se bude obsah přehrávat.

	Basic	Standard	Premium
Cena za měsíc	199 Kč	259 Kč	319 Kč
Počet obrazovek, na kterých je možné sledovat videa současně	1	2	4
Počet telefonů nebo tabletů, na které lze obsah stahovat	1	2	4
Filmy a TV pořady bez omezení	x	x	x
Sledování na notebooku, TV, telefonu nebo tabletu	x	x	x
Rozlišení HD		x	x
Rozlišení Ultra HD			x

Za předplatné je možné zaplatit kreditní a debetní kartou, virtuální kartou, předplacenou kartou, přes PayPal či pomocí fakturace přes třetí strany, kterou je aktuálně v České republice pouze společnost Vodafone. Předplatné je určeno pro jednu domácnost a v rámci všech druhů předplatného lze na účtu vytvořit až pět profilů, vždy však platí omezení počtu obrazovek pro přehrávání ve stejný čas. Profily jsou v rámci jednoho účtu vytvořeny z toho důvodu, aby každý člen domácnosti měl obsah na svém profilu personalizovaný podle svých zájmů a vlastní historie shlédnutí. Na jednotlivých profilech lze nastavit jazyk, věkové omezení, specifická omezení sledování, zámek profilu, záznam divácké historie, vzhled titulků, nastavení přehrávání, tzv. Můj seznam, a e-mailová oznámení. Například skrz zámek profilu je rodičům umožněno zablokovat určité typy pořadů pro účty svých dětí. (Netflix Help Center, 2021)

Přestože je v podmínkách používání služby Netflix oficiálně prezentováno, že jeden účet je učený pouze pro jednu domácnost, realita je odlišná. Běžnou praxí je, že jeden účet využívají lidé z různých domácností. Zatímco například služba aplikace Spotify má podobné podmínky, dbá na větší kontrolu dodržování těchto podmínek než Netflix. Produktový manažer společnosti Netflix se k tomuto tématu v roce 2020 vyjádřil tak, že firma si je sdílení přístupů vědoma a situaci sleduje, ale zatím neplánují přísnější opatření. V roce 2021 však Netflix spustil test a začal uživatele varovat v případě, že bylo zaznamenáno sdílení účtu v rozporu s podmínkami používání služby. Při spuštění aplikace

se tak může uživateli zobrazit varovná hláška a účet bude muset ověřit pomocí kódu z SMS nebo e-mailu, který bude zasláný majiteli účtu. Není však zatím potvrzeno, podle čeho Netflix podezřelou aktivitu vyhodnocuje, zda to je např. podle IP adres či náhodně. (Václavík, 2021)

Uživatel má na výběr z mnoha zařízení, na kterých se může k účtu připojit. Mezi nimi jsou multimediální přehrávače, chytré televize, herní konzole (PlayStation a Xbox), Set-top boxy, Blu-ray přehrávače, chytré telefony a tablety, počítače a laptopy. (Devices Netflix, 2021) Od roku 2011 v USA a 2015 v Evropě dokonce dochází k implementaci Netflix tlačítka přímo na televizní ovladače pro snadnější přístup k Netflixu na televizi. (Yarow, 2011; Griffin, 2015) Chytré telefony a tablety uživateli poskytují možnost sledovat obsah i offline v případě, že si vybraný titul předem stáhnou do svého zařízení. Na ostatních zařízeních je však nutné mít v době přehrávání dané zařízení připojené k internetu.

2. Pojem „binge-watching“

Anglický pojem binge watching popisuje situaci, kdy divák sleduje více dílů seriálů za sebou, tzv. seriálový maraton. Neexistuje shodná definice popisující tento termín. Studie zkoumající tento způsob konzumace obsahu si definici stanovují na základě vlastního vnímání tohoto chování. Někteří autoři uvádí, že binge watching je sledování více než jedné epizody stejného pořadu za sebou, jiní autoři uvádí více než dvě epizody. (Smolick, 2014: 4; Pittman a Sheehan 2015; Sung et al. 2018: 410) Pojem se ve větší míře začal používat od roku 2013, kdy Netflix a další streamovací platformy divákům umožnily nejen snadné sledování televizních seriálů, ale začaly také vytvářet svůj vlastní originální obsah. (Smolick, 2014: 2) Právě streamovací platformy jsou označovány jako tzv. spouštěč výše popsaného chování. Samotná platforma Netflixu je navržena tak, aby diváka udržela o obrazovky co nejdéle. Jednou z vlastností platformy podporující zmíněné chování je např. automatické přehrávání epizod. (Alter, 2017: 13)

2.1. Motivátory

V doslovném překladu je pojem binge watching přeložen jako *nadměrné sledování*. Motivace pro nadměrnou konzumaci obsahu je individuální, přesto lze určit jisté motivátory, které uživatele k tomuto chování vedou:

- Vtáhnutí do děje – pokud se uživatel dívá na více epizod po sobě, pomůže mu to

lépe se vžít do děje, více se ztotožní s postavami a snadněji se orientuje ve složitých zápletkách. Ze sledování má proto více intenzivní zážitek.

- Odpočinek – některým uživatelům binge watching může pomoci relaxovat, přestat myslet na okolní svět a kvalitněji si odpočinout.
- Trávení volného času – pro některé uživatele to může být způsob, jak trávit volný čas. Praktikují binge watching, protože nemají jinou aktivitu, kterou by svůj volný čas vyplnili.
- Regulace nálady – vzrušení, nadšení, zvědavost to jsou pocity, které někteří uživatelé při sledování seriálů zažívají, a právě to může sloužit jako motivace ke sledování více dílů najednou. K binge watchingu se člověk může uchýlit také v případě, kdy chce utéct od reality či odsouvat jiné povinnosti, k tzv. prokrastinaci. Někteří uživatelé si více dílů seriálu pustí také v případě, že se chtějí za něco odměnit.
- Sociální cíle – tento bod popisuje binge watching jako společenskou událost, kdy se sejdou přátelé či rodina a sledují seriál společně. Kromě toho tento bod vyjadřuje motivaci k binge watchingu za účelem sociální interakce a diskuze s ostatními. Aby byl člověk v obraze a věděl, o čem se ostatní baví. Jedním z motivátorů může být také touha být jedním z prvních, kdo uvidí celou nově vydanou sérii konkrétního titulu. Člověk může mít tendenci k nadměrnému sledování seriálů také ve chvílích, kdy je sám a kompenzuje si tím společnost.

(Pittman a Sheehan, 2015; Rubenking et al., 2018: 75-82)

Podle studie autorů Pittman a Sheehan 2015 je nejčastější motivátorem pro binge watching ten první zmíněný – vtáhnutí do děje. Právě v této situaci dochází k předem neplánovanému binge watchingu, kdy divák u obrazovky stráví více času, než původně zamýšlel. Děj ho vtáhne natolik, že chce vědět, jak se bude vyvíjet dál. Vzhledem k tomu, že pokračování je velmi snadno dostupné a další díl se automaticky přehrává, těžko se od obrazovky odchází. Paradoxně uživatel musí vynaložit větší úsilí, když už se dál dívat nechce, než když chce pokračovat v přehrávání dalšího dílu. (Pittman a Sheehan, 2015)

Někteří uživatelé však binge watching seriálu přímo plánují. Domluví se na shlédnutí seriálu s kamarády, či očekávají vydání nové série a plánují ji shlédnout co nejrychleji. Někdy na ně působí i tlak z okolí, od známých či ze sociálních sítí, kde se o daném seriálu mluví a píše. Aby byli v obraze, rozhodnou se na seriál podívat co nejrychleji. Samotný Netflix své diváky v binge watchingu podporuje. Ať už je to uživatelsky přívětivým

fungováním platformy, či doporučováním seriálů. Netflix ve svém katalogu představuje kategorii „Návykové pořady“ a doprovází ji následujícím úvodem: „*Co se týče skvělých seriálů, nemá cenu troškařit. Tady jsou ty nejlepší, od sitcomů přes drama po reality TV – zhltněte je najednou.*“ (Netflix, 2021)

Sledování seriálů formou binge watchingu přináší divákům intenzivnější prožitek ze seriálu, větší komplexitu a možnost lépe se orientovat ve složitých zápletkách. Tento způsob konzumace obsahu má však i stinné stránky. Jeden z výzkumů zabývající se binge watchingem popisuje, že lidé, kteří tímto způsobem sledují Netflix často, zažívají příjemný pocit kulturního naplnění, který je však zároveň doprovázen pocitem hanby, viny, vyčerpání, odpojení a lítosti. Ze zdravotního hlediska tento jev, kdy se člověk cítí být k obrazovce připoutaný, často znamená pocit vyčerpání. Sledující totiž často na úkor binge watchingu odkládají spánek – a právě spánek je podle generálního ředitele Netflixu jejich největší konkurence. (Hern, 2017; Pilipets, 2019) Spánek je to, co uživatele odděluje od jeho schopnosti aktivně interagovat s technologiemi.

Během sledování Netflixu je zážitek diváka zesílen řadou opakujících se akcí (např. možnost kliknout na „Další epizoda“). Podpoření nepřetržitého zapojení do obsahu Netflixu funguje v souladu s logikou očekávání, což často vede k té touze shlédnout celou sérii co nejrychleji. Tělo binge-viewera se zasekne v konání toho samého stále a znovu dokola díky tomu, že je zachyceno přesně v moment, kdy se jeho potěšení (kliknout na tlačítko „Další epizoda“) a očekávání (zvědavost, jak to bude pokračovat), potká najednou. (Pilipets, 2019)

2.2. Tituly

Z kategorie doporučených titulů pro binge watching na Netflixu jsou přímo uživateli nejvíce oblíbené následující: *Papírový dům (La casa de papel)*, *Stranger Things*, *Holky za mřížemi (Orange is The New Black)*, *Vikingové (Vikings)*, *Útěk z vězení (Prison Break)*, *Narcos*, *Perníkový táta (Breaking Bad)*, *Ve jménu vlasti (Homeland)*, *Sexuální výchova (Sex education)* či *Bridgertonovi (Bridgerton)*. Studie popisují, že obsahy, které jsou konzumovány formou binge watchingu, mají často složité zápletky a výrazné, specifické hlavní postavy, které jsou zobrazeny ve fascinujícím prostředí, velmi odlišném od jejich vlastního. Často se jedná o žánr drama, krimi, akční, mysteriózní. V menší míře se jedná o komedie a romantické filmy. (Pittman a Sheehan, 2015; Castro et al., 2019: 10)

3. Algoritmická kultura

V souvislosti s pojmem algoritmická kultura se studie zabývají tím, jak se kultura, a vůbec přemýšlení o kultuře, mění v závislosti na užívání algoritmů. Právě na algoritmech je založen systém doporučování obsahů na Netflixu. Algoritmy mají vliv na to, jaké tituly se budou danému uživateli zobrazovat na domovské stránce, ale také vyhodnocují, jaké tituly a žánry jsou oblíbené a na takové obsahy je poté zaměřena tvorba nových filmů a seriálů. Produkce sofistikovaných doporučení produkuje větší spokojenost uživatelů, kteří tak díky tomu produkují více uživatelských dat, která zase produkují více sofistikovaná doporučení a stále dokola. To teoreticky vede k uzavřené obchodní smyčce, ve které se kultura přizpůsobuje svým uživatelům. (Hallinan a Striphas, 2016: 122)

Motto společnosti Netflix zní *Connecting people to movies they love (Propojování lidí s filmy, které mají rádi)*. Toho dosahují právě velmi propracovaným systémem, který je jednou z hlavních priorit společnosti. O tom svědčí také soutěž, jež Netflix vyhlásil v roce 2006. Cenu v podobě 1 milionu USD slíbili tomu, kdo navrhne efektivnější doporučovací systém, alespoň o 10%, než měli doposud. Z tohoto projektu, známým pod jménem *The Netflix Prize* vyplývá, že široké klasifikace, jako jsou věk, pohlaví, rasa a další, nejsou nejrelevantnějšími faktory, které by určovaly, jaký obsah budou uživatelé konzumovat. (Hallinan a Striphas, 2016: 118)

Algoritmy jsou nastaveny na základě singulárního rozkladu (SVD). Tuto techniku vyvinuli matematici z oblasti lineární algebry. Implicitní signály se jeví jako užitečnější data pro tvorbu algoritmů. Netflix má nyní schopnost sledovat, kdy uživatelé spouštějí, zastavují, přetáčejí videa. Kromě toho jsou schopni zaznamenávat denní dobu sledování, polohu uživatele, zařízení, na kterém ke streamování došlo, zda už uživatel sledoval epizodu či film od začátku do konce, kdyby sledoval něco dalšího, co by to bylo apod. Dříve tato data byla používána za účelem doporučení nejvhodnějšího dostupného obsahu. Nyní nasbíraná data společnost využívá také pro tvorbu své vlastní originální tvorby. (Hallinan a Striphas, 2016: 118-123)

Nasbíraná data ovlivňují rozhodování společnosti na mnoha úrovních. Na základě dat rozhodují, které tituly nakoupí, jaký obsah budou tvořit v rámci své originální tvorby, či dokonce jak se bude seriál vyvíjet na základě doposud nasbíraných dat z vydaných sérií. Tak tomu bylo např. u seriálu *Holky za mřížemi (Orange Is the New Black)*. Právě tento seriál byl zmiňovaný ve studiích zabývajících se binge watchingem jako jeden z titulů, který

uživatelé sledovali popsaným způsobem – alespoň dva díly během jednoho sezení. (Barker a Wiatrowski, 2017: 502)

Na základě analýzy dát se společnost rozhodla pro další poměrně radikální krok ve způsobu publikace nových dílů seriálů. Do té doby bylo běžné, že nové díly seriálů vycházely ve stejný den a čas, jednou za týden. Data však odhalila chování uživatelů, kteří měli tendenci dívat se na díly zpětně a pouštěli si jich více za sebou. Rozhodli se proto vydávat všechny díly jedné série najednou. (Barker a Wiatrowski, 2017: 502) Tento způsob vydávání celých sérií najednou je známý jako tzv. binge model. (Jenner, 2018: 109) Právě i tento krok společnosti vedl ke změnám konzumace obsahu, kdy se někteří uživatelé přeorientovali z tzv. „appointment viewing“ (sledování jednoho dílu v určitý den a čas) na „binge viewing“ (sledování více dílů v rámci jednoho sezení). (Barker a Wiatrowski, 2017: 502) Tomuto novému trendu sledování byla uzpůsobena i struktura seriálů. Scénáristé tak mohli vynechat rekapitulace, tzv. cliff-hangers (zvrát v ději, napínavý moment) a další narativní techniky, jejichž cílem bylo udržet diváky u obrazovky mezi reklamními přestávkami. (Hallinan a Striphas, 2016: 129) Tyto techniky jsou nyní využívány především na konci dílu za účelem nalákání na puštění dílu následujícího.

Doporučovací systém Netflixu ovlivňuje až 80 % všech výběrů uživatelů. (Gomez-Uribe a Hunt, 2016: 5) Dříve byly pořady vytvářeny tak, aby zaujaly co možná nejširší publikum. Postupně však začalo vznikat více televizních programů i se specifickými obsahy pro konkrétní a početně menší publika. (Hallinan a Striphas, 2016: 130) Netflix tak nyní necílí jen na masy, ale spíše na různá mikro-publika. Dochází tak k tzv. narrowcastingu, což je definováno jako „*proces oslovování publika identifikací aspektů identity uživatelů pro následné zacílení konkrétních programů a žánrů*“ (Barker a Wiatrowski, 2017: 507). Narrowcasting se jeví jako úspěšný ekonomický model. Cílem je identifikovat užší segment širokého publika a budovat porozumění jejich potřebám a zájmům. Na základě toho tvůrci připravují obsah speciálně pro tyto skupiny. Členové těchto skupin poté inklinují k větší loajalitě a jsou více ochotní daný obsah sdílet. Tento trend narrowcastingu producentům pomáhá při tvorbě obsahů, které představují nedostatečně zastoupené nebo marginalizované skupiny. Tvůrci tak mají možnost do své tvorby zahrnout dříve tabuizovaná nebo nepopulární témata a nabídnout je publiku, které jej přijme. (Barker a Wiatrowski, 2017: 507-509)

Vzhledem k tomu, jak velké procento vybraných titulů je ovlivněno doporučením od Netflixu, je zřetelné, že tato platforma a algoritmy mají patrný vliv na to, jaký obsah

budou uživatelé sledovat. S ohledem na trend narrowcastingu opravdu dochází k tomu, že se kultura (v tomto případě seriály a filmy) přizpůsobují velmi specifickým a detailním potřebám a zájmům svých diváků na základě získaných dat o jejich chování na dané streamovací platformě.

