

Filozofická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci

Katedra mediálních a kulturních studií a žurnalistiky

**Vinylová subkultura a její specifický způsob konzumace
hudby v konfrontaci s charakteristikami generace Z**

The vinyl subculture and its specific way of music
consumption in confrontation with the characteristics of the
generation Z

Magisterská diplomová práce

Bc. Anežka Gavendová

Vedoucí práce: Mgr. Martin Foret, Ph.D.

Olomouc 2023

Čestné prohlášení:

Prohlašuji, že jsem tuto magisterskou diplomovou práci vypracovala samostatně na základě literatury a zdrojů uvedených v kapitole Seznam literatury a elektronických zdrojů. Přesný počet znaků (včetně mezer, bez příloh, seznamu literatury a poznámek pod čarou) je 157 212.

V Olomouci dne 27. 4. 2023

Anežka Gavendová

Poděkování

Srdečně děkuji Mgr. Martinovi Foretovi, Ph.D. za jeho vedení, konstruktivní kritiku, trpělivost, laskavý přístup a čas, který věnoval této práci. Dále děkuji své rodině a přátelům za jejich neutuchající podporu a také respondentům za jejich ochotu a nadšení.

Abstrakt

Tématem této práce je charakteristika subkultury fanoušků vinylových desek a její specifický způsob konzumace hudby v konfrontaci s charakteristikami připisovanými generaci Z, v níž subkultura vzniká. Práce představuje zejména úvodní charakteristiky této subkultury, hodnotové názory a hudebně-konzumační návyky jejích členů.

Klíčová slova

vinylové desky, generace Z, subkultura, vinylová subkultura, konzumace hudby

Abstract

The text is about characteristics of the vinyl subculture and its specific way of music consumption in confrontation with the characteristics of generation Z, in which the subculture is created. This work mainly presents basic characteristics of this subculture, value opinions and music-consumption habits of its members.

Key words

vinyl records, generation Z, subculture, vinyl subculture, music consumption

Obsah

Obsah.....	6
Seznam grafů použitých v práci	8
Úvod.....	9
1 Teoretická část: Vymezení problematiky.....	11
1.1 Vymezení užívaných pojmů.....	11
1.2 Stav bádání	12
1.3 Charakteristiky připisované generaci Z	13
1.4 Definice subkultury	17
1.5 Vymezení vinylové subkultury v generaci Z	21
1.6 Vinylová deska v kontextu dalších nosičů	24
2 Metodologická část	26
2.1 Výzkumné otázky.....	27
3 Analytická část	28
3.1 Úvod.....	28
3.2 Dotazníkové šetření.....	30
3.3 Polostrukturované rozhovory	49
4 Interpretace získaných dat a jejich konfrontace s charakteristikami připisovanými generaci Z	68
4.1 Interpretace získaných dat.....	68
4.2 Konfrontace s charakteristikami připisovanými generaci Z	70
5 Závěr	73
Seznam literatury a elektronických zdrojů.....	77
Seznam příloh.....	81
Příloha 1 – Dotazníkové šetření	82
Příloha 2 – Scénář polostrukturovaných rozhovorů.....	88

Příloha 3 – Výsledky dotazníkového šetření.....	90
Příloha 4 - Plné znění polostrukturovaných rozhovorů	90
Příloha 5 – Grafy.....	122

Seznam grafů použitých v práci

- Graf 1 Rok narození respondentů dotazníkového šetření
- Graf 2 Pohlaví respondentů dotazníkového šetření
- Graf 3 Vzdělání respondentů dotazníkového šetření
- Graf 4 Hudební vzdělání respondentů dotazníkového šetření
- Graf 5 Aktuální status respondentů dotazníkového šetření na trhu práce
- Graf 6 Počet desek vlastněný respondenty dotazníkového šetření
- Graf 7 Frekvence poslouchání desek respondentů dotazníkového šetření
- Graf 8 Čas, který uplynul od pořízení poslední desky respondenty dotazníkového šetření
- Graf 9 Preference nových a bazarových desek u respondentů dotazníkového šetření
- Graf 10 Způsoby pořizování desek respondenty dotazníkového šetření
- Graf 11 Prvotní impuls k pořízení vinylové desky respondenty dotazníkového šetření
- Graf 12 Primární motivace k pořizování vinylových desek respondenty dotazníkového šetření
- Graf 13 Negativa vinylových desek podle respondentů dotazníkového šetření
- Graf 14 Klíčové hodnoty připisované vinylu respondenty dotazníkového šetření
- Graf 15 Aktivní vs. pasivní poslech podle respondentů dotazníkového šetření
- Graf 16 Způsob poslechu vinylových desek respondenty dotazníkového šetření
- Graf 17 Využitelnost QR kódů u respondentů dotazníkového šetření
- Graf 18 Primární zdroje poslechu hudby u respondentů dotazníkového šetření
- Graf 19 Hudební média konzumovaná respondenty dotazníkového šetření
- Graf 20 Způsoby objevování nové hudby respondenty dotazníkového šetření
- Graf 21 Vinylové desky jako součást osobnosti respondentů dotazníkového šetření
- Graf 22 Způsoby sdílení sběratelství vinylových desek dle respondentů dotazníkového šetření
- Graf 23 Způsoby vyhledávání příslušníků dané subkultury podle respondentů dotazníkového šetření

Úvod

Práce se zaměřuje na charakteristiku subkultury fanoušků vinylových desek, která se formuje v rané generaci Z a v druhé řadě také na konfrontaci konzumačního chování této subkultury s všeobecnými charakteristikami připisovanými generaci, do níž spadá. Chování této subkultury může být v protikladu k primárním charakteristikám připisovaným generaci Z, což je pro výzkum také jedním z důvodů jeho realizace.

Práce se orientuje na charakteristiku vinylové subkultury a její specifický způsob konzumace hudby v konfrontaci s charakteristikami připisovanými generaci Z. Charakter této subkultury se totiž jeví jako téměř opozitní ke způsobu konzumace hudby generací Z, do níž zkoumaný vzorek, v němž se zmiňovaná subkultura rodí, spadá.

Za výzkumnou skupinu práce považuje respondenty narozené mezi lety 1996 až 2010. Tento vzorek spadá do generace Z, která se vyznačuje tím, že jako první vyrostla v éře počítačů, internetu a celkově v době rozmachu digitálních technologií (Sladek, 2014, nečíslováno). Tato skupina se v oblasti konzumace hudby chová dle jí připisovaných charakteristik tak, že většinu této aktivity provádí virtuálně, skrze streamovací služby a podobně. A jak také Sladek uvádí, tato generace se jako první narodila do světa, kde vše reálné – hmotné má svůj virtuální ekvivalent. A je jasné, že ani hudba není výjimkou.

Je ovšem možné pozorovat, že nyní vzniká v rámci této generace také subkultura, kterou definuje jeden společný znak, totiž sběratelství vinylových desek, jejichž popularita v poslední době stoupá. Tato skupina do jisté míry odmítá digitální reprodukci hudby a vrací se k analogovým typům nosičů, což určitým způsobem odporuje již uvedené základní definici generace Z. Jde proto o problematiku nadmíru aktuální a na kulturní studia přímo navazující.

Hlavní výzkumná otázka této práce tedy zní: "Jaké jsou základní charakteristiky vinylové subkultury formující se v generaci Z?" a cílem práce je přinést první vhled do této subkultury a zmapovat její specifika, charakteristiky, konzumační návyky v oblasti poslechu vinylových desek i ve všeobecné rovině, vztah a hodnoty, které tomuto nosiči připisují, komunitní aspekt této subkultury a motivace jednání jejích členů.

Pro zkoumání subkultury je zvolena kombinace dotazníkového šetření s doplňujícími hloubkovými rozhovory vybraných specifických respondentů.

Práce přináší především nové informace o formující se subkultuře v kontextu mainstreamových generačních trendů. Především svou druhou částí poskytuje nové informace o chování specifické odnože z rané generace Z. Přínos práce, jak je již zmíněno výše, je

především ve zkoumání vinylové subkultury vznikající v generaci Z, která již svou definicí analogová média v podstatě odmítá. Skrze zvolené metody přinese práce první obraz nové subkultury, jež právě vzniká. Pokud jde o stav bádání, v oblasti konzumačního chování generací v hudbě je poměrně bohatý, ovšem generace Z zatím spíše dospívá a čas ke zkoumání jí i jejích subkultur nastává teprve nyní. Již ovšem lze pozorovat některá specifika, která se k ní vážou a můžeme předpokládat, že také vinylová subkultura bude jistou formou odporu proti mainstreamovému náhledu na hudbu. A právě dotazníky a rozhovory s členy osvětlí důvody tohoto, doposud nezkoumaného, jednání.

1 Teoretická část: Vymezení problematiky

Tato část vymezuje klíčové pojmy pro tuto práci. Nejdříve vymezuje termíny užívané v práci, poté představuje aktuální stav bádání v dané oblasti a následně se širěji zabývá důležitými termíny – představuje charakteristiky přisuzované generaci Z, její vztah k technologiím a základní odlišnost. Dále se pak kapitola zaměřuje na spotřební zvyklosti dané generace v oblasti hudby. Poté se přesouvá ke konkrétnějšímu vymezení subkultury a vinylové subkultury a uvádí, jaká základní specifika a definující prvky jsou předpokládány u jejích členů. Zároveň je zařazena také podkapitola o fyzických nosičích a konkrétněji také vinylovém nosiči, jeho charakteristikách a vývoji jeho prodejnosti a popularity. V závěru této části je vymezen vybraný výzkumný vzorek a zdůvodněna jeho volba.

1.1 Vymezení užívaných pojmů

Pokud práce zmiňuje termíny jako vinylová deska, vinyl či deska, odkazuje vždy k analogovému nosiči hudebního záznamu. V práci jsou tyto termíny užity jako synonyma a odkazují ke všem typům tohoto nosiče, mezi které se řadí single play (SP), extended play (EP) i long play (LP). Konkrétnějšímu popisu tohoto nosiče se věnuje kapitola „*Vinylová deska v kontextu dalších nosičů*“.

Dále práce užívá termíny jako vinylová subkultura, fanoušci vinylových desek, vinyloví nadšenci, příznivci vinylových desek a sběratelé vinylových desek. Tyto termíny jsou v práci užity jako synonyma a odkazují ke skupině lidí, které charakterizuje vlastnictví jakéhokoliv množství vinylových desek. V případě této práce zároveň, pokud není uvedeno jinak, odkazuje tento termín pouze k vinylové subkultuře v generaci Z. Blíže toto použití definuje kapitola „*Vymezení vinylové subkultury v generaci Z*“ níže. Práce také odkazuje na termín analogové nosiče. Zde tento pojem představuje veškeré nosiče, které nesou zvuk, který je možné reprodukovat analogově. Protipólem tohoto termínu je digitální reprodukce.

Pokud práce zmiňuje generaci Z, případně pouze Z nebo gen Z, odkazuje na skupinu lidí narozenou mezi lety 1996 až 2010, což blíže zdůvodňuje kapitola „*Charakteristiky připisované generaci Z*“ níže.

1.2 Stav bádání

V současné době je stav bádání, co se týče konzumace hudby různých generací, poměrně dobře zpracován, ovšem generace Z¹ prozatím stojí v těchto analýzách značně na okraji. Nejvíce výzkumů, z nichž je možné v tomto případě vycházet, pojednává o konzumačních hudebních návycích generace přechozí, tedy Y. Takovým je třeba text „*Chování posluchačů hudby z generace Y v době digitální distribuce hudby*“ autorky Barbory Kohoutové (2018), která se v dané generaci zaměřovala na změnu chování konzumentů při přechodu na digitální distribuci hudby. Tázala se respondentů na proces poslechu a výběru, streamovací služby, objevování nových interpretů, a v neposlední řadě také na využívané kanály. Blízko má k práci také text „*Generace Y jako publikum alternativní hudby a role nových médií při utváření komunity a vkusu*“ Zuzany Masné (2013). Ta zkoumala náhled generace Y na neautorizované stahování, hudební nosiče a platbu za ně, ale také na vztah mezi hudebníkem a fanouškem a též hledala generační pojítka v hudbě. K mezigeneračnímu srovnání se uchýlila Tereza Zgabajová (2018), zaměřovala se na streamovací služby v práci „*Mezigenerační analýza spotřebitelského chování na trhu hudebních streamovacích služeb*“. Otázka na zdroje poslechu ovšem ukazuje využitelná fakta i pro tuto práci – ke koupi fyzického nosiče se z generace Z uchylují pouze 4 % zpovídáných. Výše zmíněné práce nahlíží na téma převážně z marketingového a obchodního hlediska.

Je možné vycházet také například z práce „*Jak posloucháme hudbu?*“ Radima Bačuvčíka (2009). Prozkoumal velmi důkladně jednotlivé skupiny posluchačů a jejich návyky. Výzkum ovšem proběhl v roce 2009, takže je pro tuto práci relevantní především kvůli kladeným otázkám a dalším, spíše formálním prostředkům, jež autor zvolil. Oproti tomu data, která se pro tuto práci využít dají, přinesly některé univerzitní práce. Mezi ně můžeme zařadit práci „*Vinylové nosiče na českém hudebním trhu*“ Kláry Šiškové (2018), která zkoumala spotřebitelské chování na trhu s vinylovými deskami. Respondentů se ptala například, zda gramofonovou desku považují za trend, retro, kdy si naposledy koupili desku, jakého žánru a tak dále. To je tedy v obecnějším měřítku vypovídající i pro tuto práci.

