

**UNIVERZITA KARLOVA**

**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

**Diplomová práce**

**2024**

**Bc. Eliška Zemanová**

**UNIVERZITA KARLOVA**

**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

**Streamovací služby (SVOD) z pohledu jejich uživatelů:  
kvalitativní analýza uživatelského chování a praxí  
generace Z**

Diplomová práce

Autorka práce: Bc. Eliška Zemanová

Studijní program: Mediální studia

Vedoucí práce: Ing. et Mgr. Kateřina Turková, Ph.D.

Rok obhajoby: 2024

## **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 22. dubna 2024

Bc. Eliška Zemanová

## **Bibliografický záznam**

ZEMANOVÁ, Eliška. *Streamovací služby (SVOD) z pohledu jejich uživatelů: kvalitativní analýza uživatelského chování a praxí generace Z*. Praha, 2024. 165 s. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce Ing. et Mgr. Kateřina Turková, Ph.D.

**Rozsah práce:** 220 245 znaků

## **Abstrakt**

Tato diplomová práce se zabývá rolí streamovacích platforem, konkrétně SVOD (Subscription Video on Demand), v životě vybraných zástupců generace Z. Jejím cílem je provést kvalitativní analýzu uživatelského chování a s využitím teorie užití a uspokojení se zaměřit na identifikaci faktorů ovlivňujících výběr a používání těchto platforem. Současně jsou kromě motivací analyzovány způsoby výběru obsahu informantů. V teoretické části se práce věnuje konvergenci, konvergentní a algoritmické kultuře, proměnám publik po nástupu digitálních médií, kategorizaci VOD služeb a stručně charakteristice několika vybraných služeb. V práci je dále také představen teoretický rámec, teorie užití a uspokojení, a mediální chování generace Z. V závěrečném oddílu jsou analyzovány a interpretovány materiály získané prostřednictvím 16 polostrukturovaných rozhovorů a deníkových záznamů. Výzkum odhalil, že streamovací platformy mají pro generaci Z klíčovou roli. Flexibilita, dostupnost obsahu a sociální aspekt jsou hlavními faktory ovlivňující jejich sledovací návyky. Informanti vykazují různorodé motivace pro využívání těchto platforem, včetně hledání zábavy, relaxace, edukace, sociálního propojení a inspirace. Vybraní zástupci generace Z upřednostňují streamovací služby před tradiční televizí, kterou vnímají jako omezující. Klíčovou roli při výběru obsahu potom hraje individualizovaný obsah, algoritmická doporučení a osobní preference.

## **Abstract**

This thesis examines the role of streaming platforms, specifically SVOD (Subscription Video on Demand), in the lives of selected members of Generation Z. Its aim is to conduct a qualitative analysis of user behaviour and, by using uses and gratification theory, to identify the factors influencing the choice and usage of these platforms. Besides the motivation, the informants' content selection patterns are analysed. Within the theoretical part, the thesis discusses convergence, convergent and algorithmic culture, the changes of audiences after the rise of digital media, the categorization of VOD services and brief characteristics of selected services. The theoretical framework uses uses and gratification theory and Generation Z media behaviour are also presented in the thesis. The empirical part of the thesis analyses and interprets the material gathered through 16 semi-structured interviews and diary entries. The research reveals that streaming platforms have a key role for Generation Z. Flexibility, content availability and social aspect are the main factors

influencing their viewing habits. Informants exhibit diverse motivations for using these platforms, including seeking entertainment, relaxation, education, social connection and inspiration. Selected members of Generation Z prefer streaming services over traditional television, which they perceive as limiting. Individualized content, algorithmic recommendations and personal preferences also play a crucial role in content selection.

## **Klíčová slova**

Streamovací služby, SVOD, generace Z, teorie užití a uspokojení, kvalitativní analýza, chování publika

## **Keywords**

Streaming services, SVOD, generation Z, uses and gratifications theory, qualitative analysis, audience behaviour

## **Title/název práce**

Streaming services (SVOD) from the perspective of their users: A qualitative analysis of Generation Z users' behaviour and practices

## **Poděkování**

Ráda bych vyjádřila upřímné poděkování paní doktorce Ing. et Mgr. Kateřině Turkové, Ph.D., vedoucí mé diplomové práce, za její lidský přístup, velkou ochotu, čas, který mi věnovala, a za její přínosné rady. Nemohu zapomenout ani na všechny respondenty, kteří mi ochotně poskytli rozhovory a své deníkové záznamy, což mi umožnilo úspěšně realizovat můj výzkum.

## Obsah

|  |    |
|--|----|
| Úvod .....   | 8  |
| 1. Teoretická část.....  | 10 |
| 1.1 Konvergence a technologická změna .....                          | 10 |
| 1.1.1 Typy mediální konvergence .....                                | 10 |
| 1.1.2 Konvergentní kultura.....                                      | 13 |
| 1.1.3 Algoritmická kultura.....                                      | 14 |
| 1.1.4 Proměna mediálních publik po nástupu digitálních médií .....   | 15 |
| 1.2 Streamovací služby.....  | 17 |
| 1.2.1 Kategorizace VOD služeb .....                                  | 17 |
| 1.2.2 Představení vybraných SVOD platforem .....                     | 18 |
| 1.2.2.1 Netflix.....   | 19 |
| 1.2.2.2 HBO Max .....  | 20 |
| 1.2.2.3 Disney +.....  | 21 |
| 1.2.2.4 Další streamovací služby .....                               | 22 |
| 1.3 Teorie užití a uspokojení .....                                  | 24 |
| 1.3.1 Aktivní publikum.....  | 24 |
| 1.3.2 Představení teoretického rámce .....                           | 25 |
| 1.3.3 Teorie užití a uspokojení v kontextu streamovacích služeb..... | 27 |
| 1.4 Mediální chování generace Z .....                                | 29 |
| 1.4.1 Časové vymezení generace.....                                  | 29 |
| 1.4.2 Charakteristika generace Z .....                               | 30 |
| 1.4.3 Generace Z a VOD platformy .....                               | 32 |
| 2. Metodologická část.....   | 36 |
| 2.1 Kvalitativní výzkum .....  | 36 |



|   |    |
|---|----|
| 2.2 Výzkumný problém a cíl výzkumu .....                                | 37 |
| 2.3 Výzkumné otázky .....   | 38 |
| 2.4 Technika sběru dat.....   | 39 |
| 2.4.1. Rozhovory .....  | 39 |
| 2.4.2 Deníkové záznamy .....  | 41 |
| 2.5 Výzkumný soubor.....  | 43 |
| 2.6 Popis výzkumného vzorku.....  | 44 |
| 2.7 Průběh sběru dat .....  | 46 |
| 2.8 Etické aspekty výzkumu.....   | 47 |
| 2.9 Metoda analýzy.....   | 48 |
| 3. Analytická část .....  | 51 |
| 3.1 Streamování a generace Z: motivace a důvody užívání .....           | 51 |
| 3.1.1 Motivace a důvody vedoucí k užívání streamovacích platforem ..... | 51 |
| 3.1.2 Výhody a postoj k tradiční televizi.....                          | 55 |
| 3.2 Předplatné a společné sdílení.....                                  | 58 |
| 3.2.1 Výdaje za předplatné a adekvátní cena.....                        | 58 |
| 3.2.2 Motivace k předplacení další platformy .....                      | 60 |
| 3.2.3 Restrikce a omezení.....  | 61 |
| 3.3 Strategie rozhodování a navigace obsahem.....                       | 64 |
| 3.3.1 Uživatelské preference .....                                      | 64 |
| 3.3.2 Návraty k obsahu.....   | 66 |
| 3.3.3 Výběr platformy a uživatelské chování .....                       | 68 |
| 3.3.4 Doporučení a algoritmy .....                                      | 71 |
| 3.4 Sledovací návyky a jejich vývoj v čase .....                        | 73 |
| 3.4.1 Konzumace obsahů před nástupem streamovacích platforem.....       | 74 |
| 3.4.2 Sledování v době pandemie covidu-19.....                          | 76 |
| 3.4.3 Čas strávený sledováním, jeho regulace a binge-watching .....     | 78 |

|   |     |
|---|-----|
| 3.4.4 Samostatné a společné sledování a obsah jako kulisa ..... | 81  |
| 3.4.5 Preference zařízení a prostředí při sledování.....        | 83  |
| Diskuze .....   | 85  |
| Závěr.....  | 90  |
| Summary.....  | 93  |
| Použitá literatura.....   | 96  |
| Teze diplomové práce.....                                       | 107 |
| Seznam grafů .....  | 112 |
| Seznam tabulek.....   | 112 |
| Seznam příloh.....  | 112 |
| Přílohy .....   | 113 |

## Úvod

S nástupem video on demand obsahu (VOD) se pro televizní diváky otevřela zcela nová kapitola. Diváci se už nemusí řídit podle televizního programu, nemusí spěchat domů, aby stihli díl svého oblíbeného seriálu. Jednoduše si pustí to, co právě chtějí, kdykoliv a na jakémkoliv zařízení. Díky své flexibilitě a personalizaci se streamovací služby přizpůsobují preferencím diváků, a to jak z hlediska času, tak i vkusu.

V posledních letech dochází k výraznému rozšíření nabídky SVOD (Subscription Video on Demand) služeb, které v České republice prezentují rozmanité pořady a získávají stále větší oblibu mezi diváky. Vedle tradičních lokálních platforem, jakými jsou iVysílání nebo Voyo, zaznamenáváme i nástup mnoha zahraničních a alternativních platforem, například mezinárodní MUBI, Edisonline nebo český Aerovod. Podle průzkumu společnosti Atmedia (2023) patří mezi nejpoužívanější platformy v České republice Netflix, HBO Max, Disney+, Voyo a Prima+.

Tato diplomová práce reaguje na tento rostoucí trend a prostřednictvím teoretického rámce teorie užití a uspokojení zkoumá motivace vybraných příslušníků generace Z využívat tyto mainstreamové streamovací služby. Cílem této práce je provést kvalitativní analýzu uživatelského chování a praxí této generace, která vyrůstá v době neustálého přístupu k internetu a technologiím, a to za pomoci metody polostrukturovaných rozhovorů a deníkových záznamů. V práci se zaměřuji na identifikaci faktorů ovlivňujících výběr a používání těchto platforem a současně analyzuji způsoby výběru obsahu. Dále v ní zkoumám, jak generace Z integruje předplacené streamovací služby do své každodenní mediální konzumace a jak se vyrovnává s možností nekonečného výběru obsahu.

I když pro generaci Z není streamování televize novinkou, vnímají je jako individuální a flexibilní proces, kde sami rozhodují o obsahu a čase sledování (Podara a kol., 2021). Ačkoliv Český statistický úřad (2023) potvrzuje, že zástupci generace Z tvoří významnou skupinu uživatelů streamovacích služeb, o jejich chování toho zatím příliš nevíme. Zahraniční studie (Ayten a kol., 2019; Podara a kol., 2021) se sice věnují této problematice ve vztahu ke generaci Z, avšak v České republice dosud neexistuje výzkum, který by tuto generaci zkoumal v kontextu streamovacích služeb a využíval teoretický rámec teorie užití a uspokojení. Většina dosavadních studií zaměřených na téma VOD služeb se převážně soustředila na statistické metody a často zůstávala omezena na jednu konkrétní platformu. Výjimku představuje práce Dominiky Rajnohové (2021), která se ve svém

výzkumu zaměřila pouze na jednu platformu, ale zvolila kvalitativní přístup.

Nedostatek předchozích výzkumů specificky zaměřených na chování generace Z v rámci streamovacích služeb zdůrazňuje prospěšnost této práce. Streamování se stalo přirozeným způsobem konzumace médií pro mnohé, zejména pro generaci Z, což podněcuje zájem o podrobnější zkoumání jejich chování v této oblasti.

Diplomová práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část. V teoretické části jsou představeny klíčové pojmy související s nástupem streamovacích platforem. Zabývám se konvergencí a technologickou změnou, která umožnila vznik těchto platforem, dále vznikem konvergentní a algoritmické kultury a proměnou publika po nástupu digitálních médií. Představuji kategorizaci VOD služeb a krátce také vybrané platformy. Věnuji se také teoretickému rámci teorie užití a uspokojení a mediálnímu chování generace Z v kontextu streamovacích služeb. Stěžejní část práce představuje samotný výzkum, jehož design je podrobně popsán v metodologické části. V analytické části jsou prezentovány výsledky získané analýzou 16 polostrukturovaných rozhovorů a deníkových záznamů sledujících návyky informantů. Následuje diskuze a závěr, ve kterých jsou shrnuty výsledky výzkumu. Nechybí ani diskuse o limitech či doporučení pro budoucí výzkum.

## 1. Teoretická část

V této části práce jsou prezentovány klíčové pojmy spojené s nástupem streamovacích platforem. První podkapitola se věnuje pojmům souvisejícím s konvergencí a technologickými změnami, které předznamenaly vznik těchto platforem. Dále je zde popsána kategorizace VOD služeb a stručně jsou představeny i některé vybrané platformy. V posledních dvou podkapitolách je pozornost věnována teoretickému rámci teorie užití a uspokojení a mediálnímu chování generace Z, vždy s důrazem na kontext streamovacích platforem.

### 1.1 Konvergence a technologická změna

V druhé polovině minulého století došlo k výrazné proměně médií. Roger Fidler (1997) tuto proměnu označuje jako mediamorfózu, což je stav, kdy se komunikační nástroje mění z důvodu různých potřeb, konkurenčního prostředí, politických vlivů a nových vynálezů a technologií ve společnosti. V současné chvíli se podle Fidlera nacházíme ve třetí fázi mediamorfózy, která započala s nástupem digitalizace a nových médií, přičemž klíčovým prvkem této fáze je konvergence (Fidler, 1997, s. 27).

Dwyer (2010, s. 2) definuje konvergenci médií jako proces, kdy se nové a starší technologie střetávají a dochází k jejich vzájemnému propojování a sbližování. Kromě Dwyera se konvergencí zabývá i Jakubowicz, který ji chápe jako „*popis technických aspektů integrace telekomunikace, informatiky a médií, a také jako metaforu rozsáhlého procesu změn, ke kterým tento jev přispívá*“ (Jakubowicz, 2013, s. 27). Henry Jenkins se také významně zaměřuje na konvergenci a nahlíží na ni z různých perspektiv. Jenkins (2006, s. 2-3) konvergenci vysvětluje jako „*tok obsahu napříč různými mediálními platformami, spoluprací mezi různými mediálními odvětvími a migrující chování mediálního publika, které se vydá téměř kamkoliv ve snaze nalézt nové druhy zážitků a zábavy, které právě hledá.*“

#### 1.1.1 Typy mediální konvergence

Různí autoři nahlízejí na konvergenci médií odlišně. Existuje proto několik různých přístupů a typologií. Například Michael Latzer (2013) rozlišuje technickou, korporátní, socio-funkční, odběratelskou, prostorovou a regulační konvergenci. Jakubowicz (2013) nabízí své rozdělení na konvergenci technickou, korporátní, socio-funkcionální, produkční, tržní, odběratelskou, prostorovou a veřejné politiky a práva. Z českých autorů zkoumá

konvergenci mimo jiné Václav Moravec (2016), který částečně přebírá Jakubowiczovu typologii a rozlišuje technologickou, uživatelskou, korporátní, socio-funkcionální, prostorovou a regulační konvergenci. Následuje krátká charakteristika jednotlivých typů konvergence dle tohoto českého autora, přičemž za nejdůležitější jsou v kontextu streamovacích služeb autorkou považovány konvergence technologická a uživatelská.

Technologická konvergence umožnila s nástupem digitalizace propojení a sjednocení dříve samostatných médií. Propojení různých distribučních infrastruktur konstruovaných pro různé mediální platformy avizoval již v 80. letech Ithiel de Sola Pool (1983), a nakonec k němu opravdu došlo. Chakavehová a Bogen v roce 2007 předpovídali, že díky teorii mediální konvergence bude brzy zbytečné vlastnit televizi a počítač, protože oba tyto přístroje budou schopny plnit funkce toho druhého. Současně diskutovali zánik obou zařízení a vytvoření nového média, které vznikne z jejich vzájemné syntézy (Chakavehová a Bogen, 2007, s. 811). I když došlo k vývoji, který podporuje univerzalitu zařízení, samotný zánik televize a počítače se nenaplnil. Tato zařízení zůstávají i nadále využívána a inovována, ačkoliv jsou díky svým rozměrům stále vázána na konkrétní místo. Diváci ale mohou sledovat obsah nejen v pohodlí svého domova, ale kdekoliv. Dokonce i na notebooku nebo svém chytrém mobilním telefonu, který už neumožňuje pouze komunikaci. Technologická konvergence dle Moravce (2016, s. 47) také podporuje individuální trávení volného času a koncept domestikace, kdy se jednotlivá zařízení stávají součástí každodenní rutiny jednotlivců.

Sparviero a kol. (2017, s. 69) charakterizují konvergenci jako proces řízený uživateli médií. Zdůrazňují, že tradiční média zůstávají důležitá, pokud se rutiny uživatelů nemění. Nová média tedy integrujeme pouze tehdy, pokud se snadno začlení do našich běžných každodenních aktivit. Uživatelská konvergence, jak ji popisuje Moravec (2016), odkazuje na změny v chování příjemců mediálních obsahů. S rostoucí nabídkou obsahu dochází k fragmentaci publika a jeho konzumních vzorců. Diváci si mohou vybírat ze široké škály nabídky obsahu podle svých preferencí nebo časových možností. Publika jsou méně homogenní a posiluje se vliv individualizované spotřeby obsahu (Webster a Ksiazek, 2012, s. 39). Kromě toho také dochází k propojování rolí příjemce a producenta. Bruns (2011) používá pro tuto novou roli označení *produžitel*<sup>1</sup>. Uživatelé podle něj mohou obsah nejen

---

<sup>1</sup> V originálním znění konceptu, který představil Bruns (2011), se termín *producer* odvozuje z kombinace slov *producer* (producent) a *user* (uživatel), přičemž označuje hybridní roli, kde uživatel není pouze pasivním příjemcem obsahu, ale také aktivně přispívá k tvorbě obsahu či jeho modifikaci.

přijímat, ale také jej tvořit. V kontextu streamovacích platforem lze uvést příklad filmových databází, jako je mezinárodně známý IMDb nebo tuzemská stránka ČSFD. Na těchto zmíněných stránkách mohou diváci aktivně sdílet své recenze filmů nebo seriálů. Diváci se také nemusí věnovat pouze jedné činnosti. Moravec (2016, s. 92) v rámci této roviny konvergence rozlišuje tři podoby multitaskingingu, a to v rámci jednoho mediálního obsahu, v rámci jednoho média a v rámci dvou a více médií. V prvním případě může jít o sledování videa na platformě YouTube a zároveň psaní komentářů k tomuto videu. V druhém případě jedinec může seriál sledovat v plovoucím okně, které si může libovolně na obrazovce přizpůsobit, a současně provádět jiné aktivity na stejném zařízení. Poslední forma multitaskingingu se týká používání více médií najednou. Jedinci tedy nejen sledují obsah například na televizi, ale současně využívají i jiná zařízení pro komunikaci. Multitaskingingu, který je spojen s používáním mobilních telefonů a tabletů během sledování televize, se ve své studii věnovali Shokrpour a Darnell. Jejich studie odhalila, že zhruba 40 % času stráveného u televize zahrnuje multitasking. Přibližně 36 % tvořilo používání mobilního telefonu (Shokrpour a Darnell, 2017, s. 11). Stejně tak Rubenkingová (2016) zkoumala multitasking a zdůraznila, že diváci se mohou současně věnovat i dalším aktivitám, které nemusí nutně souviset s médii.

Korporátní konvergence vede ke vzniku korporace, která vyvíjí svou činnost v různých oblastech komunikace a na různých platformách. Jev, kdy se telekomunikační firmy stále častěji věnují podobné činnosti jako mediální organizace, potom lze označit za socio-funkcionální konvergenci (Moravec, 2016, s. 37). V praxi to znamená, že mediální podniky věnující se dosud pouze jedné oblasti, mohou své obsahy šířit například na internetu. Současně ale telekomunikační firmy mohou expandovat do oblasti médií. Příkladem je tuzemská telekomunikační firma O2, která provozuje digitální televizi O2 TV.

Prostorová konvergence spojená s globalizací intenzivně propojila osoby po celém světě. Překonala prostorové bariéry a umožnila přenos obsahu pomocí síťových médií téměř na libovolné místo. Tento jev významně ovlivnil i fungování filmového průmyslu, jak uvádí Waisbord (2004, s. 377-378), který zdůrazňuje, že mnoho zemí přijímá podobu tvorby obsahu založenou na zisku. Zmiňuje i mcdonaldizaci a kulturní imperialismus, které reflektují dominanci určitých kulturních vzorců v mezinárodním měřítku. Kromě toho také dochází k adaptaci filmů a formátů pro potřeby místních diváků, což představuje jev známý jako glocalizace.

Regulační konvergence spočívá v propojení regulace telekomunikací

a audiovizuálních médií. Veškerá média musí dodržovat dané regule a nařízení, jako například autorské zákony, předpisy o regulaci reklamy, tiskové zákony a další (Moravec, 2016, s. 154). Zvlášť důležitým aspektem v kontextu streamovacích služeb je zákon o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání. Tento zákon upravuje práva a povinnosti provozovatelů a poskytovatelů těchto služeb a byl již od svého vzniku několikrát novelizován. Poskytovatel audiovizuálních mediálních služeb na vyžádání musí například zabezpečit, že se jeho obsah nedopouští manipulativního ovlivňování podvědomí nebo podněcování nenávisti nebo násilí. Současně by měl poskytovatel služby podporovat evropskou tvorbu a do své nabídky zahrnout alespoň 10 % evropských pořadů (Zákon č. 132/2010 Sb.).

### **1.1.2 Konvergentní kultura**

Henry Jenkins v knize s názvem *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide* z roku 2006 přichází s pojmem konvergentní kultura. Tento pojem vnímá jako produkt prolínání různých forem médií a technologií, který odráží kulturní transformaci a současné změny v chování publika. Jenkins (2006, s. 2) identifikuje celkem tři klíčové aspekty konvergentní kultury: mediální konvergenci, participační kulturu a kolektivní inteligenci. Jenkins (2006, s. 25) chápe mediální konvergenci jako změnu způsobu, jakým jsou média produkována i konzumována. S tímto aspektem souvisí také pojem participativní kultura. Participativní kultura zahrnuje běžné aspekty našeho digitálního života a umožňuje aktivní zapojení lidí do tvorby a sdílení obsahu. Tato kultura předpokládá, že jsme schopni se individuálně i kolektivně rozhodovat a máme schopnost vyjadřovat se skrze různorodé formy (Jenkins, 2015, s. 2). Dostáváme se tedy k výše zmíněnému Brunsovu termínu produživatel. Role tvůrců a příjemců obsahů se mohou prolínat a už nemusí být zarytě oddělené. Uživatelé se stávají tvůrci obsahu a přispívají svými názory, recenzemi nebo vlastní tvorbou. Tato příležitost aktivně se podílet je možná díky interaktivitě nových médií. Rob Cover (2006) hovoří o tom, že nová média umožňují interaktivitu více než média stará. Také se zabývá interaktivním publikem a tím navazuje na zmíněného Jenkinse. Cover (2006, s. 139) vnímá interaktivní publikum jako takové publikum, které má možnost změnit obsah, pořadí, úpravu nebo přepracování mediálního obsahu v procesu jeho konzumace. Tato interaktivita ale také může vést k boji o kontrolu nad textem mezi autorem a publikem nebo mezi publikem a tvůrci softwaru, kteří usilují o zamezení manipulace s textem.

Posledním zmíněným aspektem, který tvoří konvergentní kulturu, je kolektivní



inteligence. Jenkins tak svým bádáním navazuje na dřívější myšlenky Pierra Lévyho nebo Marshalla McLuhana, který v 60. letech minulého století předznamenal vznik globální vesnice. Podle Jenkinse (2006, s. 4) se konzumace stala kolektivním procesem, kdy „*žádný jednotlivec nemá kompletní znalost o všem, avšak každý má nějaké jedinečné znalosti a společného cíle je možné dosáhnout jen díky spojení těchto individuálních znalostí a schopností*“. Sdílení znalostí v rámci skupiny tak může být jinými slovy efektivnější než se jich pokoušet dosáhnout individuálně. Za příklad kolektivní inteligence v kontextu streamovacích služeb můžeme označit výše zmíněné filmové databáze.

### **1.1.3 Algoritmická kultura**

Pojem algoritmická kultura poprvé použil Alexander Galloway (2006) ve svých esejích zaměřených na hry. Nenabídl ale žádnou konkrétní definici, a proto se ji o několik let později snažil formulovat americký akademik Ted Striphas. Autor zkoumá algoritmickou kulturu jako novou formu kulturní práce, která se rozvíjí díky počítačům, databázím a jiným digitálním technologiím. Využívání algoritmů pro třídění, klasifikaci a hierarchizaci lidí, míst, objektů a myšlenek představuje přesun dřívějších lidských úkolů do digitální sféry (Striphas, 2015, s. 395). Striphas se ve svém článku zaměřuje na tři klíčové pojmy – informace, dav a algoritmus – a postupně ukazuje, jakým způsobem se tyto pojmy staly neodmyslitelnou součástí nové kulturní reality.

Striphas (2015) připomíná historický účel informací jako nástroje pro zachycení a šíření vědění, avšak zdůrazňuje, že v moderní době jsou informace vnímány jako nástroj elit a začínají být považovány za dané. Zároveň se zabývá konceptem davu, který byl dříve považován spíše za negativní, ale nová digitální kultura ho vnímá jako cenný zdroj kreativity. Striphas též upozorňuje na rostoucí význam algoritmů, které mohou akce provádět rychleji, přesněji a objektivněji než lidé. Tento vývoj sice přináší výhody, ale také s sebou nese jistá rizika. Jedním z nich může být například skutečnost, že se všechny informace jeví jako stejně hodnotné (Striphas, 2015, s. 398-405).

Gillespie (2016) vymezuje tři základní typy algoritmů: vyhledávací, doporučovací a trendové, které fungují na odlišných principech. Zatímco vyhledávací algoritmy se zaměřují na shodu uživatelského dotazu s dostupným obsahem, algoritmy doporučování přizpůsobují obsah podle historie a zájmů konkrétního uživatele. Trendové algoritmy identifikují nejpopulárnější obsah v daném okamžiku u větší skupiny uživatelů (Gillespie, 2016, s. 53-54). Herlocker a kol. (2004, s. 45) zjistili, že uživatelé jsou nespokojení

s algoritmickými doporučeními kvůli jejich selektivní prezentaci omezeného množství možností a nedostatečnému poskytování různorodých informací. Uživatelé pak tedy mohou mít pocit, že je algoritmy omezují v objevování nových obsahů. Podle Graye (2017, s. 82) algoritmy vytváří současná publika, a je proto nutné jim porozumět. Výzkum algoritmického doporučování u streamovacích platforem provedli například Kim a kol. (2023, s. 12-13), kteří zjistili, že vnímání větší rozmanitosti v doporučovacích systémech vedlo uživatele k pocíťování služby jako zábavnější. Současně byli více nakloněni jejímu využívání. Přesto se ve svém rozhodování diváci spíše řídili osobními doporučeními než algoritmy. Kemper a Kolkman (2018, s. 2092) navrhuje, aby diváci a uživatelé přistupovali k algoritmickým systémům kriticky. Zároveň apelují, aby tyto systémy poskytovaly dostatečnou transparentnost umožňující porozumění jejich fungování. Naopak, Gomez-Urbe a Hunt (2015, s. 16) věří v pozitivní potenciál algoritmů a zdůrazňují jejich rychlou schopnost analyzovat a zpracovávat velké objemy dat, což umožňuje vytvářet personalizovaná doporučení a usnadňuje uživatelům rozhodování.

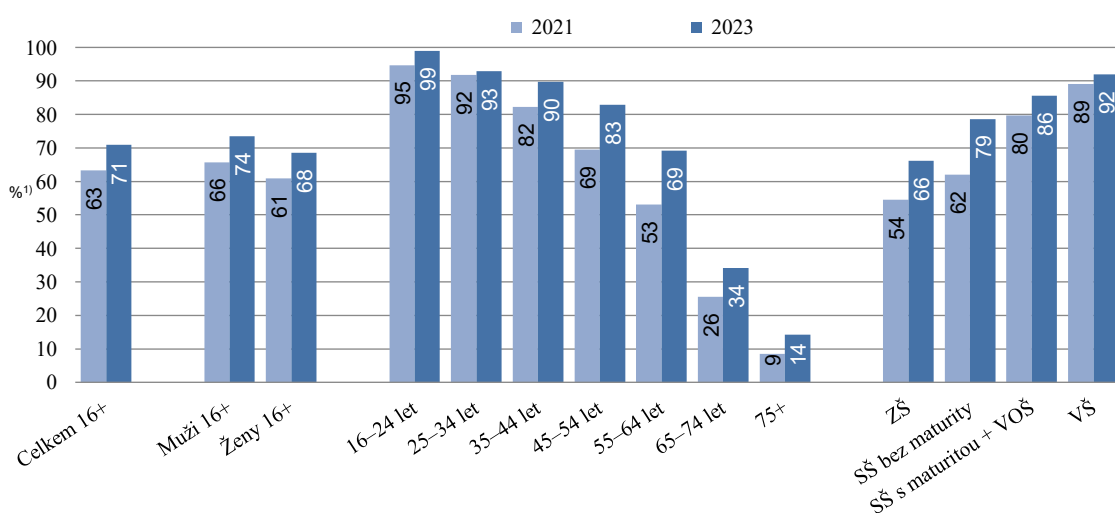
#### **1.1.4 Proměna mediálních publik po nástupu digitálních médií**

Konvergence otevírá nové dimenze tvorby i konzumace obsahu, které umožňují interakci a angažovanost publika na nových úrovních. Macek (2015) podrobně analyzuje proměny publika a klade důraz na čtyři klíčové faktory formující současné diváky. Začíná tím, že mluví o konvergenci a diverzitě médií, poté se věnuje mediální přítomnosti v každodenním životě, vlivu na veřejný a politický prostor, a nakonec se zabývá časoprostorovou transformací. Mobilní technologie a síťové vztahy umožňují komunikaci a interakci bez ohledu na fyzickou vzdálenost a časová omezení. Díky konvergenci byly tradiční vazby mezi obsahem a konkrétním médiem překonány, což uživatele osvobodilo od sledování obsahu pouze na jednom zařízení či platformě. S nástupem nových distribučních kanálů a technologií se navíc mění způsob, jakým je obsah konzumován. Média se stávají nedílnou součástí každodenního života a poskytují neustálý tok informací. I když nové možnosti informování a širší zapojení uživatelů mohou podporovat jejich aktivní účast, existuje riziko fragmentace veřejného diskurzu a posílení skupinového myšlení (Macek, 2015, s. 30-31).

Post-televizní publikum začalo mít s rozvojem digitálních médií a on-demand obsahu větší kontrolu nad svým sledováním. Tato změna se projevuje nejen v rozmanitosti dostupných zařízení, ale i ve flexibilitě času pro sledování (Lotz, 2009; Volek, 2015). Kromě post-televizního publika je možné se setkat i s pojmem rozptýleného nebo fragmentovaného

publika. Webster a Ksiazek (2012, s. 39) popisují fragmentované publikum jako skupinu, která neklade důraz na jediný zdroj informací nebo zábavy, ale místo toho využívá a konzumuje mnoho různých médií, zdrojů a forem komunikace. Sunstein a Ullmann-Margalit (2001) identifikovali tři faktory fragmentace. Řadí mezi ně: soutěž mezi médii o pozornost publika, individualizované preference uživatelů a měření médií poskytující informace o požadavcích uživatelů. Na streamovacích platformách fragmentace vede k preferenci specifických typů obsahu, které odpovídají zájmům diváků. Tím mohou vznikat určité návyky sledování, což umožňuje platformám lépe se zaměřovat na preferovaný obsah (Reisa a Irwansyah, 2021, s. 4-8). Data z období od června 2022 do června 2023 naznačují, že sledování živého televizního vysílání nadále zůstává s podílem 69 % populace nejčastější denní mediální aktivitou mezi obyvateli České republiky (Nielsen Admosphere, 2023). Avšak podle dat Českého statistického úřadu v roce 2023 sledovalo online video obsah 71 % jedinců starších 16 let, což činí mírný nárůst oproti roku 2021. Zjištěné způsoby sledování naznačují i značnou rozptýlenost ve způsobu sledování online video obsahu. Obsah na platformách zaměřených na sdílení konzumovalo 64 % lidí starších 16 let, zatímco placené streamovací služby využívalo 35 % populace a 41 % diváků sledovalo pořady na webových stránkách poskytovatelů obsahu (ČSÚ, 2023).

**Graf 1: Osoby v ČR sledující videa a pořady online, 2023**



Poznámka:

1) Podíl z celkového počtu osob v dané socio-demografické skupině

Zdroj: Český statistický úřad, 2023, vlastní zpracování

## 1.2 Streamovací služby

Jak již bylo zmíněno v předchozí kapitole, nástup internetu výrazně změnil způsob, jakým diváci konzumují obsah. Dnes mají diváci možnost sledovat různé typy obsahu na různých platformách, včetně služeb pro video obsah na vyžádání, mimo tradiční televizi. Služba videa na vyžádání (VOD – video on demand) představuje interaktivní systém, který uživatelům umožňuje vybírat, ukládat a stahovat požadovaný audiovizuální obsah kdykoliv a z jakéhokoliv zařízení (Reisa a Irwansyah, 2021, s. 121). Tento obsah může zahrnovat filmy, televizní seriály, reality show a streamovaná videa. Uživatelé mají současně plnou kontrolu nad tím, co chtějí sledovat, a to nejen z hlediska obsahu, ale také ve smyslu manipulace s přehráváním. Cabrera Blázquez a kol. (2016, s. 24) zdůrazňují, že VOD umožňuje uživatelům kontrolu nad tím, zda chtějí obsah pozastavit, přeskočit nebo přetočit, což přispívá k vnímané uživatelské přívětivosti (Menon, 2021, s. 6).

### 1.2.1 Kategorizace VOD služeb

Video on demand (VOD) umožňuje divákům sledovat obsah dle vlastních preferencí a kdykoliv. Existuje několik typů VOD, jak uvádějí Fontaine a Simone (2017), Jang a kol. (2021) a Grece (2021), kteří klasifikují tři základní druhy VOD podle způsobů platby.

Prvním klasifikovaným typem je TVOD, což je zkratka pro Transactional Video on Demand. Tento model je charakterizován možností, že uživatelé platí za jednotlivé filmy nebo televizní pořady, které si buď na omezenou dobu vypůjčují, nebo stahují (Fontaine a Simone, 2017, s. 9). Za každý vybraný obsah platí uživatelé samostatně, obvykle jednorázově. TVOD je ideální pro ty, kteří si přejí sledovat konkrétní film nebo seriál jednorázově, aniž by se zavázali k pravidelným platbám za celé předplatné služby. Uživatelé mají přístup k videotéce při výběru, ale pro samotné sledování konkrétního titulu je nutné zaplatit (Grece, 2021). Příklady služeb TVOD zahrnují platformy jako je O2TV, iTunes nebo Google Play, kde uživatelé mají možnost využívat tento model pro individuální sledování filmů či seriálů bez závazků k předplatnému. Tato služba tak umožňuje uživatelům vybrat si obsah a zaplatit pouze za to, co si přejí vidět, což odráží podobnost s tradičním konceptem půjčovny, ale v digitálním prostředí.

Advertising-based Video on Demand, zkráceně AVOD, představuje druhý klasifikovaný typ služby na vyžádání. Tento model poskytuje uživatelům obsah zdarma a jeho financování je zajištěno prostřednictvím reklamních spotů. Hlavním zdrojem příjmů pro poskytovatele AVOD je tedy inzerce, která se vkládá do videí ve formě krátkých

reklamních bloků (Fontaine a Simone, 2017; Grece, 2021). Díky nim si poskytovatelé AVOD generují finanční prostředky za každého diváka, který sleduje jejich obsah a je vystaven reklamě, obdobně jako u komerční televize (Jang a kol., 2021, s. 2). AVOD je tak ideální pro uživatele, kteří preferují sledování videa zdarma a nevdí jim reklamy. Mezi příklady tuzemských služeb AVOD patří české platformy jako je Stream, Fameplay.tv (dříve známá jako Mall.TV) nebo zahraniční YouTube. Od roku 2019 je v Česku k dispozici také služba YouTube Premium, která umožňuje sledování obsahu s absencí reklam (Polák, 2019).

Posledním, pro tuto práci stěžejním, je typ SVOD, neboli Subscription Video on Demand. Tento model odkazuje na službu s pevnou sazbou, za kterou předplatitelé platí měsíční poplatek. Předplatitelé mohou sledovat různé filmy nebo jiný video obsah bez omezení a bez nutnosti platit za každý sledovaný titul zvlášť (Jang a kol., 2021, s. 2). SVOD služby konkurují nejen tradičnímu televiznímu vysílání. S ohledem na rostoucí počet těchto služeb na českém trhu soutěží i mezi sebou. Tyto služby investují do vlastního exkluzivního prémiového obsahu, který není dostupný jinde, aby udržely své předplatitele (Fontaine a Simone, 2017, s.10). Kromě seriálů, filmů a dokumentů z vlastní produkce, SVOD služby získávají práva i k obsahu od jiných tvůrců na dobu, po kterou mají licenci k jeho vysílání. Uživatelé mohou tento obsah streamovat podle svého vlastního časového harmonogramu a na různých zařízeních, jako jsou chytré telefony, tablety, počítače nebo televizory s připojením k internetu (Menon, 2022, s. 2). Fontaine a Simone zdůrazňují (2017, s. 10), že na SVOD lze nahlížet také jako na specifický typ placené televize, který uživatelům poskytuje přístup k širokému rozsahu obsahu, podobně jako placené televizní kanály, jež nabízejí možnosti pro sledování zpětně.

Moore (2021) navíc rozlišuje další kategorie VOD, konkrétně PVOD a BVOD, přičemž BVOD je zmíněno i v práci Grece (2021). PVOD (Premium Video on Demand) umožňuje přístup k exkluzivnímu obsahu, jako jsou nové filmy nebo vybrané pořady, za zvláštní poplatek obvykle brzy po jejich uvedení. BVOD (Broadcast Video on Demand) je podobný AVOD nebo SVOD, ale obsah pochází od tradičních televizních vysílatelů a může být dostupný uživatelům zdarma online, protože je obvykle financovaný z příjmů plynoucích z reklamy (Moore, 2021; Grece 2021).

### **1.2.2 Představení vybraných SVOD platforem**

V této podkapitole budou stručně představeny vybrané platformy, které jsou dostupné v České republice. Hlavní zaměření bude na jejich klíčové vlastnosti, cenu předplatného

a nabízený obsah, který tyto platformy využívají k oslovení českého publika, přičemž výběr těchto platform bude vycházet z průzkumu společnosti Atmedia (2023). Podle tohoto průzkumu sleduje v Česku alespoň jednu placenou VOD službu minimálně několikrát měsíčně 43 % osob ve věku 15–69 let, což představuje 2,8 milionu lidí. S rostoucím množstvím streamovacích služeb mají diváci na výběr také větší množství obsahu, a jednotlivé služby tak mohou kombinovat. V průměru připadají na jednoho uživatele dvě VOD služby. Streamovacím službám roste konkurence, snaží se oslovovat stále nové předplatitele a obsah přizpůsobovat místnímu trhu. Nejoblíbenější platformou v České republice je Netflix, následovaný HBO Max a Voyo. Na čtvrtém místě se umístil Disney+ a mezi pěti nejoblíbenějšími VOD službami je i lokální platforma Prima+ (Atmedia, 2023).

Různé streamovací platformy, včetně Netflixu, Disney+, HBO Max a Voyo, sdílejí některé klíčové vlastnosti a strategie, které využívají k oslovování českého publika. Všechny tyto platformy se snaží poskytovat lokalizovaný obsah pro místní publikum. To zahrnuje české titulky nebo dabing, aby byl obsah snadno přístupný a přitažlivý pro české diváky. Dále nabízejí uživatelsky přívětivé rozhraní, které umožňuje jednoduché procházení nabídky, personalizovaná doporučení a snadný přístup k obsahu. Marketingové strategie těchto platform se opírají o cílení na sociálních sítích a spolupráci s místními subjekty, které využívají pro zvýšení povědomí o svém obsahu a službách. Zatímco žánrově se filmy, seriály a dokumenty mohou v určité míře překrývat, každá platforma má svou vlastní specifickou nabídku obsahu. Například Disney+ se zaměřuje na obsah pro celou rodinu a děti, přičemž nabízí širokou škálu pohádek a animovaných filmů. Ostatní platformy se spíše zaměřují na různorodé žánry a specifické obsahy pro dospělé diváky. S cílem pomoci divákům při výběru VOD obsahu vznikla služba JustWatch, která umožňuje zjistit, kde nalézt konkrétní obsah nebo jakou nabídku mají jednotliví poskytovatelé (JustWatch, 2023). Tato platforma přináší uživatelům přehled o dostupnosti obsahu na různých VOD službách, což usnadňuje orientaci a výběr obsahu z rozsáhlé nabídky poskytovatelů VOD obsahu v České republice.

### **1.2.2.1 Netflix**

Rozšíření Netflixu v Evropě zásadně ovlivnilo digitální prostředí. Masivní investice společnosti do propagace výrazně zvýšily povědomí mezi spotřebiteli (Fontaine a Simone, 2017, s. 9). Podle McDonalda (2016, s. 111) navíc Netflix výrazně ovlivnil způsob, jakým publikum konzumuje média a Netflixem inspirovaný model on-demand obsahu začali přijímat i další poskytovatelé. Na český trh vstoupil Netflix již v roce 2016 v původní

jazykové podobě, k lokalizaci jeho prostředí ale došlo až na podzim roku 2019 (Polák, 2021). Společnost od svého založení v roce 1997 prošla několika přeměnami. Začínala jako půjčovna DVD doručující DVD přímo k zákazníkům, následně se stala první online videopůjčovnou a prodejnou, která doporučovala filmy na základě hodnocení sledovaného obsahu, až ke své současné podobě. Streamování začalo v roce 2007, čímž diváci mohli sledovat obsah v reálném čase (McDonald, 2016, s. 34). Poté se expanze do dalších zemí stala realitou a společnost začala rozšiřovat své působení mimo území Ameriky. Od roku 2010 bylo možné sledovat obsah i na mobilních zařízeních a v roce 2016 začal Netflix umožňovat stahování obsahu pro offline sledování (McDonald, 2016, s. 213). V roce 2017 začal Netflix produkovat vlastní obsah a později také experimentovat s různými typy obsahu. Mezi produkované seriály patří například oceňovaný titul *The Crown*, ale ve videotéce Netflixu lze nalézt celou řadu dalších seriálů a filmů. V současnosti společnost nabízí i interaktivní formáty, které umožňují divákům ovládat průběh příběhu a připomínají prvky z herního prostředí. Kromě toho Netflix expanduje do různých mediálních sfér a nabízí také hry dostupné na mobilních zařízeních (Netflix, 2023).

V prosinci roku 2023 měl Netflix přes 247 milionů předplatitelů po celém světě (Stoll, 2023a). Českým divákům nabízí několik cenových tarifů v rozmezí 199–319 Kč. Jednotlivé tarify umožňují streamování na určitém počtu zařízeních a diváci si mohou připlatit za vyšší kvalitu videa (Netflix, 2023). Dříve také bylo možné využívat bezplatné zkušební období na měsíc, to už v současnosti ale nelze. V roce 2023 společnost oznámila opatření proti sdílení hesel k jednotlivým účtům a předplatitelé mají povinnost nastavit svou hlavní domácnost, ke které patří všechna používaná zařízení s tímto účtem. Přístup mimo nastavenou domácnost je zpoplatněn a předplatitelé balíčků Standard a Premium mají možnost zřídit přidružené účty navíc za poplatek 79 Kč za každý přístup (Zoulová, 2023). Základní verze tuto možnost nenabízí. Zakročení proti sdílení hesel oznámil i Disney+, který si od tohoto kroku po vzoru Netflixu slibuje nárůst předplatitelů (Hloušková, 2023).

#### **1.2.2.2 HBO Max**

HBO Max vstoupilo na český trh v březnu 2022, nahradilo původní HBO Go a zahájilo vysílání současně v patnácti zemích. Tuto platformu vlastní společnost Warner Brothers, která provozuje kromě televize HBO také streamovací službu Discovery+. Platforma HBO Max patří dlouhodobě v Česku mezi oblíbené zahraniční služby a často se umisťuje v žebříčcích oblíbenosti těsně za Netflixem. HBO Max disponuje vlastním exkluzivním obsahem, produkuje vlastní seriály a filmy. Filmy z produkce HBO, Cartoon Network, DC,

Max Originals nebo Warner Bros jsou zde dostupné obvykle krátce po jejich uvedení v kinech. Mezi nabízený obsah patří například film Duna, seriál Hra o trůny a mnoho dalšího. Ke konci roku 2023 měly streamovací služby HBO Max, HBO a Discovery+ dohromady 95,1 milionu předplatitelů po celém světě (Stoll, 2023b). Předplatné HBO Max se dlouhodobě drží ve výši 199 Kč měsíčně a 1 590 Kč ročně (HBO Max, 2023). Pouze při uvedení služby došlo k mírnému a krátkodobému snížení ceny předplatného, kdy v březnu 2022 byla akční nabídka na předplatné ve výši 33 % slevy ze základní ceny (Jetmar, 2022). Kromě toho existuje možnost přístupu k obsahu prostřednictvím třetích stran, jako jsou mobilní operátoři O2, Vodafone nebo T-Mobile, kteří nabízejí HBO Max v rámci svých balíčků služeb. Plány na období po roce 2024 zahrnují nahrazení stávajícího HBO Max novou službou Max, která bude sdružovat jak stávající HBO Max, tak i Discovery+ (Rožánek, 2023). Tento krok má za cíl sjednotit obě služby pod jednou záštitou a poskytovat uživatelům obsah na jednom místě.

### **1.2.2.3 Disney +**

Služba Disney+ vstoupila na český trh v polovině června 2022 a od té doby nabízí divákům exkluzivní obsah a filmy ze svých vlastních studií. Mezi tímto obsahem se nachází široká škála produkcí od Marvelu, Star Wars, Pixar a samozřejmě klasické Disney pohádky, které oslovují různé generace diváků. V prosinci 2023 došlo u Disney+ ke zvýšení cen předplatného, což bylo překvapivé vzhledem k předchozí snaze lákat uživatele na nižší ceny ve srovnání s konkurencí. Například při zahájení svého provozu nabízelo Disney+ uživatelům službu na měsíc za pouhých 49 Kč v rámci Disney dnů, což byla akce oslavující společnost Disney a platila v září 2022 po dobu tří měsíců (Mediaguru, 2023). Nová měsíční cena předplatného činí 239 Kč, což je nárůst oproti 199 Kč, což byla původní neakční cena. Roční předplatné se zvýšilo na 2 390 Kč (Disney, 2023). I když společnost Disney nabízí možnost levnějšího předplatného s reklamami, tato alternativa zatím není pro české diváky dostupná. Celosvětově má Disney+ více než 150,2 milionu předplatitelů (The Walt Disney Company, 2023). V roce 2024 se očekává, že Disney dokončí odkup zbývajících podílů streamovací služby Hulu, s níž již dříve spolupracovalo, a stane se jejím úplným vlastníkem (Barnes, 2023). Existuje možnost, že Disney přidá službu Hulu do své nabídky streamovacích platform nebo se rozhodne sloučit všechny své služby do jedné platformy. Pravděpodobnějším scénářem se ale zdá být integrace služeb do jednoho prostředí, což by



mohlo posílit nabídku obsahu a zlepšit uživatelský zážitek pro diváky.

#### **1.2.2.4 Další streamovací služby**

Podle výzkumu společnosti Atmedia z roku 2023 se do žebříčku pěti nejoblíbenějších SVOD platforem v Česku řadí i lokální platformy Voyo a Prima+. Voyo vzniklo v roce 2014 a je podporováno televizí Nova. Spolupráce mezi mateřskou televizí a Voyem zahrnuje exkluzivní obsah a díly, které jsou na Voyo dostupné s předstihem. Na Voyo se přesunul například seriál Ordinace v růžové zahradě, který byl dříve vysílán v hlavním vysílacím čase na Nově (Voyo, 2023). Na začátku roku 2023 dosáhlo Voyo půl milionu předplatitelů v Česku a na Slovensku (Konrád, 2023). Konkurenční služba Prima+ vznikla na začátku roku 2023 a stojí za ní FTV Prima. Funguje podobně jako Voyo, umožňuje sledování určitého obsahu před jeho vysíláním v televizi a nabízí některý obsah exkluzivně za poplatek, oproti Voyo je ale část pořadů archivovaná a přístupná zdarma po přihlášení s reklamami. Zásadní rozdíl mezi oběma službami spočívá v ceně předplatného. Zatímco za Voyo diváci platí měsíčně 159 Kč, za Prima+ je částka pouze 99 Kč měsíčně (FTV Prima, 2023).

Na českém trhu se kromě zmíněných tří zahraničních platforem objevují i další streamovací služby, jako například Amazon Prime Video a Apple TV+. Amazon Prime, který vlastní společnost Amazon, vstoupil na český trh v červnu 2021 a udržuje cenu svého předplatného na 79 Kč za měsíc (Amazon, 2023). V jeho nabídce najdeme například sérii Pán prstenů: Prsteny moci. Apple TV+ je streamovací služba, která oslovuje české diváky od listopadu 2019 a nabízí své předplatné za cenu 199 Kč. Zajímavá výhoda této služby spočívá v tom, že majitelé zařízení Apple, kteří si tuto službu aktivují po zakoupení nového zařízení, získají možnost využívat Apple TV+ zdarma po dobu tří měsíců (Apple Inc., 2023). Kromě amerických SVOD platforem působí na českém trhu i evropské služby, jako je SkyShowtime, která je vlastněna společnostmi Comcast a Paramount Global, a francouzská Canal+. Canal+ nabízí přístup k filmům, seriálům, utkáním Premier League a živému vysílání některých filmových stanic Canal+ za cenu 189 Kč měsíčně (Canal+, 2023). SkyShowtime disponuje ve své videotéce obsahem od společností jako Paramount, Universal, Dreamworks a dalších přidružených značek, a to za cenu měsíčního předplatného, která je o 10 Kč vyšší než u Canal+. Až do dubna 2023 lákala společnost nové předplatitele na doživotní poloviční cenu ve výši 89 Kč, avšak toto cenové zvýhodnění platilo pouze do doby zrušení předplatného (Václavík, 2023). Zároveň nebylo jasné, zda se

cena služby nebude v budoucnu měnit.

Z tabulky níže vyplývá, že nejvyšší cenu základního měsíčního předplatného má po svém zdražení Disney+, naopak nejnižší Amazon Prime Video. Některé platformy nabízejí více tarifů předplatného, kromě měsíčního je tak možné ve výhodnější akci ušetřit na ročním předplatném.

**Tabulka 1: Srovnání cen předplatného vybraných služeb v ČR k 20.12.2023**

| Název SVOD         | Cena předplatného za měsíc <sup>2</sup> | Cena předplatného za rok |
|--------------------|---|--------------------------|
| Netflix            | 199 Kč                                  | x                        |
| HBO Max            | 199 Kč                                  | 1 590 Kč                 |
| Voyo               | 159 Kč                                  | x                        |
| Disney+            | 239 Kč                                  | 2 390 Kč                 |
| Prima+             | 99 Kč                                   | x                        |
| Amazon Prime Video | 79 Kč                                   | x                        |
| Apple TV+          | 199 Kč                                  | x                        |
| SkyShowtime        | 179 Kč                                  | 1 429 Kč                 |
| Canal+             | 189 Kč                                  | 1 890 Kč                 |

**Zdroj: autorka**

---

<sup>2</sup> Uvedené ceny měsíčního předplatného jsou pro základní tarify. Netflix a Prima+ mají různé tarify předplatných. U Netflixu se ceny pohybují od 199 do 319 Kč za měsíc v závislosti na počtu zařízení a kvalitě rozlišení videa v tarifu. Prima+ nabízí zpoplatněné tarify (99-149 Kč) a také bezplatný tarif umožňující pouze přehrávání již odvysílaných pořadů s reklamami, bez přístupu k exkluzivnímu obsahu.

### **1.3 Teorie užití a uspokojení**

V rámci behaviorálního přístupu ke zkoumání účinků médií ve 40. letech minulého století se někteří autoři snažili upozornit na to, že je důležité porozumět tomu, proč lidé používají určité typy médií, jaké potřeby mají k jejich užívání a jaká uspokojení získávají z jejich užívání. Přišli proto s teorií užití a uspokojení (uses and gratification theory), která se snaží na tyto otázky nalézt odpověď. Základní myšlenkou této teorie je, že publikum samo iniciuje používání médií a prostřednictvím něho usiluje o uspokojení svých vlastních potřeb (Katz a kol., 1973). Teorie stojí v kontrastu s původním modelem jednosměrné komunikace, kdy média samotná ovlivňovala pouze pasivní příjemce obsahu. Myšlenka volby médií v závislosti na individuálních přáních a potřebách úzce souvisí s konceptem aktivního publika. Teorie užití a uspokojení vnímá uživatele jako aktivní subjekty, kteří mají kontrolu nad svou konzumací médií (Rubin, 2009, s. 165). Počátkem 70. let se teorie užití a uspokojení stala mezi výzkumníky populární a ukázalo se, že členové publika volí média s určitým záměrem a jejich rozhodování je subjektivní (Sundar a Limperos, 2013, s. 506). Rubin (2009, s. 174) odkazuje na užití a uspokojení jako na koncept, kdy lidé úmyslně vyhledávají formáty a obsah médií, které odpovídají jejich potřebám.

#### **1.3.1 Aktivní publikum**

Lazarsfeld, Berelson a Gaudetová předznamovali koncepci aktivního zapojení publika do komunikačního procesu svou studií *The People's Choice*, která se zaměřovala na rozhodování voličů v prezidentských volbách. Jejich model dvoustupňového toku komunikace nezpřístupňoval veškerá sdělení všem. Sdělení se nejprve dostávala k aktivnějším členům publika, kteří sdělení vybírali, zpracovávali a dále šířili. Tito jedinci, označovaní jako názoroví vůdci (opinion leaders), se stávali klíčovými šířiteli informací a sdělení ve svém okolí (Lazarsfeld a kol., 1968). I když další výzkumy neprokázaly jednoznačnou existenci názorových vůdců (Kunczik, 1995, s. 191), publikum stále projevovalo aktivní zapojení při zacházení s mediálními sděleními. Jednotliví členové publika tak měli možnost volby mezi různými médii, obsahy a interpretacemi a mohli s nimi svobodně nakládat. Tato myšlenka dvoustupňového toku komunikace podnítila zájem odborníků, kteří začali zkoumat motivace uživatelů, jejich chování a vnitřní vztahy v rámci publika. Jedním z hlavních přístupů k pochopení aktivní role publika vůči médiím je právě teorie užití a uspokojení (Jirák a Köpplová, 2007, s. 105).

Levy a Windahl (1984) tvrdili, že aktivita publika je nejlépe koncipována jako

proměnlivý konstrukt, protože publikum vykazuje různé druhy a stupně aktivity. Autoři společně identifikovali několik verzí aktivity: selektivitu, zaujetí a využití. Každá z těchto forem je propojena s časovým průběhem sledování médií: před sledováním (při přípravě a výběru obsahu), během sledování a po expozici médiím (po zhlédnutí obsahu). Na zmíněnou autorskou dvojici navázal Frank Biocca (2016), který rozlišil pět základních druhů aktivity:

1. selektivitu,
2. utilitarismus,
3. intencionalitu,
4. kritický odstup,
5. vztaženost.

První zmíněný druh aktivity odkazuje ke skutečnosti, že publikum si vybírá, a to jak z hlediska konzumovaných médií, tak i obsahu. Jednotlivci se liší v tom, nakolik jsou si ochotni z mediální nabídky vybírat. Utilitarismus vychází z předpokladu teorie užití a uspokojení, tedy, že se publikum řídí svými dosavadními zkušenostmi, a že média a jejich sdělení vybírá ve snaze uspokojit své vlastní potřeby. Intencionalita značí schopnost publika jednat záměrně. Publikum tedy jedná a přijatá sdělení zpracovává tak, aby korespondovala s jeho vlastními představami o světě. Podobně uvažuje i Stuart Hall v rámci teorie kódování a dekódování, což je další z přístupů k interpretaci aktivního publika k médiím. Kritický odstup odkazuje na schopnost odolávat tlaku podavatelů sdělení nebo manipulaci. Posledním druhem aktivity je vztažení, kdy je publikum pohlceno mediálními obsahy (Biocca, 2016, s. 53-54). Podle Bioccy (2016, s. 73) je publikum ale také kritické a interaktivní a dokáže sdělení kriticky hodnotit. Aktivní zůstává nejen vůči sdělení, ale i ke komunikaci jako celku.

### **1.3.2 Představení teoretického rámce**

Mediální teoretik a sociolog Elihu Katz byl jedním z prvních autorů, který popsal teorii užití a uspokojení a inicioval zájem ostatních výzkumníků zjistit, proč lidé ve skutečnosti používají média (Severin a Tankard, 1979, s. 300). Vědecký zájem se od počátků soustředil na vliv médií na publikum. Ovšem pozornost se postupně přesunula od účinků k samotným uživatelům médií a jejich chování. Berelson a Herzog už ve 40. letech zkoumali, proč lidé volí určitá média, a zda poslech rádia či čtení novin přináší nějaké uspokojení (Jirák

a Köpplová, 2007, s. 105). O několik let později se znovuobjevily původní myšlenky a zaměření na uživatele médií nabralo na významu především v 60. letech minulého století, kdy se začala formovat oblast kulturních studií. Tato disciplína se stala hnací silou pro přístup založený na etnografii, což reflektovalo vzrůstající zájem o kvalitativní výzkum a zkoumání způsobů, jakými lidé přijímají mediální sdělení.

V 70. letech došlo k výraznému rozpracování teorie užití a uspokojení. Blumler a kol. (1972) formulovali čtyři hlavní kategorie potřeb, které mohou média uspokojit: rozptýlení, podporu osobních vztahů, podporu vědomí vlastní totožnosti a kontrolu nebo potvrzení vlastních úsudků o světě. Katz a kol. (1973) rozdělili teorii užití a uspokojení do pěti kategorií potřeb:

- A. Kognitivní potřeba – jednotlivec se snaží vyhledávat informace.
- B. Afektivní potřeba – je spojena s touhou po emocionální stimulaci.
- C. Potřeba osobní identity – souvisí se sebezprezentací a socializací.
- D. Sociální interakce a integrace – korespondují s potřebou pocitu příslušnosti a propojení.
- E. Potřeba uvolnění napětí – zahrnuje aspekty únikového chování.

Rosengren (1974) navrhl, že publikum používá média pro konkrétní potřeby spojené s osobními charakteristikami a sociálním prostředím jedince. Blumler a Katz (1974) tento názor sdílejí, potřeby podle nich vyvěrají z kulturního a sociálního prostředí, ze kterého lidé pochází. Podle Katze a kol. (1973, s. 510) se teorie užití a uspokojení zaměřuje na to, jak naše potřeby formují očekávání od médií nebo jiných zdrojů. Tato očekávání následně ovlivňují četnost a způsob, jakým využíváme média, což může vést k uspokojení našich potřeb. V současné době teorie užití a uspokojení zdůrazňuje aktivní úlohu publika a výsledky výzkumů ukazují, že uživatelé jsou si více vědomi důvodů, proč si vybírají konkrétní média (Menon, 2021, s. 2). Kasirye (2022) rozvíjí tyto předpoklady, média podle něj ovlivňují chování prostřednictvím psychologických faktorů a jejich užívání je zaměřeno na určité cíle nebo potřeby. Výběr konkrétního média vychází z předpokladu, že uspokojí specifické potřeby uživatele. Média soutěží s jinými formami komunikace, a ačkoliv lidé mají vždy kontrolu nad médii, jsou jimi zároveň ovlivňováni (Kasirye, 2022, s. 1-2).

Od svého představení byla teorie nejen revidována, ale stala se i terčem kritiky ze strany řady výzkumníků. Diskutuje se o tom, zda je užití a uspokojení obecnou teorií komunikace, nebo rámcem složeným z několika teorií. Swanson (1979) tvrdí, že nahlížení

na užití a uspokojení jako na rámec teorií vede k pojmovým nejasnostem a nesrovnalostem, zatímco Blumler (1972) navrhuje, aby se k pojmu přistupovalo nejlépe jako k zastřešujícímu konceptu zahrnujícímu několik teorií. Hlavní kritika této teorie spočívá v tom, že lidé nemusí znát všechny své potřeby a uspokojení, protože některé se objevují až při užívání mediálních platforem. Teorie se soustředí na individuální výběr obsahu v médiích, avšak opomíjí dopady, které může tento obsah mít na lidskou mysl, pokud se na něj nepohlíží objektivněji (Elliot, 1974, s. 253).

### **1.3.3 Teorie užití a uspokojení v kontextu streamovacích služeb**

Zájem vědců o studium publika v digitální éře je zásadní, jak zdůrazňuje Gray (2017), který apeluje na důležitost zkoumání publika v současném prostředí. Teorie užití a uspokojení se v průběhu posledních šedesáti let osvědčila jako efektivní nástroj k pochopení motivací, proč lidé využívají různá média, jako jsou noviny, rozhlas, televize a internet (Menon, 2022, s. 2). S nástupem streamovacích platforem se výzkum začal zaměřovat na to, jakým způsobem tato teorie vysvětluje motivace a uspokojení spojené s používáním těchto nových služeb a jak se liší od motivací při sledování tradiční televize. Zájem vědců o tuto konkrétní oblast je evidentní. Řada nedávných studií reflektuje tuto zvýšenou pozornost a mnozí autoři zmiňují, že jejich zájem o tuto problematiku vzrostl v souvislosti s významným nárůstem publika využívajícího streamovací služby po pandemii (Sahu a kol., 2021; Menon, 2022; Camilleri a Falzon, 2020).

Nedávné studie naznačují, že nové technologie médií výrazně proměnily sledovací návyky dnešního publika, které často není spokojené s tradičním televizním vysíláním a hledá pohodlnější způsoby přístupu k obsahu (Camilleri a Falzon, 2020; Sahu a kol., 2021). Sundar a Limperos (2013, s. 521) argumentují, že „*technologické inovace otevřely nové možnosti, jež následně podpořily vznik nových potřeb uživatelů*“. Sahu a kol. (2021, s. 9) zjistili, že ačkoliv důvody a motivace pro sledování SVOD mohou být podobné tradiční televizi, u televize je vyšší potřeba po informacích a diváci jako nejsilnější faktory pro sledování streamovacích služeb zmiňují relaxaci, zábavu, pohodlí a jednoduchost použití, což znamená, že tito uživatelé se chtějí uvolnit a rychle a snadno najít obsah ke sledování. Ve svém výzkumu Sahu a kol. (2021) vycházeli ze sedmi motivací, a to potřebě po informacích, relaxaci, pohodlí, zábavě, jednoduchosti používání, sociální interakci a finanční stránce média, tedy nákladů na jeho využívání pro uživatele. Camilleri a Falzon (2020) v jejich studii odhalili některé podobné motivace a uspokojení uživatelů

streamovacích služeb. Tyto motivace zahrnovaly: potřebu zpestření volného času, získání emocionálního uspokojení, možnost relaxace, potřebu informací, zábavu a potěšení a udržení spojení s rodinou a přáteli. Vanattenhoven a Geerts (2015) navíc také zmiňují motivaci spojenou s nostalgií.

Ve studii Menona (2022) byly identifikovány tři nové potřeby spojené s využíváním streamovacích platform. Mezi tyto nové motivace patří binge-watching<sup>3</sup>, pohodlná navigace a voyeurismus, zejména v souvislosti se sledováním reality show. Některé studie se zaměřují výhradně na binge-watching a snaží se pochopit důvody, proč diváci sledují najednou větší množství obsahu. Steiner a Xu (2021) identifikovali pět motivací binge-watchingu: dohánění sledování, relaxaci, pocit dokončení, kulturní začlenění a zlepšený zážitek ze sledování. Podle zjištění Reisy a Irwansyaha (2021), kteří též využili teorii užití a uspokojení v kontextu binge-watchingu, lidé využívají streamovací platformy k dosažení rovnováhy mezi pozitivními a negativními emocemi tím, že hledají nové a zajímavé zážitky. Diváci se ve zkoumaném vzorku také snažili nalézt obsahy na streamovacích platformách s cílem úplně se ponořit do příběhu a navázat spojení s ostatními.