3.1. Koncept affordance

Koncept affordance jako první popsal James Gibson a původně byl zmiňován v souvislosti s psychologií ekologie (vztah zvíře – životní prostředí). Až později Donald Norman vysvětlil, jak tento koncept může být vztažen na obor designu. Norman zkoumal vztah lidského poznání a design zařízení každodenních věcí. Navrhuje koncept tzv. perceived affordances (vnímaných affordancí), kdy koncept affordance začal aplikovat v prostředí HCI (human-computer interaction). Zaměřil se na zkoumání uživatelské přívětivosti, interakci mezi člověkem a digitální technologií. (Burlamaqui a Dong, 2015: 5)

Pojednává

o možnostech designérů navrhovat věci tak, aby tím uživatele navedli k tomu, jak danou věc používat. V rukou designérů je, aby tyto prvky byly dostatečně viditelné a intuitivní. Toto pojetí mělo velký vliv na profesionální design uživatelského prostředí a design rozhraní v digitálních médiích. Uživatelské prostředí dále může obsahovat také tzv. technology affordances, které nemusí být na první pohled viditelné a uživatel na ně přijde, pokud bude s daným rozhraním trochu experimentovat a detailněji ho zkoumat. Může jít například o vlastnost, která se objeví po namíření počítačové myši na určitý prvek. (Bucher a Helmond, 2018: 3-7) Affordance mají různé roviny, nejsou zaměřené pouze na to, jak je vytvořil designér, ale berou v úvahu také to, že dochází k individuální interpretaci každým uživatelem, to se nazývá vernacular affordances. (Bucher a Helmond, 2018: 15-16) Na uživatelské přívětivosti platform se podílejí i již dříve zmíněné algoritmy. Platformy se na základě nasbíraných dat učí, reagují a mění se na základě chování uživatele. (Bucher a Helmond, 2018: 27)

Affordance nejsou jen funkce platformy, které byly navrženy programátory a designéry. Jedná se také o nedokonalosti platformy, respektive o to, jakým způsobem lze do jejího nastavení zasahovat a zda lze nějakým způsobem obejít předdefinované nastavení. Dříve totiž byla služba Netflix dostupná pouze pro uživatele vyskytující se na území USA. Uživatelé z jiných částí světa však přišli na to, jak tuto restrikcí obejít ke službě se tak připojili téměř odkudkoli. Tyto praktiky se však neslučovaly s licencemi zakoupenými

pouze na určité území a společnost tak musela posílit tzv. geoblocking a zabránit přístupu na platformu Netflixu uživatelům nacházejícím se mimo určité území. (Lobato, 2019: 229-241)

3.2. Doporučovací systém, algoritmy

Český Netflix aktuálně nabízí přes 5 000 titulů a pro uživatele může být náročné se v takovém množství obsahu vyznat. Proto je jedním z hlavních zaměření Netflixu vývoj již zmíněného doporučovacího systému na základě algoritmů, který má uživatelům výběr usnadnit. Zatímco satelitní či kabelová televize dává divákovi možnost vybrat si z desítek programů, internetová televize dává uživatelům na výběr tisíce možností. Benefitem internetové televize je právě široký výběr titulů, který byl měl zaujmout široké spektrum lidí z různých koutů světa a s odlišným vkusem. Spotřebitelský výzkum však naznačuje, že uživatelé si nechtějí vybírat z tisíců titulů. Běžný uživatel Netflixu ztrácí zájem zhruba po 60 až 90 sekundách výběru, během kterých stihne prohlédnout 10 až 20 titulů, z toho 3 podrobně. Pokud uživatel nenajde nic zajímavého, zvyšuje se riziko, že se rozhodne z platformy odejít. Úkolem doporučovacího systému tak je, aby každý uživatel při příchodu na platformu našel v krátkém časovém úseku titul, který ho zaujme. (Gomez-Uribe a Hunt, 2016: 2)

Doporučené tituly se zobrazují na domovské stránce, která je pro každého uživatele sestavena jinak, na základě analýzy dat o jeho předchozím užívání platformy (aktuální podoba domovské stránky viz příloha č. 3). Domovská stránka obsahuje většinou 40 řad videí různých žánrů a každá z řad obsahuje až 75 videí (s ohledem na hardware a uživatelskou přívětivost). Video v jednotlivých řadách jsou vždy doporučena na základě určitého algoritmu. Jednotlivé algoritmy používají různé matematické a statistické modely, různé signály a data jako vstupní údaje a jsou navrženy pro konkrétní účel, kterému daný algoritmus slouží. Například videa v řadě *Napínavé filmy* jsou vygenerována na základě **personalised video ranker** (PVR) algoritmu. Tento algoritmus vybírá tituly pro každý profil zvlášť na základě předchozího užívání platformy, a to je důvodem, proč se každému členovi v řadě se stejným žánrem objevují jiná videa. (Gomez-Uribe a Hunt, 2016: 2-4)

Algoritmus **Top N video ranker** produkuje doporučení objevující se v řadě *Top picks*. Cílem tohoto algoritmu je výběr toho nejrelevantnějšího obsahu pro daného uživatele z nejsledovanějších videí. Zaměřuje se tedy pouze na to nejlepší z nejlepšího nehledě na žánr. Na rozdíl od algoritmu PVR, který se zaměřuje na různé podmnožiny katalogu,

má tento algoritmus větší svobodu ve výběru. Algoritmy PVR a Top N však některé atributy sdílí, například kombinují personalizaci s celkovou popularitou titulů. V tomto případě algoritmy pracují s daty za uplynulý rok.

Řada *Trending Now* je naopak zaměřena na oblíbené tituly v kratším časovém úseku od minuty po týdny. *Trending ranker* identifikuje dva typy trendů:

1. trendy opakující se v určitém období každý rok, například zvýšený zájem o romantické filmy a seriály v období svátku sv. Valentýna,
2. jednorázové, krátkodobé události, například zvýšený zájem o dokumenty a filmy zabývající se hurikány a dalšími přírodními katastrofami v období, kdy se tyto události ve světě aktuálně odehrávají.

Dalším z algoritmů je *continue watching ranker*, který má uživatelům usnadnit sledování seriálů či filmů rozložených do více sezení. V této řadě nazvané Pokračovat v přehrávání se zobrazují videa, která uživatel začal sledovat a zobrazují i část, ve které divák sledování přerušil. Algoritmus vyhodnocuje, zda uživatel plánuje ve sledování pokračovat či video přerušil z toho důvodu, že pro něj bylo nezajímavé. Při vyhodnocování jsou brány v potaz data o uplynulé době od začátku sledování, v jaké části uživatel sledování přerušil, zda od té doby byla sledována jiná videa či na jakém zařízení bylo dané video přehráno. (Gomez-Uribe a Hunt, 2016: 4)

Video-video similarity algoritmus filtruje obsahy zobrazované v řadách, které doporučují tituly na základě těch již shlédnutých daným uživatelem (viz příloha č. 4). Tento algoritmus není personalizovaný, vytváří pouze seznam podobných videí pro každé video v katalogu Netflixu. Přestože se nejedná o personalizovaný algoritmus, výsledná videa zobrazená na stránce konkrétního uživatele jsou následně vybrána na základě personalizovaného algoritmu, který výsledný seznam upraví na základě nasbíraných dat o chování uživatele a vyhodnotí, které tituly by ho mohly nejvíce zaujmout. (Gomez-Uribe a Hunt, 2016: 4)

Společnost Netflix si uvědomuje, že uživatel může mít při každé návštěvě náladu na jiný druh obsahu, a právě proto nabízí výběry titulů v přehledných řadách různých žánrů na jejichž tvorbě se podílí zmíněné algoritmy. Celkovou podobu a uskupení domovské stránky určuje *page generation* algoritmus. Jedná se o personalizovaný algoritmus, který vybírá jednotlivé řady a jejich uskupení tak, aby bylo dosaženo co největší relevance a pestrosti nabízených žánrů a obsahů. (Gomez-Uribe a Hunt, 2016: 5) Algoritmy nejenže vybírají tituly a jejich uskupení, ale také náhledový obrázek daných titulů je

personalizovaný. Uživatelé tak mohou v náhledovém obrázku ukázat oblíbeného herce působícího v daném snímku, či scénu zaměřenou na nějakou konkrétní událost, pokud algoritmus vyhodnotí, že by daného diváka mohla zaujmout (např. přestřelka, rychlá auta apod.). Ukázka personalizovaných náhledových obrázků viz příloha č. 5. (Chandrashekar et al., 2017) Kromě domovské stránky je možné obsah najít také skrz vyhledávání. Touto cestou je nalezeno zhruba 20 % obsahu, který se uživatelé rozhodnou shlédnout. Vyhledávání má sestavené speciální algoritmy. Ty mají uživateli pomoci najít konkrétní obsah na základě názvu, jména herce, původu a podobně. Pokud divákem hledaný obsah není dostupný, algoritmy mu dokáží doporučit vhodné alternativy, jež katalog Netflixu nabízí. (Gomez-Urbe a Hunt, 2016: 5)

4. Participativní kultura

Participativní kultura se vyznačuje tím, že má poměrně nízké překážky pro umělecký projev a občanskou angažovanost. V takové kultuře jsou jedinci podporováni ve vlastní tvorbě a v jejím sdílení. Je to také prostředí, ve kterém funguje jistý neformální druh mentoringu kdy zkušenější předávají své znalosti začátečnickům. Formy participativní kultury zahrnují následující: Affiliations (družení, formální či neformální členství v online komunitách); Expressions (tvorba nových, kreativních formátů) Collaborative problem solving (společné řešení problémů, vzájemná pomoc ve vzniklé komunitě); Circulations (ovlivňování toku médií, např. trendem podcastingu či blogování). Mezi vlastnosti jedinců patřících do této kultury patří hravost, schopnost adaptovat se do nové role, napodobování, multitasking, kolektivní inteligence, vyjednávání, networking. (Jenkins, 2009: 9) Participativní kultura přetváří pravidla, podle nichž funguje kulturní projev.

Tok mediálního obsahu již není jen ve směru od tvůrce k publiku. S příchodem nových technologií se naskytla možnost pro zapojení publika, které je nyní spolutvůrcem mediálních obsahů. Diváci tak mají možnost obsah sdílet, komentovat, přetvářet, doplňovat. Může se jednat o sdílení obsahu na sociálních sítích s doplňujícím osobním komentářem, nové zpracování obsahu či tvorbu tzv. meme obrázků. Právě v tomto směru jsou uživatelé Netflixu na sociálních sítích aktivní. Na platformách jako je Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn či YouTube sdílí doporučení na shlédnutí konkrétních titulů, vytváří meme spojené se společností Netflix samotnou či s konkrétními pořady, diskutují se společností Netflix na jejich Twitter stránce a podobně. Společnost si své diváky získala

i svým vystupováním na sociálních sítích, na kterých se svými fanoušky interaguje a vytváří si tak s nimi bližší vztah. Na svých sociálních sítích diváky vyzývají k diskusi nad různými seriály, informují o blížících se novinkách a reagují na aktuální dění. Jejich komunikaci doprovází, pro Netflix již typická, dávka humoru a neformální přístup. (Gibbons, 2019) Skrz své YouTube videa a vlastní podcast s názvem *WeAreNetflix* divákům přibližují fungování a kulturu samotné společnosti a odpovídají na časté dotazy jejich diváků a fanoušků. (Netflix YouTube, 2021)

Zatímco na sociálních sítích jsou uživatelé aktivní, při sledování filmů a seriálů některým více vyhovuje být zcela pasivní. Uvítají, když se jim přehrává jedna epizoda za druhou, aniž by vynaložili jakékoliv úsilí. Jiní však ocení, když mají možnost se zapojit, s platformou interagovat. Využívají tak možnost kliknutí na přehrání další epizody, aby se začala přehrávat dříve než automatickým přehráváním, či využívají možnost přeskočit úvodní znělku, popř. rekapitulaci. Společnosti Netflix si je trendu participativního publika vědoma, a kromě interaktivních prvků v rámci jejich platformy vydali v roce 2018 díl oblíbeného seriálu *Černé zrcadlo* (*Black Mirror*), který cílil právě na participativní diváky. Tento díl dokonce vyhrál v roce 2019 cenu Emmy v kategorii Outstanding Television Movie. (Television Academy, 2019)

V interaktivním dílu *Černé zrcadlo: Bandersnatch* divák sám rozhoduje, jak se bude děj dále vyvíjet. Celkem dílo obsahuje více než pět hodin záběrů, ze kterých si každý divák poskládá svůj příběh a jeho délka se bude odvíjet od toho, pro jaká pokračování se daný divák rozhodne. Tento formát filmů však v té době nebyl novinkou, tituly na podobném principu existovaly i na DVD, např. *The Onyx Project* z roku 2006, a HBO vydalo v roce 2018 minisérii *Mosaic* k níž byla vytvořena i mobilní aplikace pro interaktivní přehrávání. Přestože interaktivní díl seriálu *Černé zrcadlo* byl na první pohled úspěšný, zřejmě se nejedná o formát obsahu, který by uživatelé vyhledávali. Divák si jde k filmu či seriálu spíše odpočinout a nechce o příběhu sám rozhodovat. (Holzman, 2018) Zatímco jsou uživatelé aktivní v rámci tvorby vlastního obsahu v souvislosti s Netflixem – sdílí vlastní recenze, tvoří a sdílí meme a podobně, při sledování filmů preferují být pasivním divákem.

5. Metodologie výzkumu

5.1. Design výzkumu, výzkumné otázky, cíle

Pro výzkum byla zvolena forma kvalitativního výzkumu, který byl uskutečněn pomocí polostrukturovaných rozhovorů s vybranými respondenty. Zatímco kvantitativní výzkumy jsou založené na statistikách a kvantifikaci, kvalitativní výzkum je jakýkoliv výzkum, jehož výsledků se nedosahuje pomocí statistických procedur nebo jiných způsobů kvantifikace. Výhodou kvalitativní výzkumu je možnost prozkoumat téma více do hloubky. Tento typ výzkumu je vhodný především pro témata, jež nejsou příliš známá, či pro získání nových pohledů a detailních informací o tématech již prozkoumaných. (Strauss a Corbin, 1999: 10-11) V rámci výzkumu byly stanoveny následující výzkumné otázky:

VO1: V jakém období se Netflix dostal do povědomí českých uživatelů?

VO2: Jaké rozdíly uživatelé vnímají mezi sledováním Netflixu a tím, odkud podobný obsah konzumovali dříve?

VO3: Je finanční poplatek za službu adekvátní k tomu, co nabízí? Kolik by byli uživatelé ochotni za službu maximálně zaplatit?

VO4: Jakým způsobem, za jakých podmínek uživatelé sledují Netflix?

VO5: Jak uživatelé Netflixu vnímají nabízený obsah a jak taková nabídka změnila jejich způsoby konzumace obsahu?

VO6: Kolik času uživatelé Netflixu stráví konzumací obsahu a mají tento čas pod kontrolou?

VO7: Je prostředí Netflixu uživatelsky přívětivé?

VO8: Změnila se role služby Netflix v životě uživatelů v době pandemie koronaviru COVID-19?

Výzkum si klade za cíl popsat, jakou roli má streamovací platforma Netflix v každodenních životech jejich uživatelů, konkrétně mezi studenty ve věku 20-27 let. Cílem je zjistit, jakou měli uživatelé počáteční motivaci pro zřízení účtu a jaké výhody jim tato služba přináší. Výzkum se zabývá také otázkou, jakou má pro uživatele služba Netflix hodnotu vyjádřenou v penězích. Součástí výzkumu je pátrání po opakujících se vzorcích chování ve způsobu konzumace obsahu na Netflix u populace, již reprezentuje vybraný

vzorek a prověření, zda tato platforma nějakým způsobem ovlivnila a změnila chování uživatelů v porovnání s přechozími způsoby získávání podobného obsahu a jejich konzumace. Mimo to se výzkum zabývá také otázkou nejvíce sledovaných obsahů a formátů. Částečně je zaměřen také na prozkoumání současné situace spojené s pandemií covid-19, která Českou republiku zasáhla v březnu roku 2020, a na otázku, zda toto specifické období nějakým způsobem změnilo chování uživatelů v souvislosti s užíváním platformy Netflix.

5.2. Výběr vzorku

Nejprve byla stanovena kritéria, podle kterých byl vzorek následně určen účelovým výběrem. Jedná se o nepravděpodobnostní techniku výběru vzorku, při které výběr závisí na úsudku výzkumníka. (Disman et al., 2011: 112) Výzkum je zaměřen na uživatele Netflixu žijících v České republice a zaměřuje se na lidi ve věku 20-27 let, kteří mají středoškolské či vysokoškolské vzdělání a v aktuální době jsou stále studenty. Tato kritéria byla zvolena za účelem vytvoření vzorku, který je z hlediska fungování platformy spadá do primární cílové skupiny Netflixu v České republice. Lze předpokládat, že lidé ve zvoleném věkovém rozmezí mají blíže k technologiím a s nimi spojeným novým službám než jejich předchozí generace. Zároveň je vyšší pravděpodobnost, že studenti vysokých škol ovládají anglický jazyk, jehož neznalost může být pro používání Netflixu překážkou. Aby byli respondenti schopni odpovědět na otázky a aby měly odpovědi všech respondentů srovnatelnou váhu, byla stanovena také minimální doba využívání služby na 6 měsíců. Před uskutečněním rozhovoru proto respondenti nejdříve museli zodpovědět tzv. filtrační otázky, na jejichž základě bylo rozhodnuto, zda se rozhovor uskuteční či nikoliv. Pomocí filtračních otázek bylo zjištěno, zda respondent splňuje následující kritéria:

- Bydliště na území České republiky
- Student/ka ve věku 20-27 let
- Vzdělání středoškolské/vysokoškolské
- Aktivita: využívání služby Netflix alespoň 1x týdně
- Doba aktivního používání služby Netflix minimálně uplynulých 6 měsíců

Respondenti byli osloveni z okruhu známých, či na doporučení lidí z okruhu známých autorky práce. Celkem bylo osloveno 15 uživatelů Netflixu, z nichž 3 nesplňovali stanovená kritéria a se dvěma uživateli byla provedena tzv. pilotní studie. Výzkumu se ve výsledku zúčastnilo 10 respondentů s následujícími demografickými údaji²:

Respondent	Věk	Bydliště	Doba používání	Aktivita/týden
1	25	Praha	1,5 roku	3x
2	24	Praha	2,5 roku	4x
3	24	Zlín	3 roky	3x
4	23	Mladá Boleslav	4 roky (přerušovaně)	4x
5	22	Praha	2 roky	4x
6	26	Praha	1,5 roku	7x
7	24	Jičín	1 rok	7x
8	25	Mladá Boleslav	1 rok	3x
9	21	Zlín	2 roky	4x
10	25	Mladá Boleslav	1,5 roku	4x

5.3. Sběr dat

Pro techniku sběru dat byl zvolen rozhovor. Od ostatních technik sběru dat je rozhovor specifický tím, že jsou informace získávány v přímé interakci s respondentem osobně, či telefonicky. (Disman et al., 2011: 124) Pro tento výzkum byla použita forma polostrukturovaného rozhovoru. Tato forma rozhovoru je charakteristická tím, že je rozhovor veden podle předem připravené osnovy, přičemž dává možnost volného průběhu dialogu a poskytuje prostor pro rozvedení otázek na základě odpovědí respondentů a doptávání se na detaily.

Po sestavení návodu pro rozhovor byla provedena tzv. pilotní studie, která si klade za cíl zjistit, zda informace, které hledáme, v populaci existují a zda jsou dosažitelné. (Disman et al., 2011: 121) Byly proto uskutečněny dva rozhovory, na základě kterých došlo k upravení struktury návodu a k reformulaci otázek tak, aby byly výstižné a srozumitelné. Rozhovor byl rozdělen do osmi oddílů, přičemž každý oddíl byl navržen tak, aby byl zaměřen na jednu výzkumnou otázku. Vzhledem k tomu, že jednotlivá témata jsou spolu úzce propojena, rozhovory následně probíhaly více volnou formou a nebyl striktně dodržován sled otázek a jednotlivých oddílů. Vždy však bylo docíleno toho, že se

² V rámci anonymizace nejsou k demografickým údajům přiřazena jména respondentů.

respondent vyjádřil ke všem otázkám. Návod na polostrukturovaný rozhovor viz příloha č. 6.

