

Český filmový divák v době covid-19

Redukce dopadů krize a nové
příležitosti pro filmovou distribuci

Jan Hanzlík
Petr Szczepanik
Karel Čada
Zuzana Chytková
Ondřej Špaček
Raman Samusevich
Alžběta Wolfová

výzkumná zpráva

červenec 2022

připraveno pro Státní fond kinematografie

T A
Č R

C → i ← R → G



Český filmový divák v době covid-19: Redukce dopadů krize a nové příležitosti pro filmovou distribuci

Výzkumná zpráva

Jan Hanzlík, Petr Szczepanik, Karel Čada, Zuzana Chytková,
Ondřej Špaček, Raman Samusevich, Alžběta Wolfová

Připraveno pro Státní fond kinematografie

Připravili: Jan Hanzlík, Petr Szczepanik, Karel Čada, Zuzana Chytková, Ondřej Špaček,
Raman Samusevich, Alžběta Wolfová

Recenzovali: Helena Bendová, Aleš Danielis, Ondřej Kulhánek

T A
Č R



Červenec 2022

Výzkumná zpráva byla vypracována v rámci řešení projektu „Český filmový divák v době covid-19: Redukce dopadů krize a nové příležitosti pro filmovou distribuci“ (č. TL04000421) s finanční podporou Technologické agentury České republiky.

© Jan Hanzlík, Petr Szczepanik, Karel Čada, Zuzana Chytková, Ondřej Špaček, Raman Samusevich, Alžběta Wolfová, 2022 © Vysoká škola ekonomická v Praze, 2022

Obsah:

Executive summary	3
Úvod	5
1. Metodologie výzkumu.....	6
2. Deskriptivní analýza kvantitativních dat.....	11
3. Typologie současných českých diváků	25
4. Dopady protipandemických opatření na divácké chování	77
5. Explikace modelů pro predikci preferencí artových filmů.....	91
6. Doporučení pro tvorbu kulturní politiky v oblasti filmu.....	110
Literatura	112
Příloha č. 1: Dotazník.....	114
Příloha č. 2: Scénář hloubkových rozhovorů	143
Příloha č. 3: Scénář focusových skupin	145

Executive summary

1. Tato studie zkoumá chování a preference filmových diváků v podmínkách pokračující pandemie covid-19 a sílícího vlivu nadnárodních streamovacích platform. Ačkoli filmového diváka sleduje napříč různými médii a diváckými praxemi, v centru její pozornosti zůstává navštěvování kin.
2. Na výzkumné otázky o dynamickém vztahu mezi navštěvováním kin a domácím sledováním odpovídá s pomocí kombinace několika metod sběru a analýzy: dotazníkového šetření na reprezentativním vzorku české populace a explanační kvalitativní analýzy individuálních rozhovorů a diskusních skupin s představiteli různých segmentů, identifikovaných kvantitativní analýzou.
3. Dotazník sledoval tyto základní okruhy: demografické charakteristiky, ekonomický a kulturní kapitál, obecné divácké praxe napříč všemi typy audiovizuálního obsahu a distribuce, žánrové preference, vkusovou orientaci (na ose komerční-art), vztah k audiovizuálním technologiím, praxe chození do kina, praxe domácího sledování, vztah ke streamovacím platformám, vztah k nelegálním úložištím a pirátství, dětské diváctví.
4. Kvantitativní analýza upřesňuje řadu již známých jevů, především dramatický nárůst uživatelů online služeb. Na předplacených VOD službách sleduje filmy či seriály alespoň jednou měsíčně celkem 35 % osob a 30 % je stahuje z úložišť. Nicméně zároveň platí, že pro 31 % respondentů jsou VOD služby stále příliš složité a že k nárůstu během pandemie nedošlo plošně, ale především v segmentech intenzivního sledování.
5. Studie z dotazníkových dat vytváří na základě tzv. analýzy latentních tříd originální diváckou typologii, kterou následně prohlubuje s pomocí individuálních rozhovorů s představiteli každého typu. Typologie se skládá ze dvou segmentů s vyšším a tří segmentů s nižším ekonomickým a kulturním kapitálem: „intenzivní diváci (zábava)“ (15,6 %) a „technofilní-kosmopolitní diváci“ (16,7 %) mají vyšší zásoby obou kapitálů, „televizní diváci – rodiče“ (14,8 %), „televizní diváci“ (23,9 %) a „vlažní mediální konzumenti“ (17,7 %) naopak nižší. Zjednodušeně můžeme říci, že vyšší intenzita televizního diváctví se napříč diváckými skupinami pojí s nižší intenzitou chození do kina a streamování a zároveň s vyšším věkem, nižšími příjmy, nižším vzděláním a kulturním přehledem, orientací na český kulturní obsah a konzervativnějším přístupem k novým technologiím. Naopak vyšší intenzita streamování a chození do kina se pojí s nižším věkem, vyšším vzděláním a příjmy, kosmopolitnější orientací a větším zájmem o kulturu i nové technologie. Největší intenzitu všech typů divácké spotřeby kromě televize má skupina „intenzivní diváci (zábava)“, která je zároveň nejmladší; tato skupina je emblematickým příkladem tzv. kulturního všezroutství, protože dosahuje nejvyšších hodnot preferencí téměř u všech žánrů, a to v rámci artové i komerční, české i zahraniční tvorby. Její mladší, vybíravější a kosmopolitněji zaměřenou verzi představuje skupina „technofilní-kosmopolitní“, která je nejvzdělanější, nevyhledává český obsah a tradiční televizní vysílání a naopak dosahuje nejvyšších hodnot v hraní videoher, stahování pirátských kopií z úložišť a sledování krátkých online videí. Přímým opakem těchto dvou typů intenzivních diváků je skupina „vlažní mediální konzumenti“, která má nejnižší intenzitu všech typů divácké spotřeby kromě televize a nejnižší hodnoty preferencí u většiny žánrů, a zároveň je nejstarší, nejchudší a ve svém životním stylu nejpasivnější. Porovnáme-li dvě skupiny s největší intenzitou sledování televize, tedy „televizní diváky“ a „televizní diváky – rodiče“, pak ta první je starší, vzdělanější a více sleduje veřejnoprávní Českou televizi, ta druhá preferuje Novu, má častěji děti, a pravděpodobně proto i více streamuje a u sledování vykonává další činnosti.
6. Identifikuje čtyři základní skupiny diváků podle jejich postojů k protipandemickým opatřením a k navštěvování kin v době pandemie covid-19, s důrazem na vůli vracet se do kin a naopak na kompenzaci chození do kina domácím sledováním: „věrní“ (25 %), „kompenzační“ (14 %), „prožívající“ (37 %), „nenávštěvníci kin“ (24 %). Chování prvních tří typů, zjištěné dotazníkovým šetřením, se následně pokouší vysvětlit pomocí diskusních skupin (focus groups). Více než třetinu lidí tedy odrazuje od návštěv kin přímo pandemie (skupina „prožívající“) – buď mají velké obavy z nákazy, nebo naopak odmítají protipandemická opatření a nechtějí se nechat očkovat, jinak ale zájem o navštěvování kin projevují. Z hlediska

snahy udržet diváky v kině se jeví jako velmi problematická skupina těch diváků, kteří pandemii výrazněji neprožívají, ale navykli si na sledování filmů v domácím prostředí („kompenzační“). Tato skupina během pandemie zjistila, jak rozsáhlé jsou možnosti výběru audiovizuálních děl v domácím prostředí a její představitelé částečně disponují kvalitním technickým vybavením, které jim v domácím prostředí zprostředkuje filmovou zkušenost podobnou kinu. Do kin se nejčastěji vracejí diváci, kteří mají k filmům (a potažmo kultuře v širším smyslu) silný osobní vztah a disponují poměrně širokými filmovými znalostmi, přičemž toto chování se projevuje jak u diváků preferujících tzv. artový film, tak u fanoušků komerční tvorby (skupina „věrní“). Klíčovými skupinami, na které by se měla zaměřit kulturní politika státu a obchodní strategie firem, jsou „prožívající“ a „kompenzační“, pro které si navštěvování kin stále uchovává vysokou kulturní hodnotu, byť se ve své divácké praxi přiklánějí k domácímu sledování. Domácí sledování a streamovací platformy nicméně plní odlišné sociální funkce (např. trávení času s blízkými v domácím prostředí) než kino, a tudíž zážitek z kina plně nenahradily.

7. Využívá metodu explanace prediktivních modelů k identifikaci hlavních charakteristik, které ovlivňují preference tzv. artového filmu, a ukazuje, že většina artových diváků má současně ráda komerční film. Spíše než vlastní deklarace artového vkusu mohou artového diváka identifikovat kombinace obecnějších sociologických charakteristik (gender, věk, vzdělání) a specifických praxí či postojů (sklon spoléhat na Čsfd při výběru filmů, odmítání happyendů a dětských a rodinných filmů).

Úvod

Předkládaná výzkumná zpráva byla připravena v rámci projektu „Český filmový divák v době covid-19: Redukce dopadů krize a nové příležitosti pro filmovou distribuci“ podpořeného Technologickou agenturou České republiky a jejím hlavním příjemcem a aplikačním garantem je Státní fond kinematografie. Cílem projektu bylo identifikovat změny v chování českých filmových diváků vyvolané pandemií covid-19 za účelem adaptace okruhů veřejné podpory Státního fondu kinematografie tak, aby lépe odpovídaly nové realitě českého filmového trhu. Za tímto účelem bylo provedeno dotazníkové šetření na reprezentativním vzorku populace České republiky o velikosti 2519 respondentů a dále byly uskutečněny tři skupinové diskuze s celkem 24 účastníky a 30 hloubkových rozhovorů se zástupci šesti typů diváků.

Předkládaná zpráva má pět částí. **První část osvětluje metodologii výzkumu. Druhá část nabízí obecnější deskriptivní charakterizaci populace České republiky z hlediska jejich diváckých aktivit.** Tato kapitola vychází z kvantitativních dat. **Třetí část představuje typologii současných českých filmových diváků** vytvořenou na základě analýzy latentních tříd a doplněnou analýzou hloubkových rozhovorů se zástupci jednotlivých diváckých typů. Typologie byla vytvořena primárně na základě divácké praxe a diváckého vkusu. Kapitola věnovaná této typologii obsahuje jednak stručnou charakteristiku typických zástupců jednotlivých diváckých typů, jednak podrobnou charakterizaci kombinující kvantitativní a kvalitativní data. **Čtvrtá část představuje typologii reakcí na pandemickou situaci především ve vztahu k návštěvám kin.** Nejprve obecně charakterizuje změny v diváckém chování v souvislosti s pandemií prostřednictvím kvantitativních dat a následně se prostřednictvím skupinových diskuzí zaměřuje podrobněji na několik diváckých segmentů představujících různé způsoby prožívání pandemie zejména ve vztahu k návštěvám kin. **Pátá část se zaměřuje na artový film** a prostřednictvím prediktivních modelů na bázi strojového učení přispívá k charakterizaci artových diváků a jejich preferencí z nezvyklého úhlu pohledu. A na závěr, **šestá část výzkumné zprávy poskytuje doporučení pro tvorbu kulturní politiky pro Státní fond kinematografie,** která by reflektovala proběhlé a nadále probíhající pandemické dění, a snaží se tak přispět ke stabilizaci filmového průmyslu ve složitém období.

1. Metodologie výzkumu

V období od 10. 11. – 26. 11. 2021 byl v souladu s cíli projektu uskutečněn kvantitativní sběr dat. Sběr dat probíhal metodami CAWI, tedy prostřednictvím online panelu, a CAPI (osobní dotazování s proškolenými tazateli). Výsledná velikost výběrového souboru byla 2 519 platných respondentů. Výběrové šetření realizovala jako subdodávku společnost Median s. r. o. Jde o zavedenou společnost zabývající se prováděním výzkumů veřejného mínění. Společnost Median s. r. o. se zavazuje k dodržování etických standardů a požadavků na kontrolu kvality dat, které jsou definované společnostmi ESOMAR a SIMAR, jichž je členem.

Kontrola kvality dotazování probíhala na několika úrovních. V případě CAWI dotazníků se kontrolovaly délky vyplnění a vyřazovali se respondenti, kteří vyplňovali příliš krátkou dobu. V případě CAPI dotazníků byly pořízeny krátké audiozáznamy k následnému ověření správnosti postupu ze strany tazatele.

Respondenti byli ujistěni o anonymitě celého šetření a o skutečnosti, že data budou použita jako jeden kompaktní celek a nebudou spojována s konkrétními osobami. Účastníci měli možnost účast na výzkumu odmítnout nebo ji ukončit v průběhu výzkumu. Participace na výzkumu byla svobodnou volbou každého z respondentů.

Reprezentativita souboru byla zajištěna vymezením kvót odvozených od reálného rozložení požadovaných znaků v online i obecné populaci ČR. Sledované kvóty byly pohlaví, věk (7 kategorií), vzdělání (4 kategorie), kraj (14 kategorií), velikost místa bydliště (5 kategorií) respondenta a užívání internetu (3 kategorie). Struktura respondentů je zobrazena v tabulce č. 1.1.

Drobné rozdíly oproti teoretickým četnostem v populaci byly vyrovnávány pomocí vah. Celý vzorek byl vážen souhrnně. Vážení bylo provedeno ve vlastním software společnosti Median. Probíhalo iteračně a vycházelo z modifikovaného Deming-Stephanova algoritmu. V software byl nastaven maximální rozsah vah na 0,5–2, aby nedošlo k přílišnému snížení efektivity velikosti vzorku. Vážilo se jednorozměrně podle všech kvótních ukazatelů. Tedy na pohlaví, věk, vzdělání, kraj místa bydliště, velikost místa bydliště a četnost užívání internetu.

Dotazník pokrýval tyto základní oblasti: (1) sociodemografické proměnné, (2) životní styl a volnočasové aktivity, (3) frekvence návštěvy kin, (4) sledování VOD platforem, (5) sledování televizního programu, (6) mediální spotřeba, (7) žánrová preference, (8) znalost a hodnocení konkrétních filmů a seriálů, (9) znalost a hodnocení konkrétních filmových tvůrců, (10) kritéria výběru filmu, (11) praxe sledování filmů v kině i doma, (12) očekávání od filmového zážitku, (13) fanouškovství, (14) pirátství, (15) dopady pandemie nemoci covid-19 na audiovizuální spotřebu. V případě rodičů dětí od 3 do 14 let, jsme se zajímali i o diváckou praxi, výběr filmu a žánrové preference u dětí. Přesné znění dotazníku je uvedeno v příloze č. 1.

V rámci základní analýzy kvantitativních dat bylo provedeno třídění prvního a druhého stupně a korelační i faktorové analýzy. V dalších krocích pak proběhla tvorba typologie diváků na základě analýzy latentních tříd a identifikace klíčových prediktorů návštěvy kina pomocí prediktivního modelu na bázi strojového učení.

Pohlaví

Muž	49 %
Žena	51 %

Věk

15–24 let	11 %
25–34 let	16 %
35–44 let	20 %
45–54 let	16 %
55–64 let	15 %
65–74 let	14 %
75–99 let	9 %

Vzdělání

ZŠ	14 %
SŠ bez maturity	34 %
SŠ s maturitou	35 %
VŠ	17 %

Četnost užívání internetu

Denně, téměř denně	79 %
Méně často	16 %
Vůbec	5 %

Kraj

Praha	12 %
Středočeský	13 %
Jihočeský	6 %
Plzeňský	6 %
Karlovarský	3 %
Ústecký	8 %
Liberecký	4 %
Královéhradecký	5 %
Pardubický	5 %
Vysočina	5 %
Jihomoravský	11 %
Olomoucký	6 %
Zlínský	6 %
Moravskoslezský	11 %

Velikost místa bydliště

do 999 obyvatel	17 %
1 000 až 4 999 obyvatel	22 %
5 000 až 19 999 obyvatel	18 %
20 000 až 99 999 obyvatel	21 %
100 000 a více obyvatel	22 %

Tabulka 1.1 Struktura respondentů podle klíčových kategorií

Dále byla vytvořena typologie diváků zohledňující konkrétní aspekty divácké praxe a vkusových preferencí. V rámci této typologie jsme rozlišili 5 výrazných skupin diváků s určitými specifickými spotřebními vzorci. Typologie byla vytvářena prostřednictvím metody

analýzy latentních tříd, která umožňuje modelovat možné rozdělení datového souboru do různých skupin (tříd) respondentů podle struktury jejich odpovědí na vybrané otázky. Typologie se zakládá na několika oblastech chování, zvyků a vkusu souvisejících se sledováním filmů, seriálů a diváctvím, konkrétně: intenzita sledování, způsoby zajišťování obsahu, způsoby sledování, struktura preferencí a vkus. První návrhy typologie zahrnují šest tříd se zastoupením v populaci od 11 % do 23 %, přičemž dále bylo pracováno pouze s prvními pěti skupinami, které skutečně vykazují určité specifické homogenní znaky:

- **Televizní diváci – rodiče (14,8 %)** – převážně ženy, často žijící v domácnosti s menšími dětmi (což je odlišuje od televizních diváků) a sledující spíše českou tvorbu a pořady pro děti, patří mezi chudší část populace, nemají předplacené VOD služby.
- **Intenzivní diváci (zábava) (15,6 %)** – lidé ve středním věku se středním vzděláním žijící s partnerem či partnerkou, z bohatších domácností, se zájmem o spíše komerčnější zahraniční i českou tvorbu, obecně jde o nejintenzivnější diváky v domácím prostředí i v kině.
- **Technofilní-kosmopolitní diváci (16,7 %)** – převážně mladší muži s relativně vyšším vzděláním, z větších měst a bohatších domácností s velkým zájmem o zahraniční mainstreamové artové filmy a quality TV seriály a malým zájmem o českou tvorbu, sledují obsah online, nevyhledávají tradiční televizi.
- **Televizní diváci (23,9 %)** – skupina s mírnou převahou žen, většinou nežijí v domácnosti s dětmi, mají rádi české filmy a seriály, naopak nepreferují filmy a seriály zahraniční, spíše sledují televizi a jen velmi málo z nich sleduje filmy či seriály online.
- **Vlažní mediální konzumenti (17,7 %)** – nejstarší ze všech segmentů, často pobírají důchod, nejchudší část populace, nemají zájem o filmovou a seriálovou tvorbu, novější tvorbu většinou neznají, jsou nejméně technicky zdatní, nesledují online obsah a ani nechodí do kin.
- Heterogenní, blíže neidentifikovaná skupina (11,4 %) – tato skupina nemá žádné společné charakteristiky, proto jí nebyla věnována detailní pozornost.

Prostřednictvím společnosti Median s. r. o. byli dále ze vzorku kvantitativního výzkumu narekrutováni informanti pro hloubkové kvalitativní rozhovory. Pro každou z pěti výše uvedených skupiny bylo vybráno pět informantů, s nimiž byly realizovány telefonické nebo online rozhovory. Původním cílem projektu bylo také věnovat se podrobněji artovému divákovi, proto bylo realizováno i pět rozhovorů s touto skupinou. Tento cíl byl však naplněn pouze částečně, neboť se jedná o relativně malou cílovou skupinu, která měla v rámci vzorku pro kvantitativní výzkum v absolutních číslech jen nepočetné zastoupení, zároveň takový výzkum nezbytně naráží na problémy s definicemi legislativně ani jinak v českém prostředí neukotveného pojmu artový divák, které vyplynuly i z debat s aplikačním garantem a experty z praxe. Toto téma je částečně pokryto v kapitole 5, ovšem s tím, že mu bude v budoucnu nezbytné věnovat podrobnější samostatnou studii.

V únoru a březnu 2022 tedy bylo realizováno celkem 30 rozhovorů o průměrné délce 43 minut (přičemž rozhovory se skupinou vlažných mediálních konzumentů byly kratší než u ostatních skupin). Scénáře rozhovorů jsou uvedeny v příloze č. 2.

Na konci listopadu 2021 byly dále realizovány tři diskuzní (focusové) skupiny zaměřené zejména na to, jak různí filmoví diváci vnímají navštěvování kin v souvislosti s pandemií a protipandemickými opatřeními. Focusové skupiny realizovala jako subdodávku společnost Median s. r. o. podle scénáře, který výzkumný tým vypracoval a upravil v součinnosti se subdodavatelem. Focusové skupiny proběhly ve dnech 23., 25. a 29. listopadu 2021. Scénář

focusových skupin je uveden v příloze č. 3. Po obsáhlejší debatě a konzultaci se subdodavatelem byly realizovány online formou, a to zejména proto, že bylo třeba, aby se jich účastnili i lidé, kteří mají větší obavy z pandemie, a proto se neradi setkávají osobně ve větších skupinách. Sběr dat probíhal shodou okolností v době rostoucího počtu nakažených, a proto bylo možné očekávat, že obavy účastníků budou potenciálně větší, proto byla online forma vhodnější, byť to s sebou samozřejmě neslo některá omezení (zejména neúčast relativně méně početné skupiny lidí, pro něž je práce s počítačem méně komfortní).

S ohledem na vývoj pandemie a stav v oblasti provozování kin byly v rámci předběžné analýzy kvantitativních dat vysegmentovány čtyři skupiny účastníků, které jsou z hlediska *změn jejich praxe navštěvování kin vlivem pandemie* relativně vnitřně homogenní a mezi sebou heterogenní (*názorově* ovšem tyto tři skupiny účastníků vnitřně homogenní nejsou). Účastníci byli do focusových skupin rekrutováni z respondentů dotazníkového šetření na základě svých odpovědí na následující otázku v dotazníku: „Do jaké míry máte v současnosti obavu chodit do kina kvůli covidu?“, přičemž nebyla realizována focusová skupina s lidmi, kteří deklarovali v dotazníku, že do kina nechodili před pandemií ani během ní. Respondenti byli zároveň rekrutováni tak, aby pokud možno zahrnovali příznivce českých filmů, amerických filmů i evropských filmů, přičemž v rámci focusových skupin byli účastníci dále doptáváni konkrétněji na oblíbené typy audiovizuálních děl. Realizaci focusových skupin a analýzu dat mírně zkomplikovalo opatření vlády zveřejněné 18. listopadu 2021 a platné od 22. listopadu 2021, které zakázalo vstup na kulturní akce včetně veřejných filmových představení těm, kteří nejsou očkovaní a ani nemoc covid-19 prodělali. Někteří z účastníků si tohoto nařízení nemuseli být v době realizace focusových skupin vědomi nebo nařízení ještě nemuselo ovlivnit jejich návštěvy kin (ať už negativně v tom, že by nemohli do kin chodit, nebo pozitivně v tom smyslu, že by se tam cítili bezpečněji). Tento vývoj tedy mohla analýza zohlednit jen částečně. Vysegmentované skupiny označujeme jako:

- **věrní (25 %),**
- **kompensační (14 %),**
- **prožívající (37 %),**
- **nenávštěvníci kin (24 %).**

První skupina, kterou označujeme jako *věrní*, na výše uvedenou otázku volili odpověď „Nemám obavy z covidu, do kina chodím stejně jako před covidem.“ Je tedy charakteristická nezměněným chováním z hlediska navštěvování kin, tzn. do kina chodí nadále s přibližně stejnou frekvencí jako před pandemií a bez ohledu na ni.

Druhá skupina, kterou označujeme jako *kompensační*, deklarovala, že přestala do kin v době pandemie chodit (nebo návštěvy kin výrazně omezila) a že vykompenzovala tuto ztrátu vyšší frekvencí domácího sledování filmů. Na výše uvedenou otázku reagovali účastníci této focusové skupiny volbou odpovědi „Do kina nechodím, protože jsem si během pandemie zvykl(a) dívat se na filmy doma.“ Je třeba zdůraznit, že tato skupina nechodila příliš často do kina ani před pandemií, byť chodila více než *nenávštěvníci kin*.

Třetí skupina je charakteristická tím, že její představitelé omezili návštěvy kin nebo do kin zcela přestali chodit, a to explicitně z důvodu obav z pandemie nebo kvůli protipandemickým opatřením. Je přitom relativně názorově rozmanitější než předchozí dvě skupiny, neboť sem patří ti, kteří se bojí nákazy v prostředí kina a přestali tam chodit právě z tohoto důvodu, i ti, kteří se nechtějí podřízovat opatřením v kinech (nošení respirátorů) nebo kteří do kin nemohou, protože nejsou očkovaní ani nemoc neprodělali. Účastníci této focusové skupiny na výše uvedenou otázku vybírali odpovědi „Mám velké obavy z covidu, do kina kvůli tomu nechodím, i když jsem před pandemií do kina chodil(a),“ „Mám mírné obavy z covidu, do kina chodím méně než před covidem“ či „Nemám obavy z covidu, ale nechodím do kina nebo chodím málo

kvůli povinnosti mít nasazený respirátor.“ Tuto třetí skupinu návštěvníků kin označujeme jako *prožívající*.

Vzhledem k primárnímu zacílení kvalitativního výzkumu na navštěvování kin jsme se nezaměřovali na skupinu respondentů, kteří v dotazníku zvolili odpověď: „Kino jsem nenavštěvoval/a před pandemií a neplánuji to ani teď“ a které můžeme pracovníčně označit jako *nenávštěvníci kin*. Ačkoliv by focusová skupina s těmito respondenty v některých ohledech mohla být inspirativní, jedná se o část populace, která kina nenavštěvuje dlouhodobě a vlivem pandemie své chování v tomto ohledu nezměnila, a proto by s ostatními skupinami byla v rámci následné tematické analýzy jen obtížně srovnatelná a pro cíle tohoto projektu ne zcela účelná.

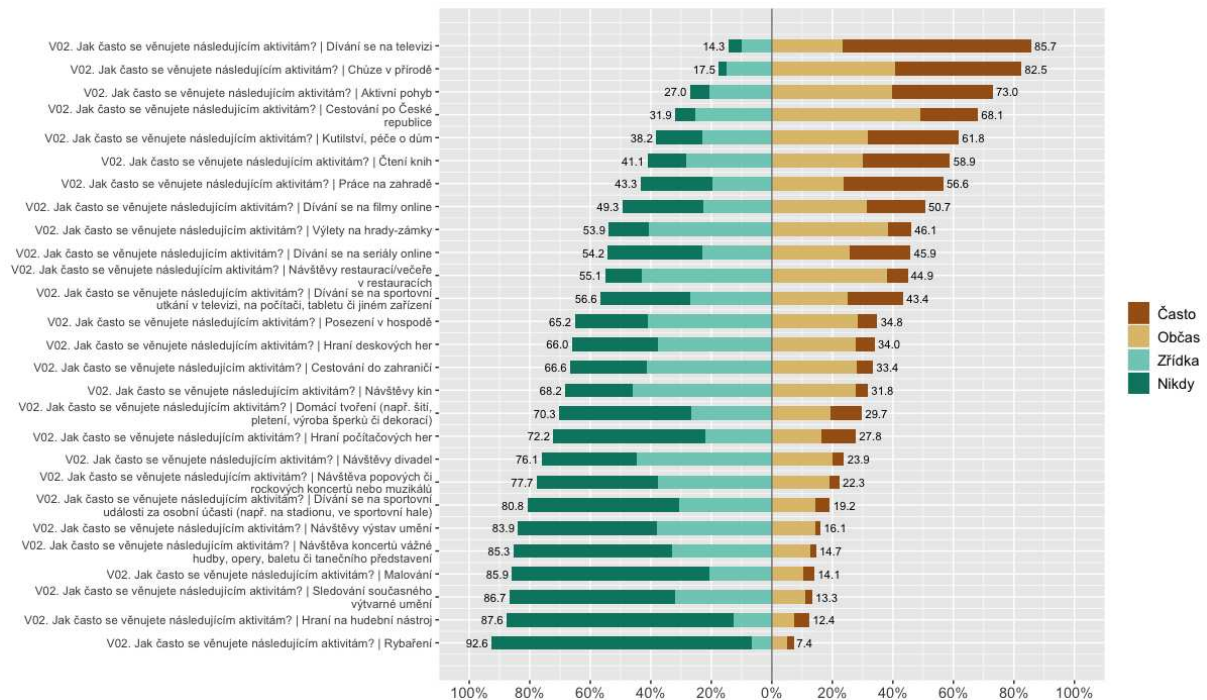
Na závěr metodologické kapitoly je třeba zdůraznit určité limity této studie, na kterou podobné výzkumy obvykle narážejí. V první řadě, deklarované frekvence navštěvování kin i účasti na dalších kulturních aktivit mohou být zkresleny tím, že respondenti mívají obecně tendenci prezentovat se a vnímat sami sebe lépe („kulturněji“), než jaké jsou jejich skutečné zvyklosti a divácká praxe. I přes tento problém však předkládaná studie postihuje trendy, které jsou důležité bez ohledu na přesná čísla. Velkým problémem se také ukázalo zkoumání artového a festivalového filmu. Na rozdíl od některých jiných zemí u nás neexistuje jasně legislativně vymezený pojem artový film a každý z aktérů působících v sektoru filmového průmyslu tak může pracovat s trochu jinou definicí, což analýzy a diskuze vztahující se k této problematice činí obtížnějšími. Zároveň fanoušci artového filmu, zejména ti jednoznačně tímto směrem vyhranění, představují relativně úzkou cílovou skupinu, kterou může obecněji zaměřený výzkum, jako je tento, jen těžko postihnout. Ač jsme se o to v jisté míře pokusili, soudíme, že by se měl na tuto problematiku zaměřit specializovaný navazující výzkum, který by dané téma podchytil lépe a plnohodnotně.

2. Deskriptivní analýza kvantitativních dat

V analytické části se soustředíme na tyto základní okruhy témat: (1) filmové diváctví v kontextu dalších volnočasových aktivit; (2) frekvence sledování audiovizuálních děl; (3) preference audiovizuálního obsahu.

Volnočasové aktivity

Volnočasové aktivity lze na základě faktorové analýzy rozdělit do sedmi klíčových dimenzí: (1) návštěvy kulturních akcí (výstavy umění, návštěvy koncertů vážné hudby, návštěvy divadel, četba knih), (2) návštěvy hospod a restaurací a rockových koncertů, (3) pohyb a turistika (cestování v Česku i zahraničí, aktivní pohyb, výlety na hrady a zámky), (4) aktivity u počítače (sledování filmů či seriálů online, hraní počítačových her), (5) kutilství (kutilství, práce na zahradě či domácí tvoření), (6) sledování sportu (v televizi či na návštěvě sportovních utkání) a (7) specifické koníčky (rybaření, hraní na hudební nástroj či malování). Tyto shluky vyjadřují pouze statistickou souvislost a nemají co činit s věcným obsahem a souvislostí daných činností. Přehled a oblíbenost volnočasových aktivit ukazuje následující graf na obr. 2.1.



Obr. 2.1 Přehled a oblíbenost volnočasových aktivit

Celkem 4 % respondentů uvedla, že navštěvují kina často a přibližně 28 % navštěvuje kina občas. Naopak 46 % zavítá do kina jen zřídka a 22 % nikdy. Celkově lze říci, že častěji kina navštěvují ženy a mladší lidé. Často nebo občas jde do kina 34,5 % žen a pouze 28,8 % mužů.

V nejmladší věkové kategorii 15–24 let navštěvuje kino často 8,3 % respondentů, v další věkové kategorii (25–34 let) je to již jen 6,1 %. V následující věkové kategorii (35–44 let) pak podíl návštěvníků kin klesá na pouhé dvě procenta.

Online filmy sleduje celkem 19 % Čechů a Češek často, 31 % občas. Zřídka si film online pustí 23 % a 26 % dotázaných to nikdy nedělá. Zhruba stejný podíl lidí sleduje online seriály. Dvacet procent tak činí často, 26 % občas, 23 % zřídka a 31 % nikdy. Častěji online filmy sledují muži

než ženy. Často nebo občas sleduje online filmy 54,9 % mužů a 46,6 % žen. Nepřekvapivě k online sledování se častěji uchylují mladší lidé. V nejmladší věkové kategorii 15–24 let sleduje online filmy často 44,8 % respondentů, v další věkové kategorii (25–34 let) je to 29,1 % a v následující věkové kategorii (35–44 let) pak jen 20,5 %. Lidé, kteří sledují online filmy doma, také více chodí do kina (korelace je 0,309).

Návštěva kin souvisí hned s několika dimenzemi volnočasových aktivit. Lidé, kteří chodí častěji do kina, také více než zbytek populace navštěvují divadla, taneční představení a koncerty vážné hudby, čtou knihy, ale i cestují, hrají deskové hry, sledují filmy online, navštěvují restaurace i chodí na hrady a zámky. Návštěvy kin tak nesouvisí pouze s jedním životním stylem, ale jsou součástí různých životních stylů. Naopak sledování filmů online není tak úzce svázáno s dalšími aktivitami. Nejvíce souvisí s online sledováním seriálů a hraním počítačových her. Korelaci návštěvy kin a sledování filmů online s dalšími volnočasovými aktivitami ukazuje tabulka 2.1 (korelace vyšší než 0.3 jsou zvýrazněny zeleně):

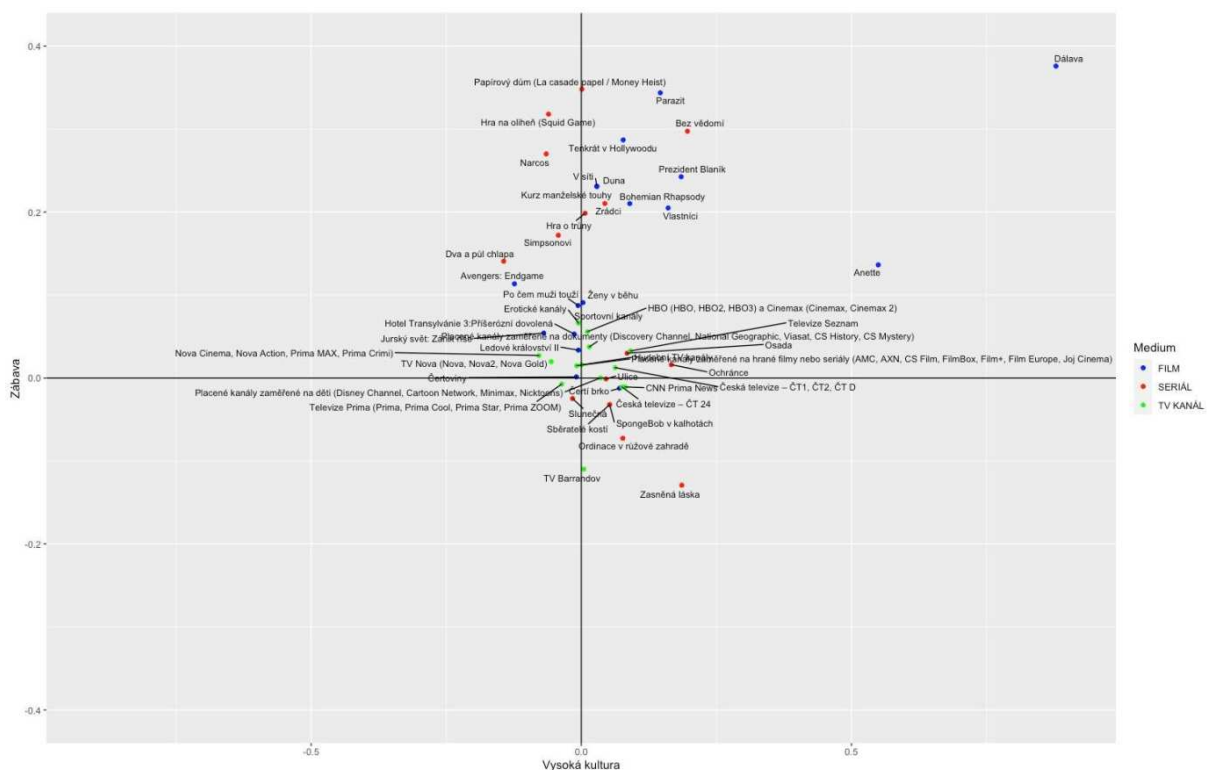
	Návštěvy kin	Dívání se na filmy online
Návštěvy divadel	.432	.144
Návštěvy restaurací/večeře v restauracích	.409	.273
Návštěva popových či rockových koncertů nebo muzikálů	.373	.239
Hraní deskových her	.341	.266
Návštěva koncertů vážné hudby, opery, baletu či tanečního představení	.339	.160
Cestování do zahraničí	.338	.229
Cestování po České republice	.327	.180
Výlety na hrady a zámky	.326	.120
Návštěvy výstav umění	.313	.135
Dívání se na seriály online	.273	.717
Dívání se na sportovní události za osobní účasti (např. na stadionu, ve sportovní hale)	.240	.148
Sledování současného výtvarné umění	.229	.165
Posezení v hospodě	.228	.153
Aktivní pohyb	.219	.114
Čtení knih	.208	.096
Chůze v přírodě	.200	.128
Malování	.196	.220
Hraní počítačových her	.147	.320
Hraní na hudební nástroj	.119	.146
Domácí tvoření (např. šití, pletení, výroba šperků či dekorací)	.101	.049
Rybaření	.092	.073
Dívání se na sportovní utkání v televizi, na počítači, tabletu či jiném zařízení	.086	.54
Práce na zahradě	.048	-.004
Kutilství, péče o dům	.029	-.012
Dívání se na televizi	-.066	-.128

Tabulka 2.1 Korelace návštěvy kin a sledování filmů online s dalšími aktivitami

Jak ukazuje vysoká korelace mezi návštěvami kin a sledování filmů online, neplatí, že lidé buď chodí do kina, nebo sledují doma pořady na VOD platformách. Naopak řada diváků praktikuje komplementárně oba způsoby kulturní spotřeby, byť například s jinou intenzitou a s jinou žánrovou preferencí. Zhruba 75 % z těch, kteří uvedli, že často navštěvují kina, tak zároveň i často nebo občas sledují filmy doma na VOD platformách.

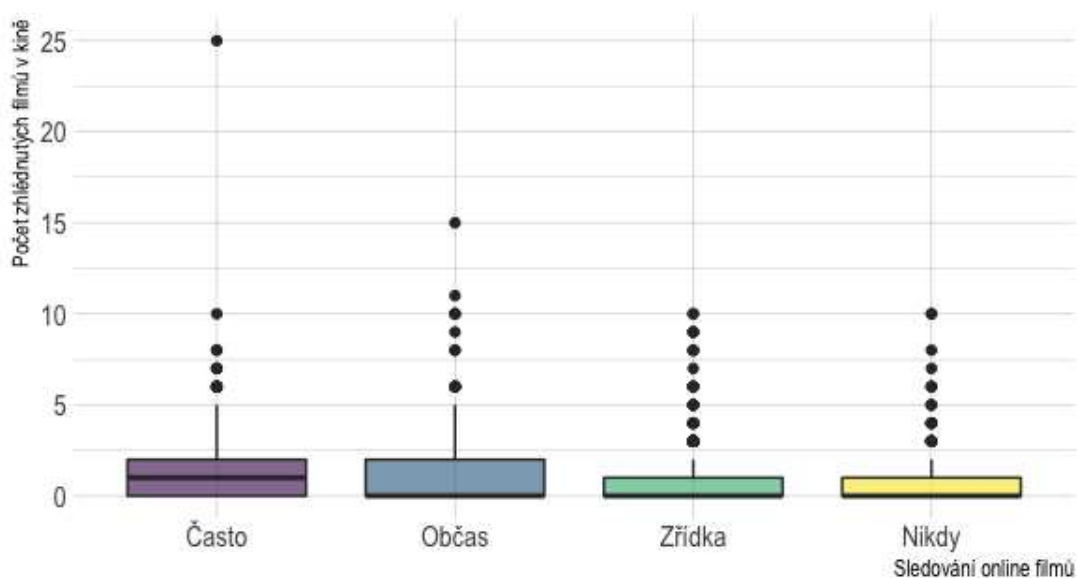
Komplementaritu návštěv kin a sledování VOD platform můžeme vidět i na následujícím grafu na obr. 2.2 – ten rozděluje respondenty podle dvou os: (1) do jaké míry navštěvují kulturní akce či se věnují četbě knih (výstavy umění, návštěvy koncertů vážné hudby, návštěvy divadel, četba knih) – vertikální osa a (2) do jaké míry preferují aktivity spojené se s návštěvami hospod, restaurací či rockových koncertů – horizontální osa. V pravém horním kvadrantu jsou audiovizuální díla, které volí lidé, kteří se často věnují aktivitám spojeným s návštěvami kulturních akcí, ale chodí relativně rádi i za zábavou. Kombinují ve svém životním stylu jak navštěvování kulturních akcí, tak i večery s přáteli v hospodách a restauracích. V pravém dolním kvadrantu jsou pak ti, kteří navštěvují více kulturní akce, ale nekombinují je s navštěvováním hospod a restaurací. Oproti lidem, kteří kulturu kombinují s volnou zábavou, jde častěji o ženy a rodiče menších dětí. V dolních kvadrantech jsou pak audiovizuální díla, která častěji sledují ti, kteří se relativně méně baví v hospodách a restauracích.

Tato analýza nám umožňuje vidět dva klíčové shluky filmů: (1) filmy relativně náročnějších diváků, kde se kombinují filmy jako *Parazit*, *Tenkrát v Hollywoodu*, *Duna*, *Bohemian Rhapsody* se seriály z produkce VOD platform (Netflix či HBO). Ukazuje se tak, že filmy v tomto shluku jsou součástí širších sociálních aktivit. Lidé, kteří je volí, se zároveň častěji baví s přáteli v restauracích a hospodách. V druhém shluku jsou filmy jako *Po čem muži touží*, *Ženy v běhu* a seriály zejména českých televizí – ve stejném shluku nalezneme i dětské a rodinné filmy. Jde spíše tedy o diváky, pro které je navštěvování kulturních akcí, včetně filmu, méně sociálně událost. Divákům těchto filmů nejde tak o to se pobavit někde mimo domov, ale chtějí vidět daný film.



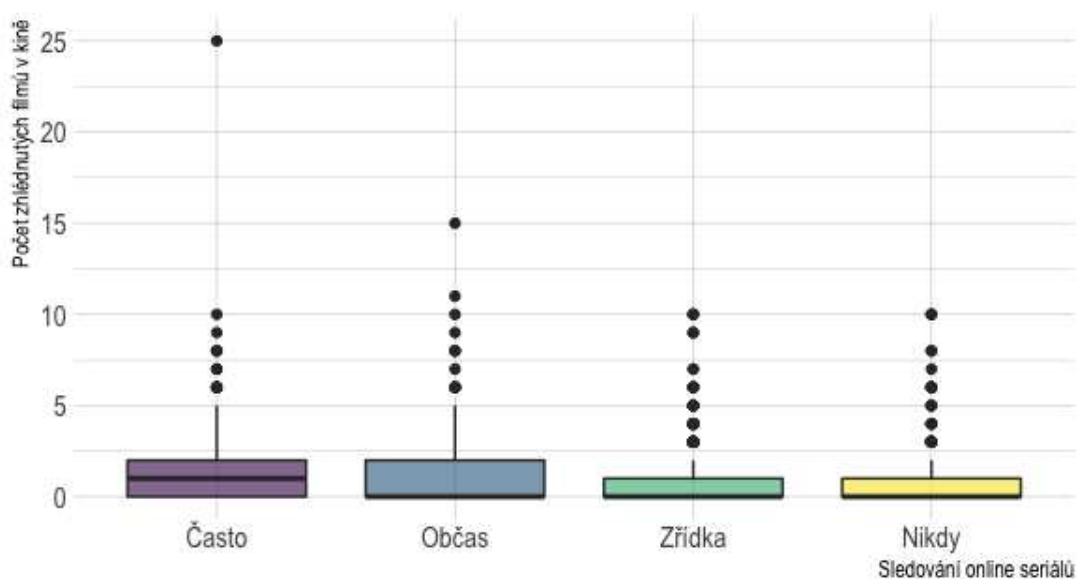
Obr. 2.2 Sledování filmů a seriálů a společenské a kulturní aktivity

Vztah sledování online filmů a návštěv kin dokladuje i následující graf na obr. 2.3. Vyplyvá z něj, že lidé, kteří deklarují, že často sledují online filmy, zároveň v průměru více chodí do kin. Průměr v této skupině je 1,27 zhlédnutého filmu v kině v období od konce pandemických opatření. Mezi těmi, kdo deklarují, že online filmy sledují občas, je průměr 0,9. V dalších kategoriích se pak dále snižuje.



Obr. 2.3 Vztah sledování online filmů a návštěvy kin

Obdobný vztah lze vysledovat i mezi návštěvami kin a sledování online seriálů (obr. 2.4). Lidé, kteří deklarují, že často sledují online seriály, viděli v průměru 1,22 filmu v kině v období od konce pandemických opatření. Mezi těmi, kteří deklarují, že online seriály sledují občas, je průměr 0,98. V dalších kategoriích pak tato frekvence dále klesá.



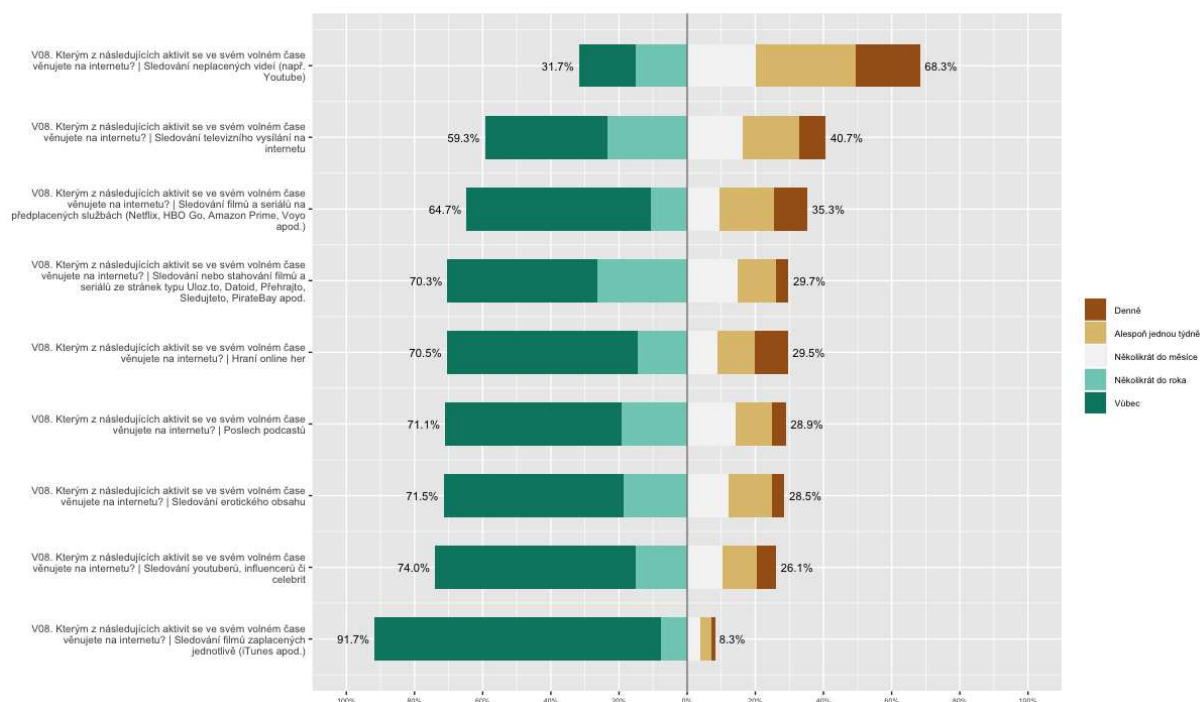
Obr. 2.4 Vztah sledování online seriálů a návštěvy kin

Frekvence sledování audiovizuálních děl

Frekvence návštěv kin byla v době výzkumu ovlivněna opatřeními proti nemoci covid-19, kdy byla kina po určitou dobu uzavřena. Současně částečně stagnoval i filmový průmysl. Před vypuknutím pandemie nemoci covid-19 největší část lidí navštěvovala kina v průměru jednou či dvakrát do roka (38 %), více než čtvrtina (26 %) třikrát či pětkrát. Osm procent 6–9krát a 5 % více než desetkrát. Třiadvacet procent nešlo do kina ani jednou. Obecně filmy více sledují mladší a vzdělanější lidé, kteří žijí spíše ve větších městech.

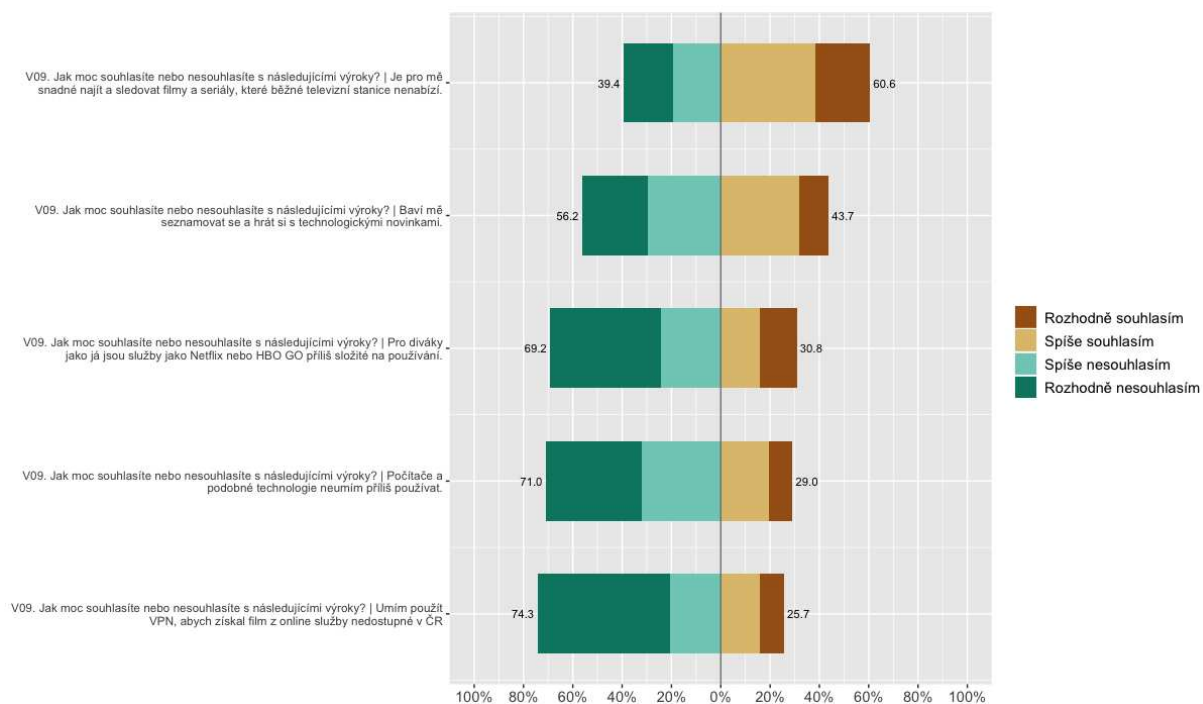
V prvním půlroce po otevření kin v roce 2021 do nich zašlo přibližně 44 % respondentů. Největší část pouze jednou (16,1 %), dvakrát (10,6 %) či třikrát (4,1 %) – viz kapitola 4 o efektech pandemie a s ní spojených opatřeních na divácké chování. Co se týká sledování filmů online, tak na předplacených službách sleduje filmy či seriály alespoň jednou měsíčně celkem 35 % osob. Denně je sleduje celkem 10 %, několikrát týdně 17 %. Dalších bezmála 30 % sleduje filmy či seriály, které si obstaralo z nelegálních úložišť. Denně 3 % a několikrát týdně 11 %.

Strukturu online aktivit ukazuje následující graf na obr. 2.5:



Obr. 2.5 Online aktivity

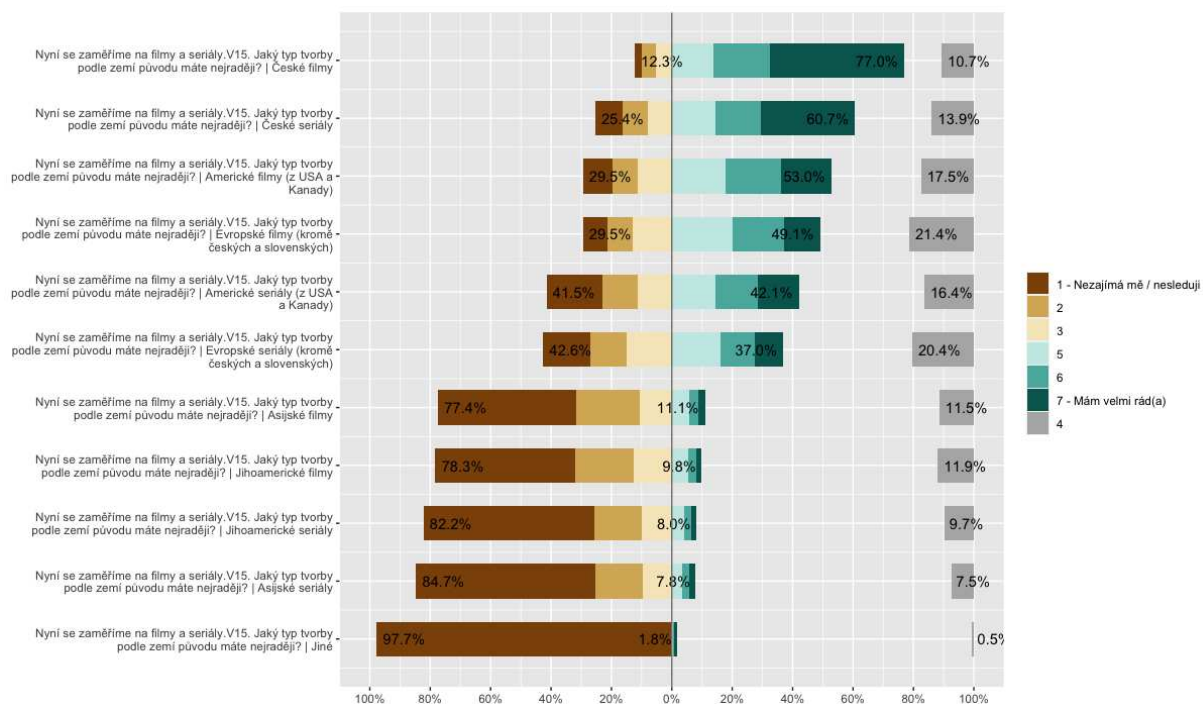
Stále ale platí, že služby jako Netflix či HBO, jsou pro 31 % diváků složité (viz následující graf na obr. 2.6). Poměrně logicky jde zejména o starší a méně vzdělané skupiny. V případě těchto skupin je jejich dominantním zdrojem zábavy tradiční televizní vysílání.