---

<sup>3</sup> Binge-watching je anglický výraz, který se dá do češtiny volně přeložit jako nárazové nebo maratonové sledování, a protože se jedná o relativně nový trend, nemá pevně ukotvenou definici (Merikivi a kol., 2020). Pro účely této práce ponechává autorka výraz v originálním znění.

## 1.4 Mediální chování generace Z

Generace Z představuje nejen skupinu mladých lidí, ale také nositele změn v mediálním chování a spotřebě obsahu. Jejich formování je zásadní nejen pro přítomnost, ale i pro budoucnost médií a způsob, jakým jsou informace konzumovány. Abychom porozuměli jejich vztahu k médiím, je důležité přiblížit charakteristiky a okolnosti, ve kterých tato generace vyrůstala. V této kapitole budou charakterizována specifika generace Z a definováno bude i její časové rozmezí. Důraz bude také kladen na mediální chování této generace, včetně jejich vztahu ke streamovacím platformám, a na změny ve spotřebě mediálního obsahu.

### 1.4.1 Časové vymezení generace

V průběhu minulého století bylo identifikováno celkem pět generací: generace válečná, generace poválečná (také nazývaná jako baby boomers), generace X, generace Y (mileniálové) a generace Z (Ayten a kol., 2019, s. 1). Označení pomocí písmen se začalo používat až s generací X, která je u nás také známá jako Husákovy děti a narodila se v období mezi roky 1960 a 1980. Časové rozmezí jednotlivých generací se může lišit podle různých autorů, a může se stávat, že časové hranice se mohou překrývat nebo se výrazně lišit. Přesto lze považovat za obecně platné určení časových rámců u generace válečné, která se narodila před začátkem druhé světové války, tedy do konce 30. let, a poválečná generace se řadí do období mezi lety 1940 a 1960.

Po generaci X se začínají různé zdroje v datování mírně rozcházet. Někteří uvádějí období ve formě celých let, jiní zmiňují polovinu daného období nebo konkrétní roky. To platí i u definice generace Z, kde se časové hranice liší. Někteří označují počátek generace Z za 90. léta, například Bačuvčík (2014) uvádí rok 1991 jako začátek této generace, zatímco Katzová a kol. (2021) spolu se Straussem a Howem (1991) a McCridlem (2014) stanovují počátek kolem poloviny 90. let. Dimock (2019) ve spolupráci s Pew Research Center a Merrimanovou (2015) označují rok 1997 jako počátek této generace. Konečné časové ohraničení této zmíněné generace se poté pohybuje kolem roku 2010 v závislosti na různých zdrojích.

Hepp a kol. (2017) a Bolin (2016) se zabývají různými generacemi ve vztahu k médiím, avšak místo pevného ohraničení přicházejí s pojmem mediální generace. Tento koncept odkazuje na skupiny lidí, kteří sdílejí podobné zkušenosti a preference v rámci médií a populární kultury, vycházející z individuální mediální biografie formované



historickými, kulturními, technologickými a sociálními faktory. Mediální generace je rovněž relační a zahrnuje srovnání a kontrast různých generací založených na jejich mediálním chování, vkusech, hodnotách a identitách (Bolin, 2016; Hepp a kol., 2017). Tím, že spojuje lidi napříč různými generacemi, kteří sdílejí podobné zkušenosti s technologiemi a médií, odhaluje společné postoje a vzorce chování v této oblasti, bez ohledu na časové rozpětí, ve kterém jednotlivci vyrůstali či žijí.

### **1.4.2 Charakteristika generace Z**

Podle Dadiće a kol. (2022, s. 11) tvoří generace Z 18 % celosvětové populace a aktivně formuje nejen představu o budoucnosti, ale i její podobu. Zástupci této generace jsou především potomky členů generace X a jsou považováni za vůdčí generaci světa v příštích dvaceti letech. Nejstarší zástupci této generace vstupují na pracovní trh nebo studují na vysokých školách. Během svého života zažili již mnoho změn, vyrůstali v době plné krizí spojených s terorismem a klimatickými změnami a v období celosvětové ekonomické krize po roce 2007 (Merrimanová, 2015, s. 5). Dadić a kol. (2022) popisují tuto generaci jako globální, technologickou, vizuální a sociální a její zástupce označují za nejlépe vzdělané, propojené a sofistikované lidi v historii generací.

Príslušníci generace Z jsou často označováni jako digitální domorodci (digital natives). Termín byl dříve přisuzován mileniálům narozeným po roce 1980 (Prensky, 2001), kteří postupně získávali dovednosti v oblasti počítačové gramotnosti a médií. Nicméně generace Z je první, která vyrůstá s internetem jako nedílnou součástí každodenního života, což se projevuje v jejich chování, jazyku a způsobu myšlení. Na rozdíl od starších generací, které si pamatují rozdíly mezi online a offline světem, pro generaci Z neexistuje život před moderními, výkonnými a propojenými technologiemi (Ayten a kol., 2019, s. 2). Tito mladí lidé od útlého věku používali softwarové nástroje ke čtení, psaní, tvorbě, soutěžení, organizaci a interakci. Technologie se stala neoddělitelnou součástí jejich každodenního života a silně ovlivnila jejich způsob komunikace. Jsou to právě postmileniálové, kteří demonstrují bezprecedentní rychlost, rozsah a hloubku proměny, kterou technologie zavedly do jejich každodenního života (Katzová a kol., 2021, s. 11-12). Samotní zástupci generace Z se vyznačují specifickými rysy, které je odlišují od jejich předchůdců (Stillman, 2017, s. 7-8):

- Jako digitální domorodci mají schopnost vnímat kombinovaně fyzický i virtuální svět, což je patrné v jejich chování.

- Hyper-personalizace, která využívá umělou inteligenci a reálná data pro poskytování obsahu či informací na míru pro jednotlivé uživatele, je jedním z klíčových konceptů, které tuto generaci charakterizují.
- Realistický a promyšlený pohled na život je dalším významným prvkem, který je jim vlastní.
- Pro některé z nich je FOMO, tedy obava z toho, že by mohli zmeškat důležitou událost, běžnou formou sociální úzkosti vyvolanou sociálními médii.
- Dále podporují ekonomiku, která zdůrazňuje prospěch společnosti.
- Sledováním DIY videí mají pocit, že jsou schopni zvládnout téměř cokoli sami.
- S ohledem na práci jsou motivovaní a prokazují větší soutěživost, ale také důraz na soukromí než předchozí generace.

Generace Z je neustále ponořena do digitálního prostředí, kde se snaží efektivně pracovat a zaměřit se na relevantní informace (Katzová a kol., 2021, s. 198). Informace má tato generace na dosah ruky. Stačí pouze využít některé z dostupných zařízení, zadat do vyhledávacího pole internetového prohlížeče dotaz a informace je k dispozici v rámci několika vteřin. Od tištěného slova tato generace pomalu upouští, díky digitalizaci dává přednost čtení na obrazovkách, viditelné je to zejména v konzumaci zpráv (Watson, 2023). U knih není situace jednoznačná, ačkoliv někteří využívají ke čtení čtečky, panuje stále obliba fyzických knih. Tipy ke čtení šíří tato generace i prostřednictvím sociálních sítí, o TikToku se hovoří také jako o Booktoku (Jerasa a Buffone, 2021). Kromě čtení textu se mění také komunikace. Díky moderním technologiím, jako jsou e-maily, textové zprávy a sociální média, udržují příslušníci této generace spojení s mnoha lidmi během jednoho dne, což je značný posun oproti minulosti. Jejich komunikační styl spojuje online a offline světy, často přecházejí plynule z jednoho prostředí do druhého a využívají kromě textu různé formy doprovodných vyjádření, jako jsou memes nebo emoji (Katzová a kol., 2021, s. 196-197). Většina členů této generace pravidelně používá sociální sítě, přičemž nejoblíbenějšími jsou Facebook a Instagram (Schwartzová a kol., 2017, s. 25).

Přesun do online prostředí se týká i zábavy této generace. Laor a Galily (2022) zjistili, že generace Y konzumuje častěji tradiční média, jako jsou noviny a rozhlas, než generace Z. Pro generaci Z jsou noviny považovány za zastaralý a nepraktický způsob získávání informací, proto raději hledá informace spíše na sociálních médiích nebo pomocí svých chytrých mobilních telefonů. Co se týče rozhlasu, generace Z preferuje digitální

platformy, jako jsou aplikace Apple Music nebo Spotify, pro poslech hudby nebo podcastů. Oproti generaci Y, která vnímala televizi jako přirozenou součást života a jako relevantní médium během dětství a mládí, generace Z od sledování tradiční televize upouští. Preferuje nová média, jako jsou například platformy VOD nebo YouTube, a to pro jejich rychlost a okamžitou dostupnost (Laor a Galily, 2022, s. 6-7).

Dimock (2019) tvrdí, že důsledky vyrůstání v technologickém prostředí začínají být zřetelné teprve nyní. Mezi tyto důsledky řadí dramatické změny v chování, postojích a životním stylu, a to jak ty pozitivní, tak i ty negativní. Zatím není jasné, zda se tyto změny stanou trvalými znaky této generace nebo se v průběhu dospívání vytratí, Dimock (2019) proto považuje za zásadní sledovat tuto generaci v průběhu času.

### **1.4.3 Generace Z a VOD platformy**

Generace Z, první skupina vyrůstající v éře digitálních médií, projevuje výrazně odlišné preference při konzumaci obsahu ve srovnání s předchozími generacemi. Z výzkumů provedených v různých zemích vyplývá, že členové této generace běžně tráví čas sledováním obsahu na VOD platformách (Ayten a kol., 2019; Podara a kol., 2021; Dąbrowski a Środa-Murawska, 2022). Konzumace obsahu na těchto platformách se pro generaci Z stala mnohdy každodenní rutinou a poskytovatelé těchto služeb tak získaly své primární publikum. Oproti mileniálům se generace Z více obrací k streamovacím službám, které vnímá jako náhradu za tradiční televizní vysílání nejen jako jeho doplněk (Omukić a kol., 2022, s. 567).

Podara a kol. (2021) v rámci své studie využívají koncept screen culture, do které začleňují uživatele generace Z. Tento koncept odkazuje na kulturu využívání obrazovek, především mobilních zařízení a počítačů, pro konzumaci audiovizuálního obsahu (Podara a kol., 2021, s. 92). Výsledky studie zmíněných autorů naznačují, že přestože mladí diváci dávají přednost streamovacím platformám, stále si cení tradiční televize a atmosféry spojené se společným sledováním, které stojí proti individuální konzumaci obsahů. Motivace mladých diváků je založena na flexibilitě, kterou tato média nabízejí. Sledovat mohou kdykoliv a na různých zařízeních. Zároveň oceňují možnost přizpůsobit si prostředí platformy a využívat různé funkce a vlastnosti dle svých potřeb (Podara a kol., 2021, s. 103-106). Autoři také zdůrazňují význam systémů doporučení, které pomáhají filtrovat tituly, a současně problém spojený s velkým množstvím nabízeného obsahu. Výzkum provedený Vanattenhovenem a Geertsem (2015) zjistil, že určitá část diváků vnímá velké množství

obsahu jako obtěžující, zejména pokud jde o počet různých dostupných služeb. O nekonečné nabídce obsahu a časové náročnosti výběru i sledování hovoří také McDonald (2016), který upozorňuje i na návykovost sledování. Patchová (2018) zkoumala problematiku rozhodování u generace Z, která má podle ní nízkou schopnost soustředit se a zpracovávat velké množství informací. Generace Z podle ní preferuje vizuální obsah a je schopna efektivně zvládat více úkolů najednou, avšak je náchylná k rychlým rozhodnutím a má tendenci k rozptýlené pozornosti. Pro tuto generaci je užitečné, pokud jsou jim na streamovacích platformách poskytovány kategorie, žánry, popisy obsahu, náhledy nebo trailery a přehledné uživatelské rozhraní, které usnadní výběr (Patchová, 2018).

Generace Z sama volí, co, kde, kdy a jak dlouho bude sledovat. Tradiční televizní vysílací harmonogram a zvyklosti sledování nejsou pro generaci Z převažující, protože tato generace neuznává hranice času a prostoru (Ayten a kol., 2019, s. 1). Prime time proto v rámci studií cílených na generaci Z nehraje roli a není zmíněn. Ostatní studie, které necílí jen na určitou generaci, ale uvádí, že diváci nejčastěji sledují VOD obsahy v pozdních večerních hodinách (Rigby a kol., 2018; Tana a kol., 2020; Vanattenhoven a Geerts 2015), a do určité míry tak kopírují prime time televize. Podle Vanattenhovena a Geertse (2015) se tento jev promítá i v preferenci sledování obsahu. V pozdních večerních hodinách diváci sledují obsah, který vyžaduje větší soustředění, jako jsou filmy a seriály. Naopak během dne preferují méně náročný obsah na pozornost, a často jej sledují současně s prováděním jiných činností.

Ayten a kol. (2019) provedli studii zaměřenou na turecký seriál *The Protector*. Hlavním cílem této studie bylo identifikovat klíčové faktory, které ovlivňují preferované způsoby sledování tohoto seriálu mezi příslušníky generace Z. Autoři na základě teorie užití a uspokojení identifikovali několik motivací, které vedly u této generace k pokračujícímu sledování a binge-watchingu: informace, integrace a sociální interakce, osobní důvody a zábava. První ze zmíněných motivací odkazuje k tomu, že se diváci chtěli dozvědět další průběh zápletky, integrace a sociální interakce souvisí s komunikací a propojováním s ostatními diváky. Někteří z diváků také uvedli, že sledovali obsah jednoduše proto, že se jim líbilo obsazení nebo scénář. Poslední motivací bylo trávení volného času (Ayten a kol., 2019, s. 8-10).

Generace Z se k hrazení předplatného poskytovatelům VOD služeb staví poměrně pozitivně, ačkoliv i mezi touto generací je zjevná tendence občas se uchýlit k internetovému pirátství (Macek a Jansová, 2020). Podara a kol. (2021, s. 12) ve své studii identifikovali

nejen aktivní předplatitele služeb, ale také diváky, kteří sdílejí náklady na předplatné s rodinnými příslušníky nebo přáteli. Za některé jedince platili předplatné jejich rodiče. Redondo a Serrano (2023) ale podotýkají, že poskytovatelé VOD služeb na tomto chování, kdy uživatelé platí jen částečně své předplatné, výrazně ztrácejí podstatnou část svých potenciálních příjmů a že monetizace všech skutečných uživatelů představuje komplexní výzvu. Jawaid a kol. (2023) v rámci průzkumu pro společnost IPSOS zjistili, že polovina jejich vzorku sestávajícího se z generace Z, jsou aktivními předplatiteli a hradí si tyto služby sami. Předplatné je řízeno emocionálními faktory a vlivem sociálních vazeb, jako nejčastěji uváděné motivace jsou: exkluzivní obsah, dostupnost, doporučení, sledování bez reklam a sociální trendy (Jawaid a kol., 2023, s. 4-5). Tyto závěry tak do velké míry korespondují i se studií Kurniawana a kol. (2021), kteří zkoumali motivace mileniálů. Dostupnost, exkluzivní obsah a kvalita služeb tak zřejmě nehrají důležitou roli jen u nejmladší divácké generace. Amaliyah a kol. (2021) provedli studii, která ukázala, že generace Z upřednostňuje různorodý, kvalitní a autentický obsah, který nabízí streamovací služby. Jejich výzkum zdůraznil, že volba obsahu a jeho kvalita jsou klíčovými faktory pro uživatele streamovacích platforem a přímo ovlivňují jejich spokojenost. Uživatelé jsou ochotni trávit sledováním více času, pokud mají přístup k preferovanému obsahu. Uživatelé, kteří jsou spokojeni s obsahem, pravděpodobně u služby zůstanou a stanou se jejími věrnými odběrateli. Naopak uživatelé, kteří nejsou schopni naplnit svá očekávání ohledně obsahu, své předplatné zruší a vyzkoušejí jiné služby. Tato generace také bere v úvahu cenu a aktuální společenské trendy. Studie rovněž poukazuje na finanční situaci uživatelů, zejména na skupinu často tvořenou studenty, pro které může být předplatné streamovacích služeb nákladné (Amaliyah a kol., 2021, s. 158-159).

Za zmínku stojí také chování publika během pandemie. Katzová a kol. (2021, s. 1) vyzdvihují období pandemie jako digitální éru, kdy se vlivem restrikcí a omezení všichni uživatelé různých generací stali aktivnějšími. Během doby pandemie také došlo k nárůstu publika využívajícího streamovací služby, což přilákalo pozornost výzkumníků (Sahu a kol., 2021; Menon, 2022; Camilleri a Falzon, 2020). Někteří badatelé se zaměřili na diváky obecně, zatímco jiní se soustředili specificky na generaci Z. Například Ananda a Srinivase (2022) provedli studii zaměřenou na sledovací návyky generace Z v průběhu pandemie v Indii. Zjistili, že více než 70 % respondentů sledovalo streamovací služby a jejich exkluzivní obsah během tohoto období, protože byli doma a měli omezené možnosti zábavy. Hlavním kanálem sledování byla televize, zatímco sledování prostřednictvím počítačů

a laptopů bylo podstatně nižší. Rostoucí zájem generace Z o VOD služby pozorují i autoři Suciati a Putra (2022), kteří zaznamenali, že lidé hledali zábavu a chtěli využít svůj volný čas, protože možnosti venkovních aktivit byly omezené. Ke streamování obsahu používali různá zařízení a mohli objevovat nové filmy a seriály.

## 2. Metodologická část

Tato kapitola je věnována detailnímu popisu metodiky výzkumu, který je zaměřen na provádění kvalitativní analýzy uživatelského chování a praxí generace Z v kontextu streamovacích video platforem. V předchozí teoretické části byly představeny klíčové koncepty a teoretické rámce, na nichž je tento výzkum založen. V této metodologické části budou představeny cíle výzkumu, výzkumné otázky, výběr vzorku a současně bude charakterizován také výzkumný soubor. Podrobně bude popsán průběh celého výzkumu včetně metod, které byly použity pro sběr dat. Reflektovány budou i etické zásady, které byly dodržovány během výzkumu.

### 2.1 Kvalitativní výzkum

Vzhledem k povaze tématu a cílům výzkumu představeným v podkapitole níže byl použit kvalitativní přístup, který umožňuje hlubší porozumění sledovaným jevům. Tento výzkumný přístup se výrazně liší od kvantitativního výzkumu, jehož výsledky jsou získávány prostřednictvím statistických procedur a kvantifikace. Kvalitativní výzkumníci se snaží pochopit smysl, který lidé přikládají svým zkušenostem, postojům a chování (Strauss a Corbinová, 1999, s. 10).

Jedním z často zmiňovaných limitů kvalitativního přístupu je jeho omezená generalizovatelnost. To znamená, že výsledky kvalitativního výzkumu nelze jednoduše přenést na širší populaci nebo jiné situace (Reichel, 2009, str. 41), vzhledem k malé velikosti vzorku a podstatě samotného přístupu. Dalším rizikem kvalitativního přístupu je jeho subjektivita. Výsledky kvalitativního výzkumu mohou být ovlivněny osobními názory, postoji a předsudky výzkumníka, který interpretuje data (Hendl, 2016, s. 49). Proto je důležité být si vědom své pozice ve vztahu ke zkoumanému tématu a reflektovat ji během celého procesu výzkumu.

Kvalitativní výzkum je otevřený objevování nových aspektů a perspektiv sledovaného fenoménu. Jak uvádí Flick (2014, s. 4): „*Kvalitativní výzkum je založen na reflexivním přístupu k sociální realitě, která je konstruována aktéry samotnými.*“ Zároveň se jedná o přístup, který zkoumá konkrétní jev v reálném prostředí a cílem výzkumníka je zachytit jeho podstatu co nejkompexněji včetně dalších aspektů (Reichel, 2009, str. 40). Kvalitativní výzkum tedy není pouze souborem postupů a technik, ale i způsobem, jak přistupujeme k poznávání a zkoumání sociálního světa. Kvalitativní přístup byl zvolen pro tento výzkum z několika důvodů.

Prvním z nich je snaha o hlubší porozumění sledovaných jevů v jejich přirozeném prostředí. Kvalitativní metody nám umožní zachytit komplexnost a rozdílné chování a preference generace Z v souvislosti se streamovacími video platformami. Druhým klíčovým faktorem je flexibilita přístupu k výzkumu. Kvalitativní metody nám dávají možnost reagovat na neočekávané jevy a upravit naši metodiku v reálném čase na základě nově získaných poznatků (Reichel, 2009, s. 41). Tato flexibilita je zásadní pro zkoumání rychle se vyvíjejícího prostředí streamovacích platform. V neposlední řadě kvalitativní výzkum podporuje získávání osobní perspektivy participantů výzkumu (Švaříček a kol., 2014, s. 19), což má klíčový význam pro porozumění subjektivním zkušenostem a postojům generace Z vůči streamovacím video platformám.

## **2.2 Výzkumný problém a cíl výzkumu**

Možnosti, které jsou divákům nabízeny, jsou stále různorodější a obsahují širší spektrum než kdy dříve. S narůstajícím počtem možností pro konzumaci obsahu se nabízí otázka, jaké jsou zvyky a praxe diváků, včetně konkrétních generací. O českých divácích například víme, že v období mezi roky 2019 a 2020 mělo 14 % z nich přístup ke streamovaným seriálům a 19 % k filmům. Údaje z tohoto období také ukazují, že většina obyvatelstva stále dávala přednost sledování filmů a seriálů na tradičních televizních kanálech a že někteří se kromě využívání streamovacích služeb uchýlovali i k nelegálnímu sledování obsahu (Macek a Jansová, 2020). Podle dat Českého statistického úřadu (2023) sledovalo předplacené streamovací video služby v Česku v roce 2023 35 % osob, přičemž 56 % z nich tvořily osoby ve věkovém rozmezí 16–24 let. O divácích z řad generace Z toho ale jinak příliš nevíme, ačkoliv v zahraničí již výzkum v této oblasti probíhá (Ayten a kol., 2019; Podara a kol., 2021).

V minulosti již bylo v České republice realizováno několik výzkumů, které se snažily mapovat streamovací platformy a jejich spotřebitele. Předchozí výzkumy se převážně spoléhaly na kvantitativní metody za použití dotazníkových šetření (Doležal, 2018; Kucserová, 2021), anebo na kombinaci rozhovorů s mediálními odborníky (Měska, 2021). Jiné, ačkoliv kvalitativně zaměřené práce, se za použití jedné metody soustředily pouze na jednu platformu (Rajnohová, 2021). Stále zde tedy existuje výrazná mezera, co se týče komplexní kvalitativní analýzy. Tato práce se v tomto ohledu odlišuje. Místo toho, aby se soustředila pouze na jednu platformu, provádí komplexní kvalitativní analýzu, která využívá více metod a sleduje různé streamovací platformy. Navíc se tato práce se opírá o teorii užití



a uspokojení, neomezuje se tedy pouze na popis chování, ale snaží se hlouběji porozumět tomu, proč generace Z volí určité platformy.

Cílem této diplomové práce je provést kvalitativní analýzu uživatelského chování generace Z na mainstreamových předplacených streamovacích video platformách. Výzkum se pokouší porozumět, jak tato generace konzumuje mediální obsah, jaké má preference, motivace a zvyklosti týkající se streamování na těchto platformách. Cílem práce je také identifikovat faktory, které ovlivňují výběr a používání streamovacích platform generací Z. Dále bude zkoumáno, jak tito mladí lidé integrují streamovací služby do své každodenní konzumace mediálního obsahu.

### **2.3 Výzkumné otázky**

Výzkumné otázky by měly být srozumitelné a pečlivě formulovány s ohledem na konkrétní výzkumný projekt (Brennenová, 2017, s. 20). V kvalitativním výzkumu se obvykle používají výzkumné otázky, nikoli cíle nebo hypotézy. Tyto otázky mají dvě formy: hlavní otázku a související podotázky. Hlavní otázka je poměrně široká otázka, která má za cíl zkoumání ústředního jevu nebo konceptu ve studii. Výzkumník klade tuto otázku v souladu s rozvíjející se metodologií kvalitativního výzkumu jako obecný problém, aby neomezil zkoumání (Creswell, 2014, s. 129).

V tomto případě byly použity celkem dvě ústřední výzkumné otázky a k nim doplňující podotázky, které byly odvozeny z teoretického rámce a literární rešerše. Dle Creswella (2014, s. 130) bychom měli položit jednu nebo dvě hlavní otázky, ale ne více než pět až sedm podotázek. Dvě hlavní výzkumné otázky pomáhají porozumět tématu z různých perspektiv a poskytují flexibilitu při sběru a analýze dat. Navzájem souvisí, aby lépe objasnily různé aspekty tématu.

#### **Hlavní výzkumné otázky:**

1. Jakou roli hrají předplacené streamovací video platformy v každodennosti vybraných zástupců generace Z?
2. Jaké faktory ovlivňují sledovací návyky generace Z?

#### **Vedlejší výzkumné otázky:**

1. Jaké jsou hlavní motivace a preference generace Z při využívání streamovacích video platform a jaké zaujímají místo ve srovnání s jinými způsoby sledování

obsahu?

2. Jakým způsobem si informanti vybírají konkrétní platformy a sledovaný obsah, případně, jaké vnější vlivy na ně působí?

## **2.4 Technika sběru dat**

Techniky sběru dat jsou specifické postupy, skrze které je sociální realita zkoumána a interpretována výzkumníky. Před samotným zahájením jakéhokoli výzkumu je nezbytné pečlivě zvážit volbu vhodných metod. Kvalitativní data často podrobně popisují každodenní život participantů. Dle Hendla (2016, s. 165) je ideální výzkumnou technikou pro sběr dat rozhovor, dotazník nebo technika deníku, pokud nás zajímá, co dělají lidé v soukromí. Tento výzkum je zaměřen na soukromí participantů a způsob, jakým tráví svůj volný čas. Z tohoto důvodu byly pro tento výzkum zvoleny jako hlavní techniky sběru dat polostrukturované rozhovory, které jsou doplněny o deníkové záznamy, po vzoru Rigby a kol. (2018), kteří provedli výzkum zaměřený na diváky streamovacích platforem za využití stejných technik. Rozhovory umožňují výzkumníkovi aktivně komunikovat s účastníky. Deníkové záznamy pak slouží jako doplňkový zdroj dat, který zachycuje detaily související se sledovacími návyky jednotlivých účastníků výzkumu (Rigby a kol., 2018). Současně napomáhají ke triangulaci s cílem získat co nejbohatší data.

### **2.4.1. Rozhovory**

Rozhovory patří k často užívaným metodám sběru dat. Výzkumníci se prostřednictvím kladení otevřených otázek snaží porozumět pohledu členů určitého prostředí nebo specifické sociální skupiny (Švaříček a kol., 2014, s. 159). Rozlišují se dva typy rozhovorů, a to rozhovor polostrukturovaný a rozhovor nestrukturovaný neboli narativní. Polostrukturovaný rozhovor, jak již bylo zmíněno výše, byl zvolen jako hlavní technika sběru dat.

Polostrukturovaný rozhovor vychází z předem připraveného seznamu témat a otázek a je oblíbenou technikou pro svou flexibilitu, dostupnost a pochopitelnost (Galetta, 2013, s. 24). Jeho nejdůležitější část tvoří jádro rozhovoru, které je určitou kostrou pro interakci mezi výzkumníkem a účastníkem výzkumu. Toto jádro může mít různé stupně strukturovanosti, což znamená, že může být více či méně specifikované. To umožňuje výzkumníkovi přizpůsobit se konkrétním potřebám a povaze výzkumu. Kromě tohoto jádra mohou být také přidána doplňující témata, která v průběhu rozhovoru vzniknou spontánně a umožní informantům vyjádřit své názory a zkušenosti v širším kontextu (Miovský, 2006,

s. 160).

Za účelem přípravy na rozhovor bylo vytvořeno jádro rozhovoru, jehož tvorba zahrnovala několik klíčových kroků. Prvním krokem bylo sestavení seznamu témat a jejich příslušných podtémat. Témata byla sestavena po vzoru již realizovaných studií v zahraničí (Ayten a kol., 2019; Podara a kol., 2021), které se zabývaly touto problematikou na základě teoretického rámce teorie užití a uspokojení v souvislosti s generací Z. Následně byly formulovány konkrétní otázky týkající se těchto témat. Výsledné otázky byly následně uspořádány do přehledné tabulky:

**Tabulka 2: Jádro rozhovoru**

| Témata   | Tematický okruh          | Otázky   |
|--|--------------------------|--|
| Představení  | Informant                | Věk, pohlaví, bydliště   |
|  |                          | Obecné otázky na úvod: jak se dnes máte? Jak jste si vedl/vedla při zaznamenání do deníku?   |
| Streamovací služby   | Platformy                | Jaké používáte streamovací služby?   |
|  | Motivace                 | Proč jste se rozhodli pro využívání právě těchto platforem?  |
|  |                          | Jaké jsou vaše hlavní důvody a motivace pro předplacení konkrétní platformy?   |
|  |                          | Jaké spatřujete ve využívání streamovacích platforem výhody např. oproti televiznímu vysílání? Sledujete je případně? Proč ano/ne?   |
|  | Předplatné               | Jaký typ předplatného využíváte? Sdílette své účty s někým dalším?   |
|  |                          | Jaká částka vám přijde adekvátní za služby streamovacích platforem? Kolik měsíčně za tyto služby utratíte?   |
|  |                          | Co by vás motivovalo k předplacení další platformy (např. výhodná akce)? Zaznamenali jste v souvislosti s vaším předplatným nějaké restriktce (např. omezování sdílení hesel u Netflixu)? Pokud ano, jaké a jak se změnilo vaše užívání těchto služeb? |
|  | Obsah                    | Preference   |
| Sledujete někdy nějaké obsahy opakovaně? Pokud ano, kdy a z jakého důvodu? |                          |  |
| Výběr obsahu   |                          | Jak se rozhodujete, co budete sledovat, když máte před sebou rozsáhlou nabídku obsahu na různých streamovacích platformách?  |
|  |                          | Zaměřujete se spíše na platformu nebo na konkrétní obsah, který nabízí?  |
|  |                          | Jak probíhá váš proces rozhodování, co budete na dané platformě sledovat?  |
|  |                          | Jak vnímáte různá doporučení obsahu (algoritmy, recenze...)? Případně, upřednostňujete doporučení od známých (nebo ostatních uživatelů, např. TOP 10 na Netflixu), algoritmické doporučení nebo používáte vyhledávací pole v aplikaci?                 |
| Sledovací rutina   | Frekvence a pravidelnost | Jak sledování různých mediálních obsahů zapadá do vašeho dne? Kdy obsahy sledujete? Pozorujete rozdíly ve sledování v průběhu týdne (všední dny a víkend)?   |
|  |                          | Jak často využíváte streamovací platformy pro sledování obsahu a kolik času tím týdně strávíte?  |
|  | Zařízení                 | Na jakém zařízení sledujete streamovací služby a proč?   |
|  |                          | Používáte i jiná zařízení? Proč ano/ne? Vlastníte chytrou televizi?  |
|  | Vývoj sledovacích        | Jak jste sledovali obsahy předtím, než jste začali využívat streamovací služby? Sledovali jste obsah někdy i nelegální cestou?   |

|  |                             |  |
|--|-----------------------------|--|
|  | návyků                      | Jak se vaše sledovací návyky změnily od doby, co jste je začali používat?  |
|  |                             | Jakým způsobem jste využívali tyto služby během období pandemie covidu-19? Měla situace vliv na to, co jste sledovali a jak často?           |
|  | Regulace                    | Máte někdy tendenci strávit více času sledováním, než jste plánovali? Snažíte se mít nad sledováním a trávením vašeho času nějakou kontrolu? |
|  |                             | Jak často se dopouštíte binge-watchingu – tedy sledování několika epizod nebo filmů za sebou? Vyhovuje vám, že máte více dílů k dispozici?   |
|  |                             | Jak se cítíte ohledně času, který trávíte sledováním obsahu? Cítili jste se někdy provinile kvůli delšímu sledování?                         |
|  | Sociální faktor a prostředí | Sledujete obsah na streamovacích službách spíše sami nebo s někým?   |
|  |                             | Jakým způsobem tato volba ovlivňuje váš výběr obsahu a způsob, jakým se na něj soustředíte?  |
|  |                             | Jak nejčastěji sledujete obsah, upřednostňujete soustředěný zážitek nebo využíváte sledování jako doprovod k jiným činnostem?                |

**Zdroj:** autorka

Na začátku každého rozhovoru byla vyhrazena doba na krátké představení a zahřívací otázky sloužící k vytvoření příjemné atmosféry. Následně byly položeny otázky týkající se jednotlivých témat, která byla postupně probrána. Klíčové otázky, zastávající střední pozici v rámci rozhovoru, byly umístěny do centrální části struktury. Tato struktura sloužila také jako kontrolní prvek pro výzkumnici, aby se zajistilo, že nebudou opomenuty žádné důležité body během rozhovoru. Pokud participant neporozuměl konkrétní otázce, byla otázka přeformulována tak, aby bylo dosaženo jasného porozumění. V případě, že by v průběhu rozhovoru vznikla potřeba diskutovat o dalších tématech, měla výzkumnice flexibilitu pro rozšíření již připravené struktury, avšak to bylo podmíněno aktuálními potřebami a kontextem rozhovoru.

### 2.4.2 Deníkové záznamy

Metoda deníkových záznamů představuje jednu z kvalitativních metod sběru dat, a nachází uplatnění v různých oblastech humanitního výzkumu. Díky ní účastníci pravidelně zaznamenávají své zážitky, pocity a myšlenky do deníku nebo záznamového materiálu. Tyto záznamy jsou následně detailně analyzovány a interpretovány výzkumníkem (Janák, 2018, s. 25). Mezi mnoha dostupnými metodami pro kvalitativní výzkum se metoda deníkových záznamů vyznačuje schopností systematicky zachycovat zkoumané jevy v kontextu a na pravidelné bázi, což umožňuje sledování změn a vývoje v čase (Hyers, 2018, s. 1). Kromě toho, tato metoda nabízí podobnou míru flexibility jako jiné kvalitativní přístupy a může být adaptována tak, aby vyhovovala různým výzkumným otázkám, účastníkům výzkumu a formátům dat.

Deníky jsou často využívány ve výzkumu médií k dokumentaci různých komunikačních aktivit (Vermaasová a Wijngaert, 2005, s. 121–122). Jsou také cenným

nástrojem pro zkoumání sledovacích návyků diváků (Griffen-Foley, 2017; Rigby a kol., 2018) a poskytují důležitý zdroj informací v situacích, kdy výzkumník není přítomen během konkrétní komunikační události. Jejich omezením však může být závislost na paměti informantů, proto je ideální provádět záznamy co nejdříve po sledovaných událostech (Vermaasová & Wijngaert, 2005, s. 122).

Zmiňovaná flexibilní metoda byla využita i jako doplňková technika v rámci tohoto výzkumu. Před samotnými rozhovory byla účastníkům zaslána předpřipravená struktura deníku, která byla záměrně navržena tak, aby byla jednoduchá, přehledná a snadno použitelná. Tento deník měl formu protokolu<sup>4</sup> a měl sloužit k systematickému zaznamenávání sledovacích návyků během dvoutýdenního období a poskytovat detaily a kontext pro sledovací aktivity jednotlivých participantů.

Účastníci byli vyzváni k datování každého sledování a k zaznamenání časového úseku, nebo alespoň denní doby. Důraz byl kladen na podrobný popis toho, co konkrétně bylo sledováno, včetně názvu filmu nebo seriálu, a také na informace o zařízení a platformě, na které byl obsah sledován. Také byla zahrnuta možnost zaznamenat, s kým bylo sledování prováděno. Tato část byla dobrovolná a účastníci měli možnost uvést, zda sledování probíhalo ve společnosti dalších osob, nebo zda byli při sledování sami.

### **Tabulka 3: Struktura deníkových záznamů**

#### **Týden 1:**

Datum a den v týdnu:

Časový úsek (od – do):

Co jste sledovali (typ obsahu a název):

Kde jste to sledovali (platforma/rozhraní):

Jak dlouho jste to sledovali, případně kolik epizod (binge-watching):

S kým jste to sledovali (volitelné):

#### **Týden 2:**

Datum a den v týdnu:

Časový úsek (od – do):

Co jste sledovali (typ obsahu a název):

Kde jste to sledovali (platforma/rozhraní):

---

<sup>4</sup> V anglickém originálu log, slouží k zaznamenávání širokého spektra informací a událostí. Podoba tohoto protokolu může být rozdílná, může se jednat například o tabulku nebo seznam (Sheble & Wildemuth, 2009, s. 4).

|   |
|---|
| Jak dlouho jste to sledovali, případně kolik epizod (binge-watching):<br>S kým jste to sledovali (volitelné): |
|---|

**Zdroj: autorka**

## 2.5 Výzkumný soubor

Informanti byli vybíráni na základě předem stanovených kritérií, použita byla tedy metoda účelového výběru. Prvních pár účastníků bylo osloveno z řad známých autorky výzkumu, později začali tito známí doporučovat další vhodné účastníky. Díky tomu byla využita i metoda sněhové koule, která je charakteristická tím, že oslovení sami poskytují kontakty na další potenciální účastníky a začínají na ně odkazovat (Eger a Egerová, 2022, s. 107).

Vzhledem k charakteru zvoleného kvalitativního výzkumu, který nelze zobecnit na širší populaci, nebyl kladen takový důraz na velikost vzorku. Jak bylo již uvedeno v kapitole o kvalitativním výzkumu, jedním z hlavních cílů bylo získat jedinečné zkušenosti informantů a hloubkově porozumět zkoumaným jevům. V původních tezích bylo stanoveno přibližně 15-20 participantů, ale v kvalitativním výzkumu je obtížné předem přesně určit, kolik jich bude třeba oslovit pro získání všech relevantních informací, aby mohlo dojít k teoretickému nasycení (Reichel, 2009, s. 88). V tomto výzkumu bylo teoretické nasycení dosaženo po provedení 16 rozhovorů. Sběr dat byl tedy ukončen, jakmile se již neobjevovala žádná další témata. Dva z těchto rozhovorů byly prováděny jako pilotní a byly následně hodnoceny jako úspěšné, a proto byly začleněny do výzkumu. Celkem bylo tedy realizováno 16 rozhovorů.

Pro výběr účastníků byla stanovena následující kritéria s cílem pečlivě ohraničit vzorek:

- Informanti musí být **zástupci generace Z**. Výzkum pracuje s vymezením této generace od roku 1997 do roku 2012, což koresponduje s vytyčením Dimocka (2019) ve spolupráci s Pew Research Center. Katz a kol. (2021) určují společně se Straussem a Howem (1991) počátek generace Z jako polovinu 90. let. Polovina 90. let je ale poměrně neurčité označení, některé zdroje zahrnují jedince narozené v roce 1996 ještě do generace mileniálů (Carlson, 2005; Seemiller a Graceová, 2019).
- Informanti museli být identifikováni jako **diváci streamovacích platform**, tedy osoby, které sledují obsah na těchto platformách.
- Informanti museli **současně využívat alespoň jednu streamovací video službu**, což zajišťovalo, že mají praktické zkušenosti s danými platformami.

- Aby bylo dosaženo důkladného porozumění a hloubkového zkoumání sledovaných jevů, informanti museli být **aktivními předplatiteli této služby**, což znamená, že nejen sledovali obsah, ale také platili za prémiový přístup k obsahu.

Tato kombinace kritérií měla za cíl zajistit, že vybraní informanti budou reprezentovat specifickou generaci Z s konkrétními zkušenostmi a návyky v rámci streamovacích služeb. Zároveň bylo důležité, aby byl vzorek heterogenní a zahrnoval různé věkové skupiny a různé statusy informantů, a to v souladu s podmínkami platform, které umožňují adolescentům samostatně zakládat účty. Důraz byl kladen na zajištění rozmanité reprezentace, nejen z hlediska věku, ale i pohlaví a dalších aspektů v rámci generace Z.

## 2.6 Popis výzkumného vzorku

Výzkumu se účastnilo celkem 16 informantů, přičemž většina z nich byla oslovena prostřednictvím výzvy na sociálních sítích, konkrétně na platformách Instagram a Facebook. V samotném příspěvku s výzvou byla podrobně popsána oblast výzkumu a upozornění na skutečnost, že tento výzkum slouží jako součást diplomové práce na dané téma. Zároveň byly v této výzvě uvedeny podmínky, které museli potenciální informanti povinně splňovat. Sociální sítě byly zvoleny jako prostředek pro komunikaci z několika důvodů. Za prvé, nabízely efektivní způsob, jak oslovit potenciální účastníky a získat jejich pozornost. Dále umožnily udržovat kontakt s informanty i po jejich prvotním projevu zájmu, což se ukázalo jako klíčové pro domlouvání termínů a forem realizovaných rozhovorů. Veškerá další komunikace probíhala prostřednictvím soukromých zpráv na těchto platformách, kde byly zodpovídány případné dotazy informantů.

Ačkoliv byla pro rekrutování informantů nejprve uplatněna metoda účelového výběru, někteří, poté co absolvovali rozhovory, odkazovali na své známé. Po získání prvotní skupiny informantů prostřednictvím výzvy na sociálních sítích byla tedy do jisté míry také užitá metoda sněhové koule. Jedná se v podstatě o výběr nabalováním. Dříve získané informanty žádáme o kontakty na další lidi, které znají a kteří by mohli odpovídat našim kritériím. Ti nás mohou potenciálně odkázat na další informanty, a tím rozšířit výsledný vzorek (Miovský, 2006; Reichel, 2009). I přes snahu o co největší heterogenitu vzorku se ukázalo, že věkový rozsah informantů je relativně omezen na věkovou skupinu 18–25 let. Věkový rozsah této skupiny je do značné míry ovlivněn tím, že většina streamovacích platform umožňuje zakládat účty až po dosažení dospělosti, což omezuje možnosti účasti mladších participantů. Současně by bylo obtížné zjistit, zda tito mladší informanti mají

aktivní předplatné, a nejsou pouze uživateli sdílených účtů v rámci své domácnosti. Navíc by bylo komplikovanější realizovat s nimi rozhovory, neboť by to vyžadovalo získání souhlasu jejich zákonných zástupců. Výslednou skupinu tvoří zejména studenti vysokých škol, ale výzkumný vzorek zahrnuje také několik účastníků, kteří jsou zaměstnanci pracující na plný úvazek.

Zajímavým poznatkem bylo to, že i přesto, že jednou z podmínek účasti výzkumu bylo mít alespoň jedno aktivní předplatné na streamovací video platformě, mnozí informanti měli také přístup k jiným platformám díky sdíleným předplatným nebo heslům od svých rodinných příslušníků, partnerů nebo přátel a aktivně je využívali. Tímto způsobem se otevřela možnost pro rozšíření jejich výběru streamovaného obsahu.

Co se týče času stráveného sledováním, výzkum nezahrnoval kvantitativní měření časových údajů, ale spíše se zaměřil na pociťovanou míru sledování. Tato pociťovaná míra byla získána z rozhovorů s informanty a z analýzy jejich deníkových záznamů o sledovacích návycích. Tím byl získán kvalitativní pohled na to, jak informanti vnímají svou běžnou týdenní míru sledování obsahu na streamovacích platformách. Tento údaj se ve vzorku pohybuje v rozmezí 2–30 hodin týdně, přičemž pocity spojené s tímto časem stráveným sledováním se mezi informanty poměrně liší.

**Tabulka 4: Demografické údaje informantů**

| Informant číslo | Jméno     | Pohlaví | Věk | Užívané SVOD                           | Čas sledování / týden | Status                                    |
|-----------------|-----------|---------|-----|--|-----------------------|---|
| 1               | Lukáš     | muž     | 18  | Netflix, HBO Max, Disney+              | 14-20 h               | student SŠ pracující na částečný úvazek   |
| 2               | Karolína  | žena    | 19  | Netflix, HBO Max, Disney+, Voyo        | 18 h                  | studentka VŠ pracující na částečný úvazek |
| 3               | Sofie     | žena    | 20  | Netflix, Prime Video, Disney+          | 5-10 h                | zaměstnanec pracující na plný úvazek      |
| 4               | Jiří      | muž     | 20  | HBO Max, Disney+                       | 6 h                   | student VŠ pracující na částečný úvazek   |
| 5               | Tereza    | žena    | 19  | Netflix, HBO Max                       | 3 h                   | studentka VŠ                              |
| 6               | Aneta     | žena    | 25  | Netflix                                | 25 h                  | studentka VŠ pracující na částečný úvazek |
| 7               | Magdalena | žena    | 21  | Netflix, Prime Video                   | 6 h                   | studentka VŠ                              |
| 8               | Tomáš     | muž     | 23  | Netflix, Prime Video, HBO Max, Disney+ | 12 h                  | student VŠ pracující na částečný úvazek   |
| 9               | Iva       | žena    | 24  | Netflix, HBO Max                       | 8 h                   | studentka VŠ                              |



|    |         |      |    |                           |      |   |
|----|---------|------|----|---------------------------|------|---|
| 10 | Natálie | žena | 22 | Netflix, HBO Max          | 7 h  | studentka VŠ pracující na částečný úvazek |
| 11 | Barbora | žena | 23 | Netflix, HBO Max, Disney+ | 14 h | studentka VŠ pracující na částečný úvazek |
| 12 | Radim   | muž  | 22 | Voyo                      | 2 h  | student VŠ                                |
| 13 | David   | muž  | 24 | Disney+, Prime Video      | 12 h | zaměstnanec pracující na plný úvazek      |
| 14 | Petr    | muž  | 21 | Netflix, HBO Max, Disney+ | 30 h | student VŠ                                |
| 15 | Kryštof | muž  | 18 | Netflix, Voyo             | 10 h | student SŠ pracující na částečný úvazek   |
| 16 | Matyáš  | muž  | 25 | Netflix, HBO Max          | 16 h | zaměstnanec pracující na plný úvazek      |

**Zdroj:** autorka

## 2.7 Průběh sběru dat

Rozhovory s informanty byly realizovány v měsíci říjnu roku 2023. Vzhledem k různým časovým omezením participantů a jejich osobním preferencím byla určitá část těchto rozhovorů realizována online formou. I přesto, že tento způsob komunikace s sebou nese určitá úskalí, tak se online video rozhovorů uskutečnilo celkem 5, osobních rozhovorů pak proběhlo 11.

Online rozhovory nabízejí efektivní možnost sběru dat bez potřeby osobního setkání, což je stále více využíváno ve výzkumu (Janghorbanová a kol., 2014), tato metoda navíc umožňuje oslovit participanty bez omezení jejich fyzické polohy. Je však důležité dbát na ochranu osobních údajů a zachování důvěrnosti v průběhu online komunikace (Saarijärvi a Bratková, 2021). Video rozhovory vyžadují spolehlivou technologii, včetně stabilního internetového připojení, kvalitní kamery a mikrofonu, což může omezit účast některých participantů (Krouwel a kol., 2019). Kromě toho je klíčové zajistit důvěrnost a minimalizovat riziko, že u rozhovoru bude přítomna další osoba, která by jeho průběh mohla ovlivnit nebo jakkoliv narušit.

Ačkoliv byly online rozhovory informanty často vítanou alternativou, zejména v případech, kdy situace a časové omezení nedovolovaly osobní setkání, výzkumnice dávala přednost osobním setkáním. Důvodem byla schopnost osobních setkání poskytovat hlubší mezilidskou interakci a vytváření lepších podmínek pro budování vzájemné důvěry. K online rozhovorům byla nejčastěji využívána platforma Google Meet. Participanti byli vyzváni, aby se nacházeli, pokud možno, na klidném místě bez rušivých elementů. V případě

osobního setkání například v kavárně byli spolu s výzkumníci umístěni do klidnější části, aby byla zajištěna co nejlepší kvalita nahrávaného zvukového materiálu. Tato opatření měla za cíl minimalizovat potenciální ruchy a zajistit optimální podmínky pro sběr dat. Před zahájením každého rozhovoru byl jednotlivému účastníkovi předložen informovaný souhlas k podpisu, v případě online rozhovorů byl souhlas zaslán tazatelce po podepsání následně elektronickou cestou. Tímto dokumentem byli účastníci požádáni o vyjádření svého souhlasu a současně o potvrzení účasti v realizovaném výzkumu. Všichni participanti byli zcela informováni o cílech výzkumu, průběhu rozhovoru, jeho přibližné délce a také o tom, že bude nahráván. Dále byli seznámeni s postupem zacházení s jejich osobními údaji a s opatřeními k zajištění anonymizace jak získaných, tak i později přepsaných dat. Všichni účastníci tuto informaci pochopili a vyjádřili svůj souhlas s podmínkami výzkumu, včetně souhlasu s poskytnutím deníkových záznamů. Je třeba poznamenat, že i když někteří participanti projevili původně obavy ohledně deníku, nakonec všichni dodali své záznamy.

V průběhu provádění rozhovorů s účastníky byl kladen zvláštní důraz na získání co nejdetailnějších a autentických odpovědí. Informantům bylo připomenuto, že v rámci tohoto výzkumu není žádná odpověď zcela nesprávná, neboť jeho cílem bylo shromáždit informace týkající se jejich vlastních osobních prožitků a subjektivních zkušeností. Délka rozhovorů se pohybovala v rozmezí 30-50 minut v závislosti na sdílnosti jednotlivých informantů. Po ukončení rozhovoru si výzkumnice zapsala své dojmy z rozhovoru a některé detaily, jak doporučuje Esterberg (2002, s. 107). Všechny realizované rozhovory byly následně přepsány do textového editoru Microsoft Word.

## **2.8 Etické aspekty výzkumu**

Mišovič (2019, s. 77) klade důraz na význam důvěryhodnosti jako etického standardu, který je klíčovým požadavkem pro všechny fáze výzkumu. Zvláště zdůrazňuje nutnost vytvářet důvěru mezi výzkumníkem a všemi zúčastněnými osobami. V rámci tohoto výzkumu byla shromážděna data, která zahrnovala jak citlivé osobní údaje o participantech, tak současně informace o trávení jejich volného času. Veškerá data byla proto anonymizována, aby bylo zajištěno soukromí všech zúčastněných. Všichni participanti před začátkem každého rozhovoru podepsali informovaný souhlas a byli plně seznámeni s podmínkami a průběhem výzkumu. Vzhledem k tomu, že všichni účastníci byli starší osmnácti let, nebylo nutné získávat další souhlasy od jejich zákonných zástupců. Všichni se tedy účastnili výzkumu dobrovolně.

Účastníci se mohli kdykoliv rozhodnout otázky, které jim byly nepříjemné, nezodpovědět a rozhovor kdykoliv ukončit. Během fáze přepisu rozhovorů bylo přistoupeno k anonymizaci získaných dat a reálná křestní jména informantů byla nahrazena náhodně zvolenými jmény. Získaná data byla určena výhradně pro vědecké účely a bylo s nimi zacházeno s ohledem na zachování soukromí po celou dobu trvání výzkumu.

## 2.9 Metoda analýzy

Po provedení doslovné transkripce jednotlivých rozhovorů následovala fáze analýzy, pro kterou byla zvolena metoda zakotvené teorie, která má schopnost integrovat data získaná různými způsoby, např. rozhovorem nebo analýzou dokumentů (Mišovič, 2019, s. 150). Zakotvená teorie je „*teorie induktivně odvozená ze zkoumání jevu, který reprezentuje. To znamená, že je odhalena, vytvořena a prozatím ověřena systematickým shromažďováním údajů o zkoumaném jevu a analýzou těch údajů*“ (Strauss a Corbinová, 1999, s. 14). Tato kvalitativní analytická metoda byla v 60. letech vyvinuta sociology Anselmem Straussem a Barneyem Glaserem. Po rozchodu této dvojice napomáhala v 90. letech ke zdokonalení metody Juliet Corbinová. Hlavním účelem nově vyvinuté metody bylo dosáhnout dvou hlavních cílů. Prvním cílem bylo přispět k přehodnocení vnímání kvalitativního výzkumu, který byl často považován za subjektivní se schopností poskytovat pouhé popisy jevů. Druhým cílem bylo vyrovnat se s omezeními kvalitativního výzkumu, která se týkala tvorby nových teorií (Švaříček a kol., 2014, s. 84).

Původní přístup vypracovaný Glaserem hovoří o dvoufázovém kódování, substantivním a teoretickým (Švaříček a kol., 2014, s. 85), přepracovaný přístup Strausse a Corbinové (1999, s. 40) pracuje s třístupňovým kódováním:

- kódování otevřené,
- kódování axiální,
- kódování selektivní.

V rámci prvního přístupu výzkumník sám identifikuje propojení mezi různými kategoriemi, zatímco ve druhém přístupu jsou tato propojení předem modelována (Mišovič, 2019, s. 151). Principy, na nichž zakotvená teorie stojí, vycházejí obecně z konceptů běžné kvalitativní analýzy, a metody kódování jsou použitelné v různých kontextech (Mioviský, 2006, s. 226). V tomto kontextu je důležité poznamenat, že i když zakotvená teorie obvykle slouží k vytváření nové teorie, která obvykle vzniká v rámci selektivního kódování, cílem této práce není vytvořit novou teorii, ale spíše využít systematický a návodný přístup této metody

a dodržovat jasně definované fáze analýzy.

Po provedení přepisu rozhovorů bylo přistoupeno k analýze. Jejím zdrojem dat byly přepisy rozhovorů a zápisky z deníků. Deníkové záznamy nebyly primárním zdrojem pro analýzu, sloužily spíše k poskytnutí kontextu, avšak ukázaly se jako nezbytné pro komplexní pochopení sledovacích návyků jednotlivých informantů. Proces analýzy zahrnoval několik klíčových kroků. Prvním krokem bylo detailní seznámení s daty, což bylo usnadněno tím, že výzkumnice sama provedla rozhovory a jejich následné přepisy. Následně bylo nezbytné průběžně číst přepisy, vracet se k datům a pečlivě procházet deníkové záznamy jednotlivých participantů.

Po seznámení se s daty následovalo otevřené kódování. Během této fáze byly vytvořeny pojmy, jež vycházely z dat, ale měly abstraktní charakter, jelikož reflektovaly myšlenky a zkušenosti platné v různých situacích. Prvním krokem bylo najít významovou jednotku, která se vázala k výzkumné otázce. Tato významová jednotka byla stručně okódována a pojmenována jedním slovem či kratším výstižným slovním spojením. Pro vytvoření kódu bylo užíváno buď vlastního pojmenování, nebo terminologie informantů. Toto označení je nazýváno *in vivo* kódem (Říhářek a kol., 2013, s. 48).

Významové jednotky byly vždy označeny barevně a byly jim přiřazeny různé kódy, které shrnovaly podstatu daného jevu. Kódy byly záměrně udržovány na dostatečně abstraktní úrovni, což umožnilo jejich snadné přiřazení a všestranné použití při analýze různých rozhovorů. Postup se opakoval s každým přepisem rozhovoru, což vedlo k vytváření nových kódů, současně se však určité koncepty opakovaly a byly následně začleňovány do širších konceptů, které byly dále propracovány.

### Tabulka 5: Ukázka otevřeného kódování

|   |   |
|---|---|
| <p>Ten čas se asi spíš omezuje, protože už se tam nemám moc na co koukat a <u>z té nabídky se mi toho moc nelíbí</u>. Myslím si, že <u>dřív jsem</u> na to <u>koukala</u> asi <u>víc</u>, protože tam pro mě byl větší výběr. Televizi jsem si prostě dřív zapla a přepínala, ale tady si prostě <u>něco musím vybrat</u> a ta <u>volba</u> je pro mě dost taková <u>náročná</u>, protože mám takovou tu <u>rozhodovací paralýzu</u>, že je tam spousta možností a nevím, na co mám koukat a nebaví mě to hledat.</p> | <p>Nespokojenost s nabídkou</p> <p>Omezení sledování</p> <p>Změna ve sledování</p> <p>Náročný výběr</p> <p><i>in vivo</i> kód: „<i>rozhodovací paralýza</i>“</p> <p>Hledání nových obsahů</p> |
|---|---|

|   |   |
|---|---|
| Už jsem toho i spoustu viděla a většinou dám <u>přednost novým věcem</u> .  |   |
| Stačí když se <u>dostanu do</u> nějaký <u>flow</u> nebo je tam <u>cliffhanger</u> a je to v háji. Pak si prostě řeknu, že to musím dokoukat, že to bude <u>jen jedna epizoda navíc</u> , ale je z toho tak 5, někdy celá série. Pak <u>nejdu spát</u> , nebo hodně pozdě, pak <u>zaspím</u> , další den <u>vynechám přednášku</u> nebo <u>měním plány</u> na poslední chvíli. | <p>„Flow“ sledování</p> <p>Vliv „cliffhangerů“</p> <p>Binge-watching</p> <p>Následky nadměrného sledování</p> |

**Zdroj: autorka**

V druhé fázi, tzv. axiálním kódování, následovalo hledání teoretických vztahů mezi koncepty a jejich definování. Z původní změti dat byla utvářena pomyslná celistvá mapa jednotlivých konceptů a vztahů mezi jednotlivými kategoriemi a podkategoriemi, data se tak postupně spojovala dohromady, aby mohla být dále rozvíjena. Dle Mišoviče (2019, s. 183) tvoří axiální kódování zásadní fázi analýzy, protože zahrnuje důkladné rozpracování každé kategorie prostřednictvím identifikace kauzálních podmínek, které vedly k jejímu vzniku, specifického kontextu a přítomných vlastností, které ji charakterizují, a také analýzy strategií, které figurovaly v akcích a interakcích, jež ovlivnily zkoumaný jev.

Po provedení několika rozhovorů byli systematicky vybíráni informanti tak, aby co nejlépe zastupovali různé aspekty zkoumaných jevů. Záměrně byli vyhledáváni například ti, kteří, ačkoli splňovali kritéria pro účast ve výzkumu, trávili v současnosti sledováním rozdílné množství času oproti předešlým participantům. Dále například pokud někteří participanté neměli osobní zkušenosti s omezeními ze strany konkrétní platformy, byli vyhledáváni ti, kteří tato omezení prožili. Tento způsob tvorby vzorku, běžně označován jako teoretické vzorkování (Říháček a kol., 2013; Strauss a Corbinová, 1999), napomohl k zajištění pestrosti zkušeností a prožitků jednotlivých informantů.

### 3. Analytická část

V rámci této analytické kapitoly budou prezentována a interpretována získaná data. Hlavní důraz bude kladen na klíčové poznatky a výsledky analýzy. Data z polostrukturovaných rozhovorů a deníků byla pečlivě analyzována a systematicky zařazena do čtyř hlavních kategorií s odpovídajícími podkategoriemi, které jsou představeny níže.

#### 3.1 Streamování a generace Z: motivace a důvody užívání

Rozhovory byly zaměřeny především na streamovací služby, okrajově byly zahrnuty i další formy sledování obsahu, zejména tradiční televize, některými bylo zmíněno i internetové vysílání, sledování videí na YouTube nebo různé nelegální přístupy k obsahu. Streamovací služby jsou momentálně vnímány informanty jako primární způsob sledování obsahu, a to často v případech, kdy nevládní televizi. Důvody a motivace pro využívání těchto služeb se poměrně liší, nicméně informanti často zmiňují výhody, které jsou spojeny s jejich používáním oproti tradičnímu televiznímu vysílání.

##### 3.1.1 Motivace a důvody vedoucí k užívání streamovacích platform

Z provedené analýzy vyplývá, že vzorek vybraných představitelů generace Z má různé důvody a motivace pro využívání streamovacích platform. Jejich hlavní pohnutkou je hledání zábavy a relaxace, a to z několika důvodů. Nuda, kterou mohou pociťovat v různých situacích, jim poskytuje důvod uchýlit se ke sledování prostřednictvím streamovacích platform. Tento způsob sledování se pro ně stává prostředkem úniku z každodenní reality a způsobem, jak si dopřát relaxaci.

Streamovací platformy jim také nabízejí širokou škálu obsahu, který mohou přizpůsobit svým momentálním náladám a potřebám. Flexibilita a personalizace obsahu zvyšuje atraktivitu streamování, protože se mohou ponořit do toho, co je právě zajímavé. „*Jsem na těch streamovacích službách, protože tam mám přístup k tomu obsahu, kterej mě fakt baví. Hlavní důvod je, že mám rád ty super hrdiny a všechny ty filmy a seriály kolem nich. A navíc to je takovej můj únik od reality, trochu taková útěcha a zábava. No, a trávit tím volnej čas taky není špatný nápad,*“ zmiňuje Petr. Zmiňovaný eskapismus dokládá i tvrzení Barbory: „*Občas to mám i jako únik před realitou. Koukám třeba na nějaký reality show, kde jsou na sebe lidi hodný, je to takový klidný a navodí mi to příjemnej pocit. To dělám, když mě třeba prudí můj šéf.*“

„*Přináší mi to radost, když mám volnou chvíli, tak to vyplním koukáním na seriál.*“

*Takže je to pro mě zábava, trávení volného času, někdy i únik, že aspoň když uklízím nebo cvičím, tak si to něčím zpestřím,*“ zdůrazňuje Aneta. Podobně to mají i další informanti. Například Jiří vnímá streamování jako formu relaxace a odpočinku od sportovních aktivit, kterým se aktivně věnuje, a David využívá tyto platformy ke zkrácení dlouhých chvil na pracovních cestách a k trávení volného času.

Využívání streamovacích platform pro informanty není jen formou odpočinku, ale také prostředkem, jak se vzdělávat v různých oblastech, a rozšiřovat si tak své znalosti. Prostřednictvím různých dokumentů se mohou dozvídat více, objevovat krásy jiných krajín nebo nalézt nové zdroje inspirace. První oblastí osvojování si nových dovedností je studium cizích jazyků. Informanti se ve svých promluvách shodují, že sledování obsahů v originálním znění nebo s titulky jim pomáhá procvičovat cizí jazyk nebo si osvojovat základy nového jazyka. „*Vyloženě asi nejsem člověk, co se naučil anglicky na seriálech, ale určitě je to něco, co mi tu angličtinu udržuje na vysoké úrovni,*“ zmiňuje Aneta. Iva se například za pomoci těchto služeb a aplikace Duolingo zlepšuje ve španělštině. Magdalena potom popisuje, jak využívá streamovací služby ona: „*Slouží mi i k procvičení angličtiny nebo nějakých dalších jazyků, které se učím. Třeba u korejských pořadů jsem se snažila naučit nějaké základy korejštiny. Kromě toho naučného prvku v tom vidím i zábavu a volný čas. A odpoutávání se od úkolů, které mám do školy.*“

Kromě studia cizích jazyků také v promluvách zaznívá sledování dokumentů týkajících se různých témat: „*Snažím se na ty filmy a seriály koukat v angličtině, takže je tam nějaký důvod spojený s jazykem, protože teď angličtinu úplně aktivně nevyužívám. Občas koukám taky na dokumenty, abych se toho dozvěděla víc o historii,*“ vysvětluje Natálie. Společně s ní vyslovuje svůj zájem o historii a architekturu také Radim. Tereza oproti tomu sleduje hlavně dokumenty o přírodě, zatímco Barbora přiznává svoji zálibu ve sledování dokumentů o vražích: „*Jeden z důvodů, proč jsem to začala používat, byl i ten, aby se mi zlepšila angličtina a teďka koukám třeba i na německé věci, ale postupem času už je to spíš jako odpočinek. Nebo koukám na různé dokumenty třeba i o vraždách. Je to už takový edukativní, ale i zábava,*“ říká. Tomáš a Karolína zase mají rádi dokumentární série o celebritách a zmiňují dokument o Davidu Beckhamovi. Kryštof naopak objevuje nové recepty a inspiraci pro vaření nachází díky kulinářským show.