Výzkumný vzorek tvořilo celkem 10 respondentů. Rozhovory se uskutečnily během ledna a února roku 2021. Vzhledem k tomu, že respondenti pochází z oblastí napříč celou Českou republikou, větší část rozhovorů proběhla formou online video hovoru. Ve čtyřech případech proběhl rozhovor formou osobního setkání. Všichni respondenti vyjádřili souhlas s pořízením audionahrávky. Z rozhovorů tak byly pořízeny audio záznamy, které byly následně přepsány a připraveny pro následnou analýzu sesbíraných dat. Délka rozhovorů se pohybovala od 26 minut po nejdelší rozhovor trvající 1 hodinu a 3 minuty.

5.4. Způsob analýzy dat

Pro analýzu dat byla zvolena zakotvená teorie. Jedná se o kvalitativní výzkumnou metodu, jež používá systematický soubor postupů a tvoří tak induktivně odvozené zakotvené teorie o zkoumaném jevu. (Strauss a Corbin, 1999: 14) Z pořízených audiozáznamů byl vytvořen přepis (viz příloha č. 7). Následně byly texty analyzovány způsobem otevřeného kódování, během něž došlo k označení a kategorizaci pojmů na základě podrobného studia sesbíraných dat po větách a odstavcích. (Strauss a Corbin, 1999: 43) Výsledkem této části analýzy byly podklady pro další fázi výzkumu, pro tzv. axiální kódování. Jedná se o soubor postupů, jejich pomocí jsou údaje po otevřeném kódování znovu uspořádány novým způsobem a dochází k vytváření spojení mezi kategoriemi. (Strauss a Corbin 1999) Na základě podkladů axiálního kódování došlo k analýze výsledků výzkumu a následně k jejich podrobnější interpretaci v návaznosti na teoretickou část této práce. Analytická část je místy doplněna citacemi respondentů pro demonstraci jejich názorů a postojů k danému tématu. V rámci anonymizace jsou u citací uvedena pouze křestní jména a počáteční písmena příjmení respondentů.

5.5. Limity výzkumu

Limity výzkumu vyplývají především ze zvolené metody výzkumu, tedy z kvalitativního šetření. Při tomto způsobu šetření může dojít k ovlivnění výsledků výzkumníkem ať už se jedná o způsob vedení rozhovorů, formulaci otázek či celkových zkušeností výzkumníka s vedením rozhovorů, které mohou mít vliv na kvalitu nasbíraných dat. Vzhledem k tomu, že vzorek byl vybrán na základě úsudku výzkumníka, přináší to také jisté limity a limitující je také velikost vzorku. Výsledky výzkumu mohou být

platné pouze pro vybraný vzorek a nelze jej aplikovat na širší populaci. Při analýze a interpretaci výzkumu dochází také k ovlivnění výzkumníkem, jelikož záleží na jeho úsudku, co bude považovat za stěžejní výsledky výzkumu a rozhodne se jim následně podrobněji věnovat. Může dojít k tomu, že některá témata budou opomenuta.

6. Výzkumná část

6.1. Analýza nasbíraných dat

6.1.1. Začátky Netflixu v České republice

Netflix si začal nacházet cestu do českých domácností zhruba od roku 2018. Do podvědomí se však postupně začal dostávat o něco dříve. Jeden z respondentů si účet poprvé založil již v roce 2016. V té době však byla služba a její nabídka ještě poměrně nepřívětivá pro české publikum, v nabídce nebyl český dabing a dostupné nebyly ani české titulky.

Mezi respondenty se objevily čtyři různé podněty, někdy i jejich kombinace, na základě kterých se uživatelé rozhodli si tuto službu začít předplácet. Nejčastěji to bylo na doporučení od někoho známého, ať už od spolubydlícího, někoho z rodiny, partnera, či od kamaráda. Často jim byl rovnou vyloženě nabídnut účet v rámci rozšíření základního předplatného. Byli osloveni někým ze svých kamarádů či rodiny, zda se chtějí přidat k účtu a podílet se na poplatku za předplatné. Zlákala je především dobrá recenze od jejich okolí, nízká cena předplatného a zajímavý obsah. Právě konkrétní obsah je dalším z podnětů pro založení účtu. Celkem čtyři respondenti se poprvé na platformu přihlásili z toho důvodu, že chtěli vidět konkrétní seriál. Zajímavé je, že dané respondenty na platformu přivedly stejné seriály, kterými jsou *Stranger Things* a *Zaklínač*. V obou případech se jedná o exkluzivní produkci Netflixu. Konkrétně na *Zaklínače* se oba respondenti podívali v rámci 30 dní předplatného zdarma. Právě tato nabídka se jeví jako poměrně účinný marketingový nástroj. Celkem tři respondenti uvedli, že této nabídce využili. Se službou byli natolik spokojení a rychle si na ni zvykli, že si buď v návaznosti začali službu předplácet, nebo se k ní vrátili o nějaký čas později a využili možnost přidat se k účtu někoho ze svého okolí. Ideální kombinací pro získání nových předplatitelů se tak zdá být vydání titulu, který ve společnosti vzbudí rozruch, zároveň s nabídkou 30 dní předplatného zdarma. Uživatelé totiž popsali, že po shlédnutí daného seriálu jim Netflix nabídnul další

obsah, který byl podobného, pro ně zajímavého žánru, a tak už na platformě zůstali a dívali se dál.

Výše zmíněné podněty jsou v rámci běžných marketingových technik, mezi které patří zlákáni na exkluzivní obsah, nabídka služby zdarma či tzv. „word of mouth“ – doporučení od blízkého okolí. Poslední kategorie je však více specifická a možná i méně očekávaná. Celkem pět respondentů službu Netflix začalo používat částečně také z toho důvodu, že na delší dobu odjeli do zahraničí v rámci studijního pobytu. Konkrétně se jednalo o Německo, Austrálii, USA a dvakrát o Hongkong. Tyto země mají, v porovnání s Českou republikou, přísnější opatření a tresty za nelegální stahování obsahu, či sledování online obsahu z nelegálních webových stránek. V zahraničí si tak začali předplácet Netflix, jelikož to pro ně byla jedna z mála možností, jak se podívat na nějaký seriál nebo film. Se službou byli spokojeni, a tak si na ni zvykli, že v předplácení pokračovali i po návratu zpět do České republiky.

Mezi podněty pro zřízení účtu na Netflixu pro uživatele vybraného vzorku patří:

- doporučení od blízkého člověka + nabídka pro založení účtu,
- zájem o konkrétní obsah dostupný exkluzivně na Netflixu,
- vyzkoušení služby v rámci 30 dní předplatného zdarma,
- delší pobyt v zahraničí a s tím spojené omezené možnosti získávání obsahu zdarma nelegálním způsobem.

6.1.2. Získávání obsahu před používáním Netflixu

Právě nelegální získávání obsahu patřilo mezi nejčastější zdroje video obsahu téměř všech respondentů před tím, než začali používat Netflix. Nejčastěji se jednalo o stahování obsahu ze stránek uloz.to a webshare.cz, stahování torrentů nebo sledování obsahu online například na stránce sleduj.to. Mezi méně časté zdroje patřila televize a možnost zpětného přehrávání obsahu na televizi, online archivy televize Nova (voyo.nova.cz), Prima (iprima.cz) a České televize (ceskatelevize.cz), YouTube či HBO GO. Nikdo z respondentů nevedl platformu Stream.cz, která podle výzkumu z roku 2019 byla nejužívanější VOD platformou v České republice. Pro většinu respondentů nyní stahování nelegálního obsahu nahradil Netflix a tvoří tak jejich primární zdroj. Na nelegální stránky však stále zavítají v případě, kdy se chtějí podívat na obsah nedostupný na Netflixu. Minoritu obsahu nadále konzumují z již zmíněných platforem, přičemž televize slouží

primárně pro specifický obsah jako jsou televizní noviny, sportovní přenosy, nebo pouze jako kulisa.

6.1.3. Primární výhody a nevýhody služby Netflix pro české uživatele

Netflix nahradil nelegální stahování z několika důvodů. Uživatelé vnímají jako jednu z největších výhod to, že jim Netflix nabízí velké množství obsahu a oni tak nemusí hledat inspiraci zdlouhavým procházením stránek napříč internetem. Stačí jít na webovou stránku nebo aplikaci a vybrat si z velkého množství obsahu. Právě množství obsahu a jeho rozmanitost je pro uživatele také výhodou. Většina z nich oceňuje také originální produkci Netflixu, která této platformě dodává exkluzivní obsah. Jak bylo zmíněno již dříve, právě tento exkluzivní obsah je také jedním z důvodů, proč se uživatelé rozhodnou platformu navštívit a následně si službu předplácet. Kromě obsahu samotného respondenti oceňují také kvalitu obsahu a jeho přenosu z technického hlediska. Obsah z nelegálních platform je často ve špatné kvalitě. Netflix je tak jakousi zárukou toho, že obsah bude mít dostatečnou kvalitu a že jeho přehrávání bude ve většině případů bez přerušování. Zatímco při sledování obsahu online z nelegálních platform bylo často narušeno zastavením přehrávání a načítáním obsahu.

Uživatelé Netflix vnímají také jako velkou úsporu času. Uživatel nemusí čekat, než se mu obsah stáhne, neruší ho žádné reklamy a navíc platforma umožňuje například i přeskokování úvodní znělky. Jak řekla jedna z respondentek, *„je to takových zbytečných 30 vteřin, které můžu ušetřit a rovnou koukat“* (Aneta P.). Platforma Netflixu je velmi uživatelsky přívětivá a obsah svému uživateli doručí během pár kliknutí. Teoreticky tak opravdu může ušetřit čas. Na druhou stranu někteří z respondentů uvedli, že jim naopak spoustu času ubírá, protože na platformě konzumací obsahu stráví hodně času. Možná právě snadný přístup k obsahu uživatele láká častěji na platformu zavítat.

Snadný přístup, předvybraný, doporučený obsah a celkově fakt, že se od uživatele očekává nízká aktivita, patří, z pohledu uživatelů, mezi výhody. Stává se však, že si uživatel z hlavní nabídky nic nevybere a rozhodne se nabídku prozkoumat více. V tom případě však respondenti sdíleli své zkušenosti s tím, že vyhledávání na platformě není příliš uživatelsky přívětivé. V nejčastějším případě jim chybí hodnocení obsahů, na základě kterého by mohli posoudit kvalitu snímku. Dva respondenti zmínili, že si pro inspiraci chodí na ČSFD (Česko-Slovenská filmová databáze), nebo do vyhledávače

napíšu např. „nejlépe hodnocené filmy na Netflixu“ nebo „nejlepší komedie/drama/seriál na Netflixu“ a inspiraci hledají na platformách třetích stran.

S přechodem na Netflix jako primární platformu pro sledování filmů a seriálů se pořadu lidí změnila i délky doby, kterou této aktivitě věnují. Dva respondenti to dokonce uvedli jako nevýhodu Netflixu: „*Nevýhody, no... jsem na tom víc závislá. Pouštím si pořád další a další epizodu.*“ (Nikola K); „*Nevýhody ... žere to čas no*“ (Miroslav R). Jiní zaznamenali rozdíl v tom, jak dlouhý časový úsek sledováním stráví oproti tomu, jak to měli dříve. Zatímco u seriálů někteří nyní tráví více času, protože mají dostupných více dílů najednou a nemusí je postupně stahovat, čas strávený u filmů se snížil. Seriálovou tvorbou Netflix své diváky podporuje v tzv. binge-watchingu, což je pojem popisující situaci, kdy divák shlédne více dílů seriálů najednou. V tomto chování uživatele podporuje samotné nastavení platformy a funkce jako automatické přehrávání, které divákům usnadňuje sledování více dílů seriálu téměř bez přerušení a bez námahy.

Objevuje se zde jistý paradox: velká část respondentů uvádí, že jim Netflix šetří čas, protože nemusí obsah stahovat, zatímco u sledování ve výsledku stráví více času než obvykle, protože mají obsah jednoduše k dispozici a je ho velké množství. Obecně lze tvrdit, že Netflix je službou, která nabízí velmi snadný a rychlý přístup k velkému množství obsahu a oproti dřívějšímu způsobu získávání video obsahu je časově velmi nenáročná. Je však potřeba službu užívat vědomě, aby uživatel u konzumace obsahu netrávil více času, než původně zamýšlel. Mezi nejčastěji uváděné výhody této služby potom tedy patří:

- rychle dostupný video obsah,
- velké množství obsahu různých žánrů,
- exkluzivní obsah z produkce Netflixu,
- propojenost mezi různými zařízeními,
- doporučený obsah na základě algoritmu,
- možnost sestavení „My list“,
- vysoká kvalita video obsahu (z technického hlediska).

Nejčastěji zmiňovanými nevýhodami Netflixu z pohledu českých uživatelů je

- uživatelsky nepřívětivá platforma pro české publikum,
- málo obsahu s českým dabingem,
- omezený obsah,

- nutnost připojení na internet v okamžiku, kdy se chce uživatel dívat (kromě telefonu, kam lze obsah stáhnout).

Velkým pozitivem Netflixu je, že se neustále vyvíjí. Stále přibývá nový obsah, pomocí filmů, seriálů a dokumentů z vlastní produkce Netflix otevírá nová témata, zlepšuje uživatelskou přívětivost a viditelná je i snaha o stále větší přizpůsobování platformy pro české publikum. Od roku 2017 jsou do nabídky postupně zařazovány české filmy, přibývá český dabing a stále více filmů má alespoň české titulky. Je tedy pravděpodobně pouze otázka času, kdy výše zmíněná negativa vymizí, či se alespoň výrazně sníží. Přestože respondenti jako negativum této služby uváděli, že nabízený obsah je omezený, byla to často jediná výtku. *„Jsem omezený jen na ten obsah, který nabízí Netflix. To znamená, pokud to Netflix nenabízí, musím ten obsah sehnat někde jinde. A to si myslím, že je hlavní nevýhoda, že jsem omezený obsahem toho, co nabízí Netflix“* (Jan S.). Nejedná se však o nevýhodu, která by uživatele od Netflixu odrazovala, naopak to často uváděli jako jednu z mála nevýhod, která je napadla, zatímco na druhé straně hodnotili nabídku Netflixu jako velmi bohatou a rozmanitou.

Někteří respondenti jako nevýhodu uváděli také to, že v zahraničí měli ve svém katalogu na výběr jiné tituly, než když jsou v Česku. Nikdo z respondentů nevěděl, co za tím stojí a polemizovali nad tím, že za to mohou algoritmy. Na rozdílnou dostupnost obsahů v jednotlivých zemích však algoritmy vliv nemají. Skutečným důvodem jsou licenční práva, která VOD platformy nakupují pro každou zemi zvlášť. Do procesu tak vstupují globální a lokální konkurenční platformy, se kterými o licenční práva v podstatě soutěží. Respondenti si stěžovali např. na to, že v nabídce na českém Netflixu již není seriál *Přátelé*. Důvodem je, že nově licenční práva na tento pořad získalo HBO GO.

Snadno a rychle lze video obsah doručit také pomocí kabelové televize, která má však oproti online streamovacím platformám značné nevýhody. Rozsah obsahu je ještě více omezený a pokud televize neumožňuje zpětné přehrávání, musí se uživatel podřídit i časovému harmonogramu. V některých domácnostech už své místo televize nemá vůbec a pokud se některý z respondentů na televizi dívá, je to z jednoho či více následujících důvodů

- zpravodajství (nejčastěji ČT24)
- sportovní přenosy
- reality show z českého prostředí (Výměna manželek, Svatba na první pohled, Ano šéfe!)

- pouze kvůli konkrétnímu seriálu (Slunečná, Ulice)
- jako kulisa bez náročnosti na konkrétní obsah

6.1.4. Forma předplatného

Téměř všichni respondenti jsou součástí účtu Premium. Toto předplatné umožňuje používání účtu až 4 uživatelům zároveň a obsah lze promítat ve Full HD a Ultra HD. Pouze jedna uživatelka ze všech dotazovaných si službu předplácí v rámci účtu Standard dostupný pro 2 uživatele zároveň s obsahem poskytovaným ve Full HD. Celkem čtyři respondenti si účet založili na podnět někoho ze svého blízkého okolí, kdo si chtěl svůj účet rozšířit na Premium verzi a tím také získat video obsah v lepší kvalitě.

Všichni dotazovaní považují měsíční poplatek za přijatelnou či zanedbatelnou částku ve svém rozpočtu. Vzhledem k tomu, že jsou téměř všichni součástí Premium účtu a platí jednu čtvrtinu ceny předplatného, měsíčně za Netflix utratí kolem 80 Kč. Právě nízká cena je jedním z aspektů, který uživatelé na této službě oceňují – nízká cena za velké množství obsahu v dobré kvalitě po technické i obsahové stránce. Respondenti přirovnávali měsíční poplatek k jiným položkám, za které běžně utrací. Zaznělo tak například, že měsíční předplatné momentálně stojí méně než krabička cigaret nebo že je levnější než koupě jedné knížky. Zajímavé bylo také porovnání s cenou lístku do kina, který je momentálně až dvakrát dražší³ než cena měsíčního předplatného pro jednoho uživatele v rámci Premium účtu. Překvapujícím zjištěním je také fakt, že k účtu pro 4 uživatele má často přístup větší množství uživatelů. Častou praxí je, že partneři sdílí jeden účet, který často používají nezávisle na sobě, oba jsou k němu přihlášení na svých vlastních zařízeních. Jeden z respondentů napočítal, že k jeho účtu pro 4 uživatele má přístup a aktivně ho používá devět lidí, přičemž nikdy nenastala situace, že by účet byl přetížený. V tomto případě se měsíční poplatek pro jednoho uživatele ještě výrazně snižuje. Tento způsob sdílení účtu s lidmi z jiné domácnost je však v rozporu s oficiálními podmínkami užívání Netflixu.

Všichni respondenti by byli ochotní za službu měsíčně platit vyšší částku, než nyní platí. Nejnižší zmíněná částka byla 100 Kč, zatímco jedna z respondentek by byla ochotna měsíčně za služby Netflixu zaplatit až 500 Kč. Podle názoru respondentů je služba kvalitní, nabízí velké množství obsahu a přináší velké benefity např. v podobě úspory času. Proto by jim nevadilo za tuto službu platit více. Vyšší částku by byli ochotni zaplatit na základě své

³ Aktuální cena lístku do kina se studentskou slevou se pohybuje okolo 160 Kč.

dobré zkušenosti s Netflixem. Pokud by již od začátku byla cena vyšší, možná by je od předplacení služby cena odradila.