Obr. 2.6 Vztah k IT a online sledování obsahu

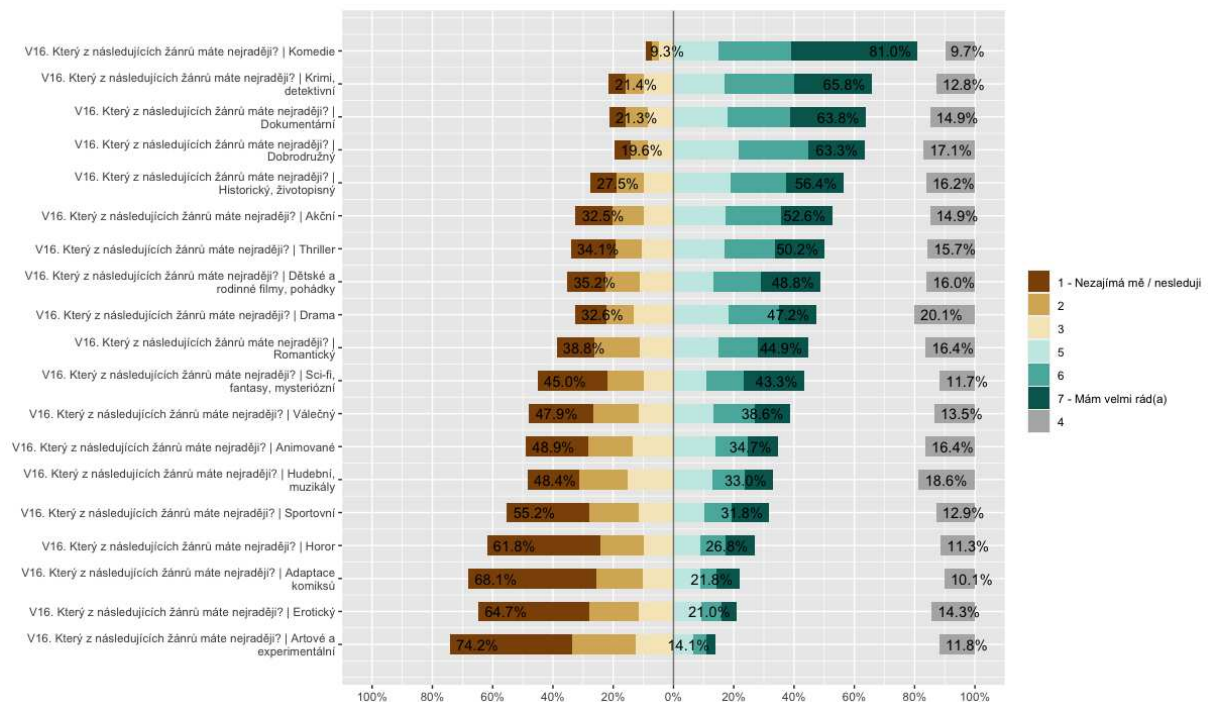
Preference audiovizuálního obsahu

Obecně lidé nejvíce preferují české filmy (77 %), české seriály (61 %), americké filmy (53 %), evropské filmy (49 %), evropské seriály (52 %) a americké seriály (50 %). České filmy zajímají spíše ženy, starší diváky a divačky a častěji osoby se středním vzděláním. Naopak americké a evropské filmy preferují spíše mladší diváci. Nejmladší věková kategorie (15–24 let) také výrazněji než jiné preferuje sledování anglických filmů bez titulků (4,3 % – v ostatních kategoriích se počet takových diváků pohybuje kolem jednoho procenta). Výrazně častěji také preferují sledování filmů s anglickými titulky. V nejmladší věkové kategorii tento způsob spotřeby filmů preferuje 29,9 %. V následující věkové kategorii (25–34 let) se podíl těchto diváků snížil na 9,1 % a v další (35–44 let) na tři procenta. Naopak ve starších věkových kategoriích je více těch, kteří zahraniční filmy vůbec nesledují (mezi pěti až šesti procenty). Ve věkových kategoriích od 45 let pak výraznou většinou tvoří ti, kteří preferují český dabing – přibližně 85 % diváků. Pro srovnání v nejmladší věkové kategorii je ctitelů českého dabingu pouze 31,5 %. Preference filmového obsahu podle geografického původu ukazuje graf na obr. 2.7.



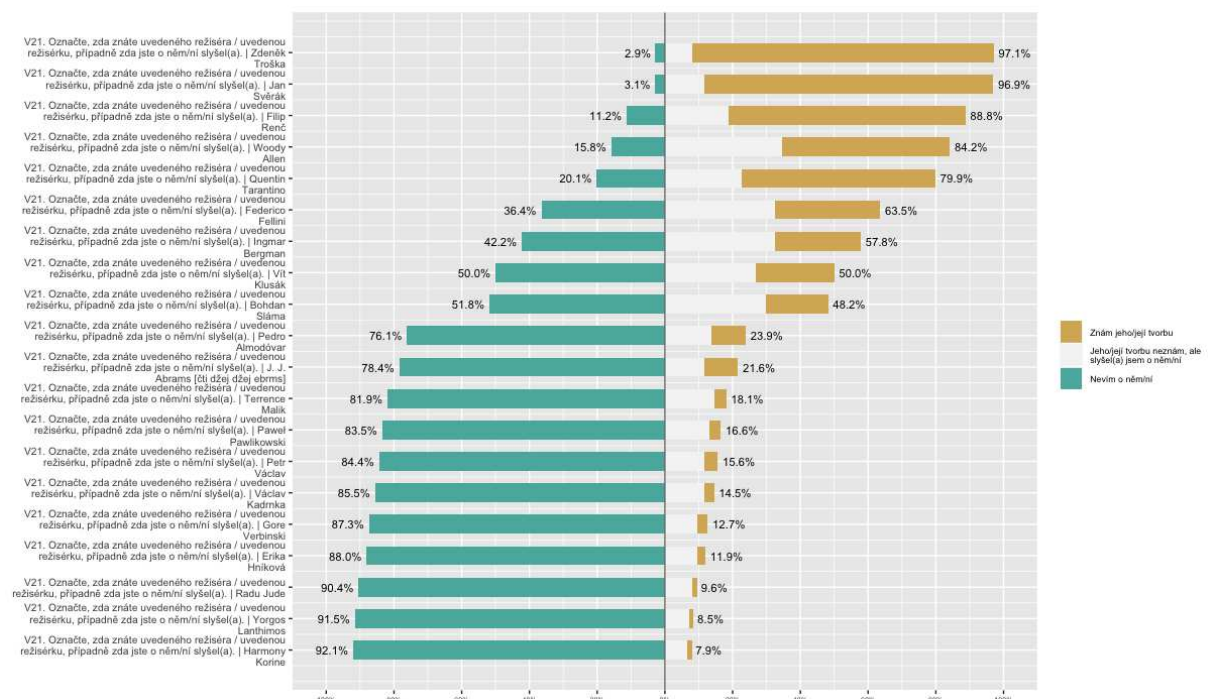
Obr. 2.7 Preference obsahu dle geografického původu

Žánrově má nejvíce lidí rádo komedie (81 %), kriminální a detektivní filmy (66 %), dokumentární filmy (64 %), dobrodružné filmy (64 %), historické (56 %), akční (53 %), thriller (50 %), dětské a rodinné filmy (49 %), drama (47 %) a romantické filmy (45 %). (Vysoká oblíbenost dokumentárních filmů je dána tím, že pod pojmem „dokumentární film“ zde respondenti chápali i popularizující dokumenty zaměřené např. na 2. světovou válku a vysílané např. na Prima ZOOM.) Strukturu odpovědí vidíme v grafu na obr. 2.8. Komedie preferují spíše mladší ženy s nižším vzděláním, naopak dobrodružné filmy relativně starší muži s nižším a středním vzděláním. Mladší muži s nižším vzděláním pak mají v průměru více rádi akční filmy. Žánrovou preferenci shrnuje graf na obr. 2.8.



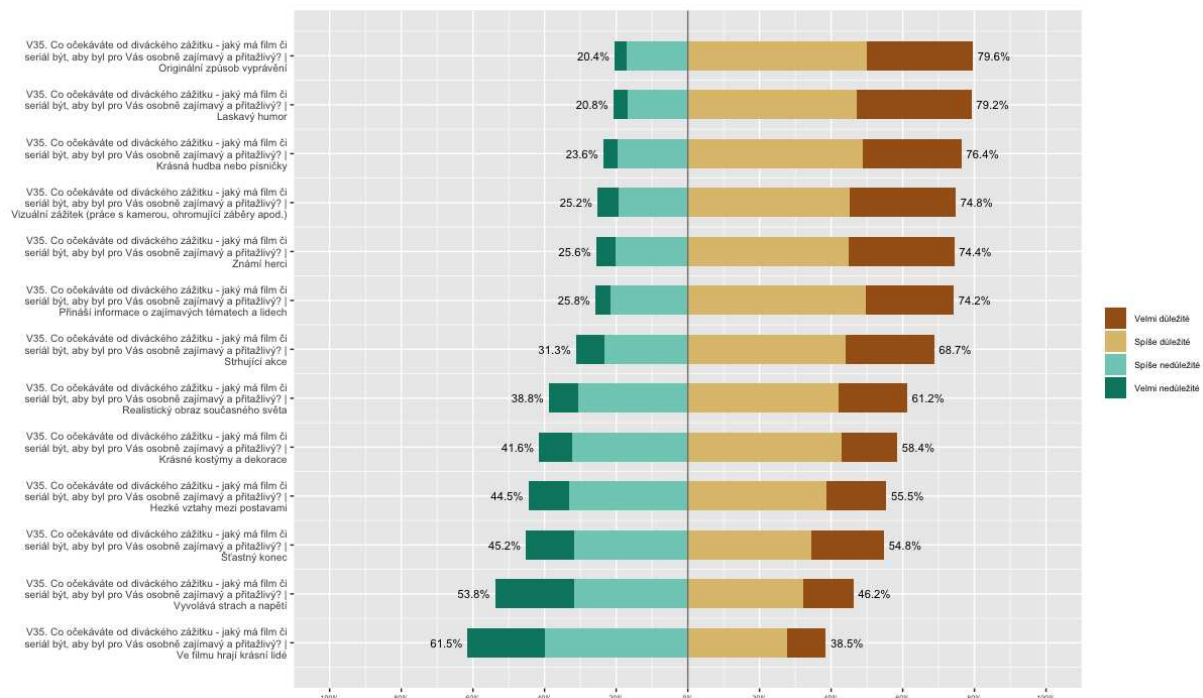
Obr. 2.8 Žánrové preference

V rámci žánrů jsme sledovali i jejich vzájemnou afinitu. Jaké žánry preferují lidé společně. Lidi, kteří se zajímají o komedie, přitahují rovněž romantické či dětské a rodinné filmy. Milovníci dramatu si pustí i thriller. Zájem o animované filmy jde ruku v ruce se zájmem o sci-fi a adaptace komiksů. Lidé, kteří mají rádi dobrodružné filmy, preferují i dokumentární filmy. S žánrovou preferencí souvisí i známost režisérů, kde nejvíce skórují osobnosti jako Zdeněk Troška, Filip Renč a Jan Svěrák. Obeznamenost s tvůrci lze vysledovat v grafu na obr. 2.9.



Obr. 2.9 Obeznamenost s tvůrci

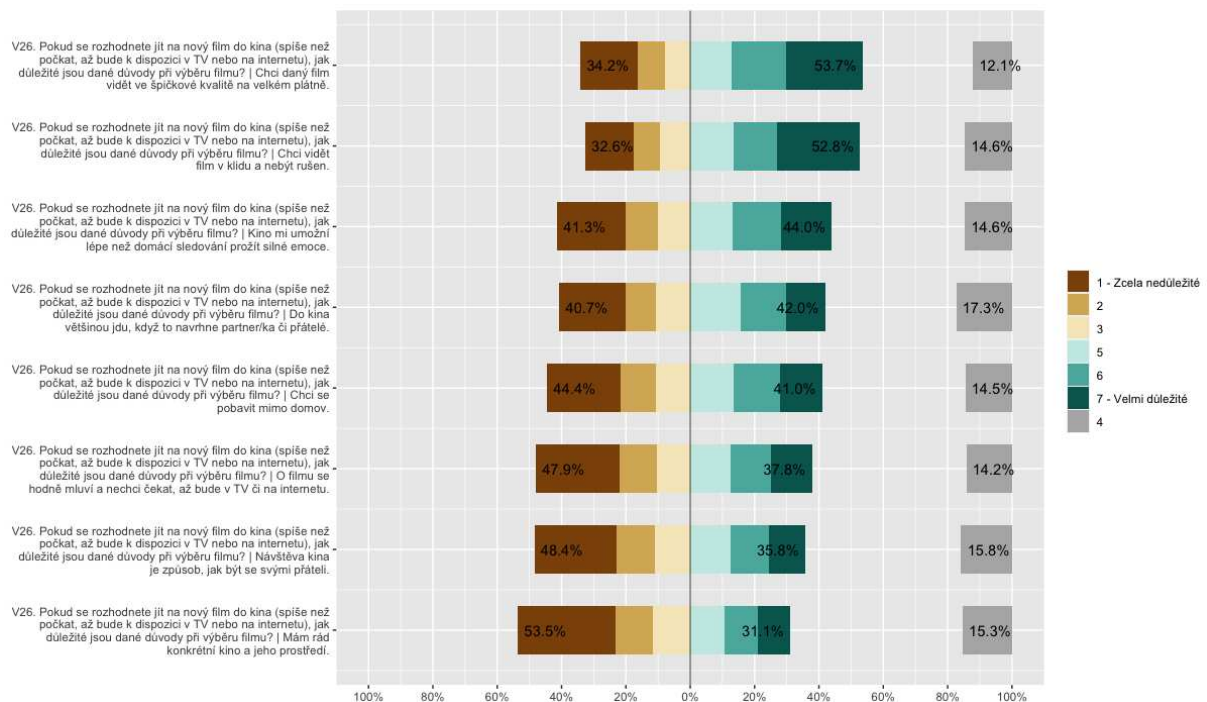
Od diváckého zážitku si nejvíce lidí slibuje originální způsob vyprávění (80 %), laskavý humor (79 %), krásnou hudbu nebo písničky (76 %), vizuální zážitek (75 %), známé herce (74 %), informace o zajímavých lidech či tématech (74 %) či strhující akci (69 %). Naopak nejméně jsou pro české diváky důležití krásní lidé, strach a napětí či šťastný konec. Lidé v této otázce volili z předem definovaných odpovědí (viz obr. 2.10).



Obr 2.10 Divácký zážitek

Důvody k návštěvě kina

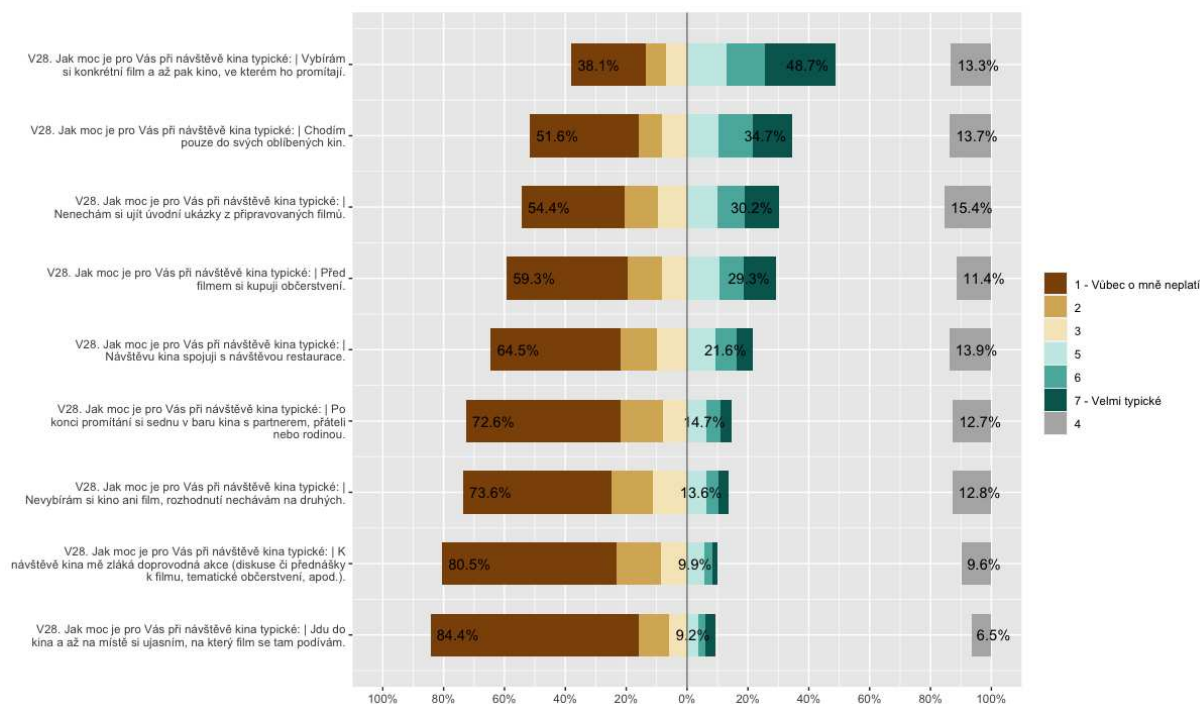
Návštěvu kina (viz obr. 2.11) lidé volí nejčastěji proto, že jim slibuje špičkovou kvalitu na velkém plátně (54 %), nerušené sledování filmu (důležité pro 53 %), lepší prožití silných emocí než při domácím sledování (44 %), způsob trávení času s přáteli (42 %) či možnost pobavit se mimo domov (41 %).



Obr 2.11 Obeznamenost s tvůrci

Prožití silných emocí a špičková kvalita obrazu je pak klíčový faktor zejména pro ty, kteří do kina skutečně chodí. Mezi velmi častými diváky je důležitý i vztah ke konkrétnímu kinu (je to důležité pro 56 % z těch, kteří viděli v roce před pandemií nemoci covid-19 více než 10 filmů). Nerušené sledování je důležité zejména pro mladší věkové skupiny a pro lidi ve středním věku – rodiče dětí.

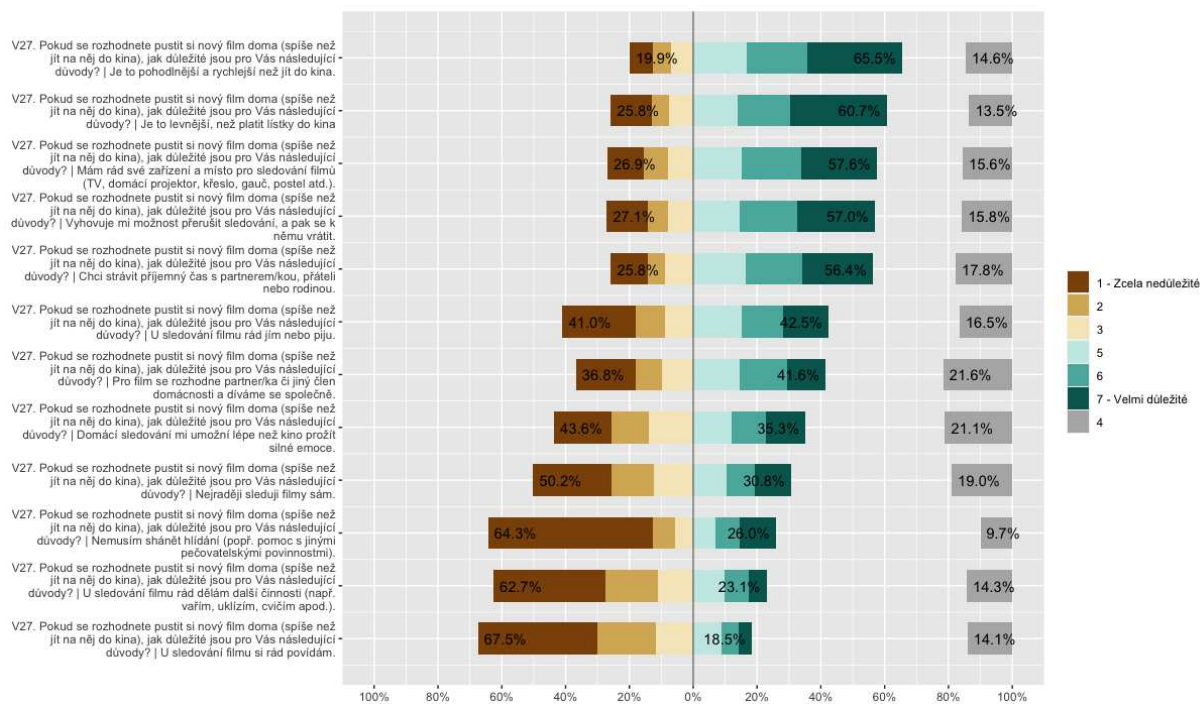
Většina diváků (49 %) si nejprve vybírá film, pak až kino, kde ho promítají. Nicméně 35 % si vybírá ze svých oblíbených kin. Třetina diváků si nenechá ujít úvodní titulky a zhruba stejná část si před filmem koupí občerstvení. Pětina si po skončení sedne do baru se svými přáteli.



Obr 2.12 Navštěvování kin

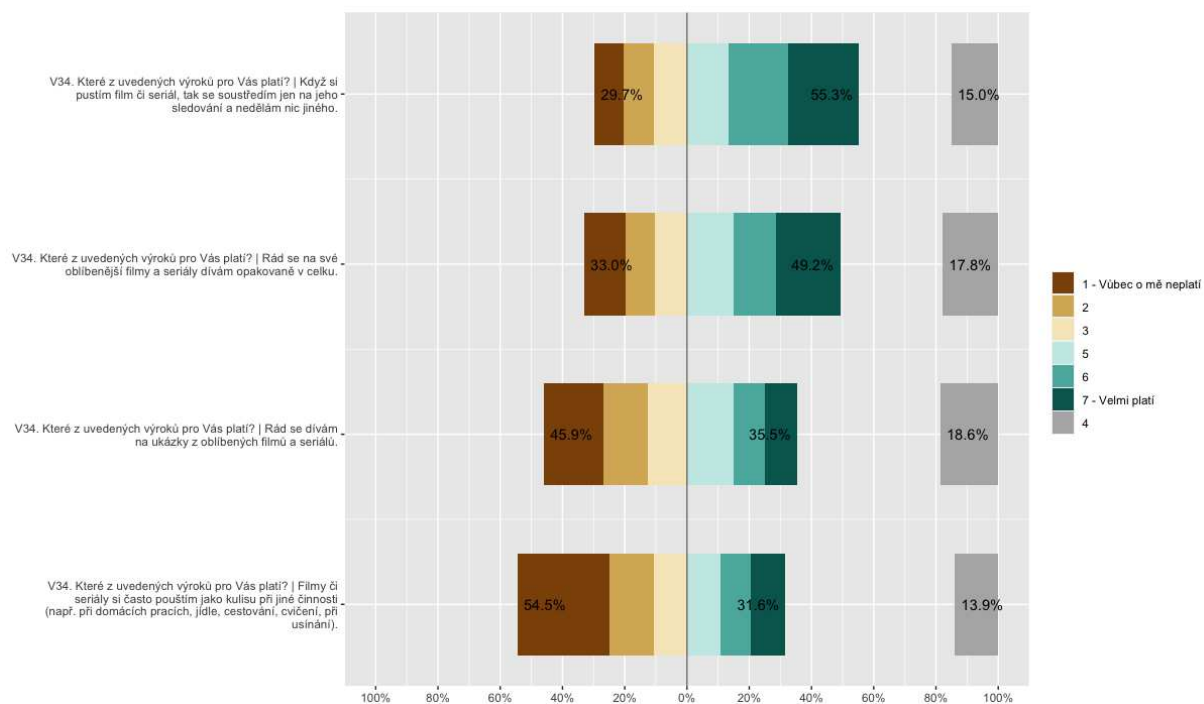
Důvody sledování filmu v domácím prostředí

Naopak pro výběr domácího prostředí (viz obr. 2.13) spíše hraje pohodlí (66 %), nižší cena (61 %), vztah k zařízení či místu, kde jsou filmy sledovány (58 %), možnost přerušit film a vrátit se k němu (57 %), možnost trávení času s přáteli (56 %) či možnost pít a jíst během sledování (42 %).



Obr 2.13 Sledování filmů v domácím prostředí

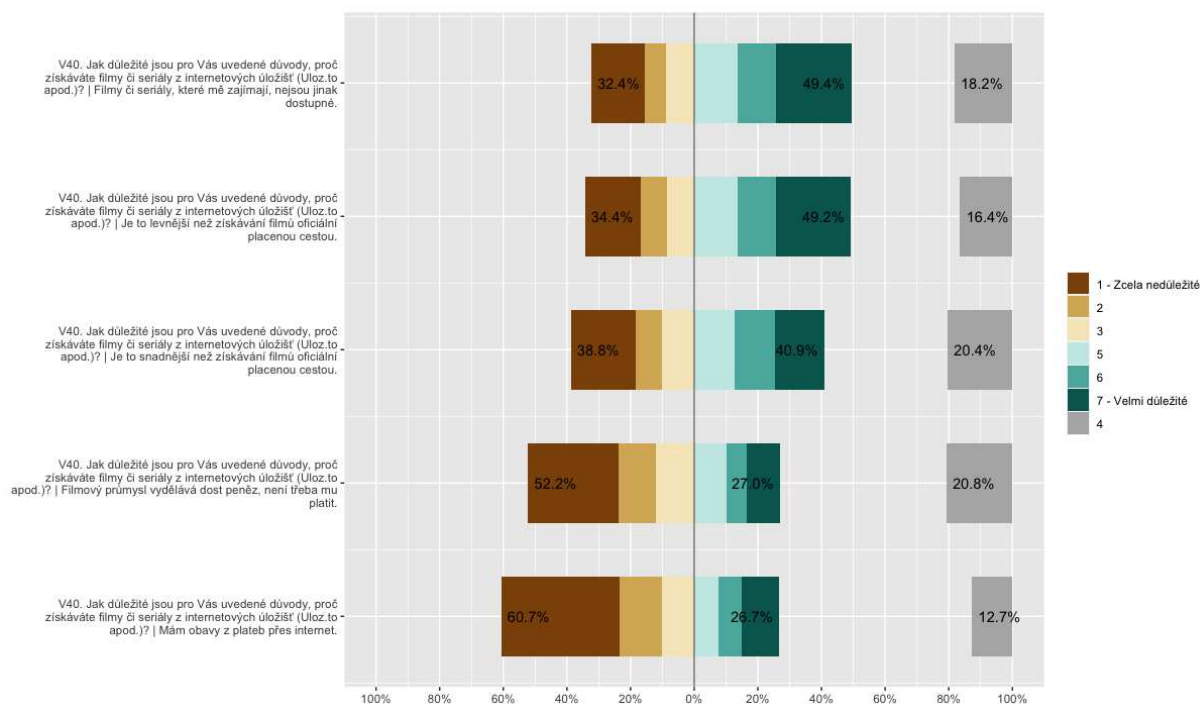
Pokud se více zaměříme na intenzivní diváky v domácím prostředí, tak klíčovým faktorem pro ně je zejména vztah k místu a zařízení, pohodlí, možnost pít a jíst během sledování. Naopak cena je důležitá pro skupinu příležitostných diváků. Stále platí, že lidé se i v domácím prostředí dívají primárně na film – 55 % spíše nedělá při sledování nic jiného.



Obr 2.14 Sledování v domácím prostředí

Piráctví

Jak již bylo řečeno, čtvrtina Čechů a Češek sleduje alespoň jednou týdně filmy stažené z nelegálních úložišť. Celkem 46 % respondentů uvedlo, že si filmy z nelegálních úložišť stahuje. Nejčastěji proto, že filmy či seriály jsou pro ně jinak nedostupné – to uvedlo 49 % z těch, kteří si filmy stahují. Pro 49 % je důležitá cena a pro 41 % je to snadnější než využívat oficiální placenou cestu. Pouze 27 % uvedlo i ideologické důvody a kritiku filmového průmyslu. Obavy z platby přes internet mělo rovněž 27 %.



Obr 2.15 Pirátství

Dětsí diváci

V poslední části dotazníku jsme se zaměřili na to, jak navštěvují kina děti ve věku 3–14 let. Celkem jsme měli odpovědi 480 rodičů těchto dětí, z toho u 340 dětí byl dotazník vyplňován rodiči za jejich přítomnosti. Pokud odhlédneme od nejmladší věkové kategorie – dětí ve věku 3–6 let – ve které většina z respondentů nebyla před pandemií v kině, ve zbylých věkových kategoriích (7–14 let) nebylo 12,5 % nikdy v kině, 50,7 % chodilo do kina jednou až dvakrát ročně, 27,5 % 3–5krát, 8,3 % 6–9krát a jedno procento bylo v kině více než desetkrát za rok. Po otevření kin po konci pandemických opatření do kina zavítalo celkem 47 % dětí ve školním věku (7–14 let). Mezi mladším školním a starším školním věkem nebyly zaznamenány nějaké významné rozdíly. Jednou v kině bylo 24,3 procenta dětí, dvakrát zašlo do kina 13,9 % a sedm procent uvedlo, že bylo v kině třikrát či více. Mezi mladším a staršími školními dětmi nejsou v tomto směru statisticky významné rozdíly. Nicméně se dané kategorie liší v tom, s kým do kina chodí.

Zatímco děti v mladším školním věku (7–12 let) nejčastěji chodí do kina s rodiči (63 %), starší školní děti chodí do kina nejčastěji jak s kamarády (33,3 %), tak i s rodiči (32,3 %). V obou kategoriích se také vyskytují děti, které chodí nejčastěji do kina se školou – v mladší věkové kategorii je jich 13 % a v starší 17,2 %. Ukazuje se tak, že vedle rodiny a vrstevníků je škola třetí nejdůležitějším aktérem filmové socializace. Do kin chodí zejména děti z rodin, kde do kina často chodí častěji i rodiče. Mezi navštěvováním kin rodiči a jejich dětmi jsme vysledovali velmi vysokou korelaci. Návštěvní chování rodičů tak vysvětluje z 23 % navštěvování kin dětmi. Častěji také navštěvují kina děti rodičů s vyšším příjmem.

Jednotlivé věkové skupiny se odlišují také v tom, jaké filmy v kině preferují. Pro mladší věkové kategorii (3–11 let) je nejčastějším lákadlem zahraniční animovaný film (uvedlo ho jako preferovaný žánr zhruba 75 % respondentů). Nejmladší diváci (3–6 let) se nechají zlákat i českým animovaným filmem, nicméně jeho popularita se u mladších školních dětí výrazně snižuje. Zatímco na animované české filmy chodí asi polovina z předškolních dětí, u mladších

školáků je to jen třetina (32,3 %). České hrané filmy bodují zejména mezi školáky, ať mladšími nebo staršími. Mezi preferované žánry ho řadí 27 % z nich. Zhruba stejná část školáků preferuje i zahraniční hrané filmy. Oproti mladším věkovým kategoriím se zájem starších školáků (12–14 let) přesouvá od dětských filmů k tvorbě pro dospělé. Filmy pro dospělé mezi svými preferencemi uvádí 25 % z nich.

Vedle kin, obdobně jako u dospělých, představují i pro děti významný zdroj konzumace audiovizuální tvorby VOD služby. Filmy či seriály dostupné skrze online služby nesleduje jen 19,7 % dětí ve věku od 3 do 15 let. Zhruba čtvrtina (23,9 %) ze všech dětí s těmito službami tráví méně než dvě hodiny týdně. Další čtvrtina (25,4 %) pak sledování těchto služeb věnuje 2 až 4 hodiny týdně. Více než pětina (22,7 %) sleduje online filmy či seriály 5 až 8 hodin a 8,2 % více jak osm hodin. Co je zajímavé, mezi jednotlivými věkovými kategoriemi nebyly zjištěny žádné statisticky významné rozdíly. Děti v nejmladší věkové kategorii sledují tyto služby se stejnou intenzitou jako děti ve starším školním věku. Logicky častěji se věnují sledování online služeb děti rodičů, kteří také tyto služby více využívají. Na frekvenci sledování online obsahů u dětí nemá vliv ani vzdělání, ani příjem rodičů.

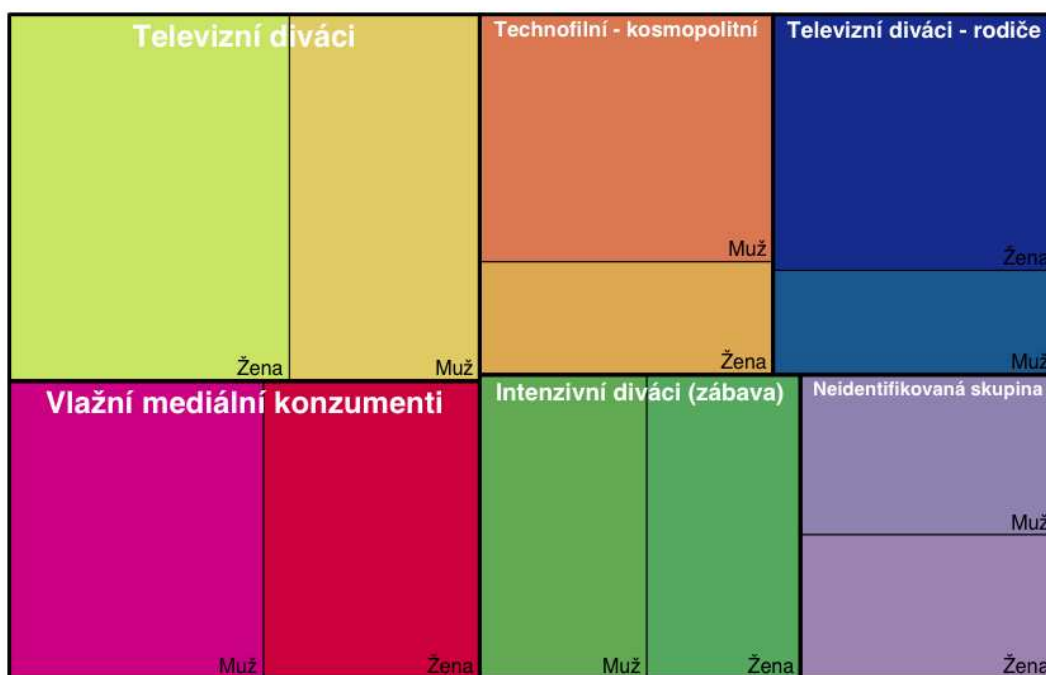
Nejvíce dětí ve všech věkových kategoriích sleduje online obsah se svými rodiči. Nicméně často sledují online obsah i samotné bez přítomnosti dospělých – činí tak zhruba 75 % dětí ve školním věku a 70 % dětí v předškolním věku. Děti ve starším školním také výrazně častěji než jiné věkové skupiny sledují online filmy a seriály se svými kamarády – tuto variantu zvolila asi pětina z nich. V případě předškolních dětí rodiče přiznávají, že dětem pouští filmy či seriály, aby měli klid na práci. Nicméně většina z nich jim obsah ke sledování vybírá a kontroluje. Specifikem nejmladších diváků je replikace vkusu jejich rodičů – 58,3 % rodičů se kloní k výroku, že se jejich děti dívají na večerníčky či filmy, které oni sledovali, když byli malí.

Jako uspokojivou nabídku českých filmů hodnotí celkem 45,4 % všech respondentů, 24,4 % ji hodnotí jako spíše neuspokojivou a 5,4 % jako velmi neuspokojivou. Nicméně čtvrtina rodičů (24,8 %) nabídku českých filmů pro děti v kinech odmítla hodnotit, protože ji nezná. Nejmenší znalost filmů mají rodiče nejmenších dětí, mezi nimiž není se současnou českou tvorbou seznámena více než třetina z nich (34,5 %).

3. Typologie současných českých diváků

Sebraná kvantitativní data umožnila vytvořit typologii současných českých diváků vytvořenou prostřednictvím metody analýzy latentních tříd, která dovoluje modelovat možné rozdělení datového souboru do různých skupin (tříd) respondentů podle struktury jejich odpovědí na vybrané otázky. Kvantitativní data byla následně doplněna hloubkovými rozhovory s pěti zástupci každého z pěti diváckých typů. Vytvořená typologie se zakládá na několika oblastech chování, zvyků a vkusu souvisejících se sledováním filmů, seriálů a diváctvím, konkrétně: intenzita sledování, způsoby zajišťování obsahu, způsoby sledování, struktura preferencí a vkus.

Vytvořená typologie zahrnuje šest tříd se zastoupením v populaci od 11 % do 23 %, přičemž poslední skupina nemá jednoznačné charakteristické rysy (může se jednat např. o ne zcela konzistentně vyplněné dotazníky či málo nebo nejednoznačně vyhraněné respondenty), proto pracujeme podrobně pouze s prvními pěti skupinami: (1) Televizní diváci – rodiče (14,8 %); (2) Intenzivní diváci – zábava (15,6 %); (3) Technofilní-kosmopolitní diváci (16,7 %); (4) Televizní diváci (23,9 %) a (5) Vlační mediální konzumenti (17,7 %).¹ Celkovou strukturu, včetně rozdělení podle pohlaví, ukazuje následující graf na obr. 3.1.



Obr 3.1 Struktura typologie diváků

Nejpočetnější skupinou jsou **televizní diváci** (23,9 %). Jde o skupinu diváků a diváček, kteří se nadprůměrně dívají na televizi. Relativně méně využívají VOD služby. Mají nižší počítačovou gramotnost a hůře se orientují v nabídce filmů a seriálů mimo klasické televizní vysílání. Preferují české filmy nebo filmy s českým dabingem. Z českých filmů je nejvíce zaujaly *Ženy*

¹ Celkový soubor ještě obsahuje poslední šestý segment – heterogenní, blíže neidentifikovanou skupinu respondentů (11,4 %). Jde o nekonzistentní odpovědi, které statistická analýza identifikovala jako zvláštní nespecifický segment populace.

v běhu nebo *Po čem muži touží*. Ze seriálů *Osada* nebo *Ochránce*. Oproti ostatním skupinám jsou relativně starší a spíše chudší.

Druhou nejčastější skupinou jsou **vlažní mediální konzumenti** (17,7 %). Jde o skupinu diváků a divaček, kteří nesledují v zásadě žádnou audiovizuální tvorbu. Více sledují pouze televizní vysílání, v něm spíše preferují zprávy a českou tvorbu. VOD služby vnímají jako příliš složité, do kina nechodí. Pokud něco sledují, tak spíše seriály jako *Ordinace v růžové zahradě* nebo *Ulici*, ale i ty s výrazně menší intenzitou než ostatní divácké skupiny. Ze všech typů jsou nejstarší a nejchudší.

Třetím typem jsou **technofilní-kosmopolitní diváci** (16,7 %). Jde o diváky a divačky, kteří preferují zahraniční obsah. Relativně více sledují online filmy a seriály, ale oproti jiným skupinám netráví čas s běžným televizním vysíláním. Snadno si najdou filmy, které nejsou v běžné televizní distribuci. Umí rovněž filmy stahovat nebo využívat VPN na svém počítači. Nejčastěji sledují filmy na svém notebooku či počítači. Utrácejí více za streamovací služby a častěji sledují filmy se svými přáteli. Preferují filmy v původním znění. Spíše než česká tvorba je přitahují zahraniční filmy a seriály. Více než jiné skupiny volí sci-fi filmy či adaptace komiksů. Do kina zajdou na *Avengers: Endgame*, *Tenkrát v Hollywoodu*, ale i na artové filmy jako například *Parazit*. Jsou spíše mladší, bohatší a relativně vzdělanější.

Čtvrtý typ představují **intenzivní diváci – zábava** (15,6 %). Tato skupina odpovídá tomu, co se nazývá kulturní všežravostí. Kombinují televizní vysílání, VOD i návštěvy kin. Co se týče kin, navštěvují je nejvíce ze všech diváckých typů. Přestože sledují online služby přibližně stejně jako předchozí skupina, tak neopovrhují ani tradičním televizním vysíláním či českou tvorbou. Nejvíce ze všech skupin utrácejí za streamovací služby. Navštěvují celou škálu filmů – od mainstreamové produkce k artovým kouskům. Pokud mají děti, tak nadprůměrně volí i menšinovou dětskou tvorbu – např. *Mlsné medvědí příběhy*. Byť jsou v průměru k populaci spíše mladší, tak jsou zároveň starší než technofilně-kosmopolitní diváci.

Pátý typ tvoří **televizní diváci – rodiče** (14,8 %). Jde spíše o ženskou diváckou skupinu. Preferují českou nebo dabovanou tvorbu, kterou si častěji pouští jako kulisu k nějaké další práci. Filmy sledují rádi doma, protože je to pro ně pohodlnější, ale i levnější. U sledování jedí a povídají si s partnerem. Vyhledávají komedie, animované či dětské filmy. Do kina chodí jen minimálně. Sledují seriály jako je *Ulice* či *Ordinace v růžové zahradě*. S dětmi se rádi podívají na *Ledové království II*. Přestože mají rádi českou tvorbu, tak je méně zasáhly seriály jako *Ochránce* nebo *Osada*. Jsou spíše chudší a méně vzdělaní.

Základní rysy těchto skupiny shrnují následující grafy na obr. 3.2. V dalším textu budou jednotlivé skupiny popsány podrobněji za použití výstupů jak kvantitativního, tak kvalitativního výzkumného šetření.



Obr. 3.2 Charakterizace diváckých segmentů.

Zjednodušený grafický přehled diváckých skupin (obr. 3.2) nám umožňuje upozornit na několik obecných komparativních zjištění:

- Sledování televizního tradičního vysílání převládá svou intenzitou (neboli množstvím stráveného času) nad ostatními typy divácké spotřeby, tedy streamováním a chozením do kina, u všech diváckých skupin. Zároveň lze s ohledem na poměry jednotlivých typů divácké spotřeby v jejich diváckém životě tyto skupiny rozdělit do dvou kategorií: **televizní** („televizní diváci“, „televizní diváci – rodiče“, „vlažní mediální konzumenti“) a **kinematograficko-streamovací** („intenzivní diváci (zábava)“, „technofilní-kosmopolitní“). První, televizní kategorie se vyznačuje menší intenzitou všech typů divácké spotřeby kromě sledování televize (méně návštěv kina před pandemií covid-19 i během ní), vyšším průměrným věkem a menší zásobou ekonomického i kulturního kapitálu než druhá, kinematograficko-streamovací.
- Největší intenzitu všech typů divácké spotřeby kromě televize má skupina „intenzivní diváci (zábava)“, která je zároveň nejmladší. Její mladší, techničtější a kosmopolitnější zaměřenou verzi představuje skupina „technofilní-kosmopolitní“. Jejich přímým opakem je skupina „vlažní mediální konzumenti“, která má nejnižší intenzitu všech typů divácké spotřeby kromě televize a zároveň je nejstarší, nejhudší a ve svém životním stylu nejpasivnější. Porovnáme-li dvě skupiny s největší intenzitou sledování televize, tedy „televizní diváky“ a „televizní diváky – rodiče“, pak ta první je starší, vzdělanější a více zaměřená na veřejnoprávní Českou televizi, ta druhá má častěji děti a pravděpodobně proto i více streamuje.
- Zjednodušeně můžeme říci, že vyšší intenzita televizního diváctví se napříč diváckými skupinami pojí s nižší intenzitou chození do kina a streamování a zároveň s vyšším věkem, nižšími příjmy, nižším vzděláním a kulturním přehledem, orientací na český kulturní obsah a konzervativnějším přístupem k novým technologiím. Naopak vyšší intenzita streamování a chození do kina se pojí s nižším věkem, vyšším vzděláním a příjmy, kosmopolitnější orientací a větším zájemem o kulturu i nové technologie.

V dalším textu budou jednotlivé skupiny popsány podrobněji za použití výstupů jak kvantitativního, tak kvalitativního výzkumného šetření. Nejprve každou skupinu přiblížíme prostřednictvím fiktivního portréту ideálního představitele, následně pomocí kvantitativního přehledu dílčích charakteristik, s tučně vyznačenými signifikantními hodnotami, doplněného o ilustrativní citace z rozhovorů.

Televizní divák – rodič (15 %)

Typický televizní divák – rodič:

Barbora má 36 let a pracuje jako účetní v menší rodinné firmě. V domácnosti žije s partnerem a se dvěma dětmi, které navštěvují základní školu. Nemá příliš volného času, ale pokud může, ráda si odpočine u sledování Novy nebo Primy, občas jde s rodinou na procházku do přírody. Když jí zbyde čas, ráda si přečte knihu. Nelákají ji návštěvy divadel, koncertů ani výstav. Zřídka cestuje do zahraničí. Jednou za rok zajde s dětmi do kina, výběr filmu obvykle nechává na dětech. Výjimečně jde do kina s partnerem nebo kamarádkou, v takovém případě si před kinem nebo po něm

zajdou na kávu. Od počátku pandemie však byla v kině jen jednou, vadí ji nutnost používat respirátor. Během pandemie hodně sledovala filmy a seriály, které již v minulosti viděla. Ve výběru filmů a seriálů ji nejvíce ovlivní doporučení přátel, zejména na Facebooku, a následně se podívá na trailer a rozhodne se, zda ji to zajímá, či ne. S dětmi sleduje rodinné filmy a seriály, pořady pro děti a pohádky (například *Ledové království II*, *Čertí brko*, *Simpsonovi* a *SpongeBob v kalhotách*), bez dětí se pak ráda podívá na *Ulici* a na české komedie (*Ženy v běhu*), ze starší tvorby pak filmy Zdeňka Trošky a Jana Svěráka. Obecně sleduje více českou tvorbu, zejména co se týká filmů. Vyhledává filmy a seriály, která nabízejí laskavý humor, známé herce a hezkou hudbu nebo písničky. Jednoznačně preferuje sledování dabovaných filmů a seriálů před originálním zněním, jednak kvůli dětem, pro které je čtení titulků obtížné, jednak kvůli tomu, že u domácího sledování dělá různé další činnosti (uklízí, vaří). Nemá předplacené žádné VOD služby, protože je to pro ni drahé, občas stáhne nějaký film z Ulož.to.