Posledním často zmiňovaným obecným motivem, proč jednotlivci často volí streamovací služby, je sociální aspekt. Když sledují oblíbené pořady nebo filmy, stávají se součástí kolektivu lidí, kteří sdílí podobné zájmy. To jim umožňuje vést různé interakce,

diskutovat o obsahu a sdělovat si tipy na další zajímavé pořady. Sledování těchto obsahů se stává jakýmsi společným jazykem, kterým mohou komunikovat a navazovat vztahy s lidmi s podobnými zájmy. „*Když je tam něco populárního, ty to zkoukneš a všude se to pak řeší, tak je to prvek, který tě začleňuje do konverzace, když se pak s někým baviš,*“ zdůrazňuje Magdalena, jak sledování populárního obsahu může posloužit jako téma konverzace. Kromě toho streamování obsahu také poskytuje náhradu za komunikaci v momentech, kdy se jednotlivec cítí sám. Pro Ivu, která byla dlouhou dobu sama, se stalo sledování filmů a seriálů způsobem, jak trávit čas a překonat pocit osamělosti: „*Přítel byl ted' půl roku v Německu, takže jsem v bytě byla dost sama. Sledování mi pomáhalo nejen trávit čas, ale také jsem ho vnímala tak, že mi to nahrazovalo společnost, když jsem byla sama.*“

**Tabulka 6: Motivace pro využívání streamovacích služeb v rámci vzorku**

| Motivace         | Popis   |
|------------------|---|
| Zábava           | Trávení volného času a relaxace   |
| Edukace          | Učení a získávání vědomostí z různých oblastí prostřednictvím dokumentárních pořadů |
| Jazyk            | Procvičování a osvojování jazykových dovedností                                     |
| Inspirace        | Zdroj kreativity a inspirace, například nové recepty                                |
| Útěk z reality   | Odreagování a uvolnění stresu   |
| Sociální aspekty | Interakce s ostatními a socializace; zamezení pocitu samoty                         |

**Zdroj: autorka**

Kromě obecných motivací, proč informanti streamovací služby používají a co jim to přináší, byl kladen také důraz na zkoumání toho, proč používají právě konkrétní platformy. Kromě dvou informantů, Anety a Radima, kteří mají pouze jednu streamovací platformu, mají participantů díky ostatním osobám přístup i k dalším streamovacím platformám a možnosti sledování obsahu jinde se pro ně tak značně rozšiřují. Více se aspektům společného sdílení tato práce věnuje v rámci druhé samostatně vyčleněné analytické kategorie.

Většina z informantů uvádí jako hlavní důvod, proč danou platformu využívá, exkluzivní obsah, který většinou vzniká v produkci konkrétní platformy a není dostupný nikde jinde. „*Na HBO jsou seriály, které nikde jinde nenajdu, a Disney+ má všechny ty povedené Disney filmy a seriály, což mě baví. A Netflix? No, Netflix zase nabízí různorodý obsah, který si mohu vybrat podle nálady,*“ vysvětluje Lukáš. Sofie například zmiňuje i konkrétní tituly: „*Na každé z těchto platforem byl nějaký seriál nebo film, který jsem si*



*chtěla určitě pustit. Například na Netflixu jsem byla nadšená ze Stranger Things a The Crown. Nikde ale nebyla taková nabídka, která by pokryla všechno, co mě zajímá. Na Amazon Prime jsem objevila několik výborných originálních sérií, Disney jsem zas chtěla kvůli disneyovkám, který miluju už od dětství. Takhle mám větší výběr a jistotu, že mi jen tak něco neunikne,*“ dodává.

Další participanti také často vzpomínají na své začátky s některými platformami, ke kterým se dostali prostřednictvím výhodných akcí. Někteří mají díky svým nejbližším k dispozici širší nabídku obsahu a jejich motivace, proč využívají další streamovací služby, se různí. Někdo to považuje za rozšiřování povědomí o nabídkách jinde, někdo je nespokojený s nabídkou na své primární streamovací službě, jiný to považuje za příjemný benefit pramenící ze společného vztahu, přátelství nebo sdílení stejné domácnosti. Další často zmiňovaný důvod je sociální vliv a aspekt mainstreamu projevujícího se zejména u Netflixu, který zaujímá mezi zmiňovanými platformami zvláštní postavení. Informanti v souvislosti s touto službou reflektují různé motivace. Například Barbora zmiňuje, že Netflix byl její první volbou: *„Netflix jsem měla jako první. Ten беру jako takovej všeobecněj, tam mi přijde, že mají od všeho něco. Co se týče toho Disney, tak Disney se mi líbí jak kvůli pohádkám, tak i filmům, ale mají tam třeba i Futuramu nebo chronologicky seřazený Star Wars atp., a to je fakt super. U toho HBO mi přijde, že tam koukám jako spíš na nějaký seriózní filmy, na který třeba zrovna nejdu do kina.“*

Podobný názor sdílí i Natálie, která má současně díky svému otci přístup i k další streamovací platformě: *„Netflix byl asi úplně můj první, takže jsem si ho koupila, protože ho měli lidi i v mém okolí a říkali, že je to dobrý. No, a až za nějakou dobu mi k tomu přibylo HBO, což mám i trochu jako takovej bonus, protože táta platí HBO ze satelitu na televizi v obýváku a k tomu má nějak v rámci toho balíčku HBO Max zdarma. Mě ale obecně ta nabídka na Netflixu přijde dobrá, takže to HBO používám jen někdy,*“ vysvětluje. Tomáš hodnotí nabídku Netflixu také pozitivně, současně mu z hraní jedné hry pramení i benefit v podobě užívání další streamovací platformy: *„Netflix má asi pravidelně tu nabídku nejatraktivnější bych řekl, takže to je důvod, proč si to platím. Co se týče nabídky, tak mi přijde nejhorší ten Amazon, ale tam to mám kvůli tomu, že v lolku, jako tý hře, dostávám za to takový bonusy, když si to sloučím s tím herním účtem, takže jenom kvůli tomu si to platím. HBO je taky celkem dobrý, ale nebýt toho, že to mám k dispozici díky rodičům, tak bych si to asi neplatil. To samý ten Disney.“* Zatímco Magdalena vyzdvihuje i dostupnost korejských seriálů a anime, opačný názor zastává Tereza, která s nabídkou Netflixu není

příliš spokojená.

V menšině jsou také důvody jako nízké cenové náklady, kvalita, obliba algoritmů a přechod od stahování k legální konzumaci obsahu. „*Netflix mi přijde asi nejvíc vyhlášený, protože ho má každý... Taký mi přijde, že má dobrou nabídku, ačkoli bych si asi byla schopná najít něco jinde na internetu nelegálně, líbí se mi, jak mi to doporučuje seriály a že když na něj koukám, tak se to zapíná samo,*“ poznamenává Aneta. Karolína dodává: „*Nestačila mi nabídka v televizi. Nechtěla jsem si filmy nebo seriály stahovat, chtěla jsem se dívat ideálně kdykoliv a mít to na jednom místě... Na Netflixu měli tehdy nějakou výhodnou nabírací akci, a tak jsem si to nějak pořídila. Voyo mám teď jenom na týden zdarma. Zařídila jsem si to jen kvůli Love Islandu, o kterém kamarádka pořád mluvila. HBO ani Disney neplatím, tam se jen vezu s rodičema.*“

### 3.1.2 Výhody a postoj k tradiční televizi

Výhody streamovacích služeb jsou dle účastníků výzkumu různorodé. Jednou z hlavních výhod, kterou zdůrazňují, je možnost sledovat obsah kdykoliv. Nemusí tak být vázání na vysílací časy a programy tradiční televize. „*Můžu si pustit kdykoliv to, co mě zajímá, nebo třeba i když jedu na služebku, tak si to můžu stáhnout snadno do telefonu. A je to v dobrý kvalitě,*“ podotýká David. Tuto flexibilitu ocenili i další informanti. Radim srovnává streamovací služby s tradiční televizí a říká: „*Můžu si to pustit kdykoliv chci a kdykoliv na to mám čas, nejsem vázanej na harmonogram daný televize. Můžu si to teda kdykoliv zapnout a cokoliv pustit. To, co už je na Netflixu, je jen tam, v televizi to nenajdu. V televizi dávají jen to samý dokola, na Netflix přidají i nový věci, co se do televize ani nedostanou.*“

Tereza upřednostňuje možnost výběru obsahu podle své nálady a bez čekání na stanovený vysílací čas: „*Není to jako v televizi, že tam je omezený počet kanálů, ale můžu si vybrat to, na co mám zrovna náladu. Můžu si to pustit kdykoliv a nemusím čekat do 20:15, než to začne.*“ Kryštof dokonce upozorňuje na výhodu sledování obsahu s předstihem: „*Můžu se kouknout na MasterChef o týden dřív, takže vím dřív než ostatní, kdo vypadne. Můžu si to kdykoliv pustit, vidím to s předstihem a nemusím zrovna třeba ve středu večer sedět u televize, ale i když jsem někde pryč, tak o to nepříjdu.*“

Další výhodou streamovacích služeb je rozmanitý výběr obsahu. Tyto platformy disponují obrovskou knihovnou filmů a pořadů, kterou informanti vnímají jako významnou výhodu. Barbora v této souvislosti poznamenává: „*Mně přijde, že je tam fakt dobrý výběr. Je toho jako hodně, navíc se vždycky můžu podívat, na co chci a nemusím čekat.*“ Stejný

názor sdílí mezi mnohými například také Aneta, která zdůrazňuje, že si může přehrát velké množství dílů najednou, což je pro ni důležité, a nemusí čekat na týdenní vysílání v televizi. Pochvaluje si také pestrý výběr obsahu, který streamovací služby nabízejí, a podotýká, že televize nemá podle ní tak atraktivní nabídku.

Absence reklam je další významnou výhodou, kterou streamovací služby nabízejí. Tuto výhodu si participanti velmi cení, neboť jim umožňuje sledovat obsah bez nepříjemných reklamních přestávek. Petr konstatuje: „*Nemusím trpět těma nepříjemnýma reklamama, co pořád straší v televizi.*“ Tomáš se ztotožňuje s jeho názorem a popisuje, jak ho reklamy v televizi odradily od jejího sledování. „*Když se náhodou rodiče koukají na film v televizi, tak mě to vždycky hrozně odradí, když tam dávají reklamy. Já si vždycky hned vzpomenu, proč vlastně nekoukám na tu televizi. To je tak hrozně otravná věc,*“ poznamenává. Tereza vnímá reklamy jako ztrátu času: „*Dřív jsem byla prostě od malička zvyklá na normální televizi, teď už bych to ale nezvládla sledovat. Ty reklamy po čase začnou lézt hrozně na mozek a je to zabiják času,*“ říká. S téměř totožnou zkušeností se svěřuje také Iva, která reklamy nemá v oblibě a sledování obsahů s nimi ji nebaví.

Flexibilita a jistá personalizace jsou dalšími výhodami streamovacích služeb. Schopnost přetáčet obsah, volit titulky a upravovat zvukovou stopu představuje pro uživatele významný komfort. Přetáčení obsahu uvádí participanti často i v souvislosti s úsporou času, Magdalena například uvedla: „*Kolikrát nemám tolik volného času, abych si pustila celý film a čekala až proběhne i s reklamama, takže to můžu přetáčet a nejsou tam reklamy.*“ Zmiňovaná volba dabingu a titulků je velmi vítaná těmi, kdo využívají streamovací služby k procvičování cizích jazyků. Dává jim možnost rozvíjet své jazykové dovednosti a ponořit se do různých kultur, aniž by museli ovládat daný jazyk na pokročilé úrovni. „*Můžu na tom trénovat cizí jazyk, konkrétně teďka zrovna v práci používáme jenom angličtinu, takže ve spoustě seriálů z firemního prostředí si třeba můžu naposlouchat business english a pak se mi to může hodit i v práci. V tom je to fajn, že si člověk může nastavit jakýkoliv titulky a audio,*“ uvádí Matyáš. Společně s ním si to pochvaluje v souvislosti s učením španělštiny také Iva. Natálie zase zmiňuje možnost sledovat i španělskou tvorbu. Ačkoliv španělsky neumí, titulky jí to umožňují a má díky tomu přístup k širší nabídce obsahu.

Také je důležité zdůraznit, že uživatelé mají svobodu vybírat si zařízení pro přehrávání obsahu dle svých osobních preferencí. Navíc mají možnost stahovat epizody na tato zařízení, což jim umožňuje přístup k obsahu i v situacích, kdy nemají připojení k internetu. Někteří upřednostňují kompaktní a přenosné mobilní telefony, což je ideální

zejména při cestování. Jiní dávají přednost větším obrazovkám tabletů nebo notebooků, což je pohodlné zejména při večerním sledování. Chytré televize jsou také využívány, pokud jsou k dispozici. Někteří informanti bydlí se svou rodinou, jiní mají omezené finanční prostředky, nebo určitou část týdne tráví na koleji nebo ve sdíleném bydlení v místě studia, a nemají přístup k těmto zařízením. Natálie shrnuje tuto výhodu slovy: „*Můžu si to pustit a stáhnout prakticky kdekoliv, na počítači, v mobilu, nebo v aplikaci a koukat na to i někde po cestě v autobuse, v letadle nebo kdekoliv.*“

Streamovací služby také experimentují s interaktivním obsahem, což může poskytnout nový a zábavný zážitek pro diváky. Sofie tuto inovaci popisuje: „*Jako výhoda se mi třeba jeví i na Netflixu snaha o přidávání interaktivního obsahu. Nedávno jsem zrovna viděla film, kde jsem si mohla volit, s kým skončí ta hlavní hrdinka, a jak se bude ten příběh vyvíjet, a přišlo mi to jako nějaká hra a bylo to skvělé.*“

Kromě těchto výhod byl zkoumán také postoj participantů k tradičnímu televiznímu vysílání. Někteří z nich stále upřednostňují sledování televize, zejména kvůli sportu, konkrétním pořadům nebo významným společenským událostem. Například Jiří sleduje televizi často: „*Na televizi koukám. Přijde mi, že to tolik lidí v dnešní době tak moc úplně nedělá, ale já se koukám celkem často. Především se koukám na sportovní kanály, třeba na ČT4, nebo na různé fotbalové utkání... Jinak ale třeba koukám, i když tam dávají nějaký filmy nebo show,*“ vysvětluje. Matyáš sleduje televizi také hlavně kvůli sportovním přenosům, dokonce si kvůli větší nabídce platí i kabelovou televizi. Kryštof oproti tomu pravidelně sleduje soutěžní pořad o vaření Prostřeno. Aneta si někdy pouští televizi jako kulisu před usínáním: „*Většinou si to pustím jako kulisu, třeba než jdu spát. Zapnu si tam Přátele na Nova 2, chystám se spát a líp se mi při tom usíná. Kolikrát mi ten program zpřehází a dávají nějakou kravinu a já jsem pak naštvaná,*“ dodává. Ostatní informanti se ke sledování tradiční televize staví poněkud negativně, a to zejména kvůli běžícím reklamám nebo nedostatečné obsahové nabídce. Pokud už televizi k dispozici mají, sami od sebe si ji nezapnou a nesledují ji. Změna ale u některých z nich nastává v případech, kdy jsou v blízkosti rodinných příslušníků a sledování televize považují za trávení společného času. Příkladem je i Magdalena: „*Myslím, že teď zrovna během zimy se pak zase začnu koukat, protože na jedničce zrovna budou dávat Stardance. My na to začali koukat s rodičema a sourozencema a je to teď tradice, že se všichni koukáme společně. Je to takový milý, že se sejdem spolu a jsme sdružený.*“

S dostupností internetu se také mění způsob, jakým lidé sledují televizi a jak

konzumují obsahy. Například Petr sdílí svůj pohled, že tradiční televizi vnímá jako prostředek, který je vhodný pro starší generaci, a raději využívá ke sledování filmů a seriálů streamovací služby, současně mnozí participanti informace o aktuálním dění získávají z jiných zdrojů, jako jsou sociální sítě a online média. Televizní vysílání má však u některých participantů stále svoje místo, i když v jiné podobě. Někteří z informantů například nahrazují sledování České televize iVysíláním. Iva uvedla: „*Doma na televizi nekoukám, to se radši koukneme na iVysílání na počítači nebo telefonu, zkouknu zprávy a zbytek zajímavostí si třeba někde dočtu. Když přijedu na víkend k našim, tak oni na televizi koukají hodně, takže občas něco vidím, ale jako nebaví mě to. Takže si spíš popovídám s rodičema a pak je u té televize nechávám, maximálně když dávají zprávy, tak se s nima podívám, sama od sebe ne.*“

S promluvou Ivy se ztotožňuje i David, který chytrou televizi využívá primárně jako zařízení ke sledování streamovacích služeb: „*Televizi jako mám, ale využívám ji jako obrazovku pro ty streamovací služby a normálně na tu televizi už prakticky vůbec nekoukám, občas když jsou třeba volby, tak si pustím od jedničky iVysílání, ale je to jako minimálně, a to iVysílání mi supluje běžnou ČT jedničku. Televize se řídí podle mě, a ne já podle televize,*“ vysvětluje. V případech, kdy informanti chytrou televizi nevlastní, často využívají starších modelů televizorů, které slouží jako rozšířený displej nebo monitor pro přehrávání obsahu z jejich počítačů. Toto propojení mezi televizí a notebookem je potom realizováno prostřednictvím HDMI kabelu.

## **3.2 Předplatné a společné sdílení**

Většina informantů, s výjimkou Anety a Radima, kteří v současnosti využívají pouze jednu streamovací službu, má přístup k dalším platformám. Sdílení otevírá různé cesty ke společnému využívání předplatného a sledování obsahu na více místech. Někteří participanti se rozhodli sdílet předplatné v rámci skupin, což jim umožňuje ušetřit peníze. Naopak jiní získávají přístup k dalším streamovacím platformám díky rodinným příslušníkům, přátelům nebo partnerům. Toto téma vedlo k následnému formulování tří podkategorií: výdajů za aktuální předplatné a vnímané adekvátní ceny, motivace k předplacení další platformy a zkušeností s omezeními a restrikcemi ze strany jednotlivých platform.

### **3.2.1 Výdaje za předplatné a adekvátní cena**

Netflix je napříč vzorkem platformou, kterou si předplácí největší počet informantů, ať už

samostatně nebo v rámci skupiny. Zbylé platformy, například HBO Max, Disney+ nebo Amazon Prime Video, mají participanti často sdílené prostřednictvím svých blízkých. Někteří z nich ale k placení předplatných přispívají, ať už kvůli tomu, že předplatné mají v rámci skupiny, nebo chtějí finančně pomoci svým rodičům. Často se také vyskytují případy, kdy jednotlivci za obsah platí plnou cenu a předplatné sdílí s dalšími osobami, například se svými mladšími sourozenci. Přestože mnoho zástupců generace Z má v tomto vzorku podobné výchozí podmínky, například studují a disponují omezenými příjmy, nebo jsou zaměstnaní, jejich náklady na jednotlivá předplatná se liší. Tato rozmanitost nákladů je důsledkem nejen finanční situace účastníků, ale také jejich intenzity využívání těchto platforem, což zároveň ovlivňuje vnímání vhodné ceny. Účastníci, kteří aktivně konzumují obsah, obvykle uvažují o vyšších měsíčních nákladech na předplatná než ti, kteří streamovací obsah méně často využívají. Většina informantů upřednostňuje měsíční předplatné, ale občas se rozhodnou pro roční předplatné, často kvůli atraktivním výhodným akcím. Někteří účastníci s nižšími příjmy volí možnost rozšířených předplatných, které jim umožňují sdílet své účty s více lidmi a sledovat obsah na různých zařízeních současně, což se projevuje na celkových nákladech na předplatné. Naopak jiní, kteří disponují vyššími příjmy díky svému zaměstnání, nevidí problém v investování více finančních prostředků do streamovacích platforem, včetně možnosti sdílení přístupů, hesel a účtů s dalšími osobami. Průměrný měsíční výdaj za jednu streamovací platformu se v tomto vzorku pohybuje kolem 150 Kč, ale celková částka, kterou účastníci platí za streamovací platformy, závisí na počtu služeb, které využívají, a na tom, kolik lidí s nimi sdílí předplatné. Většině účastníků se zdá rozumné platit kolem 200 Kč, ale někteří by byli ochotni zaplatit až 500 Kč za kvalitní obsah a rozšířené funkce.

Participanti vyjádřili různé přístupy k placení a sdílení předplatných na streamovacích platformách. Natálie například říká: „*Předplatné mám měsíční, to máme premium a sdílím to se 4 lidma. HBO sdílím ještě s bráchou, kterej bydlí s přítelkyní, takže s nima, ale tak za to si neplatím, ale rodiče ani pomalu neví, že to existuje, nějaký Netflixy a podobný věci... Jako určitě pro studenta mi přijde adekvátní za to dát za měsíc do stovky. Já za ten Netflix měsíčně dávám 80 korun, takže za mě je to v pohodě,*“ prozrazuje. Tereza předplatné také sdílí, současně má přístup díky rodičům k HBO Max. Výše měsíčního poplatku podle ní záleží na kvalitě obsahu. Kdyby byla k dispozici platforma s komplexní nabídkou, byla by ochotna platit až 500 Kč měsíčně, ale vzhledem k omezenému obsahu vnímá jako maximální částku 150 korun. Sofie si zakoupila roční předplatné a hradí jej sama,

i když obsah sdílí s rodinou a mladšími sourozenci. I přesto, že se ceny předplatných různých streamovacích služeb liší, považuje tuto investici za rozumnou, zejména díky svým finančním možnostem. Tomáš si sám hradí Netflix a Amazon Prime Video, HBO Max a Disney+ s ním sdílí jeho rodina, za měsíc jeho výdaje činí 260 Kč, rád by ale platil méně.

Barbora má prakticky všechny platformy sdílené, přispívá jen na jednu: „*Netflix teďka máme s rodinou, tam to sdílím s nima a na to přispívám. HBO mám společně s přítelovou rodinou, Disney se mnou sdílí přítel, který má zase skupinu se svými kamarády. Já to mám trochu specifický tím, že platím vlastně jen za tu jednu, navíc to ještě nemám tak nějak pevně stanovený. Platí to máma, ale mně je to blbý, jí nic nedávat, tak jí třeba každé měsíc tak stovku pošlu, aby to bylo víc fér. Víc jak tři stovky bych za nějaký takový služby ale asi nedala, to by mi přišlo už moc,*“ vysvětluje. Radim sdílí Voyo s rodinou, ale platí za něj sám a považuje sto korun měsíčně za adekvátní cenu. Matyáš sdílí předplatné Netflixu s bratrem a jeho kamarádem, současně má půlené předplatné HBO Max s přítelkyní. Zdůrazňuje, že nižší ceny by uvítal, protože ačkoliv pracuje na hlavní pracovní úvazek, jeho měsíční náklady na streamovací služby činí kolem čtyř set korun. Ostatní informanti mají podobnou zkušenost jako výše jmenovaní, akorát Kryštof si jako jeden z mála hradí vše sám: „*Veškerý předplatný si platím sám z brigády, takže vždycky si беру to nejlevnější a s nikým ho nesdílím. Občas mi Voyo ale využívá máma a kouká tam na Ordinaci. Měsíčně to dělá nějakých 360 korun, což není zrovna málo. Adekvátní mi to úplně nepřijde, ale je to tak teď hlavně kvůli MasterChefovi, až pak zase skončí, tak Voyo zruším a budu platit míň a mít jen Netflix.*“

### **3.2.2 Motivace k předplacení další platformy**

Participantů reflektují svůj dosavadní výběr platform pozitivně, jsou s nimi spokojeni a v současnosti většinou nemají v hledáčku žádnou službu, která by je potenciálně zajímala. Pokud už by si ale opravdu nějakou službu měli vybrat, lákal by je exkluzivní obsah. Kvůli tomuto obsahu by si službu eventuálně nechali i na delší dobu. Příkladem je informant David: „*Muselo to by bejt fakt takový, že by mi to dávalo smysl. Byly by tam mraky obsahu, na který se chci dívat dlouhodobě. Mně zas nejde, že si to předplatím jen na měsíc ty věci. Zatím jsem asi spokojenej s tím, co mám a jak koukám teď, takže mě asi nic nenapadá,*“ vysvětluje. O své zkušenosti, jak mu daná služba už jednoduše zůstala, mluví i Tomáš: „*Amazon jsem si tenkrát předplatil, protože tam vyšel nový Top Gear, kterej byl tady v Česku nebo na Slovensku, a fakt jsem to chtěl vidět, ale byl jenom tam. Tak jsem si to kvůli*

*tomu chtěl zkusit jen na chvíli, ale pak už mi to nějak zůstalo. Co se týče nějakých výhodějších akcí a období zdarma, tak to mě nezláká, pokud tam není něco, co bych fakt chtěl vidět.“*

Jiní by si streamovací službu ponechali jen na omezený čas, obvykle do doby, dokud by například daný seriál nezhlédli celý. Kvůli větší a rozšířené nabídce by v případě nespokojenosti s dosavadní nabídkou vyměnili streamovací službu Aneta: *„Asi by mě motivovala nějaká našlapaná nabídka seriálů a filmů, ale muselo by toho asi být víc než jenom jeden. Protože kvůli jednomu seriálu mi to přijde zbytečný a vždycky si to někde dohledám. Třeba u toho Disney mě lákalo Grey's Anatomy, ale ten zbytek jako nějaký marvelovky mě vůbec nezajímá. Jako možná nemám dostatek informací o těch ostatních streamovacích službách a o tom, co tam všechno mají, ale ten Netflix mi přijde jako asi nejideálnější volba pro mě a zatím mi stačí,“* říká. Za výhodnější cenu by se k větší nabídce přikláníla i Magdalena, Petr nebo Natálie. Barbora by zvažovala další předplatné, zejména pokud by byla nabídnuta výhodná akce, nebo pokud by chtěla sledovat konkrétní seriál: *„Já bych třeba teďka chtěla začít koukat na Doktora House, takže bych si možná zaplatila kvůli tomu i Prime na nějakou určitou dobu,“* vysvětluje. Magdalena uvedla: *„Pokud bych něco urgentně chtěla vidět, přimělo by mě to možná k tomu, abych si to na omezený čas pořídila, dokud bych to nezhlédla, nebo bych uvažovala o přechodu na streamovací platformu s identickou nabídkou jako Netflix, ale za nižší cenu. V současnosti však nemám žádný důvod k výměně, protože nemám nic, co by mě lákalo.“*

Iva zvažovala založení HBO Max kvůli seriálu Euforie, ale zjistila, že účet již má její přítel, takže nepotřebovala vytvářet vlastní a požádala ho o sdílení přístupových údajů. Kvůli oblíbenému seriálu by si připlatil i Kryštof nebo Natálie, která řekla: *„Když jsem měla zájem o Survivor, zaplatila jsem si Voyo na dva měsíce, ale poté jsem to přestala používat.“* Radim by se v případě dalšího předplatného pravděpodobně řídil spontánním rozhodnutím, podobně jako tehdy, kdy se rozhodl pro Voyo, protože ho lákala možnost mít český obsah snadno na dosah.

### **3.2.3 Restrikce a omezení**

Polovina účastníků zkoumaného vzorku nereflktuje své zkušenosti s restrikcemi, což naznačuje, že nemají negativní zkušenosti s používáním těchto platforem. I když si jsou vědomi existujících omezení a nařízení, například v případě HBO Max, kde je omezený počet zařízení, na kterých lze v jednu chvíli sledovat současně, většinou tato omezení



nepocítují a neovlivňují je. Jedinou platformou, která v souvislosti s restrikcemi vyvolává zmínky, je Netflix. Dokonce i někteří informanti, kteří sami nepocítují žádná omezení, uvádějí, že jsou obeznámeni s těmito restrikcemi, ale zatím nepozorují žádné negativní dopady.

Matyáš osobně restrikce nepocítil, ale v jeho skupině sdílející předplatné se objevily problémy: *„Vím, že do Česka přišel od Netflixu zákaz sdílení účtů a správně by to teď měla používat jen jedna domácnost. Mě osobně se ta restrikce nedotýká, ale vím, že jeden člen tý naší skupiny s tím měl trochu problémy a brácha mu musel prostřednictvím kódu a nějaký autorizace potvrzovat přístup na to jeho zařízení,“* říká. Lukáš by v případě problémů zvážil zrušení platformy: *„Jako slyšel jsem o tom, ale zatím to na nás nemělo vliv. Pokud by to ale bylo omezované víc, asi bychom to brali v úvahu při rozhodování a ten počet předplatných snížili,“* dodává. Karolína Netflix využívá sama, ostatní předplatné sdílí se svou rodinou a vyzdvihuje přístup ostatních platform, které dosud žádné restrikce nezavádí. Magdalena taky nepocítila restrikce a v nadsázce si stěžuje na jiný potenciální problém, který by ji mohl zamezit v přístupu: *„Zatím jsme žádné problémy neměli. Maximálně, když by si brácha změnil heslo, tak by to byl problém, protože bych se k tomu nedostala.“*

Druhá polovina vzorku naopak reaguje na zmínky o restrikcích a začíná sdílet své rozmanité zkušenosti, zejména v souvislosti s platformou Netflix. Některé restrikce zasáhly, ale platformu využívají dál, jiní jsou z restrikcí již frustrovaní a uvažují o zrušení služby, jiní ji již zrušili úplně. Sofie se podělila o své zkušenosti týkající se omezení spojených s počtem zařízení na Netflixu. Jednou se jí stalo, že měla potíže s přihlášením, když přespala u přítele, protože limit zařízení na jejím účtu byl již překročen. Tato situace vyústila v to, že její matka musela přestat sledovat obsah a Sofie musela potvrdit kód přes e-mail, aby mohla přidat další zařízení a zároveň odstranit jedno z nich. I přes tato nepříjemná omezení zůstává Sofie i nadále aktivní uživatelkou Netflixu. Tereza se také podělila o své frustrace: *„Problémy s tím mám celkem často, tím jak nás to sdílí víc, tak s tím mám ale problémy jen já, tomu moc nerozumím. Ta sdílená domácnost na Netflixu stojí fakt za prd. Pořád se tam odhlašuje televize, když jsem u rodičů, takže pořád se tam musím přihlašovat, musí to ten správce tý naší skupiny potvrzovat, abych se tam vůbec mohla dostat. Hlavně se bojím toho, že to bude ještě horší a že to ještě víc zpřísní. Ale jestli to nastane, tak to pak asi už nebudu používat.“*

Iva zhodnotila vliv omezení, když byla v zahraničí, současně zmínila i konkurenční službu, u které problémy neshledává: *„Jako zaznamenala jsem teďka v souvislosti s Netflixem to, že jsme byli v Německu a tam mají jinej ten výběr, vyloženě jako dost jinej,*

*a i oproti tomu našemu je dost osekanej, takže mi nějaký seriály třeba zmizely. Ale to je tak všechno, dotklo se mě to jen v rámci té nabídky, jinak nic nepozoruju a používám ho dál. To HBO máme tuším tak, že jde koukat jen na tři zařízení zároveň, ale ještě se nikdy nestalo, že by se jako zablokovaly navzájem ty zařízení, protože nás tolik lidí ze skupiny předplatného nikdy ve stejnou dobu nekouká,*“ zmiňuje. Také Natálie sdílela, že má občas problémy s přihlašováním na Netflix. V takových případech dostane zprávu o zařízení, které není součástí domácnosti, pravděpodobně kvůli rozpoznání WiFi. Natálie a její přátelé nepřiplácí za další domácnost, ale stále využívají Netflix tak, jako by byli jedna domácnost. Pro řešení problémů se většinou obrací na svou kamarádku, která předplatné v rámci jejich skupiny spravuje, a spolu řeší ověřovací kódy a obnovení přístupu. Přesto si Natálie ponechává Netflix a pokračuje v jeho používání. Barbora potom popisuje své zkušenosti se sdílením účtu, které ji přivedly ke změně: *„Já jsem dřív měla Netflix s někým jiným a ten tam měl nastavenou jednu hlavní televizi. Tam bylo ale blbý, že jsem si nemohla pouštět věci na televizi doma u rodičů, protože mě to nechtělo pustit, kvůli jiný wifi, takže to mě celkem omezovalo. Na tý televizi to psalo, že to není ta naše domácí televize a že musím aktualizovat tu domácnost. To byl pak taky jeden z důvodů, proč jsem to přestala mít s tou původní skupinou. Navíc ten člověk chtěl, abych platila víc, než jsem ve skutečnosti měla.“*

Radim se rozhodl ukončit své členství na Netflixu a nemá v plánu si ho znovu obnovovat nebo zakládat zcela nový účet. Důvodem byla ztráta motivace a nedostatek času na využití této služby, částečně také pocítené restriktce. Po zrušení účtu si Netflix ponechal zakládající člen skupiny, který za něj platil. Tímto způsobem se Radim vyhnul potížím s přihlašováním a neustálými žádostmi o potvrzení přístupu. Petr se kromě restrikcí vyjádřil také k absenci některých dříve dostupných titulů: *„Ted' mám fakt problém s tím Netflixem. Je to ted' fakt zmatený a složitý. Před dlouhou dobou tam mizel obsah kvůli vysílacím právním, ted'ka začali omezovat počet zařízení, co můžeme používat, a stále vyskakují různé hlášky, že nejsme jedna domácnost. Musíme furt řešit nějaký autorizace a obcházet to. Fakt mi to bere nervy a zvažuju, jestli bych to neměl radši zrušit. Je to docela frustrující, protože to už dřív bývalo jednodušší a ted' to dělají tak složitý, přitom jinde si to můžu sdílet, jak chci,*“ konstatuje. David svou zkušenost shrnul následovně: *„Dřív jsem měl Netflix, ten už nemám. To jsem měl přes nějaký family předplatný a měli jsme to ve skupině čtyř lidí. Od té doby, co zakázali to sdílení a mohli jsme využívat jen omezený počet zařízení, to po nás konstantně řvalo, že máme platit nebo aktualizovat domácnost, tak jsme to s kamarádama zrušili, protože by to znamenalo nově platit pro každého 250 korun, a to bylo jako celkem*

*drahý. Prostě když chtěj bejt chamtiví, tak ať jsou, my platit víc nechcem.“*

### **3.3 Strategie rozhodování a navigace obsahem**

V dnešní době mají diváci k dispozici široké spektrum možností pro sledování obsahu. Nabídka dostupných obsahů stále roste a rozšiřuje se i počet streamovacích platforem. V rámci této kategorie tedy bylo klíčové porozumět rozhodovacím procesům a volbám, které provádějí účastníci při výběru obsahu. Cílem bylo zkoumat uživatelské preference a zjistit, jaký typ obsahu je pro ně nejpreferovanější, zároveň pochopit motivy, které vedou některé participanty k opakovanému sledování určitého obsahu. Vzhledem k široké nabídce obsahu a dostupných streamovacích služeb bylo dále také analyzováno, jak uživatelé v rámci tohoto vzorku vybírají konkrétní platformu a jak probíhá proces výběru konkrétního titulu, tedy jakým způsobem se na těchto platformách chovají, co ovlivňuje jejich rozhodování a co usnadňuje proces hledání obsahu. Kromě toho byla pozornost věnována i otázkám týkajících se doporučení a algoritmů.

#### **3.3.1 Uživatelské preference**

V oblasti preferencí obsahu výzkum odhalil pestrost vkusů a oblíbených žánrů mezi informanty. Zřetelným trendem však byla převaha zahraniční tvorby, zejména seriálů, které si participanti často vybírali. Někteří z nich zdůrazňovali své oblíbené žánry, zahrnující akční tituly, drama, komedii, krimi, dokumenty, pohádky, romantické filmy, kulinářské pořady, nebo reality show. Přestože převažovala zahraniční produkce, někteří informanti nepopírali kvality české tvorby.

Karolína zdůraznila, že má ráda především seriály a na filmy chodí spíše do kina: *„Mám ráda hlavně seriály, na film si ráda zajdu kvůli tomu zážitku spíš radši do kina. Sleduju hodně zahraniční obsah, přijde mi, že sem tam se ke mně dostane i něco z český produkce, ale hlavně je to asi i díky našim, protože s nima občas koukám na nějaký český komedie nebo kriminálky. Mám hodně ráda takový ty typický holčičí seriály jako je třeba Emily in Paris, ale občas mi algoritmus dohodí i nějaký dokument, jako třeba teď o Davidu Beckhamovi,“* říká. Sofie naopak upřednostňuje flexibilitu výběru obsahu: *„No, záleží na náladě. Sleduju jak filmy, tak seriály. Někdy mám chuť na rychlý filmový zážitek, jindy na delší, poutavý seriál. Takže to je dost flexibilní. Hlavně sleduju zahraniční obsah, protože tam je obrovský výběr a často se dostanu k netradičním příběhům. Ale občas si ráda pustím i něco českého, pokud je to dobré. Každý kvalitní obsah má svoje místo,“* tvrdí. David

upřednostňuje zahraniční obsah, ale je otevřen různým žánrům, včetně akčních filmů, komedií a dokumentů.

Magdalena preferuje zahraniční seriály: „*Mám ráda seriály a spíš zahraniční, ať už jde o americkou nebo britskou tvorbu, pak jsem začala koukat taky na korejský seriály, ale občas kouknu i na něco dokumentárního, nebo nějakou reality show jako Love is Blind. Tím, že je to v té době populární, tak se na to kouknu, ale není to primární žánr, na kterej bych se koukla,*“ vysvětluje. Iva je také fanouškem zahraniční tvorby a preferuje sledování seriálů. Mimo to má ráda romantické filmy, reality show a sitcomy, což jí poskytuje různorodost zábavy. I Natálie upřednostňuje zahraniční tvorbu a zajímavým prvkem pro ni je sledování obsahu v anglickém jazyce. Tento aspekt jí poskytuje nejen relaxaci, ale také pocit, že získává zároveň jazykové dovednosti. Přednost dává hlavně seriálům, občas zhlédne ale i nějaký romantický nebo oddechový film, a to včetně historických dokumentů. Barbora zůstává v souladu s ostatními informanty věrná zahraniční tvorbě. Vzhledem k rozsáhlé nabídce zahraničních obsahů se českým titulům zpravidla nevěnuje a většinou volí různorodé seriály a ságy napříč různými žánry, sleduje i anime. Kromě ní sleduje anime i Tomáš, který ačkoliv vyhledává spíše zahraniční tvorbu, zejména seriály, je otevřený i českému obsahu a různým žánrům.

Petr je vášnivým fanouškem superhrdinských příběhů a sleduje jak DC, tak Marvel obsahy. Jeho záliba v komiksových světech ho vede k pravidelnému sledování příběhů a filmů těchto dvou velkých společností. „*Když se na to podívám, tak mám fakt rád zahraniční obsah, zejména ty superhrdinský věci. Jsem dost velký fanoušek DC a Marvelu, takže na ty jejich seriály a filmy koukám docela často. DC má svůj specifický styl a Marvel zase svoje vlastní univerzum, takže je to pro mě fakt zábava,*“ říká. Jiří dává přednost spíše filmům než seriálům a preferuje zahraniční produkci. Tereza také spíše volí filmy, zmiňuje i pohádky, dokumenty a romantické filmy. Lukáš sdílel svůj zájem o seriály a podělil se, že aktuálně sleduje seriál *The Witcher*. Matyáš se zaměřuje na zahraniční tvorbu, zejména na seriály, které se odehrávají ve firemním prostředí, což mu výrazně pomáhá s procvičováním angličtiny, kterou používá v práci. Aneta zase prozradila svou vášeň pro seriály a dokumenty, zejména z žánrů drama, krimi a mystery. Radim, na rozdíl od většiny participantů, momentálně dává přednost české tvorbě a filmům. Před zrušením svého Netflix účtu kombinoval sledování zahraničního a českého obsahu. Kryštof se zajímá hlavně o kulinářské pořady: „*Mám rád hodně různý kulinářský pořady, kolikrát to jsou i reality show. Třeba zrovna ten MasterChef nebo na Netflixu Je to dort?, nebo Šéfkuchařův stůl.*

*Preferuju asi hlavně český obsah, obecně je toho ale i hodně zahraničního, takže si to dávám do češtiny. Když nejde dabing, tak aspoň titulky. Mám rád i různé horory a občas se kouknu i na nějaký dokument o přírodě.“*

### **3.3.2 Návraty k obsahu**

Analýza motivací, proč se participanti vrací k určitému obsahu, odhalila různorodé důvody. Téměř všichni participanti ze vzorku se k obsahu vrací. Jedním z nejběžnějších motivů je potřeba relaxace a úniku od stresu. Mnozí z nich si vybírají známý obsah, protože vědí, co mohou očekávat a spojují si s ním příjemné pocity. Tato forma jistoty může být uklidňující, zejména po náročném dni. Některé participanty obsahy jednoduše těší, mají je v oblíbenosti a rádi si zpříjemní dlouhou chvíli, jiní se uchylují ke známému obsahu v momentě, kdy se potřebují soustředit na něco jiného a pustí si obsah jako kulisu. Další zajímavou motivací je potřeba připomenout si obsah, který již dříve sledovali, a to zejména v případech, kdy očekávají uvedení nové řady oblíbeného seriálu nebo pokračování filmu. Participanti tak sledují dosavadně zveřejněné části k připomenutí děje a postav, což jim umožňuje lépe se orientovat v nadcházejícím nově přidaném obsahu. Někteří jedinci se k obsahu vrací z důvodu nostalgie a spojují si ho s určitým obdobím ve svém životě. Tento obsah jim připomíná dřívější doby, navozuje atmosféru a vytváří silné emocionální spojení s minulostí.

Sofie se k obsahu vrací, když zažívá špatný den: *„Když mám špatný den nebo jednoduše potřebuju dobrý pocit, tak si pustím něco, co už znám a vím, že mě to potěší, jako třeba Přátelé nebo Harry Potter,“* říká. V náročném období sledují známé tituly i Petr a Aneta, oba zmiňují například zkouškové období. *„Tak nějak každoročně se vracím k Avengers a Strážcům Galaxie, obzvláště během zkouškového. Když mám stres a nervozitu, tak mě to uklidňuje, protože to jsou pro mě takový únikový světy od reality,“* uvádí Petr. Aneta udává rovnou celý výčet důvodů, proč se k určitým obsahům vrací: *„Já na známý věci koukám v momentě, když nemám nic nového, na co bych koukala. A taky v momentě, kdy si chci pustit něco, ale nechci tomu věnovat tolik pozornosti. Třeba u toho uklízím, anebo jsem to viděla před pěti lety, ale už si to zas nepamatuju, a chci si to pustit znovu, protože jsem měla dobrý pocit z toho seriálu a bavil mě. Pak taky když vyjde nová série po sto letech a nepamatuju si ten předchozí zbytek. Pravidelně překoukávám Přátelé, Gossip Girl, Vampire Diaries a občas Jak jsem poznal vaši matku. (...) Nebo mě ještě napadá třeba další důvod, kterej se týče školy, když mám nějaký náročný období a musím se učit, tak si třeba za odměnu u oběda pustím jeden díl něčeho, co znám, aby mě to nenutilo si to furt pouštět*

a mohla jsem se soustředit na učení,“ vysvětluje.

Nostalgie hraje důležitou roli zejména u participantů, kteří mají konkrétní vzpomínky spojené s určitým obsahem. Například David má tendenci vracet se k obsahu, když je nemocný: „Mám jeden seriál, jmenuje se *Bratrstvo neohrožených*, na to koukám, když jsem třeba nemocnej, už to s tím mám nějak spojený a prostě mě to baví. Pak se rád vracím taky k *Pánovi prstenů*. (...) U toho *Pána prstenů* je to celkem jednoduchý, mám to rád, vždycky mě to pohltí a vzpomenu si, jak jsem z toho byl tenkrát hrozně nadšenej, když jsem to viděl poprvý a jak ten celej vymyšlenej svět byl epickej,“ uvádí. *Pána prstenů* zmiňuje v rámci vzorku hned několik informantů. Magdalena například sleduje tento konkrétní titul také: „*Harryho Pottera* sleduju každoročně, *Pána prstenů* taky. Většinou je to konec roku, nějakěj podzim nebo zima během prázdnin třeba, nebo když se mi nějaký seriály fakt líbí, tak si je pustím i během roku, když už od toho uběhla nějaká doba. Většinou to mám spojený s nějakým obdobím, určitě je to nějaká nostalgie a u těch dalších seriálů si myslím, že je to z důvodu toho, že ty další streamovací platformy prostě nevydávaj nový věci, tak se vrátím k tomu, co se mi líbilo a prostě si to zopakuju do té doby, než něco novýho a dobrýho vyjde,“ vysvětluje. Barbora zmiňuje, že se občas vrací k filmům, které má ráda, řadí mezi ně *Star Wars*, *Pána prstenů* i *Harryho Pottera*. Dále sleduje *American Horror Story* v období *Halloweenu*, zejména kvůli navození strašidelné atmosféry. Radim se také řadí k fanouškům této úspěšné ságy, návrat k tomu obsahu ale zdůvodňuje spontánním rozhodnutím. Lukáš se vyslovuje podobně, ke svým oblíbeným filmům a seriálům se vrací zejména tehdy, když má volný večer nebo když zkrátka pocítí touhu. Matyáš má obsahy také často spojeny s určitým obdobím: „Víckrát jsem koukal na *Mentalistu*. To je podle mě nejlepší kriminální seriál ze všech, vždycky když to dávali v televizi, tak jsem měl chuť si to pouštět znova. Každěj rok si pravidelně na *Vánoce* pouštím *Sám doma* a někdy si dám i maraton *Harryho Pottera*. Vracím se k tomu asi hodně z nostalgie, připomene mi to svátky nebo v případě *Harryho* zase dětství.“

Z nostalgie sleduje některé obsahy i Karolína, kromě toho si ale ráda připomíná dosavadní děj: „Vracím se poměrně hodně často k seriálu *Jak jsem poznal vaši matku*, to byl takovej první seriál, na kterým jsem se učila anglicky, a je to pro mě takový nostalgický. Takže často, když nemám zrovna na co koukat, pustím si právě *Jak jsem poznal vaši matku*. Pak se taky k různěm seriálům vracím, když má vyjít nová série nebo další pokračování filmu, abych byla v obraze a mohla si to připomenout,“ říká. Před vydáním nové řady sledují předchozí části i Tereza a Tomáš, současně ale uvádí i důvody spojené s konkrétními

vzpomínkami a oblibou konkrétního obsahu. Špatnou paměť přiznává i Iva: „*Já se vracím k těm předchozím sériím, pokud mě to jako dost bavilo a chce se mi nad tím strávit ten čas a nepamatuju si to úplně přesně, což já mám jako strašně špatnou paměť a než vyjde nová série, tak to zapomenu. A potom mám All the boys that I love a to je takový z mého dětství, že si tím připomenu to období, a je to taková slad'árna a film, co tě pohladí po duši a víš, co od toho čekat.*“

Na druhé straně jsou zde i tací, kteří preferují hledání nového obsahu a nevracejí se k již viděným filmům nebo seriálům. Jiří obvykle radši vyhledává nový obsah, s výjimkou filmů od režiséra Quentina Tarantina. „*Já úplně nejsem ten člověk, kterej se dívá na věci, který viděl už hodněkrát. Jediný co mám hodně rád, tak tarantinovky, nebo teda filmy od Tarantina, tak třeba jednou za rok se podívám na Pulp Fiction. To je pro mě taková srdcovka ty jeho filmy, viděl jsem je všechny, ale jinak to takhle nemám, že bych koukal třeba na Pána prstenů,*“ upřesňuje Jiří. Natálie se dříve k obsahu vracela, zejména k seriálu Gilmoreova děvčata během podzimu a zimy, seriál si tak spojuje s těmito ročními obdobími. Sledování tohoto seriálu pro ni vytvářelo určitou atmosféru nebo náladu, kterou si chtěla znovu prožít. Kryštof v neposlední řadě také potvrzuje, že není typem, který se vrací k dříve viděnému obsahu, a raději hledá nové tituly.

### **3.3.3 Výběr platformy a uživatelské chování**

Streamovací služby s sebou přinesly nekonečné možnosti zábavy, ale zároveň také náročné rozhodování, které se pojí s neomezenou nabídkou obsahu. Do této podkategorie byla zahrnuta témata týkající se výběru konkrétní platformy a uživatelského chování. Důraz byl kladen na zjištění toho, proč si participanti volí konkrétní platformy, podle čeho se řídí a co jejich rozhodnutí ovlivňuje. Někteří se také v souvislosti s výběrem obsahu zamýšleli nad tím, jak vůbec neomezenou nabídku vnímají, a reflektují své pocity. Učinit konkrétní rozhodnutí totiž bývá často komplikované.

Tereza přirovnává proces výběru obsahu k rozhodovací paralýze: „*Televizi jsem si prostě dřív zapla a přepínala, ale tady si prostě něco musím vybrat a ta volba je pro mě dost náročná, protože mám takovou tu rozhodovací paralýzu, že je tam spousta možností a nevím, na co mám koukat a nebaví mě to hledat. Už jsem toho i spoustu viděla a většinou dám přednost novým věcem,*“ říká. Tereza tímto způsobem popisuje, že přemíra možností na streamovacích platformách jí způsobuje problém s výběrem. Barbora sdílí frustraci spojenou s náročným výběrem a množstvím dostupného obsahu: „*Přijde mi, že obecně je toho obsahu*

*hrozně moc a mám pocit, že to nikdy všechno neuvidím. Trochu se v tom obsahu topím, ale zároveň je tolik možností a věcí na výběr, že to nemám šanci za celý život zkouknout,*“ zdůrazňuje, jak se někteří mohou cítit přesyceni a ztraceni před nadměrným objemem obsahu. Její zkušenost tak odráží obdobné pocity, které se mohou vyskytovat v kontextu informačního přetížení, kdy je obtížné zpracovat všechny dostupné informace. David se v této souvislosti připojuje k výše zmíněným pocitům ohledně náročnosti výběru obsahu: *„Je fakt, že teď máme fakt přemíru obsahu na výběr, a to nám dělá pěkně zmatek. Je těžké se rozhodnout, co si vybrat, když máme tolik možností k dispozici, a často se stává, že ztratíme přehled,*“ zdůrazňuje. David tímto potvrzuje, že mnozí lidé se potýkají se stejnými výzvami a dilematy při výběru obsahu na streamovacích platformách.

V rámci zkoumaného vzorku jsou uváděny různé faktory, které ovlivňují rozhodování informantů při výběru streamovací platformy. Někteří si danou platformu vybírají zejména kvůli exkluzivnímu obsahu, pokud mají před samotným sledováním na mysli konkrétní titul, řídí se podle něj a jdou na určitou platformu cíleně. Jiní mezi platformami migrují a hledají ten nejideálnější titul, který by v danou chvíli vyhovoval jejich diváckým preferencím. Mnoho participantů také reflektuje využívání jedné platformy jako primární, často se tedy uchylují v dlouhé chvíli k jedné a spoléhají se na to, že právě zde si něco vyberou, pokud je jinde nic nezaujalo. Někdo uvádí jako faktor i prostředí a okolnosti spojené se sledováním, další uvádí rozdíly ve volbě platformy, pokud se jedná o individuální nebo společné sledování.

Lukáš přistupuje k výběru obsahu spíše cíleně: *„Při rozhodování, co budu sledovat na platformách, se zaměřuji spíše na konkrétní obsah, co mě zajímá, a hledám ho podle názvu, herců nebo žánru. Většinou už jdu s nějakým konkrétním cílem,*“ říká. Karolína naopak preferuje prohlížení nabídky platformy: *„Já na to jdu většinou podle těch platform. Když nevím, co si pustit, tak projedu tu nabídku, kouknu se, co kde zrovna vyšlo, co je třeba na Netflixu v Top 10, a podle toho si vybírám. Když mě tam nic neosloví, tak jdu zase hledat na jinou platformu, takže to někdy celkem trvá, než si vůbec něco třeba vyberu. Jiný to je, když mám zrovna nějaký konkrétní titul. Tam nejdřív zjišťuju, kde je, takže si ho buď vyhledávám, anebo si to zjistím podle Googlu. Když už je to pokračování něčeho, co už jsem viděla, tak rovnou vím, kam mám jít.“*

Někteří informanti, jako Sofie, se zaměřují na obsah, který je pro ně zajímavý, aniž by zvlášť preferovali jednu platformu před druhou: *„V první řadě se zaměřuju na obsah, disneyovku na Netflixu hledat třeba nebudu. Takže buď jdu konkrétně, nebo se prostě*



*prodírám a hledám všude, ale často mě to pak třeba přestane bavit a pustím si tam něco, jen aby se neřeklo.“* Matyáš má rád konkrétní obsah, který ho zaujme, a nesnaží se sledovat příliš mnoho věcí najednou. V momentě, kdy nemá co sledovat, mezi platformami migruje. Oproti tomu Tereza nebo Natálie spíše cíleně prochází nabídku Netflixu a zaměřují se tak na konkrétní platformu. Natálie upřednostňuje Netflix a jen příležitostně zavítá na HBO. Většinou jí obsah na HBO neoslovuje a vrátí se zpět na Netflix. Tereza také dává přednost platformě Netflix a zaměřuje se na nově přidaný obsah. Tomáš a Kryštof se většinou rozhodují podobně jako Lukáš a danou platformu volí cíleně podle obsahu, ale často se uchýlí k Netflixu a snaží se zde něco najít. *„Záleží na tom, co je na konkrétní platformě za obsah, podle toho se rozhoduju. Většinou vím, co chci sledovat, a s tím někam jdu. Netflix snad jako jedinej projíždím, pokud tam nenajdu něco, co mě zaujme,“* vysvětluje Tomáš. Magdalena klade důraz na možnost stahování obsahu, což má pro ni význam, když sleduje filmy například ve vlaku. Zároveň zohledňuje aktuální zájem o konkrétní titul: *„Rozhoduju se podle toho, jestli ty epizody jdou stáhnout nebo ne, protože často koukám i ve vlaku. Když třeba nemám wifi nebo data, tak si pustím na Netflixu stáhnutý věci. A když jsem doma a mám se mezitím rozhodnout, tak většinou je to podle toho, jestli tam je nějaký film, kterej mě zajímá, pokud je ten film na Primu, tak si vyberu Prime, anebo pokud je na Netflixu, tak jdu spíš tam, protože mi přijde, že má širší nabídku.“*

Další situaci výběru uvádějí Jiří a Iva. V jejich případě je určujícím faktorem to, zda chtějí obsah sledovat sami, či s někým. Pokud obsah sledují ve společnosti někoho dalšího, jdou cíleně po platformě. Jiří se běžně uchyluje spíše k HBO, v případě, kdy sleduje s rodinou, ale volí Disney, protože má nabídku více zaměřenou na rodinný obsah. Iva má od přítele sdílený přístup k HBO Max, často tedy sledují obsah na této platformě společně, ale pokud se chce dívat sama, využívá Netflix. *„Já koukám většinou na Netflix, protože to HBO je spíš přítele a tam se koukáme víc spolu. A když koukám na Netflix, tak buď koukám podle tý nabídky, nebo tam jsou takový ty ukázky z filmů a já si to dávám do toho máho listu, takže si pak vybírám z toho. Nebo jsem prostě dlouho něco neviděla, nebo vlastně vycházela ta nová řada, tak si to pustím,“* vysvětluje Iva. Aneta a Radim mají k dispozici pouze jednu platformu. Radim, dřívější uživatel Netflixu, volil svou platformu na základě toho, jaký obsah právě chtěl sledovat. Pokud hledal zahraniční tvorbu, upřednostňoval Netflix, zatímco pokud měl chuť na české tituly, volil Voyo. V současnosti má už ale pouze Voyo. Aneta přiznává kromě streamovacích služeb i možnost sledovat obsahy nelegální cestou, pokud má ale zvolit, volí Netflix, protože jí vyhovuje jak prostředí této platformy, tak její funkcionality

a vlastní doporučení obsahu.

Uživatelé na dané platformě pro sledování filmů a seriálů projevují různé návyky a chování, které jim pomáhá objevovat a vybírat si obsah podle osobních preferencí. Jedním z klíčových prvků je použití vyhledávacího pole, které umožňuje uživatelům rychle najít konkrétní filmy nebo seriály. Díky této funkci mohou snadno vyhledávat a zobrazovat obsah, který odpovídá jejich požadavkům. Dále uživatelé často využívají možnost vyhledávání podle oblíbených herců a žánrů. Tímto způsobem mohou snadno najít filmy, ve kterých hraje jejich oblíbený herec, nebo se ponořit do určitého žánru, který je aktuálně zajímavý. „*Chvilí koukám, prolistuju si různé kategorie, romantický filmy, hollywoodský filmy...jedu na tý první stránce a hledám. To vyhledávací pole nevyužívám, protože málokdy se stane, že bych tam šla kvůli něčemu konkrétnímu, pokud mi to někdo nedoporučí,*“ vysvětluje Natálie. Například David už většinou před sledováním určitou představu má: „*Já jsem takovej, že většinou vím, co chci vidět, třeba nějaký akčňák, sci-fi nebo tak. Takže pak projíždím ty jednotlivý sekce třeba na Amazonu a podle toho si vybírám. Když chci akčňák, tak koukám u akčních filmů,*“ dodává. Kromě toho také někteří participanti prochází nově přidané tituly na platformě a sledují žebříčky oblíbenosti od dalších uživatelů. To jim poskytuje orientaci v aktuální nabídce a umožňuje jim najít nejen populární, ale i méně známé tituly. Často se k tomu uchyluje Tereza: „*Já kolikrát koukám i na TOP 10, ale většinou nejčastěji na to, co je zrovna nově přidanýho,*“ říká. V neposlední řadě si několik uživatelů zakládá seznamy s tituly, které chtějí později zhlédnout. Tím si udržují přehled o filmech, které je zajímají, a mají je kdykoli k dispozici, aniž by si je museli pamatovat. Příklad této praxe uvádí Matyáš, který si systematicky ukládá filmy do seznamu, občas vyhledává ale i podle žánru nebo si obsah nechá doporučit. Podobně se na Netflixu chová i Barbora: „*Na Netflixu se to snažím ukládat do toho seznamu, ale hodně často mě osloví ta ukázka, když ukáží kousek, a pak taky třeba vyhledávám, nebo občas i podle herců, ale to není tak často.*“

### **3.3.4 Doporučení a algoritmy**

Algoritmy a jejich vliv na výběr obsahu a chování uživatelů na streamovacích platformách jsou velmi důležitým aspektem v kontextu prostředí streamovacích služeb. V rámci tohoto výzkumu byl zkoumán vliv algoritmů a doporučení na rozhodování a preference uživatelů v této oblasti.

Většina účastníků provedeného výzkumu pozitivně vnímá využití algoritmů při

výběru obsahu. Algoritmy jim pomáhají šetřit čas tím, že jim doporučují obsah na základě jejich dřívějších preferencí a sledovaných titulů. Tímto způsobem mohou snadněji objevit nové zajímavé pořady a filmy. „Většinou jdu podle toho algoritmu, protože ta aplikace sama selektuje, na co se dívám, takže mi rovnou vyhazuje to, co by se mi mohlo líbit a pokud je v mém okolí nějaký pořad, kterej je hodně populární, tak dám pak na názor druhých. Primárně jdu ale spíš po tom, co mi vyhodí ta aplikace,“ přiznává Magdalena. Aneta potom hovoří o ukázkách, které se samostatně spouští: „Doporučení fakt ovlivňuje moji volbu, mě to nebaví se v tom hrabat, já radši něco odkliknu, než abych nad tím strávila spoustu času. Nemusím tam koukat na každou ukázkou. Jakmile to zapnu, tak na mě začne většinou nějaký seriál rvát. Když mě to zaujme, tak si to přidám do listu a někdy se k tomu dostanu. Dám teda přednost svému seznamu i tomu, co mi to samo doporučí.“

Kromě algoritmů dávají mnozí účastníci velkou váhu také doporučením od svých známých. Osobní doporučení od přátel či rodiny má pro ně ve výběru vysokou vypovídající hodnotu, protože vědí, že tito lidé rozumí jejich vkusu. „Doporučení od přátel jsou super, protože vím, že jsou v souladu s mým vkusem. Ale občas mě překvapí algoritmy, takové to, jak ti to samo doporučí něco na základě toho, co už jsi sama sledovala, a na konci filmu ti to dá vybrat. Díky tomu objevím třeba něco nového a zajímavého,“ upřesňuje Sofie. Iva s Karolínou sdílí podobný postoj k algoritmům a osobním doporučením jako Sofie. Také Radim se přiklání spíše k doporučení, které získá ve svém okolí.

Tato kombinace algoritmického doporučení a názorů z okolí je pro mnohé ideálním způsobem, jak najít obsah, který je pro ně atraktivní. Petr považuje algoritmy za užitečné, navedou ho na základě dříve sledovaných obsahů, ale současně dá i na osobní doporučení. Kryštof je dalším příkladem, který se řídí především podle algoritmů. Matyáš má algoritmy také v oblibě, ale rovněž bere v úvahu doporučení od lidí v jeho okolí. Různé formy doporučení kombinuje i Lukáš: „Když hledám, co sledovat, tak se často kouknu na recenze na ČSFD, abych zjistil, jestli je něco dobrého, a podle toho pak jdu buď na Netflix, HBO nebo Disney. Občas mi algoritmy skutečně pomůžou najít něco nového, čeho bych si jinak nevšimnul. Ale taky dávám na doporučení od známých, pokud někdo řekne, že něco bylo super, tak to má větší šanci, že si to taky pustím. Takže kombinuju algoritmické doporučení s názory lidí kolem mě,“ vysvětluje.

Důležitou roli hrají také žebříčky a hodnocení. Někteří uživatelé se řídí tím, co je na Netflixu v žebříčku TOP 10 podle ostatních uživatelů nebo na sociálních sítích hodně populární. Tyto trendy jim mohou pomoci vybrat obsah, který je v danou chvíli aktuální

a oblíbený mezi ostatními uživateli. Natálie dává na osobní doporučení, kouká na trendy a na TOP 10 na Netflixu. Podobně to má také Tereza, která využívá algoritmické doporučování, ale také prochází žebříček TOP 10 na Netflixu. Barbora ani Iva naopak žebříčky a hodnocení nepoužívají při svém rozhodování. Jiří sice dává spíše na osobní doporučení, ale často, podobně jako Lukáš, čte i recenze od ostatních uživatelů na portálu ČSFD: „*Když mi to třeba doporučí někdo jinej, nebo vidím, že má ten film hodně dobrý doporučení na ČSFD, takže asi bude jako dobrej, tak se na něj podívám. Jako určitě se neorientuju podle jedný blbý recenze, ale pokud má ten film na ČSFD třeba 30 000 hodnocení, tak si myslím, že to udělá už nějakej objektivní obrázek.*“

Nicméně, ne všichni účastníci vnímají algoritmy pozitivně. Někteří je považují za obtěžující a omezující. O svůj názor se podělil David: „*Mě algoritmy hrozně obtěžujou, protože mě drží ve stejný bublině a já z ní chci za každou cenu vypadnout. A chci vidět něco jinýho a novýho, než na co se běžně koukám. Takže mě mrzí, že si mě ten algoritmus zaškatulkuje a mám problém vidět pak ty jiný filmy,*“ vysvětluje. Upozorňuje ale také, že většinou ví, co chce sledovat, a proto se podle nich neřídí. Dříve ale dal i na své okolí, které mu doporučovalo obsah. Tomáš také algoritmy nemá příliš v oblibě, ale přiznává, že někdy mohou být nápomocné: „*Největší váhu má asi doporučení od známých, to vždycky určí to, jestli tomu dám šanci, vždycky to ale určuju já, na co se budu koukat. Nemyslím si, že má Netflix až tak dobrý algoritmy, abych se podle toho řídil. Třeba ty jejich notifikace o novým obsahu, anebo takový to, co by se mi mohlo líbit, nemám rád, vadí mi, jak mě to otravuje. Občas maximálně, když je nějaká ukázka a jako fakt se mi to líbí, tak si to uložím do listu a ten algoritmus mi k něčemu je.*“

### **3.4 Sledovací návyky a jejich vývoj v čase**

Divácké chování jednotlivých uživatelů streamovacích služeb se může v čase měnit a vyvíjet. Tato kategorie se zaměřuje na to, jak konkrétní jednotlivci konzumují mediální obsah a jak tyto návyky procházely výraznými proměnami v průběhu let. Zvláštní pozornost proto byla věnována analýze těchto změn v konzumaci obsahu před nástupem streamovacích platforem. Dále se zkoumal vliv pandemie covidu-19 na způsob, jakým účastníci trávili svůj čas před obrazovkou. Diskutovány byly i současné sledovací návyky, čas strávený sledováním, jeho regulace a fenomén binge-watchingu. V neposlední řadě byl zahrnut také rozdíl mezi samostatným a společným sledováním a role obsahu, kterou zastává jako kulisa nebo doprovod k jiným činnostem.