Za zmínku stojí rozhodně také kapitola "Vinyl – analog v době digitální reprodukce", jež je součástí práce Michala Horňáka (2018) nazvané "Dematerializácia

¹ V rámci časového vymezení generace Z se držíme definice, kterou uvedl Sladek (Sladek, 2014), že jde o skupinu lidí narozených nejdříve v roce 1996 a nejpozději v roce 2009

hudby vo veku digitálnych médií". Právě v této části, která je poměrně krátká, uvádí autor, že "vinylový záznam zažívá renesanci, ovšem zatím není jasné proč". Uvádí ale, že „vinyl se stává ikonickým označením plným odkazů a materializuje paradoxní kulturní hodnoty, totiž jeho křehkost a poškoditelnost, kterou u digitálních formátů postrádáme" (Horňák 2018, s. 25). Právě tyto paradoxní kulturní hodnoty materiálního objektu pro danou generaci jsou i pro tuto práci více než zajímavé.

O jiné, též poškoditelné médium, se zajímala Barbora Neničková. Práce „*Od distribuce k poslechu: Audiokazety na českém hudebním trhu*“ (2019) pojednává o audiokazetách na tuzemském hudebním trhu a je inspirací i pro tuto práci.

Za zmínění stojí v neposlední řadě také kniha *Subkultury mládeže* (2010) od Josefa Smolíka. Ten kromě přesného vymezení problematiky, včetně typologie, charakteristiky mládeže a odlišení od hnutí také ve druhé kapitole osvětluje, jakým způsobem subkultury mládeže zkoumat. Z této části tato práce metodologicky vychází a inspiruje se navrženou technikou sběru dat a jak již bylo uvedeno, půjde o dotazníky a hloubkové rozhovory. Cíl praktické části této práce je převážně explorační, neboť jde o neprozkoumanou oblast. V rámci rozhovorů je proveden kvalitativní výzkum, protože jeho posláním je porozumění lidem v sociálních situacích.

Tématu subkultur se věnuje velké množství odborných i populárně-naučných publikací. V nich se můžeme inspirovat přístupem a způsobem zkoumání a nahlížení na předmět. Namátkou uvádíme knihu *Revolta stylem* (2011), kterou sepsal kolektiv autorů. Přínosná je pro práci opět kapitola o zkoumání, jež se věnuje přístupu terénnímu i takzvaně "od stolu". Stejně jako u výše zmíněného Smolíka, se ostatní kapitoly věnují jednotlivým směrům, od punku přes skinheads, freetekno a tak dále.

1.3 Charakteristiky připisované generaci Z

Úvodem této podkapitoly by mělo být přesné a jasné vymezení jedinců, kteří dle definice spadají do generace Z, pravděpodobně dle roku narození. Jak už tomu ale i v případě subkultury, není možné zde nabídnout jednoznačnou odpověď, neboť se liší názorem jednotlivých publikací i autorů. Například Grace (2011) tuto generaci vymezuje od roku narození 1995 po rok 2010, Horváthová (2016) pak od roku 1996. Na této spodní hranici se shoduje také s dalšími autory, i se zmiňovanou Sarah Sladek, a proto toto vymezení užívá i tato práce. Další publikace často nabízí především velmi obecné vymezení, ale v podstatě vždy se shodují na daném časovém vymezení. Obecně lze uvést, že v nejširším vymezení spadají do

generace Z všichni jedinci, kteří se narodili ve druhé polovině devadesátých let a na přelomu nového milénia.

Generaci Z je připisováno, že charakterizuje také doba, do které se narodila, totiž doba rozmachu digitálních technologií, počítačů a internetu. Sladek (2014, nečíslováno) uvádí, že nástup této generace nebude stejný, jako u těch předchozích a že její pojmenování posledním písmenem abecedy není náhodné. S touto generací má přijít konec jasně nastavených rolí, ale i tradicí a celkového nastavení. Což je dáno pravděpodobně tím, že se opravdu narodila a vyrostla ve světě, který definuje jeden zásadní přerod v lidském chování v řadě oblastí, a tím je vznik internetu, s nímž se samozřejmě váže rozmach digitálních technologií. Generace Z se tedy narodila do digitální doby a tím pádem se tato skutečnost musí nevyhnutelně promítnout do jí připisovaných charakteristik (Sladek 2014, nečíslováno).

Technologie tedy ovlivňují také řadu návyků této generace. Vzhledem k tomu, že bývá označována například jako *digitální domorodci*² či iGenerace (Bellal, 2016), z generaci připisovaných charakteristik vyplývá, že často jsou lidé z této generace pevně svázáni především se svými mobilními telefony. Někteří z nich na nich dokonce tráví až 10 hodin denně (Sladek 2014, nečíslováno).

Telefony totiž poskytují mimořádnou multifunkčnost. Vše, co bylo dříve dostupné různými kanály – od vyhledávání v mapách přes komunikaci s vnějším světem až po poslech hudby či získávání informací – má dnes svůj virtuální ekvivalent. Průzkumy ukazují, že generace Z touží po multifunkčnosti, rychlosti, efektivnosti, interaktivitě (Grail Research 2011). Vše je dostupné díky jednomu zařízení v podstatě odkudkoliv, okamžitě, často zdarma a data se neustále aktualizují, takže je možné být stále v centru dění. To s sebou ovšem přináší mimo jiné také další fenomény, které ukazují i odvrácenou stranu těchto zdánlivě nekonečných možností. Mezi ně patří například takzvané *FOMO*³ - strach z promeškání či neustálý multitasking. Přemíra informací ovšem nutí Z k jejich třídění, a tak se projevuje další z jí připisovaných charakteristik, totiž kreativita (Sladek 2014, nečíslováno).

Mezi další odlišnosti, které Z odlišuje od generace předcházející, je i odlišné fungování rodinných vztahů,⁴ ale také problémy, které s sebou nesou aktuální společenské problémy,

² V originále je použit pojem *digital natives* (Sladek 2014, nečíslováno)

³ FOMO je „všudypřítomná obava, že ostatní mohou mít obohacující zkušenosti, z nichž se cítíme být vynecháni. Vyznačuje se touhou zůstat neustále ve spojení s tím, co dělají ostatní.“ (Przybylski 2013, nečíslováno)

⁴ Rodiče dětí generace Z, se vyznačuje tím, že dochází k novému dělení práce v domácnosti, v níž nově plní otcové daleko větší roli. Taktéž se více zapojují do výchovy, péče o děti, zastávají domácí práce a podobně. To je dáno také tím, že ženy z generací X a Y mají možnosti se rozvíjet v oblasti vzdělání a dále i své vlastní profese. Zároveň je koncept rodiny stále více a více rozmanitý (Sladek 2014.) A zároveň je též možné pozorovat další obrat dynamiky v tom, že jde o první generaci rodičů, která ke svým dětem z určitého hlediska přistupuje jako k „přátelům“ a zavrhuje tím roli striktně autoritativního rodiče.

například klimatická krize, v části světa také terorismus, či střelby ve školách. Z pohledu srovnání s generací rodičů můžeme jedince ze Z považovat za primárně individualisticky naladěné s realistickým pohledem na svět (Sladek 2014, nečíslováno). Zároveň ovšem Sladek (2014, nečíslováno) podotýká, že podle výzkumů bude generace Z tou první, která překročí rozdíl mezi tím, co ji baví a co ji živí.

Z průzkumů XYZ University (Sladek 2014, nečíslováno) vychází, že jde o generaci mimořádně finančně hospodárnou. Před každou transakcí provedou alespoň malý průzkum cen daného produktu na trhu, hledají recenze, hodnocení v diskuzích na internetu. S tím ale souvisí, že mohou být snadno marketingově manipulovatelní v určitých oblastech nakupování. Dávají důraz na udržitelnost (což souvisí s faktem, že generace žije v době již zmiňované klimatické krize). Kupují tedy raději „zelené“ produkty, které nemají negativní dopad na životní prostředí. Zároveň rádi upřednostní multifunkční produkt s jednoduchým a interaktivním designem, který může posloužit k více účelům (Grail research 2011, nečíslováno). Zajímají je také témata jako je mentální zdraví, práva zvířat, chudoba či rasová spravedlnost (Luminate 2023, nečíslováno).

Jak již bylo uvedeno, generace Z se narodila do světa, kde vše reálné – hmotné má svůj virtuální ekvivalent. Tato skupina se v oblasti konzumace hudby chová podle průzkumů chová dle trendu doby, do níž se narodila – většinu této aktivity provádí virtuálně, skrze streamovací služby⁵ a podobné digitální nástroj (MRC Data 2021, nečíslováno). Důvodem může být jejich postoj ke konzumování obsahu – vše musí být rychlé, jednoduché, přehledné, praktické, zprostředkované multifunkčním zařízením, ale zároveň kvalitní a v nejlepším případě ekologické (Sladek 2014, nečíslováno).

Jak již bylo nastíněno, konzumentské návyky generace Z jsou dle průzkumů odlišné od konzumace hudby generacemi předchozími. Primárně pak proto, že jsou ovlivněni digitálními technologiemi. K tomu se váže také problematika online marketingu, influencerů a dalších faktorů, které jsou všeobecně v nákupech uskutečněných online důležité.

Studie uskutečněná Markem Mulliganem v roce 2017 napovídá, jakým směrem se hudební konzumentenství generace Z ubírá. Nejvíce relevantním je pro uživatele tohoto věku Spotify⁶. To již ve zmiňovaném roce 2017 přeskočilo do té doby vítězné YouTube⁷, které bylo hlavní platformou pro poslech hudby. Pokud jde ale o síť, na které skupina tráví nejvíce času všeobecně, tedy nejen v oblasti hudby, YouTube je na prvním místě (Mulligan 2017,

⁵ Streamování je zpřístupnění obsahu online, liší se od stahování.

⁶ Autor ve výzkumu vycházel z dat, která měří počet aktivních uživatelů za týden – Weekly Active User

⁷ Z výzkumu (Mulligan 2017) zároveň vyplývá, že generace Z vnímá YouTube podobně, jako kdysi její rodiče televizi.

nečíslováno). Jde ovšem v současné době o šest let starou studii, a tak je možné předpokládat, že se trend vyvíjí a nyní je na vzestupu například Instagram a TikTok⁸.

Pokud jde o hudební konzumerismus obecně, skupina preferuje dle výzkumu spíše poslech jednotlivých skladeb či různorodých playlistů, než celých alb (Mulligan 2017, nečíslováno).

Pokud jde o hodnotový přístup k hudbě, až 85 %⁹ ze skupiny ji považuje za velice důležitou součást svého života (Mulligan 2017, nečíslováno). Ovšem tento přístup se tolik nepromítá do toho, jak navštěvují koncerty, neboť pouze 15 % z dotazovaných na ně chodí pravidelně.¹⁰ Zde ale může být důvodem také nižší příjem mladého publika, nikoliv neatraktivita takovéto aktivity. I přes to ale téměř tři čtvrtě z nich spojuje hudbu se socializací, trávením času s přáteli mimo domov. Tím jsou myšleny také návštěvy klubů a další sociální aktivity, mimo zmiňovaných koncertů (Mulligan 2017, nečíslováno). Zároveň generace Z poslouchá nejvíce hudby ve srovnání s ostatními věkovými skupinami, týdně jí věnuje až o 19 % více času (Luminate 2023, nečíslováno).

Tato mladá skupina společnosti sice ještě není ve fázi, kdy ji můžeme považovat za finančně zabezpečenou, ale i přes to více než polovina z ní usuzuje, že hudba je komodita, za kterou by se mělo platit. Tímto názorem generace Z převyšuje skupinu hudebních konzumentů jako celku. Ovšem až 71 % gen Z poslouchá hudbu pouze zdarma. Téměř stejné procento skupiny poslouchá hudbu také skrze rádio, a to alespoň jednou měsíčně (Mulligan 2017, nečíslováno).

Jako jinou možnost, jak podpořit oblíbeného interpreta, než koupí jeho hudby online, je dle generace Z také koupě merche, do kterého investují ve srovnání s jinými posluchači až o 30 % více a celkově narozdíl od jiných skupin to vypadá, že generace Z spolu s jejím stabilnějším finančním zabezpečením vkládá do hudby stále více peněz (Luminate 2023).

Streamovací služby skupině neslouží pouze k poslechu hudby či sledování hudebních videí, ale také mají pro mladé uživatele funkci objevnou, protože jim jsou schopny nabízet nový, a zároveň velmi relevantní obsah, který je tvořen na základě algoritmů (Mulligan 2017, nečíslováno). Jde tedy o další funkci, kterou Z na streamovacích online službách oceňuje. Dříve lidé novou hudbu tedy objevovali díky rádiu či skrze doporučení prodáváče v obchodě s hudebními nosiči, dnes tuto práci zastávají algoritmy. Je to rychlejší, přesnější, přístupnější

⁸ Ve výzkumu je TikTok zmíněn ještě pod původním názvem Musical.ly

⁹ Toto číslo je pro představu pouze o 8 % vyšší než u celkového průměru všech hudebních konzumentů (Mulligan 2017).