6.1.5. Prostředí při sledování Netflixu

Další část rozhovorů se zabývala otázkou, kdy a za jakých podmínek uživatelé Netflix nejčastěji sledují. Velmi to záleží na situaci, období, zda je zrovna semestr, zkouškové, nebo volno a zda k tomu člověk i pracuje. Zda bydlí u rodičů, sám či se spolubydlícím a zda je daný člověk ve vztahu. Většina z dotazovaných se na Netflix dívá sama nebo se svým partnerem či partnerkou. Někteří také uvedli, že ve vztahu mají rozkoukaný nějaký seriál společně a každý z partnerů má ještě svůj, na který se dívají zvlášť, když jsou sami.

Uživatelé většinou Netflixu věnují svou plnou pozornost a jen výjimečně ho použijí jako kulisu k nějaké jiné činnosti. Funkci kulisy tak zastává spíše kabelová televize nebo hudba. Když už některý z dotázaných Netflix jako kulisu použil, bylo to například k vaření nebo k méně náročné práci do školy (např. studentka architektury k tvorbě modelů). Jeden z respondentů se Netflixem nechal zlákat také během práce z domova, s čímž však musel přestat, protože to příliš odvádělo jeho pozornost. Když už si uživatelé Netflix pustí jako kulisu, zvolí nějaký obsah, který dobře znají. Nejčastěji byl zmíněný seriál *Jak jsem poznal vaši matku* či *Přátelé*. Jedna z respondentek uvedla, že se občas podívá na nějaký film a potom nechá běžet automatické přehrávání a jako kulisu si nechá puštěný film, který se jí dále automaticky začne přehrávat. Obecně však lze říci, že si Netflix uživatelé pouštějí převážně ve chvílích, kdy se na obsah plně soustředí.

Nejběžnější situaci, kdy si uživatelé Netflix pustí, všichni respondenti popisovali poměrně shodně. Nejčastěji filmy a seriály sledují večer, když už mají vše ostatní do školy či do práce hotové a už se chystají jít jen spát. Dalo by se říci, že to je taková chvilka klidu za odměnu po celém dni. Nejčastěji proto uživatelé Netflix sledují buď na televizi nebo na notebooku, který si vezmou do postele. CEO Netflixu, Reed Hastings, v jednom interview řekl, že jednou z největších konkurencí jeho společnosti je spánek (Hern 2017), což má s výše zmíněnou situací jistě spojitost. Jedna z respondentek dokonce řekla, že se při sledování Netflixu někdy cítí trochu provinile, protože kvůli tomu méně spí.

Jednou z výhod Netflixu je i mobilní aplikace, kterou uživatelé využívají z různých specifických důvodů. Nejčastějším z nich je cestování v dopravních prostředcích. Ať už je to kvůli tomu, že jiné zařízení u sebe nemají či z důvodu nedostupné Wi-Fi sítě. Mobilní aplikace totiž umožňuje stáhnout si obsah předem a dívat se následně offline. Další situace,

kteřou shodně popsali dva respondenti, bylo použití mobilní aplikace ve chvíli, kdy ztratí připojení na Wi-Fi a chtějí se dodívat na rozkoukaný film či seriál. V tom případě přejdou z televize či počítače na menší obrazovku telefonu, kde skřz mobilní data mohou pokračovat ve sledování. Předností mobilního telefonu je snadné přenášení a skladnost. Jeden z uživatelů popsal, že se na seriály na mobilní aplikaci dívá dokonce i na toaletě či ve vaně. Mobilní telefon tak jistě není primární zařízení pro sledování Netflixu, ale uživatelé existenci mobilní aplikace ocení v situacích, kdy nemají jinou možnost z důvodu nedostupnosti jiného zařízení či Wi-Fi připojení.

Z výše zmíněných informací vyplývá následující:

- Běžná doba pro sledování Netflixu je večer před spaním.
- Sledování Netflixu mají uživatelé spojené s odpočinkem či dokonce odměnou.
- Nejčastěji používaným zařízením pro streamování je notebook či televize.
- Telefon či tablet uživatelé používají ve specifických případech, kdy nemají dostupné jiné zařízení, a především v situacích, kdy nemají připojení k Wi-Fi.
- Uživatelé většinou věnují sledování Netflixu svou plnou pozornost, jako kulisu jej využívají minimálně.

6.1.6. Nabídka Netflixu, oblíbené formáty a žánry

Nabídka Netflixu je velmi rozmanitá, od seriálů přes filmy různých žánrů, dokumenty až po reality show z různých koutů světa. Převážná většina respondentů se shodla na tom, že na Netflixu sledují především seriály. Jeden z respondentů dokonce uvedl, že až s příchodem Netflixu začal seriály sledovat a nyní je to primární formát, který vyhledává. Nejčastěji zmiňovaným žánrem seriálů byl sitcom. Právě například seriály *Jak jsem poznal vaši matku*, *Teorie velkého třesku* nebo *Přátelé* si uživatelé občas pustí i jako kulisu k nějaké jiné činnosti, protože se na tento obsah nemusí příliš soustředit. Jedním důvodem je to, že sitcomy nejsou příliš náročné na pochopení děje, nebo také z toho důvodu, že tyto seriály uživatelé již velmi dobře znají a pouští si je stále dokola. Jak uvedla jedna z respondentek: „... *takové seriály, co už znám a nic moc mě tam nemůže překvapit. Protože kdybych si pustila nový seriál, tak u toho dokážu sedět hrozně dlouho a vím, že u toho nic neudělám. To je nebezpečné.*“ (Simona L.) Jeden z respondentů popsal, že sledování seriálů má na něj určitý psychologický efekt. Má totiž při sledování seriálu pocit, že u obrazovky tráví méně času, než kdyby si šel záměrně pustit film. A to přesto, že ve výsledku u seriálu stráví třeba i stejný čas, jako by strávil u filmu: „*Filmy taky, ale ty*

seriály, na to mi ten Netflix přijde takový nejlepší. Že to ani nezabere tolik času, teoreticky teda. Má z toho člověk takový lepší pocit. Když se podívá na dva díly seriálu nebo na jeden film, pořád to člověku přijde jakoby kratší ty seriály.“ (Miroslav R.)

Uživatelé vyhledávají různé žánry seriálů. Jak již zmíněné sitcomy, tak také historické, fantasy, drama, psychologické, epické. Na rozdíl od seriálů, filmy mezi dotazovanými příliš vyhledávaným formátem na Netflixu nejsou. Pokud se někdo dívá na Netflixu na filmy, vyhledává především žánr komedie, tzn. filmy na odlehčení a pobavení. Jedním z důvodů nižšího zájmu o filmy může být fakt, že nabídka filmů na Netflixu není pro uživatele příliš zajímavá. „*Přidávaly se tam hodně Netflixové filmy, které...no nemůže od nich člověk očekávat nic moc hlubokého. Takže spíš seriály.“* (Ondřej S.) Zatímco originální produkce Netflixu je velmi kladně hodnocena v rámci seriálové tvorby, u filmové tvorby je to spíše naopak. To však může být čistý záměr společnosti Netflix. Jelikož jejich strategií je udržet diváka co nejdéle u obrazovky, seriály jsou zkrátka vhodnějším formátem a zřejmě proto si na kvalitě dávají záležet především u tohoto formátu.

Netflix poskytuje velké množství obsahu různých formátů a žánrů dostupných na jednom místě a uživatel tak má prostor pro objevování. Pustit si nějaký film nebo seriál uživatele nestojí téměř žádné úsilí, a to vytváří vhodné podmínky pro experimentování a shlédnutí obsahu, který by si člověk ze své vlastní iniciativy jinak nevyhledal. Někteří z respondentů tak právě skrz Netflix objevili a oblíbili si novou formu obsahů či nový žánr. Jedním z formátů jsou krátké edukativní série dokumentů jako je např. *Explained* nebo *History 101*. Jedná se o dvacetiminutové epizody vysvětlující konkrétní téma či událost. Tyto pořady pochází z originální tvorby Netflixu a popularitu získaly zřejmě také proto, že dokáží velmi rychle reagovat na aktuální dění. Dostupné tak jsou například epizody vysvětlující koronavirus či způsoby, jak se vyvíjí vakcíny. Epizody se zabývají dalšími tématy od politické korektnosti, historie marihuany až po astrologii či zvířecí inteligenci. Člověka by zřejmě nenapadlo si jednotlivá témata ze své iniciativy vyhledat a něco si o nich zjistit. Tento typ dokumentárních sérií nabízí krátký a stručný úvod do nevšedních témat.

Dokumenty obecně byly častěji zmiňovány jako žánr, který uživatelé začali více sledovat až na Netflixu. Ať už se jedná o již zmíněné seriály s krátkými epizodami či o delší dokumentární filmy. „*První věc jsou dokumenty, které já jsem předtím nesledoval vůbec. A teď jednou za čas se podívám na nějaký dokument, který na tom Netflixu vyjde*

a je kolem toho trochu takový humbuk, že je ten dokument dobrý, tak se na to podívám. A ve výsledku vidím za rok třeba tři, čtyři dokumenty, ale v minulosti jsem za ten rok viděl třeba jeden nebo nula.“ (Jan S.). Netflix svou širokou a rozmanitou nabídkou spolu s doporučováním na základě algoritmů radě uživatelů usnadňuje výběr obsahu. Jak jeden z uživatelů popsal: *„Protože než jsem měl Netflix, tak by mě předtím nikdy nenapadlo pustit si dokument. Asi bych si ho neuměl vybrat nebo nenapadlo by mě, že bych se chtěl dívat na dokument o basketbalu, na to jsem se teď díval asi před dvěma měsíci. A když to tam vidíš, řekneš si, že to vypadá zajímavě. Díky tomu jsem se teď díval na několik dokumentů.*“ (Vít T.) Uživatelé zřejmě velmi často volí obsah na základě doporučení od Netflixu, protože respondenti, kteří se mezi sebou navzájem neznají, uváděli stejné příklady dokumentů, na které se na Netflixu podívali. Nejčastěji se opakoval dokument o basketbalu *The Last Dance*, dokument o sociálních sítích s názvem *The Social Dilemma* nebo dokument o životním prostředí *David Attenborough: A Life on Our Planet*. Právě zaměření na zvýšení povědomí o životním prostředí je součástí strategie společnosti Netflix, která se odráží jak v jejich dokumentární tvorbě, tak i ve vystupování a fungování společnosti samotné.

Někteří z respondentů popsal, že některým z pro ně Netflixem doporučených obsahů se vyhýbali, protože je na první pohled obsah nezaujal. Netflix jim však určité tituly zobrazoval tak frekventovaně, že se nakonec rozhodli dát tomu šanci a seriál si ve výsledku velmi oblíbili. *„Třeba konkrétně Sex Education je něco, na co bych se sám od sebe asi nikdy nepodíval, kdyby mi to Netflix nenacpal do chřtánu. No a byla by to obrovská škoda. Já jsem si myslel, že to je nějaký formát Young Adult, nějaké takové ty záležitosti. Ale nějak jsme se do toho teda donutili a bylo to úžasný.*“ (Tomáš D.)

Výše zmíněný seriál a dokumenty jsou všechny z originální produkce Netflixu. Právě to je dalším z přínosů Netflixu pro jejich předplatitele. Někteří z respondentů dokonce vnímají obsah z produkce Netflixu jako zaručenou kvalitu toho, že se jim film, nebo častěji spíše seriál, bude líbit. Nejen že zpracovávají nová, aktuální, neotřelá témata a po obsahové stránce jsou tak pro uživatele zajímavé a přínosné. Někteří uživatelé kladně hodnotili i produkci samotnou: *„Já u těch věcí často řeším i jak je to natočené, sestříhané, nabarvené a tak. Že se na to nedívám vyloženě jenom kvůli obsahu, ale řeším i tu formu. A ta mě právě na Netflix věcech baví. Že jsou takové typově podobné, má to takový nějaký svůj podpis.*“ (Vít T.) Mezi nejčastěji zmiňovanými obsahy z originální tvorby Netflixu byly následující tituly: *Stranger Things*, *The Witcher*, *Sex Education*, *The Crown*, *David*

Attenborough: A Life on Our Planet a *Bridgerton*. Producenti originální tvorby Netflixu se záměrně ve své tvorbě věnují tabuizovaným tématům jako např. v seriálu *Sex Education*, který zachycuje témata spojená s LGBTQ. V dokumentární tvorbě se v poslední době více zaměřují na snímky věnující se problematice životního prostředí a populární dokument s vypravěčem Davidem Attenboroughem je jedním z nich.

Vzhledem k tomu, že Netflix je globálně využívaná služba, pokrývající více než 190 zemí světa, promítá se to také do nabídky obsahů. Nabídka pro jednotlivé země je sice specificky omezena, ale i přesto má uživatel v České republice možnost pustit si tituly pocházející z různých zemí, a to nejen z anglicky hovořících. Na popularitě získávají španělské seriály, např. *Papírový dům (La casa de papel)*; francouzské, např. *Lupin*; severské, např. *Vánoce u našich (Hjem til jul)* či *Chalífát (Kalifat)* a jedna z respondentek si na Netflixu nově oblíbila animované japonské seriály, např. *Tokijský ghúl*. Trendem jsou také zahraniční reality show, ke kterým uživatelé z České republiky dříve neměli tak jednoduchý přístup. V trendech se tak objevovaly reality show jako *Láska je slepá (Love is Blind)* nebo *Too Hot to Handle*. Jelikož téměř všichni respondenti dříve obsah především stahovali, nebo se dívali na televizi, většina těchto zahraničních obsahů pro ně byla nedosažitelná, obtížně se takovýto obsah vyhledával a většinu uživatelů by zřejmě ani nenapadlo něco podobného vyhledávat. Uživatelé oceňují také volbu, kdy si mohou seriál pustit v originálním znění či s dabingem a vybrat si mohou i z titulků. Při stahování filmů a seriálů je obtížnější dohledat originál a k tomu časově odpovídající titulky. Na Netflixu je vše jednoduše a rychle dostupné.

Je zřetelné, že Netflix českým uživatelům rozšířil obzory, nabídl přehledně na jednom místě velké množství obsahu různých žánrů, formátů a různého původu. Také svojí originální produkcí obohatil svět kinematografie. Respondenti se nejčastěji shodli na tom, že Netflix jejich život obohatil o dokumenty, na které by se bez Netflixu zřejmě nepodívali a obecně jim přinesl širokou nabídku seriálů a tento formát samotný. Někteří uživatelé totiž dříve seriály vůbec nevyhledávali a až s příchodem Netflixu se na ně začali dívat a pohlížejí na to jako na přínos této platformy.

6.1.6.1. Jak uživatelé vnímají nabídku českých titulů na Netflixu a dostupnost českého dabingu a titulek

V roce 2019 se na Netflixu začala výrazně rozšiřovat také nabídka původem českých filmů. Nyní, na začátku roku 2021, je při přihlášení z České republiky dostupných téměř

300 českých titulů. Všichni respondenti vyhledávají primárně zahraniční tituly, někteří se na české filmy nedívají vůbec a jiní se s přidáním českých titulů do nabídky Netflixu na českou tvorbu začali dívat o něco více. Oceňují především nabídku starších filmů, tzv. klasik, mezi které se řadí například nejčastěji zmiňované *Pelišky*. Sami od sebe by si prý respondenti český film nevyhledali a nestáhli si ho, když se jim však zobrazuje v nabídce, občas se na něco podívají. Jednou z výhod českých filmů, kterou zmínila respondentka, je, že český film je zárukou české zvukové stopy. U řady zahraničních filmů totiž český dabing chybí. Stejně tak jedna z respondentek uvedla, že se na české filmy dívá s rodiči, kteří upřednostňují sledování filmů a seriálů v českém jazyce.

Je to dáno zřejmě především charakteristikou respondentů, což jsou studenti ve věku 20-26 let a anglický jazyk jim je většinou, už kvůli samotnému studiu, blízký, že upřednostňují filmy bez českého dabingu. Většinou upřednostňují originální audio, ať už se jedná o angličtinu, španělštinu, švédštinu, či jiný jazyk, doplněný anglickými nebo českými titulky. Nedostupnost českého dabingu je od sledování odradí pouze ve dvou případech. Prvním z nich je ten, kdy se chtějí dívat ještě s někým jiným, kdo se nerad dívá na filmy a seriály v cizím jazyce. Nejčastěji jde o rodiče či mladší sourozence, brání jim to tak v tom, aby se mohli na daný obsah dívat společně celá rodina. Jsou omezeni pouze na české filmy, popř. na zahraniční s českým dabingem, kterých v nabídce není mnoho. Druhým případem jsou filmy, které mají uživatelé už zažité s českým dabingem a když si ho chtějí pustit, chtějí si pustit to, na co jsou zvyklí. Zmíněné byly například seriály *Jak jsem poznal vaši matku*, *Přátelé* či film *Sám doma*. Jeden z respondentů uvedl, že seriál *Jak jsem poznal vaši matku* si raději stáhne nebo se na něj podívá na jiných stránkách, kde je dostupný s českým dabingem, než aby se na něj díval v angličtině. To jen z toho důvodu, že je již z dřívějších dob, kdy se na seriál díval v kabelové televizi, na český dabing zvyklý.

Nabídka Netflixu se neustále rozvíjí, zvyšuje se počet obsahů s českými titulky a přibývá i obsahů s českým dabingem. Přestože z rozhovorů vyplývá, že pro dotazované uživatele samotná nepřítomnost českého dabingu neznamena překážku pro sledování, přidáním českých obsahů a českého dabingu jistě zaujmou nový okruh uživatelů. Jedná se především o starší publikum, a naopak o mladší, teenagery či dokonce děti, pro které například rodiče budou moci na Netflixu pouštět pohádky.