### 3.4.1 Konzumace obsahů před nástupem streamovacích platforem

Před nástupem streamovacích služeb docházelo u mnoha účastníků k častému využívání tradičních způsobů konzumace mediálního obsahu. Někteří z nich upřednostňovali sledování televizního vysílání, zatímco jiní vzpomínali na dobu, kdy DVD bylo běžným médiem pro přehrávání obsahu. Jiní zase hledali možnosti on demand obsahu, což zahrnovalo sledování obsahu podle vlastního uvážení a okamžité dostupnosti. Obyčejná televize nebyla jediným způsobem, jak sledovat filmy a seriály, mnozí využívali různé stahovací servery a webové stránky s nelegálním obsahem, který bylo možné přehrávat a přetáčet dle libosti. V souvislosti s těmito nelegálními cestami účastníci často odkazovali na „pirátské stránky“ a sdíleli své zkušenosti s obtěžujícími reklamami, které se zobrazovaly před spuštěním obsahu. Někteří účastníci dokonce zdůrazňovali význam premium účtů na stahovacích serverech, aby se vyhnuli dlouhým čekacím dobám, jiní vyjadřovali své obavy z možných následků stahování. Ve vzorku je ale poměrně velká část participantů, kteří výše zmíněné nelegální způsoby sledování využívali i v kombinaci se sledováním tradiční televize.

V době před nástupem streamovacích platforem bylo využívání stahovacích serverů běžnou praxí mezi účastníky. Tomáš preferoval používání torrentů a říká: „*To byly časy... na televizi jsem ani dřív nějak extra nekoukal. Většinou jsem si všechno stahoval přes torrenty. Byl jsem fakt takovej pirát. Já mám takovou filozofii, že jakmile mi distributor nedá žádnou jinou možnost, jak se na ten film podívat a mít ho k dispozici, tak mi nezbyvá, než to zpirátit,*“ sděluje. Současně ale přiznává, že se jeho filozofie s nástupem streamovacích služeb změnila a v současné době rád tvůrce podpoří. David se také přiznal ke stahování obsahů: „*Dřív jsem všechno piráttil, ale jakože úplně všechno. Na trvd'áka jsem si vždycky odčekał tu dobu, než se to stáhlo, nebo jsem chodil s diskem a s kámošema jsme si to normálně sharovali. Hlavně my jsme neměli tak rychlej internet, takže jsme se kolikrát fakt načekali,*“ vzpomíná. Petr, na druhé straně, si raději platil za premium účet na stahovacím serveru, aby se vyhnul dlouhým čekacím dobám: „*Abych ušetřil čas, často jsem si platil za prémiový přístup na stahovacích serverech, abych nemusel trávit tři hodiny čekáním na stažení nějakýho blbýho filmu. Přišlo mi to normální, protože kdo by chtěl čekat tři hodiny na stažení filmu?*“ ptá se.

Ke stahování se přiznali také další informanti, ale někteří jako například Karolína, reflektují i zkušenosti s online stránkami s nelegálním obsahem. „*Starší ségra mi ukázala různý online stránky, kde byly přidávány nový epizody, takže ještě než jsem měla Netflix,*

*jsem často trochu pirátila. Nikdy jsem si teda úplně nic nestahovala, možná občas nějaký film, ale kdybych si měla třeba nastahovat všech osm řad nějakýho seriálu, asi by mě to ani nebavilo. Takhle online to bylo fajn a pohodlný, akorát občas ten zdroj toho videa to třeba zablokoval a nešlo to přehrát, takže jsem tu epizodu musela prostě přeskočit a koukat dál,*“ svěřila se Karolína. Natálie a Barbora vzpomínají na často nevhodné reklamy, které na ně vyskakovaly před spuštěním obsahu. *„Různý online stránky jsem k tomu občas využívala taky, ale jako minimálně, tam mě vždycky zaskočilo, co tam na mě vyjíždělo, já jsem se toho vždycky bála, aby mě to nehodilo někam, kam nechci,*“ sděluje Natálie.

Kryštof a Sofie sdělili, že se k nelegálnímu způsobu sledování nikdy neuchýlili, protože měli obavy z možných následků. Tito dva zmínění v minulosti využívali hlavně tradiční způsoby sledování. *„Předtím, než jsem začala využívat streamovací služby, jsem sledovala obsah především prostřednictvím televize. Když jsem byla malá, pamatuju si, že jsme měli hodně DVDíček a pouštěli si na tom pohádky a taky jsme na tom měli pár filmů. Nikdy jsem si ale nic nestahovala, protože jsem se vždycky bála toho, že mě někdo chytí a budu z toho mít problém,*“ vysvětluje Sofie. Také Tereza se podělila o to, jak dříve využívala televizi: *„Dřív jsem byla prostě od malička zvyklá na normální televizi. Prostě jsem přišla třeba ze školy a věděla, že si musím udělat rychle úkoly, protože od šesti už dávali Simpsonovi. A pak jsem u toho už nějak uvízla. To byly časy,*“ vzpomíná.

Před nástupem streamovacích platforem bylo pro mnohé účastníky běžné kombinovat tradiční televizi s různými alternativními způsoby konzumace obsahu. Někteří jako Jiří, Matyáš a další využívali služby jako Ulož.to pro stahování obsahu. Tradiční televizi si vybírali jen tehdy, když chtěli sledovat určitý pořad. *„Stahoval jsem z Uložta nebo jsem koukal na normální televizi, nic jinýho nezbyvalo,*“ vysvětluje Radim. Jiní nestahovali, ale využívali jak televizi, tak nejrůznější online webové stránky. *„Dřív jsem koukala hlavně na televizi, zrovna na to, co dávali. Pak přes online stránky, nevím, jak se to přesně teď jmenuje, protože je to nelegální a pořád se to nějak přejmenovává,*“ zmiňuje například Aneta. Kromě ní reflektují stejnou zkušenost i Iva nebo Barbora. Magdalena kromě stahování, pirátských stránek a televizního vysílání sledovala i nelegálně přidané filmy na platformě YouTube. *„Předtím než jsem měla streamovací služby, tak to byla buď hlavně nelegální cesta, nějaký ty online servery, co to měli zdarma... třeba bombuj nebo topserialy...nebo to, co bylo nahraný třeba na YouTube nebo zrovna v televizi,*“ říká. Mnoho alternativních cest využívaly i Tereza a Natálie.

### 3.4.2 Sledování v době pandemie covidu-19

Během pandemie covidu-19, která zasáhla všechny v letech 2020–2021, došlo k výrazným změnám v každodenním životě jednotlivců. S ohledem na tuto výjimečnou situaci byl prováděný výzkum částečně zaměřen na tento časový úsek, aby bylo možné lépe porozumět proměnám sledovacích návyků participantů. Mnozí z nich strávili více času sledováním obsahu prostřednictvím streamovacích služeb, často z důvodu, jak to vyjádřil Radim, že „*nebylo co jiného dělat*“. Přesun některých povinností do online prostředí vedl k tomu, že lidé trávili více času na internetu, čímž i zvýšili objem sledovaného obsahu na svých obrazovkách. V průběhu tohoto období se u některých participantů objevila reflexe negativního vlivu binge-watchingu, zatímco jiní omezili sledování filmů a seriálů, aby měli více času na své blízké nebo na jiné aktivity. Pro některé jedince se sledování stalo prostředkem k úniku od každodenní reality, což mohlo mít za následek změnu v obvykle sledovaném obsahu a vyhledávání nových žánrů. Někteří se obrátili k lehčím a oddechovějším tématům, zatímco jiní zůstali věrní svým oblíbeným žánrům a měli tak více času na sledování obsahu, který byl dlouho na jejich seznamu nebo ho odkládali. Došlo také ke změnám využívání různých sledovacích zařízení.

Někteří, jako Lukáš a Karolína, se stali horlivými diváky během pandemie. Lukáš prohlásil, že během pandemie bylo sledování pořadů prakticky jeho jedinou zábavou. Sledováním trávil čas i Petr: „*Během té pandemie jsem si fakt hodně navyknul sledovat. Víc než kdy jindy. Hlavně jsem se díval na nový obsah, protože ty starý věci už jsem měl dost nakoukaný, takže jsem hltal všechno, co bylo nové. Během pandemie jsem to používal často jako únik od stresu a izolace,*“ prozradil Petr. Více volného času se projevilo také na objevování nových žánrů. „*V covidu jsem buď volala s kamarádama, nebo koukala na filmy a seriály. Hodně času jsem samozřejmě trávila společně i venku s rodinou, ale často nebylo moc co dělat. Během lockdownu jsem na to měla čas a vycházely různé zajímavý seriály, takže jsem se v tý nabídce mohla víc hrabat. Jednoznačně to vliv na moje sledování mělo, a to jak z pohledu času, tak i obsahu. Začala jsem koukat třeba na dokumenty, a kromě Super drbny a jiných seriálů, který sleduju běžně, jsem začala vyhledávat i jiný typy obsahu,*“ vysvětluje Karolína. Dokumenty začala sledovat i Sofie, která často vyhledávala dokumenty právě s tematikou covidu. V době pandemie jí v důsledku tohoto onemocnění zemřela babička, sledování pro ni představovalo útek před realitou, současně ale způsob, jak se se situací vyrovnat a lépe jí porozumět. Nový obsah začal vyhledávat i Kryštof, který objevil svou zálibu ve vaření a pečení: „*Právě během pandemie jsem totálně propadl vaření*

*a pečení. Všechny pořady, kde byly nějaký recepty, mi byly obrovskou inspirací. Zkoušel jsem podle toho tvořit a udělat nějaký svoje vlastní výtvary. Začal jsem hodně koukat právě na tenhle žánr, dřív mě to moc nezajímalo. Nebylo moc co dělat, takže jsem se do toho ponořil, jak do vaření, tak do sledování,*“ sdělil Kryštof.

Další změnou, kterou pandemie přinesla, byla tematika filmů a seriálů. Někteří, jako Aneta, Magdalena a Natálie, byli frustrováni z toho, že tematika covidu pronikla do jejich oblíbených seriálů. *„Hrozně mě štvalo, že i do seriálů cpali covid. Koukala jsem na Chirurgy a tím, že je to realistické seriál, tak to tam cpali i do nemocničního prostředí. Všimla jsem si, že to vadilo víc lidem a že se to řešilo i online. Chtěla jsem prostě uniknout do svého oblíbeného seriálu z toho blbého covidu, a oni ho tam dají,*“ sděluje Aneta. Matyáš si oproti tomu rychlou reakci filmařů pochvaloval: *„Pouštěl jsem si třeba film Lockdown, což bylo celkem vtipný na to koukat, když byl fakt lockdown. Bylo to hrozně rychle natočený, takže mi přišlo i zajímavý, jak na to ten průmysl rychle začal reagovat a dávat tam i takovou nabídku obsahu,*“ řekl. Někteří jako Matyáš nebo Iva sledovali stále stejné žánry, protože měli více času na to, co měli uložené ve svém seznamu nebo co delší dobu odkládali. Jiří také zůstal věrný svým oblíbeným pořadům a sledoval stále stejný obsah, podobně se vyjádřil i Tomáš. Zřetelné byly i tendence sledovat tituly odlehčenějšího rázu. *„Různý filmy a seriály jsem sledovala víc a častěji. Ale byly to většinou míň vážnější věci, že jsem si prostě fakt chtěla zvednout víc náladu, tak jsem koukala na ty lehčí věci, ale byly to pořád věci, který byly na tom mém listu a chtěla jsem je vidět,*“ vysvětluje Iva. Radim ale vyhledával i méně kvalitní tvorbu, současně přiblížil, jak sledováním trávil čas: *„Během covidu jsem koukal určitě mnohem víc, tím, jak nebylo co dělat, tak jsem byl schopnej klidně celej den na tom strávit. To už se fakt člověk dostane do začarovaného kruhu a už kouká celej den na kraviny, když to tak řeknu. Koukal jsem i na míň kvalitní věci nebo na věci, který bych prostě úplně jindy nevyhledával, ale koukal jsem na to prostě jen z tý dlouhý chvíle.*“

Během tohoto období lze také pozorovat změnu v zařízeních používaných pro sledování. Někteří jednotlivci začali využívat televizní zařízení více, zejména pokud byli u svých rodin, a sledovali obsah společně s dalšími členy rodiny. Tento trend ve změně primárního zařízení se projevil i u Tomáše, který přešel od sledování na mobilním telefonu k používání notebooku.

Na druhém konci spektra jsou účastníci, kteří omezili svou konzumaci filmové a seriálové tvorby, aby měli více času na své blízké nebo jiné aktivity. David například uvedl: *„V covidu jsem se koukal, ale mnohem míň. Já i rád hodně hraju, když jsem byl během*



*covidu doma u rodičů, tak jsem tam měl i mnohem výkonnější počítač a celou tu dobu jsem spíš tak jako propařil. Když už jsem koukal, tak na něco, na co koukám vždycky, bylo to ale minimálně,*“ tvrdí. Barbora také upřednostňovala jiné aktivity a sledování považovala za ztrátu času: *„Během covidu jsem měla Netflix, ale přišlo mi to jako zahození času a hodně jsem cvičila a tak, teď je to pro mě ale úleva. Když už jsem si něco pustila, tak to bylo anime, nebo jsem si pustila nějakou oddechovku.“*

### **3.4.3 Čas strávený sledováním, jeho regulace a binge-watching**

Vzorek zkoumaných osob nabízí pohled na to, jak představitelé generace Z mohou trávit volný čas sledováním streamovaných obsahů. Pro mnohé se sledování stalo nejen formou výplně volného času, ale také běžnou součástí jejich každodenního života, a v některých případech dokonce i rituálem – například při jídle nebo za odměnu po náročném dni. Kvalitativní analýza ukázala, že lidé přistupují k tomuto způsobu trávení času různě, s odlišnými pocity a přístupy k regulaci.

Čas strávený sledováním se liší nejen podle jednotlivců a jejich povinností, ale i v závislosti na konkrétním období a dostupném obsahu. Někteří mají předem stanovený časový limit vzhledem k povinnostem, zatímco jiní se nechávají unášet a považují sledování za normální součást svého volného času. Většina účastníků výzkumu však sdílí názor, že jejich přístup k sledování se mění v určitých situacích, jako jsou dovolené, nemoci nebo svátky, kdy nemají žádné závazky. I když je sledování obecně považováno za relaxační moment, jednotlivci vnímají akceptovatelnou míru času věnovanou této činnosti odlišně. Někteří se aktivně snaží vyhnout nežádoucím důsledkům a raději věnují svůj čas jiným, podle nich smyslupnějším, aktivitám. Způsob, jakým participanti tráví čas sledováním, často závisí na tom, zda si mohou dovolit koukat soustředěně nebo zda sledování slouží jako prostředek prokrastinace. Informanti také reflektují, že to, zda sledují sami nebo ve společnosti, má výrazný vliv na jejich celkový zážitek ze sledování. Větší pozornost této interakci bude věnována v následující podkategorii.

Se sledováním jsou spojeny výrazné emoční prožitky. V okamžiku aktivního sledování participantům poskytuje obsah pocity pohody, relaxace a odpočinku. Tyto pocity jsou většinou bezprostřední a nereflétované. Avšak s odstupem nebo konfrontací s následky sledování, jako jsou změny v plánech, nedostatek spánku či pocit prázdnoty, se většina informantů začíná zamýšlet nad omezením času sledování a zdůrazňuje důležitost věnování se produktivním aktivitám, protože má smíšené pocity a cítí se provinile. Boj

s vlastní zvědavostí, zejména vyplývající z napínavých momentů v obsahu (cliffhangerů), je pro některé také náročný. Tento pocit nutnosti vědět, jak příběh pokračuje, je také předmětem sdílení zkušeností během rozhovorů.

Participantů spojují své sledovací návyky s aktuální situací, porovnávají je s obdobím před nástupem streamovacích platform a během pandemie. Nyní reflektují rozšířený výběr obsahu a pohodlí spojené s přítomností všeho na jednom místě, avšak zároveň si uvědomují častější a delší dobu věnovanou sledování ve srovnání s minulostí. Někteří však přiznávají, že sledují stále stejně nebo o něco méně v porovnání s obdobím pandemie. Nejvíce času stráví v rámci vzorku sledováním Petr: *„No, tak já jsem fakt takový ten streamovací maniak. Když se podívám na to, kolik času týdně strávím sledováním obsahu, tak bych řekl, že je to asi kolem 30 hodin. Každý den si něco pustím a cítím se kvůli tomu dobře, rozhodně ne jako nějaký provinilec. Pro mě je to normální způsob relaxace a zábavy,“* vysvětluje. Oproti tomu Radim stráví obvykle jen 2 hodiny sledováním. V podstatě všichni informanti se vyslovují pro to, že jejich sledovací návyky se mohou lišit v závislosti na různých okolnostech, rozdíly ve sledování jsou ostatně patrné i v deníkových záznamech<sup>5</sup>. Například Natálie nebo David regulují svou konzumaci obsahu s ohledem na aktuální situaci, často se jim totiž stává, že nestihnou dosledovat celý díl nebo film, a obsah si proto pouští na části. Aneta, Magdalena a Barbora také řídí svou konzumaci obsahu, ale s odlišným záměrem. Chtějí si užít sledování po delší dobu a neunáhlit se, proto dávají jednotlivé díly obsahu. *„Většinou se kouknu třeba na dva nebo tři díly a pak jdu od toho. Já si to ráda dávkuju, protože jinak je ten seriál pryč. Radši na to koukám tejdle v kuse než za jeden víkend,“* prozrazuje Aneta.

Zatímco někteří se snaží mít nad konzumací obsahu určitou kontrolu, jiní se dopouští binge-watchingu. Barbora změnila svůj postoj ke sledování, v době pandemie ho považovala za ztrátu času, nyní občas podléhá sledování většího množství obsahu najednou. Radim oproti tomu v pandemii sledoval obsahy o poznání více: *„Například s Vikingy na Netflixu to bylo tak, že ty díly byly sice jeden jak druhý, ale nutilo mě to koukat pořád dokola. Byl jsem v tom už tak ponořený, že jsem na tom byl jak závislý a musel jsem vědět, jak to dopadne. Za den jsem zkouknul třeba osm epizod. Cítil jsem, že to asi není úplně v pohodě, ale nedokázal jsem s tím nic dělat, vlastně mi to přišlo jako nemoc. Teď, když se na to dívám, mi to ale přijde v pohodě a vnímám to jako formu odpočinku,“* vysvětluje. O svou zkušenost se

---

<sup>5</sup> K nahlédnutí v příloze.

podělil i Matyáš: „Někdy se mi stane, že se podívám i na celou sérii v jeden den. Naposledy jsem koukal za jeden den celkem 12 hodin. Bylo to zrovna u Kravaťáků. Začal jsem v 10 a skončil jsem ve 2 ráno, sice jsem si mezitím třeba dělal jídlo nebo tak, ale byl to slušnej maraton. Když už je pozdě, tak většinou koukám až ten další den, tím, jak chodím do práce, tak teď nějakou tu kontrolu už mít musím,“ ujasňuje.

S následky sledování většího množství obsahu se potýká Karolína: „Do té doby, než mi začala škola, se mi to stávalo prakticky vždycky, že jsem u toho strávila mnohonásobně víc času, než jsem chtěla. Prostě to pomalu nešlo ani ovlivnit a chtěla jsem vidět další a další epizodu. Vždycky, když vyjde nějaká nová série něčeho, co mám rozkoukaný, tak mě to chytne a potřebuju nutně vědět, jak to dopadne, a co se tam stane dál. Jsem schopná kvůli tomu klidně třeba zrušit plány s kamarádama,“ přiznává Karolína. Pravidelně to řeší i Petr: „Stačí, když se dostanu do nějaký flow, nebo je tam cliffhanger a je to v háji. Pak si prostě řeknu, že to musím dokoukat, že to bude jen jedna epizoda navíc, ale je z toho tak pět, někdy celá série. Pak nejdu spát, nebo hodně pozdě, pak zaspím, další den vynechám přednášku nebo měním plány na poslední chvíli,“ říká. Také Barbora nebo Tomáš zmiňují vliv cliffhangerů. „Já jsem člověk, kterej trpí prokrastinací, takže to asi mluví samo za sebe.... skvělej příklad k tomu je třeba dokument o Beckhamovi, kterýho jsem zkouknul za jeden večer. Ale to je zas specifický tím, že to mělo jen čtyři díly, co byly dlouhý čtyři hodiny. To jsem jako už předem věděl, že tenhle večer bude věnovanej jenom tomu a že to shlidnu za ten večer. Ono mě to fakt hodně chytlo, takže jsem koukal asi od osmi do půlnoci. Jako ale obecně je to průser, když se mi to stane i třeba s anime, to je fakt nejnebezpečnější, protože to má krátký díly, často to končí nějakým cliffhangerem a jsou to příběhy na delší dobu, a prostě to potřebuju vidět,“ sděluje Tomáš. Někteří informanti jako například Tereza, Aneta a další se podobného sledování dopouští nárazově a odvíjí se to od konkrétního obsahu. Iva většinou svou původní zamýšlenou dobu přetáhne jen o několik minut: „Jsem celkem zodpovědná v tom, že si řeknu maximálně můžu do tohohle času, a to se snažím vyplnit. Někdy si to teda přetáhnu třeba o 10 minut, ale když nic nemusím dělat tak tomu někdy v týdnu nechám volnej průběh a pustím si víc než jednu epizodu. On třeba ten nákup taky počká, cvičit taky můžu později. Nechtěla bych nad tím ale strávit třeba půl dne. Neříkám, že se mi to třeba s Emily in Paris během Vánoc nestalo, ale mám pak pocit, že jsem hrozně neproduktivní,“ upřesňuje. Jiří a Kryštof se ale oproti tomu nedopouští binge-watchingu vůbec, mají jasně stanovené časy, kdy mohou obsahy sledovat, a ty nepřekračují.

### 3.4.4 Samostatné a společné sledování a obsah jako kulisa

Tato kategorie zkoumá dvě rozdílné perspektivy sledování obsahu: samostatně a společně. Společné sledování představuje formu budování sounáležitosti a společného trávení času, jak bylo nastíněno již výše v rámci postoje participantů vůči televizi. Sledování tradičního televizního vysílání nebylo participanty příliš zmiňováno, pokud ale už ano, často to bylo ve spojitosti s trávením společného času s rodiči, málokdy ho sledovali sami od sebe. S nástupem streamovacích služeb se podobné pocity opakují, a online sledování se stává společnou aktivitou, kdy rodina nebo přátelé tráví čas spolu. Tato situace se může stát tradicí nebo dokonce komunikačním rituálem, jak to ilustruje Barbora, která využívá Teleparty ke společnému sledování s partnerem. „*Já sama na to moc nekoukám, většinou to máme jako aktivitu s přítelem, i když zrovna nejsme spolu a koukáme oba zároveň přes takovej program, Teleparty. Jde o dodatek nebo rozšíření do nějakýho prohlížeče a pak, když si něco otevřu v Netflixu, tak mi to vytvoří link a tam se může připojit ten druhý a začne se tam pouštět ten seriál nastejno, ale oba musí mít Netflix,*“ vysvětluje Barbora. Tereza přijíždí domů k rodičům každý víkend a mají filmové večery. „*V pátek večer se vracím domů a máme už takový naše tradiční filmový večery. Filmy vybíráme tak, aby se to líbilo jak tátovi, tak mámě, takže to je nějaký akční nebo pohádka, protože romantárny táta nedává. A musí to mít český dabing, což je vždycky hlavní priorita,*“ říká. Se společným sledováním se tak pojí další výzva, které participanti musí čelit, kromě své vlastní „*rozhodovací paralýzy*“ musí obsah přizpůsobit i preferencím dalších členů rodiny nebo blízkých. Rozhodování vyžaduje vyvážený přístup, který většinou spočívá v nalezení kompromisu nebo respektování preferencí ostatních, a to ať už z pohledu žánru nebo dabingu.

Jiří upřednostňuje společné sledování s rodinou a mladšími sourozenci, přičemž věnuje pozornost obsahu bez ohledu na to, s kým právě sleduje. Karolína má podobně jako Tereza se svou spolubydlící na koleji filmové večery, ale často sleduje obsahy i se svou rodinou. Interakci nad obsahem, debatu a smích vnímá jako nedílnou součást jejího filmového zážitku. Sofie volí kompromis při sledování s přítelem. S mladšími sourozenci má obsah spíše jako kulisu: „*Když sleduju s mladšími sourozenci, tak většinou přenechám hlavní slovo jim, protože vím, že jim to přináší radost a zábavu. Spolu se sourozenci to spíše beru jako kulisu pro jejich radost. Když zase sleduju s přítelem, snažíme se najít kompromis mezi tím, co máme oba rádi. Diskutujeme o tom, co si chceme společně pustit, a snažíme se vybrat obsah, který nás oba zajímá. Je to taková společná aktivita, která nás propojuje a umožňuje nám trávit čas spolu,*“ konstatuje Sofie. Barbora preferuje sledování s partnerem

a rodinou, vždy se soustředí na obsah. Tomáš upřednostňuje spíše sledování sám, ale občas sleduje i s rodinou tituly na jeho doporučení: „*Někdy koukám s rodinou. Rodiče v posledních pár letech oslnil svět streamovacích platforem a sledují opravdu spoustu věcí. Často jim něco doporučím a koukám na to s nima, pokud se časově zastihneme.*“

Aneta dává přednost sledování samostatně, občas s přítelem, který vybírá obsah, ale ona ho tolik nevnímá. Menší soustředění reflektuje při sledování s přítelem i Iva, protože její partner rád video pozastavuje a komentuje. Magdalena hledá při sledování s rodinou kompromis, soustředí se a bere ho jako ekvivalent trávení společného času. Natálie zmiňuje další úskalí: „*Když koukám s někým dalším, tak se musíme ohledně toho společně dohodnout na obsahu filmu, pak na jazyku, titulcích a potom je pravda, že ne vždycky se na to soustředím, že třeba spolu začneme mluvit nebo si jdeme pro jídlo,*“ vysvětluje vjemy, kvůli kterým se hůře soustředí. Radim sleduje s přítelkyní a rodinou, vždy se soustředí, ale pokud se něco jeho přítelkyni nelíbí, musí to vypnout. Petr sleduje se spolubydlícím, vždy ale vybírá obsahy Petr. Matyáš, pokud sleduje s přítelkyní, volí kompromis.

Když participanti sledují obsah sami, nemusí se nikomu přizpůsobovat a řídí se svými vlastními preferencemi. Jejich pozornost věnovaná sledování se odvíjí od toho, zda už daný obsah znají nebo jde o něco nového. Nové obsahy sledují soustředěně, chtějí jim věnovat pozornost a jejich sledování považují za zážitek, na který si rádi udělají čas. Naopak obsah, který již znají, má pro ně funkci kulisy, která jim zpříjemňuje různé činnosti. Často tak svoji pozornost věnují více aktivitám současně a obsah tak intenzivně nevnímají. Například Karolína často volí obsah podle toho, co zrovna dělá: „*Úplně nejčastěji, když si něco pustím, tak se to snažím užít a věnuju tomu plnou pozornost. Často se ale stane, že třeba žehlím nebo u toho dělám něco dalšího, takže kolikrát i volím ten obsah podle toho, co zrovna dělám,*“ vysvětluje. Tereza při sledování pořadů o pečení odpovídá na zprávy a nedává tolik pozor. Petr při sledování také tráví čas na sociálních sítích nebo si obsahy pouští například při večeři.

Aneta obsahy nikdy soustředěně nesleduje: „*Často u toho dělám další věci, uklízím, vařím, jím, cvičím nebo se líčím. Prostě z obyčejných činností jsou najednou mnohem lepší činnosti. Nikdy soustředěně na to ale nekoukám,*“ zdůrazňuje. Nové obsahy se snaží vnímat a soustředěně sledovat většina participantů, příkladem je i Tomáš: „*Oddechovky mi slouží jako kulisa. Nebo když už jsem v takovém polospánku, tak rád u různých sitcomů, které znám, usínám. Stoprocentní soustředění věnuju novým titulům a snažím se, aby mi nic neuteklo.*“ U Natálie hraje roli žánr, dokumenty sleduje soustředěně, ale oddechové žánry už tolik ne.

Magdalena a David se soustředí na obsahy hlavně během cestování, kde prostředí hraje klíčovou roli. Matyáš přikládá důležitost i dabingu: „*Když si pustím seriál s dabingem, tak tomu tolik pozornosti nevěnuju a klidně při tom dělám další věci. Pokud to je ale jenom v angličtině, tak se na to soustředím víc a dávám pozor,*“ říká Matyáš. Lukáš a Kryštof sledují obsahy převážně sami a soustředěně. Soustředěně vždy sleduje i Iva a Radim, kteří si jako kulisu raději pustí hudbu nebo podcast: „*Obecně i když koukám sama, tak to mám ale radši tak, že se soustředím. Když chci kulisu, tak si pouštím písničky nebo podcast,*“ vysvětluje Iva.

### **3.4.5 Preference zařízení a prostředí při sledování**

V rámci této podkategorie bylo zkoumáno, v jakém prostředí jednotlivci sledují obsah, jaké zařízení považují za primární a zda dochází ke změnám v závislosti na aktuální situaci. Z rozhovorů vyplynulo, že preference výběru zařízení pro sledování obsahu jsou úzce spojeny s konkrétními situacemi a prostředím a mohou se často měnit dle okolností. Jednotlivci tak nejen upřednostňují určitá zařízení na základě osobních preferencí, ale také zohledňují prostředí, ve kterém se nacházejí.

Flexibilita a schopnost přizpůsobit zařízení aktuální situaci hrají klíčovou roli. Někteří informanti zdůrazňují výhody tohoto přístupu, který jim umožňuje vybírat zařízení podle momentální potřeby. Díky technologickému pokroku a široké škále zařízení si mohou vybírat, zda budou obsahy sledovat na notebooku, mobilním telefonu, tabletu, chytré televizi nebo počítači. Vliv prostředí a dostupnosti zařízení v daném okamžiku je patrný i ve zkušenostech participantů. Při pobytu u rodičů může být preference směřována k televizi pro sdílený zážitek, zatímco na cestách je mobilní telefon často preferovanou volbou. Výběr zařízení může kromě jeho dostupnosti ovlivňovat i finanční situace jednotlivce. I přes možnost výběru ale mohou někteří zůstat věrni svému primárnímu zařízení a bez ohledu na okolní podmínky nebo prostředí ho využívat vždy a všude, a jen občas zvolit jiné.

Příkladem této praxe využívat mobil vždy a všude je Tomáš nebo Iva. „*Nejčastěji koukám přes telefon, protože je to nejjednodušší a nemusím zapínat notebook. Můžu si i k jídlu prostě jen tak vytáhnout mobil a nemusím zapínat televizi nebo se natahovat pro ovladač. Opřu mobil o stěnu a koukám. Případně někdy koukám taky přes notebook, pokud tam mám něco rozdělaného, tak využiju, že už ho mám zaplejí. Chytrou televizi nemáme, máme jen starší TV. U našich ale chytrá je, tak tam si někdy třeba pustím nějakou komedii s mámou,*“ prozradila Iva. Tomáš volí telefon kvůli jeho praktičnosti i během večerního

sledování. Primárním zařízením je telefon i pro Davida, který hodně cestuje: „*Koukám hlavně na telefonu, mám spoustu epizod nebo filmů stažených, takže to mám na jednom místě. Počítač je takovej neohrabanej, vezmu si ho do postele, ale nebudu na něm koukat v taxíku. Počítač je velkej, s telefonem se mi snadno spárujou sluchátka. Tablet se mi tahat nechce, ačkoliv jsem o tom začal přemýšlet. Někdy si to pustím na televizi, pokud jsem zrovna doma.*“

Ostatní participanti využívají různá zařízení, často ale zaznívá preference notebooku při večerním sledování a využívání mobilního telefonu během cestování. Někteří zohledňují i praktické aspekty, jakými jsou přenosnost a pohodlnost při sledování obsahu na zařízeních s většími obrazovkami. Například Lukáš upřednostňuje notebook pro pohodlí v posteli, zatímco Karolína využívá chytrou televizi doma a počítač na koleji. Sofie volí televizi pro kvalitu obrazu: „*Koukám hlavně na televizi, protože to má nejlepší obraz a zvuk. Ale občas i na tabletu, když jsem na cestách, na mobilu si to nepouštím, ten má moc malou obrazovku,*“ sděluje. Jiří se rozhoduje podle situace: „*Koukám hodně na televizi a případně na notebook. Chytrou televizi máme ve společenský místnosti, takže tam se většinou koukáme všichni spolu, občas jednotlivě, je to takový pohodlnější, když je to na něčem větším. Počítač používám, když se chci koukat na něco svého, co zajímá jenom mě,*“ vysvětluje. Aneta preferuje notebook a příležitostně připojí počítač k televizi pomocí HDMI kabelu. Magdalena upřednostňuje mobil a počítač v pokoji, kde nemá televizi, v létě ale vzhledem k cestování využívala k přehrávání oblíbených seriálů i mobilní telefon kvůli možnosti stahování jednotlivých epizod. Natálie často sleduje obsah na počítači, protože doma nemá televizi, Barbora také k dispozici televizi na koleji nemá, dává přednost notebooku a telefon využívá při cestování. Magdalena sleduje obsahy převážně během jízdy vlakem, když je na cestě do školy, z tohoto důvodu nejčastěji volí telefon, ale doma využívá notebook. Také Radim často používá notebook, telefon ale ke sledování nepoužívá nikdy: „*Nejčastěji sleduju z nořasu. Mobil ke sledování nepoužívám, ani si tam nestahuju třeba ty epizody. Ten počítač je prostě takovej kompaktní i na to cestování. Televizi v pokoji nemám, je jen v obýváku u rodičů,*“ sděluje. Petr a Matyáš zaujímají podobný přístup k sledování obsahu, oba s oblibou podobně jako Sofie využívají chytrou televizi. „*Nejčastěji to sleduju na chytrý televizi, kterou mám v pokoji, protože ten obraz je fakt skvělejší. Občas na to sice mrknu i na notebooku, když jsem někde jinde, ale televize má prostě výhodu v kvalitě obrazu,*“ sdílí svou zkušenost Petr. Matyáš potvrzuje výhody domácího kina, po sestěhování se s přítelkyní pořídil velkou chytrou televizi, což mu přináší maximální filmový zážitek.

## Diskuze

V rámci svého výzkumu jsem si kladla otázku, jakou roli hrají SVOD v každodennosti generace Z a co ovlivňuje její sledovací návyky. Rozhovory s 16 představiteli generace Z zaměřené na streamovací služby odhalily, že tato forma sledování obsahu dominuje jejich preferencím. Ačkoliv tyto závěry není možné vzhledem k povaze výzkumu zobecnit, velkou oblibu těchto služeb u zmíněné generace dokládají i další výzkumy (Omukić a kol., 2022; Laor a Galily, 2022; Ayten a kol., 2019; Podara a kol., 2021). Informanti zdůraznili různorodé důvody a motivace pro využívání streamovacích platforem. Hlavní pohnutkou bylo hledání zábavy a relaxace, přičemž sledování obsahů na streamovacích platformách jim slouží jako únik z každodenní reality a prostředek k odreagování a trávení volného času. Flexibilita a personalizace obsahu jsou klíčové, protože umožňují vybírat obsah dle nálady a potřeb, což zvyšuje atraktivitu této formy sledování. Informanti rovněž využívají streamovací služby k vzdělávání, zejména ke studiu cizích jazyků a sledování dokumentů. Sociální aspekt hraje roli, když sledování oblíbených pořadů propojuje lidi se společnými zájmy a poskytuje téma konverzace. Sledování může ale mimo jiné také působit jako prostředek pro překonávání pocitu osamělosti nebo jako zdroj inspirace. Zjištěné motivace se tak do velké míry ztotožňují se závěry předchozích výzkumů, které se zaměřily na diváky streamovacích služeb (Camilleri a Falzon, 2020; Sahu a kol., 2021), ale i samostatně na generaci Z (Podara a kol., 2021; Ayten a kol., 2019).

Vzhledem k výhodám streamovacích služeb mají uživatelé možnost sledovat obsah kdykoliv, bez reklam a s rozmanitým výběrem, což informanti oceňují zejména ve srovnání s tradiční televizí. Flexibilita výběru zařízení pro přehrávání a možnost stahovat obsah jsou další pozitivum. Navíc výhody, jako je možnost volby dabingu a titulků nebo interaktivní obsah, který umožňuje divákům vybírat mezi možnostmi, co se stane s jejich oblíbenou filmovou postavou, představují další prvky, které zdůrazňují přitažlivost streamovacích platforem. V porovnání s televizí, která je vnímána jako méně atraktivní a omezující vzhledem k dodržování předem stanoveného programu a vysílacího času, streamovací služby poskytují uživatelům širší spektrum možností. Tím přinášejí moderní způsob sledování obsahu, který se přizpůsobuje individuálním časovým možnostem uživatelů, současně i jejich rozličným preferencím týkajících se obsahové nabídky. Tuto myšlenku podporují výsledky studií Omukić a kol. (2022) a Laor a Galily (2022), které potvrzují, že tradiční televize je u generace Z vnímána jako méně atraktivní ve srovnání se streamovacími službami. O uživatelské přívětivosti a funkcionalitách, které jdou vstříc potřebám publika,



potom hovoří i výzkumy Camilieriho a Falzona (2020) a Menona (2022).

V oblasti předplatných a společného sdílení streamovacích služeb se informanti pohybují v různých přístupech k využívání a placení. Přestože většina aktivně sdílí předplatné s rodinou, přáteli nebo skupinou, několik z nich se rozhodlo předplatné hradit individuálně. Hlavní platformou, která je v rámci vzorku předplácena, je Netflix, avšak další služby, jako HBO Max, Disney+ nebo Amazon Prime Video, jsou také populární. Ceny a ochota platit vysoké předplatné se odvíjí od intenzity využívání služeb i finančních možností jednotlivců. Někteří preferují měsíční předplatné, zatímco jiní využívají výhodnějších ročních nabídek. Motivace k předplacení další platformy spočívá převážně v exkluzivním obsahu a atraktivních nabídkách. Informanti jsou většinou spokojeni se stávajícími službami a zvažují předplatné na další platformě pouze v případě, že je na ní obsah, který je skutečně zajímavý. Někteří si službu ponechávají i na delší dobu kvůli ostatním pořadům, jiní po skončení sledování konkrétního titulu službu ruší. V oblasti restrikcí a omezení existují rozdílné zkušenosti. Zatímco někteří participanti nepocítují žádné problémy, jiní mají negativní zkušenosti, zejména s Netflixem. Někteří uvažují o zrušení služby kvůli obtížím s přihlašovaním a častými žádostmi o potvrzení přístupu. Další sdílejí své zkušenosti s problémy spojenými s omezením počtu zařízení a autorizací, které jim začaly činit potíže poté, co se Netflix rozhodl zakročit proti lidem, kteří sdílí své účty napříč několika domácnostmi. Někteří uvažují o zrušení předplatného v důsledku těchto problémů. Sdílení nákladů na předplatné v rámci skupin zmiňují ve své studii týkající se generace Z v Řecku i Podara a kol. (2021). Výsledky Amaliyah a kol. (2021) a Jawaid a kol. (2023) potom shodně ukazují, že hlavním faktorem pro pokračování v předplatném je exkluzivní obsah, který odpovídá zájmům uživatelů a je spojen s kvalitou služeb.

Podle studie Reisy a Irwansyaha (2021) se ve specifických preferencích žánrů pořadů odrážejí potřeby, pocity a touhy získané z minulých zkušeností. Vzorek prokázal různorodost vkusů a oblíbených žánrů mezi účastníky, přičemž zahraniční produkce, zejména seriály, převažuje. Oblíbené žánry zahrnují akční, dramatické, komediální, kriminální, dokumentární i romantické filmy, pohádky, kulinářské pořady a reality show. I přes převládající zahraniční obsah projevují někteří účastníci zájem o český obsah. Téměř všichni informanti se k obsahu vracejí, často kvůli potřebě relaxace a úniku od stresu. Známý obsah přináší jistotu a příjemné pocity. Nostalgie hraje důležitou roli, jak naznačují i Vanattenhoven a Geerts (2015). Někteří se k obsahu vrací, aby si připomněli minulé časy nebo konkrétní období ve svém životě. Návrat k obsahu tak souvisí s potřebou spojitosti

s konkrétními vzpomínkami a emocemi. Motivací může být také očekávání nových sérií oblíbeného seriálu nebo pokračování filmu. Existují však i ti, kteří preferují hledání nového obsahu a nevracejí se k již zhlédnutým filmům nebo seriálům, s výjimkou několika vybraných titulů.

Výzkumy Podary a kol. (2021) a Patchové (2018) upozorňují na závažnost velké nabídky obsahu, rozptýlenou pozornost a tendenci činit rychlá rozhodnutí u generace Z. Informanti sdílejí své pocity ohledně nadměrné nabídky obsahu a obtíží při rozhodování. Někteří popisují rozhodovací paralýzu a obtížnost vybrat si z velkého množství možností. Dále také sdílejí různé faktory, které ovlivňují jejich rozhodování při výběru streamovací platformy. Někteří preferují exkluzivní obsah, zatímco jiní migrují mezi platformami s cílem najít ideální titul. Někteří věnují pozornost prostředí a okolnostem spojenými se sledováním, zatímco jiní volí platformu podle toho, zda sledují individuálně nebo ve společnosti někoho dalšího. V rámci uživatelského chování jsou rozebírány různé způsoby, jak uživatelé vybírají obsah na streamovacích platformách. Někteří jdou cíleně podle konkrétního obsahu, zatímco jiní procházejí nabídku platformy a vybírají si podle toho, co je nově přidaného nebo populárního. Někteří preferují stahování obsahu pro sledování offline, zatímco jiní upřednostňují přímé sledování online kvůli aktuálnímu zájmu o konkrétní titul. V otázce doporučení a algoritmů jsou algoritmy vnímány většinou pozitivně, když pomáhají uživatelům najít obsah podle jejich preferencí. Participanti často využívají funkce algoritmů k objevování nových a zajímavých pořadů. Kombinace algoritmických a osobních doporučení z okolí se ukazuje jako účinný způsob, jak nalézt atraktivní obsah (Gomez-Uribe a Hunt, 2015). Nicméně někteří participanti považují algoritmy za obtěžující a omezující, což souhlasí s výsledky Herlockera a kol. (2004), jiní preferují spíše osobní doporučení od známých.

Divácké chování na streamovacích službách bylo v důsledku času a různých událostí podrobena dynamickým proměnám. Informanti zdůrazňují změny ve svých sledovacích návycích s příchodem streamovacích služeb, vzpomínají na tradiční formy sledování, jako televizní vysílání, DVD, a sdílejí zkušenosti s používáním stahovacích serverů a pirátských webových stránek s online obsahem. Někteří upřednostňovali legální sledování obsahu, zatímco jiní se uchylovali k nelegálním způsobům sledování. Informanti také reflektovali, jak pandemie ovlivnila jejich čas strávený před obrazovkou. Několik jedinců zaznamenalo nárůst sledovaného obsahu, což koresponduje s výsledky dalších studií (Anand a Srinivas, 2022; Suciati a Putra, 2022), zatímco jiní naopak omezili sledování a hledali nové aktivity.

Pandemie vedla k různorodým změnám ve výběru obsahu, zařízení a způsobu, jakým jednotlivci využívali streamovací služby. Někteří aktivně vyhledávali nové žánry a typy obsahů, jiným přinášela nově vyskytující se tematika covidu mírnou frustraci.

Výzkum také sledoval, jak generace Z tráví čas sledováním streamovaných obsahů. Sledování je pro ně nejen relaxací, ale často i každodenním rituálem. Regulace času sledování závisí na jednotlivcích, jejich povinnostech a dostupném obsahu. Účastníci mění přístup ke sledování v různých situacích, zejména pokud mají volno, jsou například svátky, jsou nemocní, nebo nemají žádné povinnosti. Časy a části dne, kdy sledují streamovaný obsah, se výrazně liší. Nejde pouze o večerní hodiny, které některé studie označují jako prime time (Rigby a kol., 2018; Tana a kol., 2020). Emoční prožitky spojené se sledováním jsou rozmanité, od okamžitých příjemných pocitů po pocity viny a potřebu omezit čas sledování. Binge-watching je běžný, někteří se čas strávený sledováním snaží regulovat a vyhnout se tak prokrastinaci, jiní podléhají nutkání sledovat více obsahu najednou a hovoří o potřebě obsah nutně vidět. Tuto nevyhnutelnou potřebu zmiňují v rámci svých studií i Reisa a Irwansyah (2021) nebo Steiner a Xu (2019). Informanti také rozebírají negativní důsledky tohoto jevu, mezi které řadí změny v plánech, nedostatek spánku či pocit prázdnoty. Někteří se proto snaží věnovat i jiným, podle nich produktivnějším, aktivitám.

Sledování obsahu může být buď individuální záležitostí, nebo společnou aktivitou. Společné sledování představuje formu budování sounáležitosti, současně může být pro mnohé i výzvou, neboť zúčastnění se musí shodnout na společném výběru. Mnozí informanti tuto formu zábavy považují za ekvivalent kvalitního času stráveného s blízkými a někdy ji dokonce vnímají jako tradici. Při společném sledování se snaží nalézt kompromis při výběru obsahu, aby uspokojili preference všech zúčastněných. Pro mnohé je společné sledování jednoduchým způsobem, jak sdílet příjemné chvíle s celou rodinou nebo přáteli. Naopak, když jsou jednotlivci sami, řídí se podle svých vlastních preferencí. Samotný obsah, včetně filmů a seriálů, slouží generaci Z často jako kulisa k relaxaci a doprovod k jiným činnostem, nikoliv pouze ve večerních hodinách, což kontrastuje s poznatky Vanattenhova a Geertse (2015). V kontextu individuálního sledování mají informanti svobodu vybírat si obsah podle sebe, aniž by se museli přizpůsobovat preferencím ostatních. Důležitost osobních preferencí zmiňují i Rigby a kol. (2018). Sociální aspekt podle nich u společného sledování převládá podobně jako v případě sledování televize, osobní preference jsou ale často přednější. Výsledky v rámci jejich vzorku prokazují spíše převahu individuálního sledování. Individualizovanou konzumaci obsahu ostatně Webster a Ksiazek

(2012) řadí mezi důsledky existence fragmentovaného publika.

Preference zařízení při sledování jsou různorodé a úzce spojené s konkrétními situacemi a prostředím, ve kterém se daní jednotlivci zrovna nacházejí. Participantů vybírají zařízení podle aktuální potřeby a okolností, výběr zařízení ale může být ovlivněn i finanční situací nebo osobními preferencemi. Rigby a kol. (2018) ve své studii zjistili, že lidé volí zařízení pro sledování obsahu na základě současného kontextu a prostředí, v němž se nacházejí, přičemž obecně dávali přednost sledování VOD obsahu na notebooku nebo televizi. V rámci mého vzorku jsou pro svou praktičnost populární mobilní telefony, zatímco televize se využívá pro sdílený zážitek v rodinách, počítače a notebooky spíše pro individuální sledování. Pro některé je mobilní telefon stále primárním zařízením bez ohledu na situaci, zatímco jiní volí zařízení podle okolností. Popularitu mobilních telefonů ostatně dokládají i výsledky výzkumu Podary a kol. (2021). V rámci jejich vzorku generace Z byl mobilní telefon nejvyužívanějším zařízením pro přehrávání VOD obsahu.

Zvolené výzkumné metody mohly vykazovat jisté limity. Během online rozhovorů a osobních setkání s respondenty se mohly objevovat rušivé faktory. Online rozhovory byly náchylné k technickým potížím, zatímco osobní setkání často vykazovala rušivé prvky z okolí. Metody sběru dat představují další omezení, neboť respondenti mohli upravovat své odpovědi s cílem zaujmout výzkumníka. Záznamy v deníku byly limitovány absencí výzkumníka během zápisu, což mohlo vést k tomu, že informanti zaznamenávali pouze to, co považovali za relevantní. Výzkum mohl být omezen také mými vlastními limity jako výzkumníka. Moje přítomnost mohla ovlivnit průběh rozhovoru a také bylo důležité dbát na styl otázek, abych nedávala respondentům sugestivní podněty. Ačkoliv omezení spojená s průběhem výzkumu mohla potenciálně vést k určitým vlivům na výsledky a interpretaci dat, snažila jsem se vždy jevy zachytit a popsat v jejich co možná nepřirozenější podobě.

Přestože se jedná o kvalitativní analýzu, jejíž výsledky nelze vzhledem k velikosti vzorku zobecnit na celou populaci, některá témata by mohla být předmětem zkoumání i v rámci kvantitativního výzkumu. Pro budoucí výzkum je možné zvážit srovnání různých generací, například mezi generacemi Y a Z. Další možností je replikovat výzkum za několik let, aby reflektoval aktuální změny v nabídce streamovacích platforem. Nebo se zaměřit na podrobné zkoumání jedné konkrétní platformy nebo souvisejícího tématu, např. binge-watchingu.

## Závěr

Cílem této práce bylo porozumět roli, kterou streamovací video platformy hrají v každodenním životě generace Z. Úkolem bylo také zjistit, co ovlivňuje sledovací návyky vybraných zástupců této generace. Předmětem zkoumání byly i motivace a preference spojené s užíváním těchto platforem. Současně se výzkum zaměřil na odhalení způsobu, jak si informanti vybírají sledovaný obsah a jaké místo zaujímají streamovací služby v porovnání s jinými způsoby sledování.

V teoretické části práce jsem představila východiska, která byla stěžejní pro interpretaci výsledných dat. V úvodní části jsem se zabývala konvergencí a technologickou změnou, která vyústila ve vznik konvergentní a algoritmické kultury, i proměně mediálních publik. V druhé kapitole jsem se zabývala kategorizací VOD služeb a krátkým představením vybraných SVOD platforem. Následně jsem se věnovala konceptu aktivního publika a teorii užití a uspokojení i v kontextu streamovacích platforem. V poslední kapitole teoretické části jsem se zabývala časovým vymezením generace Z, její charakteristikou a mediálním chováním. Zahrnula jsem i aktuální studie, které se zabývaly vztahem generace Z k VOD platformám.

Stěžejní část této práce představoval samotný výzkum, který byl realizován za použití kvalitativních metod. Postup celého výzkumu jsem shrnula v metodologické části práce. Výzkumný vzorek tvořilo 16 představitelů generace Z ve věku 18 až 25 let, kteří byli diváky streamovacích platforem a byli jejich aktivními předplatiteli. Informanti byli rekrutováni na základě účelového výběru, později někteří začali odkazovat i na své známé, uplatněna tedy byla i metoda sněhové koule. Jako hlavní výzkumná technika ke sběru dat byly zvoleny polostrukturované rozhovory, jako doplňková potom deníkové záznamy, které zachycovaly sledovací návyky informantů. Přepisy rozhovorů a deníkové záznamy byly podrobeny analýze za pomoci metody zakotvené teorie. Výsledky výzkumu byly prezentovány v rámci analytické části práce. V diskuzi jsem následně výsledky shrnula a interpretovala v kontextu zahraničních studií, neopomenula jsem ani možné limity výzkumu.

První hlavní výzkumná otázka zněla, jakou roli hrají předplacené streamovací video platformy v každodennosti vybraných zástupců generace. Kromě této zmíněné otázky jsem formulovala také druhou výzkumnou otázku, která se zabývala tím, co ovlivňuje sledovací návyky této generace. Abych byla lépe schopna zodpovědět dvě hlavní výzkumné otázky, formulovala jsem také dvě vedlejší výzkumné otázky. První z nich se zaměřila na motivace

a preference generace Z při využívání streamovacích služeb a také na to, jaké zaujímají místo ve srovnání s jinými způsoby sledování obsahu. Druhá vedlejší otázka se zabývala odhalením způsobu, jakým si informanti vybírají konkrétní platformy a sledovaný obsah, a případným zjištěním, jaké vnější vlivy na ně působí.

Z výsledků vyplynulo, že předplacené streamovací platformy mají klíčovou úlohu pro vybrané zástupce generace Z a že jsou mnohdy neodmyslitelnou součástí jejich každodenního života, ačkoliv doba sledování se mezi jednotlivými informanty liší. Sledovací návyky generace Z jsou ovlivněny několika faktory. Flexibilita, dostupnost rozmanitého obsahu a možnost sledování kdykoliv a kdekoliv jsou hlavními faktory, které formují jejich návyky. Dále také hraje důležitou roli sociální aspekt, sdílení předplatných s rodinou nebo přáteli a potřeba propojení se společnými zájmy.

Vybraní zástupci generace Z projevují různorodé motivace při využívání streamovacích platform. Jednou z hlavních motivací je hledání zábavy a relaxace. Tito mladí lidé vyhledávají obsah, který odpovídá jejich konkrétním zájmům a potřebám, což jim umožňuje relaxovat a uvolnit se po náročném dni. Vedle zábavy si generace Z cení i edukačního obsahu, jako jsou dokumentární pořady, které jim poskytují možnost učení a získávání vědomostí z různých oblastí. Vzhledem ke globální povaze obsahu na streamovacích platformách má generace Z také možnost procvičovat a osvojovat si cizí jazyky. Informanti také využívají streamovací platformy jako zdroj inspirace, například při hledání nových receptů. Poslední častou motivací je sociální aspekt, který je viditelný v potřebě udržovat propojení se svými vrstevníky, kteří mají podobné zájmy.

Informanti přikládají streamovacím službám větší důležitost a upřednostňují je před tradiční televizí, kterou vnímají jako méně atraktivní a omezující kvůli předem stanovenému programu a vysílacímu času. Velká většina informantů navíc televizi ani nevlastní, ačkoliv ve vzorku jsou i tací, kteří se občas ke sledování televize uchýlí, zejména pokud se jedná o nějakou sportovní událost. Televize tedy pouze zaujímá zařízení pro sledování, a to zejména v kontextu společného sledování a rodinných aktivit. Společné sledování obsahu na streamovacích službách je chápáno jako forma budování sounáležitosti a kvalitního trávení času s blízkými. V rámci vzorku se ale také projevují tendence k individuálnímu sledování, které probíhá většinou na mobilních telefonech, laptotech nebo počítačích. Streamovací služby jsou tak vyhledávány kromě flexibility, personalizace, široké nabídky a absence reklam i pro možnost přehrávání obsahu na různých zařízeních.

Výzkum odhalil, že výběr obsahu a streamovací platformy je proces ovlivněný

osobními preferencemi, algoritmy, vnějšími doporučeními a uživatelskými zkušenostmi. Při výběru platformy zohledňují informanti exkluzivní obsah, prostředí platformy a také způsob sledování, individuálně nebo ve společnosti. Strategie při výběru obsahu se liší. Někteří diváci volí konkrétní obsah, zatímco jiní se řídí popularitou nebo novými tituly. Algoritmy hrají klíčovou roli při doporučování obsahu na základě uživatelských preferencí, přičemž kombinace algoritmických a osobních doporučení se ukazuje jako efektivní při hledání zajímavého obsahu, přestože někteří uživatelé preferují spíše osobní doporučení kvůli vnímaným omezením algoritmů.

Tato kvalitativní analýza se zaměřila na poskytnutí hlubšího vhledu do chování generace Z v kontextu užívání streamovacích platforem. Stávající výzkumy zaměřené na související témata v České republice se obvykle soustředí na statistické metody a pokud používají kvalitativní přístup, často se zaměřují na jednu platformu, což omezuje celkové porozumění. Publikované studie často využívají pouze jednu metodu a nezaměřují se na konkrétní generaci. Tato mezera v literatuře nabízí potenciál pro budoucí studie, které by mohly srovnávat generace nebo se zaměřit na různá témata, jako jsou zkušenosti s restrikcemi a omezeními, ilegální přístup k obsahu nebo fenomén binge-watchingu z pohledu diváků.

## **Summary**

The aim of this thesis was to understand the role that streaming video platforms play in the daily lives of Generation Z. It also sought to explore the factors influencing the viewing habits of selected representatives of this generation. The research investigated motivations and preferences associated with using these platforms. Simultaneously, the study focused on revealing how the informants select content and the place streaming services hold compared to other viewing methods.

In the theoretical part of the thesis, I presented foundations that were crucial for the interpretation of the resulting data. In the initial part, I discussed convergence and technological shifts leading to the emergence of convergent and algorithmic cultures, as well as the changing nature of media audiences. In the second section, I discussed the categorization of VOD services and briefly introduced selected SVOD platforms. Subsequently, I discussed the concept of active audiences and the theory of use and gratification also in the context of streaming platforms. Furthermore, I addressed the timeframe and distinctive characteristics of Generation Z, along with their media behaviour, incorporating current studies on the relationship between Generation Z and VOD platforms.

The core of the study involved qualitative research methods. The methodology section summarized the research process. The research sample consisted of 16 representatives of Generation Z aged 18-25, actively subscribed to streaming platforms and users of such services. Participants were purposefully selected, and later, the snowball method was utilized as some referred known individuals. The primary data collection technique employed semi-structured interviews, complemented by diary entries capturing informant viewing habits. Transcripts of interviews and diary entries underwent analysis using the grounded theory method. The research findings were presented in the analytical section, followed by a discussion where the results were summarized and interpreted within the context of foreign studies, acknowledging potential research limitations.

The main research question aimed to understand the role of subscription-based streaming video platforms in the daily lives of selected Generation Z representatives. Besides this primary query, a secondary research question addressed the factors influencing this generation's viewing habits. To better answer these primary and secondary questions, two additional sub-questions were formulated. The first focused on motivations and preferences of Generation Z in using streaming services, including their place compared to other content consumption methods. The second sub-question aimed to uncover how



informants select specific platforms and content and determine any external influences on them.

The results revealed that subscription-based streaming platforms hold a significant role for selected representatives of Generation Z, often becoming an integral part of their daily lives, although viewing times varied among informants. Generation Z's viewing habits are influenced by several factors. Flexibility, diverse content availability, and the opportunity to watch anytime and anywhere were the primary drivers shaping their habits. Additionally, the social aspect, sharing subscriptions with family or friends, and the need for connection through shared interests were also essential.

Selected Generation Z representatives demonstrated diverse motivations in using streaming platforms. One of the main motivations was seeking entertainment and relaxation. These young individuals seek content that aligns with their specific interests and needs, allowing them to unwind after demanding days. Apart from entertainment, Generation Z values educational content, such as documentaries, providing them opportunities for learning and gaining knowledge across various domains. Due to the global nature of content on streaming platforms, Generation Z also has the opportunity to practice and learn foreign languages. Informants also utilize streaming platforms as sources of inspiration, for instance, searching for new recipes. The last common motivation is the social aspect, visible in the need to stay connected with peers sharing common interests.

Informants attribute greater importance to streaming services over traditional television, which they perceive as less attractive and more restrictive due to fixed programming and broadcast times. Moreover, most informants do not own a television. However, within the sample, some occasionally resort to television viewing, especially for specific sports events. Television primarily serves as a device for viewing content, particularly in the context of shared viewing and family activities. Shared content viewing on streaming services is seen as a way to build solidarity and spend quality time with loved ones. Nevertheless, individual viewing tendencies also exist, often occurring on mobile phones, laptops, or computers. Streaming services are sought after not only for flexibility, personalization, a wide range of content, and ad-free viewing but also for the ability to play content on various devices.

The research revealed that content selection and choice of streaming platforms are processes influenced by personal preferences, algorithms, external recommendations, and user experiences. When selecting a platform, informants consider exclusive content, the

platform's interface, and the mode of viewing, whether individually or in groups. Strategies for content selection vary; some viewers choose specific content, while others rely on popularity or new titles. Algorithms play a crucial role in recommending content based on user preferences, although a combination of algorithmic and personal recommendations proves effective in finding interesting content, despite some users preferring personal recommendations due to perceived algorithm limitations.

This qualitative analysis aimed to provide a deeper understanding of Generation Z's behaviour in the context of using streaming platforms. Existing studies on related topics in the Czech Republic typically focus on statistical methods, and if they employ qualitative approaches, they often limit themselves to a single platform, constraining overall comprehension. Published studies often utilize only one method and do not concentrate on a specific generation. This literature gap offers potential for future studies that could compare generations or focus on various topics, such as experiences with restrictions and limitations, illegal content access, or the binge-watching phenomenon from viewers' perspectives.

## Použitá literatura

### Knižní zdroje:

- BAČUVČÍK, Radim. *Mláďí a zralost v marketingové komunikaci*. Zlín: VeRBuM, 2014. Protipóly marketingové komunikace. ISBN 978-80-87500-50-7.
- BLUMLER, Jay; MCQUAIL, Denis a BROWN, Joseph. *Sociology of Mass Communications*. London: Penguin Books, 1972. ISBN 9780140809619.
- CRESWELL, John W. *Research design: qualitative, quantitative, and mixed method approaches*. Fourth edition, Los Angeles: SAGE Publications, 2014. ISBN 978-1-4522-2610-1.
- DWYER, Tim. *Media convergence*. Online. Issues in cultural and media studies. Maidenhead: Open University Press, 2010. ISBN 0335228720.
- EGER, Ludvík a Dana EGEROVÁ. *Metodologie výzkumu*. 3. přepracované a rozšířené vydání. Plzeň: Západočeská univerzita v Plzni, 2022. ISBN 9788026111085.
- ELLIOTT, Philip. Uses and gratifications research: A critique and a sociological alternative. In J. G. Blumler & E. Katz (Ed.), *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research*, 1974, 3: 249-268. ISBN 9780803903401.
- ESTERBERG, Kristin G. *Qualitative Methods in Social Research*. New York: McGraw-Hill, 2002. ISBN-13 978-0071131292.
- FIDLER, Roger. *Mediamorphosis: Understanding New Media*. Thousand Oaks: Forge press, 1997. ISBN 9780803990869
- FLICK, Uwe. *An introduction to qualitative research*. Los Angeles: SAGE, 2014. ISBN 978-1-4462-0898-4.
- GALLETTA, Anne. *Mastering the semi-structured interview and beyond: from research design to analysis and publication*. New York: New York University Press, 2013. ISBN 9780814732939.
- GALLOWAY, Alexander R. *Gaming: essays on algorithmic culture*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2006. ISBN 0-8166-4850-6.
- HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. Čtvrté, přepracované a rozšířené vydání. Praha: Portál, 2016. ISBN 978-80-262-0982-9.
- HOWE, Neil a William STRAUSS. *Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069*. New York: Harper Perennial, 1992. ISBN 978-0688119126.
- HYERS, Lauri. *Diary Methods: Understanding Qualitative Research*. New York: Oxford Academic, 2018. ISBN 9780190856823.
- JAKUBOWICZ, Karol. *Nová ekologie médií: konvergence a mediamorfóza*. Zlín: Verbum, 2013, s. 27 ISBN 978- 80-87500-38-5.
- JENKINS, Henry. Defining Participatory Culture. In: JENKINS, Henry; BOYD, danah a ITO, Mizuko. *Participatory culture in a networked era: a conversation on youth, learning, commerce, and politics*. Cambridge: Polity, 2015, s. 1-31. ISBN 978-0-7456-6071-4.
- JENKINS, Henry. *Convergence culture: where old and new media collide*. New York: New York

- University Press, 2006. ISBN 0-8147-4281-5.
- JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Média a společnost*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2007. ISBN 9788073672874.
  - KATZ, Elihu a BLUMLER, Jay. *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research*. Beverly Hills: Sage Publications, 1974. ISBN 9780803903401.
  - KUNCZIK, Michael. *Základy masové komunikace*. Přeložil Štěpánka KUDRNÁČOVÁ, přeložil Milan ŠMÍD. Praha: Karolinum, 1995. ISBN 80-7184-134-x.
  - LOTZ, Amanda D., 2009. *Beyond Prime Time: Television Programming in the PostNetwork Era*. New York: Routledge. ISBN 978-0-415-99669-3.
  - MACEK, Jakub. *Média v pohybu: k proměně současných českých publik*. Brno: Masarykova univerzita, 2015. ISBN 978-80-210-8033-1.
  - MCCRINDLE, Mark. *The ABC of XYZ: Understanding the Global Generations*. McCrindle Research, 2014. s. 12-15. ISBN: 978-0-9924839-0-6.
  - MIOVSKÝ, Michal. *Kvalitativní přístup a metody v psychologickém výzkumu*. Psyché. Praha: Grada, 2006. ISBN 80-247-1362-4.
  - MIŠOVIČ, Ján. *Kvalitativní výzkum se zaměřením na polostrukturovaný rozhovor*. Praha: Slon, 2019. Studijní texty (Sociologické nakladatelství). ISBN 9788074192852.
  - MORAVEC, Václav. *Média v tekutých časech: konvergence audiovizuálních médií v ČR*. Praha: Academia, 2016. Společnost (Academia). ISBN 978-80-200-2572-2.
  - POOL, Ithiel de Sola. *Technologies of Freedom*. Cambridge: Harvard University Press, 1983. ISBN 0-674-87233-9.
  - REICHEL, Jiří. *Kapitoly metodologie sociálních výzkumů*. Praha: Grada, 2009. ISBN 978-80-247-3006-6.
  - ROSENGREN, Karl Erik, 1974. *Uses and Gratifications: A Paradigm Outlined*. In: Jay G. BLUMLER a Elihu KATZ *The Uses of Mass Communications. Current Perspectives on Gratifications Research*. Beverly Hills, CA: SAGE Publications, s. 269–186. ISBN 9780803903401.
  - ŘIHÁČEK, Tomáš, Ivo ČERMÁK a Roman HYTYCH. *Kvalitativní analýza textů: čtyři přístupy*. Brno: Masarykova univerzita, 2013. ISBN 978-80-210-6382-2.
  - SEVERIN, Werner J. a James W. TANKARD. *Communication theories: origins, methods, uses*. New York: Hastings House, 1979. ISBN 0-8038-1274-4.
  - SPARVIERO, Sergio, BALBI, Gabriele a Corinna PEIL. *Media Convergence and Deconvergence*. Imprint: Palgrave Macmillan, 2017. Global Transformations in Media and Communication Research – A Palgrave and IAMCR Series. ISBN 978-3-319-51288-4.
  - STILLMAN, David. *İşte Z Kuşağı*. Istanbul: İKÜ Yayınevi, 2017. ISBN 9786054763603.
  - STRAUSS, Anselm L. a Juliet CORBINOVÁ. *Základy kvalitativního výzkumu: postupy a techniky metody zakotvené teorie*. Brno: Sdružení Podané ruce, 1999. ISBN 808583460x.
  - ŠVARÍČEK, Roman a Klára ŠEĐOVÁ. *Kvalitativní výzkum v pedagogických vědách*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2014. ISBN 9788026206446.
  - VOLEK, Jaromír. *Televizní publika ve věku digitální fragmentace*. In KAŇKA, Petr,

KOFRÁNKOVÁ, Václava, MAYEROVÁ, Indrid, ŠTOLL, Martin a kol. AUTOR-VIZE-MEZE-TELEVIZE. 1. vyd. Praha, Bratislava: USTR – Ústav pro studium totalitních režimů a VŠMU – Bratislava: Vysoká škola múzických umění, 2015. s. 133-146. sv. 1. ISBN 978-80-87912-36-2.