¹⁰ Což je o procento méně, než je průměr všech hudebních konzumentů (Mulligan 2017).

a komfortnější, což je samozřejmě pro generaci Z výhodou. Kromě streamovacích služeb nachází posluchači hudební inspiraci také ve videohrách a na sociálních sítích, jako je například TikTok (MRC Data 2021, nečíslováno).

1.4 Definice subkultury

Charakteristika pojmu subkultura se s časem vyvíjí a nepochybně se liší úhlem pohledu také s přihlédnutím na dané vědní odvětví, z něž definice vychází. Tento problém také jasně souvisí s kořenem slova, kterým je problematicky uchopitelný pojem *kultura*. Zároveň můžeme říci, že každá subkultura je natolik odlišná od jiné, že je složité tento fenomén obsáhnout v jedné jednoduché definici. I přes to ale samozřejmě existují společné znaky, na základě nichž je možné tento jev alespoň částečně charakterizovat.

Tento pojem se objevil v oblasti společenských věd již ve 40. letech minulého století. Smolík uvádí jako jednoho z teoretiků, který subkultury zkoumal, Talcotta Parsonse. Ten ovšem přemýšlel nad subkulturami spíše ve smyslu deviantních jevů, které se ve společnosti objevují proto, že těmto jedincům nebyly vštípeny správné normy chování (Smolík 2010, s. 30). Obecněji lze říci, že se jedná o soubor kulturních prvků, které odlišují danou menší, vyhraněnou skupinu od dominantní kultury, a zároveň od dalších menších skupin i majoritní kultury v daném prostoru (Smolík 2010, s. 30).

V případě porozumění významu subkultury se lze také pozastavit nad pohledem na předponu *sub*, kterou někteří autoři odmítají, a to z důvodu, že evokuje kulturu nízkou, podřadnou, méně hodnotnou, deviantní (Smolík 2010, s. 31). Jelikož se toto pojetí subkultury neslučuje s celkovým přístupem kulturních studií, je pro tuto práci přirozenější se ztotožnit s jinými definicemi tohoto společenského jevu. Například Girtler (2009) se proto uchyluje raději k pojmu okrajová kultura, která neoplývá možnými negativními konotacemi.

Zároveň je ale možné předponu *sub* vnímat jako něco alternativního, odlišného od mainstreamu, ne v negativním slova smyslu. Srozumitelnou definici nabízí Barker, který uvádí, že „*subkultury tvoří skupiny lidí, kteří sdílejí zvláštní hodnoty a normy, v nichž se rozcházejí s dominantní nebo mainstreamovou společností a které nabízejí mapy významů, díky nimž je svět pro členy subkultury srozumitelný*“ (Barker 2006, s. 185).

Velmi vyčerpávající výčet možných definic subkultury z různých úhlů nabízí ve své knize Smolík (2010), ovšem velká část z nich se zaměřuje hlavně na sociálně-spoločenské podněty, které způsobují vznik subkultury a jsou také důvodem jejího udržování.

Vinylová se ovšem projevuje jak životním stylem, tak i způsobem konzumace určitého obsahu. Toto pojetí odpovídá definici, dle které je specifická skupina „*tvůrkyní a nositelem zvláštních, odlišných norem, hodnot, vzorců chování a životního stylu (...)*“ (Kol. 1996; Duffková, Urban, Dubský 2008). V tomto případě je tedy jasné, že vinylová subkultura splňuje požadavky přinejmenším této úžeji vymezené definice subkultury a za subkulturu ji můžeme považovat, což je důležitý základní kámen pro další výzkum.

V subkultuře může být každý předmět, který je součástí stylu, chápán jako znak, může být nositelem významu.

Smolík dále rozlišuje také samotné definice subkultury a dělí je na dvě větve – substanční a funkcionální (Smolík 2010, s. 31). V případě vinylové subkultury se tato práce nyní snaží vytvořit primárně definici substanční, která popisuje podstatu dané subkultury. Později, až jsou známy její základy, je možné se dostat dále, tedy k funkcím.

1.4.1 Hudební subkultury

Se zkoumanou vinylovou subkulturou jsou ve všeobecné rovině svázány také hudební subkultury. Tato kapitola představuje vybrané hudební subkultury, aby tu, kterou zkoumá, zasadila do kontextu, ovšem neklade si za cíl podat vyčerpávající výčet, protože to není hlavním tématem této práce.

První z vybraných subkultur je subkultura punková. Pojem punk byl poprvé použit v roce 1970 v časopise *Vision* a označoval hudbu, která obsahovala nihilistickou nespokojenost s osudem. Klasickým heslem spojovaným s punkem je „*No future*“. Její vznik se pak datuje především mezi lety 1976 a 1977 v Anglii především jako reakce na neuspokojivé podmínky v sociální oblasti a jedním z faktorů byla také neustále se prohlubující generační propast. Punk označuje fanouška subkultury a hudebního stylu, který se snaží provokovat a šokovat skrze svou netradiční image a je projevem mladé městské dělnické třídy, která se snaží o autenticitu a přirozenost ve svém cítění a projevu. Punk a jeho myšlenky nebyly zjevné jen jako hudební vyjádření myšlenek, ale i jako alternativa mainstreamové kultury a projevoval se i v sociální a ekonomické sféře (Smolík 2010, s. 170-178)

Další vybranou hudební subkulturou je hip hop a s ním svázaná graffiti subkultura. Příslušníci této subkultury jsou spolu spjatí například tak, že si hudebníci nechávají od writerů¹¹ vytvářet plakáty a často se v textech objevuje téma graffiti. Hip hop zároveň není pouze hudební styl, ale je to i styl života. Hip hop v sobě zahrnuje také další elementy uměleckého vyjádření,

¹¹ Jedinci tvořící graffiti (Smolík 2010, s. 193).

jako je již zmiňované graffiti, breakdance, beatbox, MCing a DJing, jehož součástí je také práce s gramofonovými deskami a samplery k výrobě mixu. Pro příslušníky této subkultury je charakteristické volné sportovní oblečení, sportovní obuv, kšiltovka, zlaté řetězy a tak dále. Také je možné vyzorovat určitý slang užívaný v této komunitě. Zároveň je tato subkultura spojena se skateboardingem a snowboardingem. Jedním z klíčových prvků, které jsou přisuzovány této subkultuře, je spojení s vandalismem a jeden z náhledů popisuje motivaci k tomuto jednání jako „*umělecký protest adolescentů a mladých dospělých proti špatné, fádni architektuře, nebo o podvědomou obranu proti nadutosti a hlouposti konzumní společnosti*“ (Smolík 2010, s. 191-195).

Klíčovou hudební subkulturou je také ta metalová. Její rané počátky jsou spjaté s vydáním desky *Paranoid* skupiny Black Sabbath, které vyšlo 13. února 1970. Členové kapely se stali průkopníky v metalové image, která odkazovala k čarodějnictví a mysticismu a tím získala proslulost i v kruzích satanistů. V jejich textech se projevovala nejrůznější negativní politická a mocenská témata. Hlavní rozmach je datován na přelom sedmdesátých a osmdesátých let. V současnosti tuto subkulturu ovlivňuje řada směrů, jako například různé druhy folkloru, tradiční keltská, ale i elektronická hudba. Charakteristickou image přisuzovanou členům metalové subkultury jsou dlouhé vlasy, džínové a kožené oblečení s nášivkami či malbami a často je jako doplněk používán také motiv lebky. Jde zároveň o subkulturu, která je spojována s konzumací alkoholu či přímo drogami (Smolík 2010, s. 207-209).

Do tohoto výčtu je zařazena také subkultura, kterou Smolík (2010) nazývá gothic rock a emo. Gothická subkultura vznikla počátkem osmdesátých let a byla spjata s punkem, ovšem je složité ji definovat, protože ani její stoupenci se neshodnou na tom, jaké jsou její klíčové charakteristiky. Termín gotika odkazuje k takzvanému černému či gotickému romantismu, hnutí, které se především v 18. století zabývalo smrtí, záhadami a okultismem a dalšími souvisejícími tématy. Jako první pojem gotika použil na přelomu sedmdesátých a osmdesátých let dvacátého století manažer kapely Joy Division a celkově je její vznik datován do roku 1981. Zrodil se v londýnském klubu Batcave. Této subkultuře jsou připisovány charakteristiky obdivování temnoty a tajemna, která se projevuje i v tvorbě hudby, ale i poezie a dalších uměleckých výstupů. Texty gothic rocku většinou tematizují pocity zoufalství, vzteku, zmaru, konfliktu a protestu. Příslušníci gothické subkultury mají dle připisovaných charakteristik často image, která odkazuje k hororovému žánru. S gothic rockem souvisí i již zmiňovaná emo subkultura, jde v podstatě o podstyl gothic rocku. Představitelům této subkultury jsou často připisovány takové charakteristiky, jako je melancholичnost, frustrace

a psychická nevyrovnanost. Tato témata často reflektují i texty písní a další umělecká vyjádření členů této subkultury. Konkrétněji jde o tematiku deprese či sebepoškození (Smolík 2010, s. 227-232).

Mezi hudební subkultury patří také techno. Podle charakteristik připisovaných této subkultuře nenásledují její členové určitou ideu, jako tomu bylo například u subkultury hippies, ale jde jí především o prožitek a ten je pro tuto komunitu spojující. K takovýmto prožitkům dochází především na komunitních akcích, takzvaných parties. Příslušníkům techno kultury je zároveň připisována souvislost s tanečními a party drogami. Smolík (2010) o této subkultuře přemýšlí jako o podřazené pod obecnější celek, kterým je subkultura taneční scény. Jejím členům jsou připisovány charakteristiky jako odpor k neustále honbě za hospodářským růstem či nekonformita a nesouhlas s konzumní společností (Smolík 2010, s. 233-234).

Důležitou subkulturou jsou také hippies. Ti v šedesátých letech navázali na odkaz beat generation. Hlavními tématy této subkultury byl mír, láska a nenásilí a s tím související odsouzení války ve Vietnamu a odmítání rasismu a imperialismu. S tím souvisí také otevírání lidskoprávních otázek a práv menšin v USA. Dále pak propagovala spontánnost, volnost, krásu, lásku, ale i promiskuitu. Klíčovým žánrem pro subkulturu hippies byl rokenrol a za heslo této komunity lze považovat „*flower power*“.

1.4.2 Fanouškovství

Dalším z termínů, který se váže k dané subkultuře, je také fanouškovství. Obecně můžeme fanouška označit jako osobu, která oproti jiným lidem vykazuje zvýšenou míru o určitý mediální obsah a vytváří si k němu emoční vztah. Těmto osobám jsou pak připisovány určité charakteristiky, jako je osobitá recepce, tvorba interpretační komunity, konzumentský aktivismus, založení uměleckého světa a tvorba alternativních sociálních komunit. S tím souvisí i jejich náhled na daný objekt. Vymezují si na něj čas, připisují mu vlastní specifické hodnoty, jsou v konzumaci aktivní, vytvářejí vlastní významy a komunikují s dalšími členy komunity o objektu zájmu (Jenkins 1992, s. 209-213). Zároveň si pak tyto osoby mohou své fanouškovství projevovat různými aktivitami, jako je například sběratelství, kterému se práce věnuje v následující kapitole.

1.4.3 Sběratelství

Fenomén sběratelství je možné popsat nejrůznějšími způsoby a každý autor k němu zaujímá svůj specifický přístup. Předmětem sběratelství může být vše, co je příčinou či

předmětem určité vášně. Tento milovaný objekt se „*v jistém okamžiku stává něčím jiným, něčím, co se hluboce vztahuje k subjektu, není to jen materiální těleso vyvíjející nějakou rezistenci, nýbrž nějaké mentální panství, věc, jejíž smysl představuji já, určité vlastnictví, určitá vášně*“ (Pachmanová 2008, s. 175). Lze tedy říci, že objekt má dvě funkce. První z nich tkví v tom, že je prakticky používán a druhá v tom, že je vlastněn (Pachmanová 2008, s. tamtéž).

Pokud jde o touhu vlastnit nejen jeden objekt, ale celou sbírku, jde o „*více či méně komplexní uspořádání objektů, které k sobě vzájemně odkazují*“ (Pachmanová 2008, s. 176). Smysl a auru jedinečnosti jim pak dává hlavně subjekt, tedy jedinec, který objekt vlastní a zároveň „*sbírka je vzájemnou integrací předmětu s osobou (...). Člověk neustále sbírá sám sebe*“ (Pachmanová 2008, s. 179).

Pachmanová zároveň uvádí, že v současném světě předměty již nehrají tak důležitou roli jako v minulosti, protože vedle předmětů se dnes sbírají také věci nehmotné povahy, takzvané ne-věci, což pravděpodobně souvisí s rozmachem nových médií (Pachmanová 2008, s. 9).