6.1.7. Čas strávený sledováním Netflixu

Doba, kterou uživatelé sledováním Netflixu stráví, záleží na konkrétním ročním období a odvíjí se také od událostí v běžném životě. Velký vliv na změnu délky času stráveného u Netflixu má pro respondenty např. zkuškové období. Zajímavé však je, že na každého jinak, což se zřejmě odvíjí od povahy jednotlivců. Zatímco jedna respondentka popsala, že je během zkuškového velmi disciplinovaná a na Netflix se tak nedívá vůbec, jiní popsali, že jej naopak využívají pro odpočinek mezi učením či u něj tzv. prokrastinují. „*Během zkuškového určitě zvládám nějaké dvě epizody denně. Ale normálně na to koukám míň. Třeba i jen 2 hodiny za týden.*“ (Nikola K.) Na otázku, zda se někdy při sledování Netflixu cítí provinile, jeden z respondentů odpověděl: „*Určitě ano, to byl problém hlavně během zkuškového období. Protože to je tak, když je to třeba seriál, nebo i film, tak člověk vidí, že to tam je, je jednoduché se k tomu dostat a ještě jsem třeba neviděl tohle a tohle. Takže se mi stalo, že jsem si najednou po sobě pustil dva filmy nebo třeba 4-5 dílů seriálu. Je pravda, že tohle by se mi asi nestalo, kdybych si ty seriály a filmy, musel stahovat.*“ (Ondřej S.) Respondentem pospané chování je již zmíněný způsob sledování obsahu formou binge-watchingu. V tomto případě navíc uživatel předem neplánoval tolik dílů seriálů shlédnout a nechal se ovlivnit nastavením platformy, která automaticky obsah přehrává. Když si uživatelé obsah stahovali, přeci jen je od sledování něco brzdilo, museli si na obsah počkat, sledování si naplánovat dopředu a film či seriál si stáhnout s předstihem. Nyní jim však nic nebrání v tom, aby u streamovací platformy strávili klidně i 24 hodin v kuse a nový obsah budou mít neustále k dispozici.

Pokud uživatelé někdy zažívají pocit, že čas strávený u Netflixu nemají úplně pod kontrolou, je to většinou způsobené tím, že vyjde nová série seriálu, který mají rozkoukaný. Dříve bylo zvykem, že nové díly seriálů vycházely 1x týdně. Netflix však přišel s novým postupem, kdy zveřejňuje celou sérii najednou se všemi epizodami. To, co dříve měli sledující rozložené do několika měsíců, dnes mají dostupné najednou a mohou se na to podívat během pár dní. „*Jo stane se mi, že to pod kontrolou úplně nemám, když vyjde třeba nějaká nová série nějakého seriálu. Tak to pak mám pocit, že to musím vidět celé. Takže to mi pak sežere více času, než bych úplně chtěl no.*“ (Miroslav R.) Tímto způsobem se na celou sérii podívají během pár dní či týdnů a potom hledají nové tituly, na které by se podívali. Ve výsledku to tak vede k delšímu času strávenému u obrazovky, což je nepochybně jedním z účelů tohoto způsobu distribuce seriálů. Netflix se pro tuto distribuci rozhodl na základě dat, která jim ukázala, že se uživatelé rádi dívají na více dílů

seriálů najednou. Tento způsob konzumace divákům umožňuje lépe se vžít do děje a orientovat se i ve složitých zápletkách.

Jedním z důvodů, proč mají uživatelé čas strávený u Netflixu víceméně pod kontrolou je ten, že se na seriály dívají převážně až večer před spaním. Únava je tak spolehlivým nástrojem, který uživatele donutí seriál vypnout. Na druhou stranu i s tím uživatelé někdy bojují a mají výčitky, že kvůli sledování Netflixu budou mít nedostatek spánku: *„No úplně jako prokrastinace asi ne, ale spíš jsem si říkala, že už bych měla jít spát, že budu druhý den úplně mrtvá. Takže spíš z tohoto hlediska. Ale že bych zanedbávala něco jiného, to asi ne. Takže spíš kvůli tomu spánku no.“* (Nikola K.) Jak bylo zmíněno již dříve, spánek zřejmě opravdu pro Netflix představuje konkurenci: *„Když třeba si jdu pustit něco, tak vím, že na to mám třeba hodku před spaním a že už jsem pak hotová a pak u toho usínám, takže si jdu radši lehnout.“* (Kateřina G.)

Výše zmíněné situace však nejsou pravidlem a jsou spíše nárazové. Přestože většina respondentů přiznala, že se někdy při sledování cítila provinile, celkově však mají respondenti převážně pocit, že mají čas strávený u Netflixu pod kontrolou. Z normálních okolností, kdy není zkouškové období a nejsou zrovna ve fázi, kdy se nemohou odtrhnout od seriálu a dívají se téměř v kuse, respondenti sledováním tráví od 3 hodin týdně po nejvíce zmíněných 12,5 hodin týdně.

6.1.8. Uživatelská přívětivost

6.1.8.1. Funkce přehrávání

Další část výzkumu byla zaměřena na uživatelskou přívětivost služby a platformy Netflix. Uživatelé si obecně chválí možnost přehrát si obsah na různých zařízeních od televize, přes notebook, tablet až po telefon. Vzhledem k tomu, že dříve většina respondentů obsah převážně stahovala, toto propojení mezi zařízeními bylo velmi komplikované. Nyní se uživatel na seriál či film začne dívat na jednom zařízení a když ve sledování přestane, může si poté jednoduše zapnout pokračování na jiném zařízení. Nemusí si pamatovat, u jakého dílu seriálu skončil, či v jaké minutě přerušil sledování filmu. Zároveň možnost nastavení více účtů zajistí každému uživateli vlastní prostor, kde má přehled svých vybraných titulů, na které se dívá. Zároveň tak algoritmus doporučuje obsah danému uživateli na míru.

Jednou z funkcí dostupných na všech typech zařízení je automatické přehrávání obsahu. Tento prvek má za účel usnadnit uživatelům sledování obsahů především seriálového

formátu. Uživatel tak může sledovat jeden díl seriálu za druhým bez vyvinutí jakéhokoli úsilí. Sledující může být zcela pasivní a obsah se bude neustále spouštět, dokud ho on sám nezastaví. Funkce automatického přehrávání je v základním nastavení zapnutá, lze ji však vypnout. O této možnosti věděl pouze jeden z respondentů, který má tuto funkci vypnutou. Hlavním důvodem je, že jakmile jeden díl skončí, uživatel má pouze pět vteřin na zastavení přehrávání, než se spustí další díl. Pokud tak uživatel nestihne přehrávání včas zastavit, spustí se další díl. Když poté znovu na platformu přijde a chce si seriál pustit, už má začátek rozkoukaný a musí se buď na časové ose vrátit zpět, nebo díl nevidí úplně od začátku. Jeden z respondentů uvedl nevýhodu této funkce v tom, že když u seriálu usne, spouští se dál jeden díl za druhým a on už si potom nepamatuje, u jakého dílu skončil.

Součástí této funkce je nejen to, že se automaticky přepínají díly seriálu. V případě, že sledující shlédne poslední díl seriálu, automaticky se spustí nový seriál nebo nějaký trailer na základě doporučení Netflixu. Člověk tak nemá prostor pro zpracování předešlého seriálu či filmu, hned totiž začne přehrávání nového. Nehledě na to, že tento nový titul nebyl jejich volbou, ale volbou Netflixu na základě algoritmu. Nastavení neumožňuje vypnutí přehrávání nových titulů a ponechání přehrávání nových dílů pouze v rámci jednoho seriálu.

Účelem této funkce není pouze zprostředkování co největšího pohodlí při sledování, je to také součástí strategie, jak uživatele co nejdéle udržet u obrazovky. Většina respondentů o možnosti vypnutí této funkce nevěděla. Na základě rozhovorů celkem čtyři respondenti řekli, že si tuto funkci vypnou anebo to alespoň zváží. Jeden z respondentů funkci nazval jako „pekelnou věcičku“ myšleno tak, že ho automatické spuštění dalšího dílu občas udrží u obrazovky déle, než původně zamýšlel: „*Ono tam je jenom nějakých 5 vteřin na to, abys to mohl zrušit a jakmile se to pustí, tak už pro mě moc není cesta zpátky a prostě se na to podívám.*“ (Ondřej S.) Jiní si tuto funkci naopak chválí a přijde jim pohodlné, že nemusí nic přepínat a mohou se dívat v kuse, jak dlouho chtějí. Záleží zřejmě na tom, jak silnou má uživatel vůli či jak rychle dokáže zareagovat a přehrávání dalšího dílu včas zastavit.

Další funkcí, na kterou si velká část respondentů navykla, je možnost pomocí jednoho kliknutí přeskočit rekapitulaci či úvodní znělku seriálu. Uživatelé, kteří mají zkušenost i se streamovací platformou HBO GO uvedli, že právě tato funkce jim na konkurenční platformě chybí. Vzhledem k tomu, že se uživatelé často dívají na více dílů za sebou, nechtějí pokaždé úvodní znělku vidět znovu a vítají možnost jednoduchého přeskočení této části. Uživatelé tuto funkci vnímají pozitivně z hlediska úspory času, přestože se většinou

jedná o znělky v rozmezí od pouhých 10 do 120 vteřin. Menšina respondentů si úvodní znělky nechává přehrát, protože to vnímají jako součást seriálu, znělku si oblíbí a rádi se na ni dívají i vícekrát po sobě.

6.1.8.2. Funkce vyhledávání

Jednou z předností Netflixu je podle respondentů to, že se od uživatele neočekává téměř žádná aktivita. Pokud uživatel přesně neví, na co se chce dívat, Netflix mu poradí. Uživatel nemusí složitě listovat obsahem, procházet různé kategorie. Algoritmus Netflixu se na základě nasbíraných dat snaží co nejlépe odhadnout, jaký obsah by se danému uživateli mohl líbit. Takový obsah mu zobrazí přímo na úvodní stránce. Pokud má již nějaký seriál či film rozkoukaný, také se mu zobrazuje na začátku domovské stránky a v kategorii „Pokračovat ve sledování“ stačí kliknout na daný titul a spustí se v čase, kde uživatel naposledy skončil. Zbytek domovské stránky obsahuje různé kategorie s doporučenými obsahy na základě naposledy sledovaných titulů, na základě nejsledovanějších titulů ostatními uživateli ve stejné zemi a podobně. Mimo tuto domovskou stránku lze hledat také podle kategorií žánrů. Z výzkumu však vyplývá, že uživatelé tituly hledají především na domovské stránce. Stejně tak podle dat zveřejněných samotou společností Netflix je 80 % obsahů vybráno na domovské stránce a pouze 20 % pořadů uživatelé vyhledají přes vyhledávání v katalogu. Pokud nejdou na Netflix za účelem nalezení konkrétního titulu, dívají se to kategorie trendů či na doporučené obsahy na základě jimi dříve shlédnutých titulů. Názor na doporučené obsahy na základě algoritmu se však mezi respondenty lišily. Někteří si z tohoto obsahu zaručeně vyberou a jiným se to do vkusu příliš netrefuje.

Všichni respondenti vědí, že jim Netflix doporučuje obsah na základě nějakých algoritmů, žádný z nich však nevěděl, jak přesně algoritmy fungují. Jedná se o velmi komplexní, složitý systém složený z mnoha druhů algoritmů, které jsou vzájemně provázané a pro každého uživatele produkují unikátní doporučení pořadů. Doporučovací systém Netflixu je jednou z předností této služby a společnost do jeho vývoje věnuje vysoké finanční obnosy a velké množství času.

Uživatelé dají velmi často také na doporučení svého okolí. Ať už se konkrétně někoho zeptají, či se vzájemně inspirují na sociálních sítích, kde občas lidé sdílí své tipy na seriály a filmy dostupné na Netflixu. Tři respondenti zmínili také webovou stránku Česko-Slovenské filmové databáze (www.csfd.cz), kde si tituly z Netflixu ověřují a na základě hodnocení na této stránce se rozhodnou, zda si titul pustí. Dva respondenti shodně popsali,

že jim vyhledávání na Netflixu nevyhovuje a inspirují se kdekoli jinde na internetu, a to například tak, že do internetového vyhledávače zadají „Nejlepší seriály na Netflixu“ a dívají se na žebříčky filmů a seriálů na webových stránkách třetích stran. Na již zmíněnou webovou stránku ČSFD bylo v roce 2021 bylo přidáno rozšíření a uživatelé si nyní mohou vyfiltrovat hodnocení obsahů dostupného na konkrétních VOD platformách. Na základě výzkumu tak vyplývá že některým uživatelům na Netflix platformě chybí hodnocení obsahů ostatními uživateli. Kategorii trendů tolik nevěří, protože fakt, že se na daný obsah dívá velké množství lidí neznamena, že půjde o kvalitní titul, který se jim bude líbit. Jedním z důvodů, proč Netflix detailní hodnocení obsahů uživateli neumožňuje může být to, že by lidé obsahům s nízkým hodnocením nedali vůbec šanci. Takto se všechny tituly tváří v podstatě neutrálně a diváka od puštění jakéhokoli titulu nemá co odradit.

Z výzkumu vyplývá, že fungování platformy má určité nedostatky. Jedním z nich je též vyhledávání obsahu s českým dabingem. Když uživatel zadá do vyhledávání český dabing, objevují se mezi nimi i filmy bez dostupného českého dabingu. Toto vyhledávání funguje mnohem lépe např. na webu ČSFD. Tato platforma zároveň nabízí filtr pro vyhledávání titulů s více možnostmi než Netflix. Uživatel na tomto webu může vyhledat obsah podle více specifických požadavků. Netflix nabízí rozřazení obsahu na základě žánrů do 19 kategorií, zatímco ČSFD nabízí 44 kategorií, podle kterých si uživatel vyfiltruje tituly podle detailních specifik a jeho požadavků.

Poměrně často využívanou funkcí je také tzv. My list, který využívají celkem čtyři respondenti. Výhodou je, že pokud jim někdo dá doporučení na film nebo seriál, mohou si ho rovnou přidat na seznam a nemusí si vytvářet svoje soukromé zápisky s doporučeními od známých. Zároveň pokud uživatel neví, co by si chtěl zrovna pustit, může se podívat do tohoto seznamu a vybrat si něco z toho, co mu bylo doporučeno či co ho dříve zaujalo a chtěl se k tomu vrátit. Jedna z uživatelek zmínila, že by uvítala také možnost „sledování“ profilů navzájem, kde by mohla vidět, na co se dívají její kamarádi a mohla by se tím inspirovat. Podobný systém funguje např. u služby Spotify. Z toho tedy vyplývá, že uživatelům zřejmě chybí více osobní doporučení a hodnocení titulů, jehož kvalita by měla větší záruku než doporučení pouze od Netflixu, které se jim ne vždy trefojí do vkusu.

6.1.9. Změny využívání platformy v době pandemie covid-19

V březnu roku 2020 zasáhla Českou republiku pandemie koronaviru covid-19 a lidé od té doby tráví více času doma. Celkem tři respondenti začali Netflix více používat právě až se začátkem této pandemie. Tato nová situace pro ně byla pohnutkou, proč Netflix začít používat. U většiny respondentů tato situace měla vliv na užívání Netflixu především ze začátku, když tato situace byla nová. Respondenti popisovali, že jejich čas strávený sledováním filmů a seriálů až dramaticky vzrostl. Jeden z respondentů popsal, že když byl 14 dní v karanténě, tak v podstatě celé dny jen jedl a díval se na Netflix. Podobně popsala situaci i další respondentka, která kvůli opatřením nemohla chodit do práce a celé dny trávila pouze sledováním filmů a seriálů. Další respondentka popsala, že ze začátku pandemie byla Netflixem doslova posedlá, protože teprve v té době ho více začala používat. S tím, že měla najednou více volného času, tak ho strávila převážně u Netflixu. Celosvětově zvýšený zájem o streamovací služby v době pandemie a nárůst času stráveného na internetu měl vliv i na nárůst počtu předplatitelů Netflixu a způsobil dokonce i přetížení kapacity internetu. K uvolnění kapacity internetu Netflix přispěl tím, že na některých územích poskytoval přenos v nižší kvalitě. K tomuto byly streamovací platformy přímo vyzvány Evropským komisařem právě z důvodu zvýšené poptávky po těchto službách.

Zatímco za běžné situace respondenti popisovali, že Netflix sledují především večer před spaním, tato nová doba přinesla nové příležitosti pro využívání streamovacích platform. Vzhledem k tomu, že lidé měli školu i práci „z domova“, tráví více času doma o samotě s omezeným sociálním životem. Netflix tak někdy využívali v situacích, při kterých by za běžných okolností byli v přítomnosti někoho dalšího. Jedním z příkladů je oběd během pracovního dne. Jeden z respondentů popsal, že si při práci z domova pouští k obědu Netflix, což dřív nikdy nedělal a neměl pro to ani příležitost. Jiný respondent popsal, že si občas Netflix pouštěl i přímo při práci z domova, což se později neukázalo jako efektivní kombinace. O víkendech zase místo toho, aby lidé trávili čas na různých společenských událostech ať už jde o kulturní vyžití či jen posezení s kamarády, byli nuceni zůstat převážně doma. Často si tedy tento čas vyplnili právě sledováním Netflixu. Jeden z respondentů popsal, že dokonce s kamarády zorganizovali společné sledování Netflixu na dálku. Přes službu třetí strany si společně pustili film či seriál a každý ze svého domova se na něj společně s ostatními díval. Vynahrazovali si tak běžné společenské vyžití a kontakt s okolím, kterého bylo v této době málo.

6.2. Shrnutí výsledků výzkumu

Téměř všichni respondenti před používáním Netflixu získávali přístup k filmům a seriálům především nelegálním způsobem. Stahovali videa z českých či zahraničních pirátských stránek nebo sledovali obsah online na nelegálních platformách. Někteří respondenti zmínili, že jim používání Netflixu přináší dobrý pocit z toho, že si za daný obsah zaplatili, a určitým způsobem tak i tvůrce obsahu podpořili. Částka za měsíční předplatné jim dokonce přijde nízká a respondenti by byli ochotni zaplatit minimálně dvakrát větší částku, než aktuálně platí. Samotná společnost Netflix se v posledních letech zaměřila na nelegální poskytovatele video obsahu a učinila právní kroky k jejich eliminaci. Je tedy možné, že vzrůstající trend VOD streamovacích služeb může zapříčinit pokles zájmu o platformy nabízející nelegální video obsah ke stažení či shlédnutí. Oproti nelegálním poskytovatelům služba Netflixu pro respondenty představuje řadu výhod, mezi které se řadí především: ušetřený čas za stahování obsahů či sledování reklam; doporučovací systém, který jim usnadňuje výběr; tituly z originální produkce Netflixu a další.