### Elektronické zdroje:

- AMALIYAH, Anita, Restu Ayu MUMPUNI, Fasyiah NOOR, Indah LAKSMIWATI a Lukki LUKKITAWATI. Understanding the intention of generation Z on Netflix and Viu streaming services. *ProTVF* [online]. 2021, 2021-09-30, 5(2), 145-162. ISSN 2549-0087. Dostupné z: <https://doi.org/10.24198/ptvf.v5i2.25995>. [cit. 2023-12-28].
- ANAND, Mr Ganesh; SRINIVAS, Nagunuri. Understanding the OTT-streaming behavior among generation Z consumers during the lockdown period. *Journal of Critical Reviews*, 2020, 7.15: 3888-3895. ISSN: 2394-5125. Dostupné z: <https://www.jcreview.com/admin/Uploads/Files/61ded52edce8e2.52743629.pdf>. [cit. 2023-12-10].
- *AppleTV+*. Online, 2023. Apple Inc. Dostupné z: <https://www.apple.com/cz/apple-tv-plus/> [cit. 2023-12-04].
- Atmedia. *Atmedia index: 1/5 přístupů k placeným VoD službám je sdílených*. Online. Atmedia. 2.11.2023. Dostupné z: [www.atmedia.cz/atmedia-index-20-pristupu-k-placenym-vod-sluzbam-je-sdilenyh](http://www.atmedia.cz/atmedia-index-20-pristupu-k-placenym-vod-sluzbam-je-sdilenyh). [cit. 2023-12-04].
- AYTEN, Adem, Sema BULAT a Elif İNCEİSMAİL. A study of generation z viewing habits in context of uses and gratification theory: The Protector netflix series case. *The Turkish online journal of design, art and communication* [online]. 2019, CTC (2019), 1-11. ISSN 2146-5193. Dostupné z: [https://doi.org/10.7456/ctc\\_2019\\_01](https://doi.org/10.7456/ctc_2019_01). [cit. 2023-12-10].
- BARNES, Brooks. *Disney Says It Will Take Full Control of Hulu*. Online. The New York Times. 01.11.2023. Dostupné z: <https://www.nytimes.com/2023/11/01/business/media/disney-hulu-purchase.html> [cit. 2023-12-04].
- BIOCCA, Frank. Opposing Conceptions of the Audience: The Active and Passive Hemispheres of Mass Communication Theory. *Annals of the International Communication Association* [online]. 2016, 11(1), 51-80. ISSN 2380-8985. Dostupné z: <https://doi.org/10.1080/23808985.1988.11678679>. [cit. 2023-12-21].
- BOLIN, Goran. *Media Generations* [online]. Routledge, 2016. ISBN 9781317441137. Dostupné z: <https://doi.org/10.4324/9781315694955>. [cit. 2023-12-27].
- BRENNEN, Bonnie S. *Qualitative Research Methods for Media Studies* [online]. Second edition. New York: Routledge, 2017. ISBN 9781315435978. Dostupné z: <https://doi.org/10.4324/9781315435978>. [cit. 2023-12-10].
- BRUNS, Axel a Jan-Hinrik SCHMIDT. *Prodisage: a closer look at continuing developments*. New Review of Hypermedia and Multimedia [online]. 2011, 17(1), 3-7. ISSN 1361-4568. Dostupné z: <https://doi.org/10.1080/13614568.2011.563626>. [cit. 2023-11-29].
- CABRERA BLÁZQUEZ, Maja; GRECE, Christian a VALAIS, Sophie. *VOD, platforms and OTT: which promotion obligations for European works?* Online. Strasbourg: European Audiovisual

- Observatory, 2016. ISBN 2079-1062. Dostupné z: <https://rm.coe.int/1680783489>. [cit. 2023-12-04].
- CAMILLERI, Mark Anthony a Loredana FALZON. Understanding motivations to use online streaming services: integrating the technology acceptance model (TAM) and the uses and gratifications theory (UGT). *Spanish Journal of Marketing – ESIC* [online]. 2020, 2020-12-21, 25(2), 217-238. ISSN 2444-9709. Dostupné z: <https://doi.org/10.1108/SJME-04-2020-0074>. [cit. 2023-12-22].
  - Canal+. Online, 2023. Canal+. Dostupné z: <https://www.canalplus.cz/> [cit. 2023-12-04].
  - CARLSON, Scott. The Net Generation Goes to College. Online. *The Chronicle of Higher Education*. 2005, roč. 52, č. 7. Dostupné z: <https://www.chronicle.com/article/the-net-generation-goes-to-college/>. [cit. 2023-12-10].
  - COVER, Rob. *Audience inter/active*. *New Media & Society* [online]. 2006, 8(1), 139-158. ISSN 1461-4448. Dostupné z: <https://doi.org/10.1177/1461444806059922>. [cit. 2023-11-29]
  - ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Používání internetu pro zábavu. Online. In: *Využívání informačních a komunikačních technologií v domácnostech a mezi osobami za období 2023*. Praha: Český statistický úřad, 2023, s 58-63. ISBN 978-80-250-3430-9. Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/191486287/06200423.pdf/324f5bd9-159b-49a1-8214-9a9f77de1e95?version=1.1>. [cit. 2023-12-10].
  - DĄBROWSKI, Leszek S. a Stefania ŚRODA-MURAWSKA. Globalised and culturally homogenised? How Generation Z in Poland spends their free time. *Leisure Studies* [online]. 2022, 2022-03-04, 41(2), 164-179. ISSN 0261-4367. Dostupné z: <https://doi.org/10.1080/02614367.2021.1975800>. [cit. 2023-12-28].
  - DADIĆ, Mario; JERČIĆ, Eva a DADIĆ, Vanja. Behavior of Generation Z. In: *Proceedings of IAC in Vienna 2022*. Praha: Czech Institute of Academic Education, 2022, s. 10-16. ISBN 978-80-88203-30-8. Dostupné z: [https://www.researchgate.net/publication/366356186\\_Behavior\\_of\\_Generation\\_Z](https://www.researchgate.net/publication/366356186_Behavior_of_Generation_Z). [cit. 2023-12-10]
  - DIMOCK, Michael. Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins. In: *Pew Research Center* [online]. 17.1. 2019. Dostupné z: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-zbegins/>. [cit. 2023-12-10]
  - Disney+. Online, 2023. Disney. Dostupné z: <https://www.disneyplus.com/cs-cz> [cit. 2023-12-04].
  - DOLEŽAL, Aleš. *Fenomén Netflix a jeho vliv na změny chování diváků*. 2018. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra žurnalistiky.
  - FONTAINE, Gilles a SIMONE, Patrizia. *VOD distribution and the role of aggregators*. Online. Strasbourg: European Audiovisual Observatory, 2017. Dostupné z: <https://rm.coe.int/2017-vod-distribution-and-the-role-of-aggregators-g-fontaine-p-simone-/1680788ff1>. [cit. 2023-12-04].
  - FTV Prima. *Tarify prima+ a ceník předplatného*. Online. Prima+. 2023. Dostupné z: <https://podpora.iprima.cz/hc/cs/articles/115003795091-Tarify-prima-a-cen%C3%ADk-p%C5%99edplatn%C3%A9ho> [cit. 2023-12-04].
  - GILLESPIE, Tarleton; SEYFERT, Robert a ROBERGE, Jonathan. *#trendingistrending: when algorithms become culture*. Online. In: *Algorithmic Cultures: Essays on Meaning, Performance and*

- New Technologies. London: Routledge, 2016, s. 52-75. ISBN 9781315658698. Dostupné z: <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781315658698-9/trendingistrending-algorithms-become-culture-tarleton-gillespie>. [cit. 2023-11-29].
- 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: <https://doi.org/10.1145/2843948>. [cit. 2023-12-22].
  - GRAY, Jonathan. *Reviving audience studies*. Critical Studies in Media Communication [online]. 2016, 34(1), 79-83. ISSN 1529-5036. Dostupné z: <https://doi.org/10.1080/15295036.2016.1266680>. [cit. 2023-12-22].
  - GRECE, Christian. *Trends in the EU SVOD market*. Online. Strasbourg: European Audiovisual Observatory, 2017. Dostupné z: [https://www.academia.edu/36179505/Trends\\_in\\_the\\_EU\\_SVOD\\_market?source=swp\\_share](https://www.academia.edu/36179505/Trends_in_the_EU_SVOD_market?source=swp_share). [cit. 2023-12-04].
  - GRIFFEN-FOLEY, Bridget. Diary of a television viewer. *Media International Australia* [online]. 2017, 162(1), 33-48. ISSN 1329-878X. Dostupné z: <https://doi.org/10.1177/1329878X1667808>. [cit. 2023-12-10].
  - *HBO Max*. Online, 2023. HBO Europe s.r.o. Dostupné z: <https://www.hbomax.com/cz/cs>. [cit. 2023-12-04].
  - HEPP, Andreas, Matthias BERG a Cindy ROITSCH. A Processual Concept of Media Generation. *Nordicom Review* [online]. 2017, 2017-06-27, 38(s1), 109-122. ISSN 2001-5119. Dostupné z: <https://doi.org/10.1515/nor-2017-0395>. [cit. 2023-12-27].
  - HERLOCKER, Jonathan L., Joseph A. KONSTAN, Loren G. TERVEEN a John T. RIEDL. *Evaluating collaborative filtering recommender systems*. ACM Transactions on Information Systems [online]. 2004, 22(1), 5-53. ISSN 1046-8188. Dostupné z: <https://doi.org/10.1145/963770.963772>. [cit. 2023-11-29].
  - HLOUŠKOVÁ, Lenka. *Společnost Disney+ začne omezovat sdílení hesel. Bude rušit i účty*. Online. Novinky.cz. 03.10.2023. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/clanek/kultura-spolecnost-disney-zacne-omezovat-sdileni-hesel-bude-rusit-i-ucty-40445498>. [cit. 2023-12-04].
  - CHAKAVEH, Sepideh a Manfred BOGEN. *Media Convergence, an Introduction*. In: JACKO, Julie A., ed. *Human-Computer Interaction. HCI Intelligent Multimodal Interaction Environments* [online]. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg, 2007, s. 811-814 [cit. 2023-11-25]. Lecture Notes in Computer Science. ISBN 978-3-540-73108-5. Dostupné z: [https://doi.org/10.1007/978-3-540-73110-8\\_88](https://doi.org/10.1007/978-3-540-73110-8_88). [cit. 2023-11-29].
  - JANÁK, Dušan. *Vybrané metody výzkumu*. [online]. Opava, 2018. Dostupné z: [https://is.slu.cz/el/fvp/leto2021/UVSRPHK016/um/VYBRANE\\_METODY\\_VYZKUMU.pdf](https://is.slu.cz/el/fvp/leto2021/UVSRPHK016/um/VYBRANE_METODY_VYZKUMU.pdf). [cit. 2023-10-27].
  - JANG, Moonkyoung, Hyunmi BAEK a Seongcheol KIM. *Movie characteristics as determinants of download-to-own performance in the Korean video-on-demand market*. Telecommunications



- Policy [online]. 2021, 45(7). ISSN 03085961. Dostupné z: <https://doi.org/10.1016/j.telpol.2021.102140>. [cit. 2023-12-04].
- JANGHORBANOVÁ, Roksana, Robab Latifnejad ROUDSARI a Ali TAGHIPOUR. Skype interviewing: The new generation of online synchronous interview in qualitative research. *International Journal of Qualitative Studies on Health and Well-being* [online]. 2014, 2014-01-09, 9(1). ISSN 1748-2631. Dostupné z: <https://doi.org/10.3402/qhw.v9.24152>. [cit. 2023-12-10].
  - JAWAID, Amber; LYKE-HO-GLAND, Holly a WEBSTER, Cody. *Don't underestimate gen z's strong emotional ties to streaming*. Online. Ipsos, 2023. Dostupné z: <https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/2023-08/POV%20Don%E2%80%99t%20Underestimate%20Gen%20Z%E2%80%99s%20Strong%20Emotional%20Ties%20to%20Streaming.pdf>. [cit. 2023-12-28].
  - JERASA, Sarah a Trevor BOFFONE. BookTok 101: TikTok, Digital Literacies, and Out-of-School Reading Practices. *Journal of Adolescent & Adult Literacy* [online]. 2021, 65(3), 219-226. ISSN 1081-3004. Dostupné z: <https://doi.org/10.1002/jaal.1199>. [cit. 2023-12-27]
  - JETMAR, Jakub. *HBO Max přijde do Česka 8. března. Bude dražší, zároveň se slevou*. Online. Mediář, 2.2.2022. Dostupné z: <https://www.mediar.cz/hbo-max-prijde-do-ceska-8-brezna-bude-drazsi-zaroven-se-slevou/> [cit. 2023-12-04].
  - *JustWatch*. Online. 2023. Dostupné z: <https://www.justwatch.com/>. [cit. 2023-12-13].
  - KASIRYE, Faiswal. The Importance of Needs in Uses and Gratification Theory. Online. *Advance*. S. 1-6. Dostupné z: <https://doi.org/10.31124/advance.14681667.v2>. [cit. 2023-12-21].
  - KATZ, Elihu, Hadassah HAAS a Michael GUREVITCH. On the Use of the Mass Media for Important Things. *American Sociological Review* [online]. 1973, 38(2). ISSN 00031224. Dostupné z: <https://doi.org/10.2307/2094393>. [cit. 2023-12-21]
  - KATZOVÁ, Roberta R., Sarah OGILVIE, Jane SHAW a Linda WOODHEAD. *Gen Z, explained: the art of living in a digital age*. Chicago: The University of Chicago Press, 2021, 1 online resource (275 pages). ISBN 0-226-81498-X. Dostupné z: <https://doi.org/10.7208/chicago/9780226814988>. [cit. 2023-12-10]
  - KEMPER, Jakko a Daan KOLKMAN. *Transparent to whom? No algorithmic accountability without a critical audience*. *Information, Communication & Society* [online]. 2019, 2019-12-06, 22(14), 2081-2096. ISSN 1369-118X. Dostupné z: <https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1477967>. [cit. 2023-11-29].
  - KIM, Sangyeon, Insil HUH a Sangwon LEE. *No Movie to Watch: A Design Strategy for Enhancing Content Diversity through Social Recommendation in the Subscription-Video-On-Demand Service*. *Applied Sciences* [online]. 2023, 13(1). ISSN 2076-3417. Dostupné z: <https://doi.org/10.3390/app13010279>. [cit. 2023-11-29]
  - KONRÁD, Daniel. *Půl milionu lidí platí za Voyo. Už ale nechodí jenom za Ordinací, říká šéf Novy*. Online. Aktuálně.cz. 02.03.2023. Dostupné z: <https://magazin.aktualne.cz/kultura/pul-milionu-cechu-plati-za-voyo-daniel-grunt-nova-rozhovor/r~0a1ea216b85411edba63ac1f6b220ee8/> [cit.



- 2023-12-04].
- KROUWEL, Matthew; JOLLY, Kate a GREENFIELD, Sheila. Comparing Skype (video calling) and in-person qualitative interview modes in a study of people with irritable bowel syndrome – an exploratory comparative analysis. Online. *BMC Medical Research Methodology*. 2019, roč. 19, č. 1. ISSN 1471-2288. Dostupné z: <https://doi.org/10.1186/s12874-019-0867-9>. [cit. 2023-12-10].
  - KUCSEROVÁ, Frederika. *Konvergence médií, služby SVOD a jejich využití*. Praha, 2021. Bakalářská práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra mediálních studií.
  - KURNIAWAN, Eric Zenas, Grant Denov M. TOBING, Nabil NARATAMA a Adilla ANGGRAENI. The Factors Influencing Millennials' Continuance Intention to Use Subscription Video-on-Demand (SVoD) in Jakarta. In: *2021 International Conference on Informatics, Multimedia, Cyber and Information System (ICIMCIS)* [online]. IEEE, 2021, 2021-10-28, s. 356-362. ISBN 978-1-6654-2733-3. Dostupné z: <https://doi.org/10.1109/ICIMCIS53775.2021.9699136>. [cit. 2023-12-28].
  - LAOR, Tal a Yair GALILY. Who'S clicking on on-demand? media consumption patterns of generations Y & Z. *Technology in Society* [online]. 2022, 70. ISSN 0160791X. Dostupné z: <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2022.102016>. [cit. 2023-12-27].
  - LATZER, Michael. Media Convergence. *SSRN Electronic Journal* [online]. ISSN 1556-5068. Dostupné z: <https://doi.org/10.2139/ssrn.2271508>. [cit. 2023-11-29].
  - LAZARFELD, Paul F., Bernard BERELSON a Hazel GAUDET. *The People'S Choice* [online]. Columbia University Press, 1968 ISBN 9780231896146. Dostupné z: <https://doi.org/10.7312/laza93930>. [cit. 2023-12-21].
  - LEVY, Mark R. a Sven WINDAHL. Audience activity and gratifications. *Communication Research* [online]. 1984, 11(1), 51-78. ISSN 0093-6502. Dostupné z: <https://doi.org/10.1177/009365084011001003>. [cit. 2023-12-21].
  - MACEK, Jan a JANSOVÁ, Iveta. *Současná česká televizní a post-televizní publika: kvantitativní studie*. Online. Brno: Masarykova Univerzita, 2020. ISBN 978-80-210-9759-9. Dostupné z: [https://is.muni.cz/publication/1713736/report\\_-\\_tacr\\_2020\\_-\\_macek\\_\\_\\_jansova.pdf](https://is.muni.cz/publication/1713736/report_-_tacr_2020_-_macek___jansova.pdf). [cit. 2023-12-10].
  - MCDONALD, Kevin a SMITH-ROWSEY, Daniel. *The Netflix effect technology and entertainment in the 21st century*. New York: Bloomsbury Academic, 2016. ISBN 1-5013-0941-2. Dostupné z: <https://doi.org/10.5040/9781501309410>. [cit. 2023-12-04].
  - MediaGuru. *Canal+ i Disney+ lákají na levnější předplatné*. Online. MediaGuru. 11.09.2023. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2023/09/canal-i-disney-lakaji-na-levnejsi-predplatne/> [cit. 2023-12-04].
  - MENON, Devadas. Purchase and continuation intentions of over -the -top (OTT) video streaming platform subscriptions: a uses and gratification theory perspective. *Telematics and Informatics Reports* [online]. 2022, 5. ISSN 27725030. Dostupné z: <https://doi.org/10.1016/j.teler.2022.100006>. [cit. 2023-12-04].
  - MERIKIVI, Jani, Johanna BRAGGE, Eusebio SCORNAVACCA a Tibert VERHAGEN. *Binge-*

- watching Serialized Video Content: A Transdisciplinary Review*. Television & New Media [online]. 2020, 21(7), 697-711. ISSN 1527-4764. Dostupné z: <https://doi.org/10.1177/1527476419848578>. [cit. 2023-12-22].
- MERRIMANOVÁ, M. *Rise of Gen Z: new challenge for retailers*. [online] © 2015, EYGM Limited, 02. 01. 2020. Dostupné z: [https://www.ey.com/en\\_gl/digital/generation-z-millennial](https://www.ey.com/en_gl/digital/generation-z-millennial). [cit. 2023-04-30].
  - MĚSKA, Tomáš. *Dopady pandemie COVID-19 na streamovací služby a jejich uživatele*. Praha, 2023. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra mediálních studií.
  - MOORE, Luke. *SVOD, TVOD, BVOD, PVOD, OMGVOD – What does it all mean?* [online]. FUSECREATE. 2021. Dostupné z: <https://fusecreate.com/svod-tvod-bvod-pvod-omgvod-what-does-it-all-mean/>. [cit. 2023-12-04].
  - *Netflix Games*. Online, 2023. Netflix, Inc. Dostupné z: <https://help.netflix.com/en/node/121442> [cit. 2023-12-04].
  - *Netflix*. Online, 2023. Netflix, Inc. Dostupné z: <https://www.netflix.com/cz/>. [cit. 2023-12-04].
  - NIELSEN ADMOSPHERE, a.s. *Český divák sleduje téměř 4 hodiny tv denně, projekt měření sledovanosti změřil v posledním roce 769 tisíc pořadů na 90 stanicích*. Nielsen [online]. 02.06.2023. Dostupné z: <https://www.nielsen-admosphere.cz/news/cesky-divak-sleduje-temer-4-hodiny-tv-denne-projekt-mereni-sledovanosti-zmeril-v-poslednim-roce-769-tisic-poradu-na-90-stanicich>. [cit. 29. 11. 2023].
  - OMUKIĆ, Sonja, Merima ČINJAREVIĆ a Almir PEŠTEK. How “Netflix Effect” is (Re)shaping the Media Consumption Patterns of Y-ers and Z-ers? In: ROCHA, Alvaro, Hojjat ADELI, Gintautas DZEMYDA a Fernando MOREIRA, ed. *Information Systems and Technologies* [online]. Cham: Springer International Publishing, 2022, s. 563-572. Lecture Notes in Networks and Systems. ISBN 978-3-031-04818-0. Dostupné z: [https://doi.org/10.1007/978-3-031-04819-7\\_54](https://doi.org/10.1007/978-3-031-04819-7_54). [cit. 2023-12-28].
  - PATCHOVÁ, Hanna. *Which factors influence Generation Z’s content selection in OTT TV?* Dizertační práce. Stockholm: KTH Royal institute of technology school of electrical engineering and computer science, 2018.
  - PODARA, Anna, Maria MATSIOLA, Rigas KOTSAKIS, Theodora A MANIOU a George KALLIRIS. Generation Z’s screen culture: Understanding younger users’ behaviour in the television streaming age – The case of post-crisis Greece. *Critical studies in television* [online]. London, England: SAGE Publications, 2021, 16(2), 91-109. ISSN 1749-6020. Dostupné z: <https://doi.org/10.1177/17496020211005395>. [cit. 2023-12-10].
  - POLÁK, Lukáš. *Google spustil v Česku služby YouTube Music a YouTube Premium*. [online]. Český rozhlas 14.5.2019. Dostupné z: <https://digital.rozhlas.cz/google-spustil-v-cesku-sluzby-youtube-music-a-youtube-premium-7937238> [cit. 2023-12-04].
  - POLÁK, Lukáš. *Netflix před pěti lety vstoupil do Česka, významně podpořil změnu konzumace televizního obsahu*. Online. Digitální rádio. 06.01.2021. Dostupné z: <https://digital.rozhlas.cz/netflix-pred-peti-lety-vstoupil-do-ceska-vyznamne-podporil-zmenu->

- konzumace-8397989 [cit. 2023-12-04].
- PRENSKY, Marc. Digital Natives, Digital Immigrants Part 1. *On the Horizon* [online]. 2001, 9(5), 1-6. ISSN 1074-8121. Dostupné z: <https://doi.org/10.1108/10748120110424816>. [cit. 2023-12-27].
  - *PrimeVideo*. Online, 2023. Amazon.com. Dostupné z: <https://www.primevideo.com/> [cit. 2023-12-04].
  - RAJNOHOVÁ, Dominika. *Strategie platformy Netflix a návyky konzumace obsahu uživatelů*. Praha, 2021. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra mediálních studií.
  - REDONDO, Ignacio a Diana SERRANO. Giants with Feet of Clay? An Inquiry into User Payment Patterns for Subscription Video-on-Demand Services. *Administrative Sciences* [online]. 2023, 13(5). ISSN 2076-3387. Dostupné z: <https://doi.org/10.3390/admsci13050122>. [cit. 2023-12-28].
  - REISA, Steffiani a Irwansyah IRWANSYAH. *Fragmentation and Audience Activity on Video-on-Demand Platform: Netflix and the 'Binge-watching'*. *Jurnal InterAct* [online]. 2021, 2021-02-04, 9(2), 120-132. ISSN 2614-1442. Dostupné z: <https://doi.org/10.25170/interact.v9i2.2235>. [cit. 2023-12-01].
  - RIGBY, Jacob M., Duncan P. BRUMBY, Sandy J. J. GOULD a Anna L. COX. "I Can Watch What I Want." In: *Proceedings of the 2018 ACM International Conference on Interactive Experiences for TV and Online Video* [online]. New York, NY, USA: ACM, 2018, 2018-06-25, s. 69-80. ISBN 9781450351157. Dostupné z: <https://doi.org/10.1145/3210825.3210832>. [cit. 2023-12-28]
  - ROŽÁNEK, Filip. *HBO Max se v Česku změnil na Max na jaře 2024*. Online. Lupa.cz. 16.10.2023. Dostupné z: <https://www.lupa.cz/aktuality/hbo-max-se-v-cesku-zmeni-na-max-na-jare-2024/>. [cit. 2023-12-04].
  - RUBENKING, Bridget. Multitasking With TV: Media Technology, Genre, and Audience Influences. *Communication Research Reports* [online]. 2016, 2016-10-14, 33(4), 324-331. ISSN 0882-4096. Dostupné z: <https://doi.org/10.1080/08824096.2016.1224167>. [cit. 2023-11-29].
  - RUBIN, Alan; BRYANT, Jennings a OLIVER, Mary Beth. The uses and gratifications perspective of media effects. Online. In: *Media effects*. Taylor & Francis, 2009, s. 165-182. ISBN 9781135591106. Dostupné z: <https://doi.org/10.4324/9780203877111>. [cit. 2023-12-21].
  - SAARIJÄRVI, Markus a Ewa-Lena BRATT. When face-to-face interviews are not possible: tips and tricks for video, telephone, online chat, and email interviews in qualitative research. *European Journal of Cardiovascular Nursing* [online]. 2021, 2021-04-01, 20(4), 392-396. ISSN 1474-5151. Dostupné z: <https://doi.org/10.1093/eurjcn/zvab038>. [cit. 2023-12-10].
  - SAHU, Garima, Loveleen GAUR a Gurmeet SINGH. Applying niche and gratification theory approach to examine the users' indulgence towards over-the-top platforms and conventional TV. *Telematics and Informatics* [online]. 2021, 65. ISSN 07365853. Dostupné z: <https://doi.org/10.1016/j.tele.2021.101713>. [cit. 2023-12-22].
  - SEEMILLER, Corey a Meghan GRACEOVÁ. *Generation Z*. Milton: Routledge, 2019. ISBN 1138337315. Dostupné z: <https://doi.org/10.4324/9780429442476>. [cit. 2023-12-10].
  - SHEBLE, Laura a WILDEMUTH, Barbara M. *Research Diaries*. Online. 2009, s. 211–221. Dostupné z: [https://www.researchgate.net/publication/279537887\\_Research\\_Diaries](https://www.researchgate.net/publication/279537887_Research_Diaries). [cit. 2024-01-

- 01].
- SHOKRPOUR, Auriana and DARNELL, Michael J., 2017. *How People Multitask While Watching TV* [online]. 2017. ACM. Dostupné z: <http://dx.doi.org/10.1145/3077548.3077558>. [cit. 2023-12-22].
  - STEINER, Emil a Kun XU. Binge-watching motivates change: Uses and gratifications of streaming video viewers challenge traditional TV research. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* [online]. 2020, **26**(1), 82-101. ISSN 1354-8565. Dostupné z: <https://doi.org/10.1177/1354856517750365>. [cit. 2023-12-22].
  - STOLL, Julia. *Netflix - statistics & facts*. Online. Statista. 06.10.2023a. Dostupné z: <https://www.statista.com/topics/842/netflix/#topicOverview>. [cit. 2023-12-04].
  - STOLL, Julia. *Max - statistics & facts*. Online. Statista. 31.8.2023b. Dostupné z: <https://www.statista.com/topics/4291/hbo/#topicOverview>. [cit. 2023-12-04].
  - STRIPHAS, Ted. *Algorithmic culture*. *European Journal of Cultural Studies* [online]. 2015, 18(4-5), 395-412. ISSN 1367-5494. Dostupné z: <https://doi.org/10.1177/1367549415577392>. [cit. 2023-11-29].
  - SUCIATI, Pijar; PUTRA, Barijani Mahesa. *Indonesian gen Z consumer preference for subscribing to Netflix in the Covid-19 pandemic era*. *Journal of Media and Information Warfare (JMIW)*, 2022, 15.1: 71-84. Dostupné z: <https://ir.uitm.edu.my/id/eprint/58299/>. [cit. 2023-12-01].
  - SUNDAR, S. Shyam a Anthony M. LIMPEROS. Uses and Grats 2.0: New Gratifications for New Media. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* [online]. 2013, **57**(4), 504-525. ISSN 0883-8151. Dostupné z: <https://doi.org/10.1080/08838151.2013.845827>. [cit. 2023-12-21].
  - SUNSTEIN, Cass R. a Edna ULLMANN-MARGALIT. *Solidarity Goods*. *Journal of Political Philosophy* [online]. 2001, 9(2), 129-149. ISSN 0963-8016. Dostupné z: <https://doi.org/10.1111/1467-9760.00121>. [cit. 2023-12-01].
  - SWANSON, David L. The Continuing Evolution of the Uses and Gratifications Approach. *Communication Research* [online]. 1979, **6**(1), 3-8. ISSN 0093-6502. Dostupné z: <https://doi.org/10.1177/009365027900600101>. [cit. 2023-12-21].
  - SWARTZ, Leah; HUFF, Skyler a HARPER, Jason. *Getting to know Gen Z: How the pivotal generation is different from Millennials*. Online. Barkley, Inc. and FutureCast, 2017. Dostupné z: [https://www.millennialmarketing.com/wp-content/uploads/2016/12/FutureCast\\_The-Pivotal-Generation-7.pdf](https://www.millennialmarketing.com/wp-content/uploads/2016/12/FutureCast_The-Pivotal-Generation-7.pdf). [cit. 2023-12-27].
  - TANA, Jonas, Emil EIROLA a Mats NYLUND. When is prime-time in streaming media platforms and video-on-demands services? New media consumption patterns and real-time economy. *European Journal of Communication* [online]. 2020, **35**(2), 108-125. ISSN 0267-3231. Dostupné z: <https://doi.org/10.1177/0267323119894482>. [cit. 2023-12-28].
  - The Walt Disney Company. *Disney's Fiscal Full Year and Q4 2023 Earnings Results Webcast*. Online. Disney. 08.11.2023. Dostupné z: <https://thewaltdisneycompany.com/disneys-fiscal-full-year-and-q4-2023-earnings-results-webcast/>. [cit. 2023-12-04].
  - VÁCLAVÍK, Lukáš. *Dnes je poslední šance získat doživotní 50% slevu na SkyShowtime*. Online.

- AVmania.cz. 11.04.2023. Dostupné z: <https://avmania.zive.cz/dnes-je-posledni-sance-ziskat-doivotni-50-slevu-na-skyshowtime>. [cit. 2023-12-04].
- VANATTENHOVEN, Jeroen a David GEERTS. Broadcast, Video-on-Demand, and Other Ways to Watch Television Content. In: *Proceedings of the ACM International Conference on Interactive Experiences for TV and Online Video* [online]. New York, NY, USA: ACM, 2015, 2015-06-03, s. 73-82. ISBN 9781450335263. Dostupné z: <https://doi.org/10.1145/2745197.2745208>. [cit. 2023-12-28].
  - VERMAASOVÁ, Karianne a van de WIJNGAERT, Lidwien. *Measuring internet behaviour: total time diary and activity diary as research methods*. Online. JITTA. 2005, roč. 7, č. 1, s.121. ISSN 1532-4516. Dostupné z: <https://core.ac.uk/reader/301356738>. [cit. 2023-12-10].
  - *Voyo*. Online, 2023. TV Nova s.r.o. Dostupné z: <https://voyo.nova.cz/>. [cit. 2023-12-04].
  - WAISBORD, Silvio. *McTV: Understanding the Global Popularity of Television Formats*. *Television & New Media* [online]. 2004, 5(4), 359-383. ISSN 1527-4764. Dostupné z: <https://doi.org/10.1177/1527476404268922>. [cit. 2023-03-18].
  - WATSON, AMY. *Gen Z news consumption sources in the U.S. 2022*. Online. Statista. 25.9.2023. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/1124119/gen-z-news-consumption-us/>. [cit. 2023-12-04].
  - WEBSTER, James G. a Thomas B. KSIAZEK. *The Dynamics of Audience Fragmentation: Public Attention in an Age of Digital Media*. *Journal of Communication* [online]. 2012, 62(1), 39-56. ISSN 00219916. Dostupné z: <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2011.01616.x>. [cit. 2023-11-29].
  - Zákon č. 132/2010 Sb. Zákon o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání a o změně některých zákonů (zákon o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání). In: *Zákony pro lidi.cz* [online]. © AION CS 2010–2023. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2010-132#f4083988>. [cit. 29. 11. 2023].
  - ZOULOVÁ, Lenka. *Z předplacených účtů si kyberzločinci dělají dobrý byznys*. Online. *Novinky.cz*. 12.07.2023. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/clanek/internet-a-pc-bezpecnost-z-predplacenyh-uctu-si-kyberzlocinci-delaji-dobry-byznys-40436279>. [cit. 2023-12-04].



## Teze diplomové práce

SCHVÁLENO

5.10.23  
mj

| <b>Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK</b><br><b>Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce</b>   |   |  |  |            |                  |     |             |            |  |
|---|---|--|--|------------|------------------|-----|-------------|------------|--|
| <b>TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:</b>   |   |  |  |            |                  |     |             |            |  |
| <b>Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta:</b><br>Zemanová Eliška  | <b>Razítko podatelny:</b><br><table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;"> <b>Univerzita Karlova</b><br/> <b>Fakulta sociálních věd</b> </td> </tr> <tr> <td>Došlo dne:</td> <td style="text-align: center;">19 -06- 2023 -1-</td> </tr> <tr> <td>Čj:</td> <td style="text-align: center;">148 Příloh:</td> </tr> <tr> <td>Přiděleno:</td> <td></td> </tr> </table> | <b>Univerzita Karlova</b><br><b>Fakulta sociálních věd</b> |  | Došlo dne: | 19 -06- 2023 -1- | Čj: | 148 Příloh: | Přiděleno: |  |
| <b>Univerzita Karlova</b><br><b>Fakulta sociálních věd</b>  |   |  |  |            |                  |     |             |            |  |
| Došlo dne:  |   | 19 -06- 2023 -1-   |  |            |                  |     |             |            |  |
| Čj:   |   | 148 Příloh:  |  |            |                  |     |             |            |  |
| Přiděleno:  |   |  |  |            |                  |     |             |            |  |
| <b>Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta:</b><br>2022/2023  |   |  |  |            |                  |     |             |            |  |
| <b>Fakultní e-mail diplomantky/diplomanta:</b><br>[redacted]  |   |  |  |            |                  |     |             |            |  |
| <b>Studijní program/forma studia:</b><br>Mediální studia/prezenční  |   |  |  |            |                  |     |             |            |  |
| <b>Název práce v češtině:</b><br>Streamovací služby (SVOD) z pohledu jejich uživatelů: Kvalitativní analýza uživatelského chování a praxí generace Z  |   |  |  |            |                  |     |             |            |  |
| <b>Název práce v angličtině:</b><br>Streaming services (SVOD) from the perspective of their users: Qualitative analysis of Generation Z's user behaviour and practices  |   |  |  |            |                  |     |             |            |  |
| <b>Předpokládaný termín dokončení (semestr, akademický rok – vzor: ZS 2022/2023)</b><br>(diplomovou práci je možné obhajovat nejdříve šest měsíců od schválení tezí)<br>LS 2023/2024  |   |  |  |            |                  |     |             |            |  |
| <b>Charakteristika tématu a jeho dosavadní zpracování (max. 1800 znaků):</b><br>Práce se bude zabývat streamovacími službami (SVOD) a jejich uživateli, se zaměřením na generaci Z. Tato generace vyrůstá v době nepřetržitého přístupu k internetu a technologiím. Streamovací platformy, jako jsou Netflix, Hulu, Amazon Prime Video a další, se staly nedílnou součástí každodenního života této generace. Studium uživatelského chování a praktik generace Z v rámci těchto streamovacích služeb je zásadní pro porozumění tomu, jak tato generace konzumuje mediální obsah a jaké jsou její preference, motivace a zvyklosti v oblasti konzumace obsahu na streamovacích video platformách. Dosavadní zpracování tohoto tématu se převážně soustřeďuje na statistické metody a často se omezuje na jednu konkrétní platformu, avšak stále chybí komplexní kvalitativní analýza, která by za použití více metod poskytla hlubší vhled do chování generace Z při používání různých již zmíněných platform. Většina českých prací využívá kvantitativního dotazníkového šetření ke shromáždění dat od uživatelů, případně jako doplňkovou metodu volí rozhovory s odborníky, nikoliv přímo se samotnými uživateli (výjimkou je v tomto ohledu diplomová práce Dominky Rajnohové, která se však zaměřuje pouze na jednu platformu). Žádný z dosavadních českých výzkumů ale nepokrývá toto téma z pohledu generace Z a navíc za použití teoretického rámce teorie užití a uspokojení, přestože v zahraničí již několik studií přímo na toto téma ve spojitosti s generací Z, bylo publikováno (viz níže uvedená studie z Řecka a Turecka). |   |  |  |            |                  |     |             |            |  |
| <b>Předpokládaný cíl práce, případně formulace problému, výzkumné otázky nebo hypotézy (max. 1800 znaků):</b><br>Cílem této práce je provést kvalitativní analýzu uživatelského chování a praxí generace Z s důrazem na roli předplacených video platform v rámci jejich sledovacích návyků a preferencí. S využitím teorie užití a uspokojení se práce zaměří na identifikaci faktorů ovlivňujících výběr a používání těchto platform a současně analyzuje způsoby výběru obsahu a motivace vybraných příslušníků generace Z. Dále se bude zkoumat, jak generace Z integruje předplacené streamovací služby do své každodenní mediální konzumace a jak se vyrovnává s možností nekonečného výběru obsahu.  |   |  |  |            |                  |     |             |            |  |
| <b>HVO:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Jakou roli hrají předplacené streamovací video platformy v každodennosti vybraných zástupců generace Z?</li> <li>• Jaké faktory ovlivňují sledovací návyky generace Z?</li> </ul>  |   |  |  |            |                  |     |             |            |  |

VVO:

- Jaké jsou hlavní motivace a preference generace Z při využívání streamovacích video platform a jaké zaujímají místo ve srovnání s jinými způsoby sledování obsahu?
- Jakým způsobem si respondenti vybírají konkrétní platformy a sledovaný obsah, případně, jaké vnější vlivy na ně působí?

Výsledky této práce mohou přispět k hlubšímu pochopení role streamovacích služeb v životě generace Z a poskytnout relevantní informace pro mediální a marketingové strategie zaměřené na tuto cílovou skupinu.

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

#### Úvod

Úvodní kapitola se zaměří na stručné shrnutí tématu a představení cílů a struktury práce, které budou v následujících kapitolách podrobněji rozpracovány a analyzovány.

#### Teoretická část

##### 1. Konvergence a technologická změna

V této kapitole bude stručně představen pojem konvergence a její různé druhy, současně bude prostor věnován také pojmům, které vznikly v důsledku této technologické změny, tedy konvergentní, participativní a algoritmické společnosti.

##### 2. Streamovací služby

V této kapitole budou v krátkosti představeny tři hlavní modely streamovacích služeb: TVOD (Transaction Video on Demand), AVOD (Advertising Video on Demand) a SVOD (Subscription Video on Demand). Podrobněji se práce zaměří na SVOD a na nabídku mainstreamových streamovacích služeb v České republice včetně zavedených, i na trh nedávno vstupujících platform a na jejich stručné představení.

##### 4. Teorie užití a uspokojení

V této kapitole bude představena teorie užití a uspokojení, která se zabývá motivacemi a potřebami jednotlivců při vyhledávání a využívání médií, a analyzovány budou její klíčové koncepty a aplikace v kontextu streamovacích služeb.

##### 3. Mediální chování generace Z

Tato kapitola se zaměří na mediální chování generace Z, včetně jejich zvyků, představen bude také fenomén bingewatchingu.

##### 5. Metodologická část

V metodologické části práce budou vymezeny cíle výzkumu, podrobně budou popsány použité metody sběru dat, specifikace výzkumného vzorku, důležitost dodržování etických principů ve výzkumu a také metoda analýzy získaných dat.

##### 6. Analýza dat

V rámci analýzy dat budou prezentovány výsledky získané z analýzy kvalitativních dat, které poskytnou důkladný pohled na zkoumanou problematiku a jejich interpretaci, s důrazem na témata a poznatky vyplývající z provedené analýzy.

#### Závěr

V závěru práce budou shrnuty dosažené výsledky, představena omezení studie a diskutovány důsledky těchto omezení pro budoucí výzkum a další postup v dané oblasti.

#### Přílohy

##### Seznam literatury, zdroje

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

Analyzovaným materiálem pro tuto diplomovou práci budou přepisy polostrukturovaných rozhovorů, deníkové záznamy a relevantní literatura. Respondenti, kteří budou zahrnuti do analýzy, jsou zástupci generace Z. Generace Z představuje mladé jedince, kteří vyrůstají v digitálním prostředí a obvykle přikládají velký význam online aktivitám. Výběr respondentů tedy bude záviset na splnění kritérií: příslušnosti ke generaci Z, současného využívání streamovacích video platform (SVOD) a jejich aktivního předplatného.

**Metody (techniky) zpracování materiálu:**

Při zpracování analyzovaného materiálu budou využity kvalitativní výzkumné metody s cílem dosáhnout hlubšího porozumění zkoumané skutečnosti. Po provedení polostrukturovaných rozhovorů s přibližně 15-20 respondenty (dokud nedojde k teoretické saturaci) a jejich pečlivém přepisu, budou získaná data a deníkové záznamy následně podrobeny analýze a kódování pomocí metody zakotvené teorie. Deníky budou mít předem stanovenou strukturu a formát, přičemž zapisování bude probíhat po dobu minimálně 2 týdnů.

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

**HENDL, Jan. Kvalitativní výzkum: Základní teorie, metody a aplikace. Čtvrté, přepracované a rozšířené vydání. Praha: Portál, 2016. ISBN 9788026209829.**

Anotace: Kniha ukazuje, z jakých zdrojů metody kvalitativního výzkumu vycházejí, a představuje hlavní výzkumné plány užívané v této oblasti. Popisuje kvalitativní metody sběru dat, jejich kódování, vyhodnocování a interpretaci. Pozornost věnuje i počítačovým nástrojům sloužícím kvalitativnímu výzkumu, psaní zprávy o výzkumu a hodnocení jeho kvality.

**KATZ, Roberta R., Sarah OGILVIE, Jane SHAW a Linda WOODHEAD. Gen Z, Explained: The Art of Living in a Digital Age. Chicago: The University of Chicago Press, 2021, 1 online resource (275 pages). ISBN 0-226-81498-X. Dostupné z: doi:10.7208/chicago/9780226814988**

Anotace: Kniha se zaměřuje na generaci Z a její schopnost žít a prosperovat v digitálním věku. Autor detailně analyzuje, jak tato generace využívá moderní technologie a sociální média ke komunikaci, budování identity a vztahů. Autor nabízí hluboký vhled do myšlení a hodnot této generace a zdůrazňuje význam porozumění těmto aspektům v současném světě.

**STRAUSS, Anselm L. a Juliet CORBIN. Základy kvalitativního výzkumu: Postupy a techniky metody zakotvené teorie. Vyd. 1. Brno; Boskovice: Sdružení Podané ruce; Albert, 1999, 196 s. SCAN, 2. ISBN 80-85834-60-X.**

Anotace: Kniha shrnuje základní znalosti a metody výzkumu opírající se o kvalitativní analýzu a poskytuje ucelený pohled na principy a postupy kvalitativního výzkumu, včetně metody zakotvené teorie a několika stupňového kódování.

**GRAY, Jonathan. Reviving Audience Studies. Critical Studies in Media Communication [online]. 2016, 34(1), 79-83 [cit. 2023-06-05]. ISSN 1529-5036. Dostupné z: doi:10.1080/15295036.2016.1266680**

Anotace: Gray ve svém článku apeluje na obnovu a rozšíření výzkumu publika v digitální éře. Podle autora je výzkum publika klíčový pro porozumění a kritiku médií v demokratické společnosti, avšak tuto snahu omezují komerční analýzy publika a nedostatek kritických studií zaměřených na publikum. Gray navrhuje posílení kvalitativního výzkumu pomocí etnografických a dalších metod a zároveň zapojení kvantitativního výzkumu s využitím big data.

**AYTEN, Adem, Sema BULAT a Elif İNCEİSMAİL. A Study of Generation Z Viewing Habits in Context of Uses and Gratification Theory: The Protector Netflix Series Case. The Turkish online journal of design, art and communication [online]. 2019, CTC(2019), 1-11 [cit. 2023-06-05]. ISSN 2146-5193. Dostupné z: doi:10.7456/ctc\_2019\_01**

Anotace: Tento článek se zaměřuje na sledovací návyky generace Z ve vztahu k tureckému seriálu The Protector, který je dostupný na streamovací platformě Netflix. Hlavním cílem této studie je identifikovat klíčové faktory, které ovlivňují preferované způsoby sledování tohoto seriálu mezi příslušníky generace Z. Tyto faktory jsou analyzovány a interpretovány z pohledu teorie užití a uspokojení.

**PODARA, Anna, Maria MATSIOLA, Rigas KOTSAKIS, Theodora A MANIOU a George KALLIRIS. Generation Z's Screen Culture: Understanding Younger Users' Behaviour in the**



**Television Streaming Age – The Case of Post-Crisis Greece. Critical studies in television [online]. London, England: SAGE Publications, 2021, 16(2), 91-109 [cit. 2023-06-05]. ISSN 1749-6020. Dostupné z: doi:10.1177/17496020211005395**

Anotace: Tato studie se zaměřuje na televizní chování Generace Z v Řecku po ekonomické krizi. Autoři zjistili, že i když mladí Řekové upřednostňují streamovací platformy, stále si cení tradiční televize a sociálního charakteru televizních programů. Studie je založena na průzkumu téměř tisíce studentů, což poskytuje důkladný pohled na jejich sledovací preference.

**MCDONALD, Kevin a Daniel SMITH-ROWSEY. The Netflix Effect Technology and Entertainment in the 21st Century. New York: Bloomsbury Academic, 2016, 1 online resource (273 pages) : illustrations, tables. ISBN 1-5013-0941-2. Dostupné z: doi:10.5040/9781501309410**

Anotace: Kniha se zaměřuje na vliv společnosti Netflix a na způsob, jakým lidé přistupují k filmům a televizním pořadům. Skrze různé esejistické pohledy zkoumá, jak Netflix proměnil mediální krajinu 21. století. Kniha se také zabývá vztahem Netflixu k existujícím mediálním konglomerátům, spotřebitelskému chování a technologické infrastruktuře.

**MENON, Devadas. Purchase and Continuation Intentions of Over -The -Top (OTT) Video Streaming Platform Subscriptions: A Uses and Gratification Theory Perspective. Telematics and Informatics Reports [online]. Elsevier B.V, 2022, 5, 100006 [cit. 2023-06-05]. ISSN 2772-5030. Dostupné z: doi:10.1016/j.teler.2022.100006**

Anotace: V tomto článku byl proveden výzkum zaměřený na předplatné streamovacích platform s využitím teoretického rámce teorie užití a uspokojení. Autoři zkoumali vztah mezi různými faktory a rozhodnutím uživatelů si danou platformu předplatit a pokračovat v jejím využívání. Výzkum zahrnoval polostrukturované rozhovory a dotazníky s 576 uživateli různého věku. Výsledky naznačují, že faktory zkoumané v tomto výzkumu ovlivňují rozhodování uživatelů týkající se předplatného a pokračování v jeho využívání.

**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)

DOLEŽAL, Aleš. *Fenomén Netflix a jeho vliv na změny chování diváků*. 2018. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra žurnalistiky.

KUCSEROVÁ, Frederika. *Konvergence médií, služby SVOD a jejich využití*. Praha, 2021. Bakalářská práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra mediálních studií.

RAJNOHOVÁ, Dominika. *Strategie platformy Netflix a návyky konzumace obsahu uživatelů*. Praha, 2021. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra mediálních studií.

MĚŠKA, Tomáš. *Dopady pandemie COVID-19 na streamovací služby a jejich uživatele*. Praha, 2023. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra mediálních studií.

Datum / Podpis studenta/ky

19.6.2023



**TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:**

**Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:**

**Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:**

**Potvrzuji, že výše uvedené teze jsem s jejich autorem/kou konzultoval(a) a že téma odpovídá mému oborovému zaměření a oblasti odborné práce, kterou na FSV UK vykonávám.**

**Souhlasím s tím, že budu vedoucí(m) této práce.**

Ing. et Mgr. Kateřina Turková, Ph.D.

**Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga**

**Datum / Podpis pedagožky/pedagoga**

**TEZE JE NUTNO ODEVZDAT VYTIŠTĚNÉ, PODEPSANÉ A VE DVOU VYHOTOVENÍCH DO TERMÍNU UVEDENÉHO VE VYHLÁŠCE ŘEDITELE INSTITUTU, A TO PROSTŘEDNICTVÍM PODATELNY FSV UK. PŘIJATÉ TEZE JE NUTNÉ SI VYZVEDNOUT V SEKRETARIÁTU PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY A NECHAT VEVÁZAT DO VÝTISKU DIPLOMOVÉ PRÁCE.**

**TEZE NA IKSŽ SCHVALUJE GARANT PŘÍSLUŠNÉHO STUDIJNÍHO PROGRAMU.**

## **Seznam grafů**

|   |    |
|---|----|
| Graf 1: Osoby v ČR sledující videa a pořady online, 2023..... | 16 |
|---|----|

## **Seznam tabulek**

|  |    |
|--|----|
| Tabulka 1: Srovnání cen předplatného vybraných služeb v ČR k 20. 12. 2023..... | 23 |
| Tabulka 2: Jádru rozhovoru.....  | 40 |
| Tabulka 3: Struktura deníkových záznamů .....                                  | 42 |
| Tabulka 4: Demografické údaje informantů.....                                  | 45 |
| Tabulka 5: Ukázka otevřeného kódování .....                                    | 49 |
| Tabulka 6: Motivace pro využívání streamovacích služeb v rámci vzorku .....    | 53 |

## **Seznam příloh**

|   |     |
|---|-----|
| Příloha 1: Informovaný souhlas.....                   | 113 |
| Příloha 2: Přepis polostrukturovaných rozhovorů ..... | 113 |
| Příloha 3: Deníkové záznamy informantů .....          | 160 |

## Přílohy

### Příloha 1: Informovaný souhlas

#### Informovaný souhlas s účastí ve výzkumu

Výzkum, jehož se jako informat/ka účastníte, je součástí výzkumu k diplomové práci Streamovací služby (SVOD) z pohledu jejich uživatelů: kvalitativní analýza uživatelského chování a praxí generace Z. Autorkou práce je studentka FSV Univerzity Karlovy Eliška Zemanová. Cílem této práce je provést kvalitativní analýzu uživatelského chování a praxí generace Z s důrazem na roli předplacených video platforem.

Podpisem vyjadřuji souhlas s následujícími body:

- Byl/a jsem předem informován/a o účelu rozhovoru, který slouží k sběru dat pro potřeby výzkumu diplomové práce.
- Souhlasím s nahráváním rozhovoru a jeho následným zpracováním.
- Byl/a jsem detailně seznámen/a s postupy zacházení s rozhovory a zajištěním anonymity mé osoby.
- Souhlasím s provedením rozhovoru a současně souhlasím s poskytnutím deníkových záznamů.

Datum:

Podpis informanta:

Podpis výzkumníka:

### Příloha 2: Přepis polostrukturovaných rozhovorů

#### Přepis nahrávky č. 1

|                            |               |
|----------------------------|---------------|
| Jméno respondenta:         | Lukáš         |
| Datum realizace rozhovoru: | 7. října 2023 |
| Délka rozhovoru:           | 35 min        |

#### Řekni na úvod něco o sobě...

Je mi 18 a momentálně jsem v maturitním ročníku.

#### Jak se dnes máš? Jak jsi si vedl při zaznamenání do deníku?

Dnes se mám celkem dobře. Co se týče zaznamenávání, snažil jsem se o to pravidelně.

#### Jaké používáš streamovací služby?

No, tak...používám HBO, Netflix a Disney+.

#### Proč jsi se rozhodl pro využívání právě těchto platforem?

Vybral jsem si tyto platformy kvůli jejich široké nabídce obsahu. Každá z nich má své vlastní exkluzivní seriály a filmy, které mě zajímají. Další věc je ta, že člověk si díky tomu koukání procvičuje angličtinu a trochu se zabaví.

#### Jaké jsou tvé hlavní důvody a motivace pro předplacení konkrétní platformy?

No, hlavním důvodem je skvělý obsah. Na HBO jsou seriály, které nikde jinde nenajdu, a Disney+ má všechny ty povedené Disney filmy a seriály, což mě baví. A Netflix? No, Netflix zase nabízí různorodý obsah, který si mohu vybrat podle nálady.

### **Jaké spatřuješ ve využívání streamovacích platform výhod např. oproti televiznímu vysílání?**

Tyhle různé věci používám a sleduju častěji než televizi, protože si to můžu pustit kdykoliv, mají obrovskou nabídku, takže si vyberu, co mě zrovna baví, nejsou tam reklamy, což mi přijde super, protože ty televizní bývají kolikrát až otravný. No, a můžu si to pustit na tabletu, telefonu nebo televizi.

### **A televizní vysílání tedy někdy sleduješ taky?**

No, jak se to vezme. Jako, že bych si sedl k televizi a koukal třeba sám od sebe na jedničku na Události, to asi ne... Občas to mají rodiče zaplý, tak kus z něčeho, co se zrovna vysílá, nebo co tam oni mají, vidím, ale spíš používám tu televizi jako zařízení, na kterým koukám na ten obsah přes ten Netflix a tak...

### **Jaký typ předplatného využíváš a sdílíš ho třeba s někým?**

S nejlepším kamarádem sdílíme vždycky ty základní předplatný, takže za měsíc dávám jen polovinu ceny, což vychází na takových 298 Kč. Jenom to základní nám v podstatě stačí, protože oba nekoukáme zrovna na deset věcí najednou.

### **Jaká částka ti přijde adekvátní za služby streamovacích platform?**

Ta adekvátní částka za streamovací služby je asi dost subjektivní. No, my s kamarádem zrovna platíme kolem těch tří stovek každý, a to nám přijde v pohodě za ty tři věci. Víc než to bych ale asi nechtěl platit.

### **Co by tě motivovalo k předplacení další platformy?**

No, asi by to bylo nějakým skvělým exkluzivním obsahem nebo super cenou. Ale teď už máme docela plné ruce práce s tím, co máme.

### **Zaznamenal jsi v souvislosti s tvým předplatným nějaké restrikce?**

Jako slyšel jsem o tom, ale zatím to na nás nemělo vliv. Pokud by to ale bylo omezené víc, asi bychom to brali v úvahu při rozhodování a ten počet předplatných snížili.

### **Jakému obsahu (jakým formátům) dáváš přednost (seriály, filmy...)? Preferuješ spíše český obsah nebo zahraniční?**

Hlavně sleduju seriály, filmy občas. Zahraniční obsah má pro mě přednost, český věci mě moc neberou. Teďka mám třeba rozkoukanýho Witchera, k tomu jsem se dostal až relativně pozdě, chtěl jsem to vidět trochu víc vcelku a nečekat až vydají další části.

### **Pověz mi...vracíš se k některým obsahům opakovaně? Kdy a proč?**

Občas se vracím k oblíbeným seriálům nebo filmům, zejména když mám volný večer nebo prostě když na ně mám zrovna chuť.

### **Jakým způsobem se rozhoduješ, co budeš sledovat, když máš před sebou rozsáhlou nabídku obsahu na různých streamovacích platformách? Zaměřuješ se spíš na platformu nebo na konkrétní obsah, který nabízí?**

Při rozhodování, co budu sledovat na platformách, se zaměřuji spíše na konkrétní obsah, co mě zajímá, a hledám ho podle názvu, herců nebo žánru. Většinou už jdu s nějakým konkrétním cílem. Když hledám, co sledovat, tak často se kouknu na recenze na ČSFD, abych zjistil, jestli je něco dobrého, a podle toho pak jdu buď na Netflix, HBO nebo Disney.

### **Jak vnímáš různá doporučení obsahu? Případně, upřednostňuješ doporučení od známých, algoritmické doporučení nebo používáš vyhledávací pole v aplikaci?**

Tak občas mi algoritmy skutečně pomůžou najít něco nového, čeho bych si jinak nevšimnul. Ale taky dávám na doporučení od známých, pokud někdo řekne, že něco bylo super, tak to má větší šanci, že si to taky pustím. Takže kombinuju algoritmické doporučení s názory lidí kolem mě.

**Jak do tvého každodenního dne zapadá sledování různých mediálních obsahů? Kdy obsahy sleduješ? Liší se tvůj sledovací návyk v pracovní a volné dny?**

Po škole si většinou něco pustím, a to třeba tak kolem dvou hodin denně. O víkendu se k tomu většinou dostanu více, když mám víc volného času.

**Kolik času týdně strávíš tedy sledováním?**

V průměru kolem 14 až 20 hodin týdně.

**Na jakém zařízení sleduješ streamovací služby? Proč? Používáš i jiná zařízení?**

Sleduji obsah převážně na notebooku, občas použiju tablet. Na tom notebooku je to takový pohodlnější, jak si ho člověk může vzít i do postele, to samý i tablet. Televizi máme doma, ale používají ji spíše moji rodiče.

**Jak jsi sledoval obsah předtím, než jsi začal využívat streamovací služby? Sledoval jsi obsah někdy i nelegální cestou?**

Dříve jsem si věci stahoval z internetu, ale zjistil jsem, že je jednodušší mít všechno na jednom místě. Plus je fajn podporovat ty tvůrce.

**Jak se tvoje sledovací návyky změnily od doby, co jsi je začal používat?**

Od doby, co používám streamovací služby, se změnilo to, že mám přístup k širší nabídce obsahu a nemusím se trápit s reklamami. Taky mi teda ale přijde, že jsem obecně začal koukat na různé seriály víc a věnovat tomu mnohem větší množství času...

**Jakým způsobem jsi využíval tyto služby během období pandemie covidu-19? Měla situace vliv na to, co jsi sledovali a jak často?**

Během pandemie covidu-19 jsem opravdu sledoval Netflix hodně často. Byla to prakticky moje jediná zábava, kromě hraní her.

**Máš někdy tendenci strávit více času sledováním, než jsi plánoval? Snažíš se mít nad tím nějakou kontrolu?**

Občas se stane, že se ponořím do sledování a ztratím pojem o čase. Snažím se mít kontrolu nad tím, kolik času tomu věnuji, ale není to vždy snadné.

**Jak často se dopouštíš sledování několika epizod nebo filmů za sebou? Vyhovuje ti, že máš více dílů k dispozici?**

Když se objeví nová sezóna něčeho, tak je to hned. To si hned plánuju volnej víkend a vím, že se od toho prostě neodtrhnu. Je fajn mít více dílů k dispozici, ale zároveň to může vést k tomu, že se na několik hodin ztratím v jednom seriálu.

**Jak se cítíš ohledně času, který trávíš sledováním obsahu?**

Asi mám smíšené pocity. Někdy se cítím provinile, že jsem místo něčeho produktivnějšího trávil čas před obrazovkou. Ale zároveň mám rád, jak obsah na streamovacích službách dokáže zprostředkovat různé emoce a příběhy.

**Sleduješ obsah na streamovacích službách spíše sám nebo s někým?**

Převážně sleduju sám, takže si vybírám to, co chci já. Když ale sleduji s někým, tak často volíme tak, aby se to líbilo všem.

**Jak nejčastěji sleduješ obsah, upřednostňuješ soustředěný zážitek nebo využíváš sledování jako kulisu?**

Většinou se plně věnuji sledování a nechávám se vtáhnout do příběhu. To obvykle dělám, když sleduji nový film nebo seriál, který mě silně zaujme. Někdy, když sleduju něco sám, to mám ale jenom jako kulisu a třeba u toho zrovna jím nebo něco dělám.

## Přepis nahrávky č. 2

|                            |               |
|----------------------------|---------------|
| Jméno respondentky:        | Karolína      |
| Datum realizace rozhovoru: | 8. října 2023 |
| Délka rozhovoru:           | 47 min        |

### Řekni na úvod něco o sobě...

Jmenuju se Karolína, je mi 19 a zrovna jsem nastoupila na vysokou školu. Ve volném čase ráda koukám na seriály a ráda chodím do kina.

### A co tě teď v kině naposledy nejvíc zaujalo?

Líbil se mi hodně film Barbie, jako malá jsem ty panenky doslova milovala, navíc mám hrozně ráda tu herečku Margot, která tam hrála hlavní roli.

### Ted' už k otázkám rozhovoru...jaké používáš streamovací služby?

Platím si vlastně jen Netflix, ale využívám i HBO a Disney, protože to platí zase rodiče, takže to využívám v rámci jedné domácnosti. A ještě mám Voyo.

### Proč jsi se rozhodla pro využívání těchto platforem?

Tak obecně jsem je začala používat asi proto, že mi nestačila ta nabídka v televizi. Nechtěla jsem si filmy nebo seriály stahovat, chtěla jsem se koukat ideálně kdykoliv a mít to na jednom místě. Beru to jako odreagování a zábavu.

### Jaké jsou tvé hlavní důvody a motivace pro předplacení konkrétní platformy?

Na Netflix měli tenkrát nějakou výhodnou nabírací akci, tuším, že to bylo na měsíc zdarma, no a pak už jsem si to nějak nechala. Voyo mám teď jenom na týden zdarma. Zařídila jsem si to jen kvůli Love Islandu, kamarádka o tom pořád mluvila. To HBO ani Disney neplatím, tam se jen vezu s rodičema.

### Jaké spatřuješ ve využívání streamovacích platforem výhody např. oproti televiznímu vysílání?

Ten obsah tam je aktuální, kolikrát to trvá, než to televize uvede, pokud to nevzniká v její produkci. Můžu si to pustit odkudkoliv a z jakéhokoliv zařízení, nebo si na tom trénovat cizí jazyk. Učím se třeba zrovna španělsky a je super si tam nastavit i ty různé titulky. Dál taky nějaká určitá svoboda, že se nemusím vázat na konkrétní čas, ale pustím si to, kdy chci já. Když těch platforem máme navíc víc, tak můžu i díky sdílení těch účtů využívat víc věcí a mít větší přístup k tomu obsahu. No, a je to taky bez reklam.