<p>Demografické charakteristiky</p> <ul style="list-style-type: none"> ● nejvýraznější převaha žen (70 %) ● většinou ve věku 25–64 let ● nejčastěji středoškolské vzdělání bez maturity či s maturitou ● častěji než jiné skupiny žijí v domácnosti s dětmi mladšími 15 let (43 %) ● většinou zaměstnankyně, častěji než jiné typy na rodičovské dovolené nebo v domácnosti, naopak jen minimum z nich aktuálně studuje školu ● chudší domácnosti – nejvyšší podíl v kategorii, která by měla v případě tíživé situace problém dát dohromady více než 10 tis. Kč. 	
<p>Vkusové a žánrové preference</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Často sledují v televizi nebo na internetu české filmy a seriály, méně často pak zahraniční filmy a seriály. ● Od diváckého zážitku očekávají laskavý humor (87 %), známé herce (79 %) a krásnou hudbu nebo písničky (77 %). Častěji než jiné skupiny očekávají šťastný konec a krásné lidi. ● Co se týká žánrů, nejraději mají komedie (89 %), dále animované, dětské a rodinné filmy a pohádky. 	<p>„Takhle u těch [domácích i zahraničních] krimi speciálně je to to odhalování toho zločince, toho zločinu. [...] Líbí se mi na tom aj to pitvání [...]. Komedie samozřejmě odpočinek, relax, oblíbení herci, vlastně hlavně ty český. [...]</p> <p>Jako určitě se musím pobavit, musí mě to bavit, jo, ten film, měl by mít nějaký spád, určitě nemám ráda moc zdoluhavý filmy, kde všechno dlouho trvá, dlouhý vysvětlování. A nemám teda ráda nepřehledný... jo, mělo by to mít spád, mělo by se tomu rozumět, když je to komedie, určitě by to mělo bejt vtipný, ne trapný, jo a</p>

- **Většina z nich nesleduje dokumentární filmy, záznamy a přenosy koncertů, divadelních představení a sportovní přenosy.**
- **Z televizních kanálů nesledují téměř vůbec ČT Art a sportovní kanály a velmi málo ČT 24 či CNN Prima News. Naopak 80 % z nich sleduje kanály televizi Nova (Nova, Nova 2, Nova Gold) a Prima (Prima, Prima Cool, Prima Star, Prima ZOOM).**
- **89 % diváků v této skupině preferuje český dabing, což je nejvíce po skupině „televizní diváci“.**
- **Menší část z nich má ráda jihoamerické filmy (16 %) a seriály (12 %), což tuto skupinu odlišuje od „televizních diváků“, kteří tuto tvorbu jednoznačně nepreferují.**
- **Nejméně ze všech skupin sledují sportovní přenosy (jen 13 %).**
- **Po „vlažných mediálních konzumentech“ a „televizních divácích“ nejméně často využívají Netflix, HBO Go a Mall,TV. Minimum z nich také používá Apple TV, Amazon Prime, Aerovod, Edisonline a nikdo z nich nepoužívá Dafilms.cz a Rakuten.**
- **Většina z nich nesleduje ani krátká poučná videa na internetu (zpravodajství a publicistika, rozhovory s osobnostmi apod.)**
- **Nejvíce znají filmy pro děti (*Ledové království II*, *Čertí brko*, *Čertoviny*) a české komerčně-mainstreamové komedie (*Ženy v běhu*, *Po čem muži touží*), které se jim většinou líbily. Naopak neznají zahraniční (*Parazit*, *Anette*) ani české (*Vlastníci*, *Prezident Blaník*) artové filmy a pokud české artové filmy náhodou viděli, hodnotí je více než jiné skupiny negativně.**
- **Ze seriálů častěji než jiné skupiny pravidelně sledují *Ulici* a *Zasněnou lásku*, neznají naopak zahraniční quality TV seriály jako *Narcos*, *Hra na oliheň* a *Papírový dům*.**

dobří herci zaručují dobrý film, jsem zjistila v poslední době...
[...]
Třeba tu Ulici tu mám rozkoukanou. [...] Nekoukám zpětně, to je takovej seriál, že když nevidíte dva díly, je to jako život, že jo... Prostě oni tam tak žijou, tak když to nevidím den... tak o sousedech taky všechno nevíte...“ (Lenka, 45 let)

„teď třeba [se dívám na] ty Stíny v mlze, ty z toho Ostravska, nebo různě... Specialisty nebo co, já nevím, Slunečná mě taky baví, už skončila, nebo Zoo, no, a to se ráda večer odreaguju, sednu si a dívám se na televizi.“ (Lucie, 46 let)

„tak dokumenty to mě zajímá, tak to je také poučné, takže to mám ráda, se člověk něco, to, přiučí nebo zjistí takhle něco nového, a ty detektivky mám ráda třeba ty anglické, tam to je takové... jsou tam hezké jako dobré zápletky, a líbí se mi to i prostředí, v jakým to je natočené nebo tak, je to tak různé no... [...Dokumenty sleduju] v neděli ráno, to je o druhé světové válce, to je ta série těch dokumentů, takže to sleduju většinou.“ (Lucie, 46 let)

„Oni ty český [filmy] mají fakt určitý ty specifika aj toho typu humoru prostě, že fakt zahraniční diváci to třeba nemůžou podle mě pochopit, některý ty hlášky nebo prostě narážky. [...] jakože máme rádi sérii Slunce, seno... jo, jako ty jahody a takhle...to třeba tady ten typ humoru se mi ještě líbil, ale pak jak třeba Troška natočil ty Babovřesky a takhle, tak to už prostě je moc, nebo Kameňák, to je prostě už přehnaný nebo už takový vynucený styl humoru, že to už se nám nelíbí, ale třeba prostě ty Jahody a takhle, že člověk se v tom vidí, jakoby to dětství, to mládí, jo, že to tak taky bylo na té vesnici nebo takhle s těma babičkama, jo, nebo prostě drby tam, tak je to takový blízky, že, jakoby. Že se s tím [člověk] ztotožní. (Ema, 35 let)

<ul style="list-style-type: none"> ● Méně často než jiné skupiny také mají povědomí o českých quality TV seriálech (<i>Zrádci, Bez vědomí</i>). Pokud je náhodou znají, nemají k nim vyhraněný vztah. ● Z českých režisérů většinou znají Zdeňka Trošku a Jana Svěráka a mají rádi jejich tvorbu, méně pak znají a mají rádi tvorbu Filipa Renče. Většinou naopak neznají Bohdana Slámu, Petra Václava a Václava Kadrnku. ● Ze zahraničních režisérů znají nejvíce Quentina Tarantina a Woodyho Allena, jejichž tvorba se jim spíše líbí. Jen málo z nich zná Bergmana a Felliniho, téměř nikdo pak nezná současné zahraniční artové tvůrce (Pawlikowski, Jude, Lanthimos). 	<p>No, ty seriály, tak já sleduju na Nova Fun, večer je dycky ta série těch sitcomů, začíná to Teorie velkého třesku, pak Přátelé a pak Dva a půl chlapa. Takže to jsou takový jako... mám to částečně jako kulisu, když tady večer dělám večeri, a uklízím kuchyň, částečně to i sleduju, že mě některý z těch seriálů i zajímají... a předtím jsme koukali, to už skončilo, tak byla nějaká detektivní série, myslím na České televizi, ale to vám zase neřeknu... ale to už skončilo, že to, už je dýl, co jsme viděli ten poslední.“ (Petra, 40 let)</p> <p>„...ten Art vlastně, ono to přepne to Děčko po té osmé, takže to je spíš náhoda... že třeba večer zapnem televizi, a vlastně my máme nastavenou, to Děčko se zapne, takže mi to večer zapne a zrovna tam třeba už běží ten Art, takže to jenom, že mám tak jako trochu představu, co ten Art vysílá, ale vyloženě jako na něho nějak cíleně nekoukáme.“ (Petra, 40 let)</p>
<p>Obecné mediální návyky – vztah ke kinu, TV a internetu, kulturní kapitál</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Častěji než ostatní typy se dívají na televizi (s výjimkou typu „televizní diváci“). ● Nejčastěji ze všech skupin mají puštěnou televizi, když jsou doma (67 %). Téměř třetina se dívá na televizi i když tam je zrovna něco, co se jim úplně nelíbí. ● Velmi málo z nich používá alespoň občas TVOD nebo poslouchá podcasty (v obou případech méně často činí jen „televizní diváci“ a „vlastní mediální konzumenti“). ● Na rozdíl od „televizních diváků“ většinou nehodnotí používání SVOD služeb jako složité, ovšem nebaví je zkoušet technologické novinky. Velmi málo z nich také umí použít VPN, aby získali film z online služby nedostupné v ČR. 	<p>„...tak na televizi se dívám každý večer, to jo, já už potom vypnu, všechno udělám, a potom večer si sedám k televizi, jako to každý den. [...] No to se nedívám na Netflix, to se vlastně dívám většinou na ty seriály, nebo co nabízí jenom jako normální televize, klasická. Přes týden se na Netflix moc nedívám, nebo na film. [...Netflix je záležitost] spíš víkendu. [...] ten film trvá dýl než třeba ten jeden díl toho seriálu, takže pak většinou chodím spát dřív, nechodím moc pozdě spát přes týden, protože ráno vstávám.“ (Lucie, 46 let)</p> <p>„U toho [sledování televize] trávíme hodně času vlastně spolu a máme to jako takovou formu relaxu, jakoby my jsme takový ti jako</p>

<ul style="list-style-type: none"> ● Méně často než ostatní typy chodí do kin, do divadel, na výstavy, na rockové koncerty či muzikály, na koncerty vážné hudby, na operu, balet či tanec. ● Noviny či zpravodajství příliš nesledují, pokud ano, pak jde nejspíše o Seznam Zprávy (37 %), Novinky.cz (25,5 %), Aktuálně.cz, Blesk. ● Stejně jako „televizní diváci“ od začátku pandemie prakticky nenavštívili filmový festival nebo přehlídku, ať už osobně nebo online (jen 3 % deklaruje takovou návštěvu). 	<p>gaučáci. [...] Někteří lidi prostě jdou radši na túru, my si radši pustíme ten film večer.“ (Ema, 35 let)</p>
<p>Technická zařízení</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Celovečerní filmy nejčastěji sledují na televizoru z televizního vysílání (69 %), oproti jiným skupinám málo sledují filmy na stolním počítači, tabletu a v domácím kině. 	<p>„bud' klasické televizní vysílání, anebo máme na televizi i internet, takže si tam můžeme pouštět i přes YouTube, ale to vlastně jako používáme jenom takovej ten obsah, co je zdarma, takže bud' nějaký videa, co tam někdo umísťuje, a nebo jsou tam... třeba jsem právě narazila na nějaký dětský pohádky, seriály pro děti, takže tady tohle, takže to střídáme, když zrovna není nic... jako vhodného v televizi, a kór přes tu zimu tak, abysme ty děti zabavili, tak právě ještě přes to YouTube, ale všechno na té televizi.“ (Petra, 40 let)</p> <p>„...většinou ano [díváme se na televizi], ale občas si připojíme počítač nebo telefon, jako ale promítáme si to na televizi, na obrazovce velké...“ (Ema, 35 let)</p> <p>„...já u toho sedím, já mám počítačovej stůl, na kterým mám teda danej ten notebook, a sedím u toho.“ (Jaroslava, 42 let)</p>
<p>Sociální praxe a příposlechové aktivity</p> <ul style="list-style-type: none"> ● V kině i mimo kino nejčastěji sledují filmy nebo seriály s partnerem či partnerkou nebo s dětmi. 	<p>„Já se často dívám na filmy tak, že někdy i jakože na části, protože mám internetovou televizi, kde si to můžu pozastavit, takže poslední můj film byl Statečné srdce a viděla jsem ho natřikrát. [...] Speciálně teďko ten poslední film jsem sledovala na části,</p>

- **Nejčastěji ze všech skupin si pouštějí filmy a seriály k jiné činnosti, např. k domácím pracem, k jídlu apod. (55 %).**

protože jsem ho sledovala už večer a vždycky jsem už nevydržela, takže jsem šla spát. Hlavně děcko chce uspávat, sice mu je deset, ale chce, abych se s ním uložila, já tam vždycky usnu... [...] Normálně koukám na filmy celý. A dost často je mívám jako kulisu, protože u toho dělám nějaké věci. [...] Určitě jím, u hudby, u televize, i když se to nemá. Sem tam si pověším prádlo, ale nádobí už ne, protože to už bych nestíhala, jakože poslouchat a koukat. [...] Doma si to můžu zastavit a můžu se u toho š'ourat v nose třeba... [...] Prostě doma je taková pohoda, že jo, člověk si to zastaví, odejde se, vrátí se..." (Lenka, 45 let)

„No, sedí tu i to jedno dítě, ale jako některé filmy nesleduje se mnou, protože některé ji nebaví no... [...] Ona se dívá na počítač na nějaké svoje hry, nebo na něco..." (Lucie, 46 let)

„to je [...] jako pro maminky, který jsou doma s dětma nebo tatínci. [...] Jmenuje se to Baby kino a děti tam maj hračky, co tam kino jako zajišťuje, my si tam můžeme uvařit kafe, je tam puštěný jako světlo, ne úplně jako tma, abychom na ty děti viděli, děti si tam hrají a my koukáme, jako maminky, [...] na ten film. [...] Jednou za 14 dní máme takhle jako možnost dopoledne právě jako rodiče s dětma, že si přijdou do kina.“ (Petra, 40 let)

„... večer to tady potřebuju dávat tu kuchyň do pořádku, oblečení na ráno, pozametat, tady tyhle věci, tak u toho to mám prostě puštěný, no. [...] Ale to [...] běží už několik let a pořád dokola [...] většinu už, vlastně všechny znám, takže pak je to taková jenom oddechovka.“ (Petra, 40 let)

	<p>„...to zase malej, když třeba, jo, není vyloženě čas na něco velkého, nějakou dlouhou pohádku, tak z takovejch těch dývek [DVD] ještě takový ty večerníčkový, občas, jo, a nebo dokola teda, to je schopnej zase na Harryho Pottera, takovýhle jo [...] Na to on je schopnej koukat pořád, a pak, to už mě zase pořád nebaví jo, takže on si pustí svýho Harryho, a já si pustím svýho horora.“ (Jaroslava, 42 let)</p>
<p>Divácké rozhodování a informační zdroje</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nejčastěji dají na doporučení od přátel, známých a rodiny (74 %) ovlivní je také trailer nebo ukázka z filmu na internetu (44 %) a televizní reklama (44 %). Méně už uživatelská hodnocení např. na ČSFD (21 %). • Nejméně je ovlivní outdoorová reklama a doporučení streamovacích služeb (protože je často nevyužívají). 	<p>„Já nic nezjišťuju, protože to kino fakt není úplně moje hobby, nicméně jsem na Facebooku, jako většina, jakože většina tady lidí kolem, a viděla jsem nějaký reklamy, takže jsem viděla, jakože ten reklamní spot nebo ukázku z toho filmu, a podle ukázek se nám to zdálo bejt dobrý, tak jsme tenkrát šly. A vlastně v kině jsou i ukázky před filmem, před těma českýma tady u nás [...] bývají ukázky na další český filmy, takže jsme si třeba řekly: hele, až tohle budou dávat, tak půjdem.“ (Lenka, 45 let)</p> <p>„Chodí mi newsletter jako z těch multikin, mám jako... odebíráám prostě informační zprávy, takže tam. Anebo i z reklamy v televizi [...] To většinou je podle nějakějch upoutávek nebo prostě těch reklam, někdy si hledám i ty recenze nebo prostě nějaký ty trailery jako k tomu, nějaký informace...jo...dívám se a nebo, když to jsou prostě ty dětský filmy, tak to si děti že, zase vytipují že, taky vidí nějaký videa upoutávky nebo že se baví s kamarády o tom. [...] No, a nebo prostě aj na Facebooku nebo takhle, jakože jako třeba někteří, v nějakých skupinách nebo prostě lidí sdílíjó, že nějaký recenze tady na ty věci...“ (Ema, 35 let)</p> <p>„...dívám se právě přes internet na nějaký recenze, o čem ten film asi tak jak, kdo v něm hraje, a právě podle toho se pak rozhoduju, jestli na něho chci nebo nechci jít... [...] Československá filmová databáze, a potom ještě jeden [patrně FDB], takže přes tady ty...a</p>

	<p>nebo někdy jenom stačí úplně vobyčejnej Google, ale tady ta databáze, ta mi přijde taková jako celkem kvalitní, na ty informace.“ (Petra, 40 let)</p> <p>„Většinou my jdeme na základě upoutávky, jo, když prostě vidíme nějaký ty trailery, tak jako třeba hodně jsme se těšili na Králíčka Petra dvojku, [...], to Coco v podstatě taky a i toho kreslenýho Grinche jsme šli v podstatě na základě upoutávek, jsme viděli trailer. [...] o tom rozhodujeme spolu, že si třeba pustíme dva tři trailery a rozhodneme se co, no.“ (Jaroslava, 42 let)</p>
<p>Sledování filmů v kině – návyky</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Pokud se rozhodnou jít do kina, je pro ně nejdůležitější možnost vidět film v klidu a nebýt rušen. ● Relativně větší procento z nich než v případě jiných skupin (kromě intenzivních diváků) se nechá zlákat do kina doprovodnou akcí (diskuse či přednášky k filmu, tematické občerstvení apod.), ovšem i tak jde jen o 13 %. ● Více než jiné skupiny, s výjimkou intenzivních diváků, jdou do kina a až teprve tam se rozhodnou, na co se podívají – velmi typické je to pro 7 % z nich. Ovšem pro 48 % z nich je typické, že si nejprve vyberou konkrétní film a pak až teprve kino. ● Častěji než jiné skupiny nechávají rozhodnutí ohledně filmu a kina na druhých (20 % z nich). 	<p>„Tady je nějaký, teď nevím, jestli 3D nebo 4D nebo něco D kino... [...] A je v místě že jo, takže to máme kousíček...a většinou mě kamarádka vytáhne na komedii... [...] Ale vytáhla mě i na Hvězdný války třeba. [...] Hele, vyšla komedie, minule se nám s těmahle hercema líbila, půjdeme zas, jo?“ (Lenka, 45 let)</p> <p>„...tak určitě to [je] jako zážitek [v kině], protože zaprvé jako je tam jiný obraz, zvuk, že celkově ta atmosféra, no a taky to je zážitek z toho, že to stojí hodně peněz, no. [...] když se s někým domluví, a chceme jít potom třeba někde ještě na kafe nebo to, tak si zajdem i do toho kina, a potom [to] spojíme i třeba s kávou po tom kině, takže...asi rozhoduje [...], že se s někým domluví a chceme jít někde ven prostě.“ (Lucie, 46 let)</p> <p>„Ale říkám, tam [v kině] je to o tom, o té velikosti obrazovky a o tom zvuku úplně na jiným... a i ta kvalita obrazu, když jste na tom 3D, prostě ty brejličky a bylo taky to úplně o něčem jiným, že jo, to doma neuděláte. [...] No, je to prostě rozhodně lepší než [na] nějakým doma malinkým nořasu, no.“ (Jaroslava, 42 let)</p>

	<p>„...třeba chceme jít na nějaký film, jako co vychází teprv, tak je spíš dřív v těch multikinech velkejch, a do těch menších kin to dojde později, tak třeba když ten film fakt chceme jako vidět brzo, hnedka po vydání, tak preferujeme to multikino, ale když to je třeba film, co už běží delší dobu... a nebo dokonce reprízově ho budou vysílat, tak spíš ty menší kina, jako ty, co jsou blíž, a nebo jsou třeba ají různý ty letní akce, že, takový ty letní kina, tam taky většinou vysílají filmy, ne novinky, ale prostě nějaký starší film, kterej měl velkej úspěch. [...] Tak asi je lepší to městský, že je to takový komornější že, ten, to multikino je takový prostě sterilní nebo nevím jak to...takový...“ (Ema, 35 let)</p>
<p>Sledování doma – návyky</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Pokud se rozhodnou podívat se na film doma, je pro ně důležité to, že je to pohodlnější než jít do kina (88 %), že můžou strávit příjemný čas s partnerem/kou, přáteli nebo rodinou (77 %), případně to, že se pro film rozhodne partner/ka či jiný člen domácnosti a dívají se na něj společně (60 %). ● Nejvíce ze všech skupin jim vyhovuje možnost přerušit sledování, a pak se k němu vrátit (82 %) a stejně tak mají nejvíce ze všech rádi své zařízení a místo, kde film sledují (82 %). ● Sledování filmu doma jim lépe než kino umožní prožít silné emoce. Rádi si také u filmu povídají, pijí nebo jedí. 	<p>„Tu Ulici téměř každý den, a prostě k tomu teda pustím třeba nějaký film večer nebo někdy předtím, tím, že se to dá na té internetové televizi pustit kdykoliv, tak mě netrápí čas, že nějaký film přesáhne do toho času, kdy začíná ten seriál, ale o víkendu třeba koukám i přes den, protože říkám, že u toho tvořím, takže nechci tvořit nahlucho.“ (Lenka, 45 let)</p> <p>„Doma v obýváku v křesle nebo na sedačce, ale doma většinou se dívám. [...] No někdy jak jdu [ke kamarádce] a něco zrovna tam hraje, tak se dívám [...] i u kamarádky třeba, ale to málokdy, to spíš doma.“ (Lucie, 46 let)</p> <p>„Tak většinou právě večer a když to je večer, tak se snažím jako soustředěně dívat na ten film jako...většinou právě ležíme na gauči zachumlání, a třeba něco tuto, u toho něco mlsám [...] někdy i to mám jako, když třeba něco, co se líbí něco partnerovi a ne mně, tak to mám jako takovou kulisu, že já si u toho něco řeším ještě něco pracovního...“ Ema, 35 let)</p>

	<p>„Můžete si kdykoliv od toho odskočit nebo prostě...potřeby svoje, a nebo si to právě můžete pouštět, že když chcete, jako když máme ten archiv a takhle... to kino je prostě, že musíte sedět na tom zadku a soustředěně to sledovat.“ (Ema, 35 let)</p> <p>„No tak jako určitě výhoda tam je, že tam jsem na tom sama, že opravdu, kdyby něco, tak si to můžu zastavit, když potřebuju třeba si odskočit nebo něco, a udělám si svoje dobrý kafičko, jo, prostě, do svýho hrnečku, a tak já nemusím, ušetřím samozřejmě na tom občerstvení, i když doma já teda vyloženě u toho nezobu nic, tak opravdu to bejvá to kafičko, maximálně čajík, podle toho, kolik už pak je, to je tam větší klid, no, zase. [...] Ta kvalita je menší, [...] a když třeba vezmu i toho Aquamana, tak určitě ty barevný efekty [, to] určitě bude stokrát lepší v tom kině, než když jsem [...] potom to viděla v televizi. (Jaroslava, 42 let)</p>
<p>Streamovací platformy a pirátství – preference a návyky</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 56 % získává filmy a seriály z neautorizovaných úložišť. Byli by ochotni s tím přestat, pokud by byly nižší ceny na oficiálních službách (43 % z těch, kteří získávají filmy z neautorizovaných úložišť) a snadnější a rychlejší přístup oficiální cestou (39 % z těch, kteří získávají filmy z neautorizovaných úložišť). ● Jen 34 % z nich platí za stahování nebo streamování filmů a seriálů. Jen 2 % platí více než 500 Kč měsíčně. 	<p>„vůbec ne[používáme předplacené služby] , protože tím, že my vyloženě nějak jako to moc nekonzumujeme, vyloženě že by jsme pak sledovali televizní program a hlídali si každou věc, tak nám to jako přijde zbytečně ještě si jako připlácet za nějaký tady další služby, vím že třeba na YouTube si jde zaplatit nějaký film, když bysme jako o něho vyloženě stáli, ale zatím jsme to nikdy nevyužili.“ (Petra, 40 let)</p> <p>„Ne [nemáme předplacené žádné VOD služby], já jsem svým způsobem samoživitelka, takže jako to je... to je pro mě [finančně náročné...] ono to kino jako jednou za čtvrt roku stačilo.“ [...] Většinou prostě koukám online, je ten Filmbot a Bombuj takovýhle, ty jsou zdarma.“ (Jaroslava, 42 let)</p>

„Máme, HBO Go, ale to spíš využívají děti, já ani moc ne, pak vlastně využíváme i ten archiv vlastně v rámci té naší televize, že si můžeme něco pustit jak kdyby zpětně z minulosti [...], satelitní televizi, spíš takhle, že tam vlastně se to uchovává čtrnáct dní. [...] Nebo si filmy i stahujeme na různých těch... jak to mám říct...portálech...co jsou zdarma. [...] Já nevím, co můžu říct, abych se nedostala do nějakých problémů. [...] Konkrétně třeba na uložit, to, nebo takhle, když třeba to беру úplně běžně, na v podstatě denní bázi, jakoby že napadne, nebo děti... [nebo jejich] spolužáci nějaký, nějaký film zmíní nebo prostě vidí nějakou upoutávku, reklamu, tak ti hned jdou a prostě... stáhnou si to do počítače ten film. [...] A já, pak jenom třeba když něco třeba dlouho nebylo v té televizi, z toho mého žánru, tak si to právě taky stáhnou, to spíš do toho počítače, takže spíš jenom tak doplňkově já to používám... jo, ale, ale moje děti prostě na...v podstatě na denní bázi využívají tady ty...servery...jako na to stahování [...] Zatím [Netflix] nechci, protože mě třeba seriály nebo takhle, co ten Netflix nabízí, nezajímají, nelákají, tam většinou jsou takový ty fantasy, sci-fi, a to není můj žánr jako nebo nevím, jestli většinou, ale prostě nezašlo mě to tady ty filmy nebo ty seriály.“ (Ema, 35 let)

„No, protože jsem o Vánocích byla doma, takže, když třeba nic nehrálo, no tak jsem si dala ten Netflix vlastně, jsem si zaplatila, ať jako máme větší výběr toho, no, a tak to jede pořád dál, ten Netflix.“ (Lucie, 46 let)

<p>Postoje a potřeby, engagement a participace</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nejčastěji se charakterizují jako „obyčejní diváci“. Pokud se charakterizují jako „fanoušek“, mají tím nejčastěji na mysli fanoušek seriálů a více než u jiných skupin také fanoušek reality shows. 	<p>„...na seriály se ráda taky dívám, protože mě zajímají kriminální spíš seriály, a teď i ty české vlastně, takže mě to baví...pokud mám čas.“ (Lucie, 46 let, v dotazníku uvedla, že je „aktivní fanoušek“ seriálů)</p> <p>„...ještě sledujeme reality show občas. [...] Teďka zas začli dávat Výměnu manželek, tak třeba tady tohle ale jako... [...] No jakoby [baví mě na tom] to porovnání těch lidí že, domácností prostě, že to všude funguje jinak, nebo prostě ty rozdíly a takhle, to je takový, spíš třeba aj jak reagují ti lidé, že, v jinejch situacích, nebo prostě že každěj má nějakej jinej způsob žití nebo uvažování... Je to takový zvláštní zas, tohle, z toho psychologickýho hlediska spíš.</p>
<p>Pandemie</p> <ul style="list-style-type: none"> • Po znovuotevření kin většinou nenavštívili kino vůbec (71 %) a pokud ano, tak ne více než 2x. Pokud kino navštívili, spíše šlo o nový český hraný film, obvykle se nejednalo o americký hraný film a zejména ne o evropský hraný film. • 29 % nenavštěvovalo kino před pandemií a nenavštěvuje ani v současnosti. • 49 % vadí, když lidé nedodržují protipandemická opatření v kině. 	<p>„v tom kině přiznávám i v posledních těch dvou letech byla obava z covidu... to se přiznávám bez mučení.“ (Lenka, 45 let)</p> <p>„Jo sice teď moc [kino] ne[navštěvuji], ne, co je ta pandemie a všelijaké to testování bylo, takže to moc ne, ale jako jo, občas jsme chodili. [...] ještě s bývalým manželem, teď už, a kdyžtak s dcerami, to většinou takové pohádky. [...] Třeba do Cinestaru, to jsme chodili a nebo do obyčejného kina, co je tady kousek od nás v jiné obci, jako normální kino. „, (Lucie, 46 let)</p> <p>„Chodili jsme [do kina], tak pak, jak začaly ty pandemie a tohleco, tak jako ne, no. [...] Ono vlastně tam koukat bez popcornu, bez pití, hlavně spíš bez pití, svým způsobem s nějakou rouškou, to jako vůbec, no...to nehrozí.“ (Jaroslava, 42 let)“</p> <p>Je pravda, že jsme během té pandemie tady právě na ty dětský kina moc nechodili, protože nevím, jestli vůbec jako... oni vlastně jeden čas byly kina úplně zavřené, takže to úplně šlo jako bokem, a potom se to tak pomalu rozvolňovalo, takže zase... jo... jakmile ta</p>

	<p>nabídka tam byla, tak jsem na to koukala a zase jsem si vybírala právě podle toho, jaký tam byly filmy [...], během té pandemie byly zavřené kina a potom asi i to moc nenabízeli [promítání pro rodiče s dětmi], pro ty maminky, těžko říct, nevím, už si to moc nevybavuji.“ (Petra, 40 let)</p>
--	---

Intenzivní diváci (zábava) (16 %)

Typický intenzivní divák:

Karlovi je 48 let, je 20 let ženatý, bydlí v Ostravě, má dvě děti na vysokoškolských studiích v Praze a pracuje jako stavbyvedoucí ve středně velké stavební firmě. Se ženou jsou od mládí filmovými fanoušky, ale během pandemie covid jejich záliba ve filmech a seriálech všeho druhu ještě výrazně vzrostla. Když v době vrcholící pandemie nechodil do kanceláře a kina byla zavřená, pouštěli si s manželkou pro útěchu znovu své oblíbené filmy. I když se zrovna na nic nedívá, v jejich obývacím pokoji obvykle běží puštěná televize, na kterou je pořád připojený DVD přehrávač. K předplatnému kabelové HBO si přidali Netflix, jakmile se objevil český překlad rozhraní, a u své velkoplošné obrazovky od té doby tráví většinu večerů. Kromě filmů a seriálů Karel rád jezdí s manželkou na výlety po českých hradech a zámcích nebo v létě na dovolenou k moři, sleduje také sportovní přenosy a s kamarády občas zajde i na hokejový zápas. Do kina dříve chodíval s celou rodinou, v poslední době jen s manželkou, obvykle šestkrát ročně o víkend do ostravského multiplexu, což se v letech 2020 a 2021 změnilo jen během nejpřísnějších protipandemických opatření. Karla nejvíc baví thrillery, akční nebo fantasy americké filmy a seriály jako například *Hra o trůny*, s manželkou se ale rád podívá i na lehkou českou komedii typu *Po čem muži touží*. Přes svou všestrannost se považuje za diváka s vytříbeným vkusem, jeho nejoblíbenějším režisérem je Woody Allen, čte recenze na Aktuálně.cz a občas se podívá na náročnější film, jako bylo například *Tenkrát v Hollywoodu*.

Demografické charakteristiky

- mírná převaha mužů (54 %)
- střední věk
- středně vzdělaní
- žijí s partnerem/kou v jedné domácnosti
- nejčastěji z typů zaměstnanci (66 %), více studentů (13 %), nejméně nezaměstnaných
- z **bohatších** domácností (nejnižší podíl nízkopříjmových do 20 tis. Kč měsíčně)

Vkusové a žánrové preference

- v **televizi a na internetu** poměrně hodně sledují všechny druhy obsahu, více než ostatní divácké typy pak **zahraniční filmy (65 %) a zahraniční seriály (52 %)** – v tomto je předstihují jen „technofilní-kosmopolitní“.
- z **novin a časopisů** si vybírají ty tradiční **mainstreamové** (MF DNES, Lidové noviny, Hospodářské noviny) a bulvární (Blesk, Extra), nejvyšších hodnot ze všech typů dosahují také u časopisu **Týden (5 %)**.
- Na rozdíl od „technofilních“ nemají vyloženě kosmopolitní, ale spíše „všežravý“ **divácký vkus** (s příklonem k americké populární kultuře): mírně nadprůměrný zájem o české filmy a seriály, výrazněji nadprůměrný zájem o evropské filmy a seriály, **nejvyšší zájem ze všech typů o severoamerické filmy (velmi rádo je má 37 %) a seriály (31 %)**, totéž platí pro **jhoamerické filmy a seriály (obojí má velmi rádo 4 %)**, nižší zájem než „technofilní“ mají jen o asijské filmy a seriály.
- V žánrových preferencích se odchylojí **nejvyšším zájmem o filmy napětí, akce a fantazie – thriller (velmi rádo nejvíc z typů: 32 %)**, horor, **akční (32 %)**, **dobrodružný (33 %)** a **válečný (22 %)**, **sci-fi, fantasy, mysteriózní (47 %)**, **animované (21 %)**, **adaptace komiksů (24 %)**, krimi a detektivní, **hudební a muzikály (17,3 %)**.
- Vysokých hodnot ale dosahují napříč celým žánrovým spektrem (nikde nevykazují podprůměrný zájem): mají nadprůměrné nebo nejvyšší hodnoty preferencí u komedie, dramatu, romantického, sportovního, dokumentárního, dětského a rodinného, historického a životopisného, erotického. Za „technofilními“ nejvíce zaostávají pouze v artových (velmi rádo 4 % versus 7 %).
- Na rozdíl od ostatních diváckých typů **viděli téměř všechny navržené tituly: české komerční komedie *Po čem muži touží* (82 %) a *Ženy v běhu* (86 % – stejně jako „televizní diváci“),**

„Tak [...] naposledy jsem se díval na starší film na internetu, našel jsem si Putování Jana Ámose Vávrovo, který jsem viděl kdysi strašlivě dávno, a chtěl jsem se na ten film podívat, tak jsem si ho pustil na YouTubu, kde je kanál starších českých filmů. [...] Tak po pravdě hodně mám rád starý, starší spíš filmy ze sedmdesátých a osmdesátých let a kinematografie evropské, francouzské hodně, to znamená Delon, Belmondo, Jean Marais, Lino Ventura... tyhleto herci. Jsem taky docela fanda westernu, jak těch italských, tak amerických a celkem jsem se odklonil teda od sci-fi, který mě bavit přestalo. To je pro mě dneska už hodně uhozený tady tyto filmy, ale poslední velikej [...] zážitek vlastně tady z této oblasti byl určitě první Matrix. To byl třeba film, který naposledy mě asi hodně ovlivnil nebo zaujal. No a pak mám takové svoje oblíbené vlastně tvůrce, od kterých sleduju v podstatě všechno, jako jsou třeba američtí bratři Coenovi, nebo, já nevím, Guy Ritchie, nebo prostě sleduju některý tvůrce kteří tím, co udělali, mě někdy zaujali hodně, tak prostě sleduju, co dělají dál.“ (Jaromír, 48 let)

„Já mám třeba ráda samozřejmě komedie, to asi každý, pak [mám] ráda takové ty drama[ta]... baví mě historické dokumenty třeba nebo dokumenty jakéhokoliv typu, třeba nedávno jsem viděla nějaký, myslím, nebo kolikadílňý, to bylo asi pětídílňý dokument z osmdesátých nebo devadesátých let z Irska, kde se vlastně stala nějaká vražda a vyšetřovalo se to. Nikdy se vlastně nepřišlo na to, kdo to byl, tak o tom byl natočený i dokument, tak to mě baví. I dokumenty jako obecně i třeba o přírodě, a tak, to jsou takové zajímavé věci. Pak určitě nějaké kriminálky, ale ne teda takové ty české, jak co běží normálně na Nově a na ČT1 a na Primě, to ne, to nesleduju, spíš mě baví třeba konkrétně britské kriminálky, jako seriály jsou úplně vynikající. [...] Hodně mám ráda české filmy a jakože filmy, ne seriály. Ty mě moc... i když některé seriály české

americké franšizové velkofilmové *Avengers: Endgame* (60 %), *Jurský svět: Zánik říše* (63 %) a *Duna* (28 %), americké animované pohádky *Hotel Transylvánie 3: Příšerózní dovolená* (41 %) a *Ledové království II* (vidělo 64 % – zde zaostávají jen za „televizními diváky – rodiči“), české pohádky *Čertí brko* (70 %) a *Čertoviny* (62 %), mainstreamově artové americké filmy *Tenkrát v Hollywoodu* (48 % - stejně jako „technofilní“) a *Bohemian Rhapsody* (80 %). Prvenství mají i u některých menšinových, tedy artových, festivalových a dokumentárních filmů: *V síti* (62 %), *Anette* (4 %), *Dálava* (3 %). Výjimkou jsou české mainstreamově artové filmy *Vlastníci* a *Prezident Blaník*, kde zaostávají za „televizními diváky“, resp. „technofilními-kosmopolitními“, a festivalový *Parazit*, kde rovněž zaostávají za „technofilními-kosmopolitními“.

- České komerční komedie se jim líbily mírně nadprůměrně, americké franšizové filmy a animované pohádky se jim líbily výrazněji nadprůměrně nebo nejvíc ze všech diváckých typů (*Avengers: Endgame* se velmi líbil 76 %). Podprůměrně se jim líbily české pohádky a česká i zahraniční artovější produkce kromě *Bohemian Rhapsody* a *V síti*.
- České daily soaps i komerční primetime seriály (*Ordinace v růžové zahradě*, *Ulice*, *Slunečná* a *Osada*) viděli nadprůměrně často. **Zahraniční lehké komerční (turecká daily soap *Zasněná láska*, 5 %; americký sitcom *Dva a půl chlapa*, 39 %; krimi *Sběratelé kostí*, 27 %), americké a české animované (*Simpsonovi*, 47 %; *Sponge Bob v kalhotách*, 20 %; *Kriminálka 5. C*, 5 %; *Mlsné medvědí příběhy*, 4 %) viděli nejčastěji ze všech diváckých skupin. Zahraniční quality TV seriály viděli buďto nejčastěji z typů (*Hra o trůny*, 45 %; *Papírový dům*, 26 %), nebo jako druzí za „technofilními“ (*Hra na oliheň*, 32 %; *Narcos*, 18 %). Český pokus o quality TV *Bez vědomí* (13 %) viděli nejčastěji z typů.**

jsou jako dobrý, ale preferuji teda filmy, a hlavně české, no, to je jakože fajn.“ (Zuzana, 39 let)

„Marvelovky jsem viděla úplně všechny, marvelovky fakt miluju. A většinou, když tam hraje nějaký takovej jako můj oblíbený nějaký herec, tak se na ten film těším víc, ale třeba občas díky těmhle filmům, jako že jsem chodila do kina, tak jsem si oblíbila jiný herce zase, že jsem je předtím neznala normálně jako z domova, ale jinak takhle jako, že bych měla přímo, že tam hraje nějaký herec, který ho nemám ráda, tak na to nepůjdu, tak to asi ne, to bych neudělala.“ (Anna, 18 let)

„No já spíš jako mám ráda takový ty zamilovaný nebo romantický nebo komedie, prostě spíš takový jako... Já právě úplně nemám ráda nějaký jakoby moc akční, nebo nějaký thrillery nebo nějaký katastrofický, to vůbec se nedívám [...]. Anebo potom takový jako biografie, prostě příběhy, který byly natočený na základě života skutečných lidí, a pak mám ráda i takový jako opravdu komedie oddechovky, že člověk jako se nemusí nějak se zabývat právě nějakýma hlubokými emocema, jenom tak jako u toho relaxuje.“ (Lenka, 54 let)

<ul style="list-style-type: none"> • Většina z uvedených titulů se jim líbila průměrně nebo nadprůměrně, nejvíce z diváckých typů se jim líbil <i>Sponge Bob v kalhotách, Hra o trůny a Hra na oliheň</i>. Výjimky s podprůměrnou oblibou představují české daily soaps a české pokusy o quality TV. • Nadprůměrně často znají jména režisérů českých (Filip Renč, Zdeněk Troška) a zahraničních (J.J. Abrams) komerčních filmů, nejvíce z typů Gore Verbinskiho (7 %), totéž ale platí i pro artovější tvůrce Woodyho Allena (68 %), Harmony Korinea (3 %), Pawla Pawlikowského (7 %), Radu Judea (4 %), Bohdana Slámu (26 %), Petra Václava (7 %). Zahraniční komerční tvůrci se jim líbí výrazně nadprůměrně nebo nejvíce z typů, čeští průměrně (Filip Renč) nebo podprůměrně (Zdeněk Troška). Zahraniční mainstreamově artoví též nadprůměrně, čeští a zahraniční artoví (pod)průměrně (nejméně z typů Václav Kadrnka, nejvíce z typů Yorgos Lanthimos a Radu Jude – zde se ovšem jedná o vyfiltrované malé skupinky několika desítek respondentů, kteří je znají). • Krátká zábavná a krátká poučná videa na internetu sledují jen průměrně – v tomto se výrazně liší od „technofilních“. • Více než většina typů (kromě „technofilních“) sledují YouTubery a influencersy, podcasty, erotický online obsah a hrají online hry. 	
<p>Obecné mediální návyky – vztah ke kinu, TV a internetu, kulturní kapitál</p> <ul style="list-style-type: none"> • nejintenzivnější diváci obecně: v kině i doma • Nejvíce z typů chodí do kina (12 % často, 51 % občas, pouze 4 % nikdy, před pandemií 19 % chodilo 6–9krát ročně, 12 % 10krát a více ročně) – výrazně více než „technofilní-kosmopolitní“, kteří jsou druzí v pořadí. • Nejintenzivněji ze všech typů sledují filmy a seriály online: jen 2 % nesledují žádné televizní pořady ani online videa, jen 4 % nevyužívají žádné VOD služby; 48 % sleduje často online filmy, 45 % často seriály (nejvíce z diváckých typů). 	<p>„V [městě] bylo první kino nějak se surround systémem, [...], takže to byl samozřejmě zážitek, pak se objevily takový ty multikina, že jo, mezitím samozřejmě taky přišel internet s možností prostě... jednak začaly se distribuovat dvdčka, začaly se vypalovat dvdčka. Pak se objevil internet se spoustou prostě filmů, který se dají stáhnout nebo online zhlédnout. Takže jako ta cesta k tomu filmu samozřejmě je jednodušší, snazší, člověk dneska si pustí v podstatě, téměř co chce, že jo.“ (Jaromír, 48 let)</p>

- Před pandemií i během ní trávili **nejvíce času sledováním filmů a seriálů online** (před pandemií 36 % z těch, co sledují, trávili sledováním 5 hod. a více denně, během pandemie **56 %**).
- intenzivní uživatelé internetu (92 % denně nebo téměř denně)
- Zároveň poměrně hodně sledují **televizi** (68 % často, **jen 1 % nikdy**), včetně televizoru kontinuálně puštěného během dne – v tom se výrazně liší od „technofilních-kosmopolitních“; více než ostatní typy (opět kromě „technofilních-kosmopolitních“) si ale vybírají, na co se budou dívat.
- Mírně nadprůměrně sledují komerční stanice Nova a Prima – v tomto se výrazně liší od „technofilních-kosmopolitních“;
- **nejvíce z typů sledují kabelové vysílání HBO a Cinemax (17 %)**, jiné placené kanály zaměřené na hrané filmy a dokumenty, sportovní a hudební kanály a také **placené dětské kanály (6 %)**
- nejvíce z typů se zajímají o sledování sportovních událostí – přenosy i osobní účast.
- Aktivní životní styl: **nejvíce z typů navštěvují restaurace (večeře)** a hospody, **nejčastěji podnikají výlety na hrady a zámky**, nejvíce cestují po ČR i do zahraničí.
- **Nejvíce z typů hrají deskové hry (13 % často)**, více než většina typů (kromě „technofilních“) hrají počítačové hry.
- Nejvíce navštěvují popové a rockové koncerty, ale ve spotřebě tradiční kultury výrazně nevynikají (divadla, výstavy umění, současné výtvarné umění, četba).
- Více než ostatní typy (kromě „technofilních“) deklarují **počítačovou a internetovou gramotnost** (91 % rozhodně nebo spíše nesouhlasí s tvrzením, že počítače neumí příliš používat) a schopnost samostatně vyhledávat videoobsah online (86 %); vyšší zájem o technologické novinky (66 %).
- Pečlivě si vybírají, na co se budou dívat (86 %).
- Nejvíce malují.

„No, v poslední době, co začal covid, tak se přiznám, že [sleduji filmy a seriály] hodně často, a když začal covid, tak jsem si vlastně díky tomu i stáhla Netflix, protože nikam se pořádně nemohlo a takže jsem [...] dost jsem tomu teda propadla, protože je to fakt úplně super. Je tam samozřejmě milion druhů žánrů, člověk si může vybrat, neustále tam jsou prostě nové a nové, a přidávají se nové a nové řady těch seriálů. A takže fakt [...] minimálně rok sleduju dost často, to znamená, že určitě prostě každý den. A o víkendech. Třeba jsou i víkendy, kdy jsme prostě doma, když je škaredě, tak jak byl ten covid, tak prostě celý den mi tady třeba něco hraje jo, a ne vždycky u toho sedím, jakože poctivě koukám, ale třeba já si pustím... i třeba Netflix nebo HBO Go si pustím v kuchyni na telefonu a třeba u toho vařím, a tak, takže jedním očkem prostě sleduju.“ (Zuzana, 39 let)

<ul style="list-style-type: none"> • Jsou kosmopolitnější než průměr, ale výrazně méně než „technofilní“: u zahraničních titulů preferují český dabing (60 %) a české titulky (32 %), původní znění bez českého překladu spíše odmítají. 	
<p>Technická zařízení</p> <ul style="list-style-type: none"> • U možností domácího sledování celovečerních filmů na notebooku, stolním počítači, televizoru z vysílání a smartphonu vykazují průměrné až vyšší hodnoty. • Nejčastěji z typů volí možnost sledovat film na televizoru z internetu (první volba 28 %) a na DVD/Blu-Ray přehrávači (první volba 3 %). 	<p>„takže například včera večer jsem se dívala na seriál na Netflixu. A bylo to v obývacím pokoji na sedačce a koukala jsem se na televizi, a asi možná jsem u toho baštila nějaké chipsy nebo něco takovýho.“ (Zuzana, 39 let)</p> <p>„my máme promítačku, takže na zdi si to promítáme. [...] No, tak teďka jsme v covidu vůbec nechodili [do kina] a jinak, moc ne, od té doby, co máme tu promítačku, tak třeba dvakrát třikrát za rok jako opravdu, anebo, když je třeba příležitostně... já nevím, že jsme někde v létě a je tam třeba letní kino.“ (Lenka, 54 let)</p>
<p>Sociální praxe a příposlechové aktivity</p> <ul style="list-style-type: none"> • Celovečerní filmy v kině sledují stejně jako ostatní typy nejčastěji s partnerem/kou, dítětem nebo přáteli. • Celovečerní filmy mimo kino sledují stejně jako ostatní typy nejčastěji s partnerem/kou (první volba 58 %) nebo sami doma (první volba 42 %). • U sledování filmů či seriálů doma se spíše soustředí na sledování a nevěnují se dalším činnostem. 	<p>[Když se chci dívat na film sám,] sednu si do jiné místnosti, prostě zalezu si do pracovny k sobě. A prostě pustím si to na počítači třeba nebo prostě natáhnou se na gauč prostě v té mojí pracovně–trucovně, prostě pustím si to tam. [...] Jinak] většinou jako nechám prostě děti ať si vyberou, na co by se chtěly dívat, a posoudím teda, jestli to není úplná pitomina, a se jim to snažím rozmluvit, oni se na to potom podívají jindy, když já třeba nejsem doma nebo tak [smích], anebo tak snažíme se najít nějaký kompromis, na co bychom se podívali společně, nebo vylosujeme někoho, kdo prostě ten film vybere tentokrát...“ (Jaromír, 48 let)</p> <p>„Většinou si zalezu, záleží [...], o jaký film jde většinou. Když se na to chci koukat s rodičema, tak si to pustíme dole v obýváku na televizi, ale ve většině případů já se koukám s anglickýma titulkaama nebo anglicky s českými titulkaama, takže si to pustím [...] u sebe v pokoji, a většinou si k tomu vezmu nějaký malý jídlo, a</p>

	<p>potom jdu rovnou už spát. [...] Většinou jako doma [...] se do toho jako dokážu asi víc ponořit do toho filmu, že jak jsem sama, tak jako mě nic neruší a jenom se fakt ponořím do toho filmu, a potom třeba, když jdu spát, tak se mi i o tom jako zdá občas nebo takhle.“ (Anna, 18 let)</p>
<p>Divácké rozhodování a informační zdroje</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jako informační zdroj při výběru filmů a seriálů stejně jako ostatní typy preferují doporučení od přátel a známých. • Nadprůměrně odmítají časopiseckou (96 %) a televizní (85 %) reklamu, naopak nadprůměrně inklinují k uživatelskému hodnocení na databázích Čsfd (44 %) – ve všech těchto hodnotách zaostávají jen za „technofilními-kosmopolitními“; nejvíce z typů se řídí podle žebříčků nejlepších titulů (24 %) a automatického doporučování streamovacích služeb (23 %). • Filmy si vybírají častěji podle žánru než tématu nebo hereckého obsazení nebo země původu; není pro ně důležitý režisér/ka. 	<p>„Víte co, jako jo, čtete, já nevím, jo, noviny [...] nebo prostě Reflex nebo nějaký časopisy, který prostě sem tam se zabývají něčím takovým. [...] a nebo používám, jako, znám samozřejmě ČSFD, kde je to možné, se dá najít, že jo, informace o filmech relativně, relativně rychle takovejch těch novejch no...“ (Jaromír, 48 let)</p> <p>„Tak ono, hlavně třeba koukám na ten Netflix, tak tam jsou trailery, takže se dívám na ty trailery a pokud mě ten trailer nějakým způsobem zaujme, tak ten film si pustím, a většinou dávám tak dvacet minut, pokud mě ten film do těch dvaceti minut dokáže vtáhnout do toho děje, tak samozřejmě koukám, pokud zjistím, že to není, tak to prostě vypnu.“ (Roman, 39 let)</p> <p>„Většinou se podívám na trailer, o čem to je, abych jako přibližně aspoň věděla, o čem ten film je nebo bude. Jinak asi víc ne, většinou až po tom filmu si čtu nějaký ty recenze, až si udělám svůj obrázek, tak abych nebyla jako nějak ovlivněna tím.“ (Anna, 18 let)</p> <p>„...občas hledám v té Facebookové skupině, co tam tak lidi doporučují, pak si to, že jo, čtu a když usoudím, že by jako se mi to mohlo líbit, tak to prostě manžel buď stáhne nebo to někde najdem, a pak jako, když máme chuť se dívat večer... my se teda díváme večer [...] a tak jakože spíš podle toho, co máme třeba stažený nebo co je nějakým způsobem dostupný i třeba na nějakých těch jakoby internetových televizích, třeba iPrima a tak, tak si jako</p>

	<p>podle toho, na co máme náladu, vybereme z těch možností, který máme.“ (Lenka, 54 let)</p>
<p>Sledování filmů v kině – návyky</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Na nový film nejčastěji ze všech typů půjdou obvykle do multikina (52 %) – i když i u nich, stejně jako u všech ostatních typů – převažuje preference tradičního kina (54 %) a domácího nepřenosného zařízení (62 %). Nejčastěji z typů by také zašli na nový film na festival nebo přehlídku (7 %). ● K návštěvě kina mají nejsilnější motivace: Pokud se rozhodnou jít na nový film do kina, nejvíce ze všech diváckých typů je pro ně důležité, že o filmu se hodně mluví a nechtějí čekat, až bude v TV či na internetu (velmi důležité: 24 %), že se chtějí pobavit mimo domov (27 %), že jim kino umožní lépe než domácí sledování prožít silné emoce (30 %), chtějí daný film vidět ve špičkové kvalitě na velkém plátně (41 %) a návštěva kina je pro ně způsob, jak být se svými přáteli (21 %). ● Je pro ně důležitější výběr konkrétního filmu než výběr kina, ale častěji než ostatní typy mají své oblíbené kino. ● Nejčastěji ze všech diváckých typů si před filmem kupují občerstvení (pro 16 % je to typické, pro 27 % velmi typické), po konci projekce si sednou na baru kina s partnerem nebo přáteli či rodinou (pro 9 % velmi typické) nebo kino spojí s návštěvou restaurace (pro 15 % je to typické, pro 15 % velmi typické). ● Nejčastěji z typů si nenechají ujít úvodní ukázkou z připravovaných filmů (23 %) a nejčastěji je také lákají 	<p>„jezdíváme do multikina, buď do Zlína do Zlatého jabka anebo do Olomouce. [...] Víte co, jednoduše se to spojí prostě s výletem jakoby, že jo, nějakou, já nevím, večerí nebo obědem, víme že prostě nebude problém s parkováním, což by v těch starejch [kinech] byl, a je to zkrátka takový jednodušší no.“ (Jaromír, 48 let)</p> <p>„[Jdu do kina] vyloženě fakt jako za tím filmem a když třeba jdeme jakoby společně s kamarádkou nebo prostě se známýma, tak to kino je to primární, a pak to přidružené je třeba někde kafe potom, nebo sklenička potom, jako fakt jako ten hlavní program toho večera je to kino. [...] Třeba když se jde na nějaké, já nevím, Star Wars nebo něco, kde ty efekty a ta hudba je fakt, jako že [...] bez toho by ten film, jako, že jo, neměl takový prostě efekt, tak to je třeba důležité, to se mi na tom líbí., [...] Beru to asi fakt, jakože [...] takový kulturní prostě zážitek, jako se jde třeba do divadla...“ (Zuzana, 39 let)</p> <p>„Určitě nekoukám jako na obsazení, protože obsazení je jako samozřejmě, pokud tam hrajou jako známí herci, tak [...] se snaží jako ta produkce o to, že to je známka nějaké kvality, ale nemusí to být úplně pravda, to jsem zjistil. [...] Já jsem se podíval na nějaký film, kde hrajou jako opravdu i nováčci nebo herci, které neznám, a ty filmy jsou jako na dobré úrovni.“ (Roman, 39 let)</p>

<p>doprovodné akce jako diskuse či tematické občerstvení (pro 15 7 % je to typické, pro 5 % velmi typické).</p>	<p>„Člověk doma jen tak nemá několikametrový plátno, že si to [v kině] jako i víc vychutná ten film, je to takový... i ten zvuk je lepší nebo obraz je samozřejmě lepší, větší, vůně toho popcornu tomu dodává tu atmosféru.“ (Anna, 18 let)</p> <p>„Jakoby vlastně asi na nový filmy [jdu do kina], asi jako na nějaký starší film už bych jako nešla do kina. [...] Třeba to letní kino, tak tam jako jsou to většinou starší filmy, to zas jo, ale říkám to je třeba jednou za rok.“ (Lenka, 54 let)</p>
<p>Sledování doma – návyky</p> <ul style="list-style-type: none"> • Na nový film se raději než v kině podívají doma, a to na větší domácí obrazovce (televizor, stolní počítač nebo domácí kino – 62 %), nikoli však na přenosném zařízení (notebook – 37 %) – v tom se liší od „technofilních-kosmopolitních“. • U motivací ke sledování filmů doma vykazují spíše průměrné hodnoty (na rozdíl u sledování v kině). 	<p>„No my máme se synem takový rituál, že vždycky si koupíme nějaké brambůrky nebo nějaké takové jakože drobné občerstvení a nachystáme si to prostě na ten stůl. Anebo si to vezmeme i do postele třeba a koukáme z postele na telku. [...] Že si to [člověk] může kdykoliv stopnout a něco třeba udělat, pak se k tomu vrátit. Že [...] to nemusí být vyloženě jako soustředěné prostě koukání dvě hodiny, ale že se to dá kdykoliv prostě přerušit nebo, když vám někdo zavolá nebo něco, tak je to takové jako asi... no ale... možná je to méně soustředěné nebo je to prostě takové, asi člověk má doma takové větší možná pohodlí asi bych řekla.“ (Zuzana, 39 let)</p> <p>„No tak je to prostě pro mě, jak už jsem vlastně taky starší, větší jako pohoda, že prostě se nemusím oblíkat a prostě se vyvalím na gauči a nemusím, jo, nemusím nikam na čas chodit a když třeba je zima, tma..., tak už se mi třeba ani by nechtělo ven, tak, takhle jako že... je to takový, prostě takový pro lenochy víc, no, bych řekla.“ (Lenka, 54 let)</p>

Streamovací platformy a pirátství – preference a návyky

- **Ve volném čase sledují nejčastěji z typů SVOD služby typu Netflix a HBO Go (31 % denně, 28 % alespoň jednou týdně, pouze 20 % nikdy), nejčastěji sledují také TVOD služby typu iTunes (3 % denně, 4 % alespoň jednou týdně, 9 % několikrát do měsíce).**
- **Dosahují nejvyšší četnosti používání (za účelem sledování filmů a seriálů) u všech předních VOD služeb, českých i zahraničních: YouTube (67 %), YouTube Premium (6 %), Netflix (60 %), iVysílání (28 %), iPrima (27 %) a Prima Videopůjčovna (5 %), O2TV Videotéka (7 %), HBO Go (25 %), Nova Plus (12,1 %), Google Play (9 %), Voyo (15 %).** Výjimky, kde zaostávají za jiným typem, představují jen novější zahraniční služby Apple TV a Amazon prime Video, české neplacené streamovací služby zaměřené na krátká videa TelevizeSeznam.cz/Stream a Mall.TV a specializované služby Aerovod a DAfilms, kde všude mají největší podíl „technofilní“.
- 79 % z těch, co používají VOD služby, za ně platí, nejvyšší hodnoty ze všech diváckých typů dosahují u útrat nad 100 Kč měsíčně: **48 % platí 101–500 Kč, 12 % 500–1000 Kč, 2 % 1000–1500 Kč.**
- Neplacené streamovací služby typu YouTube sledují častěji než většina typů kromě „technofilních“, za kterými v tomto ohledu výrazně zaostávají (30 % denně).
- Z VOD služeb nejčastěji sledují YouTube (66 %) a Netflix (58 %).
- **Nejčastěji z typů sledují televizní vysílání na internetu (19 % denně).**
- **Zahraniční streamovací platformy umí ovládat lépe než ostatní typy kromě „technofilních-kosmopolitních“** (služby jako Netflix nebo HBO GO nejsou příliš složité na používání pro 73 % z nich).