1.5 Vymezení vinylové subkultury v generaci Z

Přirozený vývoj lidstva spěje k co největšímu zjednodušení ve všech oblastech a v současnosti je v případě technologií klíčová také multifunkčnost, která lidstvu, například v případě mobilního telefonu, poskytuje možnost mít celý svět ve své kapse. Toto nastavení, které se s nástupem internetu ještě více uspíšilo, přináší téměř neomezené možnosti. Proč ale část generace, která se do této z pohledu dostupnosti informací lehké doby narodila, tíhne k návratu do doby ne tak dokonalých technologií? Zatímco základní charakteristiky připisované generacím předchozím žádným způsobem nevylučují vztah jedinců k analogovým nosičům, pro které šlo v případě vinylových desek o jednu z hlavních možností (mohlo jít například také o MC kazety), jak si hudbu přehrát v domácím prostředí, u generace Z jde o pravý opak. Jak již bylo nastíněno výše, je pro ni typické využívání technologií, přes něž také konzumují hudbu. Berkup (2014) popisuje, že jedinci z generace Z chtějí, aby se vše událo rychle a okamžitě, jejich pozornost je krátkodobá a mezi jejich hlavní rysy patří socializace prostřednictvím internetu, rychlá spotřeba, praktičnost a rychlost, interaktivita, efektivita. Jak je tedy možné, že se právě v této generaci objevuje subkultura, která si opatřuje vinylové desky, které jsou již ze své podstaty (oproti svým "virtuálním" protějškům v podobě například streamovacích služeb) méně mobilní, méně praktické, jejich konzumace obnáší jisté úkony, které přehrání předcházejí

a tím se stávají pomalejšími, méně efektivními, jsou dražší a tím pádem by je měli příslušníci generace Z považovat spíše za komplikaci? A cílí vinyloví nadšenci spíše na technické benefity média, či symbolické významy, nebo dokonce upírají pozornost na investiční povahu nosiče? A všeobecněji, jak se tedy odlišuje tato subkultura od generace Z v dané oblasti konzumačního chování? Pravděpodobně za tím musí být něco více, než jen nostalgie – generace Z ani zdaleka nezažila největší popularitu vinylových desek. Proč se raději nevrátit například k MC kazetám, které jim mohou být alespoň trochu bližší? Tato práce by měla odpovědět na právě zmíněné dílčí otázky a zjistit, proč určitá část dané generace stále tíhne k tomuto stylu konzumace hudby.

Generace Z si dle průzkumu z roku 2021¹² (MRC Data 2021, nečíslováno) v poslední době kupuje více vinylů, než mileniálové, kteří by k tomuto nosiči měli mít teoreticky bližší vztah. Prodejnost tomu ovšem neodpovídá. Je až o 21 % větší pravděpodobnost, že si desku koupí příslušník generace Z, než kterýkoliv jiný posluchač a ukazují se také, že milovníci vinylu průměrně utratí měsíčně více peněz za hudbu, než zbytek populace (Luminate 2023, nečíslováno).

Zajímavým poznatkem je, že v roce 2022 až polovina lidí, kteří si v tomto období desku zakoupila, nevlastní žádné zařízení, kterým by si desku mohla přehrát (Luminate 2023, nečíslováno). Otázkou tedy zůstává – proč investovat do něčeho, co si mohou lidé pustit zdarma?

Z podstaty vinylového nosiče se musí řada hudebních návyků, které mají příslušníci generace Z, úplně vylučovat s jejich zjištěnými návyky, které má tato generace v hudbě obecně. Výše je například zmíněno, že preferencí je přehrávání jednotlivých skladeb, případně playlistů¹³, ale ne už tak celistvých alb. V tom případě by ale bylo nutné po každém přehrání dané skladby fyzicky desku vyměnit za jinou a opět ji ručně zapnout. Což je ale v opozici s faktem, že generaci Z je dle jejích charakteristik připisováno spíše přehrávání hudby co nejjednodušeji a nejrychleji, ideálně kdekoliv, což gramofon z logiky věci splňovat nemůže.

V tuto chvíli je ovšem vhodné zmínit, že řada současných výrobců desek se s tímto problémem dokázala vyrovnat po svém a pro zákazníky často vkládají k vinylu QR kód, díky kterému si mohou jeho majitelé stáhnout záznam v digitální formě z internetu ve vysoké kvalitě, a to zdarma v rámci ceny desky. To ovšem samozřejmě nenaznačuje, že by si snad

¹² Studie se zúčastnilo 4041 respondentů, přičemž všichni spadali do generace Z, v době uskutečnění studie jim bylo více než 13 let a šlo o reprezentativní vzorek populace USA.

¹³ Na poli vinylů by mohla poptávku po playlistech částečně pokrýt existence výběrových desek na určité téma či žánr. Tyto desky ale vznikaly spíše v minulosti a dnes jsou na trh vydávány pouze zřídka.

nakupující koupili vinyl jen kvůli této digitální nahrávce, je totiž téměř vždy dostupná také online za poplatek, bez nutnosti koupě desky.

Předběžně je zároveň možné vyloučit, že by se jednalo o vinylovou kontrakulturu, protože se pravděpodobně v subkultuře nenajde téměř žádný extrémněji naladěný příslušník, který by se dle zásad kontrakultury snažil o to, aby se mainstreamovým nastavením opět stalo to, že si všichni konzumenti hudby budou kupovat vinylové desky. Sami vinyloví nadšenci totiž kromě desek pravděpodobně konzumují hudbu také dnes klasickým způsobem, a to digitálně. Což znamená, že užívají částečně také mainstreamovou kulturu a vyloženě ji ze svého konzumentského chování nevyklučují.

Zároveň se může deska často stát kulturním artefaktem, něčím, co dříve zastupovala trička nebo další merchandise produkty. Může jít například o vzpomínku z koncertu, ale i demonstraci podpory oblíbeného tvůrce. Díky streamovacím platformám se totiž stala hudba tak dostupnou, že za ni nyní platí spotřebitelé opravdu malé částky a uživatelům už nemusí připadat tak adresná. Proto mají větší tendenci kupovat věci přímo od daného interpreta, čímž mu vyjádří svou přímou podporu.

Oblast, která je u vinylů často vyzdvihována, bývá taktéž kvalita zvuku. Přitom se vývoj těchto nosičů nějak zásadně technologicky neposouvá a je téměř nemožné se zbavit povrchového šumu, který také odlišuje zvukový zážitek od „dokonalého“ digitálního záznamu. Masteringový inženýr Steve Hoffman, který pracoval na albech takových umělců jako Paul McCartney, Frank Sinatra a Miles Davis, uvádí, že mnoho lidí vnímá, že zvuk z desek na ně působí hřejivěji, což je podle něj vedlejším produktem technologie používané k jejich výrobě. *„Vinyl je obvykle zpracováván s vybavením, které je vintage, takže má pěkný, vyvážený zvuk, stejně jako za starých časů“* (CNBC 2019, nečíslováno).

Vinyl je specifický i tím, že jde o soubor tří uměleckých disciplín – zvuk/hudba, obsah/texty a grafická/výtvarná stránka. A všechny tyto složky mohou nést pro posluchače nějaký význam. V případě samotného poslechu mohou vinyloví fanoušci oceňovat na tomto nosiči také rituál, který přehrávání nutně předchází (Jirásek 2023, nečíslováno).

1.5.1 Možné motivace k zapojení do subkultury

Jedním z důvodů, proč se chce jedinec stát členem nějaké subkultury může být fakt, že v mainstreamové kultuře nemůže dosáhnout kýženého statusu, uznání a pocitu sounáležitosti, nemůže uspokojit chtíč někam patřit (Smolík 2010, s. 32). To je možné vztáhnout také na vinylovou subkulturu. Je možné také tvrdit, že člověk, který do dané subkultury nespadá, nezná

její znaky, nositele významu, nemá přehled o tom, co se v dané subkultuře považuje za hodnotné a co nikoliv. Zde je poukazováno na fakt, že pokud není jedinec součástí vinylové subkultury, nedokáže ocenit, že jiný člen vlastní raritní desku, která byla vyhotovena pouze v malém nákladu a vylisována v Japonsku, což je mezi vinylovými nadšenci velmi ceněný soubor vlastností daného kusu vinylu. Někteří mohou také za raritní považovat určité chyby tisku bookletu a další vady, které danou kazovou sérii činí ještě daleko hodnotnější.

Další důvody, které mohou vést k zapojení do této subkultury, zkoumá praktická část této práce.

1.6 Vinylová deska v kontextu dalších nosičů

Aby bylo možné dát médium, o němž celá práce pojednává, do správného kontextu, je nutné si objasnit jeho základní časový vývoj. Jde v první řadě o nejstarší způsob záznamu zvuku, jehož technologie byla funkční¹⁴. Jeho historie sahá až do roku 1878, kdy Thomas Alva Edison položil základy fonografu, který můžeme nazvat jakýmsi předchůdcem gramofonu (Pohlmann 1992, s. 9). Tehdy se ovšem záznam nahrával na kulatý váleček, nikoliv na kruhovou plochou desku. Tu dal světu až Emile Berliner o devět let později (Pohlmann 1992, s. 9). Zezačátku byla vyráběna z tvrzené pryže i šelakové hmoty a k polyvinylchloridu přistoupili vývojáři kolem roku 1931 a gramofonová deska si postupně získala lidové označení vinyl, dle zvoleného materiálu. Dlouho neměla tato technologie konkurenci, ovšem v roce 1963 se poprvé objevila audiokazeta. Ta ale prodejnost vinylů nikdy nepřekonala, o to se postaral jiný nosič – kompaktní disk nazývaný CD, který způsobil v roce 1979 průlom v podobě zvukovém záznamu – z analogového se svět přesunul k digitálnímu (Pohlmann 1992, s. 9).

Tyto dva typy záznamu se razantně liší a mají také samozřejmě vliv na to, jak samotný zvuk následně zní. Analogový záznam zvuku probíhá, zjednodušeně řečeno, nejčastěji přes magnetickou hlavu, která zvukové vlny přenáší na magnetofonový pásek. V podstatě jde tedy o převádění zvukových vibrací do magnetické podoby. Takovýto způsob záznamu obsahuje i šum, ve výše zmíněném případě klasický páskový šum, který je nedílnou součástí finálního zvukového výstupu. Největší nevýhodou analogového zvuku je ovšem to, že s každou provedenou změnou, a především při kopírování se násobně snižuje kvalita záznamu, takže kopie již nemohou být totožné s původním záznamem. Oproti tomu digitální záznam převádí zvuk do jedniček a nul, tedy do jakési posloupnosti čísel, které popisují úroveň neboli amplitudu

¹⁴ Před Edisonem se již několika lidem podařilo pořídit zvukový záznam a poté jej reprodukovat, ovšem ani jeden ze způsobů se neuchytil (Taylor, Katz, Grajeda 2012, s. 370).

zvukové vlny v čase. Při přehrávání se pak zvuk opět převede na základě této posloupnosti čísel na dané úrovně napětí a chvějící se elektrický signál rozkmitá reproduktor. Z toho vyplývá, že jsou všechny vyrobené kopie naprosto totožné, protože jde o stále stejnou informaci ve formě číslic. Práce s digitálním záznamem je obecně výrazně jednodušší, ovšem pokud jde o zvuk, od analogového se liší, jak vyplývá z výše popsaného (Taylor 2007, s. 93-94)¹⁵.

1.6.1 Fyzické nosiče na trhu

V současné době je nejvyužívanějším způsobem přehrávání hudby streamování. V roce 2022 tvořilo ve Spojených státech amerických 84 % výnosů hudebního průmyslu (Friedlander 2022, nečíslováno) a také v České republice streamování tvoří hlavní příjmy tohoto průmyslu, které v roce 2022 meziročně stouply o jednu pětinu (ČNS IFPI 2023). Ovšem mezi fyzickými nosiči se stále více rozrůstá oblast vinylových desek. Jejich prodej průběžně prokazatelně stoupá. Je možné pozorovat, že například v České republice tento růst započal zhruba v roce 2014, kdy podíl vinylů v tržbách z fyzických nosičů¹⁶ meziročně vzrostl o 7 %. V roce 2017 pak stoupl prodej v tomto segmentu meziročně o celých 38 %, zatímco oblast CD poklesla pro představu během roku o 23 % (ČNS IFPI 2023). Zároveň poprvé po delší době stagnace v tomto roce poprvé vzrostly příjmy celkově v hudebním průmyslu v tuzemsku (Řezníčková 2019, nečíslováno).

Pokud jde o kategorii fyzických nosičů, v roce 2014 tvořil vinyl 7 % procent prodeje a CD zabíralo 86 % procent¹⁷, roce 2021 už se vinyl vyšplhal na 42 % a pro CD zůstalo 55 % trhu. Právě v roce 2021 zároveň vinyl zažil v České republice druhý největší zájem¹⁸ ze strany posluchačů¹⁹, což dokazuje, že zájem o něj vzrostl meziročně o 35 %. Nejaktuálnější data jsou v tento momenty ty z roku 2022, kdy vinyl stoupl meziročně o 15 %, přičemž se ho v rámci fyzických nosičů prodalo stejné množství jako CD. To konkrétně znamená, že desky tvořily 49 % příjmů z fyzických nosičů (ČNS IFPI 2023, nečíslováno).