Zajímavý je posun ve vnímání autorských děl a autorských práv video obsahu českými uživateli. Jeden respondent dokonce zmínil, že když se chtěl podívat na český dokument, který nebyl dostupný na Netflixu, rozhodl se ho stáhnout z české platformy za jednorázový poplatek. Okomentoval to, že by ho něco takového před používáním Netflixu nenapadlo a že dříve by si seriál stáhnul z pirátské stránky. Je tedy možné, že se určitým způsobem mění vnímání autorských děl ze strany českých uživatelů a lidé si více uvědomují, že je patřičné za video obsahy zaplatit a podpořit tím samotné tvůrce. Je tomu tak ovšem zřejmě jen do jisté míry. Jiní respondenti uvedli, že pokud nějaký obsah není na Netflixu dostupný, tak si daný titul stáhnou opět na nelegální platformě.

Napříč celým výzkumem byly často zmiňovaným tématem pořady z produkce Netflixu. Právě seriály z řady Netflix Series byly pro některé z respondentů podnětem pro založení účtu (např. seriály *Zaklínač – The Witcher* nebo *Stranger Things*). Tituly z vlastní produkce představují pro Netflix jednu z hlavních konkurenčních výhod. Přidaná hodnota originální tvorby je také v tématech, kterými se autoři těchto titulů zabývají. Otevírají tabuizovaná témata, dávají ve svých snímcích prostor minoritám či lidem s různými tělesnými či duševními poruchami. Například seriál *Sexuální výchova (Sex Education)*, ve kterém se otevírají témata spojená s gender a LGBTQ tematikou, viděli téměř všichni respondenti. Produkce Netflixu se zaměřuje také na dokumentární tvorbu, skrz kterou

upozorňuje na nelegální činnosti odehrávající se ve společnosti (např. zneužívání nezletilých, výroba a distribuce návykových látek), představuje příběhy slavných lidí z řad sportovců, herců a zpěváků dalších a v neposlední řadě se zaměřuje také na edukativní tvorbu a témata spojená se životním prostředím.

Ochrana životního prostředí je pro společnost také důležité téma, tvoří část jejich obchodní strategie a odráží se jak ve fungování samotné společnosti (Stewart, 2021), tak v zaměření jejich tvorby. Právě dokument *David Attenborough: Život na naší planetě (A Life on Our Planet)* mapující historii vývoje života na Zemi, upozorňující na nutné změny v přístupu k přírodě byl mezi respondenty nejčastěji zmiňovaným dokumentem, který na Netflixu shlédli. Někteří respondenti dokonce zmínili, že se na dokumenty začali dívat až na Netflixu. Dříve by je buď nenapadlo takový obsah vyhledávat, nebo by nevěděli, podle čeho si konkrétní dokument vybrat. V tomto případě proto oceňují doporučovací systém Netflixu, který jim na domovské stránce zobrazuje nejen dokumentární, filmy a seriály, které by je mohly svým obsahem zaujmout.

Doporučovací systém platformy je nastavený na základě nejrůznějších typů algoritmů a společnost Netflix do jeho tvorby investovala mnoho úsilí a financí. Představuje to další aspekt, který respondenti na této službě oceňují. Nejenže se skrz doporučené tituly na domovské stránce dostali k obsahům, které by zřejmě sami nevyhledali, zároveň jim i šetří čas. Vzhledem k tomu, že platforma v současné době nabízí přes 5000 titulů, mohlo by být pro uživatele těžké se v katalogu zorientovat a vybrat titul, který ho bude bavit. Netflix tuto práci uživateli usnadní a z celého katalogu mu na domovské stránce zobrazí několik desítek titulů, které by se mu mohly líbit. Ať už na základě dříve shlédnutých titulů, na základě trendů v celé zemi nebo dalších kritérií, kterými se algoritmy řídí. Jedna z respondentek algoritmus ocenila také z toho důvodu, že jí v podstatě pomáhá rozhodnout za ní, na co se bude dívat a nerozhodnému člověku tak může výběr velmi usnadnit. Podle studie zveřejněné společností Netflix je 80 % titulů uživateli vybráno právě ze seznamů doporučených daným systémem. (Gomez-Uribe a Hunt, 2016: 5) Podobná situace je reflektována také mezi respondenty. Pokud na platformu nejdou za konkrétním obsahem, na který dostanou doporučení od kamarádů, na sociálních sítích nebo na platformě třetí strany, obsah vybírají převážně na domovské stránce a jen výjimečně listují katalogem Netflixu. Sami však neví, jak přesně algoritmy fungují. Mají spíše obecné povědomí o tom, že algoritmy nějakým způsobem vybírají obsah na základě unikátních dat o daném uživateli. Rozumí tomu tak, že jim systém doporučuje tituly podle toho, na co se dívali

v minulosti a na co se dívají ostatní uživatelé. Zjednodušeně je to pravda, vstupuje do toho však více faktorů než pouze data o shlédnutých titulech.

Ve výzkumu došlo ke zjištění paradoxu, kdy uživatelé zmiňovali, že výhodou Netflixu je pro ně úspora času, zatímco zároveň jako nevýhodu této služby uváděli, že jim hodně času ubírá. Přestože mají po většinu času podle svého názoru kontrolu nad tím, jakou dobu u Netflixu tráví, občas tuto kontrolu ztratí a tráví u obrazovky déle, než chtěli a původně plánovali. Taková situace nastává např. v případě, že objeví nový seriál nebo vyjde nová série pořadu, který dříve sledovali. Vzhledem k tomu, že Netflix zveřejňuje všechny díly série najednou, mají uživatelé tendenci nové díly shlédnout co nejdříve. Tento způsob sledování seriálů se označuje jako tzv. binge-watching. Odborná literatura se neshodla na přesné definici tohoto termínu, ale některé studie za binge-watching považují situaci, kdy se uživatel podívá na více než jeden díl seriálu během jednoho sezení. Samotný Netflix s tímto pojmem operuje a na své platformě má nabídku obsahů, které doporučuje shlédnout formou binge-watchingu. Diváky k tomuto chování pobízí i nastavením platformy. V základním nastavení účtu má každý uživatel nastavené automatické přehrávání dílů a divák tak může být zcela pasivní a nepřetržitě se dívat na jeden díl za druhým. Právě fakt, že se od diváka očekává minimální iniciativa ve výběru titulů a při sledování, je jedním z benefitů, který respondenti popisovali.

Uživatel by měl Netflix využívat vědomě a přistupovat k této platformě stejně obezřetně, jako se doporučuje např. u sociálních sítích. Stejně tak jako Facebook nebo Instagram, i Netflix využívá praktiky, jak uživatele na dané stránce udržet co nejdéle. Teoreticky tak může být tato služba velmi prospěšná a může opravdu představovat úsporu času. Je tomu tak však pouze v případě, že se uživatel nenechá ovlivnit nastavením a fungováním platformy, která se snaží udržet pozornost diváka v co nejdelším časovém úseku.

Jak již bylo zmíněno, společnost Netflix představila novou formu vydávání seriálů. Dříve bylo běžné, že vycházela jedna nová epizoda seriálu za týden. Netflix však začal zveřejňovat všechny díly celé série najednou. Právě i tímto způsobem podporuje uživatele v binge-watchingu. Jeden z respondentů popsal, že má pocit, že má sledování Netflixu pod kontrolou, že se před spaním podívá na jeden až dva díly a další si pustí až druhý den. Popisoval to, jako by bylo úplně běžné podívat se na dva díly za sebou. Před Netflixem to však úplně běžné nebylo, a především u nových seriálů to ani nebylo možné, protože vyšel vždy jen jeden nový díl.

Netflix se v rámci své vlastní produkce zaměřuje na formáty seriálů i filmů. Ve vybraném vzorku respondentů si větší oblibu získaly seriálové formáty. Někteří z respondentů se na tento formát začali dívat až na Netflixu. Seriálová tvorba autorům umožňuje komunikovat složité zápletky, děj více rozvinout, a poskytuje také větší prostor pro vývoj charakteru jednotlivých postav. Dříve byly seriály režírovány především pro vysílání v kabelové či satelitní televizi a byla tomu přizpůsobena i forma daného obsahu. V průběhu děje byly např. vloženy tzv. cliff-hangers (zvrát v ději, napínavý moment), po nichž následovala reklama a po reklamě občas byla i krátká rekapitulace. Na Netflixu však reklamy nejsou, a proto není potřeba takové momenty do obsahu vkládat. Dříve jednotlivé epizody začínaly krátkou rekapitulací předchozího děje, což na Netflixu není pravidlem. Vzhledem k tomu, že Netflix podporuje sledování seriálů formou binge-watchingu, opakování děje ani není potřeba, protože se často divák dívá v kuse na více dílů najednou. Netflix tak určitým způsobem změnil formu seriálových pořadů a do značného míry také ovlivnil způsob, jakým diváci seriály konzumují.

Běžný čas pro sledování Netflixu všichni respondenti popsali shodně. Většinou se dívají večer, když mají splněné všechny ostatní povinnosti. Představuje to pro ně jistou formu odpočinku a odměnu po celém dni. Často je to až spánek, co uživatele od obrazovky oddělí a proč z platformy odchází. Všichni respondenti se také shodli na tom, že když si Netflix pustí, věnují mu plnou pozornost. Jen výjimečně si obsah na Netflixu pustí jako kulisu a v tom případě volí nějaký seriál, který už dobře znají (např. *Jak jsem poznal vaši matku*, *Přátelé*). V případě, že si chtějí pustit něco jen jako kulisu, tak volí spíše hudbu, popř. některý z programů v televizi, protože to neupoutává tolik pozornosti, jako Netflix. Ne všichni respondenti však televizi mají. V televizi se dívají především na zprávy a sportovní přenosy, a to buď na kabelové/satelitní televizi či přes online přenos. Z výzkumu tak vyplývá a někteří respondenti to sami potvrdili, že Netflix je pro ně aktuálně primární platformou pro sledování video obsahu. Na jinou platformu zavítají především v případě, že se chtějí podívat na lokální obsah zabývající se aktuálním děním v České republice (např. televizní noviny a další pořady věnující se politice apod.), či na lokální reality show (např. *Výměna manželek*, *Svatba na první pohled*).

Respondenti na službě Netflix vidí především benefity. Kritika byla zaměřena převážně na obsah, a to z více úhlů pohledu. Jako nevýhodu této platformy respondenti vidí v tom, že obsah titulů je omezený a v případě, že se chtějí podívat na konkrétní titul, ne vždy ho v katalogu najdou. Někteří respondenti si stěžovali na to, že určité tituly jsou dostupné

pouze v konkrétních zemích. Během jejich pobytu v zahraničí se začali dívat na nějaký seriál a když se vrátili zpět do České republiky, nebyl již na Netflixu dostupný. Důvodem je to, že společnost má zaplacenou licenci na konkrétní pořady pouze na určitá území a na omezenou dobu. Uživatelé dříve tuto restrikcí obcházeli např. používáním VPN. Na Netflix se však snesla kritika od jejich dodavatelů a konkurentů, na základě které se společnost zavázala k tzv. geoblockingu, tedy znemožnění přístupu na platformu Netflix přes VPN a podobné technologie. (Lobato, 2019: 29-31) V souvislosti s tím společnost uvedla, že jejich cílem je dosáhnout globálních licenčních podmínek s jejich dodavateli, aby svůj obsah mohli nabídnout komukoliv na světě. Vzhledem ke konkurenčnímu prostředí je však aktuálně nepravděpodobné, že taková situace v blízké době nastane.

Překvapivým zjištěním výzkumu byly podmínky sdílení účtu Netflixu. Neslučují se totiž zcela s tím, jak jej využívají respondenti. Podle podmínek používání Netflixu lze přihlašovací údaje sdílet pouze v rámci jedné domácnosti. Bez ohledu na to, jaký druh předplatného si uživatel zvolil. Rozdíly mezi jednotlivými druhy jsou pouze v počtu obrazovek, na kterých lze obsah sledovat zároveň, počtu zařízení, na které lze obsah stahovat, a liší se také kvalita přenosu. Pouze jeden z respondentů však splňuje tyto podmínky. Ostatní sdílí účet s kamarády žijícími nejen v jiných domácnostech, ale v jednom případě také v jiné zemi. Někteří respondenti si účet založili právě na základě nabídky účtu od někoho z blízkých známých. Tímto způsobem ve výsledku všichni platí méně peněz, než kdyby si založili účet zvlášť a zároveň mají obsah ve vyšší kvalitě. V případě nejvyššího účtu Premium, s možností přehrávání obsahu na čtyřech obrazovkách zároveň a s kvalitou přenosu Ultra HD, mohou účet sdílet čtyři lidé, aniž by se vzájemně jakkoli omezovali. V tom případě každý platí 80 Kč. Společnost Netflix o těchto praktikách ví a situaci sleduje. Od roku 2021 Netflix začal v některých případech podezření z porušování této podmínky zobrazovat uživatelům varovnou hlášku a vyžadoval po nich kód, který byl zaslán na telefonní číslo majitele účtu. Není však zatím jasné, zda opravdu dojde k plošnému zpřísnění opatření a jakým způsobem by k tomu mohlo dojít.

Poslední část výzkumu byla zaměřena na používání Netflixu v době pandemie covid-19. To mělo vliv na fungování společnosti, každého člověka tato situace ovlivnila jiným způsobem. Všichni respondenti však shodně popsali, že se během tohoto období na Netflix dívali více. Bylo to především ze začátku, když byla pro všechny tato situace nová, lidé byli nuceni zůstat doma a neměli čím celé dny vyplnit. Dva respondenti popsali, že se

během povinné karantény se od rána do večera jen dívali na seriály na Netflixu. Na začátku pandemie byly správci VOD platforem dokonce vyzváni k tomu, aby snížili kvalitu svého přenosu a uvolnili tak kapacitu internetu, která byla přeplněna. Větší zájem o VOD služby v době pandemie zaznamenala i samotná společnost Netflix, během roku 2020 Netflixu přibylo rekordních 37 milionů uživatelů.

Závěr

Cílem diplomové práce bylo představení vzrůstajícího trendu sledování video on demand platformem a přiblížení historie a současného stavu těchto služeb. Podrobněji byla popsána streamovací platforma Netflix a teoretické koncepty spojené se streamovacími platformami a sledováním video obsahů obecně. Řadí se sem například koncept affordance, participativní kultura, algoritmická kultura, pojem binge-watching a další. Významná část byla věnována českému prostředí a trendům sledování VOD platformem v České republice. Dále byla popsána lokalizace uživatelského prostředí a video obsahy pro české uživatele. Tímto došlo k naplnění cílů teoretické části práce.

Výzkumná část práce si kladla za cíl popsat fungování a využívání služby Netflix v České republice se zaměřením na studenty ve věku 20-27 let. Za tímto účelem bylo provedeno kvalitativní šetření a byly zrealizovány polostrukturované rozhovory s deseti respondenty zastupujícími vymezenou skupinu uživatelů. Na základě analýzy těchto rozhovorů došlo k zodpovězení výzkumných otázek zaměřených na využívání platformy českými uživateli a jejich návyky konzumace video obsahů. Shrnutí výsledků výzkumů je zpracováno v rámci samostatné kapitoly této práce. Výzkumná část nejenže poskytla odpovědi na výzkumné otázky, ale poskytla také další témata, vhodná pro další zkoumání.

Výsledky výzkumu poukazují na způsoby, kterými Netflix ovlivnil formáty pořadů a jejich distribuci a jak k nabídce této služby přistupují respondenti z výzkumného vzorku. Poukázal na benefity i nedostatky této platformy z pohledu českých uživatelů, ať už z hlediska nabídky obsahu, tak i uživatelské přívětivosti platformy. V neposlední řadě byly také popsány návyky uživatelů při sledování Netflixu a jak se tyto návyky změnil v době pandemie covid-19, během které čas strávený u obrazovek celosvětově vzrostl.

S ohledem na zvolenou metodu výzkumu není možné výsledky aplikovat na širší populaci, přesto mohou sloužit jako východisko pro další výzkumy v této oblasti. Tento výzkum může být podkladem pro kvantitativní šetření stejné oblasti. Zároveň lze stejný výzkum aplikovat na jinou věkovou skupinu a zjistit, jaké rozdíly v užívání platformy se objevují mezi generacemi a mezi lidmi, kteří vyhledávají obsahy pouze v českém jazyce. Výzkum též otevírá téma nelegálního stahování video obsahů. Bylo by vhodné více prozkoumat, jak funguje teorie a praxe udělování postihů za tuto činnost v České republice v porovnání se zahraničím. Jedná se o obsáhlé téma, které by mohlo být zpracováno v rámci samostatné práce.

Summary

The aim of the diploma thesis was to present the growing trend of video on demand platforms and to approach the history and current state of these services. The Netflix streaming platform and the theoretical concepts associated with streaming platforms and watching video content in general have been described in more detail. These may include the concept of affordance, participatory culture, algorithmic culture, the concept of binge-watching and more. A significant part was devoted to the Czech environment and trends in monitoring VOD platforms in the Czech Republic, as well as a description of the localized user environment and video content for Czech users. This fulfilled the goals of the theoretical part of the work.

The research part of the work aimed to describe the functioning and the use of the Netflix service in the Czech Republic with a focus on students aged 20-27. For this purpose, a qualitative survey was conducted and semi-structured interviews were made with ten respondents representing a defined group of users. Based on the analysis of these interviews, the research questions which focused on the use of the platform by Czech users and their habits of consuming video content were answered. The summary of research results is available in a separate chapter of this work. The research part not only provided answers to research questions, but also presented other topics, that would be worth more exploration.

The research results point to the ways in which Netflix influenced program formats and their distribution, and how respondents from the research sample approach the offer of this service. The results pointed out the benefits and shortcomings of this platform from the point of view of Czech users, both in terms of the content offer and the user experience of the platform. Last but not least were described the habits of users watching Netflix and how their habits changed during the covid-19 pandemic.

Given the chosen method of research, it is not possible to apply the results to a wider population, but they can serve as a starting point for further research in this area. This research can be the basis for a quantitative investigation of the same area. At the same time, the research could be applied on a different age group and could explore what differences occur in the use of the platform between generations and also between people who search for content only in the Czech language. Furthermore, the research opens up a question of illegal downloading of video content. It is suggested to investigate in more detail what is the theory and practice of imposing sanctions for this illegal activity in the

Czech Republic in comparison with foreign countries. This is a complex topic that could be developed in a separate thesis.

Použitá literatura

AARON SMOLICK, 10:43:46 UTC. The impact of binge viewing. In: [online]. Data & Analytics. B.m. [vid. 2021-03-28]. Dostupné z: <https://www.slideshare.net/asmolick/annalect-primary-research-the-impact-of-binge-viewing-final-7-102014>.

ALTER, Adam L., 2017. *Irresistible: the rise of addictive technology and the business of keeping us hooked*. New York: Penguin Press. ISBN 978-1-59420-664-1.