„Někdy prostě používám teda jiný možnosti přes ten noťas. [...] Myslím tím třeba ten YouTube nebo prostě to, že odněkud stáhnou nějaký film anebo prostě [...] to iVysílání té České televize, to jsem si celkem oblíbil. Ono to má sice slušný, jako velký nároky na paměť a na objem dat, ale zase to má kvalitní obraz prostě a dobře se tam hledá, nejsou tam reklamy, že jo, na České televizi a tak dál, takže to je sympatický.“ (Jaromír, 48 let)

„Člověk se chce trochu jako odreagovat a v podstatě jako české televize tam jako všechno opakovaly, jo, to, a nebylo to nic zajímavého, tak v tu chvíli jsem si vlastně řekl, že bych to mohl vyzkoušet.“ (Roman, 39 let)

„HBO GO mám a Netflix, a potom jsem chvíli měla Apple TV, ale to jsem nějak moc na to nekoukala, takže to jsem nějak odhlásila potom. [...] Netflix mám asi od prvního ročníku, myslím, takže 2019, já teď nevím, jaký je to rok, a vlastně tenkrát se nějak rušilo takovýto „seriály online“ a nějaká ta platforma, kde byly všechny ty seriály, na který jsem koukala, tak jsme říkali, že to nebudeme všechno stahovat nějak přes ulož.to a takhle, že si prostě budeme ten Netflix platit dohromady.“ (Anna, 18 let)

„No, občas máme Netflix. A pak stahujeme prostě, ono to není jako neoficiální, respektive jakoby ilegální. [...] Takže občas stahujem a občas máme období, kdy máme předplacenej ten Netflix, no. [...] Na YouTube občas, ale to spíš jako že... že třeba mi přijde odkaz od nějaký známý na nějaký... že to ani není film hranej, že je to nějaký třeba amatérskéj film nebo nějaký takový pojednání, tak to se občas na YouTube podívám.“ (Lenka, 54 let)

<ul style="list-style-type: none"> ● Ambivalentní vztah k pirátství: celkově jsou v používání úložišť druzí za technofilními/kosmopolitními, ale jsou mezi nimi nejintenzivnější stahovači nebo streamovači neautorizovaných kopií z online úložišť (9 % denně, 22 % alespoň jednou týdně). Zároveň nejvíce z diváckých typů odmítají neautorizovaná úložiště, protože za filmy a seriály platí na oficiálních streamovacích službách (40 %); pokud stahují nebo streamují z úložišť, tak tituly, které nejsou dostupné na službách, které mají předplacené (23 %), případně pouze tituly, které nejsou dostupné jinak (15 %). ● Pokud používají úložiště, k přechodu na placené streamovací služby by je přiměla lepší nabídka, snadnější a rychlejší přístup a levnější ceny. 	
<p>Postoje a potřeby, engagement a participace</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Nejvíce z diváckých typů je pro jejich divácký zážitek důležitá strhující akce (velmi důležité 39 %, spíše důležité 44 %), více než pro ostatní typy také strach a napětí a originální způsob vyprávění, nadprůměrně ocení také vizuální kvality (práce s kamerou, ohromující záběry), krásnou hudbu, kostýmy a herce a zajímavá témata. ● Zaujatí: Nejčastěji z diváckých typů se prohlašují za aktivní fanoušky (26 %) a nadprůměrně často i za pasivní fanoušky (22 %). ● Ti z nich, kteří se považují za fanoušky, se nejčastěji ze všech typů řadí k fanouškovským skupinám fantasy (50 %), seriály (59 %), komiksy (27 %) a akční/bojová umění (23 %). ● Průměrně participující: pokud se prohlašují za „pasivní“ nebo „aktivní“ fanoušky a zároveň se řadí do některé z uvedených fanouškovských skupin, vykazují průměrné hodnoty ve fanouškovských aktivitách; ostatní typy převyšují v hodnocení na filmových databázích (v absolutních číslech se ovšem jedná o jednotky osob). 	

Pandemie

- Poměrně hodně jim vadila protipandemická opatření v kinech (respirátor apod. – 57 %), ale také jejich nedodržování (57 %), ale v době jejich uvolnění v roce 2021 již velké obavy z covidu neměli.
- Comfort viewing: nejčastěji z diváckých typů během pandemie sledovali filmy a seriály, které již znali a mají rádi (66 %).
- **Po uvolnění protipandemických opatření v r. 2021 se do kin vraceli častěji než ostatní typy (kromě „technofilních-kosmopolitních“): jen 32 % (nejméně ze všech typů) nešlo ani jednou do kina po uvolnění protipandemických opatření v roce 2021.**
- **Nejvíce ze všech diváckých typů se u nich během covidu zvýšila intenzita používání neautorizovaných úložišť (36 %).**
- **Intenzita sledování online služeb se u nich zvýšila nejvýrazněji ze všech diváckých typů: 64 % sleduje více než před pandemií placené streamovací služby, 51 % neplacené (YouTube). Oproti období před pandemií se zvýšil podíl těch, kteří sledují filmy a seriály online více než 5 hod. denně, z 36 % na 56 % (tím dosáhli nejvyšší intenzity ze všech diváckých typů před i po pandemií).**
- **Nejčastěji ze všech diváckých typů během pandemie navštívili autokino (10 %).**

„No já jsem ani moc popravdě nevěděl, jestli [kina] otevřený jsou, nejsou, to bylo tady takový, že jako člověk nevěděl, jestli vůbec na ty kulturní akce se může, nemůže, jo. V tom zmatku jsme to tak nějak prostě vypustili všechno. [...] Zároveň jsme pořídili tu televizi vlastně domů, chytrou, takže tak nějak prostě to trochu nahradila. [...] spíš jakoby jako že bychom měli strach z nákazy to snad ani ne, ale jako spíš prostě nám vadily takový ty obstrukce s tím, že prostě by tam člověk měl sedět prostě v tom respirátoru, a měl by se nechat kontrolovat a prokazovat prostě něčím a tak dál. To zas, to jsme brali i jako natolik obtěžující, že prostě jsme fakt jako tyhle akce vynechali.“ (Jaromír, 48 let)

„Tady právě [...] vznikly [...] právě ty platformy, které nám to [kino] jakoby nahradily, ten Netflix, HBO, že prostě se ten svět tomu tak přizpůsobil, že jsme měli právě možnost si to jakoby tímto nahradit. [...] No jako nemůžu říct, že úplně bych jako plakala, [...], že by nám zavřeli kino nebo že nemůžeme do kina, to jako úplně ne. [...] není to jako něco, co bych jako strašně postrádala...“ (Zuzana, 39 let)

„No, spíš se mi tam [do kina] jako nechtělo, bylo tam... že se tam muselo sedět s respirátorem a to nebylo úplně pohodlné. Vždycky jsem si to radši pustila potom doma.“ (Anna, 18 let)

„teďka bez ohledu na covid, doma je to takový, vlastně svým způsobem pohodlnější. A já zas nejsem jakoby, třeba manžel je mnohem náročnější na ten zvuk a na obraz a mě to vlastně docela nevadí, protože na tý zdi to je docela velký taky, že jako nepotřebuju úplně jako takový, nějaký to velký kvalitní plátno, jako je v kině. Ale, v tom covidu taky bych nešla, protože prostě tam musí být ty respirátory, a to jako pro mě nebylo komfortní prostě koukat se na film s respirátorem.“ (Lenka, 54 let)

Technofilní/kosmopolitní (17 %)

Typický technofilní/kosmopolitní divák:

Jiří studuje technickou vysokou školu Brně, kde je ubytován s přítelkyní na privátu. Současně má vlastní pokoj v domě u rodičů v menší obci. Zajímá se o technologické novinky, ve volném čase sleduje Netflix, hraje počítačové hry a učí se hrát na ukulele. Pravidelně čte Deník N a A2larm. Filmy a seriály nejčastěji sleduje s přítelkyní na notebooku a v původním znění s českými nebo anglickými titulky. Televizní vysílání nesleduje vůbec. Vodítkem pro něj je doporučení od přátel a ČSFD. Má předplacený Netflix, ale filmy a seriály dostupné na jiných SVOD službách nebo zcela nedostupné v ČR stahuje z nelegálních úložišť. Z českých filmů se mu líbilo např. *V síti*, většinou ale české filmy a seriály nesleduje vůbec. Má rád Marvelovky a sci-fi, ale rád se podívá i na filmy Quentina Tarantina, velmi se mu líbil také seriál *Hra na oliheň*. Během různých částí dne hodně sleduje různá kratší videa na sociálních sítích, především influencers, videoblogy a webseriály na Youtube. Do kina chodí přibližně 1x za čtvrt roku. Po znovuotevření kin se šel do kina podívat na filmy *Duna* a *Není čas zemřít*, jinak sledoval filmy a seriály jen v domácím prostředí.

<p>Demografické charakteristiky</p> <ul style="list-style-type: none">● nejvýraznější převaha mužů (70 %)● nejmladší (64 % do 34 let)● nejvzdělanější (středoškolské vzdělání s maturitou nebo vysokoškolské)● bezdětní, častěji žijí s rodiči a sourozencem, bez partnera/ky● často žáci a studenti (35 %), zaměstnanci (48 %)● z bohatších domácností (nejmenší podíl v kategorii, která by měla v případě tíživé situace problém dát dohromady více než 10 tis. Kč)● třetina z měst nad 100 tis. obyvatel (nejvíce z typů)	
<p>Vkusové a žánrové preference</p> <ul style="list-style-type: none">● Nejméně sledují Novu a Primu.● Z novin a časopisů si vybírají serióznější, náročnější tituly (nejvyšší hodnoty z typů: iRozhlas, Deník N, A2larm, Echo 24, zahraniční noviny, naopak nejnižší u bulváru).● Nejvýrazněji kosmopolitní divácký vkus: nejnižší zájem o české a vysoký zájem o zahraniční hrané filmy a seriály (USA a Evropa, minoritně též Asie).	<p>„a přítel [...] říká mi, hele ten Papírový dům, to chci vidět, no a pak s tím vlastně přišel, že už to jako stáhnul, a on si to šel pustit, já to teď slyším, že jo, říkám: ‚co to pustil?‘, a já říkám: ‚to se díváš jako beze mě?‘ Takže jsme se na to začli dívat spolu, no a já se fakt nemohla od toho odtrhnout [...] protože jsme to měli fakt celý postahovaný, kromě té pátý série, na tu jsme nějak čekali</p>

- Z filmových žánrů **preferují sci-fi a fantasy, dramata**, naopak nevyhledávají romantické, hudební a dětské, jsou vlažní ke komedii a krimi; nejvyšší hodnoty ze všech typů vykazují u **artových**.
- **Viděli a kladně hodnotí zahraniční mainstreamově artové filmy (*Parazit, Tenkrát v Hollywoodu*) a zahraniční seriály typu quality TV (*Narcos, Hra o trůny, Hra na oliheň*).**
- Příliš nesledují české pokusy o quality TV (*Zrádci, Bezvědomí*) ani seriály s veřejnoprávním poselstvím (*Ochránce*), ale pokud je přece jen viděli, hodnotí je kladně.
- **Neviděli nebo ani neznají české komerční komedie, pohádky a seriály, stejně jako zahraniční soap opery a lehké krimi (a pokud viděli, hodnotí je nejnižší ze všech typů).**
- **Z českých filmů je zajímaví pouze dokumenty a mainstreamově artové (*Vlastníci, Prezident Blaník, V síti*).**
- **Nejvíce znají a oceňují americké režiséry mainstreamově artových filmů (Tarantino), nejméně z typů naopak znají české komerční režiséry (Troška, Renč).** Okrajově artové tvůrce stejně jako ostatní typy znají jen minimálně, ale pokud ano, jejich tvorba se jim líbí (Almodóvar, Bergman, Fellini, Pawlikowski).
- **Nejvíce z typů inklinují ke (krátkým) online formátům (34 % nejčastěji na internetu sleduje videoblogy, YouTubery, influencery, 39 % krátká zábavná online videa jako webseriály, videoklipy, trailery a sestřihy, 44 % krátká poučná videa).**
- **Nejaktivnější sledovači YouTuberů a influencerů (33 % alespoň jednou týdně), podcastů (28 % alespoň jednou týdně), erotického online obsahu (36 % alespoň jednou týdně) a hráči online her (33 % alespoň jednou týdně).**

myslím, a ta pak vyšla, a to nevím, jestli jsme to dokoukali na Netflixu, a nebo na tom..." (Martina, 24 let)

„Tak seriály většinou – dávám tomu větší šanci než u těch filmů, ale jako i seriály si vybírám, ale ty filmy víc z toho důvodu, že jsem jich v minulosti zhlédl už víc, tak jsem o to náročnější divák, a většinou se ty filmy prostě často opakují, že mají tu samou zápletku, ten samej vzorec toho chování těch postav třeba, takže už spíš... po originalitě jdu.“ (Matěj, 17 let)

„V podstatě nejčastěji [se díváme] by se dalo říct asi na zahraniční sitkomy, to je asi nejčastější ze zábavného stylu. Nebo vědeckofantastické sci-fi, tenhle ten druh, to je asi to nejčastější. Jako v podstatě všechno, ale tohle jsou jako ty nejoblíbenější, prostě na relax vysloveně.“ (Ladislav, 37 let)

„Jako třeba starší český filmy, tak se kouknu ráda, kde je třeba ještě Sovák, Janžurová a takhle, i ty komedie jako jo, to opravdu je takovej čistej, vtipnej humor, ale teď je to... někdy přitáhne moc za vlasy, no, a hlavně, já nevím, no, prostě, nějak mě to neoslovuje moc..." (Ivana, 54 let)

<p>Obecné mediální návyky – vztah ke kinu, TV a internetu, kulturní kapitál</p> <ul style="list-style-type: none"> ● nejintenzivnější uživatelé internetu (96 % denně nebo téměř denně) ● technofilní: nejvyšší počítačová gramotnost (96 % rozhodně nebo spíše nesouhlasí s tvrzením, že počítače neumí příliš používat) a schopnost samostatně vyhledávat videoobsah online (92 %); nejvyšší zájem o technologické novinky (67 %) ● Nejčastěji hrají počítačové hry (53 % často nebo občas). ● intenzivní sledování hraných filmů a seriálů online ● Pečlivě si vybírají, na co se budou dívat (86 %). ● Nejméně intenzivní diváci tradiční televize: nejméně sledují televizní vysílání (41 % zřídka nebo nikdy), nemají oblíbený televizní kanál (49 %) a nepraktikují sledování televize jako kulisy (73 %), zvláště když tam běží něco, co se jim nelíbí (92 %); nejméně sledují televizní zprávy a zábavní televizní pořady (reality show, talk show apod.). ● Do kina a divadla chodí, ale spíše zřídka (52 %). ● Více čtou knihy. ● Kosmopolitní: nejvíce z typů preferují filmy v původním znění s českými (37 %) nebo anglickými (25 %) titulky. 	<p>„Chci už jako delší dobu do toho 4D kina, jako vyzkoušet, takže určitě tam někdy půjdu.“ (Martina, 24 let)</p> <p>V [...] klasický televizi v podstatě z devadesáti procent... buď zpravodajství a nebo nějaký cestopisný, spíš vzdělávací, ale víceméně všechno v tomhle tom okruhu, zpravodajství, vzdělání nebo vědecký a podobný věci. Na český věci se nedívám, třeba jako na české seriály a podobný věci. [...] [Těmi vzdělávacími myslím] dokumentární nebo na ČT Art, jak bývají různé věci vědecký nebo umělecký.“ (Ladislav, 37 let)</p> <p>„Nejčastěji to [dokumenty] sleduju dnes v televizi přes internet, jako samozřejmě přes YouTube, přes mé oblíbené kanály.“ (Ladislav, 37 let)</p>
<p>Technická zařízení</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Nejvíce z typů sledují celovečerní filmy na notebooku (první volba ze čtyř možností: 40 %), stolním počítači (první volba ze čtyř možností: 13 %), smartphonu (první a druhá volba ze čtyř: 18 %) a domácím kinu (první volba ze čtyř možností: 3 %). ● Nejméně ze všech je sledují na televizoru z televizního vysílání (u sledování na televizoru z internetu mají naopak vyšší hodnotu). 	<p>„[Na filmy se běžné dívám] [d]oma, na počítači teda teďko, no [...] v té posteli.“ (Ivana, 54 let)</p> <p>„Jo[, mám domácí kino]. Nebo na počítači, se ženou jako doma. Když su sám, tak na kompu samozřejmě.“ (Ladislav, 37)</p>

<p>Sociální praxe a příposlechové aktivity</p> <ul style="list-style-type: none"> ● sociálně zaměřeni: Nejčastěji ze všech typů chodí do kina s partnerem/kou (94 %), přáteli (64 %), sourozenci (13 %) a rodiči (12 %). ● Celovečerní filmy mimo kino sledují stejně jako ostatní typy nejčastěji s partnerem/kou nebo sami doma, méně často než ostatní typy s dětmi (kromě „vlažných mediálních konzumentů“), častěji než ostatní typy s rodiči, se sourozenci a s přáteli. ● U sledování filmů či seriálů doma se spíše soustředí na sledování a nevěnují se dalším činnostem. 	<p>„[Do kina chodím] Buď s rodiči nebo s rodiči a se sestrou nebo třeba s bratrancem, ještě se spolužáky...“ (Matěj, 17 let)</p> <p>„No tak nachystá se [k domácímu sledování filmu] občerstvení, popcorn, brambůrky, nějaký saláty a člověk se kouká.“ (Ladislav, 37 let)</p>
<p>Divácké rozhodování a informační zdroje</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Jako informační zdroj při výběru filmů a seriálů stejně jako ostatní typy preferují doporučení od přátel a známých. ● Nejvíce odmítají televizní (96 %) a venkovní reklamu (98 %). ● Nejvíce z typů se orientují podle Čsfd (53 %). ● V porovnání s ostatními typy se více řídí automatickým doporučováním streamovacích služeb (nebo si to více uvědomují). ● Filmy si vybírají častěji podle žánru a tématu než hereckého obsazení nebo země původu. 	<p>„Tak, já nevím třeba jsem teďko... v poslední době to [byla] Pýcha a předsudek a Rozum a cit, takže i takhle třeba podle té autorky. A vlastně vidíte třeba něco, a podle toho se rozhodnete. Anebo s dcerou nějaký ty starý divadelní představení, že jsme koukaly na YouTube, že se nám to líbilo.“ (Ivana, 54 let)</p> <p>„Tak první podle těch recenzí ještě, na ČSFD, to se dívám většinou před tím, než na ten film podívám, nebo když je nějaké pokračování nějakého filmu, který jsem už viděl tak, tam plus mínus vím, jestli se mi to líbit bude nebo ne. Anebo třeba doporučení kamarádů a známých.“ (Matěj, 17 let)</p>
<p>Sledování filmů v kině – návyky</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Na nový film častěji než ostatní typy (kromě „intenzivních“ a „televizních“) půjdou do kina, a to raději do jednosálového tradičního (52 %) než do multikina (42 %). ● Pokud se rozhodnou jít na nový film do kina, je pro ně důležitá špičková kvalita projekce na velkém plátně. ● Je pro ně důležitější výběr konkrétního filmu než výběr kina a příliš je nelákají návštěvy barů a restaurací po představení. 	<p>„Jako určitě do toho kina půjdu, to jako neříkám prostě, že ne. Někdy zase znova, ale musel by to být nějaký film, který by mě fakt zaujal, řekla bych si: jo, tak na něj půjdu do kina a chci ho vidět v tom kině.“ (Martina, 24 let)</p> <p>„přímo jako ve městě máme kino, ale ono vždycky vysílá ty filmy až po premiéře, třeba klidně až rok po premiéře, takže tady do kina nechodíme přímo v našem městě, vždycky odjíždíme do [...], to je deset kilometrů od nás [...], kde je to kino zrekonstruované a vždycky je to na premiéru, když je ten film uvedenej, to je takové</p>

	<p>klasické městské kino, není to nic extra velkého, není to třeba ten Cinestar například.“ (Matěj, 17 let)</p>
<p>Sledování doma – návyky</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Na nový film se raději než v kině dívají doma, buďto na větší domácí obrazovce (televizor nebo domácí kino – 62 %), nebo na přenosném zařízení (notebook – 43 %). 	<p>„No tak, většinou to je tak, že prostě pustíme film s přítelem večer a já ještě vlastně [...] vždycky ještě předtím tak uvařím jídlo, takže je to taková jakoby, jak to říct jako trošičku, jako že to je významnější, že uvařím ještě to dobrý jídlo a pustíme si vlastně třeba tu Marvelovku jo...o který víme že, že bude třeba jako dobrá. Takže vlastně si k tomu ještě dáme dobrý jídlo a je to takový jako...trošku takovej jako zážitek no a tak... tak jindy tak třeba, že se nějak nudíme nebo...tak si pustíme nějaký film a u toho teda jsme třeba na telefonu.“ (Martina, 24 let)</p> <p>„Spíš víceméně, když ten film nějak zaujme, tak člověk chce vědět, že jo, jak to bude pokračovat. A většinou, když to teda nezaujme do nějakých dvaceti, dvaceti pěti minut, tak asi nemá moc smyslu na to koukat.“ (Ivana, 54 let)</p>
<p>Streamovací platformy a pirátství – preference a návyky</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Ve volném čase sledují častěji než většina typů SVOD služby typu Netflix (18 % denně, 30 % alespoň jednou týdně – více je sledují pouze „intenzivní diváci“, kteří mají nad „technofilními-kosmopolitními“ náskok v používání Netflixu a ještě více HBO Go). ● 66 % z těch, co používají VOD služby, za ně platí (předstihují je „intenzivní diváci“ – 79 %), 61 % do 500 Kč měsíčně. ● Nejčastěji ze všech typů sledují neplacené streamovací služby typu YouTube (42 % denně, 37 % alespoň jednou týdně) ● Z VOD služeb nejčastěji sledují YouTube (66 %) a Netflix (58 %). ● Často také stahují nebo streamují neautorizované kopie z online úložišť (48 % alespoň jednou do měsíce) 	<p>„To jsme s přítelem koukali vlastně na ten jeden seriál a my jsme chtěli už vidět [...] že vydali vlastně další sérii, nebo jak to bylo, a ona nebyla nějak ke stažení, a vím, že jsem se to prvně udělala ten Netflix jenom vlastně na tu zkušební dobu, že jsem říkala: kouknem tady [na] to, a pak to jako zruším, že to nepotřebujeme, a pak vlastně jsme tam ještě objevili další seriál, tak já říkám, no tak ten Netflix necháme, tak už jsme si ho nechali no.“ (Martina, 24 let)</p> <p>„Tak jako většinou takhle ty filmy [...] se dají vlastně sehnat na tom internetu, takže se pak díváme vlastně jako doma no.“ (Martina, 24 let)</p> <p>„Momentálně většinou Netflix, plus občas ještě HBO Go se podívám. A občas ještě Apple TV+, ale tam tak často ne, to je fakt</p>

<ul style="list-style-type: none"> ● Zahraniční streamovací platformy umí ovládat nejlépe ze všech typů (služby jako Netflix nebo HBO GO nejsou příliš složité na používání pro 79 % z nich). ● Nejvýraznější sklony k pirátství: dosahují celkově nejvyšších hodnot ze všech typů ve využívání neautorizovaných úložišť (76 %), byť tuto činnost nejčastěji odůvodňují nedostupností titulů na placených službách. ● Pokud používají úložiště, nejčastěji z typů uvádějí, že důvodem pirátství je nedostupnost z legálních zdrojů (velmi důležitý důvod pro 39 %). Naopak nejméně důležitým motivem jsou pro ně obavy z plateb přes internet. Poměrně vysokou motivací jsou také úspory (je to levnější než placené služby). ● Pokud používají úložiště, k přechodu na placené streamovací služby by je přiměla lepší nabídka, snadnější a rychlejší přístup a levnější ceny. 	<p>jako jednou za čas, a asi jednou za čtvrt roku třeba kino.“ (Matěj, 17 let)</p> <p>„T: vy jste říkal že nemáte předplacený ty oficiální služby, že jo, ani Netflix, HBO Go. A proč to nemáte předplacený, nebo proč vás to neláká ničím?</p> <p>Ladislav: No protože mi vadí, že je víceméně, řekněme, já nevím osm až deset takovejch poskytovatelů, a řekněme, že u každého poskytovatele zase je nějaký unikátní seriál nebo něco, co bych chtěl sledovat a není možnost to sledovat...a pak navíc třeba Netflix a jiný maj třeba jenom varianty třeba americký nebo zahraniční, a ten seriál stejně se u nás vůbec nevysílá, takže to ani možný legálně sledovat není některý věci, tak z toho důvodu. Kdybych chtěl [vidět] všechno, co chcu, tak bych musel mít těch služeb třeba deset předplacenejch, že není jedna univerzální služba, kterou by si člověk zaplatil, a mohl sledovat všechno, co chce...“ (Ladislav, 37 let)</p>
<p>Postoje a potřeby, engagement a participace</p> <ul style="list-style-type: none"> ● náročnější, esteticky zaměřeni: Nejméně z typů je pro jejich divácký zážitek důležité, aby ve filmech a seriálech hráli krásní lidé či známí herci, aby mezi postavami panovaly hezké vztahy, aby film měl hezký konec a obsahoval laskavý humor. Nejdůležitější je pro ně naopak vizuální zážitek. ● zaujatí: Svůj vztah k oblíbeným filmům a seriálům označují nejčastěji z typů jako „pasivní fanoušek“ (30 %) a častěji než ostatní (kromě „intenzivních diváků“) jako „aktivní fanoušek“ (15 %). ● Pokud se prohlašují za „pasivní“ nebo „aktivní“ fanoušky (celkem 45 %), nejčastěji ze všech typů se řadí k fanouškovským skupinám technicky náročnějších a maskulinnějších žánrů pro mladé: sci-fi (47 %), anime (17 %), kyberpunk (11 %), počítačové hry (40 %). Nejméně ze 	<p>„Tak ještě, kromě těch dokumentárních filmů, tak například, jako právě ty sci-fi, fantasy ještě, a občas jako, ale to je zídka, animovanéj film, když [...] má třeba originální animaci, [...] není to třeba typická animace jako od toho Disneyho, a zároveň ten příběh, a má třeba i nějaký jako hlubší podtext. [...] Hm, tak ty dokumentární [prezentují] nějaké jako vědomosti a poznatky [...]. Celkově jako o našem světě a o různých...prostě o přírodě například, a tak jako všeobecně...všeobecný znalosti... [...] Ty sci-fi to je vyloženě, a fantasy teda taky, tak to je prostě tak na odreagování a relax vyloženě, něco úplně jiného, co není z našeho světa...takže jako rozšíření třeba představitosti.“ (Matěj, 17 let)</p> <p>„V prosinci jsem byl na novém Spidermanovi. [...] to předčilo ještě očekávání, která jsem jakoby, od toho měl. [...] Tím spojením těch předchozích, vlastně té předchozí trilogie, a to je dvoudílné, toho</p>

<p>všech naopak k lehkým, „ženským“ a na starší publikum zaměřeným žánrům: filmy pro pamětníky, reality show.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● participující: pokud se prohlašují za „pasivní“ nebo „aktivní“ fanoušky a zároveň se řadí do některé z uvedených fanouškovských skupin, vykazují vyšší hodnoty v participativnějších fanouškovských aktivitách (byť v absolutních číslech se jedná o jednotky osob); mírně je předstihují jen „intenzivní diváci“. Nejvíce z typů se účastní hraní videoher na motivy filmů, diskusí s přáteli na internetu, poslechu soundtracků, hodnocení, hlasování a divácké recenze na databázích, aktivit online fanouškovských skupin, hraní RPG (naopak nejvíce odmítají besedy s herci a tvůrci – činnost typickou spíše pro starší fanoušky). 	<p>Amazing Spiderman, že tam byli ti herci v podstatě všichni tři, ti představitelé toho Spidermana, je to takové jakoby dobré propojení, a tím, že prostě takové ty filmy od toho Marvelu, i seriály teda, tak mám docela jako nakoukané, tak většinou ty filmy mi nějak sednou no...“ (Matěj, 17 let)</p>
<p>Pandemie</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Po uvolnění protipandemických opatření v r. 2021 se do kin vraceli nejčastěji z typů: 45 % chodí do kina stejně často jako před covidem. ● Více než ostatní typy (kromě „intenzivních diváků“) se u nich během covidu zvýšila intenzita používání neautorizovaných úložišť (35 %). ● Nemění preference: nejméně ze všech typů se během covidu přiklonili k oddechovým žánrům. ● Intenzita sledování online služeb se u nich zvýšila výrazněji než u většiny ostatních typů, ale jen ve dvou nejvyšších úrovních (5–8 hodin týdně a více – celkem 46 % oproti 27 % před covidem). Předstihují je pouze „intenzivní diváci“. 	<p>„V kině vyloženě, nevím, co by to muselo být za typ [českého] filmu, aby mě to jako do toho kina přilákalo přijít...protože většinou už prostě fakt jenom ty zahraniční, naposledy vlastně v kině, co jsem byl na českém filmu, tak to bylo, ještě než začala jako pandemie, začal covid, a to jsem byl právě na V síti, na dokumentárním filmu. [...] hodně se o tom mluvilo, zajímalo mě toto téma.“ (Matěj, 17 let)</p>

Televizní divák (24 %)

Typický televizní divák:

Eva je zaměstnankyní ve státní správě a blíží se důchodovému věku. Domácnost částečně sdílí s partnerem, ale každý má své vlastní bydlení. Děti má odrostlé a žijí v jiném městě. Ve volném čase ráda sleduje televizní vysílání na svém starším televizním přijímači, ráda si občas přečte nějakou knížku, občas se s partnerem vypraví na výlet po ČR, nejčastěji někam do přírody. Nelákají ji návštěvy divadel, koncertů ani výstav. Čte pravidelně na internetu Seznam zprávy. Sleduje především kanály ČT, včetně ČT Art. Filmy a seriály na internetu nesleduje vůbec, nemá předplacenou žádnou SVOD službu a nesleduje ani krátká videa na YouTube. Nestahuje žádné pořady z nelegálních úložišť. Má ráda historické a životopisné filmy a také dokumentární filmy. Líbily se jí filmy *Vlastníci*, *Ženy v běhu* a seriál *Ochránce*, má ráda filmy pro pamětníky. Zahraniční filmy ani seriály příliš nesleduje, ale velmi se jí líbil film *Bohemian Rhapsody*, protože má ráda písničky skupiny Queen, které poslouchala v mládí. Když se rozhoduje, na co se podívá, nejvíce ji ovlivní doporučení přátel a rodiny a televizní upoutávka. Nejvíce u filmů a seriálů ocení laskavý humor, pěknou hudbu a informace o zajímavých tématech a lidech. Od začátku pandemie v kině nebyla, trpí astmatem a vadí ji nutnost mít nasazený respirátor, má současně i mírné obavy z covidu.

<p>Demografické charakteristiky</p> <ul style="list-style-type: none">● mírná převaha žen (60 %)● většinou ve věku 45–74 let, oproti jiným skupinám je zde nejméně diváků ve věkové kategorii 15–34 let s výjimkou vlašných mediálních konzumentů● nejčastěji středoškolské vzdělání bez maturity (42 %) nebo s maturitou (36 %)● většinou zaměstnanec (52 %) nebo důchodce (36 %), oproti jiným skupinám je zde nejméně studentů, žáků a učňů (0,7 %) a lidí na rodičovské dovolené a v domácnosti (2,3 %)● Většinou nežijí v domácnosti s dětmi, což je v mnoha ohledech odlišuje od „televizních diváků – rodičů“	
<p>Vkusové a žánrové preference</p> <ul style="list-style-type: none">● V televizi nebo na internetu sledují nejvíce české hrané filmy (75 %), televizní zprávy (69 %) a české televizní seriály (64 %).● Z televizních kanálů sledují nejčastěji (87 %) ze všech skupin Českou televizi (kanály ČT1, ČT2 a ČT D), 44 % sleduje ČT	<p>„Nejradši mám nejradši mám opravdu nějaký takový ty válečný filmy. Někaký dramata nějaký spíše, ne horory, ale spíš nějaký, jak oni to maj, nějaký thrillery nebo nějaký takovýhle věci, hodně detektivky a ze seriálů víceméně zas nějaký takový ty kriminální seriály, nějaký ty detektivky, jo, nebo komedie nějaký komediální celkem, to nás taky baví. [...] Bondovky určitě ne, já si... třeba</p>

24 a 20 % sleduje ČT Art. Oblíbenost všech těchto kanálů tuto skupinu odlišuje od „televizních diváků – rodičů“. 80 % sleduje kanály televize Prima a 75 % kanály televize Nova.

- **Nejméně ze všech sledují jednotlivé kanály HBO a Cinemax (pouze 2,1 %) a placené kanály zaměřené na děti (Disney Channel, Cartoon Network, Minimax, Nicktoons – 0,7 %).**
- **Erotické kanály sleduje jen 0,9 % této skupiny.**
- **V televizi či na internetu sledují nejméně ze všech skupin videoblogy, youtubery, videa influencerů a slavných osobností a krátká zábavná online videa (webseriály, domácí mazlíčky, videoklipy, trailery).**
- **Mají rádi české filmy (94 % je má rádo, 67 % velmi rádo). České seriály mají nejraději ze všech skupin**
- **Oproti „televizním divákům – rodičům“ výrazněji nemají rádi zahraniční seriály a příliš ani zahraniční filmy.**
- **Z žánrů mají nejraději komedie, byť o něco méně než „televizní diváci – rodiče“. Stejně tak mají méně rádi než „televizní diváci – rodiče“ dramata, thrillery, horory, akční filmy a dobrodružné filmy. Velmi neradi mají sci-fi, fantasy, mysteriózní, animované (v kontrastu s „televizními diváky – rodiči“), adaptace komiksů. Mají ale oproti nim výrazněji rádi dokumentární filmy a historické a životopisné filmy.**
- **Z filmů většinou viděli *Ženy v běhu*, *Vlastníci* či *Bohemian Rhapsody*, neviděli *Tenkrát v Hollywoodu*, *Anette*, *Parazit*, *Dálava* a *Duna*.**
- **Ze seriálů viděli nejvíce ze všech skupin *Ochránce* (42 %) a téměř dvěma třetinám z těch, kteří ho viděli, se líbil. Jen 10 % ovšem vidělo seriál *Zrádci*.**
- **Neznají příliš originální seriály Netflixu, pokud je ale viděli, tak se jim spíše líbily. Méně jich také sleduje *Simpsonovi* a *SpongeBoba* v kalhotách.**

mně osobně se hodně líbí takový ty starší kriminálky, mně se hodně líbilo Místo činu. Tady ty německý jo... [...] Takovýhle spíš starší starší věci, Profesionálové a takovýhle věci.“ (Petr, 49 let)

„Devadesátky. K tomu běžely i dokumenty, takže to je jako bylo docela dobrý, no. [...] Víte, to je ta doba, kdy prostě já 64. ročník, že jo, takže to vlastně přišla revoluce a vlastně v těch devadesátkách, já nevím, mně bylo 25 v osmdesátém devátém, když to bouchlo. [...] V té době jsem ještě byla svobodná. [...] A je pravda to, že prostě si to člověk všechno ožíví znova. Co se dělo, ty orlický vraždy, nebo teď dávají vlastně od toho Svobody Vražedné stíny. Jo, to bylo takový, to je vše, nebo ty Sametoví vrazi, jo? Jako když si to vezmu, tak co vlastně se dělo. Jako já vím, že to je, že na vás jde hrůza z té televize, ale jako takový zajímavý, no, zajímavý mně to přijde. [...] Já teda jako úplně úplně největší zážitek [...] byl Šarlatán. To mě prostě od začátku prostě posadilo. [...] a to vám běžely myšlenky, jo, a [...] tenhle film mě dostal. [...] ne s tou močí, spíš to příkoří, co bylo okolo, že jo. On vlastně léčil kohokoliv, a pak v těch padesátech letech vlastně to skončilo, že jo [...], jakože prostě to příkoří a vlastně dá se říct, i ten jeho homosexuální vztah, jo. [...] no nebylo to jednoduchý pro něj. [...] Já mám ráda [...] i třeba psychologický filmy. Třeba, já nevím, ty kriminálky, ale i třeba oddechový takový ty slátaniny oddechový jo. Ale nevím, jako dávají Slunečnou, když vezmu seriál, jo, nebo teď dávají nějakýho toho Ducha. To je sice jakoby kriminálka, ale taková odlehčená.“ (Renata, 57 let)

„Hodně cestopisy [se mi líbí], přírodověda nebo o přírodě, přírodovědný věci taky. No a pak teda spíš takový faktografický, nebo jako byl ten Karel Gott, nebo nějaký historický události, které se staly, tak to mě taky zajímá. [...] ale třeba film Toman se mi taky líbil, to je taky, to taky mi přišlo, že prostě je úžasný, že to někdo

- **Z režisérů znají nejvíce ze všech skupin Zdeňka Trošku, Jana Svěráka a Filipa Renče**, z nichž nejraději mají filmy Jana Svěráka (72 % jej má velmi rádo). Ze zahraničních znají nejvíce Woodyho Allena a Quentina Tarantina, dále pak Federica Felliniho a Ingmara Bergmana.

dokázal natočit na základě nějakých historických prostě podkladů, událostí, že?“ (Marie, 64 let)

„Jako nemám moc ráda detektivky, to se přiznám, nebo kriminálky, takový ty hodně krvavý, co jich je teďka strašně moc. Tak to mi jako nepřijde úplně nejvhodnější. [...] No prostě je to takový brutální. Asi je to třeba ze života nebo, ale přijde mi to... místo, aby ty lidi jako se pobavili, tak že jo, prostě jenom krev, brutalita, střelba. Takový jako... pro mě to nepřináší jakoby nic, jo. Když jsou nějaký rekonstrukce třeba kriminálních případů, tak to je zajímavý. Ale prostě jako ty americký seriály a tak, to je k nepoužití.“ (Marie, 64 let)

„Hlavně tak, nejlepší komedie jsou ze 60. let, vlastně 70. let. Jak se [...] točily opravdu dobré komedie [...] Není to tak blbé, jak teď. [...] jakože tam nejsou hloupé vtipy, že vám přijde ten humor takový přirozený. [...] není tak přisprostlý a není prostě ani to potřeba a třeba některé věci si tam člověk domyslí, ale je to dělané, lepší. [...] Takto, když je dobrý seriál, tak to se dívám. [...] já se nedívám na Novu, nedívám se na Primu, kde jsou seriály, prostě to je o ničem, a navíc to je půl hodiny seriál a půl hodiny reklam, což mě teda... kdyby byla reklama jednou dvakrát, ale to by ještě šlo, že si člověk odskočí a toto. Tak prostě, tak jsem si to zprotivil, že i kdyby byl ten seriál jakýkoliv, tak jakmile je na Nově nebo na Primě, kde jsou reklamy, odmítám. Určitě české seriály na ČT1 nebo na ČT2 [...], kde se to nepřerušuje, tak proto. Ale byly tam pěkné tady ty Devadesátky a předtím to První oddělení. A takhle, to byly seriály, které jsem sledoval.“ (Oldřich, 76 let)

Obecné mediální návyky – vztah ke kinu, TV a internetu, kulturní kapitál

- Oproti jiným skupinám je zde málo lidí, kteří se dívají často na filmy online (5 %) a na seriály online (7 %).
- Více než všechny ostatní skupiny se však dívají na televizi často (79 %) a naopak zde není nikdo, kdo by se na televizi nedíval nikdy.
- Nejméně ze všech skupin se věnují hraní počítačových her, hraní na hudební nástroj a nesledují ani současné výtvarné umění.
- Z novin a zpravodajských serverů čtou nejvíce Seznam zprávy (40 %) a Novinky (26 %), celá čtvrtina však žádné noviny a zpravodajské servery nečte.
- Zástupci této skupiny nejméně ze všech (po „vlažných mediálních konzumentech“) sledují youtubery, influencery a celebrity – 75 % je nesleduje nikdy.
- V této skupině je nejméně lidí, kteří by poslouchali podcasty denně (0,9 %) či alespoň jednou týdně (1,9 %).
- Nejméně ze všech skupin sledují erotický obsah (70 % ho nesleduje vůbec).
- 69 % obvykle sleduje nový film na domácím nepřenosném zařízení. Téměř dvě třetiny by se na nový film podívaly v tradičním kině, méně než třetina by zvolila multikino.
- Nejméně ze všech tuto skupinu baví seznamovat se s technologickými novinkami a společně s vlažnými mediálními konzumenty také neumí použít VPN ke sledování online služby nedostupné v ČR.
- Celovečerní filmy nebo seriály nikdy nesledují sami v dopravním prostředku ani sami nebo s kolegy v práci.

„když to řeknu blbě, já se většinou dostanu k televizi až večer, tak je to takový to – abysme na něco koukali, že jo? [...] no my s manželkou sednem, koukáme se na filmy. Když teda neberu sportovní přenosy, na ty se musím koukat sám, to manželka nesdílí.“ (Petr, 49 let)

„Já třeba se hodně koukám na ČT 24, jo. Teď s tou válkou tak to trochu omezuju, jo, protože to je jako, docela mě to dostává. Nejvíc jako ne to, že válčí, že je rozbombardované město, to je taky hrůza, ale spíš ty mámy s těma dětma.“ (Renata, 57 let)

„...já dělám na počítači jiné věci, třeba pracuju tady pro jeden soubor pěvecký, [...] anebo já se zabývám tady zahrádkou, tak hledám třeba něco ze zahrádky, a pak mě to přestane bavit. Už toho mám dost, tak si pustím třeba film.“ (Oldřich, 76 let)

<p>Technická zařízení</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Celovečerní filmy nejčastěji sledují na televizoru z televizního vysílání (69 %), oproti jiným skupinám téměř vůbec nepoužívají smartphone, stolní počítač, tablet ani domácí kino. 	<p>„No [díváme se] v obýváku doma s manželkou. V obýváku na televizi klasickou no. [...] občas si stáhneme něco z netu, nebo pustíme něco přes přes jutubko nebo takhle. [...] to už je v televizi, my to máme připojený na internet, takže se to dá pustit přímo jakoby naživo, když to řeknu takhle.“ (Petr, 49 let)</p> <p>„Televize, youtube nebo opravdu to jde propojit [...], takže vlastně on [můj muž] si z toho počítače, pokud si někde něco stáhne, takže se to vlastně dá i na tu televizi jako dát jo.“ (Renata, 57 let)</p> <p>„Sleduju na tom, co jsem říkal, ten Film Europe, tam jsou cizí filmy, které nejsou dabované a je tam plno... Vlastně máme satelit, kde je, já nevím, sto stopadesát programů a tyto, těchto filmových tam máme minimálně deset. Ale tam jsou prostě filmy třeba pro mladé, které mě vůbec nezajímají. [... Co mě zajímá,] to jsou převážně takové ty psychologické anebo divné, zároveň třeba o přistěhovalcích, jaké mají problémy někde. A krásné filmy jsou třeba švédské, norské, francouzské. Tam jsou filmy, které asi sem do kin vůbec nejdou. To se prostě jenom na tom satelitu objeví, ale je to jenom s titulkama.“ (Oldřich, 76 let)</p>
<p>Sociální praxe a příposlechové aktivity</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 65 % sleduje film a seriály doma nejčastěji s partnerem či partnerkou. V kině sleduje filmy nejčastěji s partnerem či partnerkou 91 %, s dětmi 55 %. ● Je pro ně ze všech skupin nejméně důležité, že si mohou u sledování filmu povídat, že u sledování filmu rádi jedí či pijí nebo se věnují dalším činnostem, jako je vaření či uklízení, ani pro ně není důležitá možnost přerušit sledování. Stejně tak pro ně není podstatné, že u domácího sledování na rozdíl od návštěvy kina nemusí shánět hlídání. Toto vše je odlišuje od „tradičních diváků – rodičů“. 	<p>Víte co, když třeba přijedu odpoledne z práce, manželka pustí televizi na nějaký program, většinou je to Prima nebo Nova, ale ani neřešíme, co tam je. Prostě jsme v kuchyni, a vykládáme si, co jsme zažili za celý den a co máme v plánu a co budem dělat a co se bude vařit a podobně. A co v té televizi běží, nás víceméně ani nezajímá.“ (Petr, 45 let)</p> <p>„No jakoby [...] televizi O2 má můj muž v pokoji, [...] tady v tom pokoji [...] teda jako já se koukám na televizi, protože se většinou koukáme každý na něco jiného [...] ale pokud teda se chci na něco podívat, tak se podívám přes notebook, kde máme teda možnost tu</p>

	<p>televizi O2 sledovat, že jo, za nějakej poplatek na více zařízení.“ (Renata, 57 let)</p> <p>„večer třeba žehlim nebo tady sklízím, vařím, že to mám jako kulisu, že to jenom poslouchám. [...] Ale je to úplně úplně jedno, co si pustím, když to chci mít jako kulisu, tak je mi jedno, co tam běží prostě.“ (Martina, 46 let)</p> <p>„manželka hodně sleduje detektivky, hlavně cizí, a to jsou většinou seriály tady ty Vraždy v Midsomeru a takové ty, to já nesleduju, takže to sleduje ona a já v té době prostě sedím na počítači, něco dělám, nebo si můžu prostě pustit film, abych nerušil tam, neotravoval.“ (Oldřich, 76 let)</p>
<p>Divácké rozhodování a informační zdroje</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Používají spíše konzervativnější, tradičnější zdroje informací. Nejméně ze všech skupin využívají při rozhodování nabídku a doporučení streamovacích služeb (4 %) a doporučení na sociálních sítích a online fórech (6 %). Naopak nejvíce ze všech skupin se rozhodují dle televizní reklamy (55 %) 	<p>„Nejdřív prostě, když zjistíme, že je nějaký film, kterej by nás eventuálně mohl zajímat, tak koukáme na internet, prostě na recenze, obsazení třeba, kdo to natočil. A pak zjistíme, kdy to budou dávat v jakým kině, a pak se rozhodnem, kdy jako do kterýho půjdeme, no. [...] No ale prvotní je ten ten film, nebo prostě když jsou upoutávky v televizi a tak. [...] já tam [do vyhledávače] většinou napíšu ‘recenze’ a název filmu.“ (Marie, 64 let)</p> <p>„Určitě [se rozhoduji, na co půjdu do kina] podle měsíčního programu. Co je vlastně vytištěnej, tady jakoby co máme kino, tak tam je měsíční program, tak podle toho.“ (Martina, 46 let)</p> <p>„Občas si pustim na jutubku nějaký trailer, když už tam něco je, nebo se podívám na tu [...] ČSFD. Do toho se třeba kouknu, o čem to je. A kdo tam hraje... a díky tomu se rozhodujem. Anebo třeba podle upoutávek, třeba co chodí v televizi, no.“ (Petr, 49 let)</p>

	<p>„...ten film má reklamu, to je určitě důležitý [...] tak já čtu teda občas ty noviny, nějaký ty bulváry, takže tam jako [...] v tý televizi, [...] je třeba pravda, že na mě na Facebooku nebo na Youtubu vyskočí třeba, já nevím, Česká televize nebo, jo, nějaká upoutávka. [...] občas sleduji ArtZónu, to je na ČT Art, [...] to máte stejný jako s divadlem, nebo Události v kultuře sleduju.“ (Renata, 57 let)</p>
<p>Sledování filmů v kině – návyky</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Pokud se rozhodnou jít do kina, je pro ně nejdůležitější možnost vidět film ve špičkové kvalitě na velkém plátně (pro 32 % je to velmi důležité). ● Před filmem si nekupují občerstvení (pro 50 % je to zcela netypické). ● Pro 49 % je zcela netypické, že by si po promítání sedli do baru kina s partnerem, přáteli nebo rodinou. Pro dalších 24 % je to spíše netypické. Stejně tak ve většině případů nespojují návštěvu kina s návštěvou restaurace. ● 7,7 % z nich naláká do kina diskuze, přednáška k filmu či tematické občerstvení. 	<p>„...když se díváme, co dávaj, a když teda vidíme, že tam něco teda je, co by nás bavilo, tak se rozhodnem, že půjdem do kina. [...] Hlavně [se mi v multikině líbí] ta kvalita toho – té projekce, kvalita toho obrazu a toho zvuku. Jo, to mi tam doma nic takového nemáme, nějaký velký domácí kina nebo něco, takže [...] ta projekce toho filmu, tam to bejvá moc pěkný. [...] Je to takový zavřený, nikdo se nikde necourá, neruší většinou, takže je to... člověk se do toho děje úplně ponoří a vychutná si to nejmíc.“ (Petr, 49 let)</p> <p>„Jako přijde mi tam [v kině] ozvučení, dost je takový... velká plocha toho plátna. Prostě, že člověk jako je takovej v tom ději jako zahrnutej. [...] Prostě v tom kině tam nemůžete dělat nic jinýho, než sledovat ten film. Takže to je prostě lepší a mezi lidma jako má člověk pocit, že je.“ (Marie, 64 let)</p>
<p>Sledování doma – návyky</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Společně s „vlažnými mediálními konzumenty“ sledují nejméně ze všech skupin nové filmy na přenosném zařízení, jako je notebook nebo tablet (16 %). ● Pro 61 % z nich je sledování nového filmu doma pohodlnější a rychlejší než jít do kina. 59 % preferuje domácí sledování filmu, protože je to levnější než návštěva kina. 	<p>„hlavně jako přes den u nás v televizi, když běží, tak je to takový jenom podkreslení atmosféry, že jo. Máme to společný jakoby... společnou místnost s kuchyní, takže se u toho vaří a dělají různé tady takovýhle ty věci, že jo. Kolem vaření a chystání potravin a jídla. Anebo teda, když už se k televizi dostanem a sedíme večer u televize, tak potom člověk vlastně musí jít ještě, dejme tomu, když to řeknu blbě, zavřít slepice a zajít se psem, a kde co všechno.“ (Petr, 49 let)</p>

	<p>„...musí bejt kafe a televize puštěná tady. Prostě nějaký ten film, kterej nás zajímá. Je to takový pohodlný sledování, ale člověku to něco dá, no. [...] Většinou s partnerem [...], protože máme obdobný vkus tady na to.“ (Marie, 64 let)</p>
<p>Streamovací platformy a pirátství – preference a návyky</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Po „vlažných mediálních konzumentech“ mají nejméně často ze všech skupin předplacené VOD služby (Netflix, HBO Go, Mall.TV a Voyo), ani nesledují filmy zaplacené jednotlivě (iTunes apod.). ● Nikdo z nich nemá předplaceno Apple TV+ ani DAFilms.cz. ● Nejméně ze všech skupin také sledují denně neplacená videa (např. YouTube). ● Na rozdíl od „televizních diváků – rodičů“ tato skupina nesleduje a nestahuje filmy a seriály ani ze stránek typu Uloz.to, Datoid, Přehrajto, Sledujteto, PirateBay apod. 	<p>„...měli jsme HBO Go, ale to bylo na nějaký čas zdarma, tak jsme to chvilku sledovali, pak nám to skončilo, takže už nic, a jinak to víceméně stahuju z internetu. [...] Jako víte co, řekl bych, že tam zase není až taková velká nabídka, nebo že bych byl až takovej fanda, že bych u toho musel sedět každý den a že bych za to musel platit.“ (Petr, 49 let)</p> <p>„Kvůli vnučce, kvůli malý [jsem si zařídila Netflix], protože jsou tam hodně pohádky. Takže může se na to koukat přes ten Netflix.“ (Martina, 46 let)</p>
<p>Postoje a potřeby, engagement a participace</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 83 % se považuje za obyčejného diváka. Pokud se označí za pasivního či aktivního fanouška, pak tím mají na mysli nejčastěji fanoušky seriálů a dále nejvíce ze všech skupin fanoušky filmů pro pamětníky. Nejméně často ze všech skupin se považují za fanoušky počítačových her, hororu, steampunku, kyberpunku, jen minimálně z nich se také považuje za fanoušky anime, komiksů, reality shows a za cinefily (fanoušky filmového umění). 	
<p>Pandemie</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Více než polovina zástupců této skupiny po znovuotevření kin nenavštívila kino vůbec (55 %) a pokud ano, tak nejčastěji jednou nebo dvakrát. ● Pokud kino navštívili, zašli na nový český hraný film, naopak se většinou nejednalo o americký hraný film, evropský hraný film ani animovaný film. 	<p>„...já si asi myslím, že to nebylo donedávna ještě nějak velice spuštěné, tady ty kina a zatím jsme to nějak ani neřešili, protože jsme vlastně ve věku, kdy jsme byli docela dost postrašení, že.“ (Oldřich, 76 let)</p> <p>„No a teď ten covid nás trošku zastavil. [...] nevadí mi asi nic, ale nebyl tam zas takovej, řekl bych, až takovej výběr, na co by se dalo</p>

- 18 % z nich nenavštěvovalo kino před pandemií a nenavštěvuje je ani v současnosti.
- 64 % vadí, když lidé nedodrží protipandemická opatření v kině.

zajít. [...] jestli se tolik netočilo, nebo míň [...] Ono to teda bylo i o tom, že jsme přemejšleli – líbilo by se ti tam s rouškou? – samozřejmě. [...] Bez popcornu a coly taky.“ (Petr, 49 let)

„kamarádka není očkováná ze zdravotních důvodů, takže jsme nemohli vlastně... jako nebylo možno do kina chodit.“ (Martina, 46 let)

„Sedět tam v těch rouškách strašnou dobu, jo. Já jsem astmatik, mně to nedělá dobře [...] Uzavřenej prostor, tam vydechanej vzduch, prostě tam jsme do kina šli minimálně.“ (Marie, 64 let)

Vlažní mediální konzumenti (18 %)

Typický vlažný mediální konzument:

Milena je bývalá prodavačka, nyní je v důchodu. Bydlí ve svém domě na venkově s manželem, stará se o zahradu. Večer (zvláště v zimě, kdy nemůže být na zahradě) si občas pustí v televizi film, který si předem najde v televizním programu na internetu. Bývá to většinou spíše starší česká komedie, romantický film, laskavý kriminální příběh. Nesnáší filmy a seriály, kde je násilí. Televizi si pouští i během dne, kdy se dívá na dokumenty o přírodě nebo cestování, nebo na zprávy. Do kina nechodí, protože je to daleko a už je to pro ni nepohodlné. Jednou za pár let ji vezme do kina dcera, která bydlí ve velkém městě. Počítač sice používá, ale spíše na emaily a čtení zpráv, ne na sledování videí. Kvalitní jsou pro ni filmy, které mají příběh a zajímavé téma, vyhraje v nich dobro nad zlem, případně v nich hrají známí herci. Od pandemie se ještě více vyhýbá filmům a seriálům, které v ní vyvolávají negativní emoce a napětí.