Stoupající trend můžeme u nás pozorovat také na příkladu jedné tuzemské firmy. Jde o podnik GZ Media, který je v současné době největším výrobcem vinylových desek na světě.

¹⁵ Pro účely této práce je v této části využít jako zdroj text z knihy učebnicového typu, což nebývá obvyklé. Ovšem pro účely této práce, v níž není nutné se zabývat problematikou záznamu zvuku z vědeckého hlediska, postačí základní znalost problematiky z textu úvodového či učebnicového typu.

¹⁶ Data v aktuální chvíli známe do roku 2021 a mezi fyzickými nosiči stále rapidně vede CD, byť jeho prodej každoročně klesá, a naopak vinyl má stoupavou tendenci (ČNS IFPI c2023).

¹⁷ Zbylých 6 % procent pak tvořila DVD a 1 % prémiové nosiče, což jsou neprodejné nosiče, které jsou přikládány jako forma propagace, například k časopisům (ČNS IFPI c2023).

¹⁸ Myšleno po roce 2000, když už nebyl považován za mainstreamový typ nosiče. Největší meziroční nárůst zaznamenal vinyl v roce 2017, kdy prodejnost stoupla o celých 38 % (ČNS IFPI c2023).

¹⁹ Myšleno od roku 2014, kdy začal mít ve výzkumech ČNS IFPI vlastní kategorii.

V Loděnici u Berouna vyrábějí vinyly pro takové ikony, jakými jsou Rolling Stones, U2 nebo Lady Gaga (Čepický 2021). Za svůj nejsilnější rok, tedy 2022, vyrobila v domácí Loděnici a pobočkách v USA a Kanadě celkem 56 milionů vinylů během 12 měsíců. A nejde o firmu, která by nezažila největší rozmach gramofonových desek – funguje totiž už více než 70 let. I tak ale slaví v posledních letech nebývalé úspěchy a každá čtvrtá deska na světě pochází z produkce GZ Media. Tato firma je jen malou ukázkou toho, jak obliba vinylů roste, a to celosvětově. Její majitel oblíbenost vinylů připodobňuje ke koupi fyzických knížek, které také nejsou na ústupu, byť již mají své digitální náhrady „*Když mám rád hudbu, tak ji nechci konzumovat pouze prostřednictvím nějakých digitálních platforem, ale chci mít doma produkt, který si mohu vystavit, prohlédnout, ukázat známému v rodině, potěšit se s ním, dát ho na gramofon a v úplně jiné dimenzi si hudbu poslechnout a prožít,*“ (Kuchyňová 2022, nečíslováno) popsal své konzumentské návrhy konkrétně.

K výrobě desek se v roce 2018 vrátila také v oboru celosvětově známá firma SONY, která poslední vinyl vyrobila v roce 1989 a taktéž tuzemský podnik Supraphon, a to v roce 2011, dvě dekády po výrobě poslední desky (Řezníčková 2019, nečíslováno).

Velký přelom pro vinyl nastal v roce 2022. Jeho prodejnost sice stoupá v USA již šestnáctý rok za sebou, ale v roce 2022 vůbec poprvé od roku 1987 totiž překonaly desky v prodeji CD. Pokrývaly celkem 71 % z tržeb z prodejů fyzických nosičů. I přes to ale stále v konzumaci hudby převažuje streamování – v rozpočtu příjmů hudebního průmyslu zabírá celých 84 % a například služba Spotify vyrostla z 84 milionů předplatitelů na 92 milionů (Friedlander 2023).

V současnosti vede žebříčky prodejnosti vinylů v USA Taylor Swift. Jejího alba *Midnights* se prodalo ve světě téměř 950 tisíc vinylových kopií a v prvním týdnu se pouze 38 % jejích poslechnů odehrálo digitální cestou. Hned na druhém místě se umístil Harry Styles a zajímavostí je, že v top desítce se drží také *Abbey Road* od Beatles či album *Rumors* od Fleetwood Mac. Studie nakonec ukazují, že hudební žánr pravděpodobně není svázan s nákupním chováním zákazníků (Luminate 2023).

2 Metodologická část

Druhá kapitola představuje výzkumné otázky a metody využití v analýze. Výzkum kombinuje více technik sběru dat. Výše, v teoretické části, jde převážně o použití kompilační metody, která slouží k popisu subkultury jako takové, ale také definuje spotřební kulturu,

generaci Z, její specifika a další jevy, které práci souvisí. V analytické části práce využívá dotazníkové šetření a hloubkový rozhovor.

2.1 Výzkumné otázky

Cíle práce korespondují s výše položenou hlavní výzkumnou otázkou: "Jaké jsou základní charakteristiky vinylové subkultury formující se v generaci Z?". Hlavním cílem je tedy popsání konzumačních návyků vybrané skupiny respondentů, kteří se řadí do generace Z, a zároveň do vinylové subkultury, a tedy i základní charakteristika této subkultury. Dílčí výzkumné otázky zní:

- Jakou motivaci mají členové subkultury k pořízování vinylových desek?
- Jaké hodnoty vinylovým deskám připisují členové subkultury?
- Jaké jsou posluchačské návyky členů subkultury ve vztahu k vinylovým deskám?
- Jaké jsou posluchačské návyky členů této subkultury ve všeobecné rovině?
- Jak v této subkultuře figuruje aspekt komunity?

První část práce si klade za cíl představit vybraný vzorek v kontextu generace Z, do níž spadá. Nastíňujeme tedy jeho specifika, co generaci definuje a ovlivňuje a jak se celkové prostředí, z něhož daní jedinci vycházejí, promítá do jejich konzumního chování v oblasti hudby.

Druhá část práce, tedy ta, jenž se zabývá zkoumáním subkultury samotné, se zaměřuje na další dílčí cíle. Aby bylo možné popsat základní charakteristiky předmětu zájmu, je nutné zkoumat jeho specifika, charakteristické znaky, ideové základy a významy, které členové připisují svému jednání. Toho je možné dosáhnout skrze dotazníky a rozhovory.

Práci tedy zajímá, proč v kontextu dané generace stále existuje část, která upřednostňuje vinylové desky. Jde o důraz na materiální stránku, tedy vlastnit daný vinyl bez akutní potřeby si jej přehrát? Jak je zmíněno níže, najdou se i takoví jedinci, kteří vlastní desky, ovšem gramofon nikoli. Tento fakt tedy podporuje teorii, která vyzdvihuje právě materiální aspekt vinylu a jeho symbolickou hodnotu pro vlastníka. Vinyl se tedy může stát "*ikonickým označením plným odkazů a materializuje paradoxní kulturní hodnoty, totiž poškoditelnost, kterou i digitálních formátů postrádáme*" (Hornák 2018, s. 25). Může jít také o vyjádření kulturní příslušnosti, vytváření identity skrze vlastněné nahrávky, touhu platit umělcům za jejich práci a nabízí se i možnost touhy po zpomalení a upřednostnění aktivního, přítomného poslechu, jež analogové nosiče nabízí. Téměř vše je dnes dostupné online a velká část obsahu

je poskytnuta uživatelům internetu zdarma. Jaká je tedy motivace mladých lidí kupovat oproti online hudbě drahé desky, se kterými se pojí i počáteční investice do aparatury? Na příkladu řady hudebních jmen výše je vidět, že vinyly nejsou záležitostí pouze stárnoucích kapel, ale jakožto svým způsobem luxusní nosič jej nabízí i mainstreamoví umělci dneška.

To vše jsou detailnější otázky, které práce postupně zkoumá skrze dotazníky a později hloubkovými rozhovory se specifickými jedinci, jež jsou součástí dané subkultury.

3 Analytická část

3.1 Úvod

Následující část osvětluje techniku sběru dat. V případě této práce jde o kombinaci dotazníkového šetření a polostrukturovaných rozhovorů. Představeny jsou otázky, které dotazník obsahuje a zúčastněný vzorek. Dotazníky slouží jako odrazový můstek k formátu hloubkových rozhovorů.

Zvolena je tedy kombinace kvantitativní a kvalitativní metody sběru dat. Kvantitativní metoda předpokládá, že lidské chování můžeme do jisté míry měřit a předpovídat (Hendl, 2005, s. 45). Ovšem posláním kvalitativního výzkumu je porozumět lidem v sociálních situacích. Ovšem aby bylo možné pokládat v rámci polostrukturovaných rozhovorů relevantní otázky, je nutné do hloubky jak samotné téma v teoretické rovině, tak znát oblasti, kterým je nutné se věnovat. Právě tato základní data přináší v rámci dané práce dotazníkové šetření. Zároveň ovšem jak uvádí Smolík, je v oblasti zkoumání subkultur vhodnější metoda kvalitativní, což vyplývá i z většinou omezeného počtu ochotných respondentů, tedy členů určitých subkultur. Výzkumníci ovšem často volí i metodu kombinace kvalitativní a kvantitativní metody, jako je tomu i v případě této práce (Smolík 2010, s. 51).

3.1.1 Etické zásady výzkumu

Během získávání dat k této práci byla dodržena všechna zásadní etická pravidla, a to jak v případě dotazníkového šetření, tak v případě polostrukturovaných rozhovorů. Mezi etické zásady patří primárně dodržení anonymity respondentů, kteří byli srozuměni s tím, k jakému účelu informace poskytují a že jejich důvěrná data nebudou nikde zveřejněna. V případě hloubkových rozhovorů byli ujištěni o nepřiložení zvukového záznamu k této práci, přiloženy jsou pouze ve formě přepisu. Všichni respondenti udělili souhlas k participaci na výzkumu

a odpovídali pouze na otázky, na které sami odpovědět chtěli. Zároveň byli seznámeni s možnostmi doručení výsledků této práce.

3.1.2 Limity výzkumu

Vzhledem k tomu, že autorka této práce, která je zároveň výzkumníci pokládající otázky respondentům, je sama součástí této subkultury, je si vědoma toho, že se tento fakt mohl promítnout do polostrukturovaných rozhovorů. Ovšem na členství v této subkultuře lze nahlížet také jako na pozitivní aspekt vzhledem k tomu, že má autorka do problematiky o to hlubší vhled a může tím pádem pokládat relevantní otázky, čímž se mohla stát pro respondenty také více důvěryhodnou a odpovědi tak měly potenciál jít ještě více do hloubky, než kdyby respondenti k tazatelce nepociťovali důvěru.

To uvádí i Smolík, který připomíná, že výzkumník, stejně jako kterýkoli jiný účastník výzkumu, žije ve vztahové a významové síti, v konkrétním kultuře-společenském kontextu a jeho znalosti, zkušenosti a prožitky formují jeho schopnost porozumět a uchopit vnější fenomény (Smolík 2010, s. 52).

Zároveň autorka zachovala zásady pro vedení rozhovoru – informanti znali předem termín, místo a téma schůzky a zúčastnili se jí dobrovolně na základě vlastního rozhodnutí (Reichel 2009, s. 116).

I přes to se u kvalitativních metod setkáváme s dalšími možnými limity, především pak v interpretační části. To zmiňuje například Petrušek (1993, s. 94), který uvádí, že „*výzkumná situace byla výzkumníkem interpretována již při tvorbě výzkumného plánu*“, což značí, že interpretuje skutečnosti již jednou interpretované, to znamená, že provádí takzvanou interpretaci druhého řádu. Mezi další limity patří i proměnlivost a mnohvrstevnatost zkoumané problematiky. Jinými slovy, každá redukce, kterou výzkumník provede, může vést k interpretační chybě. Mezi tyto chyby patří například nepravá korelace²⁰, chybně vyhodnocená vývojová sekvence²¹ či dvojí příčina²². Za chybné lze považovat také užívání hodnotících výrazů během deskripce (Reichel 2009, s. 170-171).

²⁰ Objekt A i B ovlivňuje do výzkumu nezahrnutý aspekt C, takže to vypadá, jakoby byla nějaká spojitost mezi A a B (Reichel 2009, s. 170).

²¹ Zdálnivě na A působí veličina B, ale je tomu tak jen proto, že na A působí proměnná C, která nebyla do výzkumu zahrnuta (tamtéž).

²² Na objekt A nepůsobí pouze veličina B, ale i C, která není do šetření zahrnuta (tamtéž).

3.2 Dotazníkové šetření

Formát strukturovaného²³ dotazníkového šetření je pro tuto práci přínosný především kvůli tomu, že poskytuje první vhled do této nové a poměrně mladé subkultury. Vhodný je tedy především proto, že tato subkultura doposud nebyla předmětem žádného výzkumu. Proto je důležité získat první data a popsat základní charakteristiky této skupiny. Toho je možné dosáhnout právě dotazníkovým šetřením, které práce doplňuje hloubkovými rozhovory. Tyto rozhovory základní poznatky získané z dotazníků rozšiřují a konkretizují.