### A televizní vysílání sleduješ taky?

Jako abych byla upřímná, tak málokdy. Někdy koukáme třeba s rodičema večer na film, který zrovna dávají, nebo tam u jídla běží Prostřeno nebo zprávy, ale je to spíš o tom, že trávím čas s nima. Většinou zapínám televizi, abych si něco pustila přes ty streamovací platformy.

### Jaký typ předplatného využíváš a sdílíš ho třeba s někým?

U Netflixu si platím to standardní předplatné. U Voya mám zatím jen tu zkušební verzi a to HBO a Disney mám sdílené.

### Jaká částka ti přijde adekvátní za služby streamovacích platforem?

Tak tím, že studuju a nemám zatím úplně velké příjmy, tak mi měsíčně přijde adekvátní platit tak ty dvě stovky. Za Netflix platím dvě stovky, ale pořád přemlouvám kamarádky, abychom si udělaly skupinu a platily každá míň, ale to by zase znamenalo platit víc celkem za všechny, abychom mohly využívat víc zařízení současně.

### **Co by tě motivovalo k předplacení další platformy?**

Ted' mě třeba motivoval ten Love Island, takže asi konkrétní obsah. Sice bych na to mohla koukat i v televizi, ale kolikrát to dávají až moc pozdě nebo nestíhám ty reprízy. Ty zkušební akce jsou taky někdy fajn, člověk zjistí, co tam má vlastně vůbec k dispozici.

### **Zaznamenala jsi v souvislosti s tvými předplatným nějaké restriky?**

Ne. Tím, že ten Netflix používám sama, tak se mě to nijak nedotklo a další platformy se k tomu staví podle mě celkem pozitivně, takže využívám ty sdílený účty a přístupy od rodičů, i když jsem třeba zrovna někde na cestách, nebo na koleji.

### **Jakému obsahu dáváš přednost (seriály, filmy...)? Preferuješ spíše český obsah nebo zahraniční?**

Mám ráda hlavně seriály, na film si ráda zajdu kvůli tomu zážitku spíš radši do kina. Sleduju hodně zahraniční obsah, přijde mi, že sem tam se ke mně dostane i něco z český produkce, ale hlavně je to asi i díky našim, protože s nima občas koukám na nějaký český komedie nebo kriminálky. Mám hodně ráda takový ty typický holčičí seriály jako je třeba Emily in Paris, ale občas mi algoritmus dohodí i nějaký dokument jako třeba teď o Davidu Beckhamovi.

### **Takže nemáš jen jeden oblíbený žánr?**

Já sleduju poměrně různorodý věci...od kriminálek po drama, komedie, i sem tam nějakou takovou dokumentární minisérii třeba o celebritách.

### **Vracíš se k některým obsahům opakovaně? Kdy a proč?**

Vracím se poměrně hodně často k seriálu Jak jsem poznal vaši matku, to byl takovej první seriál, na kterým jsem se učila anglicky, a je to pro mě takový nostalgický. Takže často, když nemám zrovna na co koukat, pustím si právě Jak jsem poznal vaši matku. Pak se taky k různým seriálům vracím, když má vyjít nová série nebo další pokračování filmu, abych byla v obraze a mohla si to připomenout.

### **Jakým způsobem se rozhoduješ, co budeš sledovat, když máš před sebou rozsáhlou nabídku obsahu na různých streamovacích platformách? Zaměřuješ se spíš na platformu nebo na konkrétní obsah, který nabízí?**

Já na to jdu většinou podle těch platform. Když nevím, co si pustit, tak projedu tu nabídku, kouknu se, co kde zrovna vyšlo, co je třeba na Netflixu v Top 10, a podle toho si vybírám. Když mě tam nic neosloví, tak jdu zase hledat na jinou platformu, takže to někdy celkem trvá, než si vůbec něco třeba vyberu. Jiný to je, když mám zrovna nějaký konkrétní titul. Tam nejdřív zjišťuju, kde je, takže si ho buď vyhledávám, anebo si to zjistím podle Googlu. Když už je to pokračování něčeho, co už jsem viděla, tak rovnou vím, kam mám jít.

### **Jak vnímáš různá doporučení obsahu? Případně, upřednostňuješ doporučení od známých, algoritmické doporučení nebo používáš vyhledávací pole v aplikaci?**

Celkem hodně dám na doporučení od ostatních, ať už se jedná třeba o lidi v mém okolí, nebo o další uživatele, takže často sleduju to, co je třeba v těch TOP 10 na Netflixu. Když mi kamarádka řekne, že tohle je super, tak se na to taky ráda podívám. Vnímám to celkově pozitivně. I díky algoritmům často narazím na zajímavý tituly.

### **Jak do tvého každodenního dne zapadá sledování různých mediálních obsahů? Kdy obsahy sleduješ? Liší se to v pracovní a volné dny?**

Já už si bez sledování čehokoliv asi nedokážu představit svůj den. Většinou sleduju různé obsahy po cestě do školy, nebo k rodičům, často když jsem doma, tak si k jídlu taky něco pustím a mám to jako takovej rituál. U žehlení často na něco taky koukám. O pracovní nebo školní dny, koukám asi míň, ve volném čase, když zrovna nejsem u rodičů nebo s kamarádama, zase víc.

### **Kolik času týdně strávíš tedy sledováním?**

To je hrozně těžký určit. Ted', jak byly prázdniny a měla jsem mnohem víc času před začátkem semestru, tak to bylo mnohonásobně víc, než je to teď. V době volna to byly třeba klidně přes týden tak 3 hodiny denně, o víkendu třeba deset, takže celkem jsem za týden měla třeba 30 hodin sledování. Ted'ka jsem vzhledem ke všem povinnostem a brigádám o víkendu ráda za hodinu denně, takže to mám v průměru třeba 7 hodin za celý týden.

### **Na jakém zařízení sleduješ streamovací služby? Proč? Používáš i jiná zařízení?**



Když jsem u rodičů, což je tak 3 dny v týdnu, tak využívám hlavně chytrou televizi, kterou mám v pokoji. Když jsem na koleji, tak využívám počítač, když cestuju nebo tak, tak klidně i telefon, kde mám ty epizody stažený.

**Jak jsi sledovala obsah předtím, než jsi začala využívat streamovací služby? Sledovala jsi obsah někdy i nelegální cestou?**

Starší ségra mi ukázala různé online stránky, kde byly přidávány nové epizody, takže ještě než jsem měla Netflix, jsem často trochu pirátčila. Nikdy jsem si teda úplně nic nestahovala, možná občas nějaký film, ale kdybych si měla třeba nastahovat všech 8 řad nějakého seriálu, asi by mě to ani nebavilo. Takhle online to bylo fajn a pohodlný, akorát občas ten zdroj toho videa to třeba zablokoval a nešlo to přehrát, takže jsem tu epizodu musela prostě přskočit a koukat dál.

**Jak se tvoje sledovací návyky změnily od doby, co jsi je začala používat?**

Oproti tomu mému sledování různých stránek, kde ten online obsah byl, se toho asi moc nezměnilo. Jediný zásadní rozdíl je ten, že si za ten obsah platím a je to legální. Moje sledovací návyky se ale asi mění v průběhu času a povinností. Sem tam si dám v období volna nějaký ten maraton oblíbeného seriálu, ale teď se to třeba zas s nástupem nové školy proměnilo a koukám míň.

**Jakým způsobem jsi využívala tyto služby během období pandemie covidu-19? Měla situace vliv na to, co jsi sledovala a jak často?**

V covidu jsem buď volala s kamarádama, nebo koukala na filmy a seriály. Hodně času jsem samozřejmě trávila společně i venku s rodinou, ale často nebylo moc co dělat. Během lockdownu jsem na to měla čas a vycházely různé zajímavé seriály, takže jsem se v tý nabídce mohla víc hrabat. Jednoznačně to vliv na moje sledování mělo, a to jak z pohledu času, tak i obsahu. Začala jsem koukat třeba na ty dokumenty a od Super drbny a jiných seriálů, který sleduju běžně, jsem začala vyhledávat i jiné typy obsahu.

**Máš někdy tendenci strávit více času sledováním, než jsi plánovala?**

Do té doby, než mi začala škola, se mi to stávalo prakticky vždycky, že jsem u toho strávila mnohonásobně víc času, než jsem chtěla. Prostě to pomalu nešlo ani ovlivnit a chtěla jsem vidět další a další epizodu. Vždycky, když vyjde nějaká nová série něčeho, co mám rozkoukaný, tak mě to chytne a potřebuju nutně vědět, jak to dopadne, a co se tam stane dál. Jsem schopná kvůli tomu klidně třeba zrušit plány s kamarádama.

**Vyhovuje ti, že máš více dílů k dispozici?**

No, to je právě ten hlavní kámen úrazu. Oni něco točí třeba rok, ale já to jsem schopná zkouknout za víkend a pak musím čekat zas další rok, pokud teda zrovna není nějaká stávka jako byla třeba teď, než vydají další sezónu. Je pro mě těžký si umět ty epizody dávkovat a nepustit si to všechno najednou.

**Snažíš se mít nad tím nějakou kontrolu?**

Ted'ka jo. Od té doby, co jsem na koleji a tolik toho času nemám, se to snažím eliminovat tak na 1 hodinu denně. Už mi trochu přišlo, že to možná značí i nějaký problém, takže se teď snažím to i trochu omezit.

**Jak se cítíš ohledně času, který trávíš sledováním obsahu?**

Velmi často mě štve, že ten volnej čas věnuju něčemu takovému. Na jednu stranu mi to dělá radost, člověk má díky tomu nějaký rozptýlení nebo trénink jazyka, takže si pak říkám, že se tím vlastně i učím. Ale když si uvědomím, kolik prokoukanýho času to vlastně třeba týdně nebo měsíčně je, když mám zrovna fakt třeba volno, tak je to šílený a mohla bych dělat něco produktivního, nebo ten čas trávit nějak smysluplněji.

**Sleduješ obsah na streamovacích službách spíše sám nebo s někým?**

Spíš sama, ale občas koukám i s rodičema nebo s kamarádkou, která je moje spolubydlící na koleji a máme takový naše koukací večery.

**Jakým způsobem tato volba ovlivňuje tvůj výběr obsahu a způsob, jakým se na něj soustředíš?**

Když koukám sama, vybírám, co mě právě láká, a můžu se na to pořádně soustředit. Ale s rodinou nebo kámoškou si vybereme něco, co nás všechny baví, a pak to společně komentujeme a smějeme se. Společné koukání je prostě lepší pro srandu a pokec.

### **Jak nejčastěji sleduješ obsah, upřednostňuješ soustředěný zážitek nebo využíváš sledování jako kulisu?**

Úplně nejčastěji, když si něco pustím, tak se to snažím užít a věnuju tomu plnou pozornost. Často se ale stane, že třeba žehlím, nebo u toho dělám něco dalšího, takže kolikrát i volím ten obsah podle toho, co zrovna dělám. Když to mám trochu jako multitasking, tak si pustím něco, co už znám, nebo co jsem už viděla.

#### **Přepis rozhovoru č. 3**

|                            |               |
|----------------------------|---------------|
| Jméno respondentky:        | Sofie         |
| Datum realizace rozhovoru: | 8. října 2023 |
| Délka rozhovoru:           | 50 min        |

#### **Řekni na úvod něco o sobě...**

Je mi dvacet, pracuju, miluju sport a po náročném dni ráda odpočívám u oblíbeného seriálu.

#### **Jak si vedeš při zaznamenání do deníku?**

Někdy jsem docela zapomnětlivá, ale snažím se to držet. Přijde mi to jako zajímavé téma.

#### **Jaké tedy používáš streamovací služby?**

Mám aktivní předplatné na Netflixu, Amazon Prime Video a Disney+.

#### **Proč jsi se rozhodla pro využívání těchto platforem?**

No, pro tyhle platformy jsem se rozhodla, protože tam je fakt hromada různého obsahu, co mě baví. Je to takovej způsob, jak si krásně zpříjemnit volný čas, a zároveň mě to inspiruje. A navíc, fakt mi to vyhovuje, že si můžu pustit cokoli, kdykoliv, jak se mi zachce.

#### **Jaké jsou tvé hlavní důvody a motivace pro předplacení konkrétní platformy?**

Na každé z těchto platforem byl nějaký seriál nebo film, který jsem si chtěla určitě pustit. Například na Netflixu jsem byla nadšená ze Stranger Things a The Crown. Nikde ale nebyla taková nabídka, která by pokryla všechno, co mě zajímá. Na Amazon Prime jsem objevila několik výborných originálních serií, Disney jsem zas chtěla kvůli disneyovkám, který miluju už od dětství. Takhle mám větší výběr a jistotu, že mi jen tak něco neunikne.

#### **Jaké spatřuješ ve využívání streamovacích platforem výhody např. oproti televiznímu vysílání?**

Víš, televizi jsem od té doby, co mám tyhle streamovací služby, fakt už jen zřídka zapla a normální televizi už prakticky nesleduju. S těmahle předplacenýma věcmi můžu koukat, kdy chci, a na co mám náladu. Nemusím přeskakovat reklamy, nebo čekat až dojedou, aby to zas začali dávat. Mám možnost si to i zastavit, přetočit nebo zpomalit. Jako výhoda se mi třeba jeví i na Netflixu snaha o přidávání interaktivního obsahu. Nedávno jsem zrovna viděla film, kde jsem si mohla volit, s kým skončí ta hlavní hrdinka, a jak se bude ten příběh vyvíjet, a přišlo mi to jako nějaká hra a bylo to skvělé.

#### **Jaký typ předplatného využíváš a sdílíš ho třeba s někým?**

Já mám všude, pokud to jde, roční předplatný. Platím si to teda jen pro sebe, ale protože bydlím u rodičů, tak to zpřístupňuju i jim a mladším sourozencům.

#### **Jaká částka ti přijde adekvátní za služby streamovacích platforem a na kolik tě tak ty tři platformy vyjdou?**

S těma cenama to není tak hrozný. Disney+ jsem si na rok pořídila za 1 990 korun, takže to dává tak nějak kolem 160 korun měsíčně. Amazon Prime je za 79 korun a Netflix za 259 korun měsíčně. Ale víš, když si to rozložíš na to, kolik hodin zábavy a filmových nocí to přinese, tak to za to stojí. Navíc, pracuju, takže mě to tak nějak nezabije finančně a přijde mi to v pohodě.

### **Co by tě motivovalo k předplacení další platformy?**

Hm, co by mě mohlo motivovat k dalšímu předplatnému? Asi základní podmínkou by bylo, že by ta nová platforma přinesla něco unikátního, co mi aktuálně chybí, třeba nějaký super seriál, o kterém by všichni mluvili.

### **Zaznamenala jsi v souvislosti s tvými předplatnými nějaké restriky?**

No, trochu se mě dotkl ten Netflix, ale nebylo to nijak radikální. Jak ten účet půjčuju víc lidem, tak sice mám limit na dvě zařízení, ale občas přespávám u přítele, a prostě mě to tam nechtělo pustit, protože zrovna na něco koukala máma i brácha a nejen, že byl překročenej ten limit těch zařízení, ale ani to nechtělo vzít tu televizi u přítele. Máma teda musela přestat koukat a já jsem si přes e-mail musela potvrdit kód, abych tam to další zařízení mohla přidat a to jedno používaný zase smazat. Takže to bylo trochu složitý, ale furt u toho Netflixu zůstávám.

### **Jakému obsahu nebo formátům dáváš přednost (seriály, filmy...)? Preferuješ spíše český obsah nebo zahraniční?**

No, záleží na náladě. Sleduju jak filmy, tak seriály. Někdy mám chuť na rychlý filmový zážitek, jindy na delší, poutavý seriál. Takže to je dost flexibilní. Hlavně sleduju zahraniční obsah, protože tam je obrovský výběr a často se dostanu k netradičním příběhům. Ale občas si ráda pustím i něco českého, pokud je to dobré. Každý kvalitní obsah má svoje místo.

### **Vracíš se k některým obsahům opakovaně? Kdy a proč?**

Určitě, vrátím se k některým oblíbeným seriálům a filmům. Když mám špatný den nebo jednoduše potřebuju dobrý pocit, tak si pustím něco, co už znám a vím, že mě to potěší, jako třeba Přátelé nebo Harry Potter.

### **Jakým způsobem se rozhoduješ, co budeš sledovat, když máš před sebou rozsáhlou nabídku obsahu na různých streamovacích platformách? Zaměřuješ se spíš na platformu nebo na konkrétní obsah, který nabízí?**

No, to bývá někdy dilema. Záleží na náladě, ale taky na tom, co právě vychází. Když se těším na novou sérii nějakého seriálu, tak to má přednost. Jinak ale ráda používám doporučení od přátel nebo občas nahlédnu do algoritmů na platformě. A samozřejmě, občas se prostě nechám vést náhodou a vyberu něco, co mě zaujme na první pohled.

### **Jak tedy vybíráš mezi těmi platformami?**

V první řadě se zaměřuju na obsah, disneyovku na Netflixu hledat třeba nebudu. Takže buď jdu konkrétně nebo se prostě prodírám a hledám všude, ale často mě to pak třeba přestane bavit a pustím si tam něco, jen aby se neřeklo.

### **Už jsi to trochu nakousla... jak vnímáš různá doporučení obsahu?**

Doporučení od přátel jsou super, protože vím, že jsou v souladu s mým vkusem. Ale občas mě překvapí algoritmy, takové to, jak ti to samo doporučí něco na základě toho, co už jsi sama sledovala, a na konci filmu ti to dá vybrat. Díky tomu objevím třeba něco nového a zajímavého.

### **Jak do tvého každodenního dne zapadá sledování různých mediálních obsahů? Kdy obsahy sleduješ? Liší se tvůj sledovací návyk v pracovní a volné dny?**

Sledování obsahu je pro mě takový relaxační moment. Ráno běžně nemám čas, takže obvykle večer po práci nebo o víkendu si najdu čas na sledování. Moc se to ale asi neliší.

### **Kolik času týdně strávíš tedy sledováním?**

Záleží na týdnu, ale asi tak 5-10 hodin týdně. Většinu času tím trávím až pozdě večer, nebo o víkendu, ale občas si udělám čas i během odpoledne na krátký film.

### **Na jakém zařízení sleduješ streamovací služby? Proč? Používáš i jiná zařízení?**

Hlavně na televizi, protože to má nejlepší obraz a zvuk. Ale občas i na tabletu, když jsem na cestách, na mobilu si to nepouštím, ten má moc malou obrazovku.

**Jak jsi sledovala obsah předtím, než jsi začala využívat streamovací služby? Sledovala jsi obsah někdy i nelegální cestou?**

Předtím, než jsem začala využívat streamovací služby, sledovala jsem obsah především prostřednictvím tradiční televize. Když jsem byla malá, pamatuju si, že jsme měli hodně DVDíček a pouštěli si na tom pohádky a taky jsme na tom měli pár filmů. Nikdy jsem si ale nic nestahovala, protože jsem se vždycky bála toho, že mě někdo chytí a budu z toho mít problém.

**Jak se tvoje sledovací návyky změnily od doby, co jsi je začala používat?**

Moje způsoby sledování to totálně změnilo. Teď si můžu vybrat, na co chci koukat, kdy chci, a to je fakt paráda. Dřív jsem musela čekat na určitéj čas a měla jen omezenej výběr, a to bylo někdy docela otravný.

**Jakým způsobem jsi využívala tyto služby během období pandemie? Měla situace vliv na to, co jsi sledovala a jak často?**

Já bych řekla, že se to moc neproměnilo. Jako měla jsem sice víc času, ale koukala jsem na to tak nějak stejně. Pamatuju si jen, že jsem kromě toho běžnýho sledovala různý žánry včetně dokumentů o pandemii, což mi pomáhalo tomu celému trochu líp rozumět a obecně byl to dobrej únik od té každodenní reality, která tehdy nebyla zrovna moc hezká, protože nám na covid umřela babička.

**Máš někdy tendenci strávit více času sledováním, než jsi plánovala?**

Jasně, občas se stane, že strávím více času sledováním, než jsem plánovala, ale není to tak často. Ale snažím se si ten čas u toho hlídat, abych tomu nepropadla. Navíc mám pořád nějaký povinnosti.

**Vyhovuje ti, že máš více dílů k dispozici?**

Je to fajn, mít více dílů k dispozici, ale taky si ráda udělám čas na jiné aktivity. Málokdy zkouknu víc dílů najednou, víc jak dva za sebou většinou ani nestíhám.

**Jak se cítíš ohledně času, který trávíš sledováním obsahu?**

Ohledně času stráveného sledováním obsahu se necítím provinile. Koneckonců, je to můj způsob relaxace. Je to fajn způsob, jak si užít volný čas.

**Sleduješ obsah na streamovacích službách spíše sama nebo s někým?**

Jako je to jak kdy. Někdy sama a někdy s rodinou nebo s přítelem.

**Jakým způsobem tato volba ovlivňuje tvůj výběr obsahu a způsob, jakým se na něj soustředíš?**

Když sleduju s mladšími sourozenci, tak většinou přenechám hlavní slovo jim, protože vím, že jim to přináší radost a zábavu. Snažím se být víc uvolněná a nenechat se moc rozptylovat, protože brzy začnou vyvádět a dělat kraviny. Spolu se sourozenci to spíš beru jako kulisu pro jejich radost. Když zase sleduju s přítelem, snažíme se najít kompromis mezi tím, co oba máme rádi. Diskutujeme o tom, co si chceme společně pustit, a snažíme se vybrat obsah, který nás oba zajímá. Je to taková společná aktivita, která nás propojuje a umožňuje nám trávit čas spolu.

**Jak nejčastěji sleduješ obsah, upřednostňuješ soustředěný zážitek nebo využíváš sledování jako kulisu?**

Celkově to záleží na situaci a na tom, co právě potřebuju. Hodně to ovlivňuje i to, s kým na to koukám. Když koukám sama, tak se soustředím, s dalšíma lidma je to většinou složitější.

**Přepis rozhovoru č. 4**

|                            |                |
|----------------------------|----------------|
| Jméno respondenta:         | Jiří           |
| Datum realizace rozhovoru: | 10. října 2023 |
| Délka rozhovoru:           | 35 min         |

### **Představ se prosím na úvod...**

Je mi 20, studuju v Praze, mám hodně velkou rodinu a rád sportuju.

### **Jaký je tvůj nejoblíbenější film?**

Miluju cokoliv od Tarantina, ale k němu se určitě ještě dostaneme (smích).

### **Dobře, co ze streamovacích služeb máš a co používáš?**

Mám HBO, a ještě koukám na Disney. Nic dalšího už nemám.

### **Proč právě tyto?**

HBO to nevím, jestli bude úplně zajímavý, ona s tím vlastně přišla ségra a dala mi tam původně přístup. Nejdřív jsem to používal jen tak, pak až časem jsem jí za to začal platit. Chtěl jsem to hlavně kvůli seriálu Last of Us, kterej tam dávali a nikde jinde nebyl, takže vlastně kvůli tomu jednomu seriálu jsem si vybral to HBO, protože jsem to chtěl vidět.

### **A to Disney?**

To máme hlavně kvůli sourozencům, kteří jsou mladší než já. Tím, jak se tam dají najít různé pohádky a tyhle ty věci. My se tam většinou díváme dohromady jako rodina, takže já se tam sám od sebe úplně nekoukám.

### **Proč obecně používáš streamovací služby, co ti to přináší? Řekni prosím nějaké hlavní důvody nebo motivace...**

Pro mě je asi ten hlavní důvod, že se můžu podívat na hodně různých druhů seriálů a filmů, kdy chci. Kdybych to bral, že se můžu koukat jen na televizi, tak jsem vázaný třeba vysílacím časem, nebo něčím takovým, a u tady toho se můžu koukat kdykoliv a na co chci, což je myslím velká výhoda. I proto to podle mě využívá hodně lidí, že se můžou podívat na x dílů najednou nebo že se podívají prostě o půlnoci na nějaký seriál. Vlastně výhoda je ta flexibilita pro toho uživatele, kterej to používá, a že se na to podívá, kdy chce. A může si to dát v angličtině, v češtině, může si tam vybrat i jazyk, takže může mít jakoby i benefity i tady z tohoto pohledu.

### **Ted' jsi mi trochu utekl k další otázce, která se týká výhod.**

Promiň (smích).

### **To vůbec nevádí, jen když by ses měl vrátit k té původní otázce, proč ty platformy používáš a uvést nějaké důvody?**

Pro mě je to prostě asi relax a odpočinek. Tím, jak hraju florbal a fotbal a jsem furt někde nebo venku, tak je to forma nějakýho odpočinku, že si můžu pustit třeba zrovna to The Last of Us, když přijdu ze školy nebo večer po tréninku.

### **Výhody už máme zodpovězené, dokonce jsi zmínil i televizi. Jak to máš s televizním vysíláním, sleduješ ho?**

Na televizi koukám. Přijde mi, že to tolik lidí v dnešní době tak moc úplně nedělá, ale já se koukám celkem často. Především se koukám na sportovní kanály, třeba na ČT4 nebo na různé fotbalové. My máme tím, že jsem napůl Bulhar, ještě bulharskou televizi a tam dávají i všechny fotbalové, takže si nemusím platit třeba O2TV jako moji kamarádi. Jinak ale i obecně na televizi koukám, třeba když tam dávají nějaký filmy nebo show. Obecně bych teda řekl, že na televizi celkem koukám.

### **Jaký typ předplatného máš, sdílíš ho případně s někým?**

To Disney si platíme jako rodina, tam máme roční předplatný, takže to sdílíme celá rodina. HBO máme se ségrou, půjčujeme to taky dalším členům rodiny, ale ani nemáme problém nějak z hlediska počtu zařízení nebo účtů nebo tak, sice nás je v rodině 7, bez ségry, která bydlí teda už jinde, doma 6, ale nenarazili jsme ani na žádný omezení, že bychom se tam nemohli dostat nebo se koukat. Často chodíme jen z jednoho profilu, kterej je třeba přihlášený na tom zařízení. Takže v případě třeba toho HBO má ségra svůj profil a pak tam máme další, kterej využívám primárně já, ale i další členové domácnosti, takže si třeba na televizi může pustit kdo chce, co chce.

### **A na tom HBO máte taky roční?**

Jojo, tam platím napůl to roční.

### **Jaká částka ti přijde adekvátní za služby streamovacích platform a kolik měsíčně za tyto služby utratíš?**

Ty jo, měsíčně asi úplně nevím, tím jak to platíme jednou za rok to HBO a o to Disney se moc nestarám, tak bych asi kecal. Navíc jak to platím jenom na půl to HBO, tak v tom měsíčně přehled fakt nemám. Adekvátní by mi ale asi přišly tak dvě stovky.

### **Co by tě motivovalo k předplacení další platformy?**

Já jsem si takhle předplatil třeba Voyo, když jsme dívali s bráchou na Survivor. Jednorázově jenom, když byl ten Survivor, jinak si to neplatíme. Asi by mě motivovalo si něco dalšího zaplatit, kdybych měl zas nějakou takovouhle věc, kterou bych chtěl vidět, vím, že mě láká a nikde jinde jí nedávají.

### **Jakému obsahu dáváš přednost (seriály, filmy...)?**

Na tom Voyu jsem se koukal na reality show, ale obecně mě baví hlavně filmy a až potom seriály, třeba ten The Last of Us nebo Survivor.

### **A preferuješ spíš českou tvorbu nebo zahraniční?**

Určitě tu zahraniční. Z té český jsem se koukal jenom na ten Survivor, jinak to bylo všechno zase zahraniční.

### **Vracíš se někdy k některým obsahům opakovaně? Kdy? Proč?**

To je docela zajímavá otázka, ale je vtipný, že vlastně ani moc ne. Já úplně nejsem ten člověk, kterež se dívá na věci, který viděl už hodně krát. Jediný co mám hodně rád, tak Tarantinovky, nebo teda filmy od Tarantina, tak třeba jednou za rok se podívám na Pulp fiction. To je pro mě taková srdcovka ty jeho filmy, viděl jsem je všechny, ale jinak to takhle nemám, že bych koukal třeba na Pána prstenů.

### **Jakým způsobem se rozhoduješ, co budeš sledovat, když máš před sebou rozsáhlou nabídku obsahu na různých streamovacích platformách, jak se mezi nimi rozhoduješ? Zaměřuješ se spíš na platformu, nebo na konkrétní obsah, který nabízí?**

Zrovna u toho HBO jsem to měl tak, že jsem tam šel kvůli tomu konkrétnímu obsahu, kvůli tomu The Last of Us. Když bych měl koukat s rodinou, tak jdu na Disney. My se teda i rodinou koukáme na to HBO, když si chceme pustit nějaký film.

### **A jak si vybíráš to, co budeš sledovat?**

Když nám to třeba doporučí někdo jinej, nebo vidíme, že má ten film hodně dobrý doporučení na ČSFD, takže asi bude jako dobrej, tak se na něj podíváme.

### **Ty jsi mě zase hezky přivedl k další otázce... Jak vnímáš různá doporučení obsahu? Upřednostňuješ doporučení od známých, algoritmické doporučení nebo používáš vyhledávací pole v aplikaci?**

Jako určitě se neorientuju podle jedny blbě recenze, ale pokud má ten film na ČSFD třeba 30 000 hodnocení, tak si myslím, že to udělá už nějaký objektivní obrázek. Nebo když někdo z rodiny nebo kámoš řekne, že to je dobrý. Algoritmy pro mě nemají úplně váhu, sice si díky tomu, že mi to samo něco doporučí, třeba ten film najdu na tom ČSFD, nebo si to vygooglim, ale není to pro mě to hlavní. Obecně ty doporučení ale beru a rozhoduju se podle nich.

### **Jak do tvého každodenního dne zapadá sledování různých mediálních obsahů? Kdy obsahy sleduješ? Liší se tvůj sledovací návyk v pracovní a volné dny?**

Nevím, jak moc konkrétně to chceš slyšet, ale především se na to koukám v podvečer až večer, protože tím, jak chodím ještě do školy a nemám na to čas se koukat třeba dopoledne, tak se koukám večer. O víkendu se zas můžu koukat kdy chci, protože mám víc času. I tréninky mám většinou večer, takže to úplně moc nestíhám přes všední dny.

### **Jak často sleduješ obsah na streamovacích platformách? Kolik času týdně strávíš jeho sledováním?**

Moc často asi ne. Já bych řekl, že zhruba třeba 2x týdně a když se na to dívám tak třeba 2-3 hodiny. Za tejdén je to třeba 6 hodin.

**Na jakém zařízení sleduješ streamovací služby, už jsi to zase zmiňoval, ale kdybys to měl ještě zopakovat a trochu rozvést i třeba proč?**

Koukám hodně na televizi a případně na notebook. Chytrou televizi máme ve společenský místnosti, takže tam se většinou koukáme všichni spolu, občas jednotlivě, je to takový pohodlnější, když je to na něčem větším. Počítač používám, když se chci koukat na něco svýho, co zajímá jenom mě.

**Jak jsi sledoval obsah předtím, než jsi začal využívat streamovací služby? Sledoval jsi obsah někdy i nelegální cestou?**

Jenom na televizi jsem koukal dřív, když jsem chtěl něco konkrétního, třeba nějaký film nebo seriál, tak jsem si to stahoval třeba na Ulož to.

**Jak se tvoje sledovací návyky změnily od doby, co jsi je začal používat?**

Asi koukám víc, tím jak mi to HBO uvolnilo obsah, ke kterému bych se jinak neměl jak dostat.

**Jakým způsobem jsi využíval tyto služby během období pandemie?**

Asi jsem koukal taky víc, ale asi to nebylo tak znatelný.

**Měla situace vliv na to, co jsi sledoval a jak často?**

Pořád to bylo asi stejný, bych řekl.

**Máš někdy tendenci strávit více času sledováním, než jsi plánoval? Snažíš se mít nad tím nějakou kontrolu?**

Ani ne upřímně. Tím, že nemám úplně tolik času, kterej tomu můžu dát a nemůžu ho úplně přesáhnout, tak to většinou vychází, že splňuju tu svoji stanovenou normu.

**Sleduješ někdy i víc dílů za sebou? Vyhovuje ti, že máš více dílů k dispozici?**

Moc ne, jako že bych zkouknul celou sérii za den, to třeba ne. Je ale super, že tam je víc dílů pohromadě a podle času se podívám třeba na jednu nebo dvě epizody.

**Jak se cítíš ohledně času, který trávíš sledováním obsahu?**

Fakt si myslím, že nad tím tolik času netrávím, takže jsem s tím v pohodě.

**Sleduješ obsah na streamovacích službách spíše sám nebo s někým?**

Když se na něco koukám, tak spíš s někým.

**Má tahle volba nějak vliv na to, na co se koukáš a jak se na to sledování soustřeďíš?**

Tím, že se na to koukám s někým, tak to určitě důvod má. Vybíráme si to třeba dohromady a koukáme se na to, na čem se dohodneme společně. A na to soustředění asi ne. Když už se na to chci koukat, tak tomu dávám tu pozornost.

**Už mi zase nahráváš na poslední otázku... jak sleduješ obsahy, upřednostňuješ soustředěný zážitek nebo využíváš sledování jako kulisu?**

To je přesně ta první možnost. Nemám to jako kulisu.

**Přepis rozhovoru č. 5**

|                            |                |
|----------------------------|----------------|
| Jméno respondenta:         | Tereza         |
| Datum realizace rozhovoru: | 11. října 2023 |
| Délka rozhovoru:           | 33 min         |

### **Řekni prosím něco o sobě...**

Jsem Terka, studuju, tak nějak se věnuju sportu a ráda hraju volejbal.

### **Jak se dnes máš?**

No, momentálně moc dobře ne, začala mi škola a musím napsat nějakou seminárku a čekají mě laborky.

### **Účastnila jsi se někdy nějakého výzkumu?**

Ne, tohle je taková moje první zkušenost. Pomáhala jsem maximálně sbírat vzorky a laboratorní materiál během covidu, ale to bylo spíš takový v rámci praxe a nebyl to výzkum, takže mi tohle přijde i jako zajímavá zkušenost, být součástí něčeho, k čemu já se jen tak se svým zaměřením nedostanu.

### **Pojďme k tématu výzkumu, co ze streamovacích video platforem máš a co používáš?**

Mám Netflix a rodičům krađu HBO. Dřív jsem měla i Disney, ale teď už ho nemám.

### **A proč je používáš? Můžeš uvést třeba nějaké důvody, proč?**

No, dost u toho vypínám. Je to pro mě takovej útěk z reality. Procvičování jazyka je na tom taky fajn, ale prostě tím hlavním důvodem je asi zábava.

### **Jak jsi se dostala třeba k Netflixu a proč právě tahle platforma, nebo to HBO?**

HBO platí rodiče, takže to jim tak trochu krađu, když jsem fakt zoufalá a nemůžu nic najít na Netflixu, tak se tam kouknu, jestli tam něco není. Jsou tam teď celkem fakt dobrý seriály, na který se občas podívám. Ale přijde mi, že i na tom Netflixu toho moc nového není, i když ten mám za levno, to platím jen asi 70 korun.

### **Vidíš v tom nějaké výhody např. oproti televiznímu vysílání?**

Tak je tam hodně věcí, ze kterých si můžu vybírat, spousta toho by v televizi ani neběžela, hlavně tam nejsou reklamy. Je tam ta angličtina a třeba mnohem víc zjišťuju, že mě to baví, když je to v originále, protože je to pak víc autentický. Není to jako v televizi, že tam je omezený počet kanálů, ale můžu si vybrat to, na co mám zrovna náladu. Můžu si to pustit kdykoliv a nemusím čekat do 20:15, než to začne.

### **A na televizi koukáš?**

No, já ji ani nemám, takže nekoukám. Jedině u rodičů, ti koukají jenom na televizi, takže se koukám s nima třeba na zprávy nebo na nějaký film, když jsme zrovna na chatě, ale jako minimálně. To je fakt třeba půl hodina týdně. Ale koukám fakt jen kvůli tomu, že koukají oni, sama od sebe ne.

### **Jaký typ předplatného máš, sdílíš ho případně s někým?**

U Netflixu mám skupinový předplatný, nebo teda premium. Sdílím to s dalšíma 4 lidma, ale tam nejsme ve společný domácnosti. To HBO není psaný na mě, ale občas to taky využívám a to mám teda vlastně sdílený já.

### **Jaká částka ti přijde adekvátní za služby streamovacích platforem a kolik měsíčně za tyto služby utratíš?**

No...záleží hodně na kvalitě. Kdyby bylo něco jako fakt kvalitní, nebo kdyby byla nějaká aplikace, která by měla úplně všechno, tak bych dala třeba i 500 Kč měsíčně, ale s tím, že každé ten určitě Netflix a další mají omezený množství, tak asi 150 korun maximálně. Teďka platím 70 Kč.

### **Co by tě motivovalo k předplacení další platformy?**

Asi nějaký konkrétní obsah, Disney jsem si třeba pořídila, když k nám nově přicházel a měl první tři měsíce za výhodou cenu. I kvůli tomu jsem si to vlastně pořídila. Na tom Disney mi přijde super, že tam jsou různý Marvelovky, pohádky a tak, ale prostě dvě stovky se mi za to měsíčně dávat nechce, takže už to nemám.

### **Zaznamenala jsi v souvislosti se svým předplatným nějaké restriktce?**

Ano, problémy s tím mám celkem často, tím jak nás to sdílí víc, tak s tím mám ale problémy jen já, tomu moc nerozumím. Ta sdílená domácnost na Netflixu stojí fakt za prd. Pořád se tam odhlašuje televize, když jsem u rodičů, takže pořád se tam musím přihlašovat, musí to ten správce tý naší skupiny potvrzovat, abych se tam vůbec mohla dostat. Hlavně se bojím toho, že to bude ještě horší a že to ještě víc zpřísní. Ale jestli to nastane, tak to pak asi už nebudu používat.



### **Jakému obsahu dáváš přednost (seriály, filmy...)? A preferuješ spíš českou tvorbu nebo zahraniční?**

Já koukám hlavně na zahraniční tvorbu, tu českou už jsem dávno vzdala. A ohledně toho na co koukám... no asi záleží. Nejvíce se koukám asi na různé filmy, si myslím. Ten Netflix mám hlavně k tomu, abych vypla, takže koukám na ty nejvíce nejspidnější věci, co tam kolikrát jsou. Ale přijde mi, že tam jsou i dobré dokumenty, třeba Naše planeta se mi líbila. Z těch odpočinkových filmů mám ráda třeba romantárny nebo pohádky.

### **Vracíš se někdy k některým obsahům opakovaně? Kdy? Proč?**

Jo, občas jo. Třeba když má vyjít nějaká nová řada něčeho, ale už si to prostě nepamatuju, tak se k tomu vrátím a oživím si to. Nebo druhou řadu Bridgertonových jsem si pouštěla několikrát, to se mi hodně líbilo tady ten seriál. A proč? No protože mi to dělá radost a zaujalo mě to. Nebo jsem třeba vyrůstala na různých komediích po roce 2000, takže když tam přibude nějaký takhle starý film, tak se na to podívám a klidně i několikrát, že mi to připomene ty starý časy.

### **Jakým způsobem se rozhoduješ, co budeš sledovat, když máš před sebou rozsáhlou nabídku obsahu na různých streamovacích platformách, jak se mezi nimi rozhoduješ? Zaměřuješ se spíš na platformu nebo na konkrétní obsah, který nabízí?**

Já určitě upřednostňuju ten Netflix, takže jdu nejdřív po té platformě, pro mě je ale asi klíčové to, že si tak nějak nejdřív ohlídnu, co je nově přidaného. Já většinou koukám hlavně na ty nově přidané filmy. Když nic nevyšlo, tak se podívám na HBO, tam jsou zas ale třeba starý filmy, který už jsem viděla, takže se vrátím na ten Netflix.

### **A jak si vybíráš to, co budeš sledovat?**

Já kolikrát koukám i na TOP 10, ale většinou nejčastěji na to, co je zrovna nově přidaného.

### **Využíváš třeba i notifikace, když přidají nový obsah?**

Jako vím, že to tam je, ale jestli jsem to za celou dobu použila tak dvakrát? Takže ne.

### **Jak vnímáš různá doporučení obsahu? Upřednostňuješ doporučení od známých, algoritmické doporučení nebo používáš vyhledávací pole v aplikaci?**

Když mi někdo doporučí film, tak se na to rozhodně podívám. Třeba mě to popostrčí k tomu, si to pustit, i když si na první pohled u toho info o filmu říkám, že mi to přijde jako absolutní nesmysl a pak je to super. Nejvíce ale asi převažují ty algoritmy, když mi to hodí nějaký návrh. Díky tomu TOP 10 se třeba utvrdím ve výběru.

### **Jak do tvého každodenního dne zapadá sledování různých mediálních obsahů? Kdy obsahy sleduješ? Liší se tvůj sledovací návyk v pracovní a volné dny?**

Hele, no to už je snad i taková tradice, že koukáme s rodičema na něco, většinou na Netflix, v pátek večer, protože se vracím domů. Už to jsou takový naše tradiční filmové večery. Já ale moc nekoukám, pokud už ve všední den jo, tak po osmý hodině, dřív to jako nikdy nestíhám.

### **Jak často něco sleduješ na streamovacích platformách? Kolik času týdně strávíš jeho sledováním?**

No, asi je to málokdy přes týden, kromě víkendu u rodičů. U nich používám tu televizi, když mám tu možnost a je to velký, a pouštím si to na ní, to koukám většinou s nima. Když jsem na bytě, tak přes notebook, protože televizi ani vůbec nemám. Ale je hrozně těžký říct, kolik času strávím tím sledováním, záleží na tom konkrétním období. Když vyjde nějaký seriál, tak jsem schopná u toho strávit prostě jako celou řadu během tří dnů. Když budu brát nějaký průměr tak jsou to třeba 3 h týdně.

### **Jak jsi sledovala obsah předtím, než jsi začala využívat streamovací služby? Sledovala jsi obsah někdy i nelegální cestou?**

Buď jsem si to stahovala z ulož.to nebo jsem koukala na filmy online na webech, nevzpomenu si na konkrétní názvy stránek... Dřív jsem byla prostě od malička zvyklá na normální televizi, teď už bych to fakt ale nezvládla, ty reklamy po čase začnou lézt hrozně na mozek a je to zabíjác času. Dřív jsem prostě přišla ze školy a věděla, že si musím udělat rychle úkoly, protože od šesti už dávali Simpsonovi. A pak jsem u toho už nějak uvízla. To byly časy...

### **Jak se tvoje sledovací návyky změnily od doby, co jsi je začala používat?**

Ten čas se asi spíš omezuje, protože už se tam nemám moc na co koukat a z té nabídky se mi toho moc nelíbí. Myslím si, že dřív jsem na to koukala asi víc, protože tam pro mě byl větší výběr. Televizi jsem si prostě dřív zapla a přepínala, ale tady si prostě něco musím vybrat a ta volba je pro mě dost taková náročná, protože mám takovou tu rozhodovací paralýzu, že je tam spousta možností a nevím, na co mám koukat a nebaví mě to hledat. Už jsem toho i spousta viděla a většinou dám přednost novým věcem.

**Jakým způsobem jsi využívala tyto služby během období pandemie? Měla situace vliv na to, co jsi sledovala a jak často?**

Určitě jsem koukala víc, akorát jsem byla taky hodně zavalená školou. Víím, že jsem koukala hodně na dokumenty o přírodě, nebo na Hru o trůny.

**Máš někdy tendenci strávit více času sledováním, než jsi plánovala? Snažíš se mít nad tím nějakou kontrolu?**

Když přijde nověj seriál, tak je to fakt špatný. To jsem fakt schopná u toho sedět dlouho a pak to úplně na pohodu během 3 dnů zkouknu. Ale jak jsem říkala, už na to moc nekoukám, takže teď takový problémy úplně nemám.

**Vzpomeň si na nějaký konkrétní seriál nebo zážitek?**

Nejhorší bylo, když jsem zjistila, že existuje Hra o trůny a chtěla jsem to vidět. To byl dost náročnej měsíc, v podstatě od rána do večera jsem během covidu koukala fakt v kuse jen na tohle. Nemusela jsem vyloženě do školy nebo něco nutně dělat, takže jsem si to fakt hodně jela, ale taková ztráta času...

**Sleduješ někdy i víc dílů za sebou? Vyhovuje ti, že máš více dílů k dispozici?**

Jo, já mám ráda věci, který jsou ukončený, tak to mám třeba i u knížek, že dám přednost sérii, která je ukončená. Nesnáším čekat na další sérii, to fakt jako nenávidím, protože to všechno zapomenu a můžu zase hned od začátku začít koukat.

**Jak se cítíš ohledně času, který trávíš sledováním obsahu?**

Jak se to vezme, už je to pro mě fakt takovej útěk od reality a vypnutí, který mi pomáhá, ale často koukám na ty romantárny a občas si u toho říkám, na co jsem to koukala a že to naprostá ztráta času, než kdybych si aspoň pustila nějaký dokument a mělo to smysl. Takže si většinou říkám, nekoukej na to.

**Sleduješ obsah na streamovacích službách spíše sama nebo s někým?**

V pátek s rodičema, jinak sama.

**Má tahle volba nějak vliv na to, na co se koukáš a jak se na to sledování soustředíš?**

Rozhodně, vybíráme tak, aby se to líbilo jak tátovi, tak mámě, takže to je nějaký akční, nebo pohádka, protože romantárny táta nedává a musí to mít český dabing, což je vždycky hlavní priorita. A většinou se na to soustředím.

**Když něco sleduješ, upřednostňuješ soustředěný zážitek nebo využíváš sledování jako kulisu?**

Myslím, že je to tak půl na půl. U různých pekařských show nebo tak, třeba něco dělám a mám to jako kulisu, když se nudím a stíhám třeba odpovídat na zprávy, ale pokud je něco novýho, tak na to fakt koukám.

**Přepis rozhovoru č. 6**

|                            |                |
|----------------------------|----------------|
| Jméno respondenta:         | Aneta          |
| Datum realizace rozhovoru: | 13. října 2023 |
| Délka rozhovoru:           | 34 min         |

**Řekni na úvod něco o sobě...**

Jmenuju se Aneta, jsem studentka, je mi 25 a ráda čtu, tančím a cestuju.

### **Jaký je zatím tvůj den?**

Můj den je zatím super, teda až na to, že mě bolí hlava.

### **To mě mrzí, snad se ti brzy uleví.**

Děkuju, přinesla jsem s sebou i ty deníkové záznamy.

### **Jak se ti vedlo při zaznamenávání?**

Dělala jsem to pravidelně každý den a snažila jsem se co nejpřesněji popsat, na co a jak často jsem koukala.

### **Jaké používáš streamovací video služby? A proč právě tyto konkrétní?**

Mám Netflix, pak občas koukám na něco i online, ale za to už si neplatím a je to spíš nelegální. A proč Netflix, no...protože mi přijde, za prvý asi nejvíc vyhlášeněj, protože ho má každej. Asi má dobrej marketing. Za druhý mi přijde, že má dobrou nabídku a sice bych všechno, na co se chci kouknout, asi byla schopná dohledat někde jinde na internetu nelegálně, ale mě se líbí to, jak mi to doporučuje seriály, že když se na něj koukám, tak se to zapíná samo. Asi jsem to celkově neporovnávala, ale ani mi nepřijde drahej, když máš balíček pro víc lidí. Kdybych si to měla platit sama, tak to asi nezaplatím.

### **Jaké máš tedy předplatné a s kým ho sdílíš?**

Máme premium a sdílíme to s kamarádama.

### **Kolik ted' za měsíc platíš? A jaká částka by ti přišla adekvátní?**

Platím 79 korun, to mi přijde jako super cena, a že se to vyplatí. Mám to s dalšíma třema lidma. Kdyby se mnou nikdo nechtěl do skupinky, tak bych asi ty dvě stovky ještě oželila, ale asi bych se hodně cukala, když si představím, že to vlastně platím každej měsíc a kolik to je za rok.

### **Proč obecně používáš streamovací služby, jaké k tomu máš důvody nebo motivace?**

Přináší mi to radost. Obecně mám ráda seriály, koukám spíš na ně než na filmy, ale tak jako ráda když mám volnou chvíli, to vyplním koukáním na seriál. Takže je to pro mě zábava, trávení volného času, někdy i únik, že aspoň když uklízím nebo cvičím, tak si to něčím zpestřím.

### **Vidíš v tom nějaké výhody např. oproti televiznímu vysílání?**

Že si můžeš pustit kdykoliv, cokoliv chceš, nejsou tam reklamy a že vlastně můžeš vidět 50 000 dílů najednou a nemusíš čekat jednou za tejdenn. Hodně věcí na jednom místě a jakože co si budem, v té televizi není úplně nějaká extra nabídka. Na Netflixu si fakt můžu pustit všechno od nějakých starých filmů po nějaký čínský nebo korejský seriály. Některý lidi si na tom můžou cvičit jazyk. Vyloženě asi nejsem člověk, co se naučil anglicky na seriálech, ale určitě je to něco, co mi tu angličtinu udržuje na vysoký úrovni.

### **Když už jsme byly u té televize, sleduješ ji? Proč případně ano/ne?**

Málokdy. Většinou si to pustím jako kulisu třeba než jdu spát. Zapnu si tam Přátele na Nova 2, chystám se spát a líp se mi při tom usíná. Kolikrát mi ten program zpřehází a dávají nějakou kravinu a já jsem pak naštvaná.

### **Co by tě motivovalo k předplacení další platformy?**

Jako asi nějaká našlapaná nabídka seriálů a filmů, ale muselo by toho asi být víc, než jenom jeden. Protože kvůli jednomu seriálu mi to přijde zbytečný a vždycky si to někde dohledám. Třeba u toho Disney mě lákalo Grey's Anatomy, ale ten zbytek jako nějaký Marvelovky mě vůbec nezajímá. Jako možná nemám dostatek informací o těch ostatních streamovacích službách a o tom, co tam všechno mají, ale ten Netflix mi přijde jako asi nejideálnější volba pro mě a zatím mi stačí. Dost tam přidávají i mají tu svoji tvorbu, která se mi líbí a někdy se k ní i vracím.

### **Tím mi nahráváš na další otázku...jestli se někdy vracíš k některým obsahům opakovaně? Kdy? Proč?**

Ano, v momentě, kdy nemám nic nového, na co bych koukala. A taky v momentě, kdy si chci pustit něco, ale nechci tomu věnovat tolik pozornosti. Třeba u toho uklízím, anebo jsem to viděla před 5 lety, ale už si to zas nepamatuju, a chci si to pustit znovu, protože jsem měla dobrej pocit z toho seriálu a bavil mě. Pak taky když

vyjde nová série pro sto letů a nepamatuju si ten předchozí zbytek. Pravidelně překoukávám Přátele, Gossip Girl, Vampire Diaries a občas Jak jsem poznal vaši matku, ale ne všechno z toho je na Netflixu, takže koukám přes net jinde. Nebo mě ještě napadá třeba další důvod, kterej se týče školy, když mám nějaký náročný období a musím se učit, tak si třeba za odměnu u oběda pustím jeden díl něčeho, co znám, aby mě to nenutilo si to furt pouštět a mohla jsem se soustředit na učení.

**Zaznamenala jsi v souvislosti s tvým předplatným nějaké restriktce? Pokud ano, jaké a jak se změnilo tvoje užívání těchto služeb?**

Ne, to se mi zatím nestalo.

**Jakému obsahu dáváš přednost (seriály, filmy...)? Preferuješ spíš český obsah nebo zahraniční?**

Mám hodně ráda seriály a dokumenty a spíš preferuju zahraniční obsah, k tomu českýmu nemám moc přístup, sice jako na tom Netflixu taky je, ale nějak moc mě to netankuje.

**Jakým způsobem se rozhoduješ, co budeš sledovat, když máš před sebou rozsáhlou nabídku obsahu právě na tom Netflixu? Jak si vybíráš to, co budeš sledovat?**

Jak překoukávám ty věci, tak mi to zůstává v nedávno sledovaných, tak z toho vybírám, když si chci takhle něco pustit, nebo si to ukládám taky do toho svého seznamu. Jakmile to zapnu, tak na mě začne většinou nějaký seriál rvát. Když mě to zaujme, tak si to přidám do listu a někdy se k tomu dostanu. A určitě taky dávám na ten algoritmus, protože mi přijde, že to nabízí celkem dobrý věci.

**Jak vnímáš různá doporučení obsahu? Případně, upřednostňuješ doporučení od známých, algoritmické doporučení nebo používáš vyhledávací pole v aplikaci?**

Doporučení má na tu moji volbu vliv, mě totiž nebaví se v tom hrabat, já radši něco odkliknu, než abych... už tak to žere čas a nemusím tam koukat na každou ukázkou. Dám asi přednost tomu svému seznamu, a tomu, co mi to samo doporučí.

**Jak do tvého každodenního dne zapadá sledování různých mediálních obsahů? Kdy obsahy sleduješ? Liší se tvůj sledovací návyk v pracovní a volné dny?**

Ve všední dny koukám míň, to jako určitě. Když přijdu po tom dni domů, tak já mám takovej zlozvyk, že se ráda koukám při jídle, a pak samozřejmě si tam pustím něco večer, když se chci zrelaxovat. O volnej den nebo víkend je to hrozný, pokud vyloženě nemám plány nebo nemusím na něčem hrozně makat, tak jsem schopná ráno vstát, snídat u toho, pak si třeba umyju vlasy a dělám si nějaký selfcare, že si češu vlasy, dávám si masku, tak to dělám taky u toho, pak třeba uklízím, tak to mám taky puštěný. V podstatě u každého jídla, pokud jsem sama doma a nemusím být u společného stolu, to mám jako kulisu.

**Jak často sleduješ obsah na streamovacích platformách? Kolik času týdně strávíš jeho sledováním?**

Každý den určitě koukám, týdně je to... to je strašný... ježiš marja... já bych třeba řekla 25 hodin týdně, ale jsou tam různý výkyvy. Jako zní to dost strašně. Ale zas to jako není tak, že u toho člověk sedí nebo leží 4 hodiny v kuse, ale já u toho fakt třeba uklízím.

**Jak se cítíš ohledně toho času, když jsi ten počet teď řekla nahlas?**

Dost blbě teda, ale myslím, že na tom ještě nejsem tak špatně a že vlastně nic nezanedbávám na úkor toho. Lidi třeba prokrastinujou, když mají něco udělat. To já nedělám, já si to nejdřív udělám a pak až koukám. Ale jako je to hodně hodin.

**Na jakém zařízení sleduješ streamovací služby? Proč?**

Koukám nejvíc na notebooku, někdy si to z počítače připojím hdmi kabelem k televizi, protože chytrou televizi nemáme a je to třeba pohodlnější. V létě jsem byla i na mobilu, že jsem měla aplikaci a koukala jsem přes wifinu, protože jsem sebou nechtěla vozit noťas, ale to byl ojedinelej případ a už tu aplikaci nemám ani staženou.

**Jak jsi sledovala obsah předtím, než jsi začala využívat streamovací služby?**

Dřív hlavně přes televizi, zrovna to, co dávali. Pak přes online stránky, nevím, jak se to přesně teď jmenuje, protože je to nelegální a pořád se to nějak přejmenovává, ale prostě nějaký sleduj seriály něco.

### **Jak se tvoje sledovací návyky změnily od doby, co jsi je začala používat?**

Koukám furt stejně mi přijde, seriály jsem jela už od základky, takže furt stejný.

### **Jakým způsobem jsi využívala tyto služby během období pandemie?**

Přemýšlím... asi jsem koukala jako víc, tím, že jsem byla doma, ale jinak nevím.

### **Měla situace vliv na to, co jsi sledovala?**

Já jsem nepocítovala nějaký nedostatek svých seriálů, takže jsem koukala pořád na to stejný. Akorát teda jediný, co mě štvalo, bylo to, že i do seriálů cpali covid. Koukala jsem na Chirurgy a tím, že je to realistický seriál, tak to tam cpali i do toho nemocničního prostředí a i víc lidí jsem si všimla, že to řešilo online, že chtějí uniknout do svého oblíbeného seriálu z toho blbýho covidu a oni ho tam dají. Takže to mi vadilo, že tam toho bylo hrozně moc.

### **Máš někdy tendenci strávit více času sledováním, než jsi plánovala? Snažíš se mít nad tím nějakou kontrolu?**

Ne, jak to přijde, tak to přijde. Jakože nějak se neomezuju a neřeším to. Pokud nemám nic jinýho na práci, tak je mi jedno, že na to čumím celý den.

### **Stane se ti někdy, že zkoukneš víc dílů na jednou a že ztratíš pojem o čase? Vyhovuje ti, že máš více dílů k dispozici?**

Já nevím. Většinou se kouknu třeba na dva nebo tři díly a pak jdu od toho. Já si to ráda dávkuju, protože pak je ten seriál pryč. Radši na to koukám tejdén v kuse než za jeden víkend.

### **Sleduješ obsah na streamovacích službách spíše sama nebo s někým?**

Asi víc sama než s někým.

### **A když už něco s někým sleduješ, má tahle volba vliv na to, co si vybereš a způsob, jakou tomu věnuješ pozornost?**

Když koukám s přítelem, tak to nikdy nevybírám já. Jako mám šanci říct, co chci, ale mě to nebaví, a ani to nechci hledat. Řeknu mu, ať něco najde a většinou když s ním koukám, tak koukáme na filmy, a ne seriály a mě filmy nebaví, nebo teda aspoň ty, který vybírá on, takže sice spolu ten čas trávíme, nebo se o to snažíme, ale ve výsledku to moc nevnímám.

### **Už jsi předtím mluvila o tom, že si při spouště činnostech něco pouštíš jako kulisu. Jak je to ale nejčastěji? Když sleduješ obsah, upřednostňuješ soustředěný zážitek, nebo to využíváš jako doprovod k něčemu, co zrovna děláš?**

Řekla bych, že fakt převažuje ten multitasking, často u toho dělám další věci, uklízím, vařím, jím, cvičím nebo se líčím. Prostě z obyčejných činností jsou najednou mnohem lepší činnosti. Nikdy soustředěně na to ale nekoukám.

### **Přepis rozhovoru č. 7**

|                            |                |
|----------------------------|----------------|
| Jméno respondenta:         | Magdalena      |
| Datum realizace rozhovoru: | 12. října 2023 |
| Délka rozhovoru:           | 38 min         |

### **Řekni na úvod něco o sobě...**

Jsem Mája, je mi 21, ráda cestuju a trávím čas nad dobrou knihou nebo seriálem.

### **Chodíš třeba ráda i do kina?**

Jo, občas si na něco zajdu, naposledy jsem byla třeba na After, to byla taková odpočinková kravina, ale doporučuju, pokud máš ráda takový ty holčičí filmy.

### **Jak se dnes máš?**

Dneska v pohodě, i když jsem vstávala v 5, tak v pohodě.

### **Jak se ti vedlo při zaznamenávání do deníku?**

Na Netflixu jsem sledovala hlavně nějaký seriály, konkrétně můžu jmenovat Anne s E na konci, je to udělaný podle knížky, začala jsem se koukat i na nějaký korejský televizní pořady, nějaký jsou zajímavý. Ale spíš teď jedu ty seriály než ty filmy, protože mi přijde, že teď nevychází úplně něco zajímavýho.

### **Když už jsi začala s Netflixem... jaké používáš streamovací video služby?**

Ten Netflix, Prime Video. Občas koukám přes nějaký streamovací online servery, který nemají placený služby.

### **Myslíš nějaký nelegální stránky?**

Jo, přesně.

### **Proč obecně používáš streamovací služby, jaké k tomu máš důvody nebo motivace?**

Protože většinou, když se chci koukat na něco, tak v televizi nejdou pořady, na který bych se chtěla koukat. Takže většinu času jdu na ty streamovací služby a najdu si něco, co mi vyhovuje. Co se týče jazyků, tak mi to třeba slouží i k procvičení angličtiny nebo nějakých dalších jazyků, který se učím. Třeba u těch korejských pořadů jsem se snažila naučit nějaký základy korejštiny, což ale nikam nevedlo. Kromě toho naučného prvku v tom vidím i zábavu a volnej čas a odpoutávání se od úkolů, který mám do školy. Navíc, když nekoukám na něco vyloženě komerčního, tak si tam hledám i různý dokumentární pořady a můžu se vzdělávat. Plus taky i v rámci konverzace mezi holkama, když je tam něco populárního, ty to zkoukneš a všude se to pak řeší, tak je to prvek, kterej tě začleňuje do té konverzace, když se pak s někým bavíš.

### **A když bys třeba teda měla říct, proč máš konkrétně ten Netflix nebo Prime?**

Netflix produkuje dost často nový věci, takže se nemusím vracet ke starejm pořadům, svým způsobem ho mám i kvůli těm korejským show, ty jinde moc nejsou. U Primu je to úplně stejný jako u Netflixu, akorát tam se to liší druhama filmů. Něco jinýho vychází na Netflixu a něco na Primu.

### **Už jsi předtím začala trochu s televizí... jaké v tom spatřuješ výhody oproti televiznímu vysílání?**

Tak určitě si můžu vybrat, na co mám náladu, a ne se řídit televizním programem, kterej nastaví televize. Můžu si vybrat, jestli chci film nebo nějaký pořad a taky mezi druhem toho filmu, jestli chci romantickej, drama nebo sci-fi... a taky tam hraje roli fakt, že třeba nemám takovej volnej čas na to, abych si pustila celej film a čekala až proběhne i s reklamama, takže to můžu přetáčet a nejsou tam reklamy.

### **Koukáš vůbec na televizi jako takovou?**

Poslední dobou ne. Tak půl roku už třeba nekoukám vůbec.

### **A proč vlastně?**

Já si myslím, že je to hlavně kvůli období, protože byly prázdniny, program nebyl tak nabitéj, aby mě něco přilákalo a koukala bych se na něj. Myslím, že teď zrovna během zimy se pak zase začnu koukat, protože na jedniče zrovna budou dávat jeden pořad, kterej mě zajímá.

### **A co tě tam zajímá konkrétně?**

StarDance. My na to začali koukat s rodičema a sourozencema a je to teď tradice, že se všichni koukáme společně.

### **Koukáš tedy někdy i sama na tu televizi?**

Většinou s rodinou. Je to takový milý, že se sejdeme spolu a jsme sdružený.

### **Jaké máš předplatné a s kým ho sdílíš?**

To standardní. Sdílím ho s bratrem, ale on to sdílí i s dalším bráchou a tátou, takže to sdílíme vlastně všichni.

### **Kolik teď za měsíc platíš? A jaká částka by ti přišla adekvátní?**

Já platím polovinu z toho standardního tarifu na Netflixu, takže platím 130 korun. Myslím si, že i těch 250 Kč v plný ceně je za tohle jako celkem přijatelná částka. Za ten Amazon je to zas jen půlka částky, takže nějakých směšných 35 korun, celkem teda 165, to si myslím, že jde.

### **Co by tě motivovalo k předplacení další platformy?**

Jako určitě pokud bych něco chtěla urgentně vidět, tak by mě to asi přimělo si to pořídit, na ten omezený čas, dokud bych to neshlídlá, anebo pokud by ta streamovací platforma nabízela úplně stejnou nabídku, co nabízí třeba Netflix, akorát za nižší cenu, tak bych třeba přemýšlela, že bych to přeměnila a zrušila ten Netflix. V tuhle chvíli ale nic dalšího nemám, co by mě lákalo.

### **Zaznamenala jsi v souvislosti s tvým předplatným nějaké restriktce? Pokud ano, jaké a jak se změnilo tvoje užívání těchto služeb?**

Ne, vůbec, zatím jsme žádné problémy neměli. Maximálně kdyby si brácha změnil heslo, tak by to byl problém, protože bych se k tomu nedostala (smích).

### **Jakému obsahu dáváš přednost (seriály, filmy...)? Preferuješ spíš český obsah nebo zahraniční?**

Tak určitě seriály a spíš zahraniční, ať už jde o americkou nebo britskou tvorbu, pak jsem začala koukat na ty korejské seriály. Co se týče žánru, tak spíš televizní seriály, třeba ta Anne s E na konci. Nebo občas kouknu na něco dokumentárního, nebo nějakou reality show jako Love is Blind. Tím, že je to v té době populární, tak se na to kouknu, ale není to primární žánr, na kterej bych se koukla.