<p>Demografické charakteristiky</p> <ul style="list-style-type: none">• rovnoměrné zastoupení žen a mužů (46 % žen a 54 % mužů)• nejstarší (66 % starších 55 let)• průměrné vzdělání (středoškolské vzdělání s maturitou nebo bez)• Častěji žijí s partnerem/kou, mívají dospělé děti, které s nimi už nebydlí.• nejčastěji důchodci (52 %), méně často zaměstnanci (36 %)• Nejméně majetná skupina, 47 % z domácností s čistým příjmem nižším než 30 tis. Kč (26 % by mělo v případě tíživé situace problém dát dohromady více než 10 tis. Kč).	<p>„Jsem v důchodu. Vemu to asi popořadě, [byla jsem] šička, traktoristka, ošetrovatelka na veterině, OSVČ.“ (Jana, 80 let)</p> <p>„Občas se tady vystřídá šest vnoučat, ale jinak stále bydlíš tady máme jenom s manželem.“ (Ivana, 61)</p>
<p>Vkusové a žánrové preference</p> <ul style="list-style-type: none">• Sledují všechny hlavní televizní kanály (ČT 70 %, Nova 56 %, Prima 68 %), častěji oproti jiným skupinám sledují TV Barrandov (18 %)• Tato skupina čte výrazně méně noviny, časopisy nebo zpravodajské servery než ostatní skupiny. Nejčastěji zmiňované jsou MF Dnes, Novinky, Seznam zprávy, Aktuálně.cz	<p>„Často mívám puštěný Barrandov, ale už čím dál míň, protože tam je více reklamy než pořadů.“ (Ivana, 61)</p> <p>„Tazatel: A tu televizi, vy jste říkala, koukáte na Primu ZOOM, tu si zapínáte třeba jak často? Informantka: Třeba denně. Tazatel: A kromě teda Primy ZOOM? Informantka: No pochopitelně ráno zprávy na ČT1“ (Jana, 80 let)</p>

- **Lokální divácký vkus:** preferují (nevýrazně) české filmy a seriály, nemají zájem o zahraniční hrané filmy a seriály (USA, Evropa, Asie)
- Oproti jiným skupinám se zde projevuje větší obecný **nezájem o filmovou a seriálovou tvorbu**, tedy tato skupina **nemá jasně preferovaný žánr. Inklinuje spíše ke komediím, dokumentárním filmům, krimi.** Nevyhledává horory, dramata, sci-fi, adaptace komiksů, artové.
- **O současných filmech často neví, nezaregistrovali je.** Pokud nějaký zaregistrují, případně viděli a líbil se jim, pak jsou to **české komerční komedie**
- Znají **české soap opery** (*Ulice, Ordinace v růžové zahradě*), ale viděli pouze část (v takovém případě je hodnotí kladně) nebo neviděli vůbec. **Americké seriály (komerční ani quality TV) neznají**, pouze ty velmi mediálně známé (např. *Hra o trůny, Simpsonovi*). Ani ty ale často neviděli. Neznají ani české pokusy o quality TV (*Zrádci, Bezvědomi*).
- Nejvíce znají české komerční režiséry (Troška, Renč, Svěrák), jejichž tvorba se jim líbí. O něco méně pak mediálně známé zahraniční (i okrajově artové) režiséry (Tarantino, Allen, Bergman, Fellini). Pokud je znají, jejich tvorba se jim také líbí, ale méně než českých tvůrců.

Spolu s „televizními diváky“ jsou nejméně častými sledovači online formátů: nesledují YouTube a influencery, neposlouchají podcasty, nesledují erotický obsah, ale nesledují ani televizní vysílání na internetu

„No tak někdy taky nějaký pořad a zprávy. Ty musej bejt, že jo?“ (Jan, 74 let)

„Tazatel: Když se rozhodujete, na co se dívat, jestli si pustíte český nebo zahraniční?”

Náš, dycky radši náš.

T: A v čem je to pro vás jiné sledovat ten český, český film nebo seriál oproti tomu zahraničnímu?

Oni tam mají jinou mentalitu, jo, oni mají úplně skoro se vším jinou mentalitu, prostě velký prostory na dívání, většinou v tom, jako když je to taky normální filmy jako ti bohatí, a ty šaty a pořad oblečení nastojení, a my na to nejsme zvyklí, aspoň pro nás to není, jak žijem...“ (Marie, 75)

„Ja su turista, takže já se dívám hlavně ještě o přírodě, [...] na tom ZOOMu na to se dívám skoro na všechno a na ty cestovatelské a o přírodě cokoliv“ (Marie, 75)

„Sleduju dokumenty o přírodě, Prima ZOOM a na dvojce běží... a příroda, teda to je můj život, příroda od mala.“ (Jana, 80)

„Vybíráám si spíš filmy takový... nemám ráda násilí a kor poslední dobou takhle [...] spíš takovej pro ženský, zamilovanej nebo něco takovýho.“ (Jana, 80)

„Ještě na ty romantické občas se dívám. Večer to bývá, myslím, tam to taky dobře dopadne, jak se tam nějak zamilují, pak jsou zápletky a krásná příroda, hezký.“ (Marie, 75)

„Miluju jako filmy s Tomášem Holým. Ty si ujít nenechám nikdy. A podobně.“ (Jana, 80)

	<p>„Já jsem takovej ten konzervativní, ale přitom ne staromilec. Já se podívám někde [na] něco pěknýho, novýho, ale ono to moc není.“ (Jan, 74)</p> <p>„No pohádky mám ráda, protože ty si pouštím často i na deveděčku. Některé vidím i desetkrát za rok.“ (Ivana, 61)</p> <p>„Kriminálky nějaké jo, ale to jsou zase seriály spíše jo. Ale i kriminální filmy, jako pokud je nějaký, který mě zaujme.“ (Ivana, 61)</p> <p>„Takovejch těch krváků prostě, všude teď se střílí, všude se vraždí, lezou všude detektivové a prostě a tydlety nadlidi a tohleto všechno anebo prostě zase nějaký slintající vesmírný příšery a tohleto, takže já jsem takovej člověk, kterej má rád pohodu, klid.“ (Jan, 74)</p> <p>„Nemám ráda detektivky, kde je moc vraždění, jo, je to drastické, to nesnáším, jo, nesnáším drastické filmy, na to se nedívám.“ (Marie, 75)</p>
<p>Obecné mediální návyky – vztah ke kinu, TV a internetu, kulturní kapitál</p> <ul style="list-style-type: none"> • nejméně technologicky zdatní: nejnižší počítačová gramotnost (42 % rozhodně nebo spíše souhlasí s tvrzením, že počítače neumí příliš používat), nejmenší schopnost samostatně vyhledávat videoobsah online (pro 69 % není snadné najít videoobsah, případně neví); služby jako Netflix vnímají jako příliš složité (42 %), nemají zájem o technologické novinky (66 %) • běžní konzumenti tradiční televize: televizní vysílání sleduje 83 % (často nebo občas), mívají oblíbený televizní kanál (59 %), pečlivě vybírají, na co se budou v televizi dívat (86 %) a spíše nepraktikují sledování televize jako kulisy (59 %); nejméně 	<p>„Já se podívám do programu na počítač a vybírám si, jo, nejsem jsem z těch, co musí koukat na televizi, když je tam něco, co si nevyberu.“ (Jana, 80 let)</p> <p>„Máme jenom pár těch kabelových UPC televizních stanic a... anebo si uděláme vysílání svoje, že sem tady prostě já, můžu si notebooka propojit s televizí a takový ty hezký věci, co jsou tam na tom youtube, tak si pouštím přes televizi, abych to měl větší ten obrázek a lepší zvuk.“ (Jan, 74 let)</p> <p>„Do kina jsem byla naposled, to je 60 let, tak jedině v televizi jo...občas nějaký film [...] tak jednou za měsíc“ (Jana, 80 let)</p> <p>„Tazatel: Jak je to dlouho, co jste nebyl v kině?“</p>

<p>sledují zahraniční hrané filmy a seriály, nejvíce televizní zprávy.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nejméně ze všech skupin sledují filmy nebo seriály na internetu. Pokud sledují, využívají nejvíce Youtube (33 %). V této skupině je nejméně předplatitelů všech VOD. • Do kina chodí zřídka nebo nikdy (92 %). • 56 % čte knihy alespoň občas. • Konzervativní: zahraniční filmy buď nesledují vůbec (11 %), nebo preferují český dabing (83 %). 	<p>Informant: Jéžišmarjá, to je snad 20 let. (Jan, 74)</p> <p>„Do kina ve velice málo, protože já jsem těžký astmatik a mě to prostředí, kde se hodně prší a tak, to mi nedělá dobře. Takže opravdu výjimečně.“ (Ivana, 61)</p> <p>„Asi český, [...] prostě to musí bejt dobře nadabované, nebo teda nadabovaný, protože neznám řeči, takže je mi to jedno. Spíš jde o obsah toho filmu, než jestli je český nebo zahraniční, když se dívám.“</p>
<p>Technická zařízení</p> <ul style="list-style-type: none"> • Celovečerní filmy sledují na televizi ve vysílání (73%), výjimečně na notebooku (10%) nebo stolním počítači (7%). 	<p>„Tak já sleduju jedině v televizi“ (Jana, 93)</p> <p>[Na filmy se dívám] Běžně doma. [...] Na televizi v obývacím pokoji a někdy na tom DVD přehrávači. (Ivana, 61)</p> <p>„Já se dívám jenom na televizi a ani kino není na té dědině.“ (Marie, 75)</p>
<p>Sociální praxe a příposlechové aktivity</p> <ul style="list-style-type: none"> • Samotáři: Pokud do kina jdou, méně než ostatní skupiny (přesto nejběžněji) chodí s partnerem/partnerkou (75 %), s dětmi (35 %), s přáteli (22 %), častěji než ostatní typy chodí sami (41 %). • Celovečerní filmy mimo kino sledují častěji než ostatní skupiny sami (63 %), méně často pak s partnerem/kou (42 %). S dětmi nebo rodiči téměř vůbec, jelikož se jedná především o starší populaci. • Nemají jasně vyhraněné chování při sledování filmů či seriálů doma, ale spíše se soustředí na sledování a nevěnují se dalším činnostem. 	<p>„Tazatel: Je sledování filmů trávením toho společného času? Informant: No ale to myslím, myslím, že ne. To je samozřejmě díváme se, běží to tady, ale jeden se na to dívá, druhý ne a tak. (Jan, 74)</p> <p>„No on [manžel], když se dívá na televizor, on se dívá na jiný jak já, on se dívá na války, no a třeba katastrofy letadel, tak na to se dívá on a já zas ne vůbec. Nemáme společné zájmy. Málokdy se stane, že se díváme spolu. (Marie, 75)</p>

<p>Divácké rozhodování a informační zdroje</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jako informační zdroj při výběru filmů a seriálů stejně jako ostatní typy preferují doporučení od přátel a známých • Rozhodují se také podle televizní reklamy (46 %) • Nejvíce odmítají trailer a další komunikaci v kině (95 %), doporučení na sociálních sítích (95 %) a venkovní reklamu (94 %), žebříčky (95 %). • Nejméně z typů se orientují podle Čsfd (11 %). • Filmy si vybírají častěji podle žánru, tématu a hereckého obsazení. 	<p>„Na nějaký ty nový, co si na ně nevzpomenu, protože občas se bavíme s holkama, že něco běželo... dívám se na to, někdy ne, no.“ (Marie, 75)</p> <p>„Já to sleduju, protože různé upoutávky na různé filmy běhají v televizi jako reklama, že jo.“ (Jan, 74)</p> <p>„Žena si kupuje takovej ten týdenní přehled toho, co se vysílá jako tady těch programů televizních, a já tam občas do toho nakouknu, takže prostě tam se to dozvím...“ (Jan, 74)</p> <p>„No tak většinou nějak oni večer před těma zprávama nebo tak nějak tak na té stanici říkají, něco bude, jo, večer. Tak podle toho.“ (Marie, 75)</p> <p>„Kvalitní nebo dobrej film? Za prvé určitě dobrej příběh. Nebo dobrý téma, na který ten film je. Pak by tam měli bejt kvalitní herci. Člověk má radost, když se potom na ně podívá.“ (Jan, 74)</p>
<p>Sledování filmů v kině – návyky</p> <ul style="list-style-type: none"> • Na nový film jdou do kina nejméně často ze všech skupin (28 %). • Důvody k návštěvě kina nejsou vyhraněné, nejvýznamnější motivací je možnost podívat se na film v klidu bez vyrušování. • Návštěvu kina nespojují s návštěvou restaurace nebo baru, nekupují si v kině občerstvení. • Doprovodné akce je nezajímají. 	<p>„Nedovedu si představit, že bych se sebrala a tam si sedla do sálu plného lidí a koukala na kino. Už si to nedovedu vůbec představit.“ (Jana, 80)</p>

<p>Sledování doma – návyky</p> <ul style="list-style-type: none"> • Na nový film se nejčastěji podívají v televizi (82 %) • Doma se raději podívají na nový film především proto, že je to pohodlnější a rychlejší, než jít do kina (důležité pro 66 %), mají rádi místo, kde filmy sledují (TV, gauč atd.) (důležité pro 58 %) a je to levnější (důležité pro 59 %). • Při sledování filmů doma se nevěnují dalším činnostem. 	<p>„Nemůžu spát v kině, že... Mě to neláká...“ (Ivana, 61)</p> <p>„Tazatel: A když sledujete tu televizi nebo filmy, děláte u toho něco jiného? Informant: Ne, zase se věnuju tomu... to ne, k tomu nedělám nic.“ (Jan, 74)</p> <p>„Někdy mám takovou práci doma, že to mám jako kulisu, takovou zvukovou, ale to si radši zapnu rádio většinou. (Jana, 80)</p>
<p>Streamovací platformy a pirátství – preference a návyky</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nejméně často ze všech skupin sledují ve volném čase SVOD služby typu Netflix (87 % vůbec) • 88 % si nepředplácí žádnou streamovací službu (nejvíce ze všech typů). • Nejméně často ze všech typů sledují neplacené streamovací služby typu YouTube (36 % vůbec, 21 % několikrát do roka). • Nejméně ze všech skupin stahují nebo streamují neautorizované kopie z online úložišť (73,4 % nikdy, 15 % několikrát do roka) • Zahraniční streamovací platformy umí ovládat nejméně ze všech typů (služby jako Netflix nebo HBO GO jsou příliš složité na používání pro 42 % z nich). • Protože nesledují filmy na internetu, využívají i neautorizovaná úložiště méně než ostatní skupiny (využívá 24 %). Pokud je využívají, důvody nejsou vyhraněné, nejčastější spočívají v tom, že je to levnější a snadnější než získávání filmů oficiální cestou 	<p>„Tazatel: Máte předplacené nějaké takové ty oficiální služby Netflix nebo něco takového? Informantka: Ne, ne, ne, ne, to nemáme. My máme celkem dost televizních kanálů jo, takže ještě abychom nějak...“ (Ivana, 61)</p> <p>„No nemáme, my nemáme předplacené vůbec nic. Tak se díváme na Primu nebo na jedničku a na dvojku se ještě dívám a tam bývají dobré pořady a na Art někdy, když jsou koncerty, nebo tak, to se taky dívám.“ (Marie, 75)</p>

Postoje a potřeby, engagement a participace

- **Nevyhranění:** Očekávání od diváckého zážitku se příliš neliší od ostatních skupin, ale **je méně vyhraněné.**
 - **Častěji tápou, co je pro ně na filmech důležité.**
 - Oproti ostatním skupinám (kromě „televizních diváků“) pro ně **není důležité, že film vyvolává strach a napětí.**
 - **Dále je pro ně důležité, že bude mít šťastný konec a laskavý humor.**
- **Obyčejní:** Sami sebe označují za **obyčejné diváky** svých oblíbených filmů a seriálů.
- **Nezaujatí:** Nejsou součástí fanouškovských skupin, pouze okrajově se považují za fanoušky seriálů a **filmů pro pamětníky.**

„Dobrý nebo kvalitní film? No, aby tam to nebylo nějak jako přehnaně nějak já nevím, ne věci, které nejsou skutečné. Nějak nevím, co si... asi herecké obsazení.“ (Ivana, 61)

„Uklidnění takové, jo, že to všechno vždycky dobře dopadne. Nevím, já mám pohádky od dětství ráda, jo, a neopustilo mě to ani v šedesáti letech. Ale takové ty klasické české pohádky, jo? (Ivana, 61)

„Spíš takové normální, tak něco se tam vždycky stane, jo, ale jako vyšetřují to, to dobro, anebo zjišťují, kdo to provedl a je potrestaný, že vždycky nějak to dobro zvítězí i v těch pohádkách. Hlavně že nad tím zlem... anebo je tam určitá spravedlnost.“ (Marie, 75)

„No tak na té Ulici je to takový oddych, takový... jako já ji sleduji od začátku. To už je x let. No samozřejmě, když mi nějaký díl uteče, tak se z toho nevěším. Ale je to takový oddych, takový mě... občas se tam člověk zasměje u toho. Jo nemusí nad tím přemýšlet, opravdu je to takový oddychový.“ (Ivana, 61)

„Včera šla takové hloupost v televizi, ty Pumpaři od Zlatý podkovy, nebo jak se to jmenovalo. No ale mladej Bartoška, Vinklář, prostě... to jsou opravdu herci.“ (Jan, 74)

„Mě to přijde, že to bylo jako, tak nějak příjemné jsou ty filmy [pro pamětníky], žádné násilí se tam neodehrává moc, jo, není, protože spíš jsou to komedie.“ (Ivana, 61)

<p>Pandemie</p> <ul style="list-style-type: none"> • Velká část do kina nechodila už před pandemií (54 %). Nejvíce ze všech typů si tato skupina během pandemie zvykla dívat se doma (15 %). 81 % od znovuotevření kin v kině nebylo. • Během Covidu se u nich nezvýšila intenzita sledování obsahu online, která byla už před pandemií nízká. • Mírně se zvýšilo sledování více oddechových žánrů (24 %) a oblíbených filmů a seriálů (49 %) 	<p>„Vybírám si spíš filmy takový, nemám ráda násilí, a kor poslední dobou, takhle spíš takový nejradši o přírodě, těch filmů moc není. No ale spíš takovej pro ženský, zamilovanej nebo něco takovýho.“ (Jana, 80)</p> <p>„Prostě ty katastrofické nesnáším, nemám ráda, no, proč, to, se dívat na to v televizi, když se to ty hrůzy dějí teď?“ (Ivana, 61)</p> <p>„Dramata moc taky nemusím, ono stačí to, co se teď všechno děje.“ (Jan, 74)</p>
--	---

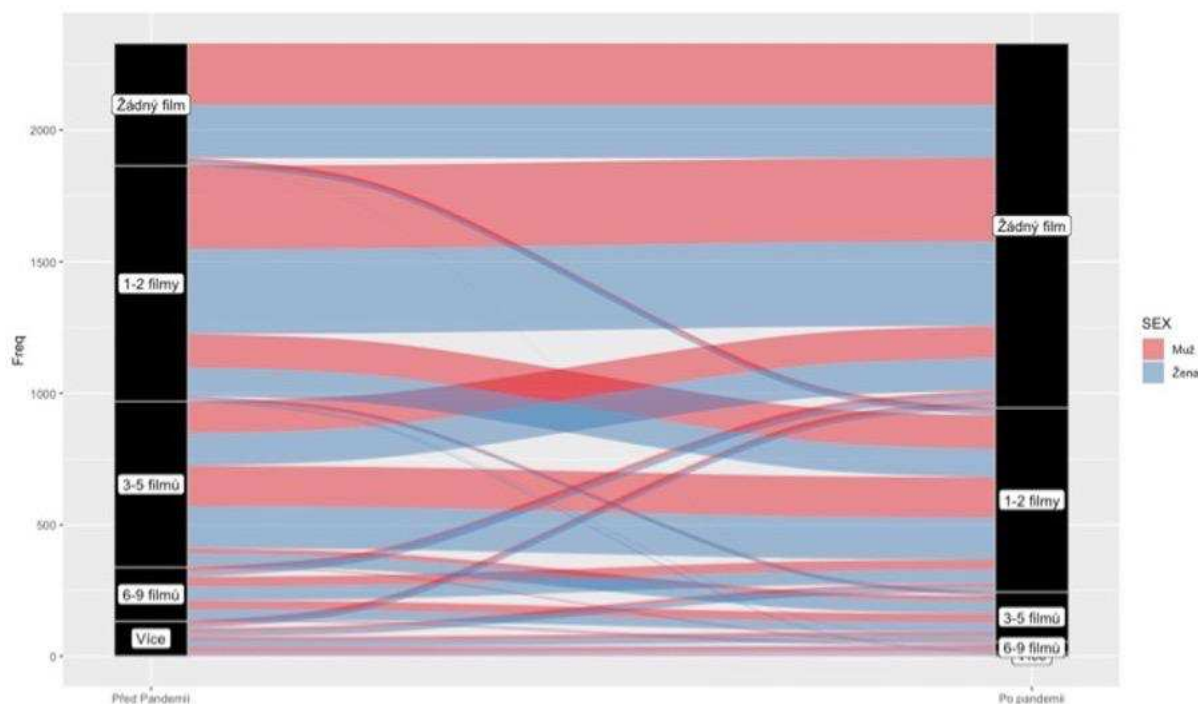
4. Dopady protipandemických opatření na divácké chování

Situace na podzim roku 2021

Výzkum realizovaný v rámci projektu „Život během pandemie“ ukázal, že ke konci roku 2021 si až 38 % populace České republiky dělalo ohledně pandemie velké starosti (Prokop et al. 2022). Je zřejmé, že **část populace, která v předpandemickém období kina navštěvovala, v pandemickém období buď návštěvy kin omezila nebo s nimi zcela přestala** (viz např. Hrnčíř 2021). **To může být způsobeno jednak obavami z nákazy a karanténními opatřeními (zavřením kin) na straně jedné, jednak odporem k protipandemickým opatřením a od konce listopadu 2021 i nemožností navštívit kino bez očkování či prodělané nemoci na straně druhé.** Jak někteří autoři současně vyvozovali, **část lidí v době pandemie zjistila, že video on demand služby jsou „pohodlnější, levnější a snadněji dostupné“ než návštěva kina** (Sheth 2020, s. 282). Přestala tedy do kin chodit spíše z tohoto důvodu než z důvodů vztahujících se čistě k prožívání pandemického dění. Je ostatně třeba zmínit i to, že na český trh vstoupily i další, dříve u nás nedostupné, globální platformy a celý trh by se tedy v určité míře změnil i bez pandemie. Skupinové diskuze jsme realizovali proto, aby bylo možné vztah lidí k navštěvování kin a jeho změny pod vlivem pandemie podrobněji prozkoumat.

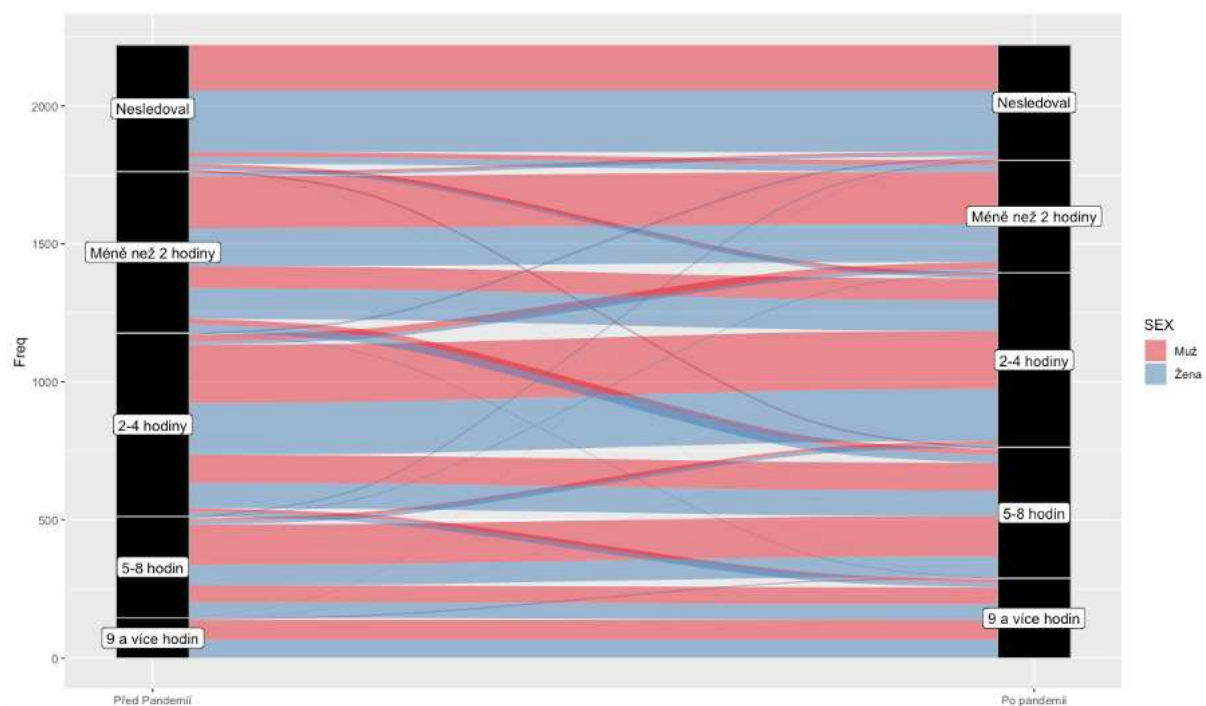
Pro přehlednost bude vhodné nejprve připomenout situaci, která panovala v České republice před skupinovými diskuzemi v době, kdy byly realizovány. Kina byla zcela zavřená v období od 13. března 2020 do 10. května 2020 a opět od 12. října do 23. května, přičemž multikina byla zavřená až do 9. června a s obcerstvením až od 25. června (Unie filmových distributorů 2022a). V tomto období byla uvedena do provozu virtuální kina v rámci projektů Vaše kino a Moje kino LIVE (online promítání, při nichž mohli diváci platit za virtuální vstupenku konkrétním kinům) a také autokina, jejichž význam byl však spíše symbolický. Roční návštěvnost poklesla z 18,3 milionů diváků v roce 2019 na 6,4 milionů v roce 2020 a v roce 2021 opět mírně vzrostla na 7,1 milionů (Unie filmových distributorů 2022b). V období od 22. listopadu 2021 do 9. února 2022 mohli navštěvovat kina pouze očkovaní diváci nebo ti, kteří nemoc prodělali v poslední 180 dnech. Skupinové diskuze proběhly přesně v období, kdy toto nařízení vstoupilo v platnost. Do 13. března 2022 byly v kinech povinné respirátory, přičemž v následujícím textu nerozlišujeme mezi slovy „rouška“ a „respirátor“, které účastníci diskuzí používali jako synonyma. Je zřejmé, že analyzované diskuze proběhly v určitém okamžiku a pandemická situace se může relativně rychle měnit. Zde prezentované závěry tedy představují postoje a trendy v určitém okamžiku, které se nicméně mohou přinejmenším částečně projevat i v současnosti a s jejichž návratem je třeba počítat, pokud by došlo k dalším opatřením vztahujícím se k navštěvování kin.

Z námi provedeného šetření vyplývá, že po znovuotevření kin většina z oslovených (56 %) ani jednou do kina nezavítala, 27 % zavítalo na 1–2 filmy, sedm procent na 3–5 filmů. Na více než pět filmů zašlo do kina jen zanedbatelné procento (přibližně dvě procenta české populace). Lidé, kteří do kina zavítali, šli nejčastěji na nový český film (celkem 48,9 % z těch, kteří po pandemii zašli do kin) nebo nový americký film (33,6 % ze všech navrátivších se diváků). Po devíti procentech zvolilo nový evropský, nový animovaný či nový dokumentární film. Přesuny diváků ukazuje následující graf na obr. č. 4.2:



Obr. 4.1 Přesuny diváků

Filmy či seriály online nesledovalo před pandemií 21 % respondentů. Dalších 26 % je sledovalo méně než 2 hodiny týdně, 29 % 2–4 hodiny, 16 % 5–8 hodin a 6,5 % více než 8 hodin týdně. Mezi intenzivnějšími sledovači jsou častěji muži. Naopak nejméně sledují platformy lidé s nižším vzděláním a starší lidé. Po pandemii úroveň sledování mírně vzrostla. Téměř se nezměnil poměr těch, kteří vůbec nesledují (20 %), ale silně klesl poměr těch, kteří sledují méně než dvě hodiny týdně (18 %). Nezměnil se počet těch, kteří deklarují sledování v rozsahu 2–4 hodin týdně (29 %), ale zvýšil se počet v posledních kategoriích – 21 % sleduje 5–8 hodin týdně a 13 % i více. Intenzivních sledovačů přibýlo zejména v mladších věkových kategoriích. Z následujícího grafu (obr. 4.2) vidíme, že nová situace nezměnila příliš zvyky těch, kteří audiovizuální obsahy online nesledovali, ale v každé kategorii zintenzivnila sledování asi u třetiny respondentů.

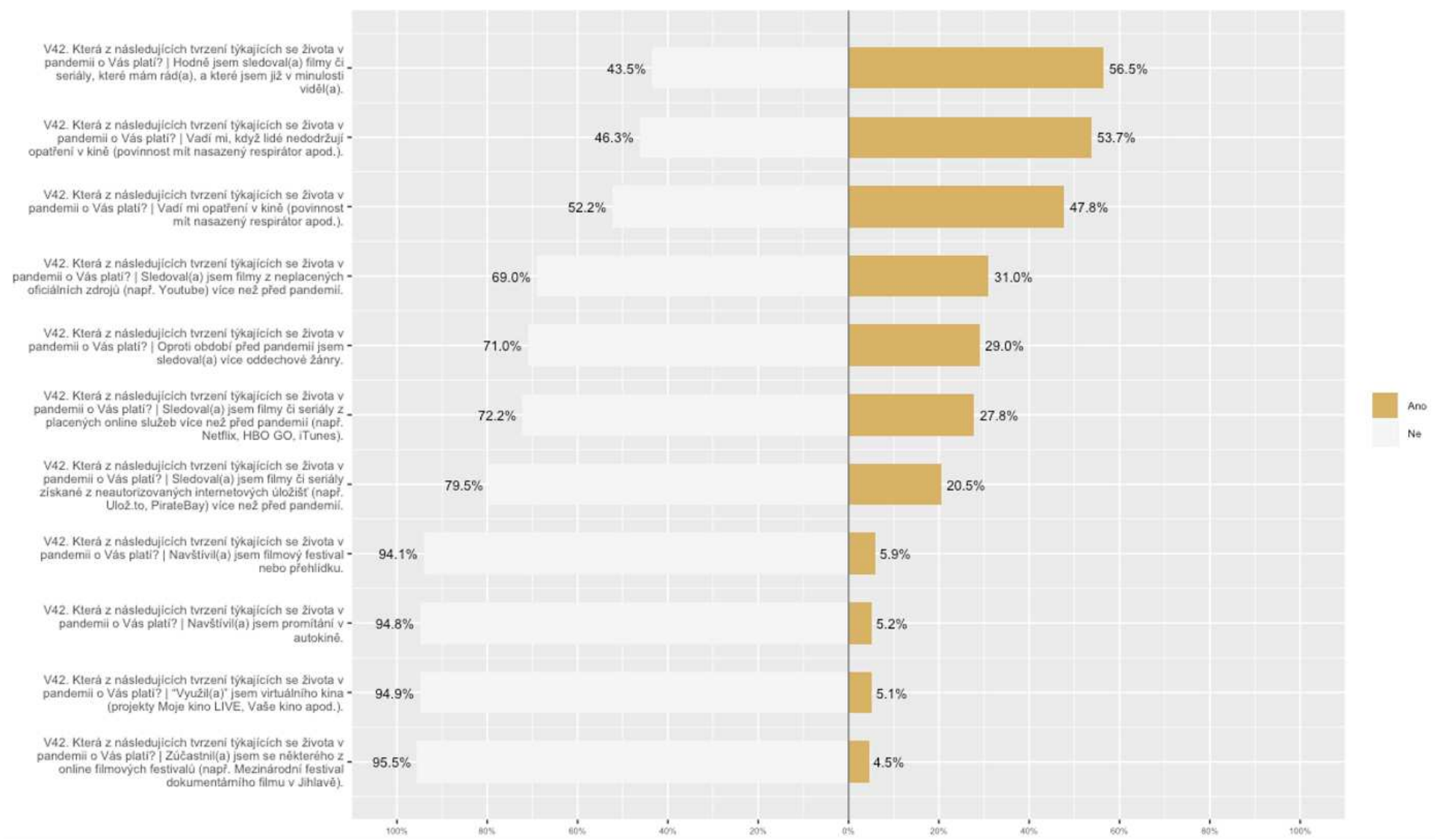


Obř. 4.2 Sledování audiovizuálního obsahu v domácím prostředí

To potvrzují i odpovědi na další otázky. Celkem 28 % dotázaných deklarovalo, že více než v době před pandemií začalo sledovat placené online služby a další pětina (20 %) připustila, že více než v době před pandemií využívala neplacených úložišť. Potvrdily se i hypotézy, že lidé v době pandemie více vyhledávali oddechové žánry a filmy, které již někdy viděli. Opakované sledování již viděných filmů deklarovalo celkem 56,5 % respondentů.

Zhruba tři čtvrtiny osob zažívaly v kině v prvních měsících po otevření nějaký stupeň diskomfortu – ať už plynul z nutnosti mít nasazené roušky nebo z toho, že ostatní nedodržovali protipandemická opatření. Celkově 24,3 % vadilo obojí – že musí mít roušky a ostatní tyto roušky nemají. Dalších 23,4 % se cítilo omezováno povinností mít nasazený respirátor, nicméně jim bylo jedno, že ostatní toto opatření nedodržují, a dalším 29,4 % zase vadilo, že ostatní ignorují opatření, které je ale osobně nijak neomezovala.

Obecně platí, že nejsilnějším prediktorem postcovidové návštěvy kina je frekvence návštěv v předpandemickém období. Platí, že čím více lidé chodili do kina před pandemií, tím více chodili na filmy i v pozdějším období. Tento prediktor vysvětluje celkem 29 % variance v počtu zhlédnutých filmů po pandemii. Dalších 70 % je vysvětlené celou škálou dalších proměnných. Ovlivnilo to například, jak dalece si lidé udrželi svůj zvyk sledovat filmy v online prostředí. Zdá se, že lidé, kteří po začátku pandemie nahradili sledování filmů sledováním filmů na VOD platformách, se spíše vracejí do kinosálů. V poslední řadě také hrál roli postoj k nošení roušek a respirátorů.



Obr. 4.3 Sledování obsahu v pandemickém období

Vzorek účastníků skupinových diskuzí

S ohledem na vývoj pandemie, stav v oblasti provozování kin a v návaznosti na expertní rozhovory se zástupci filmového průmyslu byly v rámci předběžné analýzy kvantitativních dat vysegmentovány tři skupiny účastníků, které jsou z hlediska *změn jejich praxe navštěvování kin vlivem pandemie* relativně vnitřně homogenní a mezi sebou heterogenní. Co spojuje příslušníky jednotlivých skupin je stejné chování, ale nikoliv nezbytně stejné názory, jak uvidíme dále. **Účastníci byli do focusových skupin rekrutováni z respondentů dotazníkového šetření na základě svých odpovědí na následující otázku v dotazníku: „Do jaké míry máte v současnosti obavu chodit do kina kvůli covidu?“** Respondenti byli zároveň rekrutováni tak, aby pokud možno zahrnovali příznivce českých filmů, amerických filmů i evropských filmů, přičemž v rámci focusových skupin byli účastníci dále doptáváni konkrétněji na oblíbené typy audiovizuálních děl. Realizaci focusových skupin a analýzu dat mírně zkomplikovalo opatření vlády zveřejněné 18. listopadu 2021 a platné od 22. listopadu 2021, které zakázalo vstup na kulturní akce včetně veřejných filmových představení těm, kteří nejsou očkovaní a ani nemoc covid-19 prodělali. Někteří z účastníků si tohoto nařízení nemuseli být v době realizace focusových skupin vědomi nebo nařízení ještě nemuselo ovlivnit jejich návštěvy kin (ať už negativně v tom, že by nemohli do kin chodit, nebo pozitivně v tom smyslu, že by se tam cítili bezpečněji). Tento vývoj tedy mohla analýza zohlednit jen částečně. Analýza nutně odráží specifickou pandemickou situaci panující v době sběru dat. Jelikož však lze očekávat podobnou pandemickou situaci i v dalších podzimních obdobích, předpokládáme, že výsledky analýzy zůstanou relevantní i do budoucna.

První skupina, kterou označujeme jako *věrní*, na výše uvedenou otázku volila odpověď „Nemám obavy z covidu, do kina chodím stejně jako před covidem“ a tvoří 25 % populace České republiky starší 14 let. Je tedy charakteristická nezměněným chováním z hlediska navštěvování kin, tzn. do kina chodí nadále s přibližně stejnou frekvencí jako před pandemií a bez ohledu na ni. Je možné, že část *věrných*, kteří nemoc neprodělali a nebyli očkovaní, musela v souvislosti s novým nařízením vlády následně přestat do kin chodit, v našem vzorku se to nicméně ještě nestihlo projevit. Focusová skupina se vzorkem *věrných* se totiž konala 23. listopadu 2021, tedy den poté, co opatření vstoupilo v platnost.

Druhá skupina, kterou označujeme jako *kompenzační*, deklarovala, že přestala do kin v době pandemie chodit (nebo návštěvy kin výrazně omezila) a že vykompenzovala tuto ztrátu vyšší frekvencí domácího sledování filmů. **Na výše uvedenou otázku reagovali účastníci této focusové skupiny volbou odpovědi „Do kina nechodím, protože jsem si během pandemie zvykl(a) dívat se na filmy doma“.** Tvoří 14 % zkoumané populace. Jde tedy o skupinu, která neprojevila výraznější obavy z nákazy covidem-19, ani nedeclarovala odmítání respirátoru, ale spíše si během uzávěry kin navykla sledovat filmy v pohodlí domova. Je ale třeba zdůraznit, že představitelé této skupiny chodili před pandemií do kina pouze 1–2krát ročně. Nepatří tedy mezi intenzivní návštěvníky kin. Realizace této focusové skupiny proběhla 25. listopadu 2021 a ani zde se čtyři dny staré opatření vlády v diskusi nijak neprojevilo.

Třetí skupina je charakteristická tím, že její představitelé omezili návštěvy kin nebo do kin zcela přestali chodit, a to explicitně z důvodu obav z pandemie nebo kvůli protipandemickým opatřením. Tato skupina tvoří 37,2 % zkoumané populace. Je přitom relativně názorově rozmanitější než předchozí dvě skupiny, neboť sem patří ti, kteří se bojí nákazy v prostředí kina a přestali tam chodit právě z tohoto důvodu, i ti, kteří se nechtějí podřízovat opatřením v kinech (nošení respirátorů) nebo kteří do kin nemohou, protože nejsou očkovaní neprodělali onemocnění v poslední 180 dnech. Focusová skupina se konala 27. listopadu 2021 a zahrnovala jednu účastnici, která uvedla, že z důvodu nenačkovaní nemůže

kina navštěvovat. Současně ale uvedla, že do kina nemohla chodit ani před zmíněným nařízením, protože má malé dítě. Účastníci této focusové skupiny na výše uvedenou otázku vybírali odpovědi „Mám velké obavy z covidu, do kina kvůli tomu nechodím, i když jsem před pandemií do kina chodil(a)“ (8,5 % z celkové populace ČR nad 14 let), „Mám mírné obavy z covidu, do kina chodím méně než před covidem“ (14,4 %) či „Nemám obavy z covidu, ale nechodím do kina nebo chodím málo kvůli povinnosti mít nasazený respirátor“ (14,3 %). (Dotazníkové šetření a rekrutace účastníků diskuzí probíhaly před zmíněným vládním opatřením, nemohly tedy reflektovat variantu „Do kina nemohu chodit, protože nejsem očkovan/a ani jsem covid neprodělal/a“.) Tuto třetí skupinu návštěvníků kin označujeme souhrnně jako *prožívající*. Je třeba upřesnit, že i tato skupina částečně kompenzovala nemožnost navštívit kina domácím sledováním, její klíčovou charakteristikou je však právě prožívání pandemie.

Vzhledem k zaměření této části výzkumu konkrétně na navštěvování kin **jsme se nezaměřovali na skupinu respondentů, kteří v dotazníku zvolili odpověď: „Kino jsem nenavštěvoval/a před pandemií a neplánuji to ani teď“ a které můžeme pracovníčně označit jako nenávštěvníci kin. Tato skupina tvoří 24 % populace.** Ačkoliv by focusová skupina s těmito respondenty v některých ohledech mohla být inspirativní, jedná se o část populace, která kina nenavštěvuje dlouhodobě a vlivem pandemie své chování v tomto ohledu nezměnila, a proto by s ostatními skupinami byla v rámci následné analýzy jen obtížně srovnatelná.

Účastníkům focusových skupin bylo mezi 19 a 68 lety, v každé ze skupin byli zastoupeni účastníci z Prahy, ze zbytku Čech i z Moravy a zastoupení mužů a žen bylo rovnoměrné.² Jména účastníků byla z důvodů anonymizace změněna. Zastoupení různých sociodemografických skupin se v uvedených segmentech populace výrazněji lišilo. Ve skupině *věrných* byl největší podíl z věkové skupiny 15–24 let (42 % lidí z této věkové skupiny), následované věkovými skupinami 25–34 (37 %) a 35–44 (31 %). Tento závěr je v souladu se závěry francouzské studie (CNC 2022, 10), dle které se ve Francii nejochotněji vracela do kin právě věková skupina 15–24 let. Naopak ve skupině *nenávštěvníků kin* byla největší část z věkové skupiny 75–99 (48 %), následovaná skupinami 65–74 let (37 %) a 55–64 (33 %), což opět potvrzuje trendy z Francie (byť přesná srovnání nelze kvůli odlišné metodologii provést). Obdobně, z hlediska ekonomické aktivity zahrnovala nejvíce studentů (44 %) a zaměstnaných (39 %) skupina *věrných*, největší procento důchodců pak spadalo do skupiny *nenávštěvníků kin* (42 %). Nejvyšší průměrný příjem měla skupina *věrných* (M = 45,600 CZK), následovaná skupinou *prožívajících* (M = 41,500 CZK), *kompenzačních* (M = 37,500 CZK) a *nenávštěvníků kin* (M = 34,000 CZK). Všechny tyto závěry jsou statisticky významné.

Navštěvování kin v době pandemie

Skupina *věrných* zahrnovala široké spektrum lidí od středoškoláků bez maturity až po vysokoškoláky, kteří měli různorodé estetické preference a přikládali také pandemii relativně různou váhu – nikoliv ovšem tak velkou, aby je to od návštěv kin odradilo. Na jedné straně tohoto spektra jsou lidé, kteří pandemii přikládají velmi malý nebo žádný význam:

² Jeden účastník první focusové skupiny (*věrní*) sice v dotazníku odpověděl, že po nástupu pandemie chodí do kina stejně často jako před ní, ukázalo se však, že ve skutečnosti v kině již několik let nebyl, proto jsme tedy jeho odpovědi nezohlednili. Byly však zajímavé v tom smyslu, že jde o zástupce skupiny *nenávštěvující kina*. Tento účastník do kina nechodí, protože má kino příliš daleko od svého bydliště. Zároveň zřejmě rád diskutuje o pandemii a prezentuje svůj názor, že pandemie neexistuje, což ho přivedlo k zaškrtnutí odpovědi „Nemám obavy z covidu, do kina chodím stejně jako před covidem.“

Do kina chodím vlastně i teď. I v průběhu té pandemie jsme chodili do kina, žádné omezení. Chodíme, dokud to jde. [...] co se týká pandemie, nás to neovlivnilo vůbec. (Evžen, 28 let, věrní)

Lze předpokládat, že si někteří takto smýšlející lidé sundávali v kině respirátory. V rámci diskuze však *věrní* respirátory buď netematizovali vůbec, nebo zdůrazňovali, že jim nevadí:

Když budu chtít jít do kina, tak je mi jedno jestli, jestli je třetí světová nebo jestli... prostě do toho kina půjdu. Nevím, proč se to v tomhle případě tak strašně hrotí, zrovna covid, může to být chřipka nebo cokoliv jiného, jako chápu, lidi na to umírají, ale umírá se i na jiné věci. [...] takže proto [pro] mě ten covid nemá žádný význam. Když tam budu chtít jít, ano, vezmu si roušku a půjdu s rouškou. (Dana, 56 let, věrní)

Někdy byl tento postoj posílen tím, že je dotyčný člověk na kontakt s větším počtem lidí za použití respirátoru zvyklý i z jiných aktivit:

Když chcete na něco jít, tak na to jdete a je vám snad jedno, že máte roušku na puse, prostě to teď tak nějak je, dva roky to trvá, takže to tak беру, že jo [...] protože chodím do toho divadla, takže to znám, takže mi to ani nepřijde, že bych jako kvůli tomu nešla do kina. (Beáta, 57 let, věrní)

Na druhém konci spektra *věrných* jsou pak lidé, kteří pandemii přikládají větší význam a protipandemická opatření (povinné nošení respirátorů) považují za prospěšná. Obavy z nákazy sice mají, jejich strach ovšem není tak velký, aby kvůli němu přestali chodit do kina:

Úplně [bych] nepřirovnávala covid k jiným nemocem, vlastně stavy na jipkách mluví o něčem jiném, takže bych neřekla, že je to jenom tak [...] Chráním se tak, jak to jde, takže nemám potřebu na to myslet. (Eliška, 20 let věrní)

Diskuzní skupiny ukázaly, že skupina *kompensační* a skupina *prožívající* mají některé shodné rysy. Účastníky obou skupin zjevně není tak snadné pro návštěvu kina zaujmout: Oproti *věrným* v diskusi zdůrazňovali, že v době pandemie nejsou spokojeni s nabídkou filmů v kinech:

Mám dojem, že ještě momentálně v těch kinech [...] neběžež žádný zajímavý filmy. Ta Duna, to je výjimka, ale poslední prostě dva tři roky, s tím že teda samozřejmě, ty kina byly zavřené [...], tak nebyly premiéry žádných zajímavých filmů. Ale i tak se prostě neuváděly žádný, pro mě jako vážně zajímavý filmy. Kdy [...] bych prostě do toho kina nešel [...] i kdyby žádná pandemie nebyla prostě. (Ivan, 22 let, kompenzační)

Přijde mi, že jak je ta pandemie, tak se natáčí méně filmů. Nepřichází tolik nových filmů jako před dvěma lety. Je omezenější výběr. (Klára, 32 let, prožívající)

Je pravda, že některé premiéry byly kvůli pandemii odloženy, některé filmy běžely v kinech kratší dobu a zároveň byl potlačen vliv festivalových ocenění, nejrůznějších eventů a dalších aktivit, které by povědomí o zajímavých filmech v kinech podpořily. Zároveň však mělo v roce 2021 premiéru 241 filmů (Unie filmových distributorů 2022c), což není o tolik méně než

v předpandemickém roce 2019, kdy jich vstoupilo do kin 288 (Unie filmových distributorů 2022d), zvláště pak vezmeme-li v úvahu, že se kina v roce 2021 otevřela až na konci května a multiplexy až v červnu. Vnímání nedostatečné nabídky se tak jeví spíše jako subjektivní, je zde patrná určitá neochota vyhledat zajímavé filmy v kinech tak, jak to činili věrní diváci.

V obou skupinách (*prožívajících* i *kompensačních*) se vyskytli účastníci, kteří mají z možnosti nákazy v kině určité obavy, ty však byly výrazně větší ve skupině *prožívajících* a jejich postoj k pandemické situaci je obecně vyhrcořenější. *Kompensační* také více a zcela explicitně zdůrazňovali rozsáhlé možnosti sledování filmů v domácím prostředí. Domácí sledování filmů se jim zdálo z hlediska nabídky dokonce lepší:

...i ty opatření a všechno, co se děje kolem. Tak, teď už radši sedím fakt doma a koukám na ten film doma. A vlastně, s těma dneska ještě streamovacíma platformama, co jsou, tak vlastně v podstatě dá se říct, že ten film běží souběžně skoro jako v kině. A pokud ne, tak je hrozný, hrozná spousta filmů, prostě. Jo, že i člověk si může vybrat podle momentální nálady ten žánr, protože když jdete do toho kina, tak vlastně už jdete s tím, že už jdete na nějaký film. Kdežto my si takhle zapnem tu televizi „A hele, tady je nověj film, tak se na něj podíváme.“ Jo, že je to takový, takový víc spontánní, bych řekla, doma než v tom kině. (Ilona, 30 let, kompenzační)

V popisu jednoho *kompensačního* diváka můžeme pozorovat popis jakéhosi „domácího vícesálového kina“, které umožňuje různým skupinám v rámci domácnosti sledovat odlišné filmy:

Ale dneska už nechodíme, díky covidu. Dneska [...] se díváme na televizi. [...] ty děti [...] si umí i samy stahovat, dívat se třeba na Youtube, jo, takže i tímto způsobem už jsme doma, a necháváme tu volbu třeba na něm, na synovi. To znamená, on se třeba může v pokojíčku dívat na nějaký film, který se líbí jemu. Na Youtube například nebo něčem jiném. A my se třeba díváme na televizi v obýváku, na nějaký film. A dneska je ta možnost, že si můžete stáhnout, že se můžete podívat třeba zpětně týden na nějaký film, který běžel třeba minulý týden. Takže ve dvou pokojích můžou běžet dva různé filmy, různé žánry, třeba. (Jan, 52 let, kompenzační)

U *prožívajících* velmi intenzivně rezonovala pandemická situace, která byla u ostatních skupin zmiňována jen málo. Je to dáno i tím, že někteří z *prožívajících* nebo z jejich blízkých zakusili těžší průběh covidu-19 a nechtěli už tuto zkušenost opakovat, nebo naopak byli proti očkování, což je také spojeno s intenzivnějším prožíváním pandemie (v této diskuzi se již projevil zákaz vstupu na kulturní akce pro lidi, kteří nebyli očkovaní ani neprodělali covid-19):

My i když jsme naočkovaný, děti tedy nejsou, ale covid měly už dvakrát, tak určitě bych do kina nešla, protože někteří lidé jsou velice bezohlední. Takže já bych do kina určitě nešla. Raději si filmy stáhneme, zaplatili jsme si Netflix a Voyo a raději se na to podíváme jako rodina doma, kde nebudeme mít riziko nákazy. (Ivana, 32 let, prožívající)

Já po zkušenosti před třemi týdny, tak do kina už asi ne, během pandemie. Sedět tam skoro dvě hodiny s rouškou, mě moc nebavilo. A přitom, jak teď člověk omezil všelijaké zábavy, tak bych do kina rád šel. Ale tahle zkušenost mě od toho odradila. Bohužel, teď kino ne. A teď, jak roste počet nakažených, tak to riziko tam je. Ty kontroly, co tam dělají, nemají smysl. Každý, kdo tam jde, může ukázat, co chce, takže nemáte žádnou záruku, jestli je někdo infikovaný, nebo ne. Takže je tam i strach. [...] Já už jsem to sice měl a velice těžký průběh, který bych nikomu nepřál, jsem naočkovaný, ale prostě ne. Doma nemám problém si stáhnout jakýkoliv film, máme zaplacený i Netflix, takže ty novinky tam jsou. Vlastně taková náhražka, když to tak řeknu. (Pavel, 52 let, prožívající)

Klára: Tak my nesplňujeme podmínku očkování, takže bohužel nemůžeme nikam. [...]

Moderátor: Chybí vám kino? Je vám líto, že tu možnost teď nemáte?

Klára: Líto to určitě je. Ne že bychom chodili každý týden, ale rádi si zajdeme jednou za dva, tři měsíce. Z toho principu je to takové zvláštní, že někdo může a někdo ne. (Klára, 32 let, prožívající)

Prožívající i kompenzační zmiňovali jako faktor zabraňující v návštěvě kina i cenu vstupenek:

[U] mě je asi velký rozdíl hlavně teda jako, že nemusím za to kino utrácet, když tam jako nejdu a když se podívám na ten film doma. (Tereza, 19 let, kompenzační)

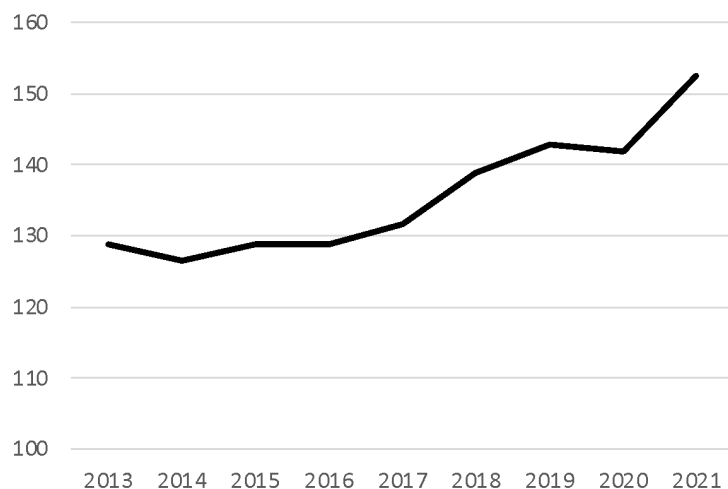
Pro *prožívající* je však charakteristické, že uváděli i celé kombinace důvodů, proč nechtějí chodit do kina: Například nepohodlí způsobené respirátorem a současně obava z nákazy. Nebo nepohodlí způsobené respirátorem a současně rostoucí ceny vstupenek:

Přítel navrhoval, abychom se nechali naočkovat, abychom alespoň mohli do kina. To bych asi vydržela, ale nechce se mi sedět hodinu a půl až dvě hodiny v kině s rouškou. Jsem astmatik. Raději počkáme do léta a půjdeme raději do letního kina. [...] Já už měla covid 2x a opravdu bych to nikomu nepřála. (Lenka, 43 let, prožívající)

Já se do kina taky bojím chodit, spíš ze zdravotních důvodů, plus nepohodlí v respirátoru. Ten festival byl výjimka. I když ty filmy byly hezký, zároveň to bylo nepříjemné. (Matěj, 26 let, prožívající)

Také ta finanční stránka a za druhé, za ty peníze tam sedět dvě hodiny s rouškou, to mi přijde takové... Raději si koupím lahev vína a s manželkou a dětmi si pustíme film doma. (Martin, 53 let, prožívající)

Průměrná cena vstupenky v roce 2021 opravdu citelněji vzrostla ze 142, 83 Kč na 152,47 Kč, jak je vidět na grafu na obrázku č. 4.4 (Unie filmových distributorů 2022b).