Jak uvádí Smolík (2010, s. 51), tato výzkumná metoda produkuje deskriptivní data, tedy v případě této práce textové a grafické výstupy. V případě zkoumání subkultur jde o vysoce efektivní techniku, která má potenciál postihnout velký počet respondentů při relativně malých časových i finančních nákladech. Problém u tohoto tématu ale může být v menším počtu respondentů ochotných dotazník vyplnit, zvláště pak pokud se jedná o menší subkulturu. Nezvratnou výhodou ale zůstává zaručená anonymita respondentů (Smolík 2010, s. 54).

Před zveřejněním dotazníku prošly otázky pilotním výzkumem. Zúčastnilo se jej deset respondentů, přičemž jejich úkolem bylo upozornit na případné nedostatky dotazníku, nesrozumitelné formulace otázek, chybějící odpovědi či témata, která v dotazníku postrádají.

Pro tuto práci bylo strukturované dotazníkové šetření vedeno výhradně online. Především proto, že cílová skupina nebyla vázána na určitou lokalitu.

3.2.1 Oslovování a výběr vzorku

Do výzkumu se mohli zapojit pouze respondenti, kteří spadají do generace Z, neboť právě tato věková skupina je předmětem této práce. Důvody jsme již nastínili v předchozích kapitolách. Podle Sarah Sladek (2014, nečíslováno) do této generace spadají lidé narození mezi roky 1996 až 2010, o čemž taktéž pojednávaly předchozí kapitoly.

Oslovování respondentů probíhalo skrze Facebookové skupiny, které sdružují lidi se společnými zájmy, tedy i fanoušky vinylů. Skupiny nesly názvy jako „*Gramofony – Vinyl a jeho kroutitelé*“, „*VINYL CZ/SK*“ nebo „*Hip Hop Vinyl CZ & SK*“. Respondenti byli osloveni také skrze skupiny sdružující univerzitní studenty, neboť ti jsou také ve věku vyhledávaných respondentů a dotazník byl vložen také do skupin věnujícím se kultuře v obecnějším měřítku.

²³ V případě strukturovaného dotazníku následují otázky v jasně daném pořadí po tematických blocích. Odpovědi mohou být kombinací uzavřených, polouzavřených i otevřených otázek (Reichel 2009, s. 119).

3.2.2 Otázky v dotazníkovém šetření

Celé znění dotazníkového šetření je k dispozici v Příloze 1. Otázky jsou rozděleny do tematických bloků. Jako první respondenti vyplnili údaje o svém roku narození. Vybírat mohli ze tří možností: 1996-1999, 2000-2004 a 2005-2010. Tato první otázka byla zařazena na začátek především z toho důvodu, aby eliminovala případné respondenty, kteří nespádají do vytyčeného výzkumného vzorku.

Sekce 1 zkoumala základní data a postoje související s vinylovými deskami.

Nejprve odpovídali na počet desek, které vlastní, dále pak na to, jak často je poslouchají a kdy si vinyl naposledy koupili a zda šlo o předmět z druhé ruky, nebo nový.

Sekce 2 se zabývá motivací k pořizování vinylových desek. Respondenti zodpovídali, kde si vinyly pořizují a co je k pořízení těchto nosičů přivedlo, jaké jsou podle nich jeho negativní aspekty a zvažovali, jakou hodnotu mu primárně připisují.

Sekce 3 se zabývá posluchačskými návyky ve vztahu k vinylu. V otázkách šlo o zjištění, zda primárně konzumují hudbu z vinylu aktivně, nebo pasivně, zda si pouští celou desku, nebo jen její části a jestli využívají QR kódu ke stažení hudby, který je k vinylům v některých případech přiložen.

Dotazník zjišťoval v sekci 4 také jejich posluchačské návyky ve všeobecné rovině. Dotazoval se na primární zdroj konzumace hudby, na konzumaci tematických médií a též na objevování nové hudby.

Součástí byla také sekce 5, která zkoumala aspekt komunity, tedy zda má informant ve svém okolí jedince, kteří mají také vinylové desky a zda tento koníček společně sdílejí a jak.

V sekci 6 respondent předal své informace o pohlaví, hudebním i obecném vzdělání a pracovním stavu. Zároveň měl možnost zanechat zpětnou vazbu a kontakt, pokud se chtěl zúčastnit další fáze výzkumu, kterým jsou hloubkové rozhovory.²⁴

3.2.3 Představení vzorku

Dotazník byl respondentům otevřen v termínu od 20. března do 9. dubna, přičemž ještě před tím proběhl pilotní výzkum, kterého se zúčastnilo deset respondentů. Ti měli možnost samotný dotazník okomentovat a poskytnout zpětnou vazbu týkající se formulace otázek, odpovědí ale i obsažených témat.

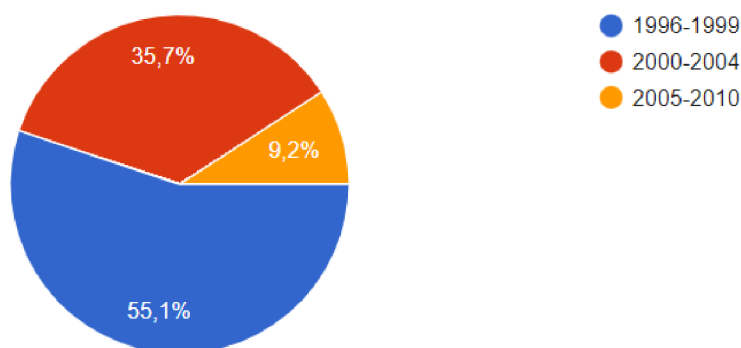
²⁴ Výsledky závěrečné otázky, kde mohli respondenti zanechat kontakt a případnou zpětnou vazbu, nejsou v této práci zveřejněny z důvodu ochrany osobních údajů.

Celkem se výzkumu zúčastnilo 204 respondentů²⁵, ovšem relevantních odpovědí, které bylo možné k výzkumu použít bylo 196. Sedm respondentů v závěrečné otázce, v rámci níž bylo možné odeslat zpětnou vazbu uvedlo, že se řadí do jiné generace než Z, což je hlavní parametr pro informanty. Druhým klíčovým parametrem bylo vlastnictví alespoň jedné vinylové desky. Jeden respondent uvedl, že nevlastní žádnou vinylovou desku, proto byly jeho odpovědi také odstraněny. Celkem šlo tedy o osm odpovědí, které bylo nutné vyřadit z důvodu irelevance pro daný výzkum.

3.2.3.1 Sekce 0 - Rok narození

V předsekcii respondenti vybírali svůj rok narození. Tato otázka byla zařazena hned na úvod z toho důvodu, aby byli eliminováni respondenti, kteří nespádají do zkoumané skupiny. Respondenti mohli vybírat mezi třemi možnostmi – 1996-1999, 2000-2004 a 2005-2010.

Největší zastoupení měla věková skupina narozená mezi lety 1996 až 1999, tvořila celkem 55,1 % z celkového počtu odpovědí. Druhou nejpočetnější skupinou byli respondenti narození mezi lety 2000 a 2004, zde šlo o 35,7 %. Nejmenší část tvořili informanti narození mezi lety 2005 a 2010, v dotaznících tvořili 9,2 %.



Graf 1 Rok narození respondentů dotazníkového šetření

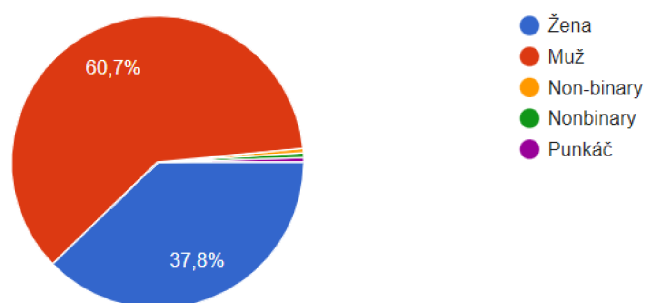
3.2.3.2 Sekce 5 – Další demografická data

Další demografické údaje vyplňovali respondenti až v poslední části dotazníku, protože nebylo klíčové zjišťovat tyto informace hned v úvodu a bylo třeba právě naopak začít otázkami, které respondenta u vyplňování dotazníku udrží a budou pro něj atraktivní.

²⁵ Některé odpovědi jsou zkráceny a naleznete je v plném znění v příloze v Tabulce 1.

3.2.3.2.1 Pohlaví

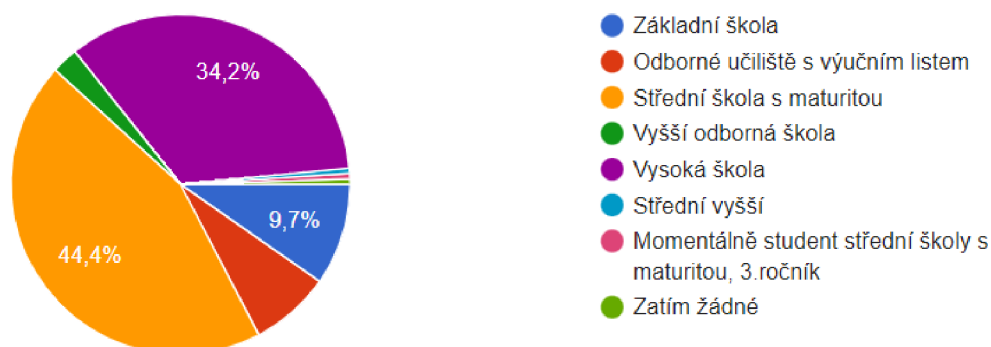
Více se průzkumu účastnili muži, šlo o 60,7 %, žen pak bylo 37,8 %. Dva respondenti se zařadili do kategorie nebinární a jeden informant do volné kolonky uvedl, že je „punkáč“.



Graf 2 Pohlaví respondentů dotazníkového šetření

3.2.3.2.2 Vzdělání

Pokud jde o nejvyšší dosažené vzdělání respondentů, nejčastěji dotazovaní ukončili střední školu s maturitou, konkrétně šlo o 44,4 % dotazovaných. Druhým nejfrekventovanějším dokončeným vzděláním byla vysoká škola, tuto odpověď zaškrtno 34,2 % dotazovaných. Základní školu dokončilo 9,7 % lidí a dále 7,7% má dokončeno odborné učiliště s výučním listem a 6 vyšší odbornou školu. Právě dokončenou základní školu má 21 respondentů. Jeden informant uvedl, že nejvyšší dosažené vzdělání je u něj „zatím žádné“. Šlo o respondenta narozeného mezi lety 2005 a 2010, z čehož můžeme usuzovat, že je stále žákem základní školy.



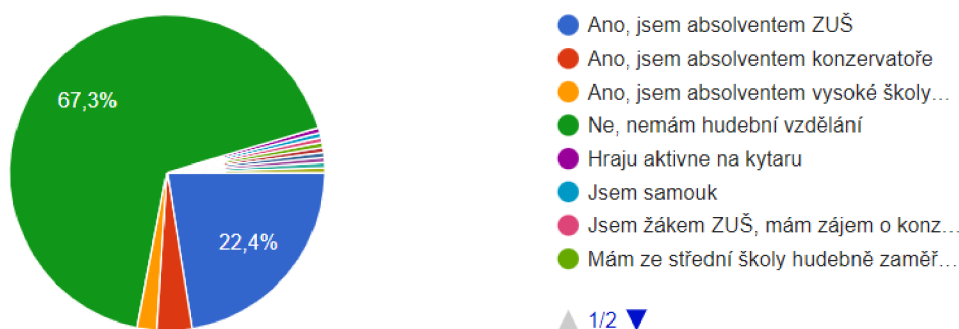
Graf 3 Vzdělání respondentů dotazníkového šetření

3.2.3.2.3 Hudební vzdělání

Dotazník zjišťoval také hudební vzdělání, které může korelovat se zájmem o vinylové desky. 67,3 % respondentů uvedlo, že neprošli žádným institucionálním hudebním vzděláním a 22,4 % je absolventem základní umělecké školy. Absolventů konzervatoře bylo celkem 7 a 4 vystudovali vysokou školu s hudebním zaměřením a 1 další respondent tento typ školy právě studuje. Možnost otevřené odpovědi využilo 8 respondentů, kteří uváděli následující: „Samouk na tři hudební nástroje“ „Absolvent ZUŠ, několik kurzů + zkušenosti z kapely“, „Zpívám

v kapele Průser a v kapele Porucha Systému hraju na baskytaru“, „Základní škola s hudebním zaměřením a ZUŠ“, „Hraju aktivně na kytaru“, „Jsem samouk“, „Jsem žákem ZUŠ, mám zájem o konzervatoř“ a „Mám ze střední školy hudebně zaměřené základní přípravu, hraju na několik nástrojů“.