### **Vracíš se někdy k nějakým obsahům opakovaně? Kdy a proč?**

Jojo, tak Harry Potter každoročně, Pán prstenů taky. Většinou je to konec roku, nějaký podzim nebo zima během prázdnin třeba, nebo když se mi nějaký seriály fakt líbí, tak si je pustím i během roku, když už od toho uběhla nějaká doba.

### **A když by ses zamyslela, proč se k tomu vracíš?**

Většinou to mám spojený s nějakým obdobím, určitě je to nějaká nostalgie a u těch dalších seriálů si myslím, že je to z důvodu toho, že ty další streamovací platformy prostě nevydávají nové věci, tak se vrátím k tomu, co se mi líbilo a prostě si to zopakuju do té doby, než něco nového a dobrého vyjde.

### **Jakým způsobem se rozhoduješ, co a kde budeš sledovat, když máš před sebou rozsáhlou nabídku? Jak si vybíráš to, co budeš sledovat?**

Když vezmu ten Netflix, tak se buď rozhoduju podle toho, co je nový, pokud tam nic nového není, tak jdu podle kolonky žánru a vyberu si to, co mi je nejbližší a na co se chci v tu dobu koukat. Tam je selektovaná ta nabídka, pak většinou koukám na tu kolonku, co je populární, automaticky si řeknu, že to bude asi dobrý a vyberu si z toho.

### **Teď jsi mi zodpověděla, jak se chováš na té platformě. Mě by ještě zajímalo, jak se rozhoduješ mezi tím, jestli budeš koukat na Amazonu nebo Netflixu...**

Tak to se rozhoduju podle toho, jestli ty epizody jdou stáhnout nebo ne, protože často koukám i ve vlaku. Když třeba nemám wifinu nebo data, tak si pustím na Netflixu stáhnutý věci. A když jsem doma a mám se mezitím rozhodnout, tak většinou je to podle toho, jestli tam je nějaký film, kterej mě zajímá, pokud je ten film na Prime, tak si vyberu Prime, anebo pokud je na Netflixu, tak jdu spíš tam, protože mi přijde, že má jako širší nabídku.

### **Jak vnímáš různá doporučení obsahu? Případně, upřednostňuješ doporučení od známých, algoritmické doporučení...?**

Positivně. Většinou jdu podle toho algoritmu, protože ta aplikace sama selektuje, na co se dívám, takže mi rovnou vyhazuje to, co by se mi mohlo líbit a pokud je v mém okolí nějaký pořad, kterej je hodně populární, tak dám pak na ten názor těch druhéj. Primárně jdu ale spíš po tom, co mi vyhodí ta aplikace.

**Jak do tvého každodenního dne zapadá sledování? Kdy obsahy sleduješ? Liší se tvůj sledovací návyk v pracovní a volné dny?**

Určitě se liší všední dny od víkendu, o všední dny se spíš koukám v období, kdy někam jakoby přejíždím, takže kvůli novému semestru koukám ráno nebo odpoledne kolem oběda a pak už moc nekoukám, protože dělám věci do školy. A o víkendu je to spíš večer a ne přes den.

**Jak často sleduješ obsah na streamovacích platformách? Kolik času týdně strávíš jeho sledováním?**

Celkově v tejdnu něco sleduju tak 4x, dvakrát tak v ty všední dny a pak víkend. Počet hodin bych řekla, že je tak 1,5 h denně, to dělá těch 6 hodin za týden.

**Na jakém zařízení sleduješ streamovací služby? Proč?**

Na mobilu a počítači. V pokoji nemám televizi a většinu času si něco pouštím právě v pokoji, ne v obýváku. Tam je sice chytrá televize, ale na tý televizi nejsem jako skoro vůbec. Ten mobil nebo počítač je šikovnej, že je přenosnej.

**Jak jsi sledovala obsah předtím, než jsi začala využívat streamovací služby?**

Předtím než jsem tohle měla, tak to byla buď hlavně nelegální cesta, nějaký ty online servery, co to měli zdarma... třeba bombuj nebo topseriály...nebo to, co bylo nahraný třeba na youtube nebo zrovna v televizi.

**Jak se tvoje sledovací návyky změnily od doby, co jsi je začala používat?**

Jako asi se neměnil čas, kterej tím trávím, ani mě nic nenutí tam být víc, i když si to platím. Já jsem vždycky na něco koukala a pouštěla si různý seriály. Spíš se jen mění to prostředí, ve kterým koukám. Dřív jsem si to nestahovala, teď díky Netflixu můžu a koukám třeba v tom vlaku.

**Jakým způsobem jsi využívala tyto služby během období pandemie?**

Mě ta covidová doba vlastně trochu štvála, koukala jsem se většinu času stejně, školu jsem měla online a ubyl mi ten čas, kdy jsem přejížděla. Co se týče obsahu, tak se ve spoustě těch věcí, co jsem sledovala, objevovala ta tematika covidu, což asi nebylo úplně tak 2x příjemný, nebo jako nebylo to nic, co bych vyhledávala, ale mohla jsem si vybrat jednoduše prostě něco jinýho,

**Objevila jsi díky tomu volnému času třeba nějaký nový žánr?**

Jako ani ne, já jsem furt koukala na stejný věci...

**Máš někdy tendenci strávit více času sledováním, než jsi plánovala?**

Určitě jako byly chvíle, kdy jsem strávila víc času nad tím, než jsem chtěla, pokud mě určitej ten film nebo seriál hodně bavil a koukala jsem třeba dýl večer do noci, než bych měla. Je to spíš jako ale výjimečně a musí to být fakt něco, co mě baví, jinak si to celkem hlídám. Třeba na tom Netflixu to funguje tak, že tam vydají celou tu sérii a nemusíš tam čekat na další díly, což mi přijde super, že je tam víc dílů pohromadě. Třeba u toho Love is Blind vydají tři a pak čekáš na další části podle data, ale u seriálů mě asi nic úplně nenutí, že bych na to celý musela koukat najednou. Takže to můžu vypnout a koukat další den dál. Já si to obecně víc vychutnávám a dávkuju si to.

**Stane se ti tedy někdy vůbec, že u toho ztratíš pojem o čase a máš třeba nějaký maraton?**

Ke konci roku se mi to stane, ale jinak fakt zřídkka. Pustím si třeba 2 filmy za sebou, když je státní svátek, nemám žádný starosti a můžu si to dovolit na to koukat.

**Jak se cítíš ohledně toho času, kdy něco sleduješ?**

Asi to beru v pohodě. Trávím tím prostě čas a odpočinu si u toho. Někdo si sedne ke knížce, někdo k filmu.

**Sleduješ obsah na streamovacích službách spíše sama nebo s někým?**

Řekla bych tak z 80 % sama, z 20 % s někým. Spíš se přikláním ale k tomu, že to sleduju sama než s rodinou.

**A když už něco s někým sleduješ, má tahle volba vliv na to, co si vybereš a způsob, jak tomu věnuješ pozornost?**



Nám se tolik neliší ty žánry, na který bychom koukali, takže se se na něčem shodnem a pak nedělám nic jiného, než že fakt koukám. Minule jsme třeba koukali na dvojku Avatara, to nás všechny fakt bavilo.

**Když sleduješ obsah, upřednostňuješ soustředěný zážitek nebo to využíváš jako doprovod k něčemu, co zrovna děláš?**

Asi záleží. Když někam přejíždím, tak to mám jako cílenou aktivitu. Koukám, protože chci koukat. Když jsem spíš doma a koukám na něco, tak to mám třeba jako kulisu a zvuk nebo šum v pozadí, kterej poslouchám během dělání věcí do školy nebo uklízení.

**Přepis rozhovoru č. 8**

|                            |                |
|----------------------------|----------------|
| Jméno respondenta:         | Tomáš          |
| Datum realizace rozhovoru: | 12. října 2023 |
| Délka rozhovoru:           | 45 min         |

**Řekni na úvod něco o sobě...**

Jsem Tomáš, je mi 22 a momentálně investuju hodně svého času do školy a práce. Rád si chodím s partou zahrát florbal, nebo hraju něco online, a pak teda kromě toho taky sleduju seriály nebo filmy.

**Jaký jsi měl dneska den?**

Dneska jsem měl volno a uklízel jsem doma, a to bylo tak všechno, takže jsem se flákal trochu.

**Když půjdeme k tématu... jaký používáš streamovací video služby?**

Platím si Netflix a Amazon Prime, pak HBO máme v rodině a taky Disney+.

**Co ti to obecně přináší ty streamovací služby? Řekni prosím nějaké důvody nebo motivace, proč to využíváš...**

Je to dobrý k odpočinku a asi i jako únik před realitou. Pak taky zábava.

**Proč máš zrovna tyhle?**

To všechno záleží na tom, jakou nabídku vlastně ta jednotlivá streamovací platforma nabízí. Netflix má asi pravidelně tu nabídku nejatraktivnější bych řekl, takže to je důvod, proč si to platím. Co se týče nabídky, tak mi přijde nejhorší ten Amazon, ale tam to mám kvůli tomu, že v lolku, jako tý hře, dostávám za to jako takový bonusy, když si to sloučím s tím herním účtem, takže jenom kvůli tomu si to platím. HBO je taky celkem dobrý, ale nebýt toho, že to mám k dispozici, tak bych si to asi neplatil. To samý ten Disney, tam je to vždycky taková sezonní věc, když vyjde jednou za rok něco zajímavýho, ale zas tak pravidelně tam taky nové věci nejsou.

**Jaké v tom spatřuješ výhody třeba oproti televizi?**

No, můžu se koukat kdykoliv, na co chci, nemusím se řídit žádným programem, můžu to i přeskačovat. Je tam i ta větší nabídka a je to pohodlnější, i když nejsem doma, koukám třeba z mobilu nebo počítače. Nejsou tam reklamy, když se náhodou rodiče koukají na film v televizi, tak mě to vždycky hrozně odradí, když tam dávají reklamy, a já si vždycky hned vzpomenu, proč vlastně nekoukám na tu televizi. To je tak hrozně otravná věc. Poslední, co mě k tomu napadá, je ještě to, že si tam můžu vybrat jakýkoliv audio nebo dabing.

**Sleduješ vůbec normální televizi? Proč ano nebo ne?**

Velmi výjimečně, spíš ne. Jednou za čas, když se mihnu v obýváku, tak se zastavím třeba u zpráv, ale to je tak jediný. Já sleduju zprávy i přes den z různých sociálních sítí. Ale třeba kolikrát ty reportáže v televizi jsou víc atraktivní. Nebo když je mistrovství světa ve fotbale, tak se třeba sem tam kouknu, protože mě to zajímá. Na seriály nebo filmy už v televizi ale nekoukám vůbec.

### **Jaký typ předplatného máš a sdílíš ho?**

No, spíš ho oni sdílejí se mnou (smích). Já si platím ten Netflix a Amazon a rodina se mnou sdílí Disney a HBO.

### **Kolik měsíčně utratíš za ty 2 předplatné?**

No, Netflix je nějak kolem 180 za měsíc a Amazon je nějakých 80.

### **Jaká částka ti přijde adekvátní za tyto služby za měsíc?**

No, ty dvě stovky mi přijde tak nějak jako standard.

### **Co by tě motivovalo k předplacení další platformy?**

No, třeba ten Amazon jsem si tenkrát předplatil, protože tam vyšel nový Top Gear, který byl tady v Česku nebo na Slovensku, a fakt jsem to chtěl vidět, ale byl jenom tam. Tak jsem si to kvůli tomu chtěl zkusit jen na chvíli, ale pak už mi to nějak zůstalo. Co se týče nějakých výhodejch akcí a období zdarma, tak to mě nezvláká, pokud tam není něco, co bych chtěl vidět.

### **Zaznamenal jsi v souvislosti se svým předplatným nějaké restriky?**

U toho Netflixu se mě to asi netýká. U HBO nebo Disney jsem to nezaznamenal, i když máme víc zařízení.

### **Jakému obsahu nebo formátům/zánrům dáváš přednost? Spíš radši zahraniční nebo česká tvorba?**

Spíš ta zahraniční tvorba, ale jakoby... z jakýkoliv lokality se může objevit něco, čemu můžu dát šanci, takže klidně i něčemu českému. Většinou koukám na seriály. Asi před tejdnem vyšel třeba dokument o Davidu Beckhamovi, tak občas se podívám i na nějaký dokument. Třeba moje srdcovka byla ale Hra o trůny, nebo koukám i na anime.

### **Vracíš se k nějakým obsahům pravidelně? Kdy a proč?**

Někdy to tak mám, ale ne vždycky. Měl jsem to vždycky třeba s Hrou o trůny, že jsem si zopakoval tu sezónu, než měla vyjít nová a udělal jsem si takovej recap, plus jsem to měl s něčím spojený, tak jsem se rád do toho období vracel. Jako jsou občas seriály, na který se znova podívám, pokud jsou fakt dobrý. Když chci oddechovku u usínání, nebo mi něco hraje v pozadí, když se učím, tak to jsou sitcomy. Prostě jsem viděl třeba Přátele nebo Teorii velkého třesku, a to sjíždím furt dokola.

### **Když máš tolik platform, jak se rozhoduješ mezi tím, jakou platformu si zvolíš?**

Záleží na tom, co je na konkrétní platformě za obsah, podle toho se rozhoduju. Většinou vím, co chci sledovat, a s tím někam jdu. Netflix snad jako jedinej projíždím, pokud tam nenajdu něco, co mě zaujme.

### **Podle jakého klíče si na té dané platformě vybíráš, co budeš sledovat?**

No, podle toho, na co mám náladu a chuť, a jestli to prostředí, ve kterém se to odehrává, je pro mě dostatečně atraktivní. Tak to mám ale jen v případě toho Netflixu, že to někdy i víc projíždím a hledám. U těch ostatních už se řídím fakt podle konkrétního titulu.

### **Jak vnímáš různá doporučení? Jaká případně upřednostňuješ?**

Jako největší váhu má asi doporučení od známých, to vždycky určí to, jestli tomu dám šanci, vždycky to ale určuju já, na co se budu koukat. Nemyslím si, že má Netflix až tak dobrý algoritmy, abych se podle toho řídil. Třeba ty jejich notifikace o novém obsahu, anebo takový to, co by se mi mohlo líbit, nemám rád, vadí mi, jak mě to otravuje. Občas maximálně, když je nějaká ukáзка a jako fakt se mi to líbí, tak si to uložím do listu a ten algoritmus mi k něčemu je.

### **Jak do tvého každodenního dne zapadá sledování různých mediálních obsahů? Kdy obsahy sleduješ? Liší se tvůj sledovací návyk v pracovní a volné dny?**

Asi opravdu záleží. Buď je to něco, co mě pohltí, a sjíždím to hodně, nebo mám suchý období a nic mě nezaujme. Většinou když už koukám, tak ale večer, nebo v autobuse, nebo v práci, když není co dělat. Ale neliší se to, jestli je víkend nebo běžnej den.

### **Kolik hodin trávíš sledováním týdně a jak často něco sleduješ?**

Když mám nějaký to suchý období, tak to třeba zahrnuje jen nějaký odpočinkový věci, a to je to pak třeba jen 3 hodiny za týden. Když je to ale zrovna to dobrý období, tak koukám jak divej a je to třeba 20 hodin.

### **Na jakém zařízení ty obsahy sleduješ?**

Nejčastěji na telefonu, protože to je šikovný a praktický. Sice doma máme chytrou televizi, ale tu nepoužívám, když se koukám večer, tak se v posteli koukám z mobilu. Na počítači jen někdy, když mi to běží v pozadí.

### **Jak jsi sledoval obsahy, než jsi začal využívat streamovací platformy? Sledoval jsi to třeba někdy i nelegální cestou?**

No jasně, to byly časy... na televizi jsem ani dřív nějak extra nekoukal. Většinou jsem si všechno stahoval přes torrenty. Byl jsem fakt takovej pirát. Já mám takovou filozofii, že jakmile mi nedá distributor jakoukoliv možnost se na ten film podívat a mít to k dispozici, tak mi nedává jinou možnost, než to zpirátit. A nemám s tím žádný problém. Ale jakmile to tu je k dispozici, tak nemám problém si za to zaplatit a koukat legální cestou.

### **Jak se změnilo tvoje sledovací návyky od té doby, co máš ty streamovací platformy?**

Tak usnadnilo se mi to třeba v tom, že můžu koukat z toho mobilu. Dřív, když jsem si dal fakt hodně záležet, tak jsem mohl koukat na tu zpirátěnou věc taky z mobilu, ale bylo to takový míň pohodlný. Asi v tom nevidím ale nějaký rozdíl.

### **Jak jsi to měl v období covidu? Měla situace vliv na to, co jsi sledovali a jak často?**

Na to, co jsem sledoval, to vliv nemělo, ale jak často asi jo, když jsme byli zavření doma, takže jsem se koukal víc i třeba z počítače. Škola a všechno bylo online, takže se mi asi změnilo max tak to zařízení, to bylo asi tak všechno.

### **Máš někdy tendenci strávit více času sledováním, než jsi plánoval?**

Jo, já jsem člověk, kterej trpí prokrastinací, takže to asi mluví samo za sebe. Myslím si, že v poslední době se dokážu líp kontrolovat a stanovit si třeba nějakou jen omezenou čas, ale rozhodně jsem toho schopnej. Skvělej příklad k tomu je třeba ten Beckham, kterýho jsem zkouknul za jeden večer. Ale to je zas specifický tím, že to mělo jen 4 díly, co byly dlouhý 4 hodiny. To jsem jako už předem věděl, že tenhle večer bude věnovanej jenom tomu a že to shlídnou za ten večer. Ono mě to fakt hodně chytlo, takže jsem koukal asi od osmi do půlnoci. Jako ale obecně je to průser, když se mi to stane i třeba s anime, to je fakt nejnebezpečnější, protože to má krátký díly, často to končí nějakým cliffhangerem a jsou to příběhy na další dobu, a prostě to potřebuju vidět.

### **Vyhovuje ti, že máš víc dílů k dispozici?**

Pro moji prokrastinaci to dobrý rozhodně není a pracovní aktivitu to taky nezlepšuje, ale mojí osobní pohodu jo.

### **Jak se cítíš ohledně toho času, který tomu sledování věnuješ?**

Někdy jsem se cítil provinile. Vnímám to, jakože mi to někdy i něco dá, užívám si to, ale někdy jsem toho párkrát zalitoval, že jsem nestrávil něčím progresivnějším ten čas, to se jako přiznám, to budu upřímněj.

### **Sleduješ ten obsah na streamovacích platformách spíš sám nebo s někým?**

Tak spíš sám. Jako s rodinou někdy jo, ale záleží na konkrétních titulech, protože rodiče v posledních pár letech taky oslnil svět streamovacích platforem a sjíždí opravdu spoustu věcí. Často jim něco doporučím a koukám na to s nima, pokud se časově zastihneme.

### **Jak se tahle volba společného sledování promítá v tom, co budete sledovat a jak se na to soustředíš?**

Já se na to soustředím, hodně si všímám detailů. Nekoukali jsme se spolu úplně na všechny díly nějakýho mnou doporučenýho seriálu, protože ani nemáme moc stejnej čas na to koukání, ale já třeba chtěl vidět i ty jejich reakce a dost mě třeba štvalo, když tomu táta nevěnoval stoprocentní pozornost.

### **Když už na něco koukáš, máš to spíš jako soustředěný zážitek nebo jako doprovod k něčemu dalšímu?**

No, záleží na konkrétním titulu. Odpočívárny slouží jako kulisa. Nebo když už jsem v takovém polospánku, tak rád u těch různých sitcomů usínám. Stoprocentní soustředění věnuju novým titulům a snažím se, aby mi nic neuteklo.

### **Přepis rozhovoru č. 9**

|                            |                |
|----------------------------|----------------|
| Jméno respondenta:         | Iva            |
| Datum realizace rozhovoru: | 13. října 2023 |
| Délka rozhovoru:           | 32 min         |

### **Řekni na úvod něco o sobě...**

Jsem studentka, snažím se dělat i jiné věci, třeba cvičit mě docela teďka baví, nebo s jógou jsem teď začala. Nebaví mě ale cvičit samotnou, takže chodím do studia na skupinový lekce.

### **Jak se dnes máš?**

Dneska? Dneska jsem si přispala a vstávala jsem v sedm, protože jsem nikam nemusela, takže jsem si krásně odpočinula, pak jsem si dala snídani, pak jsem se trochu učila španělsky na Duolingu, a pak si rychle projela pár stran materiálů do školy.

### **Takže budeš habla español?**

No, snad jo. Už jsme byli minulej rok v Barceloně, kde oni do toho hážou tu katalánštinu, ale jako domluvila jsem se i s lidma, který absolutně anglicky nemluvili.

### **A to se učíš jen přes Duolingo?**

Jo, ale občas si pustím třeba nějaký seriál ve španělštině.

### **To je hrozně super, že se takhle jako samouk dokážeš domluvit. Dostáváme se tím plynule k tématu...jaké máš streamovací video služby?**

Tak mám Netflix a občas používám HBO, tam zrovna teď koukáme s přítelem na Přátele.

### **Proč obecně používáš streamovací služby, jaké k tomu máš důvody nebo motivace?**

Přítel byl teď půl roku v Německu, takže jsem v bytě byla dost sama, nebo jsem si to pouštěla k jídlu, nebo prostě když jsem si chtěla odpočinout po dlouhým dni, tak jsem si pustila nějaký film nebo seriál. Takže to беру tak, že tím trávím čas a odpočinu si u toho, nebo mi to trochu nahrazuje i společnost, když jsem sama, plus se tím zabavím a můžu si procvičovat i tu španělštinu. Já teď moc nepoužívám ani angličtinu, takže jí aspoň poslouchám a snažím se jí nějak udržet.

### **Proč máš konkrétně ten Netflix a proč využíváš to HBO?**

Protože...ten Netflix byl jednu dobu fakt velkej jako z marketingovýho hlediska, bych řekla, tak v té době jsem si ho koupila s tím, že tam byl i docela výběr těch filmů a tak, což si myslím, že šlo teď i dost dolů poslední dobou. A to HBO prostě nabídli příteli a jsou tam taky dobrý věci, třeba právě ty Přátele, ty mám fakt ráda, už jsme je spolu viděli několikrát. Nebo to беру prostě jako takový rozšíření obzorů, že zjišťuju, co mají v nabídce jinde, protože na tom Netflixu už taky kolikrát není třeba to, na co bych měla náladu v tu konkrétní chvíli.

### **Jaké spatřuješ ve využívání streamovacích platforem výhody oproti televiznímu vysílání?**

Nejsou tam reklamy, to je pro mě strašně důležitý, protože my už televizi ani nemáme. Nebo jako je tady, ale není zapojená na set top box, takže už není víceméně funkční. Můžu si pustit kdy chci, co chci a já třeba když přijedu domů a mám něco rozkoukanýho, nějaký seriál nebo film, tak strašně nenávidím to, když mi by tam měly jet reklamy, to mě prostě nebaví a přijde mi to jako ztráta času koukat s reklamama. Když už si k tomu

chci sednout, tak na to chci koukat na celý bez reklam. Navíc je to taky pohodlný v tom, že mám ten Netflix v mobilu, takže si to třeba můžu i stáhnout, takže i na cesty je to dost dobrý.

### **Sleduješ tedy někdy televizi, pokud ne ve společné domácnosti, tak třeba u rodičů?**

Doma ne, to se radši koukneme na ivysílání na počítači nebo telefonu, zkouknu zprávy a zbytek zajímavostí si třeba někde dočtu. Když přijedu na víkend k našim, tak oni na televizi koukají hodně, takže občas něco vidím, ale jako nebaví mě to. Takže si spíš popovídám s rodičema a pak je u té televize nechávám, maximálně když dávají zprávy, tak se s nima podívám, sama od sebe ne.

### **Jaké máš předplatné a sdílíš ho s někým?**

Já si platím jen ten Netflix, a přítel platí HBO, ale mají to třeba v pěti lidech a se mnou to sdílí. Ten Netflix mám s přítelem napůl, takže platím jen poloviční cenu.

### **Kolik teď za měsíc platíš? A jaká částka by ti přišla adekvátní?**

Upřímně si nejsem jistá... vím, že celkem je to nějak kolem 260 korun, takže platím půlku, ale odchází to z mojích karty a je to psaný na mě, takže to někdy беру celý já. Do těch tří stovek mě to nebolí, i kdybych to měla platit sama, jakmile by to bylo nad to, tak bych to začala víc řešit. Ty peníze jsou pro mě celkem důležitý faktor, protože ve chvíli, kdy to mám platit každý měsíc, tak se to nashromáždí.

### **Co by tě motivovalo k předplacení další platformy?**

No, mě se nechce platit víc, než tu jednu, to by mě jako nebavilo, nechtěla bych a přišlo by mi to, jako že už trochu vyhadžu peníze. Já bych to spíš vyměnila ve chvíli, když by mě ten Netflix přestal bavit, nebo by mi nevyhovoval ten výběr a přešla bych k někomu jinému. Případně mě hodně lákala Euforie, tak to jsem si říkala, že bych si přeplatila to HBO, ale pak přítel přišel s tím, že to má, tak jsem začala koukat i na to HBO a měla to zadarmo. Maximálně, kdyby někde byl fakt nějaký zajímavý seriál, kterej bych potřebovala vidět, tak potom bych si to možná na ten měsíc zaplatila.

### **A motivovala by tě třeba i nějaká výhodná akce?**

Jako určitě by to podpořilo to moje rozhodnutí. Víím, že něco podobnýho mělo Disney, že mělo nějakou časově omezenou cenu předplatnýho, ale musela bych fakt chtít nahradit ten Netflix, což momentálně nechci.

### **Zaznamenala jsi v souvislosti s tvým předplatným nějaké restriktce? Pokud ano, jaké a jak se změnilo tvoje užívání těchto služeb?**

Jako zaznamenala jsem teďka v souvislosti s Netflixem to, že jsme byli v Německu a tam mají jinej ten výběr, vyloženě jako dost jinej, a i oproti tomu našemu je dost osekanej, takže mi nějaký seriály třeba zmizely. Ale to je tak všechno, dotklo se mě to jen v rámci té nabídky, jinak nic nepozoruju a používám ho dál. To HBO máme tuším tak, že jde koukat jen na tři zařízení zároveň, ale ještě se nikdy nestalo, že by se jako zablokovaly navzájem ty zařízení, protože jich pět plus já asi ani ve stejnou dobu nikdy nekoukáme.

### **Jakému obsahu dáváš přednost (seriály, filmy...)? Preferuješ spíš český obsah nebo zahraniční?**

Určitě mám radši zahraniční tvorbu, na českou koukám dost výjimečně. A většinou mám rozkoukanej nějaký seriál, kterej si tak různě rozděluju. A filmy...mám ráda takový ty sladárny, takže když chci mít romantický večer, tak si pustím romantický film. A s přítelem občas koukáme na reality show. To je takový guilty pleasure, když večer už fakt nemůžeme, tak si pustíme něco takovýho jako třeba Selling sunset.

### **Na co třeba teď koukáš?**

Teďka koukám hodně na House of cards, ale už mě to moc nebaví. Chci si pustit novou řadu Sex Education. Hodně se mi líbilo třeba i drama Firefly Lane.

### **Vracíš se někdy k nějakým obsahům opakovaně? Kdy a proč?**

Já se vracím k těm předchozím sériím, pokud mě to jako dost bavilo a chce se mi nad tím strávit ten čas a nepamatuju si to úplně přesně, což já mám jako strašně špatnou paměť a než vyjde nová série, tak to zapomenou. A potom mám All the boys that I love a to je prostě taky takový z mýho dětství, že si tím připomenou to období, a je to taková sladárna a film, co tě pohladí po duši a víš, co od toho čekat.

**Jakým způsobem se rozhoduješ, co a kde budeš sledovat, když máš před sebou rozsáhlou nabídku? Jak si vybíráš to, co a kde budeš sledovat?**

Já koukám většinou na Netflix, protože to HBO je spíš přítele a tam se koukáme víc spolu. A když koukám na Netflix, tak buď koukám podle té nabídky, nebo tam jsou takové ty ukázky z filmů a já si to dávám do toho mého listu, takže si pak vybírám z toho. Nebo jsem prostě dlouho něco neviděla, nebo vlastně vycházela ta nová řada, tak si to pustím.

**Mě by ještě zajímalo, jak vypadá tvůj rozhodovací proces na tom Netflixu? Už jsi trochu začala třeba s nějakým algoritmickým doporučováním, ale na co ještě dalšího dáš nebo co ti pomáhá si tam vybrat?**

Občas, když je nějaká pěkná herec, tak vyhledávám nějaký film podle jeho jména, když chci něco nového, ale záleží, jak kdy. Jinak většinou mám rozkoukaný seriál, takže se vracím kvůli němu. Když hledám něco nového, tak projedu ten svůj list, a když mě nic nebaví, tak dávám na algoritmy a scrolluju, ale to už musím být jako hodně zoufalá, abych tohle dělala. Přijde mi, že pak už mi zabírá víc času si najít ten film, než si to pustit.

**Jak vnímáš ta různá doporučení obsahu? Případně, upřednostňuješ doporučení od známých, nebo třeba to algoritmické doporučování...?**

Největší váhu dávám tomu, když mi to někdo doporučí z mého okolí, protože když už mi to někdo doporučí, tak to jsou lidi, který mě znají a vím, že by se mi to mohlo líbit. Třeba TOP 10 ignoruju, ale pokud se to začne projevovat na sociálních sítích a je to všude i ve feedu, tak pak se na to podívám. Recenze nečtu, algoritmy vnímám neutrálně, ale nepřijde mi, že by to u mě zas tak dobře fungovalo a doporučovalo mi to skvělé věci.

**Jak do tvého každodenního dne zapadá sledování? Kdy obsahy sleduješ? Liší se tvůj sledovací návyk v pracovní a volné dny?**

Většinou se to odvíjí od toho, jestli jsem zrovna doma. Já mám volno zrovna úterky a pátky, takže nemusím do školy, a když jsem doma třeba sama na oběd, tak si to pustím k obědu, nebo když si řeknu, že už jsem toho udělala fakt dost, tak si řeknu, že mám hodinu nebo půl hodinu za odměnu volno a můžu se na něco koukat. Když jsem u našich, tak si to pouštím spíš večer, nebo s přítelem kouknu večer na ten jeden díl Přátel, než jdeme spát.

**Jak často sleduješ obsah na streamovacích platformách? Kolik času týdně strávíš jeho sledováním?**

Většinou je to třeba tak 5x do týdne, když mám zrovna volno a celkem je to třeba tak 8 hodin za týden.

**Na jakém zařízení sleduješ streamovací služby? Proč?**

Nejčastěji koukám přes telefon, protože je to nejjednodušší a nemusím zapínat ten notebook. Případně teda někdy taky na něm, pokud tam mám něco rozdělaného, tak využiju, že už ho mám zapleť. Chytrou televizi nemáme, máme jen starší TV, u našich ale chytrá je, tak tam si někdy třeba pustím nějakou komedii s mámou.

**Jak jsi sledovala obsah předtím, než jsi začala využívat streamovací služby?**

Dřív jsem koukala spíš na televizi a případně na takový ty různé online stránky, takže tam jsem začala víc koukat, když jsem byla starší. Asi i kvůli reklamám v TV a kvůli tomu, že jsem si mohla pustit, co jsem zrovna chtěla.

**Jak se tvoje sledovací návyky změnily od doby, co jsi je začala používat?**

Ve chvíli, kdy přišel ten Netflix, tak mi to přijde uživatelsky pohodlnější. Můžu si to i k tomu jídlu prostě jen tak vytáhnout ten mobil a nemusím zapínat televizi, nebo se natahovat pro ovladač. Opřu mobil o stěnu a koukám. Asi koukám trošku víc, ale podle mě mi to bere i míň času, než když jsem koukala na televizi, kde to trvalo, než jsem si něco chtěla vybrat. Nikdy jsem si to navíc dřív nestahovala, ale teď díky tomu Netflixu můžu.

**Jakým způsobem jsi využívala tyto služby během období pandemie?**

Asi jsem to určitě sledovala víc a častěji. A byly to většinou míň vážnější věci, že jsem si prostě fakt chtěla zvednout víc náladu, tak jsem koukala na ty lehčí věci, ale byly to pořád věci, který byly na tom mém listu a chtěla jsem je vidět.

**Máš někdy tendenci strávit více času sledováním, než jsi plánovala?**

Jo, určitě, když je to zajímavý, tak si pustím další epizodu. Ale jsem zas celkem zodpovědná v tom, že si řeknu maximálně můžu do tohoto času, a to se snažím vyplnit. Někdy si to teda přetáhnu třeba o 10 minut, ale když nic nemusím dělat tak třeba 2x v týdnu tomu nechám volnej průběh a pustím si víc než jednu epizodu. On třeba ten nákup taky počká, cvičit taky můžu později. Nechtěla bych nad tím ale strávit třeba půl dne. Neříkám, že se mi to třeba s Emily in Paris během Vánoc nestalo, ale mám pak pocit, že jsem hrozně neproduktivní. Maximálně, když jsem nemocná, tak to nechám běžet tak dlouho, jak to jde.

### **Vyhovuje ti tedy, že máš více epizod na jednom místě?**

Vyhovuje, pro mě je to prostě pohodlnější. Uznávám, že kdyby to tam nebylo a musela bych jako udělat nějaký ty úkony k tomu, a nestačilo by zmáčknout jen next episode, tak bych se nad tím asi víc zamyslela, ale takhle mi to vyhovuje a nepříjde mi, že bych tím trávila nějak víc času a přijde mi to v pohodě. Dřív jsem třeba koukala na Hru o trůny do noci a pak šla do školy, ale to už bych dneska neudělala, na to si až moc vážím svého spánku.

### **Sleduješ obsah na streamovacích službách spíše sama nebo s někým?**

Já bych řekla, že je to tak půl na půl. Buď si pustím něco sama, pokud tu jsem sama, a když ne, tak na něco koukám s přítelem, nebo si pustím něco na té chytré televizi na Netflixu s mámou.

### **A když už něco s někým sleduješ, má tahle volba vliv na to, co si vybereš a způsob, jak tomu věnuješ pozornost?**

S přítelem máme podobnej vkus na filmy, s rodičema taky, takže je to takový jednodušší si něco pustit. Přítel to třeba rád stopuje, aby mi k tomu něco sdělil, takže to moje soustředění ovlivňuje. Obecně i když koukám sama, tak to mám ale radši tak, že se soustředím. Když chci kulisu, tak si pouštím písničky nebo podcast.

### **Přepis rozhovoru č. 10**

|                            |                |
|----------------------------|----------------|
| Jméno respondenta:         | Natálie        |
| Datum realizace rozhovoru: | 14. října 2023 |
| Délka rozhovoru:           | 39 min         |

### **Na začátek se prosím představ...**

Jsem Natálie, ve volným čase, kterýho poslední dobou zas tolik není, ráda trávím čas s kamarády, běhám a sportuju.

### **Jak se dneska máš?**

Mám se trochu unaveně, ale jinak dobrý.

### **Byla jsi někdy účastníkem nějakého výzkumu?**

Ne, tohle je pro mě premiéra, ale jsem ráda, že můžu pomoci a zároveň si můžu s někým popovídat.

### **Co máš za streamovací video platformy, které si předplácíš?**

Mám Netflix a HBO.

### **Jaké jsou hlavní motivace a důvody, proč je používáš?**

Jako první důvod mě napadá, že nemám televizi, a když mám chuť se na něco podívat, tak je to jediná možnost. Zároveň se snažím na ty filmy a seriály koukat v angličtině, takže je tam nějaký důvod spojený s jazykem. Občas koukám taky na dokumenty, abych se toho dozvěděla víc o historii. Nebo tím prostě jen ráda trávím volnej čas a relax, když se chci odreagovat.

### **Proč máš konkrétně zrovna Netflix a HBO?**

Netflix byl asi úplně můj první, takže jsem si ho koupila, protože ho měli lidi i v mém okolí a říkali, že je to dobrý, no a až za nějakou dobu mi k tomu přibylo HBO, což mám i trochu jako takovej bonus, protože táta platí HBO ze satelitu na televizi v obýváku, a k tomu má nějak v rámci toho balíčku HBO max zdarma. Mě ale obecně ta nabídka na Netflixu přijde dobrá, takže to HBO používám jen někdy.

### **Jaké spatřuješ ve streamovacích platformách výhody třeba oproti televizi?**

Zvolím si ten seriál, nebo film, kterej zrovna chci a nemusím se řídit programem, kterej jede nebo teda je nějak určený. Nejsou tam reklamy, který zabere šilný množství času, to si myslím, že je velká výhoda. V počítači, v mobilu, v aplikaci...no prostě kdekoliv si to můžu pustit a nastahovat a koukat na to i někde po cestě v autobuse, v letadle nebo kdekoliv. Další věc je s audiem, že si můžu i španělský seriály dát do angličtiny, což v televizi takhle nemáš.

### **Když už jsme u televize, sleduješ ji ještě vůbec?**

Ne, nesleduju vůbec. Nemám na to čas, ale vlastně mě vůbec nanapadne ji ani u rodičů zapnout, možná i tím, jak je tam omezená ta nabídka a nemůžu si to vybrat podle sebe. Cíleně, když už chci koukat, tak jdu rovnou na ten Netflix. Občas když si dělám u našich jídlo, tak slyším, že je zaplá televize, ale nasednu si k tomu a nekoukám.

### **Jaké máš předplatné a s kým ho případně sdílíš?**

Předplatné mám měsíční, to máme premium a sdílím to se 4 lidma. HBO sdílím ještě s bráchou, kterej bydlí s přítelkyní, takže s nima, ale tak za to si neplatím, ale rodiče ani pomalu neví, že to existuje, nějaký Netflixy a podobný věci...

### **Jaká částka ti za měsíc přijde adekvátní a kolik za to ty měsíčně dáš?**

Jako určitě pro studenta mi přijde adekvátní za to dát za měsíc do stovky. Já za ten Netflix měsíčně dávám 80 korun, takže za mě je to v pohodě.

### **Co by tě motivovalo k předplacení další platformy?**

No, asi třeba pokud by byla nějaká spolupráce mezi dvěma platformama a měly by nějakou zvýhodněnou cenu, tak třeba to, ale jinak by to musela být nějaká nabídka, která by mě zajímala. Třeba Disney je něco, co mě úplně neláká, ale kdyby tam měli nějaký obsah, kterej by směřoval ke mně blíž, tomu, co mě zajímá, tak bych o tom uvažovala. Když mě třeba zajímal Survivor, tak jsem si na dva měsíce zaplatila Voyo, ale pak už jsem to zase přestala používat.

### **Zaznamenala jsi v souvislosti s nějakým tvým předplatným nějaké restriktce?**

Bohužel jo, občas se mi stává, že se nemůžu přihlásit. Píše mi to, že moje zařízení není součástí domácnosti, asi to nějak rozeznává tu wifi a pak mi to dělá problémy. My si neplatíme za nějakou tu další domácnost, děláme, že jsme jedna, i když jsme různě rozestý. Mě to teda z karty neodchází, má to na sebe kamarádka, takže ta to vždycky se mnou řeší, když mám nějaký takovej problém a nějak to vždycky odblokuje, že to pak nějakou dobu funguje a občas to zlobí. Asi odendává nějaký zařízení, aby to šlo, nebo tam občas zaklikávám možnost, že to chci ověřit, tak pak jí musí přijít nějaký potvrzovací kód.

### **A změnilo se nějak díky tomu to, jak to používáš?**

Ne, používám to dál a asi pořád stejně. Ale je zajímavý, že HBO mi žádný takový problémy nedělá.

### **Jakýmu obsahu dáváš přednost (seriály vs filmy), jakou máš radši tvorbu (zahraniční vs českou)?**

Tak určitě tvorbu zahraniční, mě láká na tom koukat v angličtině, že mám vlastně takovej pocit, že se díky tomu zrelaxuju a že mi to něco dá, když poslouchám ten anglický jazyk. Mám asi radši seriály, ale někdy se sem tam taky kouknu na nějaký film.

### **Máš třeba i něco konkrétního oblíbeného?**

Já teď vůbec nevím...

### **Vem si klidně telefon a podívej se, co tam máš...**

Už to zapínám ten Netflix...



### **Co tě napadá?**

No tak, Emily in Paris třeba, Kravat'áci, Too Hot to Handle, Bridgertonovi nebo třeba New Amsterdam. Obecně mám ale ráda oddechovkový věci, který občas proložím nějakým historickým filmem.

### **Máš někdy i nějaký obsah, ke kterému se vracíš?**

Takhle asi teď úplně ne, ale třeba před pár lety, jsem koukala na Gilmoreova děvčata přes podzim a zimu, což mě takhle občas, jako když se blíží podzim, i napadne, že bych to udělala znovu, protože mi to navazuje tu podzimní a zimní atmosféru a přijde mi to takový tematický. Jinak ještě u tý Emily in Paris jsem vždycky balila dárky.

### **A než má vyjít nějaká sezóna, tak už nekoukáš z důvodu, že by sis to chtěla zopakovat?**

Ne, občas mě to štvě, že si ty souvislosti nepamatuju, ale znova nekoukám.

### **Jak vnímáš různá doporučení (algoritmy, recenze...)? Co z toho doporučení upřednostňuješ?**

Já se hodně koukám na to, co právě letí a do TOP 10. Na to dám hodně, řeknu si, že to bude asi dobrý a většinou se na to pak podívám. Na osobní doporučení dám taky.

### **Dáváš si někdy i něco do toho listu?**

Já si to většinou do toho listu oblíbených nedávám, takže to tak ani nemám, že bych tam měla nějaký seznam. Buď si to pamatuju, že bych se na to chtěla kouknout, nebo na to rovnou začnu koukat.

### **A co třeba ty úvodní ukázky, co si o nich myslíš?**

Jo, ty jsou fajn, ale ne vždycky na to chci zrovna koukat. Když se kouknu na něco válečného, tak mi to tam pak hází i ty válečné věci, ale já to přeskakuju, protože na to koukat nechci. Takže v jádru jsou ty algoritmy užitečný, ale prostě někdy jsou trochu k ničemu, takže si to najdu radši sama.

### **Podle jakého klíče se rozhoduješ, jestli půjdeš zrovna na HBO nebo na Netflix?**

Jako já využívám hlavně ten Netflix, to HBO projíždím jen jednou za čas. Teď jsem tam zrovna začala koukat na suprovej seriál Letuška. Ale většinou mě tam nic nezaujme a vracím se zpátky na Netflix. V současný chvíli má pro mě asi i ten Netflix lepší nabídku než HBO, takže tam jdu i kvůli tomu jeho obsahu.

### **Když už jsi na té platformě, jak vypadá nějaký tvůj rozhodovací proces?**

Chvilí koukám, prolístuju si různé kategorie, romantický filmy, hollywoodský filmy...jedu na tý první stránce a hledám. To vyhledávací pole nevyužívám, protože málokdy se stane, že bych tam šla kvůli něčemu konkrétnímu, pokud mi to někdo nedoporučí.

### **Jak do tvýho každodenního dne zapadá sledování, kdy sleduješ obsahy a liší se to nějak o víkendu nebo všední dny?**

Většinou než mi začne škola, tak si něco zapnu u snídaně, pak když mám volnější večer. Přes den většinou moc ne, takže se často koukám po částech. O víkendy se to ale asi neliší.

### **Jak často tedy koukáš a kolik hodin je to za týden?**

Většinou to není každý den, řekla bych tak 4-5 dní v týdnu a hodinově tak 7 hodin za týden.

### **Na jakém zařízení koukáš a proč?**

Většinou koukám na počítači. Televizi nemám, takže koukám na tom počítači, protože to má větší obrazovku než mobil, do mobilu si to zase můžu stáhnout a koukat někde na cestách.

### **Jak jsi sledovala obsahy dřív, využívala jsi k tomu nějakou nelegální cestu?**

Koukala jsem na televizi. A jinak...jo, využívala jsem trošku Uložto, stahovala jsem si přes to občas nějaký filmy na disk. Různý online stránky jsem k tomu občas využívala taky, ale jako minimálně, tam mě vždycky zaskočilo, co tam na mě vyjízdělo, já jsem se toho vždycky bála, aby mě to nehodilo někam, kam nechci.

### **Jak se tvoje sledovací návyky změnily od doby, kdy jsi začala využívat streamovací platformy?**

Změnily se určitě v tom, že jsem si to začala zapínat u snídaně a obecně u jídla. To jsem jako dřív asi nedělala a měla tam dřív místo toho tu televizi. Z pohledu času si myslím, že jsem tomu asi nějak hodně nepodlehla. Občas byly nějaký ojedinělý případy, kdy mě něco zaujalo a já se to pak snažila každou chvíli pustit, i když jsem se třeba malovala, ale není to pravidlo. Koukám asi tak nějak stejně.

### **Co v období covidu? Máš pocit, že to ovlivnilo to, jak často jsi koukala a na co?**

Jo, to určitě, jak jsme byli zavření doma, tak to jsem to určitě využívala víc. Je pravda, že jsem na tom strávila víc hodin, než teď za běžného režimu. Spíš jsem se tam chodila odreagovat, abych myslela na něco jiného, takže jsem si pouštěla různé oddechovkové věci, občas akční nebo vtipný komedie. Když byla všude ta tematika covidu, tak jsem tomu chtěla uniknout aspoň tam, ale občas se tam něco takového taky objevilo, a to se mi moc nelíbilo.

### **Máš někdy tendenci strávit víc času sledováním, než jsi plánovala?**

Když mě něco extra zaujme, což se teda zas tak často nestává, tak jo, to určitě. To si to fakt zapínám v každý chvílce, kdy to jde, u vaření nebo tak a zapnu si to kdykoliv i tehdy, kdy bych si to třeba zrovna nezapla.

### **Snažíš se mít nad tím stráveným časem nějakou kontrolu?**

Jo, to určitě. Mám asi nějaký rozum, že se tím nenechám naprosto pohltit, že bych tím strávila celý den, ale vím prostě, kdy je v pohodě si u toho odpočinout, a kdy je fajn si říct, že bych to měla vypnout, že to stačí a že jdu ven.

### **Stává se ti tedy někdy, že si pustíš víc dílů seriálů za sebou a že ztratíš pojem o čase?**

Ne, řekla bych, že ne. Jako asi v období covidu vím, že jsem zvládla shlédnout několik těch sérií hned za sebou, což se mi teď jako běžně nestane. Někdy ty seriály jsou trochu zrádný tím, jak jsou krátký. Třeba u té Emily in Paris, má jeden díl tak 20 minut, takže to bylo takový, že jsem klikala na další, další a vlastně z toho pak vyšlo, že to vypadalo, že to je krátký, ale když jsem najednou shlédla pět těch epizod, tak mi to zabralo nějaký čas, no.

### **Vyhovuje ti, že máš víc dílů k dispozici za sebou?**

Vyhovuje. Když mám k dispozici třeba deset dílů a zkouknou prvních pár, tak prostě chci vidět i ty další a nechce se mi čekat další půlrok, než mi to tam naskočí. Za mě je lepší mít tam tu celou sérii najednou a v průběhu toho, jak má člověk čas, na to koukat. Já bych tam ideálně prostě chtěla mít všechno najednou, ať to všechno zfouknu a nemusím čekat další rok na to, než to natočej.

### **Jak se cítíš ohledně času, který trávíš sledováním?**

Já to většinou mám tak, že když vím, že mám nějaký povinnosti, tak jim dám přednost. Koukat se můžu až v momentě, kdy to mám hotový a mám čas. Když se u toho pak zaseknu, tak nemám pocit že bych udělala něco špatně, ale mám to za odměnu.

### **Sleduješ ty obsahy spíš sama nebo s někým?**

Spíš sama, protože si potom reguluju, na co chci koukat, jak dlouho, a jestli v češtině, nebo angličtině. Občas se stane, že koukám se členama rodiny nebo kamarádama, to si většinou vybereme nějaký film, ale třeba na seriál koukám radši sama.

### **A když koukáš s někým, má to vliv na to, jak se na to soustředíš a na co?**

Když koukám s někým dalším, tak se musíme ohledně toho společně dohodnout v obsahu filmu, pak na jazyku, titulcích a potom je pravda, že ne vždycky se na to soustředím, že třeba spolu začneme mluvit nebo si jdeme pro jídlo. Když koukám sama, tak se to snažím vnímat, co to jde. Když koukám s někým, tak je tam ten další vjem.

### **Když koukáš sama upřednostňuješ to, že to máš jako zážitek nebo to máš jako kulisu?**

To přesně záleží, co to je za žánr. Ty dokumenty se snažím vnímat a zpracovávat to, když si pustím oddechovku jako třeba Přátelé, tak to mám jen jako kulisu a můžu jít uklízet. Úplně u toho nemusím sedět a soustředit se na to, je to prostě jen taková kulisa, aby nebylo ticho.

## Přepis rozhovoru č. 11

|                            |                |
|----------------------------|----------------|
| Jméno respondenta:         | Barbora        |
| Datum realizace rozhovoru: | 16. října 2023 |
| Délka rozhovoru:           | 32 min         |

### **Představ se prosím na úvod...**

No, jsem Bára, hodně baví moje studium, zajímám se o ekologii a v poslední době jsem začala sbírat různé Star Wars věci, mám jich teď hrozně moc a sbírám i lego.

### **Jaký si dneska měla den?**

Dneska to bylo takový docela unavující, ale jako nebylo to tak špatný. Začal mi další týden školy, takže jsem měla nějaký přednášky a bylo to takový uspěchaný.

### **Když přejdeme k tématu a začneme, jaké používáš streamovací služby, pokud myslíme video?**

Takže já mám vlastně Netflix, potom mám to HBO a potom mám Disney.

### **Proč jsi se rozhodla pro to využívání tady těch streamovacích platform? Jaké byly nějaké tvoje motivace nebo důvody?**

Hele, já jsem na tyhle ty věci začala koukat docela brzo. Jeden z důvodů proč, byl i ten, aby se mi zlepšila angličtina a teďka koukám třeba i na německý věci a tak, ale postupem času už je to spíš jako odpočinek. Nebo koukám na různé dokumenty třeba i o vrazích. Je to už takový edukativní ale i zábava. Občas i jako únik před realitou. Občas koukám na nějaký jako reality show, kde jsou na sebe lidi hodný, je to takový klidný a navodí mi to příjemnej pocit. To dělám, když mě prostě prudí třeba můj šéf.

### **Proč konkrétně máš ten Netflix, to HBO, a to Disney?**

Hele, Netflix, jsem měla jako první. Ten беру jako takovej všeobecněj, tam mi přijde, že mají od všeho něco. Co se týče toho Disney, tak Disney se mi líbí jak kvůli pohádkám, tak i filmům, ale mají tam třeba i Futuramu nebo chronologicky seřazený Star Wars atp. a to je fakt super. U toho HBO... mi přijde, že tam koukám jako spíš na nějaký seriózní filmy, na který třeba zrovna nejdu do kina.

### **Jaké spatřuješ ve využívání tady těch streamovacích platform výhod, třeba oproti televiznímu vysílání?**

Zapravý, můžu si to pustit třeba díky notebooku i v posteli. Pak mi přijde taky dobrej ten výběr. Je toho fakt jako hodně, navíc se vždycky můžu podívat, na co chci a nemusím jako čekat. Pak si to taky můžu prostě pauznout a je to víc flexibilní. Je to bez reklam, kolikrát někde vyskakují takový nestydatý věci, tady se to nestane.

### **Když už jsme se dotkli televize, koukáš na ni?**

Jako koukám, ale jenom na nějaký vybraný pořady, třeba jsem si zapla volební debatu, ale to bylo prostě už taky dávno, spíš si pustím ten Netflix zrovna. Takže vlastně ani moc nekoukám. Rodiče občas koukají na Stardance, tak to občas ještě vidím.

### **Z jakých zařízení sleduješ ty streamovací platformy?**

No, primárně notebook, televizi na koleji nemám, u rodičů je chytrá televize. Ale hodně používám i telefon, tam si to můžu stáhnout, když jsem na cestě nebo tak.

### **Jaký typ předplatného u těch služeb máš a případně, sdílíš ho s někým?**

Netflix teďko máme s rodinou, tam to sdílím s nima, a na to přispívám. HBO mám společně s přítelovou rodinou, Disney se mnou sdílí přítel, který má zase skupinu se svými kamarády.

### **Jaká částka ti přijde adekvátní za tyhle ty streamovací služby? Kolik měsíčně platíš ty?**

No, já to mám trochu specifický tím, že platím vlastně jen za tu jednu, navíc to ještě nemám tak nějak pevně stanovený. Platí to máma, ale mě je to blbý, jí nic nedávat, tak jí třeba každé měsíc tak stovku pošlu, aby to bylo takový víc fér. Víc jak tři stovky bych za nějaký takový služby ale asi nedala, to by mi přišlo už moc.

### **Co by tě motivovalo třeba k předplacení něčeho dalšího?**

Jako třeba výhodná akce je fajn. Takhle třeba zrovna začal přítel platit to Disney, že tam měli na prvních pár měsících nějakou hrozně nízkou částku. Já bych třeba teďka chtěla i začít koukat na Doktora House, takže bych si možná zaplatila kvůli tomu i Prime na nějakou určitou dobu.

### **Zaznamenala jsi v souvislosti s tím tvým předplatným nějakým, jakýmkoliv, nějaké restriktce? Pokud ano, jaké a jak se změnilo užívání těchto služeb?**

Já jsem dřív měla Netflix s někým jiným a ten tam měl nastavenou jednu hlavní televizi. Tam bylo ale blbý, že jsem si nemohla pouštět věci na televizi doma u rodičů, protože mě to nechtělo pustit, kvůli jiný wifi, takže to mě celkem omezovalo. Na tý televizi to psalo, že to není ta naše domácí televize a že musím aktualizovat tu domácnost. To byl pak jeden z důvodů, proč jsem to přestala mít s tou původní skupinou, protože ten člověk chtěl, a bych platila víc, než jsem ve skutečnosti měla.

### **Jakému obsahu dáváš přednost? A z pohledu tvorby spíš českou nebo zahraniční?**

Tak určitě tu zahraniční. Na tu českou moc nekoukám, možná jsem asi ani neviděla teď v poslední době nic českýho. Víc mám určitě radši ty seriály. Třeba na Netflixu koukám víc na seriály, ale ty ostatní platformy používám víc na filmy. Teďka koukám třeba na Breaking Bad, jindy koukám zase na takový fakt holčičí věci jako Mean Girls, nebo jsem viděla Pravou blondýnku.

### **Pověz mi, vracíš se někdy k některým obsahům opakovaně? Případně kdy a proč?**

V podstatě se dá říct, že jo. Vracím se ke Star Wars a pak koukáme na Hobita nebo Pána prstenů na Amazonu, kterej má přítel, on tyhle ty filmy miluje. Občas se vracím k Harrymu Potterovi, takhle během podzimu, nebo koukám na American Horror story kolem Halloweena, že mi to navodí tu správnou atmosféru.

### **Podle jakého klíče se rozhoduješ, jakou platformu si vybereš?**

Vždycky jdu z nějakýho důvodu na Netflix, potom, když zjistím, že to tam z nějakýho důvodu není, tak jdu na ty jiný, ale Netflix mi víc vyhovuje, takže chodím tam. Líbí se mi, jak to vypadá. Nejmíň chodím fakt na to HBO, a pokud to jsou Star Wars věci, tak chodím na Disney.

### **Co ti pomáhá v rozhodování se, co si tam konkrétně pustíš?**

Prvně třeba na Netflixu se to snažím ukládat do toho seznamu, ale hodně často mě osloví ta ukázka, když ukáží kousek, a pak taky třeba vyhledávám, nebo občas i podle herců, ale to není tak často.

### **Jak vnímáš různé doporučení obsahu a co tě případně trochu navede?**

Upřímně, asi jako nejmíň dám na to doporučení, co mi dávají, protože se většinou trefí. Podle žebříčků nebo toho, co letí, se neorientuju, moc mě to neoslovuje, spíš dám přednost tomu algoritmu, to beru hodně pozitivně.

### **Jak do tvého každodenního dne zapadá sledování různých mediálních obsahů? Kdy obsahy sleduješ? Liší se tvůj sledovací návyk v pracovní a volné dny?**

Hele, já koukám hlavně zpravidla večer. V podstatě skoro nikdy nekoukám přes den. Hodně málokdy jo, když mě něco fakt baví. Většinou je to tak od desíti do půlnoci, třeba na dva díly atp., a to je přes celý týden a o víkendu maximálně koukám třeba o hodinu dýl.

### **Jak často koukáš a kolik času tomu věnuješ týdně?**

Poslední dobou to mám jako takový uvolnění. Takže koukám třeba tak na jeden díl, dva díly každé den, za týden to je tak 14 hodin. Já sama na to moc nekoukám, většinou to máme jako aktivitu s přítelem, i když zrovna nejsme spolu a koukáme oba zároveň přes takovej program.

### **Jakej program?**

Teleparty. Jde o dodatek nebo rozšíření do nějakýho prohlížeče a pak, když si něco otevřu v Netflixu, tak mi

to vytvoří link a tam se může připojit ten druhý a začne se tam pouštět ten seriál na stejno, ale oba musí mít Netflix.

**Jak jsi sledovala obsah předtím, než jsi začala využívat streamovací služby? Sledovala jsi obsah někdy i nelegální cestou?**

Upřímně, předtím jsem koukala hodně na anime, takže jsem koukala na různé stránky, kde byly různé filmy a věci online, ale vyjela na mě hromada hanbatých reklam. Noooo, a pak taky na televizi.

**Jak se tvoje sledovací návyky změnily od doby, co jsi je začala používat?**

Jako je pravda, že od té doby, co je mám, tak mám nějakou svoji večerní rutinu a snažím se zklidnit a na něco se podívat. Asi koukám i víc, dřív jsem tolik nekoukala, když jsem si to neplatila, teďka je to takový dostupnější.

**A co během covidu?**

Během covidu jsem měla Netflix, ale přišlo mi to jako zahazení času a hodně jsem cvičila a tak, teď je to pro mě ale úleva. Když už jsem si něco pustila, tak to bylo to anime, nebo jsem si pustila nějakou oddechovku.

**Máš někdy tendenci strávit více času sledováním, než jsi plánovala?**

Já třeba teď, jak na ty věci koukám, tak mě to extrémně baví a zajímá mě, jak to bude dál. Samozřejmě si ale říkám, že to takhle nejde a že musím dělat školu, takže se to snažím limitovat.

**Jak často se dopouštíš sledování několika epizod nebo filmů za sebou?**

Jako jednou za čas, se toho dopustím stoprocentně. Zvládla jsem třeba 2 série The Walking Dead dokoukat za týden, to bylo super, to stálo za to. Teď koukám na RuPaul's Drag Race a to jsem schopná zkouknout klidně 4-5 dílů denně, a ono to má třeba hodinu, tak si představ, že bych tím trávila tolik času.

**Vyhovuje ti, že máš více dílů k dispozici?**

Jednoznačně, když ta série skončí na nějakým šíleným cliffhangeru, tak to musím vidět hned, pak si říkám... ty jo, chudáci lidi museli dřív čekat třeba rok, než se to natočilo a já to tu mám hned. Přijde mi ale, že obecně je toho obsahu hrozně moc a mám pocit, že to nikdy všechno neuvidím. Trochu se v tom obsahu topím, ale zároveň je tolik možností a věcí na výběr, že to nemám šanci za celý život zkouknout.

**Jak se cítíš ohledně času, který trávíš sledováním obsahu?**

Často mi to sledování přináší klid a uklidní mě to a mám to za odměnu a beru to jako odpočinek. Víím, že něco udělám, a pak se odměním tím jedním dílem. Těším se na to, až se večer zase podívám, a že to bude fajn.

**Už jsi zmínila, že sleduješ obsah na streamovacích službách buď sama nebo s přítelem. Koukáš ale někdy třeba i s rodinou, nebo jak to máš nejčastěji?**

No, hodně záleží. Hodně koukám s přítelem, občas sama, když jsem u rodiny, tak koukám s nima. Mladší sourozence mám už relativně veliký, vkus máme stejnej, takže se umíme domluvit, na co budem koukat a nedělá nám to nějaký velký problémy, ale když koukáme třeba s mámou, tak ta moc neumí anglicky, tak kvůli ní to dáme s dabingem. Máma zas ale umí dobře poradit, na co budem koukat. Když ale koukáme, tak všichni a snažíme se na to soustředit, protože to je taky jeden takovej z dobřejch způsobů, jak spolu trávit čas.

**Jak nejčastěji sleduješ obsah, upřednostňuješ soustředěný zážitek, nebo využíváš sledování jako kulisu?**

Občas to mám jako kulisu a do pozadí si pustím něco, co mě zrovna třeba tolik nezajímá a co už jsem viděla, pokud dělám něco do školy. Ale jinak to spíš beru tak, že mě to upřímně zajímá a že tomu chci věnovat pozornost.

**Přepis rozhovoru č. 12**

|                    |       |
|--------------------|-------|
| Jméno respondenta: | Radim |
|--------------------|-------|

|                            |                |
|----------------------------|----------------|
| Datum realizace rozhovoru: | 17. října 2023 |
| Délka rozhovoru:           | 29 min         |

### **Řekni prosím na úvod něco o sobě...**

Jsem Radim, hraju hokej a studuju. Kromě hokeje rád trávím čas se svými kamarády a rodinou.

### **A hokej hraješ jen tak pro radost nebo i za nějaký tým?**

No, vlastně tak trochu obojí. Hraju normálně v týmu, postoupili jsme teď do vyšší soutěže, tak to má teď aspoň nějakou úroveň a tuhle sezónu se nám zatím celkem daří.

### **Jak se dneska máš?**

Dneska se mám dobře, byl jsem ve škole na přednášce a jinak se toho asi moc nedělo.

### **Jaké máš streamovací platformy, pokud bereme jen video?**

Hele mám Voyo od Novy, měl jsem Netflix, ale ten jsem rušil před měsícem, protože oni rušili to sdílení těch účtů a já jsem byl přicuclej. No, a to bude asi tak všechno.

### **Proč jsi se rozhodl právě pro tohle, tedy teď to Voyo a donedávna i ten Netflix?**

Tak vlastně, je to hlavně kvůli odreagování a zábavě. Chtěl jsem nějakou takovou kravinu, abych prostě když mám volnou chvíli, abych se na něco podíval. Ten Netflix, to jsou vlastně světový seriály, filmy, a spoustu z toho, už se vydává jen tam s kvalitním obsazením a i nějakou náplní. Jako vedlejší tam máš ten bonus, že si to můžeš dát do originálního znění a cvičit si jazyk. Voyo mám kvůli tomu, jelikož mám rád český komedie, protože jsou takový jednoduchý, nemusíš u toho moc přemýšlet, tak asi kvůli tomu.

### **Jaké výhody vidíš v používání těchto platform oproti televiznímu vysílání?**

No, tak určitě v tom, že si to můžeš pustit kdykoliv chceš a kdykoliv na to máš čas, nejsem vázaný na harmonogram daný televize. Můžu si to kdykoliv zapnout a cokoliv pustit. To, co už je na Netflixu, je jen tam, v televizi to nenajdu. V televizi dávají jen to samý dokola, na Netflix přidávají i nové věci, co se do televize ani nedostanou. Pak taky nějaká uživatelská přívětivost, je to komfortní si to pustit na nořasu třeba ve škole a nejsem vázaný na pevnou televizi.

### **Sleduješ vlastně vůbec televizní vysílání?**

Jako minimálně. Televizi doma máme v obýváku, ale když už, tak si tam přes kabel propojím nořas s televzí a pustím si tam něco přes tu platformu. Mě vyloženě ani moc nebaví na tu televizi koukat.

### **Z jakých zařízení tedy sleduješ nejrůznější obsahy?**

Nejčastěji z nořasu, kde mám přímo ty platformy, dřív jsem tam měl stažený Netflix, nebo teďka chodím přes web. Mobil ke sledování nepoužívám, ani si tam nestahuju třeba ty epizody. Ten počítač je prostě takovej kompaktní i na to cestování. Televizi v pokoji nemám, je jen v obýváku u rodičů.

### **Jaký typ předplatného máš, nebo jsi měl v případě toho Netflixu, a s kým ho sdílíš?**

U Voya mám měsíční, tam ho sdílím s rodinou, ale mám to na sebe a platím to já. Netflix jsem měl s kámošema, tam nás bylo takhle asi 6. Mohli jsme to mít do víc domácností, často to pak využíval v rodině těch kámošů i ještě někdo další a takhle jsme si to třeba sharovali ve 20 lidech, i když nás původně bylo jen 6.