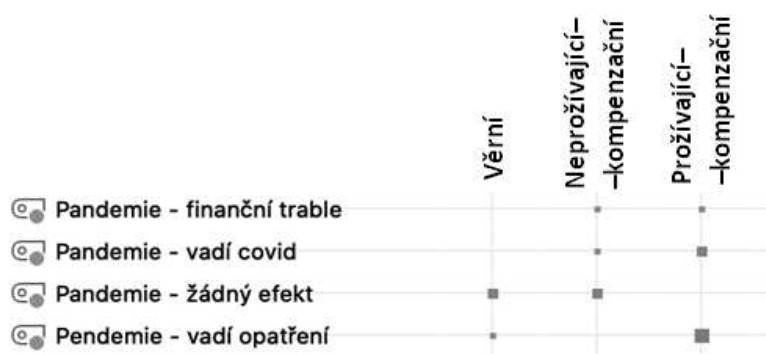
Obrázek č. 4.4: Průměrná cena vstupenky do kina v České republice v letech 2013–2021

Zdroj: Unie filmových distributorů (2022b)

Současně šlo o jedinou focusovou skupinu, v níž zazněla i určitá stísněnost z pandemie, která se projevila zájmem o méně depresivní audiovizuální tvorbu:

Sleduji [po nástupu pandemie] trochu více seriály a tíhnu k tomu si nevybírat depresivní. Když už je na mě něco moc temný, tak se raději podívám na něco jiného potom. (Matěj, 26 let, prožívající)

Vztah k pandemii u jednotlivých skupin je znázorněn na obrázku č. 4.5.



Obrázek č. 4.5 Četnost kódů u tří focusových skupin (čím častěji se daný kód vyskytoval v diskuzi, tím větší je u příslušné skupiny čtverec)

Kulturní kapitál, výběr filmů a sociální interakce

Skupina *věrných* zahrnuje lidi s rozmanitými preferencemi v oblasti filmu, rozmanitými způsoby výběru filmů i rozmanitými preferencemi, co se týká prostředí kin. Pro zástupce této skupiny je však (oproti skupinám *kompenzačních* a *prožívajících*) společný větší přehled o filmech a typech kin, intenzivnější prožívání návštěv kin, komplexnější uvažování nad výběrem filmů a také přehled o širším kulturním kontextu jimi preferovaných filmů (rozsáhlejší kulturní kapitál).

Někteří představitelé *věrných* preferují české filmy, přičemž jejich kulturní spotřeba přesahuje rámec daného filmu například k divadlu či literatuře:

Naposledy jsem byla v kině [...] byl to Šarlatán, měla jsem z toho úžasný pocit, moc se mi tento film líbil [...] pan Trojan je pan herec, ale celkově se mi líbilo zpracování toho filmu, knihu jsem nečetla, ale díky tomuto filmu jsem se rozhodla, že si ji přečtu. (Beáta, 57 let, věrní)

Jiní preferují americké blockbustery, přičemž opět disponují rozsáhlejším přehledem o daném typu filmů a souvisejících kulturních produktech:

No tak on Marvel hlavně na sebe navazuje, tam je vlastně Thor, Captain America, Iron Man, Strážci galaxie jsou do toho taky zapletení a taky když se podívám na konkurenci na DC, tak to taky nejsou zas tak špatný filmy, takže [...] to obsazení, to je taky ne, že zbožňuju, ale mám rád Roberta

Downeyho juniora, což je dobrý herec, Tom Hardy, Henry Cavill, který bude teď hrát Zaklánače ve 2. řadě, ta první byla taky dobrá. (David, 48 let, věrní)

Mezi věrnými byli také výrazněji přítomní diváci preferující evropské a artové filmy. Ti byli současně k filmům v průběhu debaty kritičtější.

Moderátor: Jestli se tedy můžu ještě zeptat paní Danielo, na kterém filmu jste byla naposledy?

Daniela: Tak to byly dva filmy zároveň, teď v sobotu v maličkém kině Přítomnost a byl to chorvatský a srbský snímek, jedno se jmenovalo Teleport Zovko, krátký film, sci-fi, taková sranda, a druhé něco jako Realna priča, byl to rodinný film, tak nějak mě to ale nezaujalo, ale ten druhý jo. [...] Ten žánr je podobnej [jako u filmu Duna], akorát, že je to taková sranda a spíš jako taková etuda filmová než jako velkofilm. Jako ta Duna, mě se ten žánr líbí, já to mám ráda, akorát prostě [...] chybělo mi tam více pohybu nebo nějakého překvapení. (Daniela, 42 let, věrní)

V následujícím úryvku je film opět diskutován v širším okruhu kulturní spotřeby – v kontextu filmových festivalů a hudebních koncertů. Silné nadšení pro film a kulturu obecně přitom nesouvisí s tím, co bychom označili jako cinfelii či tradiční vysokou kulturu, ale vztahuje se k různým uměleckým druhům a žánrům (včetně těch vysokokulturních):

Já si hledám specifické filmy, co vidím, že běželo na festivalu, jako jsou dny severského a evropského filmu, pak to prošvihnu, protože pátky a soboty se mi to kreje s nějakým metalovým koncertem, což jsou moje velké záliby, a pak na to jedu někdy se zpožděním v týdnu nebo další víkend. (Filip, 38 let, věrní)

Zajímavé v této souvislosti je, že i ti zástupci věrných, kteří nepreferovali artové filmy, dávali s kritickým odstupem najevo, že mají představu o tom, co artové filmy jsou:

Filip: ...bohužel před půl rokem se mi stal zážitek, že [...] před nás spadnul na Vysočině strom a nedojel jsem na dva artové filmy. [...] to jsem měl pech.

Dana: To byla spíš klika.

Evžen: Taky si myslím.

Filip: I tak se to dá brát. (Filip, 38 let, Dana, 56 let, Evžen, 28 let, věrní)

V diskuzích v rámci ostatních dvou focusových skupin (*kompensačních a prožívajících*) tyto projevy nadšeného diváctví a rozsáhlejších znalostí o kinematografii až na výjimky zjevné nebyly. Jak navíc ukazují následující dva úryvky z diskuzí, někteří účastníci těchto skupin si na své zkušenosti z návštěvy kin obtížněji vzpomínali a filmy hodnotili vágněji:

Moderátor: A kdy jste byl naposledy v kině?

Lukáš: To je tak pět měsíců.

Moderátor: A můžete nám říct třeba film a s kým jste byl?

Lukáš: Tak s vnoučaty.

Moderátor: S vnoučatama jste byl [...].

Lukáš: Na pohádku.

Moderátor: Na pohádku? [...] A vzpomenete si název?

Lukáš: Teď... [smích]. Pět měsíců je dlouhá doba, [smích]. (Lukáš, 68 let, kompenzační)

Radim: Já jsem byl naposled v kině také těsně před pandemií na Hvězdných válkách. Byl jsem tam s kámoškou. Teď bych chtěl jít do kina, ale nemám tam sedět s respirátorem.

Moderátor: Jak vzpomínáte na vaší poslední návštěvu kina s kamarádkou?

Radim: Bylo to dobrý, zasmáli jsme se, pohoda. Neusnuli jsme. (Radim, 52 let, prožívající)

Pro kompenzační a prožívající může být přítom sociální kontext návštěvy kina (s kým tam jdou) důležitější než film samotný. To může z hlediska navštěvování kin představovat problém, protože tito lidé zřejmě snadněji nahradí návštěvu kina jinou sociální aktivitou – procházkou, návštěvou restaurace apod.:

Jako ten film [Prvok, Šampón, Tečka a Karel] mě osobně zase tolik nezaujal, ale tam šlo spíš o tu sociální interakci, že jsme tam [v kině] byli jako rodina. [...] Já si právě ráda jako doma k tomu filmu udělám jako nějaký jídlo nebo tak. A prostě jako si sednu a odpočínu a nemusím kvůli tomu nikam jezdit, že jo. Většinou je to kino pro mě spíš jako nějaká sociální událost. Ne, že bych tam šla vysloveně kvůli tomu filmu. (Tereza, 19 let, kompenzační)

Mezi věrnými se naopak vyskytli účastníci, kteří mají rádi kino tak moc, že dle svých slov nemají problém s tím jít do něj sami:

Filip: Tak já jsem zvládnul celkem dvakrát navštívit český film Chyby, poprvé v Kolíně v kině a podruhé v Praze v Kině Pilotů. [...]

Moderátor: Navštěvujete ten film v páru?

Filip: Ne, sám jsem byl, přiznám se. (Filip, 38 let, věrní)

To by mi nevadilo jít sama do kina, ráda sdílím ten zážitek, to je jako když sdílíte s více lidma, více lidí se na to kouká v tom kině, to nemusí být konkrétně s nějakou osobou, se kterou tam jdete. (Beáta, 57 let, věrní)

Míra kulturního kapitálu a intenzity prožitku se odrážela i v sociálních interakcích navazujících na návštěvu kina a ve způsobu výběru filmů a kin. Zde bylo možné pozorovat rozdíl mezi větší částí věrných na straně jedné

Určitě když se jde do kina, tak se musí jít po kině na kávu, aby se ten film rozebral, že ano? Aby se zjistilo, jestli jo nebo ne. (Beáta, 57 let, věrní)

a kompenzačními a prožívajícími na straně druhé:

Ta [fotografie baru v artovém kině, kterou účastníci komentovali,] na mě působí spíš jako kavárna, kam se jde sednout po tom filmu a na to já už moc nejsem, to mě neláká. (Matěj, 26 let, prožívající)

Také výběru filmů věnovali *věrní* větší pozornost než ostatní skupiny a během diskuze o způsobu výběru filmů se zájmem diskutovali, případně si i vzájemně některá díla doporučovali:

Já teda musím říct, že pro mě největším kritériem je hodnocení, ať již je to nějaké hodnocení na internetu v nějaký, já nevím, ČSFD nebo od známých, co ten film viděli takhle, protože do kina se snažím chodit na ty, dejme tomu, je to subjektivní, ale prostě na ty kvalitnější snímky. Na nějaké komedie, které mají 55 %, tak to si raději pustím doma zadarmo a nebudu vyplýtvávat ten potenciál kina na nějaký nekvalitní film. (Eliška, 20 let, věrní)

Tady bych oponoval, protože kolikrát je to zkeslené, protože film na ČSFD v červeném pásmu má 75 % a není tak dobrý, mně se osvědčilo takové to pásmo modré kolem 68 %, to bývají nejlepší filmové zážitky už dlouhodobě. Ne vždy to znamená, že film má 85–90 %, že musí být pro mě top. (Filip, 38 let, věrní)

Pro *věrné* je navíc velmi důležité i kino samotné. Jakkoliv byly jejich preference mezi sebou vzájemně odlišné, v rámci debaty byli schopni bavit se podrobněji o tom, jak by mělo vypadat pro ně ideální kino a projevovali přehled o různých typech kin. Při promítnutí tří fotografií kin dokázali někteří z nich dokonce správně identifikovat konkrétní kino nebo alespoň rozeznat typ kina. Beáta (*věrní*) si například nebyla jistá, jestli jde o Bio Central nebo Kino Aero, ale v každém případě správně rozeznala bar artového kina. Mnozí *kompensační* a *prožívající* oproti tomu nerozeznali, že je na fotografii foyer artového kina, a zamýšleli se nad tím, kde přesně má být v baru umístěno promítací plátno. I to vypovídá o rozsáhlejších kulturním kapitálu *věrných* a jejich rozsáhlejších zkušenostech s návštěvami kin.

Již bylo řečeno, že *kompensační* tematizovali v diskuzi pandemii méně intenzivně než *prožívající*, obě skupiny ale zdůrazňovaly vývoj v oblasti domácího sledování filmů a seriálů. Jedna představitelka *kompensačních* v tomto smyslu zdůvodnila svůj klesající zájem o kina tím, že má nyní doma velmi kvalitní televizní obrazovku, na které může filmy sledovat, a současně tím, že se v poslední době hodně rozšířila nabídka filmů, které jsou v domácím prostředí k dispozici prostřednictvím VOD služeb.

Jiný zástupce *kompensačních* zmínil, že podle jeho názoru by lidé začali opět více chodit do kin jedině tehdy, pokud by byl zrušen Netflix. Tyto důvody tedy vlastně s pandemií souvisejí jen okrajově. Část *prožívajících* se vyjadřovala podobně, ale pandemie hrála v jejich vyprávění mnohem důležitější roli.

Zdá se tedy, že přinejmenším část *kompensačních* omezila návštěvy kin ani ne tak kvůli pandemii samotné, jako spíše kvůli rostoucí nabídce VOD služeb, větší dostupnosti kvalitnějších obrazovek, ale třeba i oné výše naznačené možnosti vytvořit si doma „vícesálové kino“ s tím, že různí členové domácnosti mohou sledovat ve stejný čas různé audiovizuální pořady.

Přestože byly praxe navštěvování kin a důvody ke změněnému či nezměněnému chování pod vlivem pandemie u každé skupiny jiné, zážitek z kina byl vnímán u všech skupin podobně – v duchu, jak to vystihuje následující úryvek z diskuze:

Takže pro mě určitě ten rozdíl je v tom, že v tom kině fakt se člověk soustředí jenom na ten film, ale kdežto, když prostě koukáte doma, tak jako i když vás ten film baví, i když jako chcete se koukat a všechno, tak občas mi sjede ruka k telefonu, štěká mi tady do toho pes nebo někdo přijde, zazvoní. Nebo, já nevím, odskočíme si od toho filmu. A prostě v tom kině jakoby fakt člověk sedí a kouká

hodinu a půl na film, jsou tam i lepší [...] efekty zvukový určitě, vizuální, ačkoliv jakoby nemáme žádnou starou televizi. (Ilona, 30 let, kompenzační)

Kino představuje z perspektivy účastníků fokusových skupin určité oddělení od okolního světa, které umožňuje lepší prožití emocí zprostředkované intenzivnějším působením audiovizuálních efektů. Důležitý je obvykle i společenský rozměr návštěvy kina a další formy spotřeby s návštěvou kina spojené, ačkoliv názory na spotřebu přímo v kině mohou být dramaticky rozdílné, jak ukazují následující dva úryvky ze skupiny *věrných*:

Prostě kino je kino. Kino je prostě kulturní zážitek, jak se říká. Jde se po kině někam, pak se film rozebírá, doma si to nemůžete rozebrat. Nebo můžete, ale není to takové. [...] Já [...] bych konzumaci v kině vynechala, protože je to hrozně rušivý element, nějaké popcorny, nějaké pití, nějaké srkání atd., to není potřeba u sledování. (Daniela, 42 let, věrní)

Já mám samotné kino spojené s nějakým jídlem, ráda u filmu něco jím, po filmu nebo před filmem jdeme na večeři, často chodíme do kina na nějaké výročí nebo narozeniny, svátek, takže hodně často se jde potom na nějakou večeři nebo pivo, něco takového. [...] já ať již jsem doma nebo v kině, tak musím u filmu něco konzumovat, něco jíst a naopak, když jím, tak si k tomu musím něco pustit, ať už je to seriál nebo film, takže já to mám zase úplně opačně spojené vyloženě s tím. (Eliška, 20 let, věrní)

V případě těch, kteří navštěvují spíše multikina, se mohou samozřejmě navazující spotřební aktivity týkat spíše nakupování než rozebírání filmu v restauraci či kavárně:

Tak my jsme vždycky šli po kině nakupovat. Oblečení. Věci a tak. (Alena, 34 let, prožívající)

Domácí sledování nabízí oproti kinu možnost hovoru s blízkými při sledování filmu a pohodlí, které mohou v kině pokazit nepohodlné sedačky či někdo vysoký, kdo brání ve výhledu na plátno (týká se samozřejmě spíše návštěvníků klasických kin než multikin).

Závěr

Stručně můžeme shrnout, že **čtvrtina populace České republiky má o filmy a návštěvy kin velký zájem, a pandemické dění tuto skupinu od navštěvování kin neodradí**. Tato skupina je charakteristická tím, že má velké povědomí o filmech a zajímá se také o další oblasti kultury. Ráda o filmech debatuje, hodně promýšlí výběr filmů, které chce vidět, a nezáleží přitom na konkrétních estetických preferencích v oblasti kinematografie.

Více než třetinu lidí odrazuje od návštěv kin přímo pandemie – buď mají velké obavy z nákazy, nebo naopak odmítají protipandemická opatření, jinak ale zájem o navštěvování kin projevují.

Z hlediska snahy udržet diváky v kině se jeví jako velmi problematická skupina těch diváků, kteří pandemii výrazněji neprožívají, ale navykli si na sledování filmů v domácím prostředí. Je to skupina, která chodila už před pandemií do kina spíše méně často. Během pandemie pak zjistila, jak rozsáhlé jsou možnosti výběru audiovizuálních děl v domácím prostředí a bez kina se obejdou. O tuto skupinu tedy budou muset kina velmi bojovat i po uvolnění všech opatření a opadnutí strachu z pandemie a je otázka, zda mohou bohaté nabídky dostupné v domácím prostředí konkurovat.

5. Explikace modelů pro predikci preferencí artových filmů

V této části výzkumné zprávy se zaměříme na datovou exploraci proměnných, které ovlivňují preference českých a artových filmů. Na artové filmy jsme se zaměřili proto, že představují hlavní předmět veřejné podpory české filmové tvorby.

Využili jsme prediktivní modely na bázi strojového učení – nikoli za účelem samotné predikce preferencí, ale za účelem vysvětlení predikce, tj. k identifikaci proměnných, které mají v dané predikci největší vliv (vypovídací hodnotu). Tyto prediktivní modely využívající strojového učení dokážou z dat odvozovat nelineární vzájemné ovlivňování vlastností, které nelze zachytit jednoduchou korelační analýzou.

Skóre zájmu o artový film

Takzvaný artový film jsme v dotazníku sledovali primárně prostřednictvím konkrétních příkladů z distribuční nabídky za poslední dva roky, sekundárně pak prostřednictvím jmen tvůrců a několika obecnějších otázek o hodnotách a parametrech divácké zkušenosti. Explorační analýza ukázala, že právě znalost a hodnocení filmů ze seznamu názvů je nejefektivnějším indikátorem vkusové orientace diváka. I toto kritérium má ovšem své nevýhody – vzhledem k tomu, že jsme výběr filmových titulů provedli z domácích premiér v letech 2018–2020, upřednostnili jsme respondenty, kteří v poslední době chodili do kina. Mohli jsme tak minout jednak starší diváky, jednak diváky upřednostňujícími domácí sledování.

Vzorek jsme sestavili z žebříčků nejnavštěvovanějších titulů v české kinodistribuci (komerční a mainstreamově artové tituly), respektive z filmů oceněných mezinárodními cenami (v případě festivalových artových filmů). Artovou část seznamu jsme rozdělili do následujících kategorií (uvedené názvy těchto kategorií ovšem respondenti neviděli):

- americký mainstreamový art: *Tenkrát v Hollywoodu*,
- český mainstreamový art: *Vlastníci*, *Prezident Blaník*,
- festivalový art: *Anette*, *Parazit*,
- český (autorský) dokument: *Dálava*, *V síti*.

Zbytek názvového seznamu tvořily filmy tzv. komerční, rozříděné do následujících kategorií:

- český komerční: *Ženy v běhu*, *Po čem muži touží*,
- americký komerční: *Bohemian Rhapsody*,
- americký komerční (franchise): *Avengers: Endgame*, *Jurský svět: Zánik říše*,
- americký animovaný/dětský/rodinný: *Ledové království II*, *Hotel Transylvánie 3: Příšerózní dovolená*,
- česká pohádka: *Čertí brko*, *Čertoviny*.

V příslušné otázce mohli respondenti označit tituly následujícími hodnotami:

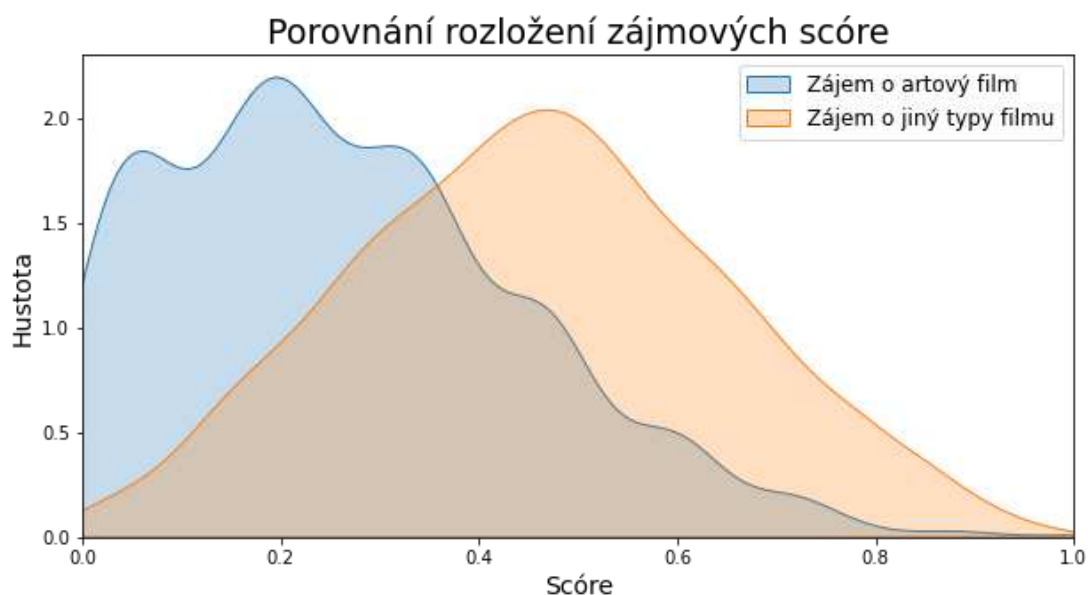
1. Viděl(a) jsem
2. Neviděl(a) jsem, ale slyšel(a) jsem o něm
3. Nevím o něm

Pro potřeby měření preference artových filmů jsme vypočítali tzv. zájmové skóre. Pokud respondent viděl konkrétní film, pak za něj dostal 1 bod do své akumulární hodnoty preference artového filmu. Film, o kterém člověk jen slyšel ale neviděl, se rovná 0,25 bodu.

Následně se tímto způsobem získaný součet vydělil celkovým počtem artových titulů.

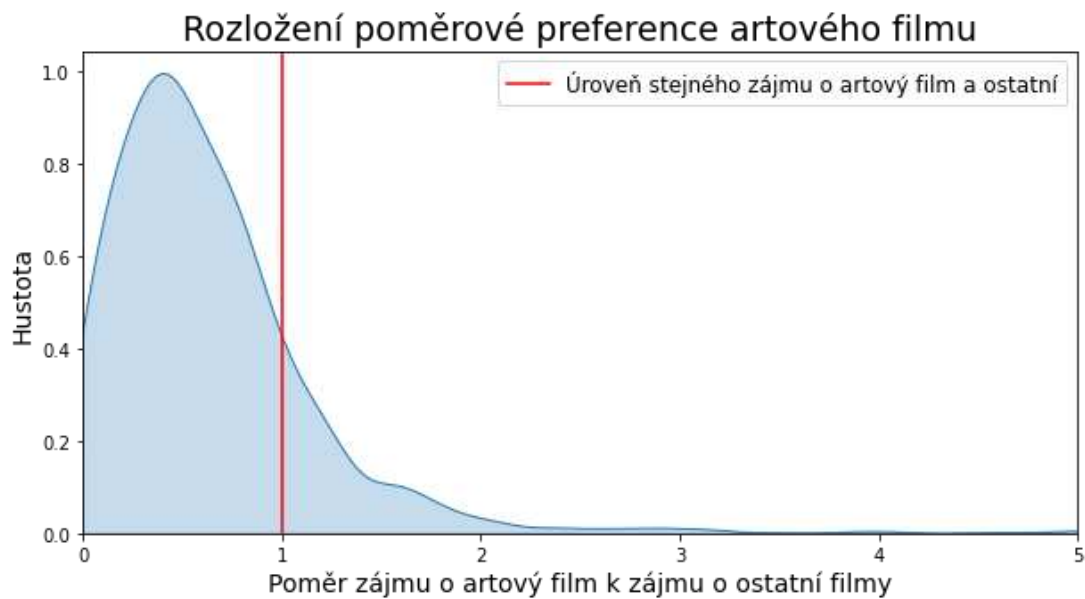
V pokusném režimu jsme vytvořili také skóre ze znalosti jmen artových režisérů, nicméně to se ukázalo jako zavádějící. Za prvé, při měření korelace obou typů skóre vyšel velký rozptyl hodnot u režisérského skóre a nízký korelační koeficient (0,38); silná korelace (0,93) mezi oběma typy se projevila až poté, co jsme použili zprůměrované hodnoty režisérského skóre, a tím eliminovali zmíněný rozptyl. Důvodem může být jemnější rozlišení u režisérského skóre: artových režisérů jsme použili 12, artových filmů jen 7. Za druhé, na rozdíl od skóre odvozeného ze znalosti filmů nelze vytvořit poměrové režisérské skóre započítáním znalosti komerčních režisérských jmen, protože data ukázala, že znalost režisérů obecně nepatří do standardní výbavy diváka komerčních filmů. To znamená, že režisérské skóre je obtížnější vysvětlit vztahem k ostatním typům produkce.

V grafu na obr. 5.1 vidíme porovnání rozložení skóre zájmu o artový film a o ostatní typy filmů. Graf tedy zobrazuje rozložení znalosti artových i neartových filmů, přičemž hodnota 1 znamená, že respondent zná všechny artové režiséry. Poloha a tvar modré křivky ukazuje, že zájem o artové filmy je celkově výrazně nižší (viz rozdíl mezi vrcholy křivek) a že vysoký podíl respondentů dosáhl nulového artového skóre. Fanoušci artových filmů s vysokým skóre dotazník zachytil, ale je jich velmi málo (viz pravý ocas modré křivky).



Obr. 5.1

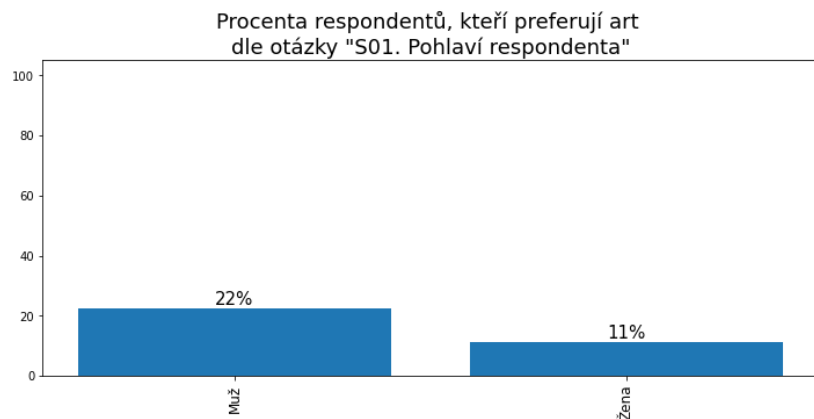
Vzhledem k výsledkům segmentace diváků, která ukázala, že fanoušci artových filmů mají rádi i ostatní typy filmů, jsme vytvořili také vizualizaci rozložení poměrového skóre (graf na obr. 5.2), kde je převládající zájem o artový film zachycen hodnotami nad 1.



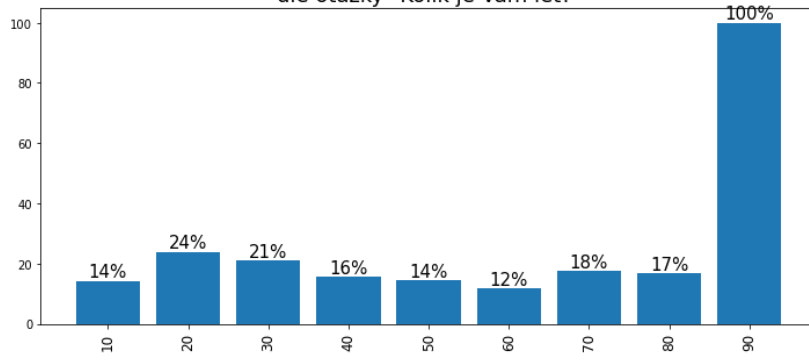
Obr 5.2

Kdo jsou artoví diváci? Statistiky poměrového artového skóre dle základních proměnných

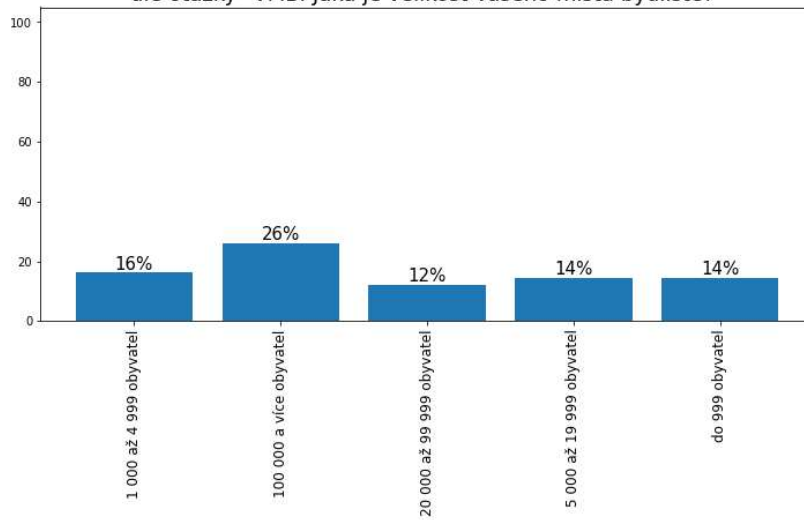
Hodnoty základních demografických proměnných (viz grafy na obr. č. 5.3–5.8) ukazují, že artovým divákem bude častěji mladší single muž z velkého města s vysokým příjmem, který podniká nebo pracuje jako OSVČ.



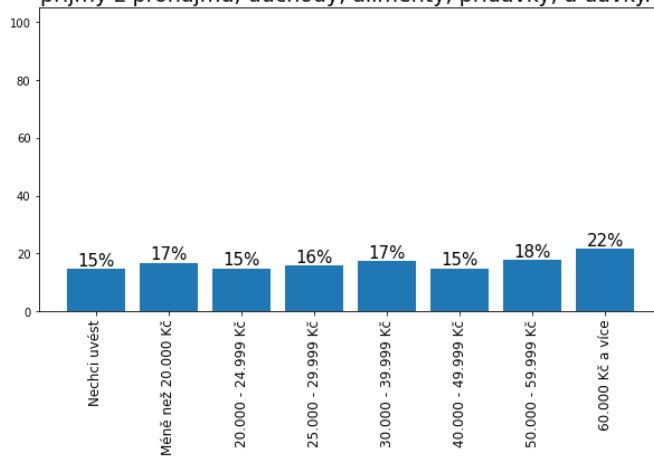
Procenta respondentů, kteří preferují art dle otázky "Kolik je Vám let?"

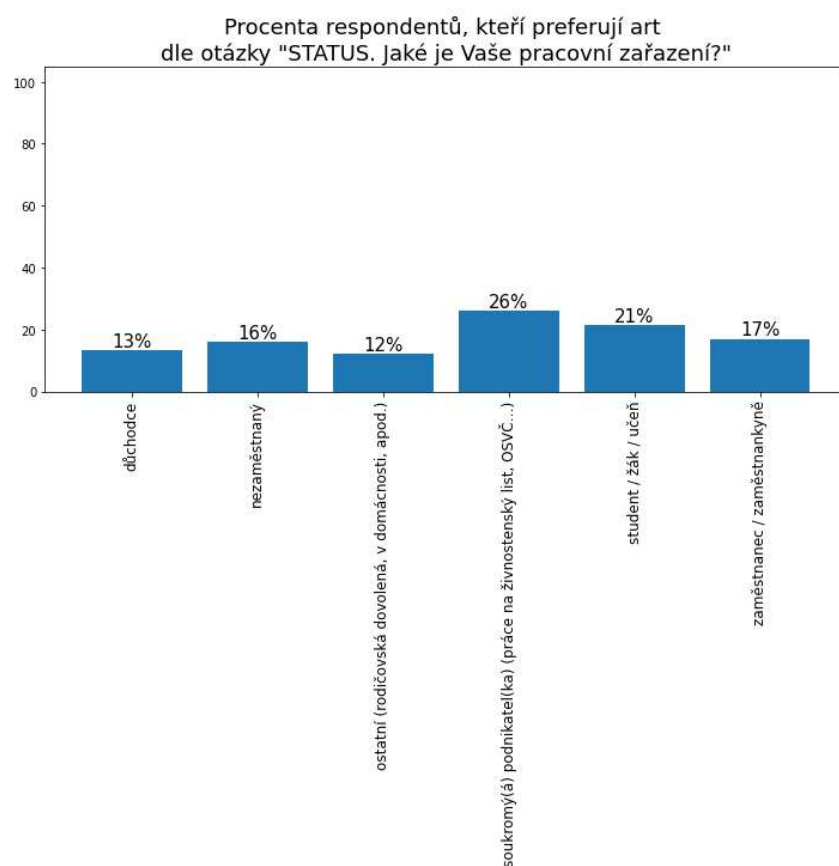
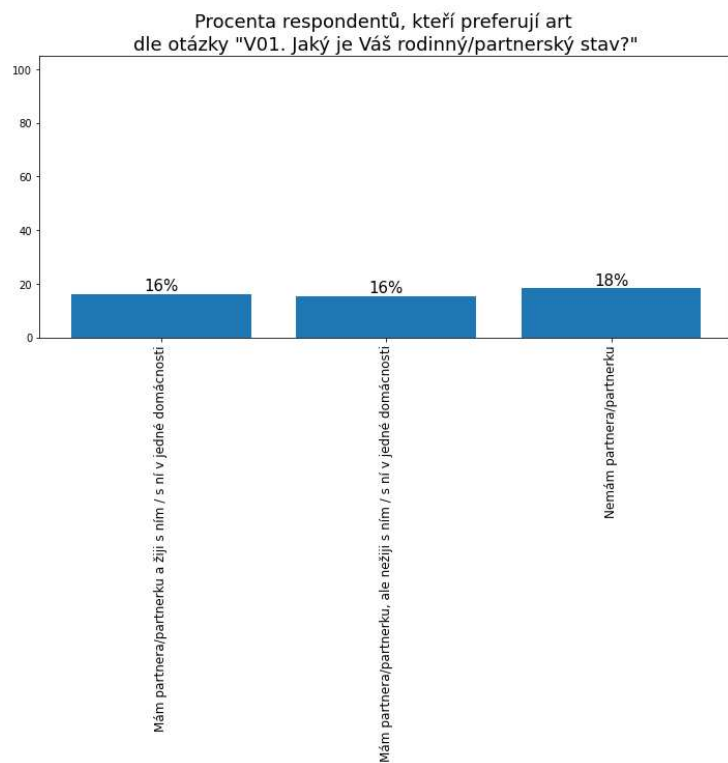


Procenta respondentů, kteří preferují art dle otázky "VMB. Jaká je velikost Vašeho místa bydliště?"



Procenta respondentů, kteří preferují art dle otázky "EK01. Jaký je přibližně ČISTÝ MĚSÍČNÍ PŘÍJEM Vaší domácnosti? Započítejte do něj VŠECHNY TYPY PŘÍJMŮ - z práce všech členů domácnosti, příjmy z pronájmu, důchody, alimenty, přídavky, a dávky."



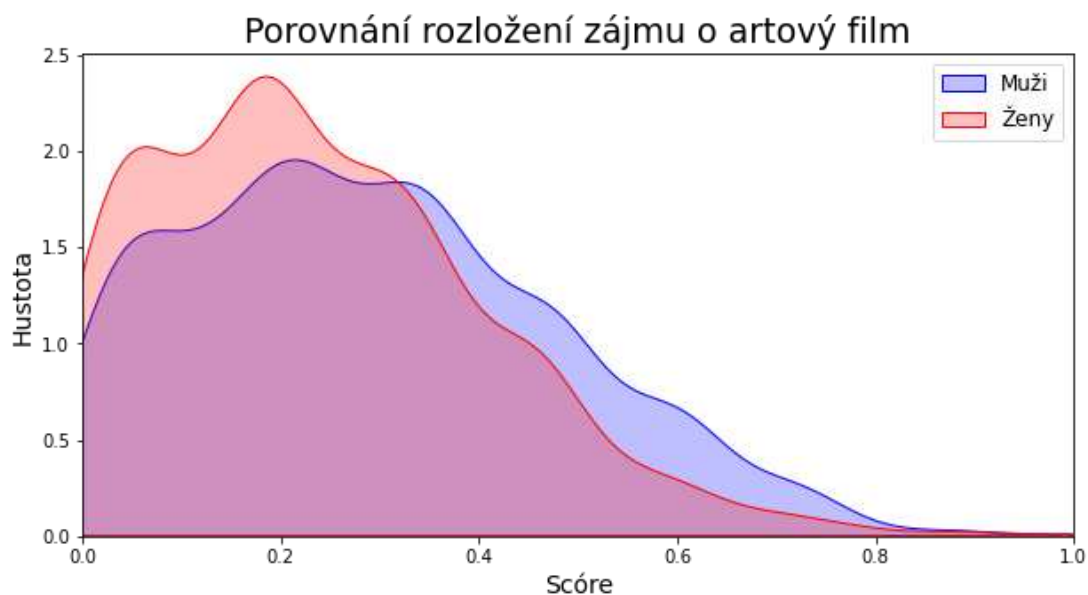


Obr. 5.3–5.8

Proměnné zachycující životní styl, trávení volného času a kulturní kapitál (grafy zde neuvádíme) charakteristiku dále upřesňují: často cestuje do zahraničí i po ČR, má vysokou digitální gramotnost (umí použít VPN, aby si stáhl film, rád se seznamuje s novými

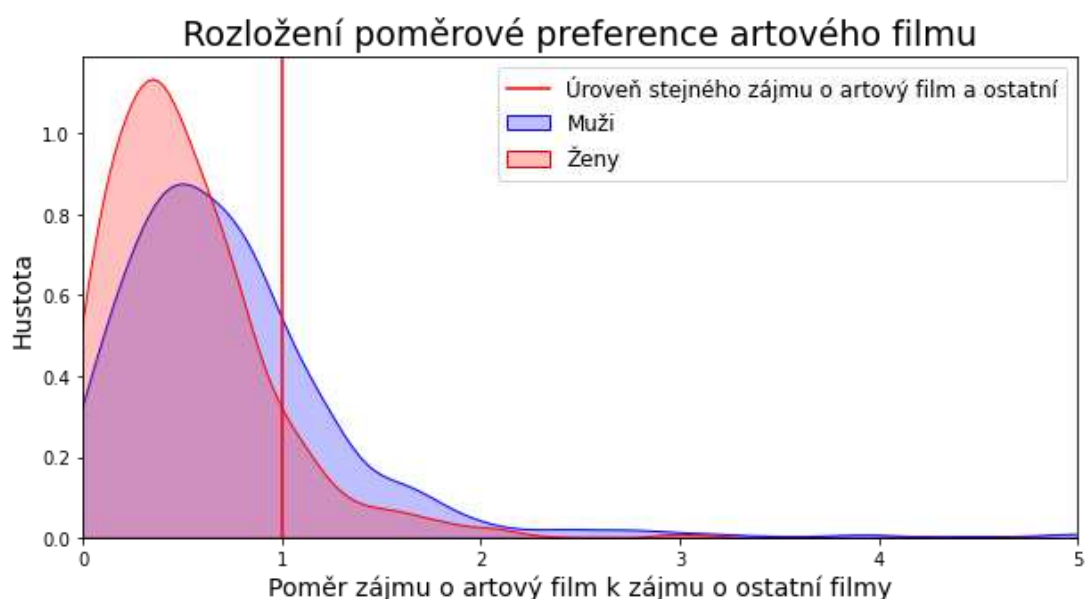
technologemi), sleduje současné umění a často navštěvuje umělecké výstavy, restaurace, popové nebo rockové koncerty, občas divadla, ale moc nenavštěvuje sportovní události, hrady a zámky a nevěnuje se domácímu tvoření, pracím na zahradě ani rybaření.

V další části se podíváme na podrobněji na dvě základní demografické proměnné: věk a rod. Rozdíl v rozložení skóre zájmu o artový film mezi muži a ženami (graf na obr. č. 5.9) ukazuje vysokou míru překryvu a mírnou převahu mužů: mají nižší hustotu v nulových a nízkých hodnotách a větší zastoupení ve vysokých hodnotách, přičemž u velmi vysokých hodnot jsou křivky téměř totožně nízké.



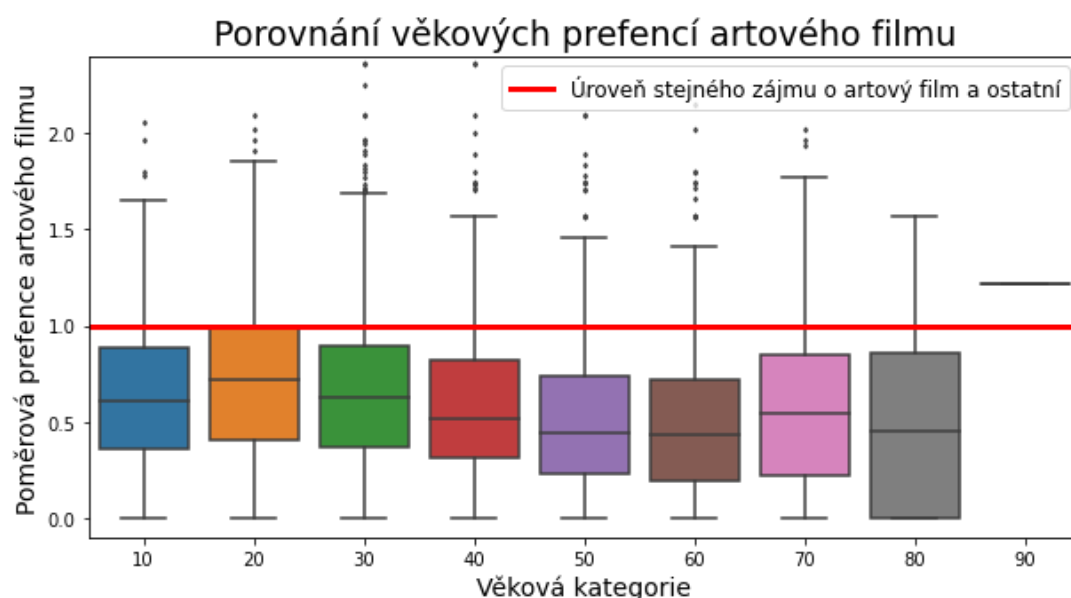
Obr. 5.9

Tento rozdíl se ještě zřetelněji projevuje v grafu rozložení poměrového skóre (graf na obr. č. 5.10).



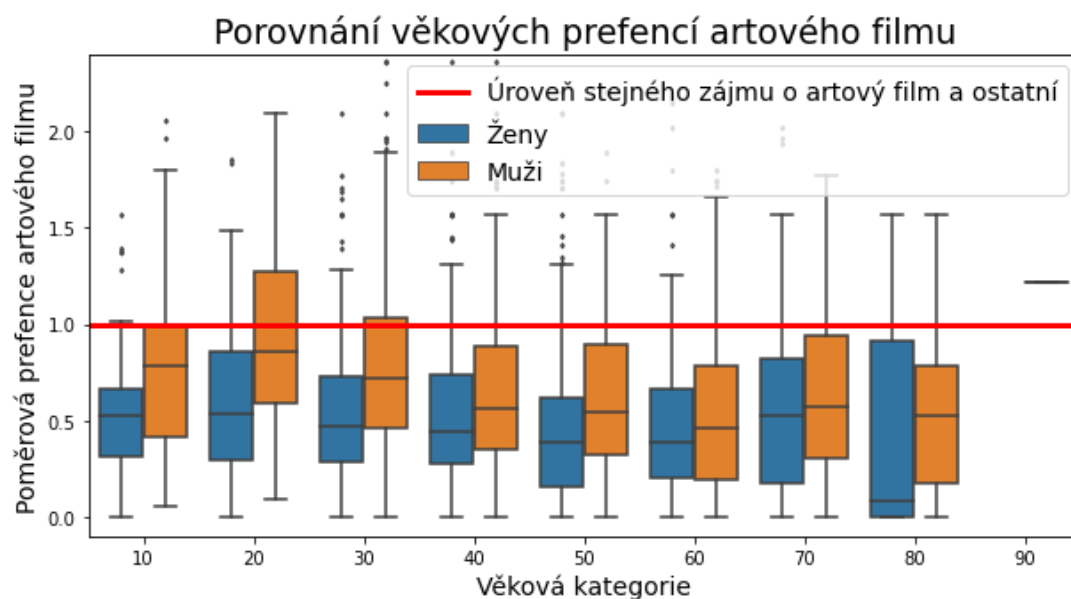
Obr. 5.10

Porovnání skóre věkových kategorií ukazuje, že ve všech fázích života je sice zájem o artový film nižší než o komerční, ale že dvacátníci dosahují nejvyšších hodnot, čili se nejvíce blíží úrovni stejného zájmu o oba typy filmů (tato úroveň je vyznačena červenou přímkou). Zajímavý je rozdíl mezi absolutními a poměrovými hodnotami skóre: u absolutních hodnot křivka postupně klesá, ale u poměrových hodnot (viz graf na obr. č. 11) se od 50. roku pokles zastaví a stagnuje. Lze předpokládat, že křivka souvisí s dospíváním a ranou dospělostí (nárůst zájmu o náročné filmy, dostatek času na kulturní aktivity) a následně začátkem rodičovské fáze života (pokles z důvodu nedostatku času na náročné filmy, kompenzovaného zájmem o jiné typy filmů, vhodné pro děti) a vyšším středním věkem, kdy klesá zájem o artové i komerční filmy (stagnace). Hypotézu o vlivu rodičovství podporuje negativní vliv zvyku sledovat filmy v kině s dětmi na predikci artové preference (viz graf tzv. SHAP values níže). Je ale třeba mít na paměti, že způsob výpočtu skóre zájmu o artový film upřednostňuje respondenty, kteří znají nové distribuční tituly, což jsou obecně spíše mladší ročníky.



Obr. 5.11

Varianta téhož grafu s rozlišením žen a mužů ukazuje jednak vyšší poměrovou preferenci u mužů, jednak snížení rozdílu mezi muži a ženami po 30. roku života.

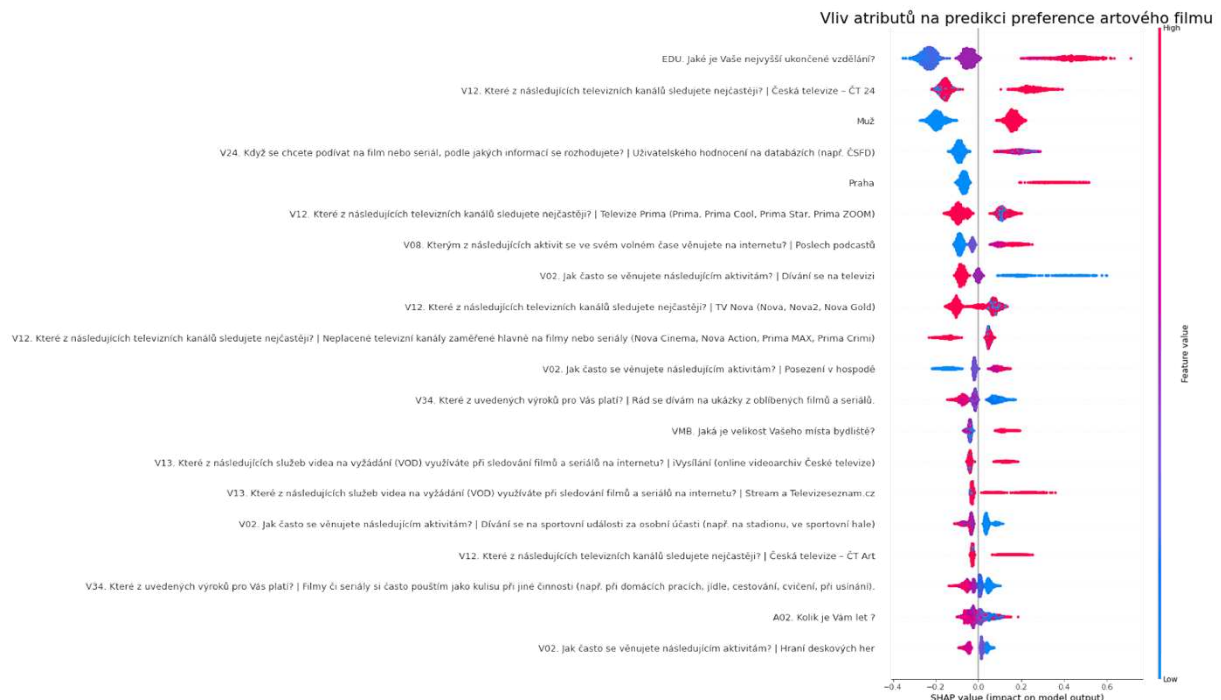


Obr. 5.12

Vliv proměnných na predikci artové preference

V další fázi analýzy jsme hledali proměnné, které mají největší vliv na predikci preference artového filmu. Na následujícím grafu jsou tečkami vyznačeni respondenti a barevně rozlišeny pozitivní (červeně) a negativní (modře) hodnoty SHAP (SHapley Additive exPlanations). Hodnoty SHAP zjednodušeně řečeno vysvětlují, na základě jakých proměnných (v našem případě vlastností respondentů) se algoritmus prediktivního modelu naučil predikovat preferenci artového filmu s využitím dotazníkových dat, respektive rozlišují míru vlivu jednotlivých proměnných na tuto predikci. Tyto grafy umožňují vidět najednou komplexní obrázek proměnných a jejich informativnosti pro predikci.

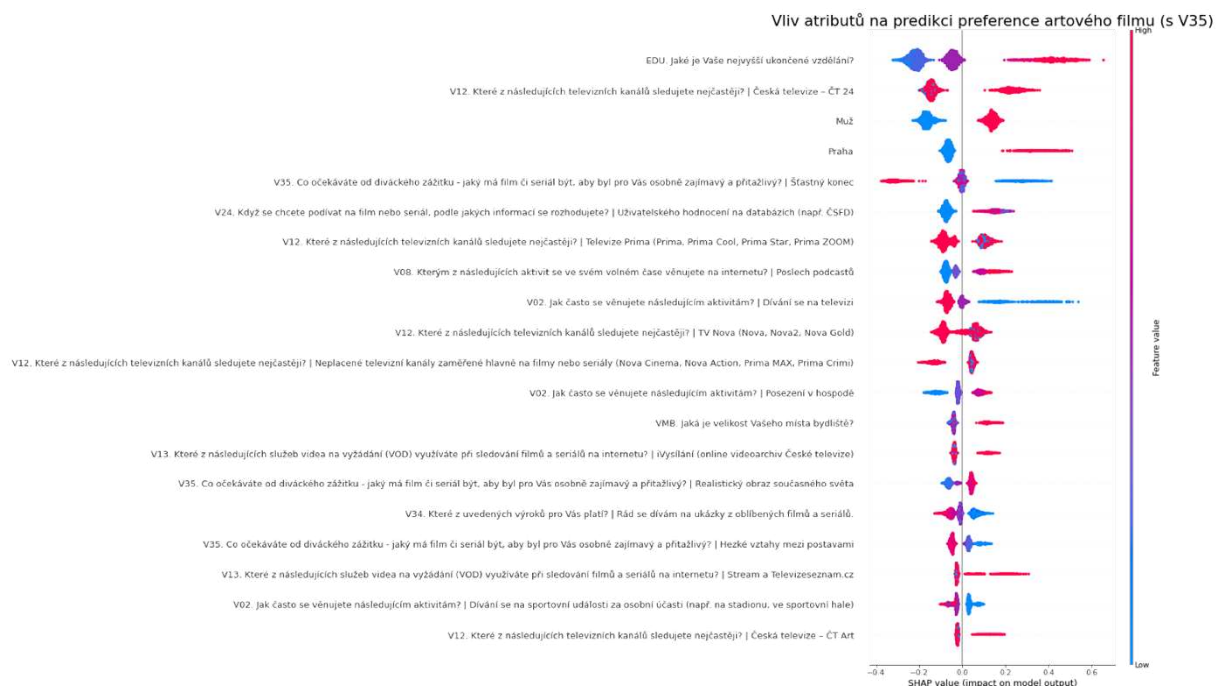
Při interpretaci nás zajímají zvláště ty části grafu, kde se v horních pozicích ukazují barevně homogenní shluky bodů na levé nebo pravé straně od středové osy, která značí úroveň neutrálního (žádného) vlivu. V predikci zájmu o artový film se tedy jako nejvlivnější proměnné s jasně pozitivním/negativním vlivem ukazují vzdělání, gender, využívání uživatelských hodnocení na Čsfd při výběru filmu a bydliště v Praze nebo jiném velkém městě (obr. 5.13). Obr. 5.13–15 s různými variantami souboru zařazených proměnných souhrnně ukazují že artové filmy budou preferovat o něco více muži než ženy, vzdělání, z velkých měst, mladší, zvyklí vybírat si filmy spíše podle Čsfd než z videoukázek (to ovšem neplatí pro trailery v kině – viz graf na obr. 5.15), kteří ve volném čase spíše posedí s přáteli v hospodě, poslouchají podcasty, zajímají se o současné umění a chodí do divadel nebo na rockové koncerty, než aby se doma dívali na televizi (s výjimkou ČT 24 a ČT Art) nebo aby navštěvovali živé sportovní události. Filmový zážitek pro ně vyžaduje soustředění, takže si filmy nepouštějí jako kulisu k domácím pracím.