ARCHER, John, 2020. Netflix To Reduce Picture Quality During Coronavirus Pandemic. *Forbes* [online] [vid. 2021-04-11]. Dostupné z: <https://www.forbes.com/sites/johnarcher/2020/03/19/netflix-to-reduce-picture-quality-during-coronavirus-pandemic/>.

BARKER, Cory a Myc WIATROWSKI, ed., 2017. *The age of Netflix: critical essays on streaming media, digital delivery and instant access*. Jefferson, North Carolina: McFarland & Company, Inc., Publishers. ISBN 978-1-4766-3023-6.

BBC, 2021. Byron Bay: Calls for Netflix boycott over reality show plans. *BBC News* [online]. [vid. 2021-04-24]. Dostupné z: <https://www.bbc.com/news/world-australia-56796681>.

BEATMAN, Andy, 2018. Everything you need to know about Prime Video. *Amazon.com* [online] [vid. 2020-12-30]. Dostupné z: <https://www.amazon.com/primeinsider/video/prime-video-qa.html>.

BRETON, Thierry, 2020. Thierry Breton na Twitteru. *Twitter* [online] [vid. 2021-04-11]. Dostupné z: <https://twitter.com/ThierryBreton/status/1240353171748331523>.

BUCHER, Taina a Anne HELMOND, 2018. The Affordances of Social Media Platforms. In: Jean BURGESS, Alice MARWICK a Thomas POELL *The SAGE Handbook of Social Media* [online]. 1 Oliver's Yard, 55 City Road London EC1Y 1SP: SAGE Publications Ltd, s. 233–253 [vid. 2020-11-22]. ISBN 978-1-4129-6229-2. Dostupné z: doi:10.4135/9781473984066.n14.

BURLAMAQUI, Leonardo a Andy DONG, 2015. The Use and Misuse of the Concept of Affordance. In: John S. GERO a Sean HANNA, ed. *Design Computing and Cognition '14* [online]. Cham: Springer International Publishing, s. 295–311 [vid. 2020-11-22]. ISBN 978-3-319-14955-4. Dostupné z: doi:10.1007/978-3-319-14956-1_17.

CASTRO, Deborah, Jacob M RIGBY, Diogo CABRAL a Valentina NISI, 2019. The binge-watcher's journey: Investigating motivations, contexts, and affective states surrounding Netflix viewing. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* [online]. 135485651989085. ISSN 1354-8565, 1748-7382. Dostupné z: doi:10.1177/1354856519890856.

COHEN, Jonathan a Gabriel WEIMANN, 2008. Who's Afraid of Reality Shows?: Exploring the Effects of Perceived Influence of Reality Shows and the Concern Over Their Social Effects on Willingness to Censor. *Communication Research* [online]. **35**(3), 382–397. ISSN 0093-6502, 1552-3810. Dostupné z: doi:10.1177/0093650208315964.

COOK, Sam, 2020. 50+ Netflix Statistics, Facts and Figures 2020. *Comparitech* [online]. [vid. 2020-12-30]. Dostupné z: <https://www.comparitech.com/fr/blog/vpn-privacy/netflix-statistics-facts-figures/>.

DEVICES NETFLIX, 2021. *Netflix Supported Devices | Watch Netflix on your phone, TV or favorite device* [online] [vid. 2021-04-12]. Dostupné z: <https://devices.netflix.com/en/>.

DISMAN, Miroslav, Olga ŠMÍDOVÁ a Jiří ORT, 2011. *Jak se vyrábí sociologická znalost* [online] [vid. 2021-03-20]. ISBN 978-80-246-2619-2. Dostupné z: <http://site.ebrary.com/id/10887146>.

FILM INDEPENDENT, 2020. Film Independent and Netflix Give Five Black Filmmakers Grants to Create Short Films for Debut on Netflix Film Club. *Film Independent* [online]. [vid. 2021-04-10]. Dostupné z: <https://www.film-independent.org/press-releases/film-independent-and-netflix-give-five-black-filmmakers-grants-to-create-short-films-for-debut-on-netflix-film-club/>.

FILMTORO, 2021. Hledám film nebo seriál | FILMTORO. *Filmtoro - filmy online, s titulky či českým dabingem a v HD kvalitě* [online] [vid. 2021-04-09]. Dostupné z: <https://filmtoro.cz/hledam-film>.

GIBBONS, Layne, 2019. Peak Twitter: Netflix US's 10 Most Hilarious Tweets (& Best Replies). *TheRichest* [online] [vid. 2021-04-05]. Dostupné z: <https://www.therichest.com/pop-culture/peak-twitter-netflix-us-most-hilarious-tweets-replies/>.

GOMEZ-URIBE, Carlos A. a Neil HUNT, 2016. The Netflix Recommender System: Algorithms, Business Value, and Innovation. *ACM Transactions on Management Information Systems* [online]. **6**(4), 1–19. ISSN 2158-656X, 2158-6578. Dostupné z: doi:10.1145/2843948.

GRIFFIN, Andrew, 2015. *Netflix buttons to be added to TV remotes | The Independent | The Independent* [online] [vid. 2021-04-12]. Dostupné z: <https://www.independent.co.uk/life-style/gadgets-and-tech/news/netflix-buttons-be-added-tv-remotes-10150833.html>.

HALFORD, Dean, Steph DAVIDSON a Crayton HARRISON, 2020. Choose the Perfect Streaming TV Bundle. *Bloomberg.com* [online]. [vid. 2021-01-03]. Dostupné z: <https://www.bloomberg.com/graphics/tv-streaming-deals-best-bundle-options/>.

HALLINAN, Blake a Ted STRIPHAS, 2016. Recommended for you: The Netflix Prize and the production of algorithmic culture. *New Media & Society* [online]. **18**(1), 117–137. ISSN 1461-4448, 1461-7315. Dostupné z: doi:10.1177/1461444814538646.

HBO, 2020. *HBO GO. Vyzkoušejte zdarma. Filmy a seriály online.* [online] [vid. 2020-12-30]. Dostupné z: <http://hbogo.cz/>.

HERN, Alex, 2017. Netflix's biggest competitor? Sleep. *the Guardian* [online] [vid. 2021-04-04]. Dostupné z: <http://www.theguardian.com/technology/2017/apr/18/netflix-competitor-sleep-uber-facebook>.

HILDERBRAND, Lucas, 2010. The Art of Distribution: Video on Demand. *Film Quarterly* [online]. **64**(2), 24–28. ISSN 0015-1386, 1533-8630. Dostupné z: doi:10.1525/FQ.2010.64.2.24.

HOLZMAN, Ondřej, 2018. Netflix vydal svůj první interaktivní film Black Mirror, v němž divák rozhoduje o tom, co se bude dít. *CzechCrunch* [online] [vid. 2021-04-04]. Dostupné z: <https://www.czechcrunch.cz/2018/12/netflix-vydal-svuj-prvni-interaktivni-film-black-mirror-v-nemz-divak-rozhoduje-o-tom-co-se-bude-dit/>.

HULU, 2020a. Hulu, Disney+, ESPN+ bundle | Hulu.com. *Hulu* [online] [vid. 2021-01-03]. Dostupné z: <https://www.hulu.com/hulu-disney-espn-bundle-offer>.

HULU, 2020b. Stream TV and Movies Live and Online. *Hulu* [online] [vid. 2020-12-30]. Dostupné z: <https://www.hulu.com>.

CHANDRASHEKAR, Ashok, Fernando AMAT, Justin BASILICO a Tony JEBARA, 2017. Artwork Personalization at Netflix. *Medium* [online] [vid. 2021-04-25]. Dostupné z: <https://netflixtechblog.com/artwork-personalization-c589f074ad76>.

CHLEBEK, Tomáš, 2019. Nejen Netflixem je člověk živ. České streamovací služby nabízí mainstream i evropské artové filmy. *CzechCrunch* [online] [vid. 2020-12-28]. Dostupné z: <https://www.czechcrunch.cz/2019/11/nejen-netflixem-je-clovek-ziv-ceske-streamovaci-sluzby-nabizi-mainstream-i-evropske-artove-filmy/>.

JENKINS, Henry, 2009. *Confronting the challenges of participatory culture: media education for the 21st century.* Cambridge, MA: The MIT Press. The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation Reports on Digital Media and Learning. ISBN 978-0-262-51362-3.

JENNER, Mareike, 2018. *Netflix and the re-invention of television.* New York, NY: Springer Berlin Heidelberg. ISBN 978-3-319-94315-2.

LANDIS-HANLEY, Justine, 2021. Byron Bay residents call on Netflix to scrap Byron Baes TV series. *the Guardian* [online] [vid. 2021-04-24]. Dostupné z: <http://www.theguardian.com/culture/2021/apr/20/byron-bay-residents-call-on-netflix-to-scrap-byron-baes-tv-series>.

LOBATO, Ramon, 2019. *Netflix nations: the geography of digital distribution*. New York: New York University Press. Critical cultural communication. ISBN 978-1-4798-4151-6.

MAIDENBERG, Joe Flint and Micah, 2021. Netflix Tops 200 Million Subscribers for the First Time. *Wall Street Journal* [online]. [vid. 2021-04-11]. ISSN 0099-9660. Dostupné z: <https://www.wsj.com/articles/netflix-tops-200-million-subscribers-for-the-first-time-11611090902>.

MCDONALD, Kevin a Daniel SMITH-ROWSEY, ed., 2018. *The Netflix effect: technology and entertainment in the 21st century*. Paperback edition first published. New York London Oxford New Delhi Sydney: Bloomsbury Academic. ISBN 978-1-5013-0943-4.

MEDIA GURU, 2019. Průzkum: Na čele VOD v Česku Stream, Netflix má téměř milion měsíčně. *MediaGuru.cz* [online] [vid. 2020-12-28]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2019/02/pruzkum-na-cele-vod-v-cesku-stream-netflix-ma-temer-milion-mesicne/>.

NETFLIX, 2020. Where is Netflix available? *Help Center* [online] [vid. 2020-12-30]. Dostupné z: <https://help.netflix.com/en/node/14164>.

NETFLIX HELP CENTER, 2021. *Netflix Help Center* [online] [vid. 2021-04-12]. Dostupné z: <https://help.netflix.com/en/>.

NETFLIX SERIES - EXPLAINED, 2020. *Netflix* [online] [vid. 2021-04-11]. Dostupné z: <https://www.netflix.com/search?q=coronavirus&jbv=81273378>.

NETFLIX SERIES - PANDEMIC, 2020. *Netflix* [online] [vid. 2021-04-11]. Dostupné z: <https://www.netflix.com/search?q=coronavirus&jbv=81026143>.

NETFLIX SPECIAL, 2020. *Netflix* [online] [vid. 2021-04-11]. Dostupné z: <https://www.netflix.com/search?q=coronavirus&jbv=81332175>.

NETFLIX YOUTUBE, 2020. *Educational Documentaries | Netflix - YouTube* [online] [vid. 2021-04-11]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLvahqwMqN4M0GRkZY8WkLZMb6Z-W7qbLA>.

NETFLIX YOUTUBE, 2021. *WeAreNetflix Podcast: Increasing Representation in Production Through ION* [online]. 2021. NETFLIX YOUTUBE.

PALLOTTA, Frank, 2020. Here's how many people watched „Tiger King" on Netflix. *CNN* [online] [vid. 2021-04-25]. Dostupné z: <https://www.cnn.com/2020/04/08/media/netflix-tiger-king-ratings/index.html>.

PAPACHARISSI, Zizi a Andrew L. MENDELSON, 2007. An Exploratory Study of Reality Appeal: Uses and Gratifications of Reality TV Shows. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* [online]. **51**(2), 355–370. ISSN 0883-8151, 1550-6878. Dostupné z: [doi:10.1080/08838150701307152](https://doi.org/10.1080/08838150701307152)

PILIPETS, Elena, 2019. From Netflix Streaming to Netflix and Chill: The (Dis)Connected Body of Serial Binge-Viewer. *Social Media + Society* [online]. **5**(4), 2056305119883426. ISSN 2056-3051. Dostupné z: doi:10.1177/2056305119883426.

PITTMAN, Matthew a Kim SHEEHAN, 2015. Sprinting a media marathon: Uses and gratifications of binge-watching television through Netflix. *First Monday* [online]. [vid. 2021-04-02]. ISSN 1396-0466. Dostupné z: doi:10.5210/fm.v20i10.6138.

RUBENKING, Bridget, Cheryl Campanella BRACKEN, Jennifer SANDOVAL a Alex RISTER, 2018. Defining new viewing behaviours: What makes and motivates TV binge-watching? *International Journal of Digital Television* [online]. **9**(1), 69–85. ISSN 2040-4182. Dostupné z: doi:10.1386/jdtv.9.1.69_1.

SAKURAI, Taiki, 2021. About Netflix - Teaming With WIT Studio to Support the Craftsmanship of Anime. *About Netflix* [online] [vid. 2021-04-10]. Dostupné z: <https://about.netflix.com/>, <https://about.netflix.com/en/news/teaming-with-wit-studio-to-support-the-craftsmanship-of-anime>.

SMITH, Dr Stacy L, Dr Katherine PIEPER, Marc CHOUEITI, Kevin YAO, Ariana CASE, Karla HERNANDEZ a Zoe MOORE, 2021. Inclusion in Netflix Original U.S. Scripted Series & Films. 37.

STEWART, Emma, 2021. About Netflix - Net Zero + Nature: Our Commitment to the Environment. *About Netflix* [online] [vid. 2021-04-11]. Dostupné z: <https://about.netflix.com/>, <https://about.netflix.com/en/news/net-zero-nature-our-climate-commitment>.

STOLL, Julia, 2021. Number of Netflix paid subscribers worldwide from 1st quarter 2013 to 1st quarter 2021. *Statista* [online] [vid. 2021-04-24]. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/250934/quarterly-number-of-netflix-streaming-subscribers-worldwide/>.

STRAUSS, Anselm L a Juliet CORBIN, 1999. *Základy kvalitativního výzkumu: postupy a techniky metody zakotvené teorie*. Brno; Boskovice: Sdružení Podané ruce ; Albert. ISBN 978-80-85834-60-4.

SUNG, Yoon Hi, Eun Yeon KANG a Wei-Na LEE, 2018. Why Do We Indulge? Exploring Motivations for Binge Watching. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* [online]. **62**(3), 408–426. ISSN 0883-8151, 1550-6878. Dostupné z: doi:10.1080/08838151.2018.1451851.

TELEVISION ACADEMY, 2019. Outstanding Made For Television Movie Nominees / Winners 2019. *Television Academy* [online] [vid. 2021-04-04]. Dostupné z: <https://www.emmys.com/awards/nominees-winners/2019/outstanding-made-for-television-movie>.

TELEVIZE SEZNAM, 2020. Stream. *TelevizeSeznam.cz* [online] [vid. 2020-12-28]. Dostupné z: <https://www.televizeznam.cz/sluzba/stream>.

VÁCLAVÍK, Lukáš, 2021. Netflix začal varovat uživatele sdílející jeden účet ve více domácnostech. *AVmania.zive.cz* [online] [vid. 2021-04-12]. Dostupné z: <https://avmania.zive.cz/netflix-zacal-varovat-uzivatele-sdilejici-jeden-ucet-ve-vice-domacnostech>.

VOIGT, Kai-Ingo, Oana BULIGA a Kathrin MICHL, 2017. Entertainment on Demand: The Case of Netflix. In: Kai-Ingo VOIGT, Oana BULIGA a Kathrin MICHL *Business Model Pioneers* [online]. Cham: Springer International Publishing, Management for Professionals, s. 127–141 [vid. 2021-04-08]. ISBN 978-3-319-38844-1. Dostupné z: [doi:10.1007/978-3-319-38845-8_11](https://doi.org/10.1007/978-3-319-38845-8_11).

VYSKOČIL, Tomáš, 2021. Vývoj počtu filmů a seriálů na českém Netflixu | FILMTORO. *Filmtoro - filmy online, s titulky či českým dabingem a v HD kvalitě* [online] [vid. 2021-04-08]. Dostupné z: <https://filmtoro.cz/blog/vyvoj-poctu-filmu-a-serialu-na-ceskem-netflixu>.

WATSON, Amy, 2020. Netflix: number of subscribers worldwide 2020. *Statista* [online] [vid. 2020-12-30]. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/250934/quarterly-number-of-netflix-streaming-subscribers-worldwide/>.

YAROW, Jay, 2011. Netflix Partnering With Major TV Makers To Add A Netflix Button To TV Remotes. *Business Insider* [online] [vid. 2021-04-12]. Dostupné z: <https://www.businessinsider.com/netflix-button-tv-remotes-2011-1>

Teze Diplomové práce

Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce	
TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:	
Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta: <i>Rajnohová Dominika</i>	Razítko podatelny:
Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta: <i>2018</i>	
E-mail diplomantky/diplomanta: <i>domca.rajnohova@gmail.com</i>	
Studijní obor/forma studia: <i>Mediální studia/prezenční forma</i>	
Předpokládaný název práce v češtině: <i>Strategie platformy Netflix a návyky konzumace obsahu uživatelů v České republice</i>	
Předpokládaný název práce v angličtině: <i>Strategy of the Netflix platform and habits of content consumption of users in the Czech Republic</i>	
Předpokládaný termín dokončení (semestr, akademický rok – vzor: ZS 2012/2013) (diplomovou práci je možné odevzdat <u>nejdříve</u> po dvou semestrech od schválení tezí) <i>LS 2020/2021</i>	
Charakteristika tématu a jeho dosavadní zpracování (max. 1800 znaků): Práce se bude věnovat tématu video on demand platform se zaměřením na jednu z hlavních celosvětově známých platform, kterou je Netflix. V práci bude popsána historie vzniku této služby a budou zde také popsány základní principy a teorie, na základě kterých Netflix a jiné VOD platformy fungují. Vzhledem k tomu, že služba Netflix, původně dostupná pouze v USA, je nyní přístupná skoro všem zemím ve světě, představuje tak jakousi „globální online televizi“. Více než polovina předplatitelů této služby nyní pochází z jiné země, než je USA a to se projevilo i v nabízeném obsahu. Netflix postupně začal do své nabídky zařazovat filmy z různých zemí. V posledním roce se nabídka rozrostla i o desítky filmů z české produkce. Nabídkou českých filmů a hlavně také možností zvolení českého dabingu filmů zahraničních tak Netflix otevírá možnosti většímu počtu českých uživatelů, u kterých už tak v posledních letech získával na popularitě. Téma Netflixu a konzumace obsahu této platformy je stále poměrně nové a není velmi prozkoumané. V České republice se tomuto tématu odborné články příliš nevěnují. V minulosti byla na podobné téma napsaná diplomová práce, která však prováděla kvantitativní výzkum. Vzhledem k tomu, že téma není příliš prozkoumané, rozhodla jsem se zvolit metodu kvalitativní a prozkoumat tak téma více do hloubky.	
Předpokládaný cíl práce, případně formulace problému, výzkumné otázky nebo hypotézy (max. 1800 znaků): Cílem práce je popsat vývoj a současný způsob fungování služby Netflix. Práce bude zaměřena na personifikovanou nabídku obsahu, popíše, jak Netflix využívá algoritmickou a participativní kulturu a jak se podílí na jejím vývoji. Výzkumná část bude zaměřena na kvalitativní výzkum uživatelů Netflixu v České republice a bude se věnovat následujícím oblastem: - Kdy se Netflix dostal do povědomí českých uživatelů, na základě čeho se rozhodli službu	

využívat a kde podobný obsah konzumovali předtím?