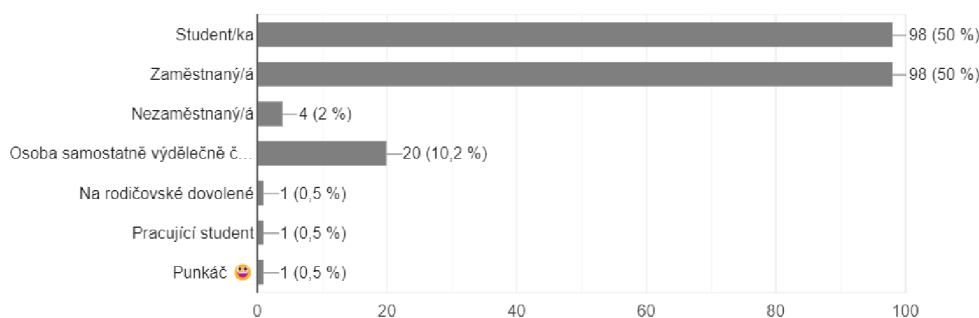
Z těchto dat vyplývá, že pravděpodobně není souvislost mezi hudebním vzděláním respondentů a jejich oblibou vinylových desek.



Graf 4 Hudební vzdělání respondentů dotazníkového šetření

3.2.3.2.4 Aktuální status na trhu práce

Otázka, v níž respondenti charakterizovali svůj aktuální status, měla ponechanou možnost zatrhnutí více odpovědí. Celkem 50 % respondentů odpovědělo, že je zaměstnán.²⁶ Stejný počet uvedl, že jsou vedeni jako studenti. Dohromady 20 informantů je osobami samostatně výdělečně činnými a čtyři byli aktuálně nezaměstnaní. Jeden z respondentů uvedl, že je „pracující student“ a jiný svůj aktuální stav charakterizoval v otevřené odpovědi jako „punkáč“.



Graf 5 Aktuální status respondentů dotazníkového šetření na trhu práce

3.2.3.2.5 Zanechání kontaktu a zpětná vazba

Součástí dotazníku byla také závěrečná otázka, která nabízela možnost volné slovní odpovědi. Otázka měla znění „Zaujal Vás dotazník? Zanechte mi na sebe kontakt a můžeme se

²⁶ Z těchto dat vyplývá, že celkem 27 respondentů zakliklo více než jednu odpověď. Nejčastěji šlo o možnost, že jsou zároveň studenty a zaměstnanci.

setkat osobně. Další částí mého výzkumu jsou totiž hloubkové rozhovory.“ Celkem zanechalo zpětnou vazbu či kontakt 41 respondentů. Tyto odpovědi ovšem nejsou přiloženy v Tabulce 1 z důvodu ochrany osobních údajů.

3.2.4 Presentace a interpretace získaných dat

Následující kapitola představuje data získaná strukturovaným dotazníkovým šetřením a zároveň přináší interpretaci získaných dat. Reichel tyto dvě složky od sebe odlišuje. Presentaci považuje především za představení výsledků, ukázkou grafů v jejich úplnosti a z objektivního náhledu. Interpretací část považuje za výklad těchto získaných dat. Tyto dvě části se ale dle autora samozřejmě prolínají a jsou spolu svázány. Stále ale považuje za užitečné se pokusit tyto části alespoň trochu oddělit, tedy nejdříve odprezentovat získaná data a posléze k nim vyslovit své vlastní závěry, názory, domněnky, přesvědčení a doporučení. Zároveň ale upozorňuje na to, že sociální výzkumy jsou specifické svými podmínkami a všechno zjištěné je jen pouhý náznak či jistý trend a na žádné údaje nelze přísahat, což u kvalitativních metod ještě umocňuje proces samotné interpretace (Reichel 2009, s. 169). Tomu se práce věnuje i v kapitole nazvané *Limity výzkumu* výše.

Data jsou rozdělena dle tematických sekcí a následných otázek.

3.2.4.1 Sekce 1 – Základní data a postoje související s vinylovými deskami

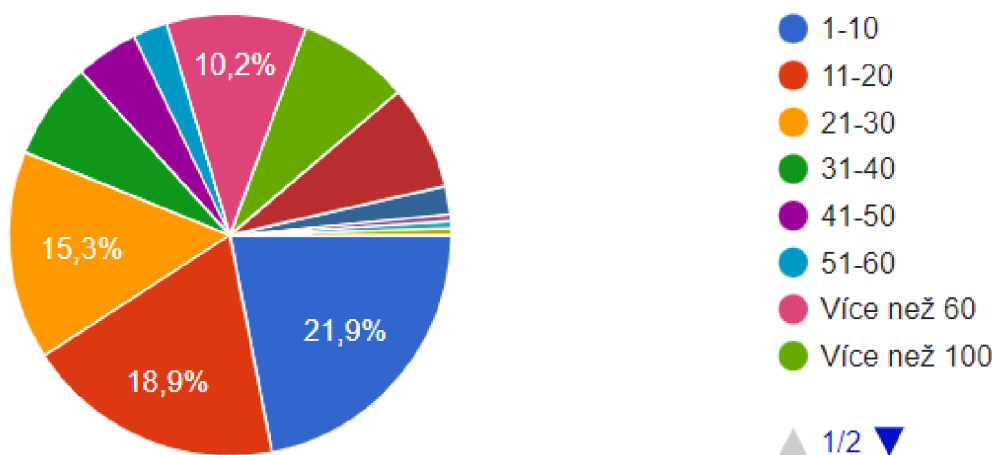
V první sekci dotazníkové šetření získávalo od respondentů základní data týkající se vinylových desek mezi než patří i nákupní návyky, počet vlastněných desek a první impuls k pořízení vinylových desek.

3.2.4.1.1 Počet vlastněných desek

Z šetření vyplývá, že největší část respondentů vlastní od jednoho do deseti kusů desek, konkrétně se jednalo o 21,9 % respondentů. Druhou nejčastěji vybranou kategorií bylo jedenáct až 20 kusů vlastněných desek, sem se řadí 18,9 % respondentů. Třetí nejvíce zastoupenou kategorií byli respondenti, kteří vlastní dvacet jedna až třicet desek, konkrétně šlo o 15,3 % respondentů. Čtvrtou pozici obsadila kategorie „Více než 60“, zvolilo ji 10,2 % respondentů, a za ní se umístila kategorie „Více než 200“, do níž patří 7,7 % respondentů. Tyto dvě vyšší kategorie předčily odpověď, kterou zvolilo 7,1 % informantů vlastnících jedna třicet až čtyřiceti vinylů. V otevřených odpovědích se objevovaly další konkrétnější cifry, jedna

z nich byla například 2500 kusů desek.²⁷ Počet vlastněných vinylů nedokázaly odhadnout 2 % respondentů.

Tato data je možné interpretovat tak, že většina příslušníků této subkultury vlastní sbírky v řádech desítek kusů, ovšem je zde také nezanedbatelná skupina, která jich vlastní sto a více. To znamená, že můžeme identifikovat dva typy fanoušků vinylových desek v generaci Z. První typ vlastní menší počet desek, druhý razantně více. Jak vyplývá z hloubkových rozhovorů níže, je možné vysledovat, že skupina, která vlastní menší množství vinylových desek si je pořizuje z mírně odlišných důvodů než druhá skupina. Ukazuje se, že pokud jich člověk vlastní menší množství, jeho motivace ke kupování desek je spíše v podpoření oblíbeného autora. Pokud respondenti vlastnili více desek, přikládali větší důraz sběratelskému aspektu, který se u respondentů s menším množstvím desek téměř neprojevoval. O této problematice více pojednává kapitola níže.



Graf 6 Počet desek vlastněný respondenty dotazníkového šetření

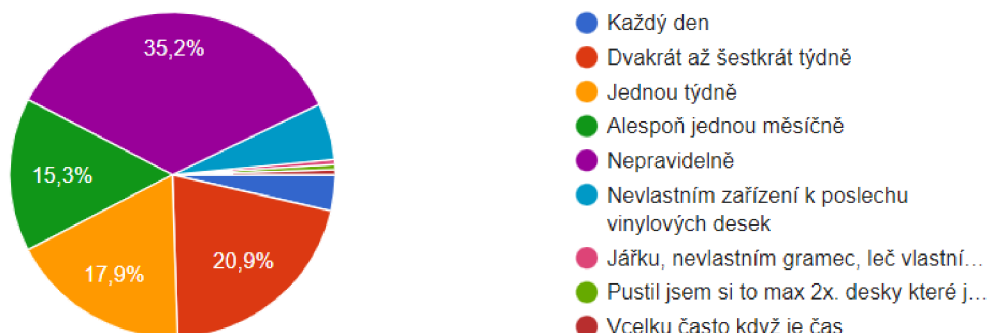
3.2.4.1.2 Frekvence poslouchání desek

V další z otázek respondenti uváděli frekvenci poslechu vinylových desek. Největší část respondentů, konkrétně šlo o 35,2 %, uvedla, že hudbu z desek poslouchá nepravidelně. Druhou nejčastější odpovědí byla frekvence dvakrát až šestkrát týdně, zde šlo o 20,9 %. Celých 17,9 % informantů poslouchá desky jednou týdně a 15,3 % pak alespoň jednou měsíčně. Zařízení k přehrání vinylových desek nevlastní 5,6 % respondentů a zároveň jde o pátou nejčastější odpověď. Tento fenomén je zmíněn také v teoretické části výše.

Z šetření tedy vyplývá, že většina příslušníků této subkultury poslouchá vinylové desky alespoň jednou týdně a podstatně velká část zároveň desky poslouchá nepravidelně. Posledním zmiňovaným fenoménem se zabývá také jedna z otázek v polostrukturovaných rozhovorech

²⁷ Tento respondent se živil přeprodáváním vinylových desek a je také jedním z informantů v hloubkových rozhovorech níže.

a tím přibližuje kontext, v němž si příslušníci subkultury nejčastěji desky pouští, aby bylo možné lépe popsat toto chování, které se z odpovědi „*Nepravidelně*“ může zdát jako nahodilé. Třetí nejpočetnější skupinou byli respondenti, kteří vůbec nevlastní zařízení k poslechu desek.

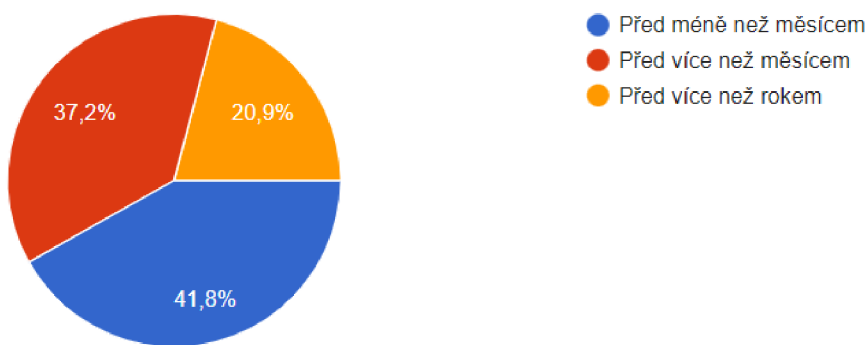


Graf 7 Frekvence poslouchání desek respondentů dotazníkového šetření

3.2.4.1.3 Čas, který uplynul od pořízení poslední desky

V další otázce respondenti uváděli, před jakým časem si pořídili svou poslední vinylovou desku. Nejvíce z nich si poslední desku pořídilo před méně než měsícem, konkrétně šlo o 41,8 %. Dále si 37,2 % pořídilo poslední desku před více než měsícem a zbývajících 20,9 % si desku pořídilo před více než rokem.

Z těchto dat vyplývá, že příslušníci subkultury si pořizují desky v nejvyšším procentu případů alespoň jednou měsíčně.

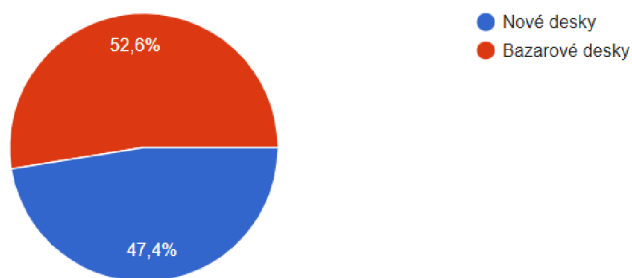


Graf 8 Čas, který uplynul od pořízení poslední desky respondenty dotazníkového šetření

3.2.4.1.4 Poměr bazarových a nových desek

Informanti odpovídali také na to, jestli si primárně pořizují bazarové desky z druhé ruky, nebo jestli preferují nové desky. Zde byly odpovědi poměrně vyvážené. 52,6 % respondentů si kupuje častěji bazarové desky, 47,4 % častěji nakupuje nové desky.

Z těchto dat vyplývá, že většina příslušníků vinylové subkultury z této generace preferuje koupi bazarových desek, ovšem výsledky jsou poměrně vyrovnané a není mezi nimi velká propast. Své preference a jejich důvody důkladněji popisují informanti v hloubkových rozhovorech níže.