Obr. 5.13

Vliv proměnných, které vyjadřují deklarované preference artového filmu

V dalších variantách téhož grafu jsou zahrnuty i otázky, které se přímo na artové preference dotazují: prostřednictvím atributů diváckého zážitku (V35) a žánrů (V16). První varianta ukazuje, že negativní vliv na predikci preference artového filmu má obliba šťastných konců a hezkých vztahů mezi postavami, naopak mírně pozitivní vliv má zájem o realistický obraz světa.



Obr. 5.14

Druhá varianta (s proměnnou V16) ukazuje negativní vliv oblíbenosti rodinných filmů a pohádek a pozitivní vliv oblíbenosti artových a experimentálních filmů (což je jediná explicitní obecná otázka na artovost vkusu), dramaturgií, historických a životopisných titulů.

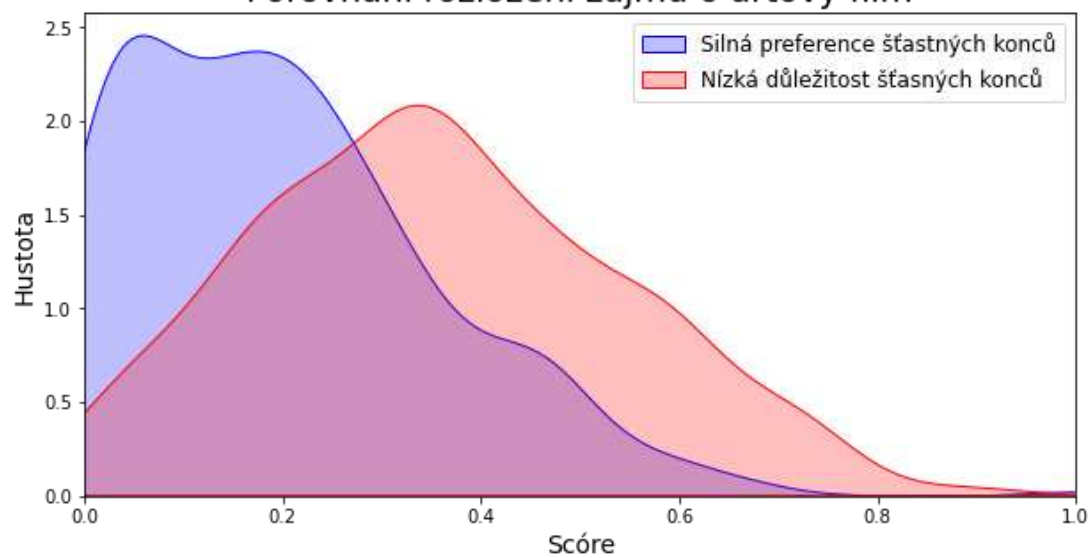


Obr. 5.15

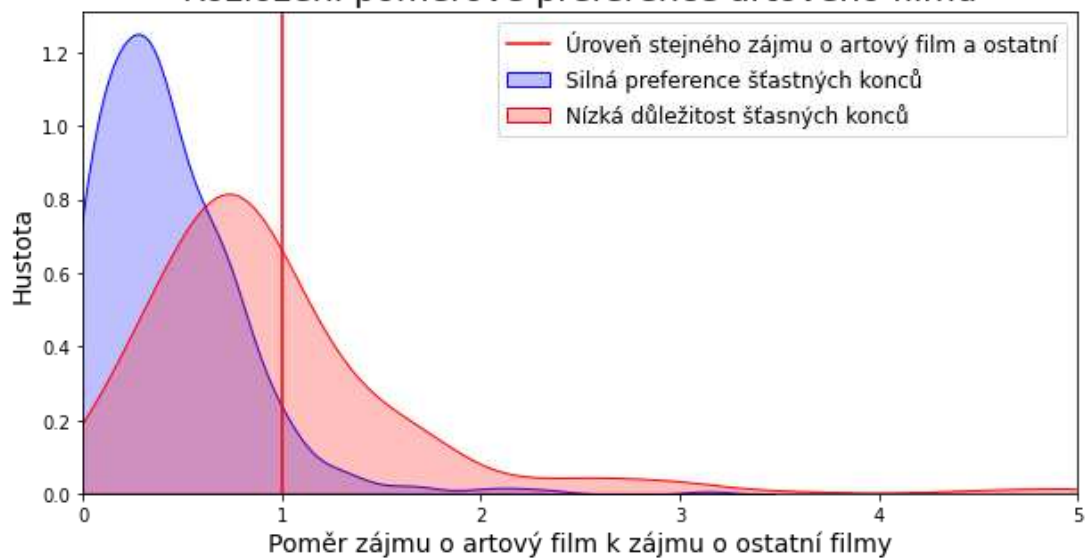
Dva poslední grafy SHAP values (obr. 5.14 a 5.15) tedy ukazují, které hodnoty deklarovaných preferencí se dostaly nahoru a přebily obecnější proměnné silou své informativnosti v prediktivním modelu.

Následující grafy navazují na zjištění z předchozích grafů o negativním vlivu oblíbenosti happy endů a dětských a rodinných filmů na predikci artové preference (krajní červený útvar proměnných V35 a V16 na druhém, resp. prvním místě žebříčků výše indikuje, že respondenti s vysokou mírou oblíbenosti happy endů, resp. dětského a rodinného filmu vykazují nízkou mírou pravděpodobnosti artové preference.). Níže přiložené grafy znázorňují rozdíl v preferencích mezi respondenty, kteří mají a nemají v oblíbenosti happy endy, resp. dětské a rodinné filmy. Tyto rozdíly se zřetelně projevují i v případě, že místo absolutního skóre zobrazíme skóre poměrové. To znamená, že mezi fanoušky dětských a rodinných filmů je málo diváků, kteří upřednostňují artové filmy před komerčními, a že čím vyšší míru oblíbenosti dětského a rodinného filmu, respektive happy endů, deklarují, tím nižší vykazují poměrové skóre zájmu o artový film (viz poslední tři boxy v krabicových grafech na následujících obrázcích).

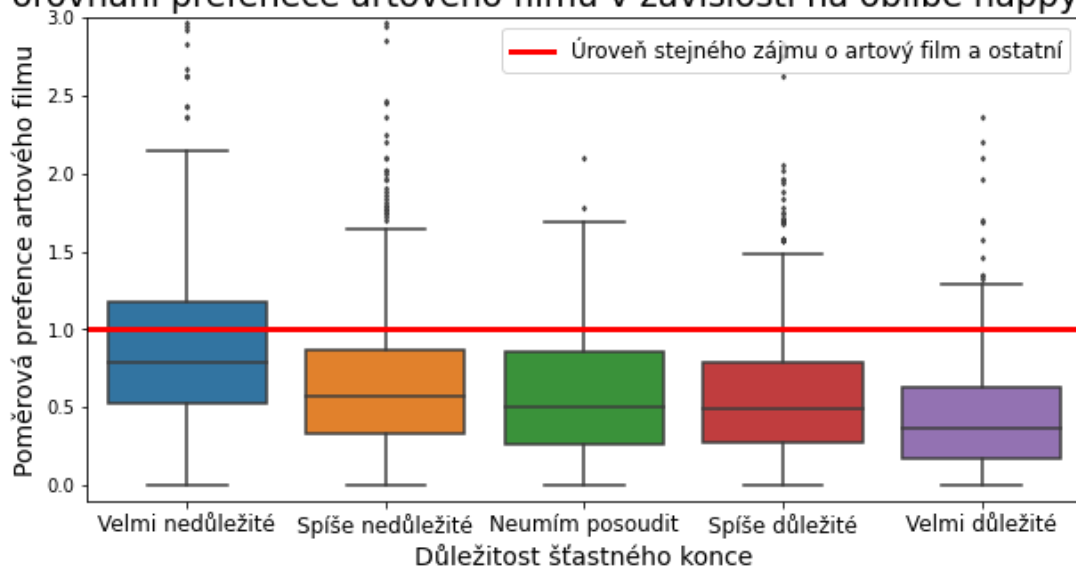
Porovnání rozložení zájmu o artový film

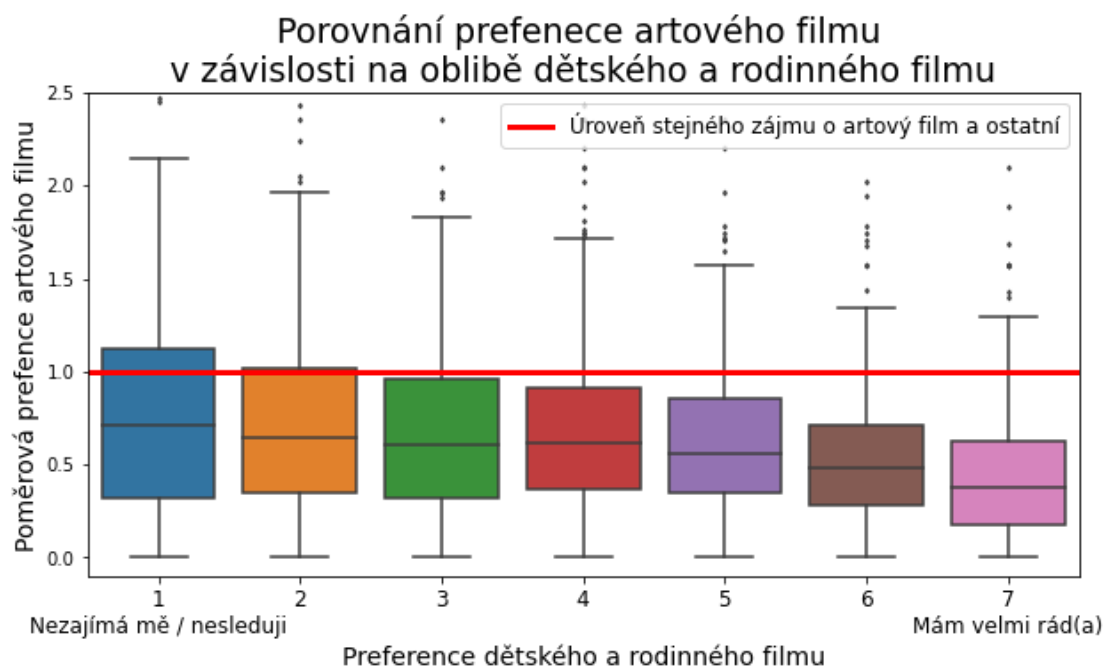
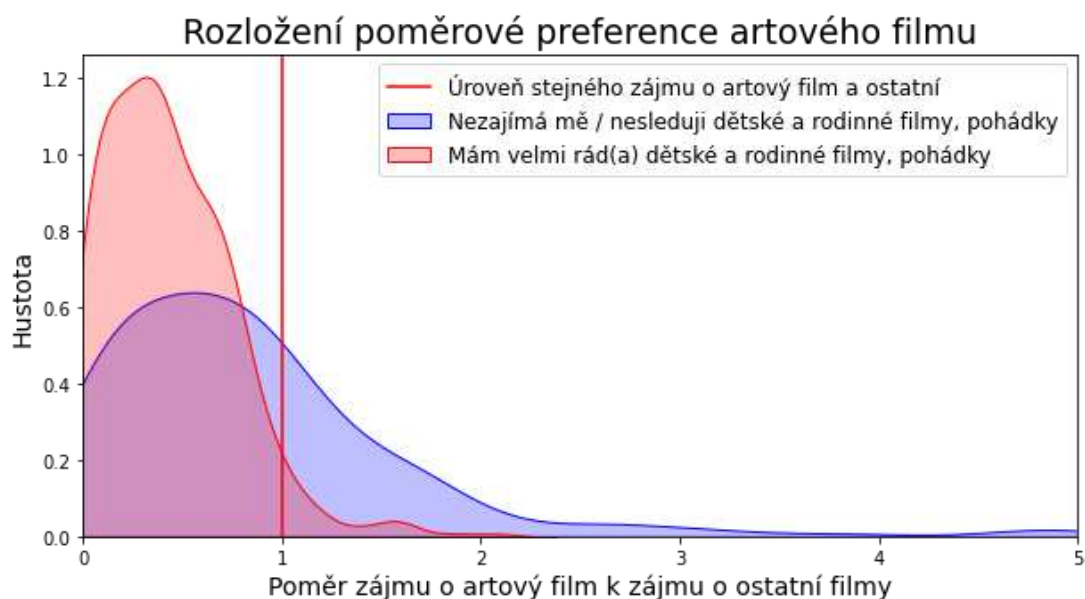


Rozložení poměrové preference artového filmu



Porovnání preference artového filmu v závislosti na oblíbě happy-endů





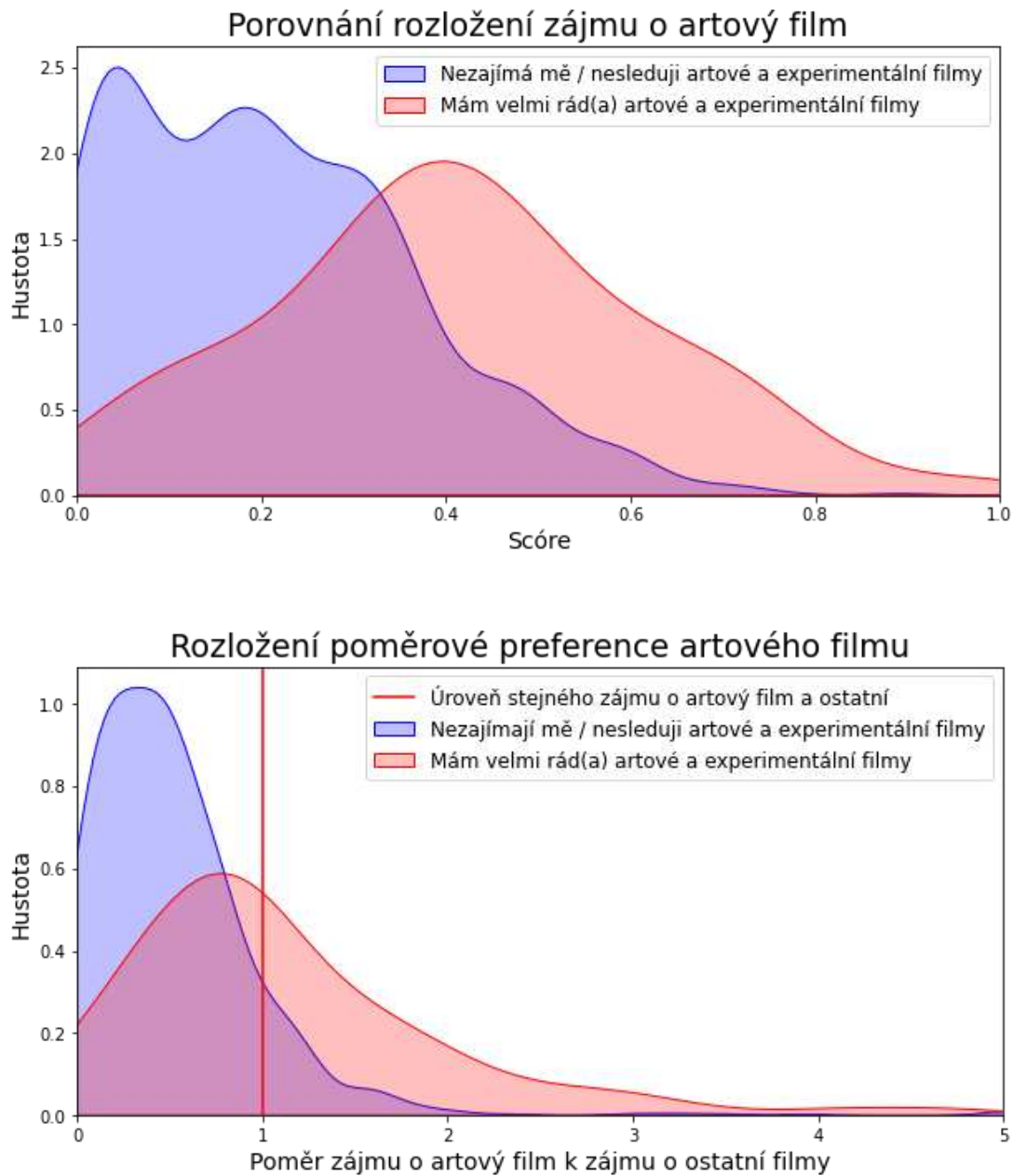
Obr. 5.16–5.20

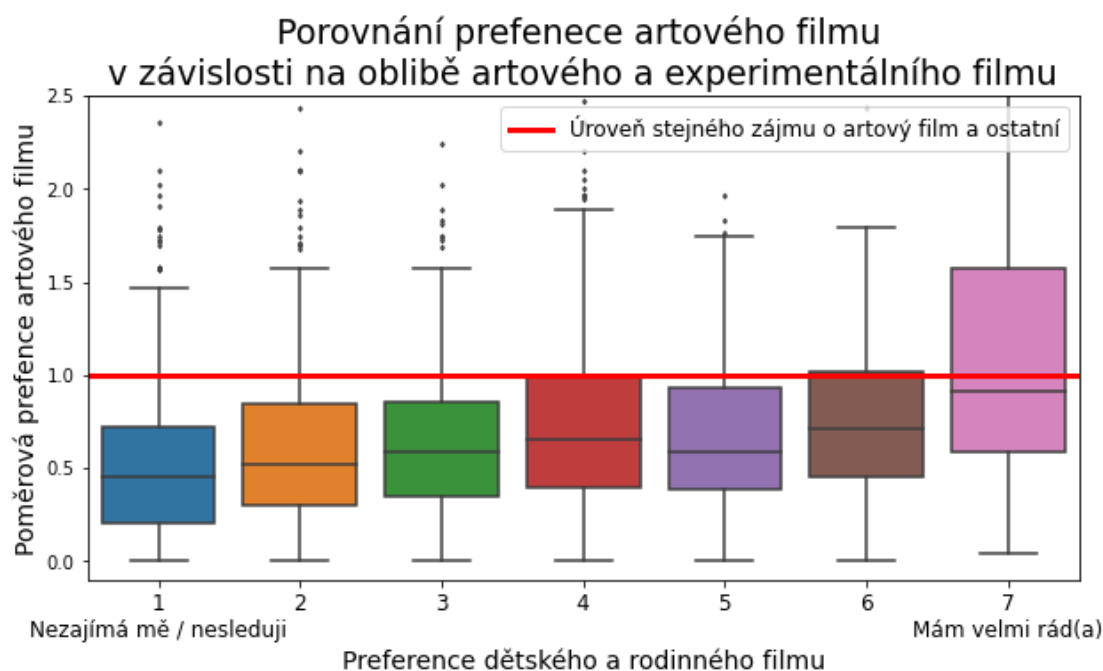
Vztah zjištěných a deklarovaných preferencí artového filmu

Následující skupina grafů porovnává deklarovanou a zjištěnou (na základě skóre vypočítaného ze znalosti artových filmů) preference artových filmů. Respondenti, kteří odpověděli, že mají velmi rádi artové a experimentální filmy, vykazují výrazně vyšší absolutní skóre zájmu o artový film než ti, kteří toto nedeklarují, což potvrzuje, že náš výběr filmových titulů reprezentujících kategorii art do značné míry korespondoval se sebevnímáním respondentů (graf na obr. 5.21).

Situace se ale komplikuje, když absolutní skóre vyměníme za skóre poměrové (graf na obr. 5.22). Graf poměrového skóre totiž ukazuje výrazně menší rozdíl, protože deklarovaní fanoušci artového filmu zároveň mají v oblíbenosti i komerční filmy. Třetí z následující řady grafů (graf na

obr. 23) podporuje hypotézu o tzv. kulturní všežravosti u intenzivních diváků: úrovní stejného zájmu o art a o komerci se svým mediánem blíží pouze ta skupina respondentů, která na 7stupňové škále zaklikla nejvyšší možnou hodnotu oblíbenosti artového a experimentálního filmu (mám velmi rád(a)). Mediány poměrového skóre u respondentů, kteří v dotazníku zaklikli hodnoty nižší (tedy 1–6), naopak ukazují na výrazně vyšší oblíbenost komerčního než artového filmu.





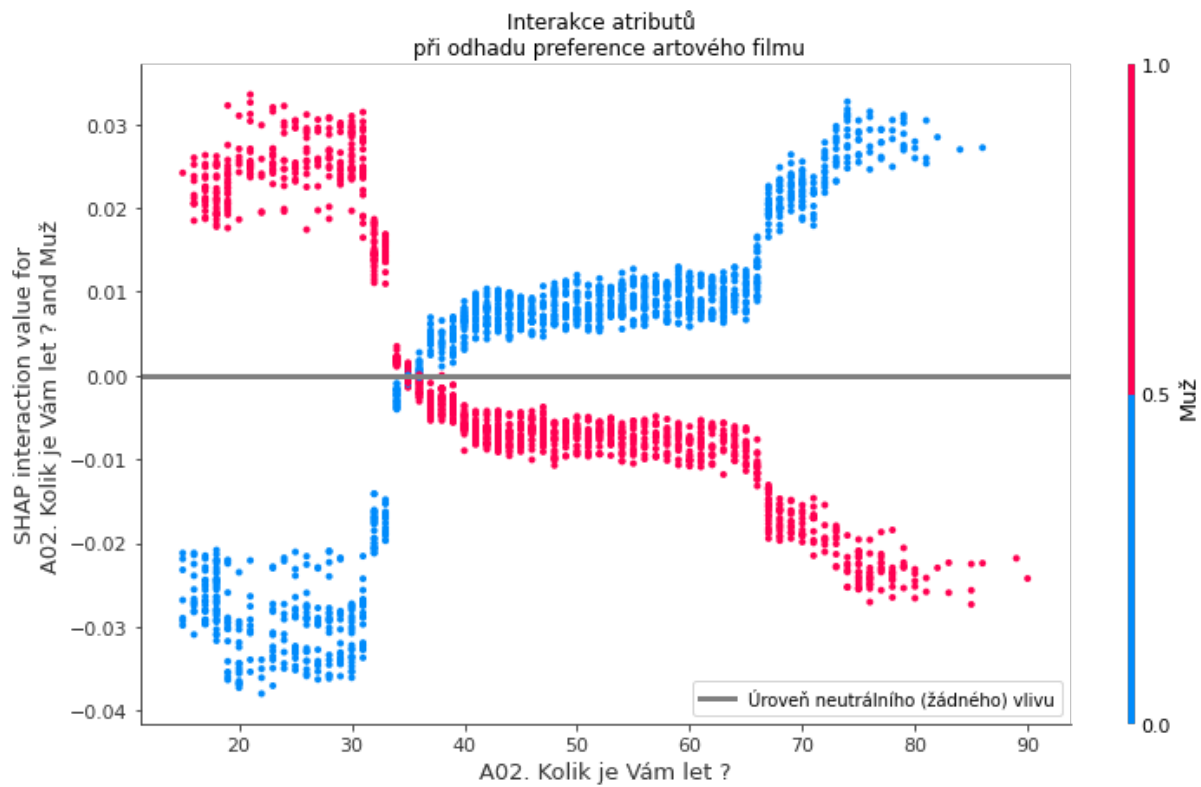
Obr. 21–23

Interakce proměnných v predikci artových preferencí

Explicace (reverse engineering) prediktivních modelů nám umožnila analyzovat také vzájemný vliv interakcí **dvojice proměnných** (namísto jednotlivých charakteristik jako v grafech výše). Grafy interakcí ukazují, jak predikci ovlivní přidání proměnné na ose Y (tedy přidání barev – v grafu níže přidání rodu). Pro porovnání s vlivem pouze jedné výchozí proměnné (osa X) grafy interakcí zobrazují osu neutrálního vlivu (v grafu níže se jedná o predikci jen na základě věku).

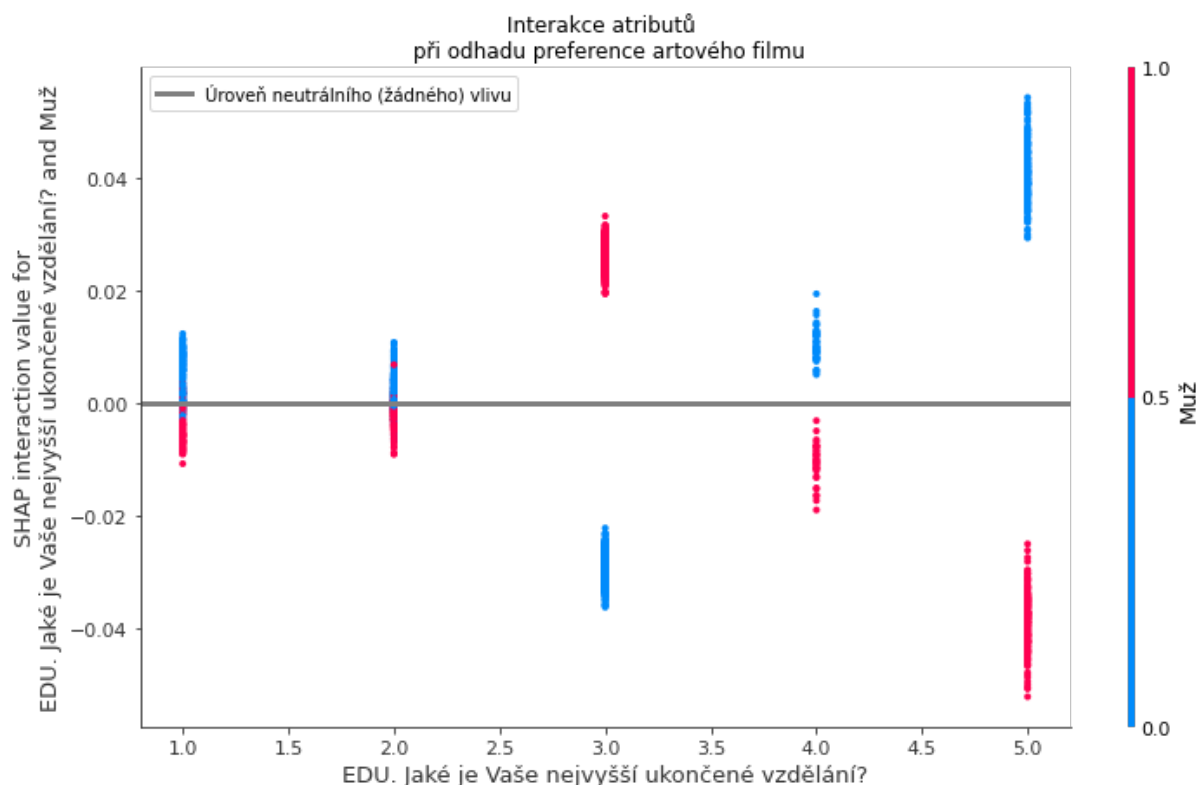
Jednotlivé body zde odpovídají jednotlivým respondentům, hodnoty dvojice interagujících proměnných odpovídají charakteristikám, které měly vliv na predikci artových preferencí. Barva bodů (na škále červená-modrá) vyjadřuje hodnoty druhé interagující proměnné. Jejich umístění na ose Y, tedy směrem nahoru nebo dolů od horizontální osy neutrálního vlivu, vyjadřuje míru změny vlivu dvou vybraných proměnných na predikci při jejich interakci. První příklad ukazuje vliv interakce rodu a věku: nejsilnější vliv na kladnou predikci má kombinace nízkého věku a mužského pohlaví, ale krátce po 30. roku života se jednak snižuje síla predikce interagujících proměnných, jednak se obrací poměr mezi muži a ženami (ženy mají větší zájem než muži), a tato situace trvá až do konce života.

Globální trend říká, že ženy mají nižší zájem o artový film. Ale interakce ukazuje, že pokles s věkem není u žen tak dramatický jako u mužů (graf na obr. 5.24). Jinak řečeno, model počítá přínos interakce dvou proměnných k predikci artové preference a porovnává tuto interakci s celkovým modelem se všemi proměnnými: ví, že s věkem klesá zájem o artovost. Když jsem muž, klesá mi rychleji, než když jsem žena.



Obr. 5.24

Následující graf situaci poněkud komplikuje. Při interakci atributů rodu a vzdělání vidíme největší rozdíl (a tedy nejsilnější vypovídací hodnotu) u nejvzdělanějších mužů a žen, kdy největší vliv na kladnou predikci má interakce ženského pohlaví a vysokého vzdělání.



Obr. 5.25

Kontrolní porovnání s logistickou regresí.

Logistická regrese je v sociologických výzkumech sice standardnějším nástrojem než explikace prediktivních modelů použitá v této explorační analýze, ale předpokládali jsme, že v případě větších datasetů s nelineárními interakcemi má slabší prediktivní schopnost. Nedokáže totiž tak efektivně pracovat s nelineárními závislostmi a chybějícími hodnotami. Přesto jsme se rozhodli pro kontrolu oba modely porovnat.

V níže připojené tabulce (graf na obr. 5.26) s výstupy logistické regrese ukazují koeficienty naučeného modelu důležitost atributů pro predikci artové preference. Znaménko koeficientu (a zároveň červená/modrá barva) ukazuje, zda v daném modelu odpovídající atribut snižuje (červená), nebo naopak zvyšuje (modrá) odhadovanou artovost daného respondenta. Čím zápornější, tím razantněji snižuje pravděpodobnost artovosti, a naopak, čím vyšší kladné hodnoty má koeficient, tím víc zvyšuje pravděpodobnost artovosti. Nejvyšší pozitivní vliv na artovou preferenci mají dle tohoto modelu vzdělání, poslech podcastů, trávení volného času posezením v hospodě, schopnost snadno najít a sledovat tituly, které běžné televizní stanice nenabízejí, sledování současného umění a ČT 24, tendence chodit do kina sám, sledování zpravodajství *Echa 24* a mužský rod – tedy proměnné, které s výjimkami figurují na vysokých pozicích i v žebříčcích SHAP values (grafy na obr. č. 5.13–5.15).

№	№
154	154
155	155
156	156
157	157
158	158
159	159
160	160
161	161
162	162
163	163
164	164
165	165
166	166
167	167
168	168
169	169
170	170
171	171
172	172
173	173
174	174
175	175
176	176
177	177
178	178
179	179
180	180
181	181
182	182
183	183
184	184
185	185
186	186
187	187
188	188
189	189
190	190
191	191
192	192
193	193
194	194
195	195
196	196
197	197
198	198
199	199
200	200
201	201
202	202
203	203
204	204
205	205
206	206
207	207
208	208
209	209
210	210
211	211
212	212
213	213
214	214
215	215
216	216
217	217
218	218
219	219
220	220
221	221
222	222
223	223
224	224
225	225
226	226
227	227
228	228
229	229
230	230
231	231
232	232
233	233
234	234
235	235
236	236
237	237
238	238
239	239
240	240
241	241
242	242
243	243
244	244
245	245
246	246
247	247
248	248
249	249
250	250
251	251
252	252
253	253
254	254
255	255
256	256
257	257
258	258
259	259
260	260
261	261
262	262
263	263
264	264
265	265
266	266
267	267
268	268
269	269
270	270
271	271
272	272
273	273
274	274
275	275
276	276
277	277
278	278
279	279
280	280
281	281
282	282
283	283
284	284
285	285
286	286
287	287
288	288
289	289
290	290
291	291
292	292
293	293
294	294
295	295
296	296
297	297
298	298
299	299
300	300

Obr. 5.26 Logistická regrese

Závěrečná kontrola spolehlivosti obou modelů na testovacích datech ukázala, že námi použitá predikce s využitím stromových algoritmů (gradient boosting) je skutečně mírně spolehlivější než predikce na základě logistické regrese.

Závěr

Konstrukce poměrového skóre artové preference umožnil charakterizovat artového diváka na základě znalosti arbitrárně konstruovaného vzorku artových titulů z nedávné distribuční nabídky. Rozložení skóre indikuje, že u artových diváků převládá tzv. všežravý vkus, tzn. že mají rádi i komerční produkci. Preference artového filmu převyšuje preferenci komerčního filmu pouze u nejextrémnějších deklarovaných vyznavačů artu.

Explikace prediktivních modelů posloužila jako pomůcka k identifikaci proměnných a interakcí proměnných, které mají nejsilnější vliv na predikci artových preferencí. Explorační přístup s využitím strojového učení nám umožnil najít souvislosti, které jsou do značné míry překvapivé (pozitivní vliv využívání Čsfđ při výběru filmu, negativní vliv oblíbenosti happy endů a dětských a rodinných filmů), a naopak ukázal slabší vliv u některých proměnných, u kterých by se dalo očekávat, že budou mít vyšší vypovídací hodnotu.

6. Doporučení pro tvorbu kulturní politiky v oblasti filmu

Divácký výzkum nemůže nabídnout konkrétní návody k tvorbě a implementaci kulturních politik, ale přináší data, která je zasazují do kontextu kulturní spotřeby, pomáhají vyhodnotit jejich dopady a nastavit jejich změny. Zde shrneme podněty pro kulturní politiku v bodovém přehledu, který poslouží jako příspěvek k již probíhajícím diskusím o systému veřejné podpory audiovize.

1. Poznatky o kulturní „všežravosti“ intenzivních diváků, o smíšeném profilu skupiny „věrných“ návštěvníků kin (fanoušci komerčních i artových filmů) nebo o širokém vnímání „dokumentárního“ filmu (který v pojetí respondentů zahrnuje častěji pořady o historii nebo přírodě na komerčních televizních stanicích či streamovacích službách než autorskou výpověď o společnosti) implikují, že podpora distribuce, marketingu či „designu“ publika by neměla kopírovat tradiční kategorie oddělující „artový“ či „festivalový“ nebo „dokumentární“ film na jedné straně a „komerční“ tvorbu na straně druhé.
2. Cílená podpora autorské neboli tzv. artové či festivalové tvorby přesto opodstatněná je a může těžit z poznatků o faktorech preferencí artových filmů z datově-explorační části této studie, např. z pozitivních korelací s používáním uživatelských databází a poslechem podcastů a z negativních korelací s komerčním televizním vysíláním. Tyto poznatky by mohl využít např. speciální dotační okruh na podporu online marketingu či designu publika (nejen artových filmů).
3. Varovné signály lze vyčíst z tendence nevyhledávat českou produkci a stahovat pirátské kopie z úložišť u nejvzdělanější a nejmladší skupiny diváků („technofilní-kosmopolitní“), která je zároveň „nadějí“ pro budoucnost české kinematografie, protože nejenže ocení kvalitní tvorbu a chodí často do kina, ale zároveň se do kin nejčastěji vracela po jejich znovuotevření během pandemie. Tito vybíraví diváci, kteří opouštějí tradiční televizní vysílání, nejčastěji ze všech skupin sledují zahraniční seriály typu *Narcos* a *Hra na oliheň* a zároveň deklarují nejmenší vliv tradičních forem televizní či outdoorové reklamy, a naopak největší vliv uživatelských databází typu Čsfid. Česká mainstreamová produkce typu tzv. lifestyleových komedií u nich nemá šanci (viz např. nejnižší míra znalosti i obliby u titulu *Ženy v běhu*). Pokud ale navzdory velmi slabému zájmu o českou produkci přeci jen zhlédnou český festivalový film (např. tvorbu Václava Kadrnky) nebo český seriál poučený mezinárodními trendy v oblasti tzv. quality TV (*Zrádci* nebo *Bez vědomí*), líbí se jim více než většině ostatních skupin. Tvůrci kulturních politik by tedy měli klást větší důraz na začleňování české produkce do kontextu mezinárodních kulturních trendů, na její cílenější propagaci přes komunikační kanály blízké mladé online generaci, a zároveň rozšířit systém podpory o kvalitní seriálovou produkci. Nejvyšší hodnoty, které skupina „technofilní-kosmopolitní“ vykazuje v oblasti videoher a krátkého online obsahu, zase vypovídají o potřebnosti podpory herního vývoje a krátkoformátových webseriálů typu *#martyisdead*.
4. Nejvášnivější filmoví fanoušci a nejintenzivnější návštěvníci kin jsou zároveň nejintenzivnějšími diváky zahraničních seriálů a uživateli streamovacích služeb typu Netflix a HBO Max, a naopak relativně vlažnými diváky domácího televizního vysílání. Tvůrci kulturních politik by tedy měli podpořit spolupráci českých filmařů s mezinárodními VOD službami, které výhledově budou produkovat český původní

obsah, včetně žánrového a kosmopolitnějšího rozměru tohoto typu tvorby, a brát relativně menší ohledy na zájmy domácích televizních vysílatelů (nikoli je ovšem opomíjet, protože tito dosud jsou a jistě ještě dlouho budou největšími financiéři českého filmu a zároveň mají zásadní význam pro starší generace). Toho lze dosáhnout efektivní implementací evropské směrnice o audiovizuálních mediálních službách, která členskými zeměmi umožňuje zavést finanční povinnosti pro nadnárodní VOD služby, tedy jednak příspěvky do audiovizuálních fondů, jednak přímé investiční povinnosti (tj. povinnost vyrábět české filmy a TV seriály v objemu odpovídajícím určitému podílu z výnosů těchto služeb na domácím trhu).

5. Některé evropské státy se pokoušejí chránit kinodistribuční okno před tlakem VOD služeb na jeho zkracování nebo eliminování. Data z tohoto výzkumu nedokládají velký význam časového odstupe mezi premiérovým uvedením titulu v kinech a jeho uvedením v televizním vysílání nebo katalogích VOD služeb (tedy faktor „čekání na novinku, o které se mluví“, nehraje při rozhodování mezi domácím sledováním a návštěvou kina větší roli než např. technická kvalita projekce). Vysoká intenzita stahování či streamování pirátských kopií u intenzivních a náročných kinodiváků naopak napovídá, že zkracování či větší flexibilita oken by mohly být prospěšným stimulem ve smyslu celkového objemu spotřeby kvalitní domácí tvorby.
6. Proměnlivost a vnější ovlivnitelnost diváckého chování z doby pandemie, jak ji ukázala kvantitativní data o navštěvování kin a související fokusní skupiny, si žádá zavedení systematictějšího a periodicky opakovaného výzkumu diváků napříč mediálními typy.
7. Další oblasti či témata kulturní politiky, které by mohly z výsledků tohoto výzkumu čerpat, uvádíme jen výčtově: podpora tvorby pro děti a mládež, a naopak pro starší věkové skupiny; podpora divácké participace, která se ukázala jako nízká (viz sekce dotazníku věnovaná fanouškovským aktivitám); vyhodnocení efektivity různých forem propagace a kulturní osvěty; dopady jednorázových kulturních iniciativ z doby pandemie (např. virtuální festivaly).

Literatura

- Changsong, Wand, Lucyann Kerry, Rustono Farady Marta. (2021). Film distribution by video streaming platforms across Southeast Asia during COVID-19. *Media, Culture & Society*, 43(8): 1542–1552. DOI:10.1177/01634437211045350
- CNC (Centre national du cinéma et de l'image animée). (2022). *Pourquoi les Français vont-ils moins souvent au cinéma?* <https://www.cnc.fr/documents/36995/1617915/Etude+-+Pourquoi+les+Français+vont+ils+moins+souvent+au+cinéma.pdf/a50360fb-ac02-b86b-74c6-75fab3433af7?t=1653296035510>
- de Valck, Marijke, Antoine Damiens. (2020). Film festivals and the first wave of COVID-19: Challenges, opportunities, and reflections on festivals' relations to crises. *Necsus*, December 6. <https://necsus-ejms.org/film-festivals-and-the-firstwave-of-covid-19-challenges-opportunities-and-reflection>
- Filmförderungsanstalt. (2022). Kino in Corona-Zeiten Aktuelle – Daten und Entwicklungen zum deutschen Kinomarkt – Präsentation von Frank Völkert bei dem Fachkongress "KINO 2022" in Baden-Baden. <https://www.ffa.de/download.php?f=12cb90671ede56da462c3c6e7f5dfe61&target=0>
- Hanzlík, Jan, Ewa Mazierska. (2021). Eastern European film festivals: streaming through the covid-19 pandemic. *Studies in Eastern European Cinema* 13(1): 35–55. DOI: 10.1080/2040350X.2021.1964218
- Hobbins-White, Phil, Brad Limov. (2020). SXSW, Amazon, and the Difficulty of Staging an Exclusive Event Online. *Necsus* 9 (2): 329–338. <https://doi.org/10.25969/mediarep/15325>
- Horeck, Tanya. (2021). "Netflix and Heal": The Shifting Meanings of Binge-Watching during the COVID-19 Crisis. *Film Quarterly* 75(1): 35–40. DOI: 10.1525/fq.2021.75.1.35
- Horowitz, Minna Aslama, Ritva Leino. (2020). "Pandemic and Public Service Media: Lessons from Finland." *Baltic Screen Media Review* 8(1): 18–28.
- Hrnčíř, Martin (2021). Situace podle provozovatelů kin není katastrofální. „Dobré vyhlídky ale nemáme,“ říkají. *iRozhlas*, 27. října 2021. https://www.irozhlas.cz/kultura/film/navstevnost-kin-duna-zatopek-neni-cas-zemrit-karel_2110271837_hrc
- Mikos, Lothar. (2020). Film and Television Production and Consumption in Times of the COVID-19 Pandemic – The Case of Germany. *Baltic Screen Media Review* 8(1): 30–34.
- Ofcom. (2021). *Media nations: UK 2021*. https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0023/222890/media-nations-report-2021.pdf
- Polski Instytut Sztuki Filmowej. (2021). Segmentacja widzów kina w Polsce. <https://pisyf.pl/badania-i-analazy/>
- Prokop, Daniel, Lucie Marková, Jana Cahlíková, Vojtěch Bartoš, Julie Chytilová, Michal Bauer, Kristína Zákopčaníková, Miroslav Veith. (2022). *Život během pandemie*. Jak velké starosti nám dělá pandemie? <https://zivotbehempandemie.cz/obavy-epidemie>.
- Richards, Stuart, and Jessica Pacella. (2022). "We need to keep making stuff, regardless of what the situation is": creativity and the film festival sector during COVID-19. *Arts and the Market*. Ahead-of-print. DOI: 10.1108/AAM-11-2021-0061
- Sheth, Jagdish (2020). Impact of Covid-19 on consumer behavior: Will the old habits return or die? *Journal of Business Research* 117, 280–283. DOI: 10.1016/j.jbusres.2020.05.059.
- Sterritt, David. (2020). Virtual Cinema. *Quarterly Review of Film and Video* 37 (6): 505–507. DOI: 10.1080/10509208.2020.1772655.

- Taylor, Steven, Caeleigh A. Landry, Michelle M. Paluszek, Thomas A. Fergus, Dean McKay, and Gordon J. G. Asmundson. (2020). COVID Stress Syndrome: Concept, Structure, and Correlates. *Depression and Anxiety* 37 (8): 706–714. DOI: 10.1002/da.23071.
- Unie filmových distributorů. 2022a. Měsíční výsledky.
<https://www.ufd.cz/files/article/98/mesicnivysledky.xls>
- Unie filmových distributorů. 2022b. Česká republika – základní údaje o filmovém trhu.
<https://www.ufd.cz/prehledy-statistiky>
- Unie filmových distributorů. 2022c. Premiéry 2021.
<https://www.ufd.cz/files/article/53/premiery2021.xlsx>
- Unie filmových distributorů. 2022d. Premiéry 2019.
<https://www.ufd.cz/files/article/53/premiery2019.xlsx>

Příloha č. 1: Dotazník

REG. Automatické zařazení okresu do kraje:

1. Praha
2. Středočeský
3. Jihočeský
4. Plzeňský
5. Karlovarský
6. Ústecký
7. Liberecký
8. Královéhradecký
9. Pardubický
10. Vysočina
11. Jihomoravský
12. Olomoucký
13. Zlínský
14. Moravskoslezský

VMB. Jaká je velikost Vašeho místa bydliště?

1. do 999 obyvatel
2. 1 000 až 4 999 obyvatel
3. 5 000 až 19 999 obyvatel
4. 20 000 až 99 999 obyvatel
5. 100 000 a více obyvatel

S01. Pohlaví respondenta

TAZ.: Otázku nečtěte, jen vyznačte správnou odpověď.

1. Muž
2. Žena

AGE. Kolik je Vám let?

TAZ.: Věk vypište do rámečku číslicemi.

TAZ.: Automatické zařazení do věkových kategorií:

1. 15–24 let
2. 25–34 let
3. 35–44 let
4. 45–54 let
5. 55–64 let
6. 65–74 let
7. 75 let a více

INT01. Jak často Vy osobně používáte internet (je jedno kde)?

TAZ.: Přečtěte všechny možnosti odpovědi a pak nechejte respondenta vybrat jednu z nich.

1. Denně, téměř denně

2. Méně často
3. Vůbec

EDU. Jaké je Vaše nejvyšší ukončené vzdělání?

TAZ.: Vyberte pouze jednu odpověď.

1. Základní
2. Vyučen/ Střední škola bez maturity
3. Středoškolské s maturitou
4. Vyšší odborné
5. Vysokoškolské

EDUTYP. Jak byste charakterizoval(a) své vzdělání?

TAZ.: Vyberte pouze jednu odpověď. Pokud platí více možností, ať zvolí tu, která je nejbližší jeho/její profesi.

1. Technické
2. Ekonomické
3. Společenskovední nebo právní
4. Humanitní nebo umělecké
5. Přírodovědní
6. Lékařské
7. Jiné, vypište:

STATUS. Jaké je Vaše pracovní zařazení?

1. zaměstnanec / zaměstnankyně
2. soukromý(á) podnikatel(ka) (práce na živnostenský list, OSVČ...)
3. student / žák / učeň
4. důchodce
5. nezaměstnaný
6. ostatní (rodičovská dovolená, v domácnosti, apod.)

HHSIZE. Kolik ve Vaší domácnosti žije:

1. Děti ve věku 0 až 2 roky (včetně):
2. Děti ve věku 3 až 8 let:
3. Děti ve věku 9 až 14 let:
4. Mladistvých ve věku 15 až 17 let:
5. Dospělých ve věku 18 a více let:

ROD. Jste rodičem nebo pěstounem dítěte/děti ve věku 3–14 let, které s Vámi žije/žijí v domácnosti?

TAZ.: Přečtěte všechny možnosti a запиšte vybranou odpověď.

1. Ano
2. Ne

V01. Jaký je Váš rodinný/partnerský stav?

TAZ.: Přečtěte všechny možnosti a запиšte vybranou odpověď.

1. Mám partnera/partnerku a žiji s ním / s ní v jedné domácnosti

2. Mám partnera/partnerku, ale nežiji s ním / s ní v jedné domácnosti
3. Nemám partnera/partnerku

V02. Jak často se věnujete následujícím aktivitám?

TAZ: Čtete jednotlivé možnosti v rádcích a u každé vyznačte odpověď (tj. v každém řádku jedna odpověď).

1. Často
 2. Občas
 3. Zřídka
 4. Nikdy
-
- a) Aktivní pohyb
 - b) Chůze v přírodě
 - c) Malování
 - d) Dívání se na filmy online
 - e) Dívání se na seriály online
 - f) Dívání se na televizi
 - g) Dívání se na sportovní utkání v televizi, na počítači, tabletu či jiném zařízení
 - h) Dívání se na sportovní události za osobní účasti (např. na stadionu, ve sportovní hale)
 - i) Návštěvy restaurací/večeře v restauracích
 - j) Posezení v hospodě
 - k) Hraní počítačových her
 - l) Hraní na hudební nástroj
 - m) Čtení knih
 - n) Hraní deskových her
 - o) Domácí tvoření (např. šití, pletení, výroba šperků či dekorací)
 - p) Návštěvy divadel
 - q) Návštěvy kin
 - r) Výlety na hrady-zámky
 - s) Návštěvy výstav umění
 - t) Sledování současného výtvarné umění
 - u) Práce na zahradě
 - v) Kutilství, péče o dům
 - w) Rybaření
 - x) Cestování po České republice
 - y) Cestování do zahraničí
 - z) Návštěva popových či rockových koncertů nebo muzikálů
 - aa) Návštěva koncertů vážné hudby, opery, baletu či tanečního představení

V03. Odhadněte prosím, kolik knih jste přečetl(a) za poslední rok?

TAZ.: Přečtete všechny možnosti a запиšte vybranou odpověď.

1. Žádnou
2. 1–2 knihy
3. 3–5 knih
4. 6–9 knih

5. 10 knih a více

V04. Odhadněte prosím, kolikrát za rok jste před pandemií COVID-19 šel/šla do kina?

TAZ.: Přečtete všechny možnosti a запиšte vybranou odpověď.

1. Nikdy
2. 1–2krát
3. 3–5krát
4. 6–9krát
5. 10krát a více

V05. Odhadněte prosím, kolikrát jste šel/šla do kina poté, co byla kina letos znovu otevřena?

TAZ.: NENABÍZEJTE ŽÁDNÉ ODPOVĚDI. Nechte respondenta/ku spontánně hovořit a zaznamenejte odpověď.

NENABÍZET: Nepamatuje si

V06. O jaký film či o jaké filmy po znovuotevření kin šlo? Zaškrtněte prosím všechny relevantní odpovědi.

TAZ: Možnost více odpovědí.

1. Nový český hraný film
2. Nový americký hraný film
3. Nový evropský hraný film
4. Nový zahraniční hraný film (mimo USA a Evropu)
5. Nový dokumentární film
6. Nový animovaný film
7. Film starší než dva roky
8. Nevím / nepamatuji si

V08. Kterým z následujících aktivit se ve svém volném čase věnujete na internetu?

TAZ: Čtete jednotlivé možnosti v rádcích a u každé vyznačte odpověď (tj. v každém řádku jedna odpověď).

1. Denně
 2. Alespoň jednou týdně
 3. Několikrát do měsíce
 4. Několikrát do roka
 5. Vůbec
-
- a) Sledování filmů a seriálů na předplacených službách (Netflix, HBO Go, Amazon Prime, Voyo apod.)
 - b) Sledování filmů zaplacených jednotlivě (iTunes apod.)
 - c) Sledování neplacených videí (např. Youtube)
 - d) Sledování nebo stahování filmů a seriálů ze stránek typu Uloz.to, Datoid, Přehrajto, Sledujteto, PirateBay apod.
 - e) Sledování televizního vysílání na internetu
 - f) Sledování youtuberů, influencerů či celebrit
 - g) Hraní online her
 - h) Poslech podcastů

i) Sledování erotického obsahu

V09. Jak moc souhlasíte nebo nesouhlasíte s následujícími výroky?

TAZ: Čtete jednotlivé možnosti v rádcích a u každé vyznačte odpověď (tj. v každém řádku jedna odpověď).

1. Rozhodně souhlasím
 2. Spíše souhlasím
 3. Spíše nesouhlasím
 4. Rozhodně nesouhlasím
 5. Nevím
-
- a) Počítače a podobné technologie neumím příliš používat.
 - b) Je pro mě snadné najít a sledovat filmy a seriály, které běžné televizní stanice nenabízí.
 - c) Pro diváky jako já jsou služby jako Netflix nebo HBO GO příliš složité na používání.
 - d) Baví mě seznamovat se a hrát si s technologickými novinkami.
 - e) Umím použít VPN, abych získal film z online služby nedostupné v ČR

V10. Napište prosím, do jaké míry o Vás platí následující výroky ohledně televizního vysílání.

TAZ: Čtete jednotlivé možnosti v rádcích a u každé vyznačte odpověď (tj. v každém řádku jedna odpověď).

1. Zcela ano
 2. Spíše ano
 3. Spíše ne
 4. Vůbec ne
-
- a) Televizní vysílání vůbec nesleduji.
 - b) Když jsem doma, tak mám většinou puštěnou televizi (či televizní vysílání na internetu).
 - c) Mám svou oblíbenou televizní stanici, kterou výrazně upřednostňuji.
 - d) Dívám se na televizní vysílání, i když je tam něco, co se mi úplně nelíbí.
 - e) Pečlivě si vybírám, na co se budu dívat.

V11. Které typy televizních pořadů nebo online videí nejčastěji sledujete v televizi nebo na internetu?

Vyberte maximálně 5 podle pořadí důležitosti.

TAZ: Možnost max. 5 odpovědí.