- Proč službu Netflix využívají, jaké pro ně představuje výhody a co jim naopak příliš nevyhovuje?
- Jaký obsah konzumují, jak se konzumace obsahu změnila poté, co začali užívat Netflix, oblíbili si nějaký nový žánr?
- Jak často službu využívají, mají čas strávený u Netflixu pod kontrolou?
- Kdy tráví čas sledováním Netflixu, dívají se spíše sami nebo ve společnosti dalších lidí?

Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu):

1. **Úvod** (vymezení tématu, cíle, struktura práce)
2. **Vymezení VOD platform** (co jsou VOD platformy, jak vznikly, jak fungují)
3. **Netflix** (vznik, obsah nabídky, strategie, konkurence)
4. **Pojem „binge watching“** (vysvětlení pojmu, co to znamená v praxi v souvislosti s konzumací obsahu Netflixu)
5. **Algoritmická kultura** (vysvětlení pojmu a jeho souvislost s Netflixem a chováním jeho uživatelů)
6. **Participativní kultura** (vysvětlení pojmu a jeho souvislost s Netflixem a chováním jeho uživatelů)
7. **Koncept affordance** (tento koncept může být vztažen na různá odvětví, v této části bude popsána základní myšlenka konceptu a jeho souvislost s Netflixem a jeho uživateli)
8. **Metodologie výzkumu** (kvalitativní výzkum - design výzkumu, metoda sběru dat, limity zvolených metod, cíle a výzkumné otázky)
9. **Výzkumná část**
 - 9.1 Analýza nasbíraných dat
 - 9.2 Shrnutí a interpretace výsledků výzkumu
10. **Závěr**
11. **Zdroje a přílohy**

Vymezení podkladového materiálu (např. titul periodika a analyzované období):

Teoretická část práce bude vycházet z odborných knih, článků a studií a také ze samotných webových stránek služby Netflix. Praktická část bude založena na kvalitativním výzkumu v podobě polostrukturovaných rozhovorů s 10 – 15 uživateli služby Netflix a bude vycházet také z teoretické části práce.

Metody (techniky) zpracování materiálu:

Kvalitativní výzkum – polostrukturované rozhovory (rozhovory pomocí návodu)

Kvalitativní analýza

Základní literatura (nejméně 5 nejdůležitějších titulů k tématu a metodě jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2-5 řádků):

LOBATO, Ramon. 2019. Netflix nations : the geography of digital distribution. New York: New York University Press.

Knihla popisuje, jak internetová distribuce a streamovací služby změnilly globální televizní kulturu. Kromě zaměření na video on demand platformy se autor detailněji věnuje právě platformě Netflix, uživatelské zkušenosti, struktuře a nabízenému obsahu této platformy.

HALLINAN, Blake, Ted STRIPHAS. 2016. *Recommended for you: The Netflix Prize and the production of algorithmic culture*. New Media & Society. 2016;18(1):117-137.

doi:10.1177/1461444814538646

Autoři tohoto článku zkoumají, jak fungují doporučovací systémy platformy Netflix, jak funguje doporučovací algoritmus a popisují také s tímto tématem spojený koncept algoritmické kultury.

ALTER, Adam. 2017. *Irresistible: The Rise of Addictive Technology and the Business of Keeping Us Hooked*. New York: Penguin Press.

Autor knihy mapuje vzestup behaviorální závislosti a popisuje způsoby, jakými obchodní společnosti své produkty vytváří tak, aby jim šlo jen velmi těžce odolat. V knize je také vysvětleno, jak takové produkty a nové technologie můžeme využívat v náš prospěch a nenechat to zajít tak daleko, aby na náš život měly negativní vliv.

PILIPETS, Elena. 2019. *From Netflix Streaming to Netflix and Chill: The (Dis)Connected Body of Serial Binge-Viewer*.

Článek pojednává o výzkumu Dr. Eleny Pilipets, která se zaměřila na službu Netflix a její uživatele. Konkrétně zkoumala, co Netflix pro uživatele znamená a v jakém kontextu jej nejčastěji zmiňují. V článku používá termín „binge watching“, na který pohlíží v rámci širší akumulace vztahů mezi těly, technologiemi a jejich od/propojení. Právě těmto vztahům je věnována část jejího výzkumu.

HENDL, Jan. 2008. *Kvalitativní výzkum. Základní teorie, metody a aplikace*. Praha: Portál.

Knih se zaměřuje nejen na vývoj kvalitativního výzkumu, školy a strategie, ale také přímo popisuje návrhy plánu výzkumu, metody získávání dat a také jejich vyhodnocování a interpretaci.

STRAUSS, Anselm, Juliet CORBIN. 1999. *Základy kvalitativního výzkumu*. Boskovice: Albert.

Autoři se v knize věnují kvalitativnímu výzkumu, radí, jak používat literaturu, popisují postupy kódování a navrhují také různé pomocné postupy při provádění a zpracovávání dat kvalitativního výzkumu.

Diplomové a disertační práce k tématu (seznam bakalářských, magisterských a doktorských prací, které byly k tématu obhájeny na UK, případně dalších oborově blízkých fakultách či vysokých školách za posledních pět let)

- Lokální produkce jako budoucnost pro Netflix? Srovnání obchodní strategie při vstupu do vybraných evropských zemí. Praha, 2019, Univerzita Karlova
- Vývoj interaktivní televize ve Spojeném království. Praha, 2019, Univerzita Karlova
- Fenomén Netflix a jeho vliv na změny chování diváků. Praha, 2018, Univerzita Karlova
- Vývojové tendence on-demand portálů. Netflix a extenze nabídky o vlastní tvorbu. Praha, 2015, Univerzita Karlova

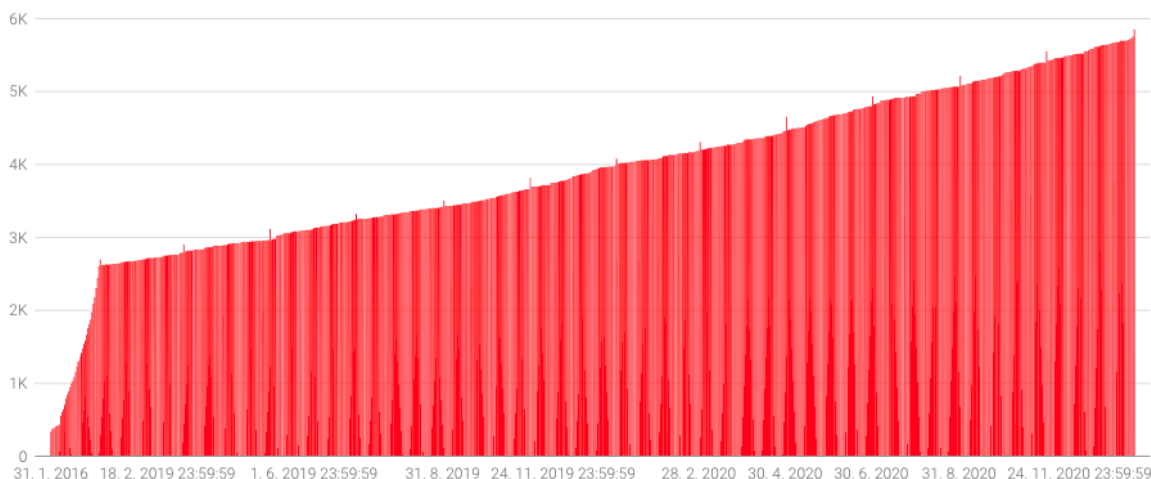
Datum / Podpis studenta/ky

.....

Seznam příloh

Příloha č. 1: Vývoj počtu filmů a seriálů na českém Netflixu

Vývoj počtu filmů a seriálů na českém Netflixu



Zdroj: Filmtoro, Unogs

Příloha č. 2: Twitter příspěvek evropského komisaře – výzva k SD vysílání



Thierry Breton
@ThierryBreton



Important phone conversation with [@ReedHastings](#), CEO of [@Netflix](#)

To beat [#COVID19](#), we [#StayAtHome](#)

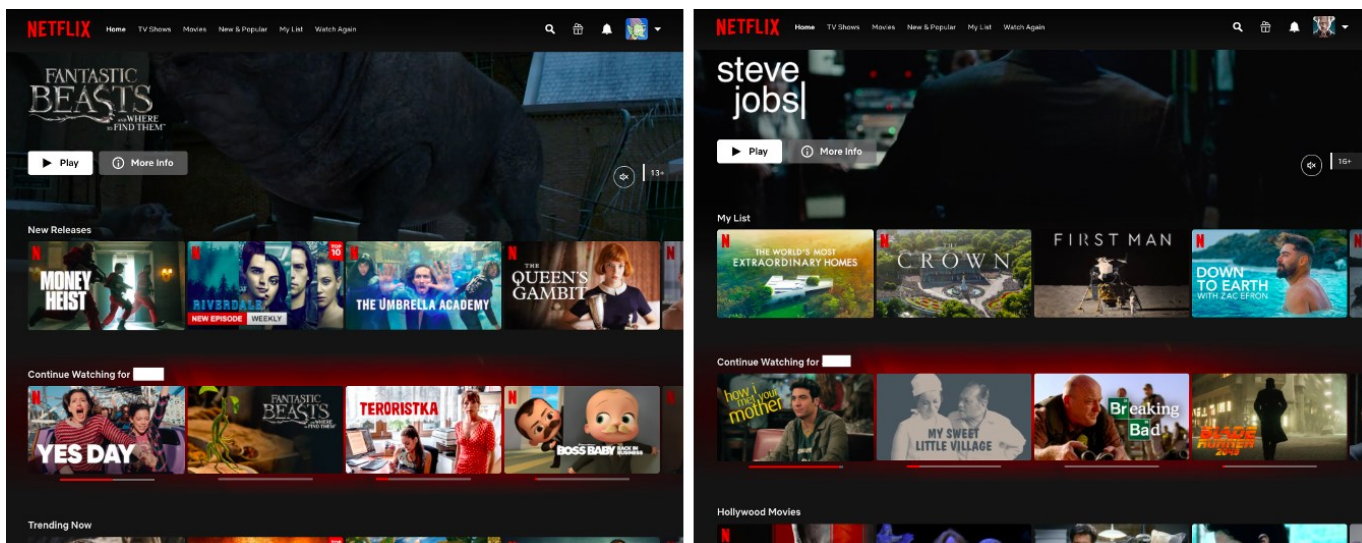
Teleworking & streaming help a lot but infrastructures might be in strain.

To secure Internet access for all, let's [#SwitchToStandard](#) definition when HD is not necessary.

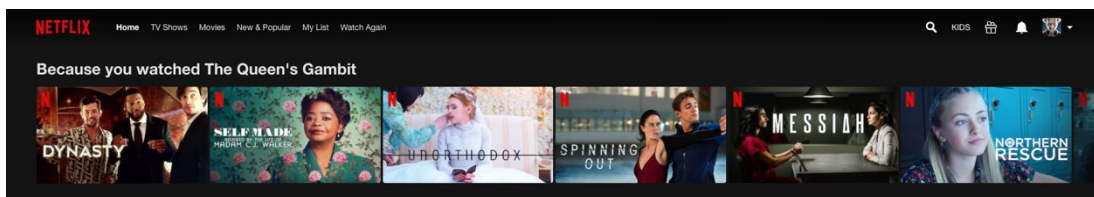
8:03 odp. · 18. 3. 2020 · Twitter for iPhone

378 Retweetů 258 Tweety s citací 631 Lajků

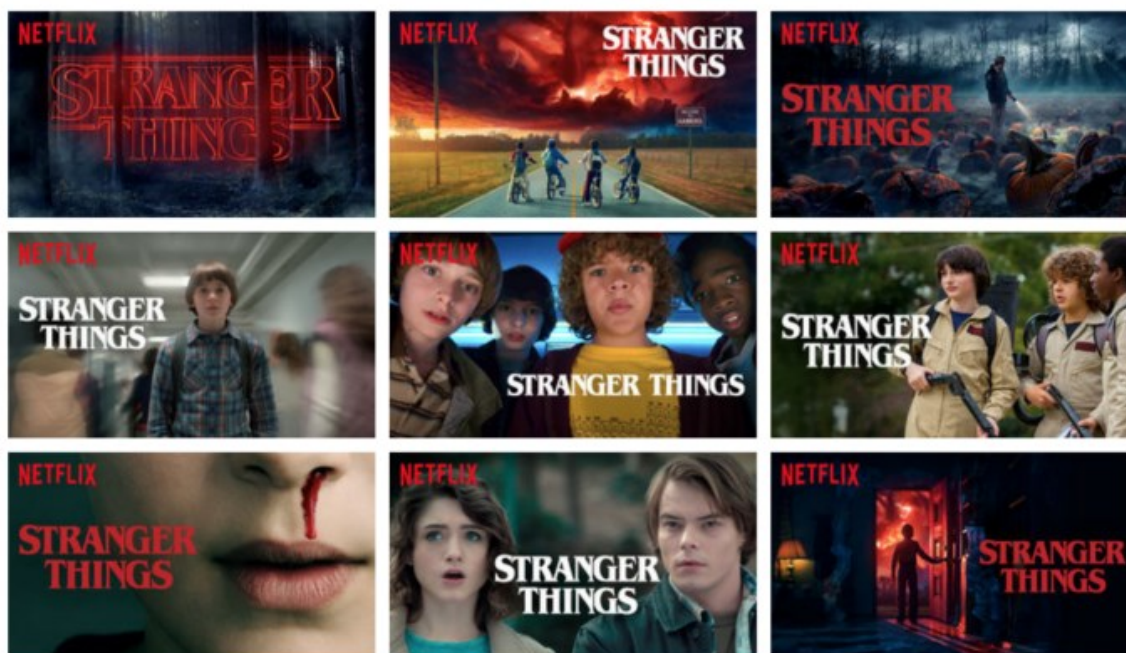
Příloha č. 3: Domovská stránka



Příloha č. 4: Seznam vygenerovaný na základě shlédnutého titulu



Příloha č. 5: Personalizované náhledové obrázky seriálu Stranger Things



Příloha č. 6: Návod pro polostrukturovaný rozhovor

Sekce 1 (začátky používání Netflixu)

- Kdy a proč jste se rozhodl/a začít službu Netflix používat?
- Odkud jsi podobný obsah konzumoval předtím?

Sekce 2 (výhody/nevýhody)

- Jaké výhody/nevýhody vnímáte u Netflixu v porovnání s tím, odkud jste podobný obsah konzumoval/a dříve?
- Jaké byly vaše návyky sledování filmů a seriálů před objevením Netflixu a jak se změnil?
- Díváte se stále i na televizi a popř. na jaké programy, pořady?

Sekce 3 (finance)

- Jaký máte druh předplatného?
- Je pro vás měsíční poplatek zanedbatelná částka ve vašem rozpočtu? Jaká je maximální částka, kterou byste byl/a ochoten/na měsíčně za služby Netflixu zaplatit?

Sekce 4 (prostředí při sledování)

- Sledujete Netflix převážně sám nebo ve společnosti někoho dalšího? S kým?
- Kdy Netflix nejčastěji sledujete? Používáte ho i jen jako kulisu nebo vždy soustředíte všechnu svou pozornost na sledování?
- Na jakém zařízení Netflix nejčastěji sledujete? (televize, počítač, tablet, telefon) A proč právě zde?

Sekce 5 (obsah)

- Jaký obsah nejčastěji sledujete?
- Uvítal/a jste přidání českých filmů do nabídky? Ovlivnilo to nějakým způsobem výběr toho, jaký film si pustíte? (dávám přednost zahraničním/českým filmům, dívám se díky Netflixu na české filmy více, ...)
- Sledujete filmy, seriály apod. s českým dabingem, vnímáte jako nevýhodu, pokud

CZ dabing není dostupný a odradí vás to od sledování?

- Objevil/a jste, oblíbil/a jste si nějaký nový žánr díky Netflixu?

Sekce 6 (čas)

- Kolik hodin denně/týdně sledováním strávíte?
- Máte čas strávený u Netflixu pod kontrolou? Pokud ano, měl/a jste to tak po celou dobu, co Netflix používáte?
- Cítíte se někdy při sledování Netflixu provinile? (např. pokud je to forma prokrastinace, nebo je čas strávený u obrazovky příliš dlouhý) Pocítil/a jste to někdy v minulosti?

Sekce 7 (user experience)

- Máte nastavené automatické přehrávání? Proč ano/ne?
- Využíváte při sledování seriálů možnost „přeskočit úvod“? Proč ano/ne?
- Jak vnímáte obsah, který je v kategorii „Doporučené“?
- Na základě čeho vybíráte, na co se podíváte? Zkoušíte náhodné filmy, seriály, dokumenty, vybíráte z kategorie doporučené nebo dáte na doporučení od známých?
- Pokud vybíráte podle kategorií, jsou pro vás dostatečně přehledné, najdete většinou to, co hledáte?

Sekce 8 (covid-19)

- V březnu 2020 zasáhl Českou republiku koronavirus a lidi od té doby tráví více času doma. Má tato doba vliv na Váš způsob, dobu trvání konzumace obsahu z Netflixu? Pokud ano, jaký?

Příloha č. 7: Přepis rozhovorů

Samostatná příloha (dostupná pouze v elektronické podobě)

ZKRATKY

ČSFD = Česko-Slovenská filmová databáze

DVD = Digital Versatile Disc / Digital Video Disc

DVR = Digital Video Recorder

PVR = Personalised Video Ranker

VOD = Video on Demand

VPN = Virtual Private Network