### **Jaká částka ti přijde adekvátní za předplácení takových platform?**

Hele, ta stovka mi přijde asi taková adekvátní. To mi i přijde, že většinou ty platformy mají takhle nastavený, že se platí míň, když máš nějaký to základní a hodně osekáný. Přes dvě stě už by mi přišlo asi hodně.

### **Kolik platíš teď a kolik jsi platil, když jsi měl dvě ty služby současně?**

Teď platím 159 korun za to Voyo, dřív i společně s Netflixem jsem za to celý platil něco málo pod dvě stovky.

### **Co by tě motivovalo k předplacení další platformy?**

No, asi ten obsah, mám rád třeba nějaký dokumenty, třeba historický nebo stavařský filmy. Asi by mě motivovalo, kdyby tam bylo něco, co fakt nikde jinde nenajdu. Takže asi i to by mě lákalo.

### **A to tak bylo třeba i v případě toho Voya?**

Ne, to ne... to bylo spíš takový spontánní, že už mě nebavila normální televize, protože tam už nic v časy, kdy já si chtěl něco pustit, pro mě zajímavýho nedávali.

### **Zaznamenal jsi v souvislosti s nějakým z tvých předplatných nějaké restriktce? Jak se změnilo jejich užívání?**

No, ten Netflix, už si neplatím a je zrušený. Už mě nic nemotivovalo ani k tomu, abych si zakládal nějaký jiný účet. Dřív než jsme to zakládali, jsem na to měl i víc času, teď už bych to tolik nevyužil. Pak si to nechal jen ten původní člověk, kterej za to platil, my ostatní jsme už nechtěli mít problémy s přihlašováním a neustále ho žádat, jestli nám tam potvrdí přístup.

### **Jakému obsahu obecně dáváš přednost? Myslím tím třeba filmy nebo seriály.**

Z časových důvodů asi spíš filmům, když už mám čas, tak si pustím nějaký film, na seriály moc nekoukám.

### **A spíš česká tvorba nebo zahraniční?**

Obojí, ale teďka protože mám už jen to Voyo u mě převládá ta česká, ale když jsem na to měl víc času, tak jsem to kombinoval.

### **Vracíš se někdy k nějakým obsahům opakovaně? Koukáš třeba někdy na nějaké své oblíbence?**

Tak samozřejmě, na nějaký svoje srdcovky koukám. Takhle to mám třeba s Pánem prstenů. Není to nějak spojený s nějakým konkrétním obdobím, prostě když na to dostanu chuť, tak si to spontánně pustím. Musím na to chytit tu náladu, protože to mám prostě rád a líbí se mi to.

### **Podle jakého klíče, se rozhoduješ co a kde si pustíš? Můžeš do odpovědi klidně zahrnout i situaci, kdy jsi ještě měl obě ty platformy.**

Když jsem měl ten Netflix, tak jsem tam chodil z důvodu, že jsem měl něco rozkoukanýho a šel jsem tam cíleně kvůli něčemu, co jinde, třeba na tom Voyu, nebylo. Když jsem zas chtěl nějaký český obsah, tak jsem chodil na Voyo. K tomu rozhodování mi tam potom na té konkrétní platformě pomáhaly algoritmy nebo jednotlivé kategorie, do kterých byly seřazený ty filmy. Já s tím vybíráním obecně mám ale vždycky problémy, je pro mě hrozně těžký se rozhodnout, na co budu koukat. Kolikrát jsem tím vybíráním trávil hrozně času, někdy i víc, než jsem pak ve výsledku koukal.

### **Když už jsi zmínil ty algoritmy...jak se staviš k doporučování různého obsahu a k tomu, když ti někdo nebo něco ten obsah doporučí?**

Za mě je to v pohodě, ty algoritmy od té platformy se kolikrát fakt i jako trefily do toho, na co jsem se chtěl koukat. Víc dám ale asi na to, když se kluci třeba bavili o něčem, že je to dobrý, tak jsem pak na to taky koukal.

### **Kdy obsahy sleduješ a liší se to nějak o všední dny a o víkend?**

No, to je třeba tak osmá až desátá večer. O víkendu se to lišilo, když jsem měl volno, nebo bylo hnusně, tak jsem byl schopnej u toho strávit i třeba odpoledne. Ale primárně koukám večer.

### **Jak často koukáš teď a kolik je tak za týden?**

No, teď už úplně minimálně, jsou to tak 2 hodiny týdně. Koukám spíš už jen tak jednou v týdnu.

### **Jak jsi sledoval ty obsahy dřív? Dostával jsi se někdy k nim i nějakou nelegální cestou?**

No, tak samozřejmě z Uložta, tam jsem stahoval. Zase podle kamarádů nebo podle internetu a sociálních sítí, když se mi něco nelíbilo. Nebo normální televize no, nic jinýho nezbyvalo.

### **Jak se změnilo tvoje sledovací návyky, když jsi si ty streamovací platformy pořídil?**

No, asi jsem začal koukat víc efektivně, nepouštěl jsem si něco jen tak z rozmaru a nekoukal jen tak do blba, ale pustil jsem si něco cíleně. Ale jinak asi oproti tomu dřívějšímu žádný výrazný změny nepozoruju.

### **A během covidu? Mělo to vliv na to, jak moc jsi koukal nebo na co?**

Během covidu jsem koukal určitě mnohem víc, tam, jak nebylo co dělat, tak jsem byl schopnej klidně celý den na tom strávit. To už se fakt člověk dostane do začarovaného kruhu a už kouká celý den na kraviny, když to tak řeknu. Koukal jsem i na míň kvalitní věci nebo věci, který bych prostě úplně jindy nevyhledával, ale koukal jsem na to prostě jen z té dlouhé chvíle.

### **Máš někdy tendenci strávit tím sledováním víc času než jsi plánoval?**

Asi ne, jsem schopnej to korigovat a tak nějak si říct, kolik toho času tomu chci věnovat. A stalo se mi to takhle třeba s Vikingama na Netflixu. Ty díly byly sice jeden jak druhý, ale nutilo mě to koukat pořád dokola. Byl jsem v tom už tak ponořený, že jsem na tom byl jak závislej a musel jsem vědět, jak to dopadne. Za den jsem zkouknul třeba 8 epizod.

### **Vyhovuje ti, že máš víc dílů k dispozici?**

Jako je to fajn, že nemusím čekat a že to tam všechno je a jedu jak potřebuju.

### **Jak se cítíš ohledně toho času, který trávíš sledováním?**

No, v tu dobu, kdy jsem koukal na ty Vikingy, nebo když byl ten covid, tak jsem cítil, že to není úplně v pohodě, ale nedokázal jsem s tím nic dělat, vlastně mi to přišlo jako nemoc. Takhle do určitý míry, co koukám teď, mi to ale přijde v pohodě a vnímám to jako formu odpočinku.

### **Když sleduješ ten obsah, tak ho sleduješ spíš sám, nebo s někým?**

Já si většinou pustím věci sám, protože lidi v mém okolí vlastně nezajímá, co si chci pustit já, navíc já k tomu potřebuju i ten klid, nerad si u toho povídám a chci se na to soustředit, takže radši sám.

### **A koukáš někdy i s někým dalším?**

Nejčastěji asi s přítelkyní a občas s tátou.

### **Jak probíhá potom to rozhodování a to, jestli se na to soustředíš?**

Dohodneme se podle jejího vkusu a hledáme nějaký kompromis, když už to vybereme oba, tak se na to chceme soustředit. Teda pokud se jí to líbí, pokud ne, tak to musím vypnout a dát tam něco jinýho. S tátou sleduju sport, to si občas pustíme na Voyu, nebo s celou rodinou film, když je čas.

### **Když už jsi říkal, že se většinou na ten obsah soustředíš, máš to někdy i jako kulisu?**

Ne, když chci kulisu, tak to si pustím písničky nebo podcast, ale chci se na to soustředit, když fakt koukám.

### **Přepis rozhovoru č. 13**

|                            |                |
|----------------------------|----------------|
| Jméno respondenta:         | David          |
| Datum realizace rozhovoru: | 18. října 2023 |
| Délka rozhovoru:           | 33 min         |

### **Řekni na úvod něco o sobě...**

David, jméno mé. Teďka pořád pracuju, občas se snažím fotit. Zrovna jsem se před časem vrátil z dovolené, kde jsem fotil, to bylo super, že jsem se k tomu po dlouhý době vrátil, teď na to nemám moc času.

### **Jak se ti dnes vede?**



No, zrovna jsem přišel z práce domů, takže teď už asi o něco líp, než třeba ještě před hodinou, kdy jsem koukal slepě do počítače a do tabulek.

### **Jaké používáš streamovací služby? A proč právě tyto konkrétní?**

Já si platím Amazon Prime a Disney+. Disney mám s kamarádem, ten s tím za mnou přišel, tak jsem do toho šel a občas tam na něco koukám. Na Amazonu měli Prsteny moci, ten seriál od Pána prstenů, a následně jsem si tam našel další seriály, jako je Grand Tour. Teďka tam třeba sleduju Citadelu a vychází tam celkem dobrý seriály a filmy, který jsou jenom tam, protože si je sám sponzoruje.

### **Proč obecně používáš streamovací služby, co ti přináší? Jaké jsou tvoje důvody a motivace?**

Primárně to bude zabít dlouhýho času a vyplnit dlouhou chvíli. Zrelaxuju se u toho, přijdu na jiný myšlenky nebo se prostě zabavím.

### **Vidíš v tom nějaké výhody např. oproti televiznímu vysílání? Sleduješ ho? Proč případně ano/ne?**

Můžu si pustit kdykoliv to, co mě zajímá, nebo třeba i když jedu na služebku, tak si to můžu stáhnout snadno do telefonu. A je to v dobrý kvalitě. Nenávidím reklamy, ty tam taky nejsou. Televizi jako mám, ale využívám ji jako obrazovku pro ty streamovací služby a normálně na tu televizi už prakticky vůbec nekoukám, občas když jsou třeba volby, tak si pustím od jedničky ivysílání, ale je to jako minimálně, a to ivysílání mi supluje běžnou ČT jedničku. Televize se řídí podle mě, a ne já podle televize.

### **Jaký typ předplatného máš, sdílíš ho případně s někým?**

Oba dva účty, jak Disney, tak Prime, mám doma přidány na televizi, takže se na to kouká i přítelkyně. Disney i Prime mě stojí 80 korun každý. Disney mám ve skupině, tam to platím napůl, Prime si platím sám.

### **Jaká částka ti přijde adekvátní za služby těch streamovacích platforem?**

Mě vyhovuje, když je každá ta věc do tí stovky. Poměr cena výkon mi ale přijde i za ty dvě věci dobrej, i kdybych si to měl platit sám.

### **Co by tě motivovalo k předplacení další platformy?**

Muselo to by bejt fakt takový, že by mi to dávalo smysl. Byly by tam mraky obsahu, na který se chci dívat dlouhodobě, mě zas nejde, že si to předplatím jen na měsíc ty věci. Zatím jsem asi spokojenej s tím, co mám a jak koukám teď, takže mě asi nic nenapadá.

### **Zaznamenal jsi v souvislosti s tvým předplatným nějaké restriktce? Pokud ano, jaké a jak se změnilo tvoje užívání těchto služeb?**

Dřív jsem měl Netflix, ten už nemám. To jsem měl přes nějaký to family předplatný a měli jsme to ve skupině 4 lidí. Od tí doby, co zakázali to sdílení a mohli jsme využívat jen omezenej počet zařízení, to po nás konstantně řvalo, že máme platit nebo aktualizovat domácnost, tak jsme to s kamarádama zrušili, protože by to znamenalo nově platit pro každýho 250 korun, a to bylo jako celkem drahý. Prostě když chtěj bejt chamtiví, tak at' jsou, my platit víc nechcem.

### **Jakému obsahu dáváš přednost (seriály, filmy...)? Preferuješ spíš český obsah nebo zahraniční?**

Mám radši určitě zahraniční tvorbu, různý akčňáky, komedie, dokumenty a takový jako pseudodokumenty. Třeba Clarksonova farma, kde se ten známej moderátor pokouší farmařit, to mám celkem taky rád, takovej druh seriálu. Teďka mám třeba různě rozkoukaný Good Omens nebo Continental, kterej je z toho prostředí Johna Wicka.

### **Vracíš se někdy k některým obsahům opakovaně? Kdy? Proč?**

Mám jeden seriál, to se jmenuje Bratrstvo neohrožených, na to koukám, když jsem třeba nemocnej, už to s tím mám nějak spojený a prostě mě to baví. Pak se rád vracím k Pánovi prstenů, kvůli němu jsem si zakládal i ten Prime, abych se mohl koukat na ty Prsteny moci. No, a proč na to koukám? U toho Pána prstenů je to celkem jednoduchý, mám to rád, vždycky mě to pohltní a vzpomenu si, jak jsem z toho byl tenkrát hrozně nadšenej, když jsem to viděl poprvý a jak ten celej vymyšlenej svět byl epickej.

### **Podle jakého klíče se rozhoduješ, kterou ze svých platforem budeš zrovna využívat?**

Kam mi padne první palec. Většinou si stejně na tý první platformě nevyberu, tak jdu na tu druhou. Víc teď používám ten Amazon. Teďka na to Disney se jako občas kouknu, ale využívám to mnohem míň, než když jsem si to zakládal. Ty platformy mají dost toho obsahu rozdílného, takže jdu většinou i po tom obsahu. Já většinou končím právě na tom Amazonu, je tam spousta seriálů, který jsou jen jejich a který neznám, takže se mi trochu odstranilo to rozhodování, když využívám jen to. Ale je fakt, že teď máme fakt přemíru obsahu na výběr a to nám dělá pěkně zmatek. Je těžké se rozhodnout, co si vybrat, když máme tolik možností k dispozici, a často se stává, že ztratíme přehled.

**Jak vypadá tvůj rozhodovací proces, na té platformě? Projíždíš kategorie, vyhledáváš podle herců, nebo si necháváš poradit algoritmy?**

Mě algoritmy hrozně obtěžují, protože mě drží ve stejný bublině a já z ní chci za každou cenu vypadnout. A chci vidět něco jinýho a novýho, než na co se běžně koukám. Takže mě mrzí, že si mě ten algoritmus zaškatlkuje a mám problém vidět pak ty jiný filmy.

**Jak vnímáš různá doporučení obsahu? Pokud pomineme ty algoritmy.**

Když mi kamarádi něco doporučí, tak na to dám, ale dneska už mi i míň lidí v okolí něco doporučuje, dřív to bylo asi víc. Já jsem navíc i takovej, že většinou vím, co chci vidět, třeba nějaký akčňák sci-fi nebo tak. Takže pak projíždím ty jednotlivý sekce třeba na tom Amazonu a pak si podle toho vybírám, když chci akčňák, tak koukám u akčních filmů.

**Jak do tvého každodenního dne zapadá sledování různých mediálních obsahů? Kdy obsahy sleduješ? Liší se tvůj sledovací návyk v pracovní a volné dny?**

Já hodně často koukám, právě když jsem někde na cestách, třeba v letadle nebo tak. Za měsíc toho nalítám celkem dost, hodně se přesouvám v rámci svojí práce. Koukám teda v různý části dne, často ale i třeba večer na hotelu, nebo když jsem doma s přítelkyní. Řekl bych, že se to hodně odvíjí od toho, jestli mám zrovna tu služebku nebo ne, takže fakt záleží. O víkendu je to asi míň, když jsem doma, to se to snažím vynahradiť přítelkyni.

**Kolik času týdně tedy strávíš sledováním?**

Hele, řekl bych, že to bude tak třeba 12 hodin v průměru, ale fakt se to odvíjí podle mojí práce. Někdy to může být o kus víc, jindy zas výrazně míň.

**Na jakém zařízení sleduješ streamovací služby? Proč?**

Hlavně na telefonu, mám spousta epizod nebo filmů stažených, takže to mám na jednom místě. Počítač je takovej neohrabanej, vezmu si ho do postele, ale nebudu na něm koukat v taxíku. Počítač je velkej, s telefonem se mi snadno spárujou sluchátka a tablet se mi tahat nechce, ačkoliv jsem o tom začal přemýšlet. Někdy si to pustím na televizi, pokud jsem zrovna doma teda.

**Jak jsi sledoval obsah předtím, než jsi začal využívat streamovací služby? Sledoval jsi obsah někdy i nelegální cestou?**

Předtím jsem všechno pirátil, ale jakože úplně všechno. To jsem byl chudej student a z chudý rodiny, takže jsem byl vychovanej jako šetřílek. Na trvd'áka jsem si vždycky odčecal tu dobu, než se to stáhlo, nebo jsem chodil s diskem a s kámošema jsme si to normálně sharovali. Hlavně my jsme nikdo neměli tak rychlej internet, takže jsme se kolikrát fakt jako načekali. Dřív jsem i jako asi sem tam koukal na televizi, ale u mě se to pak hodně změnilo, když jsem odešel na vysokou a na koleji jsme televizi neměli. To jsme pak hodně koukali i na různý pirátský online stránky, kde byly online filmy.

**Jak se tvoje sledovací návyky změnily od doby, co jsi je začal používat?**

Jsem línější, a protože jsem šetřílek, tak si myslím, že pokud bych někdy začal koukat třeba zas tak dvojnásobně víc, než koukám teď, tak že bych se vrátil zas k tý pirátský cestě. Ten kvalitní obsah je vždycky v omezeným množství na těch platformách a buď by si člověk musel platit všechny, nebo ho to vrátí zpátky k tý pirátský cestě. Koukám teď vlastně o něco míň než v tom svým pirátským období, a to si za to platím, to je asi celkem paradox.

**Jakým způsobem jsi využíval tyto služby během období pandemie? Měla situace vliv na to, co jsi sledoval a jak často?**

V covidu jsem se koukal, ale mnohem míň. Já i rád hodně hraju, když jsem během covidu doma u rodičů, tak tam jsem měl i mnohem výkonnější počítač a celou tu dobu jsem spíš tak jako propařil. Když už jsem koukal, tak na něco, na co koukám vždycky, bylo to ale minimálně.

### **Zamysli se prosím, jestli máš někdy tendenci strávit více času sledováním, než jsi plánoval?**

Jo, a myslím si, že to ovlivňuje i to, že si to často pouštím na části, ty obsahy. Takže kolikrát místo jedné epizody, jsou najednou dvě nebo tři.

### **Snažíš se mít nad tím nějakou kontrolu?**

Většinou ne, nějak moc to neřeším.

### **Jak často se ti stává, že sleduješ několik epizod za sebou a kompletně se do toho ponoříš?**

Zrovna s novou sezónou Sex Education jsme se s přítelkyní ponořili do sledování a během několika dní jsme to prakticky zhlkli. Vždycky jsem byl fanouškem téhle show, takže jsem se nemohl dočkat pokračování. Je to fajn, když si můžu sednout, pustit si něco, co mě baví, a pak se do toho tak úplně ponořit, že nevnímám okolní svět. S přítelkyní to pak často končí tím, že o tom, co jsme právě viděli, dlouho diskutujeme, což je taky super zážitek. Sledovat seriál nebo film v může být prostě super způsob, jak si užít volný čas a odpočinout si od všedního shonu.

### **Vyhovuje ti, že máš více dílů k dispozici?**

Amazon třeba vydává jeden seriál, kde přidávají jeden díl za týden a musím říct, že to má taky svoje kouzlo, dá ti to tu možnost se od toho odtrhnout a zase můžeš nad tím další týden přemýšlet. Plus mi dává smysl, že je tam pak ten recap, protože když tam člověk jede další a další a ono to hází ten recap, tak mě to šíleně štve.

### **Jak se cítíš ohledně času, který trávíš sledováním obsahu?**

Dřív jsem na sebe byl hodně naštvanej, když jsem prostě celej den proležel v posteli a koukal na díl za dílem. Klidně i na všechno možný, i když mě to nebavilo, jen jsem se na to prostě díval. Teďka to беру úplně v pohodě, že u toho vypnu.

### **Jak sleduješ obsah na streamovacích službách, spíše sám nebo s někým?**

Z velké části sám a z nějaký hodně malý společně s přítelkyní.

### **Jakým způsobem to, když koukáš s někým dalším, ovlivní tvůj výběr obsahu a to, jak se na něj soustředíš?**

Radikálně, soustředím se na to. Přítelkyně našťastí vybírá filmy, který mě budou taky bavit. Většinou u toho jako nedělám nic dalšího vedle, trávím v podstatě čas i s ní, tak jí ho věnuju. Když koukám sám, tak se na to taky chci soustředit, protože většinou prakticky není moc zábavných věcí kolem, když třeba cestuju.

### **Přepis rozhovoru č. 14**

|                            |                |
|----------------------------|----------------|
| Jméno respondenta:         | Petr           |
| Datum realizace rozhovoru: | 19. října 2023 |
| Délka rozhovoru:           | 28 min         |

### **Řekni na úvod něco o sobě...**

No, jsem Petr a je mi 21, studuju. Jsem milovník Marvelu a sbírám pop funko figurky.

### **Jak se ti dnes vede?**

Jo, dneska se mám docela dobře. Ráno jsem si dal pořádnou snídani, a teď jsem něco, chvíli než jsi přišla, dělal na počítači, takže je to zatím v pohodě.

### **Už jsi se někdy účastnil podobného výzkumu?**

Ne, nikdy jsem se do nějakého výzkumu nepouštěl ani jsem se toho neúčastnil, takže je to pro mě celý novinka.

### **Jak sis vedl při zaznamenávání do deníku?**

Do deníku jsem si zapisoval, na co jsem koukal, kdy a s kým. Snažil jsem se být trochu organizovanej, abych měl přehled o tom, co sleduju.

### **Jaké používáš streamovací služby? A proč právě tyto konkrétní?**

No, co se týče streamovacích služeb, tak teď mám skoro všechny. Mám HBO kvůli těm super hrdinovským věcem od DC, a Disney kvůli Marvelu, což je prostě povinnost. A k tomu ještě Netflix, to jsem si vzal, když mě zaujala nějaká zkušební verze zdarma, která byla už hodně před dávnou dobou.

### **Proč obecně používáš streamovací služby, co ti to přináší? Jaké jsou tvoje důvody a motivace?**

Jsem na těch streamovacích službách, protože tam mám přístup k tomu obsahu, kterej mě fakt baví. Hlavní důvod je, že mám rád ty super hrdiny a všechny ty filmy a seriály kolem nich. A navíc to je takovej můj únik od reality, víš, trochu taková útěcha a zábava. No a trávit volnej čas tím taky není špatný nápad.

### **Jaké v tom vidíš výhody např. oproti televiznímu vysílání? Sleduješ ho? Proč případně ano/ne?**

Na streamovacích službách mám víc kontroly nad tím, co sleduju, protože si můžu vybrat obsah podle svých preferencí a sledovat ho kdykoliv, což televize nedokáže nabídnout. Nemusím trpět těma nepřijemnými reklamama, co pořád straší v televizi. Co se televize týká, tak jsem jí docela vynechal. Přijde mi to trochu pro důchodce, a většinou tam dávají věci, co mě moc nezajímají. Mám radši, když si můžu vybrat, co chci vidět, a sledovat to, kdy se mi zachce.

### **Jaký typ předplatného máš, sdílíš ho případně s někým?**

Mám takový ten základní typ předplatného u všeho, víš, ten nejlevnější. A ano, sdílím ho s kámošema. Platíme to třetinově, takže mě to vychází asi na 230 korun za měsíc. Myslím si, že dvě stovky měsíčně jsou docela fér cena za to, co ty streamovací služby nabízejí. Víc bych za to opravdu dávat nechtěl, takhle to celkem vychází v pohodě.

### **Co by tě motivovalo k předplacení další platformy?**

No, kdyby ta další platforma přišla s něčím, co zrovna na těch stávajících nemám, tak by mě to mohlo motivovat. Třeba kdyby tam byl nějaký fakt dobrý seriál nebo tak. Ale to by muselo být za slušnou cenu. Takže nová platforma by musela fakt nabídnout něco extra, abych do toho šel.

### **Zaznamenal jsi v souvislosti s tvým předplatným nějaké restriktce? Pokud ano, jaké a jak se změnilo tvoje užívání těchto služeb?**

No jo, teď mám fakt problém s tím Netflixem. Je to teď fakt zmatený a složitý. Před dlouhou dobou tam mizel obsah kvůli vysílacím právům, teďka začali omezovat počet zařízení, co můžeme používat, a stále vyskakujou různé hlášky, že nejsme jedna domácnost. Musíme furt řešit nějaký autorizace a obcházet to. Fakt mi to bere nervy a zvažuju, jestli bych to neměl radši zrušit. Je to docela frustrující, protože to už dřív bývalo jednodušší a teď to dělají tak složitý, přitom jinde si to můžu sdílet, jak chci.

### **Jakému obsahu dáváš přednost (seriály, filmy...)? Preferuješ spíš český obsah nebo zahraniční?**

Když se na to podívám, tak mám fakt rád zahraniční obsah, zejména ty superhrdinovské věci. Jsem dost velký fanoušek DC a Marvelu, takže na ty jejich seriály a filmy koukám docela pravidelně. DC má svůj specifický styl a Marvel zase svoje vlastní univerzum, takže je to pro mě fakt zábava.

### **Vracíš se někdy k některým obsahům opakovaně? Kdy? Proč?**

Jo, tak nějak každoročně se vracím k Avengers a Strážcům Galaxie, obzvlášť během zkouškového. Když mám stres a nervozitu, tak mě to uklidňuje, protože to jsou pro mě takový únikový světy od reality.

### **Podle jakého klíče se rozhoduješ, kterou ze svých platform budeš zrovna využívat? Zaměřuješ se spíš na platformu nebo na konkrétní obsah, který nabízí?**

Tak, co se rozhodování týče, tak většinou se zaměřuju na konkrétní obsah, co mě zrovna zajímá. To je pro mě důležitější než samotná platforma. Pokud vím, že je na jedné z těch mých něco, co chci vidět, tak si to na ní pustím. Ale samozřejmě i algoritmy hrajou roli, protože mě ty doporučení na obsah, který by mě mohl zajímat, hodně usměrňují. Takže někdy mě i ty algoritmy navedou na něco, co bych jinak možná neobjevil.

### **Jak vypadá tvůj rozhodovací proces, na té platformě?**

Můj rozhodovací proces na platformě bývá docela jednoduchý. Nejčastěji si nechávám poradit od algoritmů. Když se přihlásím, tak mi hned začnou ty doporučený věci na základě toho, co jsem dřív sledoval, a obvykle tam najdu něco, co mě zajímá. Ale občas taky procházím kategorie, pokud vím, že chci něco konkrétního, nebo hledám podle herců, když mám nějakého oblíbeného herce, co chci sledovat. Ale algoritmy mi hodně usnadňují rozhodování.

### **Jak je vnímáš různá doporučení obsahu? Upřednostňuješ třeba doporučení od známých, algoritmičká doporučení nebo používáš vyhledávací pole v aplikaci?**

Většinou se spoléhám na algoritmičká doporučení obsahu, protože to bývá dost přesný. Někdy si taky projdu vyhledávání, když hledám něco konkrétního, nebo sleduju obsah, kterej doporučí kámoši.

### **Jak do tvého každodenního dne zapadá sledování různých mediálních obsahů? Kdy obsahy sleduješ? Liší se to v pracovní a volné dny?**

Většinou se tomu věnuju od odpoledne až do večera. Ve všední dny to trochu omezuju kvůli škole a povinnostem, ale koukám každěj den a o víkendech koukám furt.

### **Jak často sleduješ obsah na streamovacích platformách a kolik času týdně strávíš jeho sledováním?**

No, tak já jsem fakt takový ten streamovací maniak. Když se podívám na to, kolik času týdně strávím sledováním obsahu, tak bych řekl, že je to asi kolem 30 hodin. Každěj den si něco pustím a cítím se kvůli tomu dobře, rozhodně ne jako nějaký provinilec. Pro mě je to normální způsob relaxace a zábavy.

### **Na jakém zařízení sleduješ streamovací služby? Proč?**

Nejčastěji to sleduju na té chytrý televizi, kterou mám v pokoji, protože ten obraz je fakt skvělejší. Občas na to sice mrknu i na notebooku, když jsem někde jinde, ale televize má prostě výhodu v kvalitě obrazu.

### **Jak jsi sledoval obsah předtím, než jsi začal využívat streamovací služby? Sledoval jsi obsah někdy i nelegální cestou?**

No jo, před tím, než jsem začal s těma streamovacíma službama, tak jsem si fakt stahoval dost obsahu z internetu. Televize mi přišla trochu zastaralá, takže jsem se k obsahu dostával jiným způsobem. Bohužel, tohle dost často zahrnovalo nelegální stahování obsahu. Abych ušetřil čas, často jsem si platil za prémiový přístup na stahovacích serverech, abych nemusel trávit tři hodiny čekáním na stažení nějakého blbýho filmu. Přišlo mi to normální, protože kdo by chtěl čekat tři hodiny na stažení filmu, že jo?

### **Jak se tvoje sledovací návyky změnily od doby, co jsi je začal používat?**

Od doby, co jsem začal používat streamovací služby, se moje sledovací návyky docela změnily. Dřív jsem byl zvyklej stahovat obsah a sledovat ho podle toho, co jsem právě měl na disku. S přechodem na streamovací služby jsem měl najednou obrovskou výběr obsahu na dosah ruky, což byla super změna.

### **Jakým způsobem jsi využíval tyto služby během období pandemie? Měla situace vliv na to, co jsi sledoval a jak často?**

No, během té pandemie jsem si fakt hodně navyknul sledovat. Víc než kdy jindy. Hlavně jsem se díval na nové obsah, protože ty starý věci už jsem měl dost nakoukaný, takže jsem hltal všechno, co bylo nové. Během pandemie jsem to používal často jako únik od stresu a tý izolace.

### **Máš někdy tendenci strávit více času sledováním, než jsi plánoval? Snažíš se mít nad tím nějakou kontrolu?**

No jasně, to je furt. Stačí když se dostanu do nějaký flow, nebo je tam cliffhanger a je to v háji. Pak si prostě řeknu, že to musím dokoukat, že to bude „jen jedna epizoda navíc“, ale je z toho tak 5, někdy celá série. Pak nejdu spát, nebo hodně pozdě, pak zaspím, další den vynechám přednášku nebo měním plány na poslední chvíli.

**Jak často se ti stává, že sleduješ několik epizod za sebou? Vyhovuje ti, že máš více dílů k dispozici?**

Většinou každéj tejdne klidně. Mít několik epizod najednou k dispozici je fajn, ale občas to znamená, že zmizím v tom světě na delší dobu, a najednou je večer. Takže ano, tohle se mi děje pravidelně.

**Jak sleduješ obsah na streamovacích službách, spíše sám nebo s někým?**

Sleduju to hlavně sám, někdy se spolubydlícím, kterej taky jako celkem má rád Marvel, ale on není takovej magor jako já.

**Jakým způsobem to, když koukáš s někým dalším, ovlivní tvůj výběr obsahu a to, jak se na něj soustředíš?**

Když koukám s někým dalším, tak to většinou neřeší a nechají vybrat mě, takže se kouká na superhrdiny. Já se na to snažim soustředit vždycky, ale když koukám sám, tak u toho někdy i prostě scrolluju na sockách, nebo u toho dělám další věci, třeba jím nebo tak.

**Přepis rozhovoru č. 15**

|                            |                |
|----------------------------|----------------|
| Jméno respondenta:         | Kryštof        |
| Datum realizace rozhovoru: | 21. října 2023 |
| Délka rozhovoru:           | 29 min         |

**Řekni na úvod něco o sobě...**

Je mi 18 a ještě studuju. Ve volnu rád vařím nebo pečú a občas to proložím nějakým tím sportem.

**Jak se ti vedlo při zaznamenávání do deníku?**

No, zapisoval jsem si poctivě každý den, abych na to nezapomněl.

**Jaké používáš streamovací služby? A proč právě tyto konkrétní?**

Mám Voyo a Netflix. Voyo mám kvůli Master Chefovi a Netflix kvůli dalším kulinářským pořadům a občas se tam kouknu na nějaký film, třeba horor.

**Proč obecně používáš streamovací služby, co ti to přináší?**

No, rád se inspiroju u různých pořadů o vaření, takže mi to přináší inspiraci, současně je to pro mě taky odreagování a zábava.

**Vidíš v tom nějaké výhody např. oproti televiznímu vysílání? Sleduješ ho? Proč případně ano/ne?**

Můžu se kouknout na Master Chef o týden dřív, takže vím dřív než ostatní, kdo vypadne. Můžu si to kdykoliv pustit, vidím to s předstihem a nemusím zrovna třeba ve středu večer sedět u televize, ale i když jsem někde pryč, tak o to nepřijdu. Na Netflixu je toho taky plno, můžu si to dát i do češtiny nebo s titulky, protože anglicky moc neumím. A můžu na to koukat z mobilu, z počítače a občas, když rodiče nekoukají na televizi, i na televizi. Na normální televizi občas koukám, rád koukám na Primě na Prostřeno.

**Jaký typ předplatného máš, sdílíš ho případně s někým?**

Platím si ho sám z brigády, takže vždycky si beru to nejlevnější a s nikým ho nesdílím. Občas mi to Voyo ale využívá máma a kouká tam na Ordinaci.

**Jaká částka ti přijde adekvátní za služby streamovacích platforem a kolik měsíčně za tyto služby utratíš?**

Měsíčně to dělá nějakých 360 korun, což není zrovna málo. Adekvátní mi to úplně nepřijde, ale je to tak teď hlavně kvůli tomu Master Chefovi, až pak zase skončí, tak to Voyo zruším a budu platit míň a mít jen ten Netflix.

### **Co by tě motivovalo k předplacení další platformy?**

Asi bych si za nějakou další věc zaplatil v případě, že by tam byla třeba americká verze Masterchefa. Koncept toho pořadu mám fakt rád, za to bych si klidně připlatil.

### **Zaznamenal jsi v souvislosti s tvým předplatným nějaké restriktce? Pokud ano, jaké a jak se změnilo tvoje užívání těchto služeb?**

Nic jsem nezaznamenal, používám to pořád stejně. Ty restriktce ale asi za chvíli zavedu já, aby mi na to Voyo nelezla máma (smích).

### **Jakému obsahu dáváš přednost (seriály, filmy...)? Preferuješ spíš český obsah nebo zahraniční?**

Mám rád hodně různý kulinářský pořady, kolikrát to jsou i reality show. Třeba zrovna ten Master Chef nebo na Netflixu Je to Dort?, nebo Šéfkuchařův stůl. Preferuju asi hlavně český obsah, obecně je toho ale i hodně zahraničního, takže si to dávám do češtiny. Když nejde dabing, tak aspoň titulky. Mám rád i různý horory a občas se kouknu i na nějaký dokument o přírodě.

### **Vracíš se někdy k některým obsahům opakovaně? Kdy? Proč?**

Asi moc ne, nemám rád koukat znova na věci, který už jsem viděl.

### **Jakým způsobem se rozhoduješ, co budeš sledovat, když máš na výběr z tolik platform, a jak se mezi nimi rozhoduješ? Zaměřuješ se spíš na platformu nebo na konkrétní obsah, který nabízí?**

Pokud zrovna vyšel díl Mastechefa, tak si vyberu Voyo, ale jindy jdu prostě jen na Netflix a tam si něco vyberu.

### **A jak si vybíráš to, co budeš sledovat?**

Na Netflixu mám v doporučených různý kulinářský show, takže si vybírám podle toho, co tam na mě vyskočí a co mi to samo doporučí.

### **Jak vnímáš různá doporučení obsahu? Případně, upřednostňuješ doporučení od známých, algoritmické doporučení nebo používáš vyhledávací pole v aplikaci?**

Jsem s tím spokojenej, ukazuje mi to, na co se rád podívám. Nejčastěji si to nechám doporučit přímo od toho Netflixu, nekoukám tam na ty jejich žebříčky, dřív jsem využíval i tu možnost náhodného přehrávání, ale to tam teď už není.

### **Jak do tvého každodenního dne zapadá sledování různých mediálních obsahů? Kdy obsahy sleduješ? Liší se tvůj sledovací návyk v pracovní a volné dny?**

Když nejsem zrovna v cukrárně a nepracuju, tak koukám vždycky po škole. Takže většinou nějaký odpoledne a večer. O víkendu koukám trochu víc.

### **Jak často sleduješ obsah na streamovacích platformách? Kolik času týdně strávíš jeho sledováním?**

Myslím, že se i asi podaří koukat každý den. Celkem asi tak 10 hodin týdně.

### **Na jakém zařízení sleduješ streamovací služby? Proč?**

Koukám nejvíc na počítači, protože to je nejpohodlnější, že si ho můžu vzít kamkoliv, někdy koukám i z mobilu. Občas když rodiče nekoukají na televizi, tak i na televizi.

### **Jak jsi sledoval obsah předtím, než jsi začal využívat streamovací služby? Sledoval jsi obsah někdy i nelegální cestou?**

Dřív jsem koukal jenom na televizi. Ze stahování filmů na černo jsem měl obavy a nikdy jsem to nezkoušel.

### **Jak se tvoje sledovací návyky změnilo od doby, co jsi je začal používat?**

Koukám určitě víc, už to nemusí být v jednu konkrétní dobu, ale může to být kdykoliv. Dřív jsem vždycky musel být doma a řídit se podle televizního programu.

### **Jakým způsobem jsi využíval tyto služby během období pandemie covidu-19? Měla situace vliv na to, co jsi sledoval a jak často?**

Právě během pandemie jsem totálně propadl vaření a pečení. Všechny pořady, kde byly nějaký recepty, mi byly obrovskou inspirací a zkoušel jsem podle toho vytvořit a udělat nějaký svoje vlastní výtvoř. Začal jsem hodně koukat právě na tenhle žánr, dřív mě to moc nezajímalo. Nebylo moc co dělat, takže jsem se do toho ponořil, jak do vaření, tak do sledování.

**Máš někdy tendenci strávit více času sledováním, než jsi plánoval? Snažíš se mít nad tím nějakou kontrolu?**

Ne, to se mi nestává. Vždycky si na to vyhradím konkrétní čas a ten se snažím dodržovat.

**Vyhovuje ti, že máš více dílů k dispozici?**

Ano, kolikrát koukám třeba na toho Master Chefa s předstihem, víc jich tam ale není. Na tom Netflixu někdy kouknu i hned na další díl, pokud to není moc dlouhý, ale to je málokdy.

**Jak se cítíš ohledně času, který trávíš sledováním obsahu?**

Pro mě je to inspirace a i trochu zábava, takže to беру pozitivně.

**Sleduješ obsah na streamovacích službách spíše sám nebo s někým?**

Sleduju ten obsah jenom sám.

**Jak nejčastěji sleduješ obsah, upřednostňuješ soustředěný zážitek nebo využíváš sledování jako kulisu?**

Snažím se na to maximálně soustředit, protože jediné tak si můžu ten recept nebo nápad zapamatovat. Plus tam jsou třeba různé tipy a tak, takže je lepší to vnímat.

**Přepis rozhovoru č. 16**

|                            |                |
|----------------------------|----------------|
| Jméno respondenta:         | Matyáš         |
| Datum realizace rozhovoru: | 23. října 2023 |
| Délka rozhovoru:           | 31 min         |

**Řekni na úvod něco o sobě...**

Jmenuju se Matyáš, je mi 25 let a právě jsem začal pracovat, takže nemám tolik volného času, ale stále si rád užívám seriály a filmy.

**Jak se ti vede, není ten přesun na full time náročný?**

Obecně se mám dobře, pracovní dny jsou docela náročné, ale snažím se to nějak zkloubit se vším kolem a občas si najít aspoň večer nějakou tu volnou chvíli na sledování.

**Jaké používáš streamovací služby? A proč právě tyto konkrétní?**

Mám Netflix a HBO. Je tam široký výběr filmů a seriálů, s přítelkyní se ale občas chceme koukat i na něco, co je přímo od produkce HBO, takže jsme si kvůli tomu jejich obsahu pořídili i další platformu.

**Proč obecně používáš streamovací služby, co ti to přináší?**

Obecně asi kvůli tomu, že se tím dá trávit volný čas a pak taky procvičovat jazyk, v tom vidím velkou výhodu.

**Když bys to měl nějak rozvést tuhle konkrétní výhodu?**

Můžu na tom trénovat cizí jazyk, konkrétně teďka zrovna v práci používáme jenom angličtinu, takže ve spoustě seriálů z firemního prostředí si třeba můžu naposlouchat business english a pak se mi to může hodit i v práci. V tom je to fajn, že si člověk může nastavit jakýkoliv titulky a audio.



**A vidíš v tom ještě nějaké další výhody např. oproti televiznímu vysílání? Sleduješ ho? Proč případně ano/ne?**

Můžu si to pustit kdykoliv a kdekoliv, je tam široká škála seriálů a filmů, a ne jeden konkrétní v jednu dobu. Na televizi normálně koukám, ale primárně na sport. Koukám třeba na ČT Sport, plus si platím kabelovku, takže mám ještě další sportovní kanály.

**Jaký typ předplatného máš, sdílíš ho případně s někým?**

Netflix sdílím se skupinou, mám ho společně s bráchou a jeho kamarádem, tam máme tuším premium. HBO si platíme s přítelkyní společně.

**Jaká částka ti přijde adekvátní za služby streamovacích platform a kolik měsíčně za tyto služby utratíš?**

Měsíčně dám za ten Netflix a HBO dohromady dvě stovky, což mi přijde asi takový adekvátní, víc bych za to určitě nedal. Navíc je fajn mít to takhle napůl.

**Co by tě motivovalo k předplacení další platformy?**

Když tam bude prostě nějaký konkrétní seriál, kterej chci vidět, tak si to kvůli tomu klidně zaplatím. Když tam bude třeba měsíc zdarma, tak si to klidně taky vyzkouším, abych věděl, co ta daná služba nabízí.

**Zaznamenal jsi v souvislosti s tvým předplatným nějaké restriktce? Pokud ano, jaké a jak se změnilo tvoje užívání těchto služeb?**

Do Česka přišel od Netflixu zákaz sdílení účtů a správně by to teď měla používat jen jedna domácnost. Mě osobně se ta restriktce nedotýká, ale vím, že jeden člen tý naší skupiny s tím měl trochu problémy a brácha mu musel prostřednictvím kódu a nějaký autorizace potvrdovat přístup na to jeho zařízení.

**Jakému obsahu dáváš přednost (seriály, filmy...)? Preferuješ spíš český obsah nebo zahraniční?**

Určitě dávám přednost seriálům, preferuju zahraniční obsah. Zrovna teď koukám na The Suits. Zároveň mám rád, když už jsou ty seriály dotočený a nemusím pak čekat rok na další sérii, takže se kolikrát stane, že na osm řad koukám v kuse. Mám taky takovej list v tom Netflixu, kde si ukládám to, na co bych chtěl zrovna koukat. Teďka tam mám momentálně hodně věcí, ale úplně se k nim nedostanu, protože ti Kravařáci jsou celkem na dlouho, má to asi 9 řad.

**Vracíš se někdy k některým obsahům opakovaně? Kdy? Proč?**

Víckrát jsem koukal na Mentalistu. To je podle mě nejlepší kriminální seriál ze všech, vždycky když to dávali v televizi, tak jsem měl chuť si to pouštět znova. Každý rok si pravidelně na Vánoce pouštím Sám doma a někdy si dám i maraton Harryho Pottera. Vracím se k tomu asi hodně z nostalgie, připomene mi to svátky nebo v případě Harryho zase dětství.

**Jakým způsobem se rozhoduješ, co budeš sledovat, když máš před sebou rozsáhlou nabídku obsahu na různých streamovacích platformách, jak se mezi nimi rozhoduješ? Zaměřuješ se spíš na platformu nebo na konkrétní obsah, který nabízí?**

Záleží, jestli mám něco rozkoukanýho nebo ne, pokud ano, tak prostě pokračuju v tom, co mám rozkoukaný. Protože jsem trochu auták, tak nesnáším mít víc rozkoukaných věcí najednou. Takže tam jdu většinou kvůli tomu konkrétnímu obsahu. Když bych zrovna neměl na co koukat, tak si projedu obě ty varianty a na základě nějakýho žánru nebo doporučení, nebo věcí, co na mě vyjedou, si něco pustím.

**Když už jsi nakoukl ty různá doporučení, jak je vnímáš? Upřednostňuješ třeba doporučení od známých, algoritmické doporučování nebo používáš vyhledávací pole v aplikaci?**

Vnímám to pozitivně, tím že mi to samo hází filmy, na který bych se fakt koukal, tak mám rád ty algoritmy. Vyhledávací pole k tomu nepoužívám. Občas se kouknu i na něco, co mi doporučí lidi z mého okolí.

**Jak do tvého každodenního dne zapadá sledování různých mediálních obsahů? Kdy obsahy sleduješ? Liší se tvůj sledovací návyk v pracovní a volné dny?**

Samozřejmě se to liší, o všední dny můžu koukat jenom večer, o víkendu můžu koukat, jak chci, když mám zrovna volno.

**Jak často sleduješ obsah na streamovacích platformách? Kolik času týdně strávíš jeho sledováním?**

Sleduju něco každý den. V týdnu je to asi tak... musím se zamyslet... no, tak 16 hodin týdně.

**Na jakém zařízení sleduješ streamovací služby? Proč?**

Hlavně na televizi, mám teďka novou chytrou televizi skoro přes půlku obyváku, takže ten obraz i zvuk je luxusní a je super si na tom dělat takový domácí kino.

**Používáš i jiná zařízení? Proč ano/ne?**

Dřív jsem používal Netflix a HBO i hodně na notebooku, teď asi víc, když jsem na cestách, si nějakou konkrétní epizodu stáhnou do mobilu. Takže občas si to pustím i jinde než na televizi.

**Jak jsi sledoval obsah předtím, než jsi začal využívat streamovací služby? Sledoval jsi obsah někdy i nelegální cestou?**

Dřív jsem koukal na seriály hlavně v televizi. Občas jsem se dostal k obsahu i nelegálně a seriály si stahoval.

**Jak se tvoje sledovací návyky změnily od doby, co jsi je začal používat?**

Nutí to člověka koukat víc, protože tam je hodně věcí, který může vidět. Začal jsem sledováním trávit určitě víc času. Taky si už nemusím nic stahovat a mám to jednoduše na jednom místě.

**Jakým způsobem jsi využíval tyto služby během období pandemie? Měla situace vliv na to, co jsi sledoval a jak často?**

Během covidu jsem koukal více, ale covid neměl vliv na to, na co se budu dívat. Měl jsem mnohem víc času na ten svůj seznam věcí, takže jsem se koukal hlavně na ty svoje resty, na to, co mi tam zbývalo. Pouštěl jsem si ale třeba film Lockdown, což bylo celkem vtipný na to koukat, když byl fakt lockdown. Bylo to hrozně rychle natočený, takže mi přišlo i zajímavý, jak na to ten průmysl rychle začal reagovat a dávat tam i takovou nabídku obsahu.

**Máš někdy tendenci strávit více času sledováním, než jsi plánoval? Snažíš se mít nad tím nějakou kontrolu?**

Určitě se mi to stalo, někdy se mi stane, že se podívám i na celou sérii v jeden den. Naposledy jsem koukal za jeden den celkem 12 hodin. Bylo to zrovna u těch Kravaťáků. Začal jsem v 10 a skončil jsem ve 2 ráno, sice jsem si mezitím třeba dělal jídlo nebo tak, ale byl to slušnej maraton. Když už je pozdě, tak většinou koukám až ten další den, tím jak chodím do práce, tak teď nějakou tu kontrolu už mít musím.

**Jak často se ti tohle stane?**

Většinou je to výjimečně, třeba když zrovna nemám moc co na práci, nebo když jsem nemocnej.

**Vyhovuje ti, že máš více dílů k dispozici?**

Určitě jo, je to super, akorát, jak už jsem říkal předtím, nemám rád, když koukám na nějaký seriál, kterej není ještě dotočený, protože pak musím čekat na další sérii.

**Jak se cítíš ohledně času, který trávíš sledováním obsahu?**

Jako asi to je v pohodě, ale někdy je lepší ho investovat i nějak líp a kvalitně.

**Sleduješ obsah na streamovacích službách spíše sám nebo s někým?**

Spíš s někým. Od té doby, co bydlím s přítelkyní, koukám prakticky pokaždý na něco s ní.

**Jakým způsobem to, když koukáš s přítelkyní, ovlivní tvůj výběr obsahu a to, jak se na něj soustředíš?**

Je potřeba se s tím druhým člověkem domluvit, takže se snažíme najít nějaký kompromis, ale často máme filmy, na které chceme koukat společně. Většinou se snažíme na to soustředit, ale občas se stane, že máme ten film pak jen jako kulisu.

**Jak nejčastěji sleduješ obsah, upřednostňuješ soustředěný zážitek nebo využíváš sledování jako kulisu?**

Když si pustím seriál s dabingem, tak tomu tolik pozornosti nevěnuju a klidně při tom dělám další věci. Pokud to je ale jenom v angličtině, tak se na to soustředím víc a dávám pozor.

### Příloha 3: Deníkové záznamy informantů

Respondent č. 1: Lukáš

#### Týden 1

Datum a den v týdnu: Po-Ne (25. září–1. října)

Časový úsek (od – do): V týdnu tak 19:00 - 21:00 h, o víkendu odpoledne i večer

Co jste sledovali:

- Seriál Witcher na Netflixu (ve všední dny 2 hodiny, průměrně 2 epizody)
- Film Batman na HBO (jeden film)
- Tajná invaze od Marvelu na Disney+ (o víkend více hodin)

S kým jste to sledovali: Většinou sám

#### Týden 2

Datum a den v týdnu: Po-Ne (2. října - 8. října)

Časový úsek (od – do): V týdnu tak 19:00 - 21:00 h, o víkendu odpoledne i večer

Co jste sledovali:

- Seriál Witcher na Netflixu (opět 2 hodiny)
- Seriál Teorie velkého třesku na HBO (2 hodiny)
- Film Ant-Man na Disney+ (jeden film)

S kým jste to sledovali: Opět sám

Respondentka č. 2: Karolína

#### Týden 1

Pondělí 25. září:

- 19:00 - 20:30: Netflix – Dokument o Davidu Beckhamovi, Laptop, Sama

Úterý 26. září:

- 20:00 - 21:30: HBO – Superdrbna, Televize, Sama

Středa 27. září:

- 19:30 - 20:30: Disney – Jak jsem poznal vaši matku, Televize, 3 epizody, Sama

Čtvrtek 28. září:

- 19:00 - 20:00: Voyo – Love Island, Laptop, Sama

Pátek 29. září:

- 19:00 - 20:00: Netflix – Dokument o Davidu Beckhamovi, Laptop, Sama

Sobota 30. září:

- 19:00 - 20:00: HBO – Superdrbna, Televize, Sama

Neděle 1. října:

- 19:00 - 20:00: Disney – Jak jsem poznal vaši matku, Televize, 3 epizody, Sama

#### Týden 2

Úterý 3.10.:

- 20:00 - 21:00: HBO – Superdrbna, Televize, sama, 1 hodina

Středa 4.10.:

- 19:30 - 20:30: Disney – Jak jsem poznal vaši matku, Televize, sama, 1 hodina

Čtvrtek 5.10.:

- 19:00 - 20:00: Voyo – Love Island, Laptop, sama, 1 hodina

Respondentka č. 3: Sofie

#### Týden 1:

Datum a den v týdnu: 2. října (pondělí)

Časový úsek (od – do): 19:00 - 21:00

Co jste sledovali: S přítelem jsme sledovali na TV seriál Stranger Things na Netflixu

Jak dlouho jste to sledovali: Dvě hodiny, zhruba 3 epizody.

Datum a den v týdnu: 4. října (středa)

Časový úsek (od – do): 20:00 - 22:00

Co jste sledovali: sama na laptopu seriál The Crown na Netflixu  
Jak dlouho: Dvě hodiny, 2 epizody.

Datum a den v týdnu: 6. října (pátek)

Časový úsek (od – do): 19:30 - 21:30

Co, kde, s kým: S přítelem jsme pokračovali v seriálu Stranger Things na Netflixu na TV.

Jak dlouho jste to sledovali: Dvě hodiny, zhruba 3 epizody.

Datum a den v týdnu: 8. října (neděle)

Časový úsek (od – do): 14:00 - 16:00

Co, kde, s kým: S bratrem a sestrou jsme na Disney+ sledovali film Kráska a zvíře na TV

Jak dlouho: Dvě hodiny, celý film.

### **Týden 2:**

Datum a den v týdnu: 9. října (pondělí)

Časový úsek (od – do): 20:30 - 22:30

Co, kde, s kým: S přítelem jsme pokračovali v seriálu Stranger Things na Netflixu na TV

Jak dlouho: Dvě hodiny, zhruba 3 epizody.

Datum a den v týdnu: 12. října (čtvrtek)

Časový úsek (od – do): 19:00 - 21:00

Co, kde, s kým: Sama jsem se dívala na seriál The Crown na Netflixu, laptop

Jak dlouho: Dvě hodiny, 2 epizody.

Datum a den v týdnu: 14. října (sobota)

Časový úsek (od – do): 17:00 - 19:30

Co, kde, s kým: S přítelem jsme zkusili seriál Bridgertonovi na Netflixu na TV

Jak dlouho: Dvě a půl hodiny, zhruba 4 epizody.

Datum a den v týdnu: 15. října (neděle)

Časový úsek (od – do): 15:00 - 17:30

Co, kde, s kým: S bratrem a sestrou jsme na Disney+ sledovali film Toy Story, TV

Jak dlouho: Dvě a půl hodiny, celý film.

### Respondent č. 4: Jiří

#### **Týden 1**

Datum a den v týdnu: 29.9. (pátek), 1.10. (neděle)

Časový úsek (od – do): 17-19 h, o víkendu večer od 20 h

Co jste sledovali:

- The Last of Us na HBO (jedna epizoda, cca 1,5 hodiny)
- Equalizer na HBO (film, 2 h)

S kým jste to sledovali: The Last of Us sám, zbytek s rodinou

#### **Týden 2**

Datum a den v týdnu: 4.10. (středa), 7.10. (sobota)

Časový úsek (od – do): 21-23 h, o víkendu dopoledne

Co jste sledovali:

- The Last of Us na HBO (jedna epizoda, cca 1,5 hodiny)
- Aladin na Disney (film, cca 1,5 h)

S kým jste to sledovali: The Last of Us sám, Aladina s rodinou

### Respondentka č. 5: Tereza

#### **Týden 1**

Pátek 29. září:

- 20:00 - 21:30: Netflix – Spirit: Divoký hřebec, TV, s rodinou (1 film)

Neděle 1.října:

- Dopoledne: Netflix – Je to Dort? sama, notebook, 2 epizody (2x40 min)

#### **Týden 2**

Středa 4.10.:

- 18:00-20:00 h: Netflix – Bridgertonovi, sama, laptop (2 epizody)
- Pátek 6.10.:
- 20:00 – 22:00 h: HBO – Uncharted, TV, s rodinou (1 film)

Respondentka č. 6: Aneta

#### **Týden 1**

Datum a den v týdnu: po-ne, v týdnu dopoledne 8:00-9:00, večer 19:00-22:00, o víkendu 20:00-23:00  
Co jste sledovali: Gossip girl a Gilmore girls na netflixu  
S kým jste to sledovali: sama

#### **Týden 2**

Datum a den v týdnu: po-ne, v týdnu dopoledne 8:00-9:00, večer 19:00-22:00, o víkendu 20:00-23:00  
Co jste sledovali: Gossip girl, Gilmore girls, The Stranger na netflixu  
S kým jste to sledovali: sama

Respondentka č. 7: Magdalena

#### **Týden 1**

Datum a den v týdnu: So 30.9., Ne 1.10., Út 3.10, St 4.10.  
Časový úsek (od – do): 20-21.30 h (víkend), 11-11:45 (Út), 13-14 h (St)  
Co jste sledovali:

- Víkend: Anne s E na konci – Netflix, notebook, 2x 44 min, oba dny, sama
- Úterý: Baking impossible – Netflix, mobil, po cestě do školy, 1 epizoda
- Středa: Witcher blood origin– Netflix, mobil, po cestě do školy, 1 epizoda

#### **Týden 2**

Datum a den v týdnu: So 7.10., Ne 8.10., Út 10.10, St 11.10.  
Časový úsek (od – do): 20-21.30 h (víkend), 11-11:45 (Út), 13-14 h (St)  
Co jste sledovali:

- Sobota: Red white and royal blue – Amazon Prime, 1 film, sama, notebook
- Neděle: The midnight sky – Netflix, 1 film, s mámou, televize
- Úterý a středa: Ferraghes – Amazon Prime, 29 min epizoda, reality show, mobil, sama, po cestě do školy

Respondent č. 8: Tomáš

#### **Týden 1**

Datum a den v týdnu: 28.9. čtvrtek, sobota 30.9., neděle 1.10.  
Časový úsek (od – do): vždycky večer, kolem 21 h na 1 h  
Co jste sledovali: Mandalorian na Disney, mobil  
Jak dlouho: 1 h, jedna epizoda  
S kým jste to sledovali: sám

#### **Týden 2**

Datum a den v týdnu: 5.10.-12.10. (Čt-Čt)  
Časový úsek (od – do): různě během dne (dopoledne, odpoledne, večer)  
Co jste sledovali:

- Onepiece, Netflix – 20 min, 10 dílů, počítač
- Teorie velkého třesku – 20 min, 5 dílů, Disney, mobil
- Přátelé – 25 min, 8 dílů, HBO, mobil
- Top Gear – 2 díly, 2 h – Amazon, mobil
- Génius (dokument o Einsteinovi) – 6 x 75 min – Disney počítač
- Průzkumník ztracen v Arktidě (dokument) – 48 min, Disney mobil

S kým jste to sledovali: vždycky sám

Respondentka č. 9: Iva

#### **Týden 1**

Datum a den v týdnu: 29.9.-6.10  
Časový úsek (od – do): Út od 12:30 na 1,5 h, středa 19:00 – 1,5 h, pátek 14:00 – 1 h, sobota 20:00 – 2 h

Co jste sledovali: House of cards, Love at first sight (notebook), Mamma mia (s mámou, chytrá TV), vše netflix, jinak sama na mobilu

### **Týden 2**

Datum a den v týdnu: 6.10.-13.10.

Časový úsek (od – do): sobota 19:00 na 1 h, úterý oběd na 30 min, čtvrtek od 16:00 na 1,5 h

Co jste sledovali: Přátelé na HBO – s přítelem, telefon; House of cards na Netflixu – telefon, sama

Respondentka č. 10: Natálie

### **Týden 1**

Datum a den v týdnu: 30.9.-7.10.

Časový úsek (od – do): ráno tak 15-20 min, večer 20-40 min ve všední den, sobota 20:00

Co jste sledovali:

- Arrow – 45 min po částech, v týdnu celkem 3 epizody, mobil, sama, Netflix
- Na západní frontě klid – víkend s rodičema, 1 film, počítač, Netflix

### **Týden 2**

Datum a den v týdnu: 7.10.-14.10.

Časový úsek (od – do):

Co jste sledovali:

- Lucifer – Netflix, 40 min, 3 díly v týdnu po částech, telefon, sama
- Letuška – HBO, 45 min, 4 díly v týdnu večer, notebook, sama
- Pýcha a předsudek – Netflix, 2 h, počítač, sama, sobota

Respondentka č. 11: Barbora

### **Týden 1**

Datum a den v týdnu: 2.10.-8.10. (Po-Ne)

Časový úsek (od – do): každý den od 22 h do půlnoci

Co jste sledovali:

- Breaking Bad
- Black Mirror

Kde jste to sledovali: vždy na Netflixu, počítač

Jak dlouho: 2 epizody denně, většinou jedna tak 45 min – 1 h

S kým jste to sledovali (volitelné): s přítelem

### **Týden 2**

Datum a den v týdnu: 9.10.-15.10. (Po-Ne)

Časový úsek (od – do): od 22 h do půlnoci

Co jste sledovali:

- RuPaul's Drag Race – sama, mobil (pondělí, sobota)
- Breaking Bad – s přítelem, notebook (úterý, čtvrtek, neděle)
- Mean Girls – sama, mobil (středa)
- Deepwater Horizon – s bráchou, TV (pátek od 20 h)

Kde jste to sledovali (platforma/rozhraní): vše na Netflixu

Jak dlouho jste to sledovali, případně kolik epizod: většinou 1-2 epizody nebo 1 film, délka tak do 2 h

Respondent č. 12: Radim

### **Týden 1**

Datum a den v týdnu: 7.10., sobota

Časový úsek (od – do): večer, 20:30 -22:10 h

Co jste sledovali: Vyšehrad: Fyln (komedie)

Kde jste to sledovali: Voyo, notebook

Jak dlouho: 1 film, skoro 2 h

S kým jste to sledovali: sám

### **Týden 2**

Datum a den v týdnu: 15.10., neděle

Časový úsek (od – do): zase večer, 19-20:30h

Co jste sledovali: V létě ti řeknu, jak se mám (komedie)  
Kde jste to sledovali: Voyo, notebook  
Jak dlouho: 1 film, 2 h  
S kým jste to sledovali: s přítelkyní

Respondent č. 13: David

#### **Týden 1**

Datum a den v týdnu: 4.října-10.října  
Časový úsek (od – do): služební cesta, takže nepravidelně, různé časy  
Kde jste to sledovali: mobil a TV, vše Amazon  
Co a s kým jste to sledovali (kromě posledního všechno sám):

- The Good Omens – 5 epizod
- The Continental: From the World of John Wick – 2 epizody
- Clarkson's Farm – 4 díly
- Shotgun Wedding – Amazon, TV, s přítelkyní, 2 h, víkend

#### **Týden 2**

Datum a den v týdnu: 11.října-17.října  
Časový úsek (od – do): klidnější týden, většinou večer tak od 20 h, o víkendu odpoledne  
Co, kde, jak dlouho, s kým:

- The Good Omens – Amazon, mobil, sám, 7 epizod za týden
- Citadel – Amazon, mobil, sám, 3 epizody různě v týdnu
- Smrt na Nilu – Disney, TV, s přítelkyní 2 h, víkend

Respondent č. 14: Petr

#### **Týden 1**

Datum a den v týdnu: 5.10.-11.10. (čt-st)  
Časový úsek (od – do): lišilo se to podle školy, někdy odpoledne, jindy večer, každý den  
Co jste sledovali:

- Daredevil – 1 h, Disney, TV, sám
- Peacemaker – HBO, TV, sám
- Spiderman paralelní světy – Netflix, TV, se spolubydlicím
- She-Hulk – Disney, TV, sám

Jak dlouho: 3-4 h o všední dny, o víkendu jen 6 h

#### **Týden 2**

Datum a den v týdnu: 12.10.-18.10. (čt-st)  
Časový úsek (od – do): zase podle školy, víc večer, každý den, jenom sám, na TV  
Co jste sledovali (typ obsahu a název)

- Jessica Jones – Disney
- Loki – Disney
- Secret invasion – Disney
- Swamp Thing – HBO
- Titans – Netflix

Jak dlouho: ve všední dny tak 4 h, klidně 4 epizody za sebou, o víkendu tak 5 hodin (=5 epizod)

Respondent č. 15: Matyáš

#### **Týden 1**

Datum a den v týdnu: Po-Ne (9. října – 15. října)  
Časový úsek (od – do): Každý den, zhruba 16 hodin týdně, převážně po večerech, odpoledne víc, když je více času  
Co jste sledovali: Seriál The Suits na Netflixu  
Jak dlouho: max 3 epizody za sebou  
S kým jste to sledovali: S partnerkou

#### **Týden 2**

Datum a den v týdnu: Po-Ne (16. října – 22. října)  
Časový úsek (od – do): V týdnu méně času na sledování, sledování hlavně o víkendu

Co jste sledovali: The Suits na Netflixu  
S kým jste to sledovali: s partnerkou / sám

Respondent č. 16: Kryštof

**Týden 1**

Datum a den v týdnu: So-Pá (7. října – 13. října)

Časový úsek (od – do): Každý den zhruba od 18 h do 22 h v závislosti na volnu

Co jste sledovali: Masterchef na Voyo, Je to dort? na Netflixu. Sledování převážně na PC, vždycky jeden díl.

S kým jste to sledovali: Sleduji sám

**Týden 2**

Datum a den v týdnu: So-Pá (14. října – 20. října)

Časový úsek (od – do): Hodně věcí do školy, méně času na sledování, zhruba 10 h týdně

Co jste sledovali: Masterchef na Voyo, Je to dort?, Šéfkuchařův stůl na Netflixu. Sledování převážně na PC.

S kým jste to sledovali: Sleduji sám