1. Nesleduji žádné televizní pořady ani online videa
2. Televizní zprávy
3. Dokumentární filmy
4. Sportovní přenosy
5. České hrané filmy
6. Zahraniční hrané filmy

7. Zábavní televizní pořady (reality show, talk show, talentové soutěže, např. Všechnopárty či Show Jana Krause, Výměna manželek, Československo má talent)
8. Hudební televizní pořady
9. České televizní seriály
10. Zahraniční televizní seriály
11. Publicistické televizní pořady (např. 168 hodin či Střepiny)
12. Vzdělávací televizní pořady (např. Historie.cs, Koření, Top Gear)
13. Koncerty a divadelní představení (např. na ČT Art)
14. Videoblogy, Youtubery, videa influencerů a slavných osobností
15. Krátká zábavná online videa (webseriály, talk show, sestřihy nejlepšího, humorné scénky, domácí mazlíčci, videoklipy, trailery aj.)
16. Krátká poučná online videa (internetové zpravodajství a publicistika, rozhovory s osobnostmi, věda a technika, zdraví, cestování, rady a tipy, návody, rozbalování produktů)

V12. Které z následujících televizních kanálů sledujete nejčastěji? (Ptáme se na sledování televizního vysílání, NEZAŠKRTÁVEJTE, pokud sledujete pořady těchto stanic pouze na internetu přes streamovací služby typu HBO GO, iVysílání, Voyo apod.)

Vyberte maximálně 5 podle pořadí důležitosti.

TAZ: Možnost max. 5 odpovědí podle pořadí důležitosti.

1. Česká televize – ČT1, ČT2, ČT D
2. Česká televize – ČT Art
3. Česká televize – ČT 24
4. TV Nova (Nova, Nova2, Nova Gold)
5. Televize Prima (Prima, Prima Cool, Prima Star, Prima ZOOM)
6. CNN Prima News
7. TV Barrandov
8. Neplacené televizní kanály zaměřené hlavně na filmy nebo seriály (Nova Cinema, Nova Action, Prima MAX, Prima Crimi)
9. HBO (HBO, HBO2, HBO3) a Cinemax (Cinemax, Cinemax 2)
10. Jiné placené kanály zaměřené na hrané filmy nebo seriály (AMC, AXN, CS Film, FilmBox, Film+, Film Europe, Joj Cinema)
11. Placené kanály zaměřené na děti (Disney Channel, Cartoon Network, Minimax, Nicktoons)
12. Placené kanály zaměřené na dokumenty (Discovery Channel, National Geographic, Viasat, CS History, CS Mystery)
13. Televize Seznam
14. Hudební TV kanály
15. Erotické kanály
16. Sportovní kanály
17. Jiné, vypište:

V13. Které z následujících služeb videa na vyžádání (VOD) využíváte při sledování filmů a seriálů na internetu?

Vyberte maximálně 5 podle pořadí důležitosti.
TAZ: Možnost max. 5 odpovědí podle pořadí důležitosti.

1. Nesleduji filmy ani seriály na internetu
2. YouTube
3. YouTube Premium
4. Stream a Televizeznam.cz
5. Netflix
6. iVysílání (online videoarchiv České televize)
7. iPrima (online videoarchiv pořadů TV Prima)
8. O2TV Videotéka
9. HBO Go
10. Nova Plus (online videoarchiv televize Nova)
11. Google Play
12. Mall.TV
13. Voyo
14. Apple TV+
15. Kuki
16. Prima Videopůjčovna
17. iTunes
18. Amazon Prime Video
19. Disney+
20. Hulu
21. Aerovod
22. Edisonline
23. DAFilms.cz
24. Rakuten
25. Jiné, vypište:

V14. Pokud některé noviny či zpravodajské servery pravidelně čtete alespoň jednou týdně, které to jsou?

Vyberte prosím všechny možnosti, které pro Vás platí.

TAZ: Možnost více odpovědí.

1. Žádné noviny ani zpravodajské servery pravidelně nečtu
2. Mladá fronta DNES/idnes.cz
3. Lidové noviny/lidovky.cz
4. Hospodářské noviny/ihned.cz
5. Právo
6. Aktuálně.cz
7. Respekt
8. iRozhlas
9. Reflex
10. Deník
11. Novinky

12. Seznam zprávy
13. Týden
14. Forbes
15. Euro.cz
16. Deník N
17. A2larm
18. Parlamentní listy
19. Echo 24
20. Blesk
21. Aha!
22. Super
23. Extra.cz
24. Expres
25. Deník Referendum
26. Zahraniční noviny či zpravodajské servery
27. Jiné, vypište:

Nyní se zaměříme na filmy a seriály.

V15. Jaký typ tvorby podle zemí původu máte nejraději?

TAZ: Čtete jednotlivé možnosti v rádcích a u každé vyznačte odpověď (tj. v každém řádku jedna odpověď).

1 – Nezajímá mě / nesleduji

2

3

4

5

6

7 – Mám velmi rád(a)

1. České filmy
2. České seriály
3. Evropské filmy (kromě českých a slovenských)
4. Evropské seriály (kromě českých a slovenských)
5. Americké filmy (z USA a Kanady)
6. Americké seriály (z USA a Kanady)
7. Asijské filmy
8. Asijské seriály
9. Jihoamerické filmy
10. Jihoamerické seriály
11. Jiné, vypište:

V16. Který z následujících žánrů máte nejraději?

TAZ: Čtete jednotlivé možnosti v rádcích a u každé vyznačte odpověď (tj. v každém řádku jedna odpověď).

1 – Nezajímá mě / nesleduji

2

3

4

5

6

7 – Mám velmi rád(a)

1. Komedie
2. Drama
3. Thriller
4. Horor
5. Akční
6. Dobrodružný
7. Válečný
8. Romantický
9. Sci-fi, fantasy, mysteriózní
10. Animované
11. Adaptace komiksů
12. Sportovní
13. Dokumentární
14. Dětské a rodinné filmy, pohádky
15. Krimi, detektivní
16. Historický, životopisný
17. Hudební, muzikály
18. Artové a experimentální
19. Erotický

V17. Označte, zda jste viděl(a) uvedené filmy, případně zda jste o nich slyšel(a).

TAZ: Čtete jednotlivé možnosti v rádcích a u každé vyznačte odpověď (tj. v každém řádku jedna odpověď).

Dejte respondentovi k nahlédnutí plakáty.

1. Viděl(a) jsem
 2. Neviděl(a) jsem, ale slyšel(a) jsem o něm
 3. Nevím o něm
-
- a) Ženy v běhu
 - b) Po čem muži touží
 - c) Avengers: Endgame
 - d) Jurský svět: Zánik říše
 - e) Ledové království II
 - f) Hotel Transylvánie 3: Příšerózní dovolená
 - g) Čertí brko
 - h) Čertoviny
 - i) Tenkrát v Hollywoodu

- j) Bohemian Rhapsody
- k) Vlastníci
- l) Prezident Blaník
- m) Anette
- n) Parazit
- o) Dálava
- p) V síti
- q) Kurz manželské touhy
- r) Duna

V18. Označte, jak se Vám tyto filmy líbily.

TAZ: Čtete jednotlivé možnosti v rádcích a u každé vyznačte odpověď (tj. v každém řádku jedna odpověď).

1. Velmi se mi líbil
 2. Spíše se mi líbil
 3. Spíše se mi nelíbil
 4. Velmi se mi nelíbil
 5. Nepamatuji si
-
- a) Ženy v běhu
 - b) Po čem muži touží
 - c) Avengers: Endgame
 - d) Jurský svět: Zánik říše
 - e) Ledové království II
 - f) Hotel Transylvánie 3: Příšerózní dovolená
 - g) Čertí brko
 - h) Čertoviny
 - i) Tenkrát v Hollywoodu
 - j) Bohemian Rhapsody
 - k) Vlastníci
 - l) Prezident Blaník
 - m) Anette
 - n) Parazit
 - o) Dálava
 - p) V síti
 - q) Kurz manželské touhy
 - r) Duna

V19. Označte, zda jste sledoval(a) uvedené seriály, případně zda jste o nich slyšel(a).

TAZ: Čtete jednotlivé možnosti v rádcích a u každé vyznačte odpověď (tj. v každém řádku jedna odpověď).

Dejte respondentovi k nahlédnutí plakáty. „Sleduji či viděl(a) jsem celé“ zaškrtněte i tehdy, když respondent(ka) viděl(a) pouze 1 sérii (sezónu, rok) daného seriálu.

1. Sleduji či viděl(a) jsem celé

2. Viděl(a) jsem pouze část seriálu
3. Neviděl(a) jsem, ale slyšel(a) jsem o něm
4. Nevím o něm

- a) Ulice
- b) Ordinace v růžové zahradě
- c) Slunečná
- d) Osada
- e) Zasněná láska
- f) Dva a půl chlapa
- g) Sběratelé kostí
- h) SpongeBob v kalhotách
- i) Simpsonovi
- j) Mlsné medvědí příběhy
- k) Kriminálka 5. C
- l) Narcos
- m) Hra o trůny
- n) Papírový dům (La casa de papel / Money Heist)
- o) Hra na oliheň (Squid Game)
- p) Zrádci
- q) Bez vědomí
- r) Ochránce

V20. Označte, jak se Vám tyto seriály líbily.

TAZ: Čtete jednotlivé možnosti v rádcích a u každé vyznačte odpověď (tj. v každém řádku jedna odpověď).

1. Velmi se mi líbil
2. Spíše se mi líbil
3. Spíše se mi nelíbil
4. Velmi se mi nelíbil
5. Nepamatuji si

- a) Ulice
- b) Ordinace v růžové zahradě
- c) Slunečná
- d) Osada
- e) Zasněná láska
- f) Dva a půl chlapa
- g) Sběratelé kostí
- h) SpongeBob v kalhotách
- i) Simpsonovi
- j) Mlsné medvědí příběhy
- k) Kriminálka 5. C
- l) Narcos

- m) Hra o trůny
- n) Papírový dům (La casa de papel / Money Heist)
- o) Hra na oliheň (Squid Game)
- p) Zrádci
- q) Bez vědomí
- r) Ochránce

V21. Označte, zda znáte uvedeného režiséra / uvedenou režisérku, případně zda jste o něm/ní slyšel(a).

TAZ: Čtete jednotlivé možnosti v rádcích a u každé vyznačte odpověď (tj. v každém řádku jedna odpověď).

1. Zním jeho/její tvorbu
2. Jeho/její tvorbu neznám, ale slyšel(a) jsem o něm/ní
3. Nevím o něm/ní

- a) Filip Renč
- b) Zdeněk Troška
- c) J. J. Abrams [čti džež džež ebrms]
- d) Gore Verbinski
- e) Quentin Tarantino
- f) Woody Allen
- g) Terrence Malik
- h) Harmony Korine
- i) Jan Svěrák
- j) Bohdan Sláma
- k) Petr Václav
- l) Václav Kadrnka
- m) Pedro Almodóvar
- n) Paweł Pawlikowski
- o) Radu Jude
- p) Yorgos Lanthimos
- q) Ingmar Bergman
- r) Federico Fellini
- s) Erika Hníková
- t) Vít Klusák

V22. Označte, jak se vám tvorba tohoto režiséra / této režisérky líbí.

TAZ: Čtete jednotlivé možnosti v rádcích a u každé vyznačte odpověď (tj. v každém řádku jedna odpověď).

1. Velmi se mi líbí
2. Spíše se mi líbí
3. Spíše se mi nelíbí
4. Velmi se mi nelíbí

- a) Filip Renč
- b) Zdeněk Troška
- c) J. J. Abrams [čti džej džej ebrms]
- d) Gore Verbinski
- e) Quentin Tarantino
- f) Woody Allen
- g) Terrence Malik
- h) Harmony Korine
- i) Jan Svěrák
- j) Bohdan Sláma
- k) Petr Václav
- l) Václav Kadrnka
- m) Pedro Almodóvar
- n) Paweł Pawlikowski
- o) Radu Jude
- p) Yorgos Lanthimos
- q) Ingmar Bergman
- r) Federico Fellini
- s) Erika Hníková
- t) Vít Klusák

V23. Jak se nejraději díváte na nové zahraniční filmy a seriály?
TAZ.: Přečtěte všechny možnosti a запиšte vybranou odpověď.

1. Zahraniční filmy a seriály nesleduji
2. Preferuji český dabing
3. Preferuji české titulky
4. Preferuji původní znění s anglickými titulky
5. Preferuji původní znění s titulky v jiném jazyce; jakém:
6. Preferuji původní znění bez titulků

V24. Když se chcete podívat na film nebo seriál, podle jakých informací se rozhodujete?
Seřadte prosím: 1 – první místo, 2 – druhé místo, 3 – třetí místo.
TAZ: Možnost max. 3 odpovědí podle pořadí důležitosti.

1. Doporučení od přátel a známých, rodiny
2. Doporučení na sociálních sítích (influenceri, skupiny na sítích), jiná online fóra
3. Reklama v časopisech
4. Trailer v kině, plakáty a další reklamní dekorace v kině
5. Trailer nebo ukázka z filmu na internetu
6. Televizní reklama
7. Reklama venkovní neboli outdoorová (plakáty, billboardy, reklama v MHD atd.)
8. Recenze či videorecenze profesionálních recenzentů v médiích
9. Uživatelského hodnocení na databázích (např. ČSFD)

10. Žebříčky (např. „10 nejlepších romantických komedií které musíte vidět“, „10 nejlepších seriálů na Netflixu“ apod.)
11. Z nabídek a doporučení streamovacích služeb (obrázky a popisky filmů nebo seriálů, které mi doporučuje např. Netflix nebo HBO Go)
12. Jinými způsoby, vypište:

V25. Pokud se objeví nový film, který Vás zaujme a chcete ho vidět, jakou obvykle zvolíte cestu?

Seřad'te prosím: 1 – první místo, 2 – druhé místo, 3 – třetí místo.

TAZ: Možnost max. 3 odpovědí podle pořadí důležitosti.

1. Tradiční kino
2. Multikino
3. Letní kino
4. Filmový festival/přehlídka
5. Jiné veřejné místo, vypište:
6. Přenosné zařízení (smartphone, tablet, notebook)
7. Domácí neprenosné zařízení (televize, domácí kino, stolní počítač)

V26. Pokud se rozhodnete jít na nový film do kina (spíše než počkat, až bude k dispozici v TV nebo na internetu), jak důležité jsou dané důvody při výběru filmu?

TAZ: Čtete jednotlivé možnosti v rádcích a u každé vyznačte odpověď (tj. v každém řádku jedna odpověď).

1 – Zcela nedůležité

2

3

4

5

6

7 – Velmi důležité

1. O filmu se hodně mluví a já nechci čekat, až bude dostupný v TV nebo na internetu.
2. Do kina většinou jdu, když to navrhne partner/ka či přátelé.
3. Chci se pobavit mimo domov.
4. Kino mi umožní lépe než domácí sledování prožít silné emoce.
5. Chci daný film vidět ve špičkové kvalitě na velkém plátně.
6. Chci vidět film v klidu a nebýt rušen.
7. Mám rád konkrétní kino a jeho prostředí.
8. Návštěva kina je způsob, jak být se svými přáteli.

V27. Pokud se rozhodnete pustit si nový film doma (spíše než jít na něj do kina), jak důležité jsou pro Vás následující důvody?

TAZ: Čtete jednotlivé možnosti v rádcích a u každé vyznačte odpověď (tj. v každém řádku jedna odpověď).

1 – Zcela nedůležité

2
3
4
5
6

7 – Velmi důležité

1. Pro film se rozhodne partner/ka či jiný člen domácnosti a díváme se společně.
2. Nejraději sleduji filmy sám.
3. Chci strávit příjemný čas s partnerem/kou, přáteli nebo rodinou.
4. Je to pohodlnější a rychlejší než jít do kina.
5. Domácí sledování mi umožní lépe než kino prožít silné emoce.
6. U sledování filmu si rád povídám.
7. U sledování filmu rád jím nebo piju.
8. U sledování filmu rád dělám další činnosti (např. vařím, uklízím, cvičím apod.).
9. Vyhovuje mi možnost přerušit sledování, a pak se k němu vrátit.
10. Mám rád své zařízení a místo pro sledování filmů (televizor, domácí projektor, křeslo, gauč, postel atd.).
11. Je to levnější, než platit lístky do kina.
12. Nemusím shánět hlídání (popř. pomoc s jinými pečovatelskými povinnostmi).

V28. Jak moc je pro Vás při návštěvě kina typické:

TAZ: Čtete jednotlivé možnosti v rádcích a u každé vyznačte odpověď (tj. v každém řádku jedna odpověď).

1 – Vůbec o mně neplatí

2
3
4
5
6

7 – Velmi typické

1. Nevybírám si kino ani film, rozhodnutí nechávám na druhých.
2. Vybírám si konkrétní film a až pak kino, ve kterém ho promítají.
3. Chodím pouze do svých oblíbených kin.
4. Jdu do kina a až na místě si ujasním, na který film se tam podívám.
5. Před filmem si kupuji občerstvení.
6. Nenechám si ujít úvodní ukázky z připravovaných filmů.
7. Po konci promítání si sednu v baru kina s partnerem, přáteli nebo rodinou.
8. Návštěvu kina spojuji s návštěvou restaurace.
9. K návštěvě kina mě zláká doprovodná akce (diskuse či přednášky k filmu, tematické občerstvení, apod.).

V29. Vyberte prosím pět nejdůležitějších vlastností, podle kterých si běžně vybíráte filmy ke zhlédnutí.

Zohledněte prosím i pořadí: 1 – nejdůležitější až 5 – nejméně důležité.

TAZ: Možnost max. 5 odpovědí podle pořadí důležitosti.

1. Herecké obsazení
2. Téma/námět
3. Žánr (komedie, drama, akční film, thriller apod.)
4. Ocenění – Oscar, Český lev aj.
5. Země původu, např. český, americký film
6. Produkční společnost (Walt Disney, Warner Brothers, Česká televize, Netflix aj.)
7. Režisér/ka
8. Jiné, vypište:

V30. Dokážete si vybavit reklamu na nějaký film za posledního půl roku? Pokud ano, na jaký film?

TAZ.: NENABÍZEJTE ŽÁDNÉ ODPOVĚDI. Nechte respondenta/ku spontánně hovořit a zaznamenejte odpověď.

1. Vypište vše, co respondent/ka uvede.
2. Žádný/nevzpomíná si

V31. Na jakém vlastním zařízení sledujete nejčastěji celovečerní filmy? Vyberte až 4 zařízení. Seřadte je prosím od nejčastějšího po nejméně časté.

Zohledněte i pořadí: 1 – nejčastěji až 4 – nejméně často.

TAZ: Možnost max. 4 odpovědí podle pořadí důležitosti.

1. Počítač stolní
2. Notebook
3. Smartphone (chytrý telefon)
4. Tablet
5. Televizor / smartTV – vysílání
6. Televizor / smartTV – z internetu
7. DVD/Blu-Ray přehrávač napojený na televizor nebo jiný monitor
8. Domácí kino (projektor)
9. Jiné, vypište:

V32. S kým sledujete nejčastěji celovečerní filmy nebo seriály mimo kino?

Vyberte prosím až 3 možnosti od nejčastější po méně časté.

TAZ: Možnost max. 3 odpovědí podle pořadí důležitosti.

1. Sám doma
2. Sám v dopravním prostředku
3. Sám v práci
4. S partnerem/partnerkou
5. S dítětem/děťmi
6. S rodiči
7. Se sourozenci
8. S kolegy v práci
9. S přáteli

10. Se spolubydlícími

V33. S kým sledujete nejčastěji celovečerní filmy v kině?

Vyberte prosím až 3 možnosti.

TAZ: Možnost max. 3 odpovědí.

1. Sám
2. S partnerem/partnerkou
3. S dítětem/děťmi
4. S rodiči
5. Se sourozenci
6. S kolegy z práce
7. S přáteli

V34. Které z uvedených výroků pro Vás platí?

TAZ: Čtete jednotlivé možnosti v rádcích a u každé vyznačte odpověď (tj. v každém řádku jedna odpověď).

1 – Vůbec o mě neplatí

2

3

4

5

6

7 – Velmi platí

1. Filmy či seriály si často pouštím jako kulisu při jiné činnosti (např. při domácích pracích, jídle, cestování, cvičení, při usínání).
2. Když si pustím film či seriál, tak se soustředím jen na jeho sledování a nedělám nic jiného.
3. Rád se na své oblíbenější filmy a seriály dívám opakovaně v celku.
4. Rád se dívám na ukázky z oblíbených filmů a seriálů.

V35. Co očekáváte od diváckého zážitku – jaký má film či seriál být, aby byl pro Vás osobně zajímavý a přitažlivý?

TAZ: Čtete jednotlivé možnosti v rádcích a u každé vyznačte odpověď (tj. v každém řádku jedna odpověď).

1. Velmi důležité
 2. Spíše důležité
 3. Spíše nedůležité
 4. Velmi nedůležité
 5. Nevím / neumím posoudit
-
- a) Strhující akce
 - b) Vyvolává strach a napětí
 - c) Ve filmu hrají krásní lidé

- d) Známí herci
- e) Realistický obraz současného světa
- f) Krásné kostýmy a dekorace
- g) Krásná hudba nebo písničky
- h) Přináší informace o zajímavých tématech a lidech
- i) Originální způsob vyprávění
- j) Vizuální zážitek (práce s kamerou, ohromující záběry apod.)
- k) Hezké vztahy mezi postavami
- l) Šťastný konec
- m) Laskavý humor

V36. Označte, jak vnímáte sám/sama sebe ve vztahu k Vaším oblíbeným filmům a/nebo seriálům.

TAZ.: Přečtěte všechny možnosti a запиšte vybranou odpověď.

- 1. Obyčejný divák
- 2. Pasivní fanoušek
- 3. Aktivní fanoušek

V37. Zařadil(a) byste se do některé z níže uvedených fanouškovských skupin?

TAZ: Možnost více odpovědí.

- 1. Science fiction
- 2. Fantasy
- 3. Počítačové hry
- 4. Seriály
- 5. Anime
- 6. Komiksy
- 7. Furry (zvířecí postavy s lidskými rysy)
- 8. Steampunk
- 9. Kyberpunk
- 10. Horor
- 11. Akční/bojová umění
- 12. Reality shows
- 13. Filmy pro pamětníky
- 14. Cinefil (milovník filmového umění)
- 15. Konkrétní seriál/film/série/postava (jmenujte):
- 16. Jiná skupina, vypište:
- 17. Do žádné bych se nezařadil(a)

V38. Které činnosti provozujete v souvislosti s vašimi nejoblíbenějšími filmy/seriály?

Vyberte až tři činnosti od nejdůležitější po nejméně důležitou.

TAZ: Možnost max. 3 odpovědí podle pořadí důležitosti.

- 1. Sleduji informace o tvůrcích, hercích a natáčení filmů/seriálů
- 2. Navštěvuji besedy s herci a tvůrci

3. Sbírám předměty spojené s filmy/seriály
4. Poslouchám soundtracky z filmů/seriálů
5. Čtu knihy – předlohy nebo na motivy filmů/seriálů
6. Čtu knihy o tvůrcích nebo hereckých hvězdách
7. Hraju videohry – předlohy nebo na motivy filmů/seriálů
8. Hraju deskové hry na motivy filmů/seriálů
9. Nosím oblečení s tematikou svých oblíbených filmů či seriálů (triko, ponožky, čepice, apod.)
10. Čtu/sleduji fanouškovskou tvorbu na motivy filmů či seriálů (fan fiction, fan art)
11. Diskutuji o seriálech/filmech s přáteli/lidmi na internetu
12. Jsem členem fanouškovských skupin na internetu a účastním se fanouškovských online aktivit
13. (hlasování o oblíbených postavách, filmech, seriálech apod.)
14. Zveřejňuji hodnocení na filmových/seriálových databázích (ČSFD, IMDb, Serialzone apod.)
15. Zveřejňuji hodnocení na jiných databázích než Čsfd (IMDB, Serialzone apod.)
16. Píšu divácké recenze
17. Navštěvuji lokace natáčení filmů/seriálů
18. Vytvářím fanouškovskou tvorbu na motivy filmů či seriálů (fan fiction, fan art)
19. Vytvářím fanziny
20. Účastním se fanouškovských společenských aktivit osobně (setkání, festivalů, conů)
21. Oblékám se do kostýmů na motivy postav z filmů/seriálů (cosplay)
22. Píšu fanouškovské příběhy (fanfiction) na motivy filmů/seriálů
23. Vytvářím kresby nebo jiné umělecké objekty (např. i kostýmy) na motivy filmů/seriálů
24. Účastním se rolových her RPG (Role Playing Game) a/nebo LARP (Live Action Role Playing)
25. Zapojuji se do aktivistických fanouškovských činností (SOS kampaně, charitativní sbírky, fundraisiny nebo crowdfundingy)
26. Prodávám fanouškovské předměty a oblečení
27. Podílím se na pořádání fanouškovských setkání a podobných akcí
28. Jiné aktivity, vypište:
29. Žádnou takovou činnost neprovozuji

V39. K přehrávání filmů a seriálů on-line existuje více možností. Lze využít neautorizovaných uložišť bez nutné registrace (např. Uloz.to, Sledujteto.cz, Datoid.cz, Hellspy, FastShare CZ, Přehraj.to, PirateBay) nebo placených oficiálních služeb (např. Netflix, HBO Go, Amazon Prime, Aerovod). Využíváte neautorizovaná úložiště?

TAZ.: Přečtete všechny možnosti a zapište vybranou odpověď.

1. Ano, za filmy a seriály na oficiálních službách neplatím.
2. Ano, ale stahuji/pouštím si pouze filmy či seriály, které nejsou jinak dostupné.
3. Ano, ale stahuji/pouštím si většinou filmy či seriály, které nejsou dostupné na službách, které mám předplacené.

4. Ne, za filmy či seriály platím na oficiálních službách (Netflix, HBO Go, Amazon Prime, Aerovod apod.).
5. Ne, filmy na internetu nesleduji vůbec.

V40. Jak důležité jsou pro Vás uvedené důvody, proč získáváte filmy či seriály z internetových úložišť (Uloz.to apod.)?

TAZ: Čtete jednotlivé možnosti v rádcích a u každé vyznačte odpověď (tj. v každém řádku jedna odpověď).

1 – Zcela nedůležité

2

3

4

5

6

7 – Velmi důležité

1. Filmy či seriály, které mě zajímají, nejsou jinak dostupné.
2. Je to snadnější než získávání filmů oficiální placenou cestou.
3. Je to levnější než získávání filmů oficiální placenou cestou.
4. Filmový průmysl vydělává dost peněz, není třeba mu platit.
5. Mám obavy z plateb přes internet.

V41. Co by Vás přimělo přestat získávat filmy z neformálních úložišť?

TAZ: Možnost více odpovědí.

1. Lepší nabídka na oficiálních službách.
2. Nižší ceny na oficiálních službách.
3. Snadnější či rychlejší přístup k filmům či seriálům oficiální cestou.
4. Nebezpečí postihu.
5. Jiné, vypište:
6. Nic.

V42. Poslední dva roky výrazně naše chování ovlivnila pandemie a s ní spojená omezení cestování, setkávání či dostupných služeb. Která z následujících tvrzení týkajících se života v pandemii COVID-19, tedy přibližně od března 2020 po současnost, o Vás platí?

TAZ: Čtete jednotlivé možnosti v rádcích a u každé vyznačte odpověď (tj. v každém řádku jedna odpověď).

1. Ano
2. Ne

- a) Sledoval(a) jsem filmy či seriály získané z neautorizovaných internetových úložišť
- b) (např. Uloz.to, PirateBay) více než před pandemií.
- c) Sledoval(a) jsem filmy či seriály z placených online služeb více než před pandemií
- d) (např. Netflix, HBO GO, iTunes).
- e) Sledoval(a) jsem filmy z neplacených oficiálních zdrojů (např. Youtube) více než před pandemií.

- f) Navštívil(a) jsem filmový festival nebo přehlídku.
- g) Navštívil(a) jsem promítání v autokině.
- h) Využil(a) jsem virtuálního kina (projekty Moje kino LIVE, Vaše kino apod.).
- i) Zúčastnil(a) jsem se některého z online filmových festivalů
- j) (např. Mezinárodní festival dokumentárního filmu v Jihlavě).
- k) Vadí mi opatření v kině (povinnost mít nasazený respirátor apod.).
- l) Vadí mi, když lidé nedodržují opatření v kině (povinnost mít nasazený respirátor apod.).
- m) Oproti období před pandemií jsem sledoval(a) více oddechové žánry.
- n) Hodně jsem sledoval(a) filmy či seriály, které mám rád(a), a které jsem již v minulosti viděl(a).

V43. Do jaké míry máte v současnosti obavu chodit do kina kvůli covidu?

TAZ.: Přečtete všechny možnosti a запиšte vybranou odpověď.

1. Nemám obavy z covidu, do kina chodím stejně jako před covidem.
2. Mám mírné obavy z covidu, do kina chodím méně než před covidem.
3. Nemám obavy z covidu, ale nechodím do kina nebo chodím málo kvůli povinnosti mít nasazený respirátor.
4. Mám velké obavy z covidu, do kina kvůli tomu nechodím, i když jsem před pandemií do kina chodil(a).
5. Do kina nechodím, protože jsem si během pandemie zvykl(a) dívat se na filmy doma.
6. Kino jsem nenavštěvoval/a před pandemií a neplánuji to ani teď.

V44. Porovnejte, kolik času za týden jste strávil(a) sledováním filmů a seriálů z online služeb před pandemií:

TAZ.: Přečtete všechny možnosti a запиšte vybranou odpověď.

1. Nesledovala jsem.
2. Méně než 2 hodiny
3. 2–4 hodiny
4. 5–8 hodin
5. Více

V45. A kolik času týdně jste strávil(a) sledováním filmů a seriálů z online služeb po zavedení protipandemických opatření?

TAZ.: Přečtete všechny možnosti a запиšte vybranou odpověď.

1. Nesledovala jsem.
2. Méně než 2 hodiny
3. 2–4 hodiny
4. 5–8 hodin
5. Více

V46. Kolik měsíčně přibližně utratíte za zdroje poskytující stahování a streamování filmů anebo seriálů?

TAZ.: Přečtete všechny možnosti a запиšte vybranou odpověď.

1. 0 Kč
2. 1–100 Kč
3. 101–500 Kč
4. 501–1000 Kč
5. 1001–1500
6. Více než 1500 Kč

V47. Jak dlouho vám trvá dostat se z domova do nejbližšího kina (ať už ho navštěvujete či ne)?

TAZ.: Přečtete všechny možnosti a запиšte vybranou odpověď.

1. Do 15 minut
2. Do 30 minut
3. Do hodiny
4. Více než hodinu
5. Nevím

EK01. Jaký je přibližně ČISTÝ MĚSÍČNÍ PŘÍJEM Vaší domácnosti? Započítejte do něj VŠECHNY TYPY PŘÍJMŮ – z práce všech členů domácnosti, příjmy z pronájmu, důchody, alimenty, přídavky, a dávky. Pokud někdo z Vaší domácnosti platí alimenty, od příjmu je naopak odečtete.

TAZ.: Přečtete všechny možnosti a запиšte vybranou odpověď.

1. Méně než 20.000 Kč
2. 20.000–24.999 Kč
3. 25.000–29.999 Kč
4. 30.000–39.999 Kč
5. 40.000–49.999 Kč
6. 50.000–59.999 Kč
7. 60.000 Kč a více
8. Nechci uvést

V49. Během pandemie se čistý měsíční příjem Vaší domácnosti:

TAZ.: Přečtete všechny možnosti KROMĚ POSLEDNÍ a запиšte vybranou odpověď.

1. Snížil
2. Zvýšil
3. Zůstal přibližně stejný
4. NENABÍZET: Neví / nechce uvést

V50. Představte si, že by se Vaše domácnost dostala do tíživé situace, kdy musí využít všechny své finanční prostředky. Kolik peněz byste v domácnosti mohli za pár dní dát dohromady a použít na její řešení? Zařaďte se prosím do jedné kategorie.

TAZ.: Přečtete všechny možnosti KROMĚ POSLEDNÍ a запиšte vybranou odpověď.

1. Do 10.000 Kč
2. 10.001–50.000 Kč
3. 50.001–200.000 Kč
4. 200.001–500.000 Kč
5. Více než 500.000 Kč
6. NENABÍZET: Neví / nechce uvést

V51. Následující otázky se týkají Vašeho dítěte / vašich dětí ve věku od 3 do 14 let. Pokud je to možné, zavolejte ho / jedno z nich prosím k sobě a při vyplňování dotazníku se jej v doptávejte. Pokud přítomno nebude, pokuste se prosím odpovědi odhadnout.

Bude s Vámi dále vyplňovat dotazník Vaše dítě?

TAZ.: Přečtete všechny možnosti a запиšte vybranou odpověď.

1. Ano
2. Ne

V52. V jakém roce se narodilo dítě, za které / se kterým vyplňujete dotazník?

TAZ.: NENABÍZEJTE ŽÁDNÉ ODPOVĚDI. Nechte respondenta/ku spontánně hovořit a zaznamenejte odpověď.

Vypište vše, co respondent/ka uvede. Pro pokračování dotazníku je nezbytné, aby respondent/ka odpověděl(a).

V53. Jaké je pohlaví tohoto dítěte?

TAZ.: Přečtete všechny možnosti a запиšte vybranou odpověď.

1. Chlapec
2. Dívka

V54. Odhadněte prosím, kolikrát za rok bylo dítě před pandemií COVID-19 v kině.

TAZ.: Přečtete všechny možnosti a запиšte vybranou odpověď.

1. Nikdy
2. 1–2krát
3. 3–5krát
4. 6–9krát
5. 10krát a více

V55. Odhadněte prosím, kolikrát šlo dítě do kina poté, co byla kina letos znovu otevřena?

TAZ.: NENABÍZEJTE ŽÁDNÉ ODPOVĚDI. Nechte respondenta/ku spontánně hovořit a zaznamenejte odpověď.

Vypište vše, co respondent/ka uvede.

NENABÍZET: Neví / nechce uvést

V56. S kým nejčastěji chodí dítě, za které vyplňujete dotazník, do kina?

TAZ.: Přečtete všechny možnosti a запиšte vybranou odpověď.

1. S rodiči (jinými dospělými, kteří mají dítě svěřené do péče),
2. S prarodiči či jinými blízkými dospělými a příbuznými dítěte

3. Se sourozenci bez rodičů
4. Se svými kamarády/kamarádkami
5. Se školou
6. Jiné, vypište:
7. NENABÍZET: Neví / nechce uvést

V57. Porovnejte, kolik času za týden strávilo dítě sledováním filmů a seriálů z online služeb před pandemií:

TAZ.: Přečtete všechny možnosti a zapište vybranou odpověď.

Nesledovalo

Méně než 2 hodiny

2–4 hodiny

5–8 hodin

Více

V58. A kolik času týdně dítě strávilo sledováním filmů a seriálů z online služeb po zavedení protipandemických opatření?

TAZ.: Přečtete všechny možnosti a zapište vybranou odpověď.

Nesledovalo

Méně než 2 hodiny

2–4 hodiny

5–8 hodin

Více

V59. Sleduje dítě televizní vysílání (ať už v televizi či na internetu)?

TAZ: Čtete jednotlivé možnosti v rádcích a u každé vyznačte odpověď (tj. v každém řádku jedna odpověď).

1. Ano
 2. Ne
-
- a) ČT Děčko
 - b) Placené televizní kanály pro děti (Jimjam, Disney Channel, Cartoon Network, Minimax, Nicktoons apod.)
 - c) Televizní kanály, které nejsou zaměřené na děti

V60. S kým nejčastěji sleduje dítě filmy či seriály v domácím prostředí?

Vyberte až 3 možnosti podle pořadí důležitosti.

TAZ: Možnost max. 3 odpovědí podle pořadí důležitosti.

1. Samo
2. S rodiči (jinými dospělými, kteří mají dítě svěřené do péče)
3. Prarodiči či jinými blízkými dospělými a příbuznými dítěte
4. Se sourozenci bez rodičů
5. Se svými kamarády/kamarádkami
6. Jiné, vypište:

V61. Na jaké typy filmů a představení chodí dítě nejčastěji do kina.

TAZ: Možnost více odpovědí.

1. Animovaný český film
2. Animovaný zahraniční film
3. Hraný film pro děti český
4. Hraný film pro děti zahraniční
5. Rodinný film hraný
6. Pásmo krátkých filmů pro děti
7. Film pro dospělé
8. Na jiné, vypište:

V62. Pokud dítě vidí nový film, jakým způsobem ho obvykle vidí?
Seřad'te prosím: 1 – první místo, 2 – druhé místo, 3 – třetí místo.

TAZ: Možnost max. 3 odpovědí podle pořadí důležitosti.

1. Tradiční kino
2. Multikino
3. Letní kino
4. Filmový festival/přehlídka
5. Přenosné zařízení (smartphone, tablet, notebook)
6. Domácí zařízení (televize, domácí kino, stolní počítač)
7. Jiné veřejné místo, vypište:

V63. Na jakém zařízení sleduje Vaše dítě filmy či seriály mimo kino?

TAZ: Možnost více odpovědí.

1. Stolní počítač
2. Notebook
3. Smartphone (chytrý telefon) s připojením na internet
4. Tablet
5. Televizor / smartTV – chytrá televize
6. Domácí kino (projektor)
7. Přehrávač DVD či Blu-Ray
8. Jiné, vypište:

V64. Na jaký typ pořadů se dítě nejčastěji dívá v domácím prostředí (ať už v televizi či na internetu)?

TAZ: Čtete jednotlivé možnosti v řádcích a u každé vyznačte odpověď (tj. v každém řádku jedna odpověď).

- 1 – Vůbec
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7 – Velmi často

1. Animovaný český film
2. Animovaný zahraniční film
3. Hraný film pro děti český
4. Hraný film pro děti zahraniční
5. Rodinný film hraný
6. Animované seriály (např. večerníčky, Kouzelná beruška a černý kocour, Mickeyho klubík, Tlapková patrola, apod.)
7. Hrané seriály pro děti
8. Film pro dospělé
9. Naučné pořady (např. Cestohrátky, Dějiny udatného českého národa, apod.)
10. Zábavní pořady (např. Bludiště, Draci v hrnci, soutěže ve vaření či pečení, apod.)
11. YouTuberská videa
12. Video na sociálních sítích (Twitch, TikTok apod.)
13. Jiné, vypište:

V65. Pokud sleduje dítě pořady na internetu, jaké služby využívá?
TAZ: Možnost více odpovědí.

1. Nesleduje filmy ani seriály na internetu
2. YouTube
3. YouTube Kids
4. YouTube Premium
5. Stream a Televizeznam.cz
6. Netflix
7. iVysílání (online videoarchiv České televize)
8. iPrima (online videoarchiv pořadů TV Prima)
9. O2TV Videotéka
10. HBO Go
11. Nova Plus (online videoarchiv televize Nova)
12. Google Play
13. Mall.TV
14. Voyo
15. Apple TV+
16. Kuki
17. Prima Videopůjčovna
18. iTunes
19. Amazon Prime Video
20. Disney+
21. Hulu
22. Aerovod
23. Edisonline
24. DAFilms.cz
25. Rakuten

26. Jiné, vypište:

V66. Které z uvedených výroků pro Vaše dítě platí a v jaké míře?

TAZ: Čtete jednotlivé možnosti v rádcích a u každé vyznačte odpověď (tj. v každém řádku jedna odpověď).

- 1 – Vůbec to neplatí
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7 – Velmi to platí

1. Pouštím mu/jí filmy nebo seriály, když potřebuji mít klid na práci, řízení auta nebo jinou činnost.
2. Chce se dívat na filmy či seriály, které pro něj/ní nejsou vhodné.
3. Chce se dívat na filmy či seriály déle, než považuji za vhodné, či v nevhodné denní době.
4. Ne vždy vím, na co se dítě dívá.
5. Dívám se na film/seriál společně s dítětem, abychom spolu zážitek sdíleli.
6. O filmech či seriálech, které dítě sleduje, si často spolu povídáme.
7. Filmy či seriály sleduje jako kulisu při jiné činnosti (např. jídle, hraní, surfování na internetu, usínání).
8. Když si pustí film či seriál, tak se soustředí jen na jeho sledování a nedělá nic jiného.
9. Rád(a) se na své oblíbené filmy a seriály dívá opakovaně.
10. Dívá se na filmy či večerníčky, na které jsem se v dětství také díval(a).
11. Nejraději sleduje film/seriál samo doma.
12. Nejraději sleduje film/seriál s rodiči a/nebo sourozenci doma.
13. Nejraději sleduje film s rodiči a/nebo sourozenci v kině.
14. Dítě si samo zjišťuje informace o oblíbeném filmu, seriálu, postavě nebo herci.
15. Vyžaduje hračky, knížky, počítačové hry, oblečení nebo jiné předměty spojené s oblíbeným filmem či seriálem.
16. Převléká se za oblíbenou filmovou/seriálovou postavu.
17. Nejraději sleduje film s kamarády v kině.
18. Nejraději sleduje film s kamarády doma nebo na návštěvě u nich.

V67. Jste to vy, případně druhý rodič dítěte, kdo obvykle vybírá filmy a seriály, na které se dítě dívá?

TAZ.: Přečtete všechny možnosti a zapište vybranou odpověď.

1. Ano, vždy
2. Ano, většinou
3. V méně, než polovině případů
4. Málokdy nebo nikdy (dítě si obvykle vybírá samo)

V68. Podle jakých kritérií filmy nebo seriály pro své dítě vybíráte?

TAZ: Čtete jednotlivé možnosti v rádcích a u každé vyznačte odpověď (tj. v každém řádku jedna odpověď).

1 – Zcela nedůležité

2

3

4

5

6

7 – Velmi důležité

1. Doporučení Vašich přátel
2. Popularita mezi dětmi
3. Postavy filmů známé z her, knížek
4. Film a seriály, které znáte ze svého dětství
5. Plakáty či reklamy
6. Recenze a názory odborníků
7. Ve filmu není zobrazeno násilí
8. Film je český
9. Přání dítěte
10. Film je animovaný
11. Věková doporučení

V69. Jste to vy, případně druhý rodič dítěte, kdo obvykle vybírá kino, kam dítě půjde na film?

TAZ.: Přečtete všechny možnosti a запиšte vybranou odpověď.

1. Ano, vždy
2. Ano, většinou
3. V méně, než polovině případů
4. Málokdy nebo nikdy (dítě si obvykle vybírá samo)

V70. Podle jakých kritérií kino pro dítě vybíráte?

TAZ: Čtete jednotlivé možnosti v rádcích a u každé vyznačte odpověď (tj. v každém řádku jedna odpověď).

1 – Zcela nedůležité

2

3

4

5

6

7 – Velmi důležité

1. Vzdálenost kina od domova
2. Návštěvu kina lze spojit s dalšími činnostmi (např. nakupováním)
3. Kino nabízí doprovodný program pro děti
4. Kino nabízí občerstvení, které má dítě rádo

5. Kino není v obchodním domě
6. Cena vstupenek
7. Rodinné slevy

V71. Jak hodnotíte nabídku všech filmů pro děti v kinech?

TAZ.: Přečtete všechny možnosti a zapište vybranou odpověď.

1. Velmi uspokojivá
2. Spíše uspokojivá
3. Spíše neuspokojivá
4. Velmi neuspokojivá
5. Neznám nabídku filmů pro děti

V72. Nyní se zaměříme jen na české filmy. Jak hodnotíte nabídku českých filmů pro děti v kinech?

TAZ.: Přečtete všechny možnosti a zapište vybranou odpověď.

1. Velmi uspokojivá
2. Spíše uspokojivá
3. Spíše neuspokojivá
4. Velmi neuspokojivá
5. Neznám nabídku českých filmů pro děti

V73. Pokud je nabídka filmů pro děti v kinech neuspokojivá, uveďte prosím, jaký typ filmů vám v ní chybí.

TAZ.: NENABÍZEJTE ŽÁDNÉ ODPOVĚDI. Nechte respondenta/ku spontánně hovořit a zaznamenejte odpověď.

Vypište vše, co respondent/ka uvede.

NENABÍZET: Neví / nechce odpovědět

FG. Měl(a) byste zájem zúčastnit se diskusní skupiny k tématům filmového diváctví? Účast v diskusi bude odměněna 800 Kč. V případě, že byste byl(a) do skupinových diskusí vybrán(a), ozveme se vám s bližšími informacemi. Diskuse bude realizovat firma Median v průběhu druhé poloviny listopadu.

TAZ.: Přečtete všechny možnosti a zapište vybranou odpověď.

1. Ano, měl(a) bych zájem
2. Spíše ano, ale záleželo by na dalších podmínkách
3. Ne, nemám zájem

Příloha č. 2: Scénář hloubkových rozhovorů

Biografický kontext

- Povězte mi prosím něco o sobě.
(věk, vzdělání, obor, místo bydliště, zda s někým sdílejí domácnost)

Úvod

- Popište mi, jak to **probíhalo**, když jste **naposledy sledoval/a film**?
- Vzpomenete si na nějaký **výrazný zážitek ze sledování filmu**?
- Na **jaké filmy** (a **seriály**) se díváte? A **proč** zrovna na tyto?
 - Co si představíte pod pojmem **kvalitní/ dobřej film**?
- **Kde** se na ně běžně díváte?
- **Kino**
 - **Jak často** chodíte do **kina**?
 - **Jaká kina** preferujete?
 - Na **jaké filmy** (typ) chodíte rád/a do kina (ať už český nebo zahraniční)?
Proč zrovna tento?
- Popište mi situaci, kdy jste **naposledy sledoval/a český film**. (**Jaký?**)
- Máte **předplacené** nějaké oficiální **služby**, které používáte ke sledování filmů (*jako například Netflix, HBO GO, Voyo apod.*)?

Kino

- Popište mi, **jakým způsobem se rozhoduje**, na co se půjde?
(*podle čeho + kdo + kdy: recenze, trailer, doporučení kamarádů, podcasty, žánr, čsfđ, imdb, herci, režisér, série jako Marvel, DC, James Bond, herci: ČR/ zahr*)
- Jaký **český film** Vás láká vidět v kině a proč?
- V čem se **kino liší** od dívání se **doma**?
(*dostupnost, přizpůsobování, socializace, intenzita prožitku, kvalita, nerozptylování, prostředí*)
- Ovlivnila nějak **pandemie** to, jak chodíte do kina? (*frekvence, covid strach, opatření*)

Doma

- Když se na filmy díváte doma, **jak to obvykle probíhá**?
 - **Zařízení?** (*TV/ PC/ tablet/ projektor/ mobil*)
 - **Platforma?** (*TV, placené služby (netflix), neplacený stahování i/legal*)
 - **Jaké služby a proč ne/máte předplacené?**
 - **Co dalšího** u sledování filmů **děláte**?
 - Sledujete běžné **televizní vysílání**? Při jakých příležitostech?
- **Jak probíhá rozhodování**, na jaký film se budete dívat?
(*recenze, trailer, doporučení kamarádů, žánr, čsfđ, imdb, herci, režisér, série jako Marvel, DC, James Bond, v případě TV čas vysílání*)
- Při **jakých příležitostech** se díváte na **jaké filmy**?
(*kdy a jak si pustíte když: podkres, soustředěné sledování*)
- Sledujete i **seriály**?
 - **Jak to probíhá**, když sledujete seriál?
 - **V čem** je pro Vás **jiné** sledování filmů a seriálů?
- V čem je dívání se na filmy doma **specifické oproti chození do kina**?
(*kdo rozhoduje, bez lidí, trávení času s blízkou/ým, pohodlí, emočně intenzivnější, možnost povídání, jezení/ pití, dělání dalších věcí, možnost přerušit sledování, vybavení, cena, logistika – např. hlídání*)

Český

- Sledujete české i zahraniční filmy a seriály?
 - Podle čeho volíte, zda zrovna sledovat český, nebo zahraniční film/ seriál?
(Co to pro Vás znamená – potřeby, zařízení, s kým, co u toho udělám)
- V čem je pro Vás jiné sledování českých filmů a seriálů a zahraničních filmů a seriálů?

Artový (skupina artoví diváci)

- Co pro Vás znamená pojem artový/umělecký film?
 - Kdy máte obvykle náladu dívat se víc na artový/dokumentární, kdy na komerční?
(Co to pro Vás znamená – potřeby, zařízení, s kým, co u toho udělám)
 - V čem je pro Vás zajímavé sledovat artové filmy?
 - V čem dokumentární filmy?

Závěr

- Měl by stát podporovat filmovou produkci? Jakých typů filmů?
- Proč se Váš divácký život za dobu pandemie změnil
(míň kino – víc stahování?) (covid/ jiné věci)
 - Ovlivnilo méně časté navštěvování kina za pandemie nějak jiné stránky vašeho života?
 - Co by se muselo stát, abyste opět začal/a chodit do kina více?
 - Jaké místo má návštěva kina/domácí sledování ve
 - vašem partnerském vztahu
 - vztahu k vám samotné/mu
 - vztahu k osobnímu rozvoji
 - vztahu k odpočinku

Příloha č. 3: Scénář focusových skupin

	Moderátor
Zahájení rozhovoru	
<i>a) uvítání</i>	Představení moderátora, Medianu a zadavatele (VŠE pro Státní fond kinematografie)
<i>b) vysvětlení cílů rozhovoru</i>	Tématem našeho setkání jsou vaše zvyky ve sledování filmů v kinech a filmů i seriálů doma
<i>c) pravidla rozhovoru</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Na otázky nejsou správné či špatné odpovědi, jde o osobní postřehy, pocity, potřeby a postoje, není nutné se vzájemně shodnout. • Účast ve výzkumu je anonymní. • Nahrávání diskuse a souhlas respondenta s nahrávkou. • Očekávaná délka trvání diskuze • Máte nějaké otázky k průběhu rozhovoru?
1. Představení účastníka a jeho vztahu k filmu	
<i>Základní informace</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Křestní jméno, kolik vám je let, jaké je vaše zaměstnání, jaká je vaše rodinná situace (manželství, partnerství, děti)
<i>Vztah k filmu</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Čím jsou pro vás filmy? Jaký je váš vztah k filmové tvorbě? Máte rád(a) seriály? Kdy se na filmy a seriály nejčastěji díváte?
2. Sledování filmů v kině	
<i>Návštěva kina</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Zkuste si prosím vzpomenout, kdy jste byl(a) naposledy v kině. Bylo to ještě před pandemií? O jaké kino šlo? Vzpomeňte si prosím, na jakém filmu jste tehdy byl(a). Šel/šla jste tam sám/sama nebo s někým? S kým? Jak na tento zážitek vzpomínáte?
<i>Sociální aspekt návštěvy kina</i>	<ul style="list-style-type: none"> • S kým do kina chodíte nejčastěji? Pokud máte děti, chodíte s nimi do kina často? Probíhá návštěva kina s dětmi výrazně jinak než bez nich? Jak se rozhodujete o výběru filmu, na který půjde vaše dítě? • Navštívil(a) jste někdy filmovou přehlídku nebo festival? Jakou? S kým? Proč jste se rozhodl(a) právě pro tuto akci? • Jaké doprovodné činnosti si spojíte s návštěvou kina?
<i>Srovnání s domácím diváctvím a vliv pandemie</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Jaké jsou pro vás nejdůležitější rozdíly mezi návštěvou kina a sledováním filmu doma? V čem vidíte přínosy sledování v kině oproti sledování v domácnosti? Jaká jsou naopak negativa? Sledujete filmy opakovaně – jak v kině, tak doma? • Pokud jste navštívil(a) kino po vypuknutí pandemie v březnu 2020, byl to jiný zážitek než předtím? V čem je to jiné? Ovlivňuje pandemie vaše rozhodnutí jít/nejít do kina? Jak? • Chyběla vám možnost navštívit kino v době, kdy byla kvůli řešení pandemie covid-19 uzavřená? Co vám chybělo nejvíce? Jak jste si možnost návštěvy kina nahrazovali?

<i>Návrat do kin po pandemii</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● Provozovatelé kin uvádí, že návštěvnost byla i po rozvolnění protipandemických opatření nižší než před pandemií. Navštívíte i vy kino méně než před zavedením těchto opatření? Co by se mělo stát, aby lidé opět začali do kin chodit více? Jaké překážky návštěvnosti vnímáte nejsilněji?
3. Preference podle typů kin	
<i>Hodnocení typů kin podle fotografických ilustrací</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● Nyní vám promítneme fotografie z tří různých kin v ČR. <ul style="list-style-type: none"> a) Butikové kino Přítomnost, Praha b) Bio Central Hradec Králové c) Cinestar Liberec ● Do kterého z těchto kin byste nejradši šli? Proč? Jak na vás jednotlivá kina na fotografiích působí? Co musí kino mít, aby vás oslovilo? ● Co vás od návštěvy kina odradí?
4. Sledování filmů na internetu	
<i>Formy sledování filmů on-line</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● Sledujete filmy, případně seriály, na internetu? Jaký film jste naposledy shlédl(a) on-line? Jak často s díváte na filmy či seriály on-line? Podle čeho se rozhodujete, na jaký film se přes internet podíváte? Jaké služby k tomu volíte? ● Na jakém zařízení obvykle sledujete filmy či seriály? Jaké vnímáte rozdíly v sledování na různých zařízeních?
<i>Volba domácího internetového diváctví ve srovnání s návštěvou kina</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● Vyhovuje vám více sledovat filmy přes internet nebo v kině? Jaké jsou pro vás výhody sledování filmů přes internet oproti návštěvě kina? ● Kdy filmy či seriály sledujete v domácím prostředí? Liší se to nějak u filmů a seriálů? Co u toho děláte?
<i>Sledování filmů on-line v souvislosti s pandemií</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● Dívali jste se na filmy/seriály doma během pandemie jiným způsobem než dříve, např. opakovaně na své oblíbené starší filmy/seriály, nebo na jiné žánry než obvykle? ● Myslíte, že vám sledování filmů na internetu nahradilo chodění do kina?
5. Doplnění	
	<ul style="list-style-type: none"> ● Chcete ještě něco k tématu dodat či vzkázat?
6. Poděkování a rozloučení	