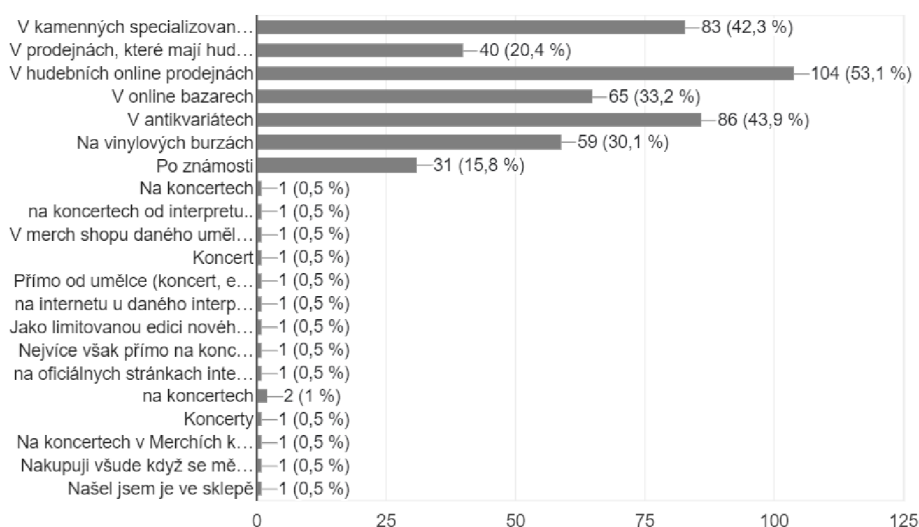


Graf 9 Preference nových a bazarových desek u respondentů dotazníkového šetření

3.2.4.1.5 Způsoby pořizování desek

Zohledněno bylo v dotazníkovém šetření také to, jakými způsoby si respondenti pořizují své vinylové desky. V této otázce bylo možné vybrat více odpovědí a případně doplnit vlastní krátkou odpověď. Nejčastěji příslušníci subkultury volí formu online specializovaných prodejen, jde o 53,1 % dotazovaných. Druhou nejčastější cestou pořizování desek je kupování desek v antikvariátech, k této formě se uchyluje 43,9 % respondentů. Podobné procento využívá kamenné specializované prodejny, konkrétně 42,3 %. V online bazarech pořizuje desky 33,2 % a v 30,1 % si desky pořizují také na vinylových burzách. Do slovní odpovědi mnoho respondentů uvedlo, že si desky často kupují také na koncertech a v merchandisingových obchodech konkrétních interpretů. Přesněji takto odpovědělo 11 respondentů. Touto problematikou se zabývá také jedna z otázek v polostrukturovaných rozhovorech níže.

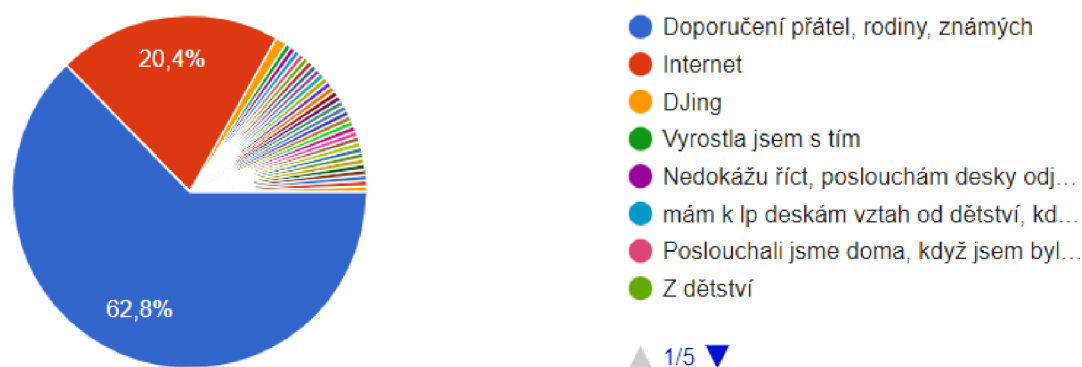
Z této části tedy vyplývá, že příslušníci subkultury si pořizují desky online i ve fyzických prodejnách, dochází tedy ke kombinaci těchto složek. Nejpreferovanější cestou ovšem zůstává koupě online ve specializovaných obchodech, je tomu tak v 53,1 %.



Graf 10 Způsoby pořizování desek respondenty dotazníkového šetření

3.2.4.1.6 Prvotní impuls k pořízení vinylové desky

Dalším tématem, kterým se práce zabývá, je způsob objevení vinylových desek a prvotní impuls k jejich zakoupení. Nejvíce respondentů uvedlo, že se k vinylu dostali díky doporučení přátel, rodiny a známých, šlo konkrétně o 62,8 %. Druhá část, tedy 20,4 % respondentů uvádí, že je k vinylovým deskám přivedl obsah, který konzumují na internetu. Celých 16,8 % využilo možnosti volné slovní odpovědi a svůj prvotní impuls popsali konkrétněji. Nejčastěji jej vyspecifikovali jako oblibu, kterou v nich od dětství pěstovali rodiče, tedy jejich motivace pochází od rodičů. Takovéto odpovědi ovšem náleží do kategorie první, čímž se původních 62,8 % ještě navyšuje. Jeden z respondentů také uvádí, že si koupil první desku proto, že ji vydal jeho oblíbený interpret a to jej postupně dovedlo k tomu si kupovat i další vinyly a podobnou odpověď uvedli také další respondenti. Častěji se v otevřené sekci objevuje také odpověď, že prvotním impulsem byl DJing a celková hip-hopová kultura. Dva respondenti uvedli, že v tomto oboru pracují.²⁸



Graf 11 Prvotní impuls k pořízení vinylové desky respondenty dotazníkového šetření

3.2.4.2 Sekce 2 – Motivace k pořizování vinylových desek

Druhá sekce tematizovala motivaci respondentů k pořizování vinylových desek.

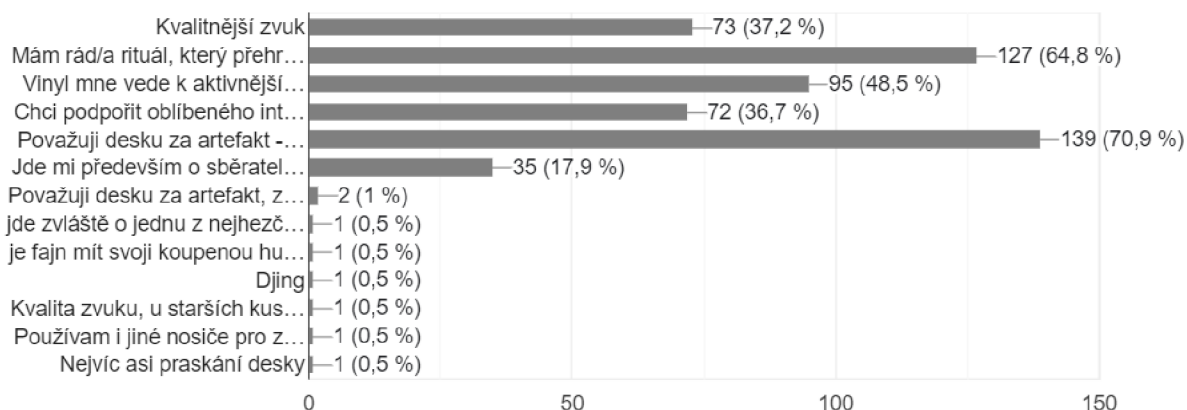
3.2.4.2.1 Hlavní motivace k pořizování vinylových desek

V první otázce dané sekce odpovídali respondenti na jejich obecnou a hlavní motivaci k pořizování vinylových desek. Mohli vybrat více odpovědí a také se vyjádřit vlastními slovy ve volné kolonce.

²⁸ Jeden přeprořádá vinylové desky, druhý pracuje ve výrobě desek, konkrétně GZ Média, o níž pojednává jedna z kapitol výše v teoretické části.

Nejčastěji považují respondenti desku za artefakt, bere ji tak 70,7 % dotázaných. To znamená, že jim primárně záleží na fyzické povaze nosiče, na bookletu, designu a dalších informacích, které obsahuje obal, ale i daný nosič. Druhou nejčastější motivací ke koupi desky je pro respondenty rituál, který přehrávání vinylu předchází. Tuto možnost vybralo jako klíčovou 64,1 %. Dále celých 48 % respondentů uvádí, že tento typ nosiče je vede k aktivnějšímu poslechu v porovnání s ostatními médii. Velmi podobný počet informantů, konkrétně 36,9 %, v deskách hledá kvalitnější zvuk, než je ten, který jim nabízí streamovací platformy. Možnost volné odpovědi využilo sedm respondentů. Jeden z nich uvedl, že „*je fajn mít svou oblíbenou hudbu koupenou fyzicky v poličke a ne jen digitálně.*“ Jiný popsal, že jeho motivací ke koupi vinylu je zvuk, protože u starších desek má rád i jejich „*legendární praskání*“, což popsal i další respondent. Ve volných odpovědích se jeden z informantů podělil také o fakt, že vinyl není jediným nosičem analogového zvuku, který používá a dodal, že „*digitální doba mě neuchvátila*“.

Všechny tyto poznatky dále rozvádí hloubkové rozhovory níže.



Graf 12 Primární motivace k pořizování vinylových desek respondenty dotazníkového šetření

3.2.4.2.2 Negativní aspekty vinylu

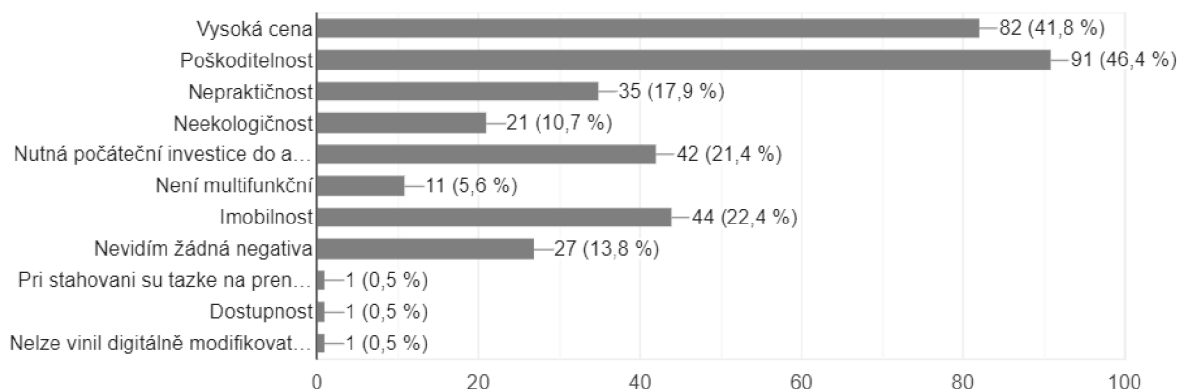
U respondentů dotazník zkoumal také jejich náhled na negativa vinylových desek. Vybírat mohli více odpovědí a také měli možnost popsat svou zkušenost vlastními slovy ve volném poli.

Nejčastěji informanti uváděli, že za největší negativum považují vysokou možnost poškození vinylu, tuto odpověď zvolilo 46,4 % respondentů. Velice blízko byla také vysoká cena desek, kterou považuje za negativní 41,8 % dotazovaných.

Z těchto dat vyplývá, že nejvýraznějšími negativními vlastnostmi vinylů jsou dle členů této subkultury vysoká cena a velká možnost poškození. Tyto dvě odpovědi spolu značně korespondují, protože na rozdíl od digitálního záznamu, který v podstatě není poškoditelný

a jeho užíváním nemizí kvalita nahrávky²⁹, u desek je tomu přesně naopak. Objevuje se zde tedy paradoxní jev, kdy jsou příslušníci subkultury ochotni zaplatit za méně kvalitní nahrávku spotřebnějšího charakteru násobně více peněz než za digitální přehrání.

Tento jev více rozvíjí hloubkové rozhovory níže, které blíže zkoumají motivy takového jednání.



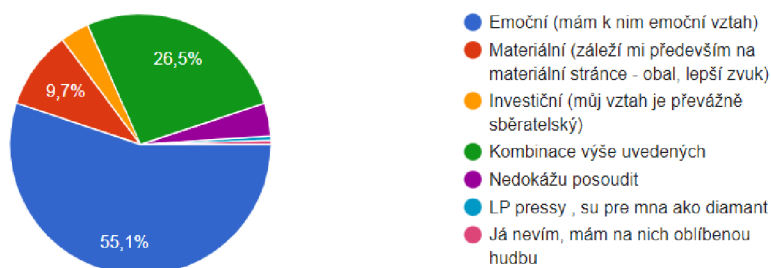
Graf 13 Negativa vinylových desek podle respondentů dotazníkového šetření

3.2.4.2.3 Klíčové hodnoty připisované vinylu

Následující otázka směřovala na klíčové hodnoty, které respondenti vinylu připisují. Vybrat mohli jednu ze tří možností: emoční, materiální, investiční, nebo mohli vyplnit krátkou slovní odpověď.

Nejfrekventovanější odpovědí byla hodnota emoční, tedy že chovají respondenti k vinylům emoční vztah. Konkrétně šlo o 55,1 % informantů. Druhou nejčastější hodnotou je pro příslušníky subkultury kombinace výše uvedených, nemohli tedy vybrat pouze jednu z nabízených variant. Zde šlo o 26,5 % respondentů. Na materiální stránce nejvíce záleží 9,7 % informantů.

Z dat vyplývá, že nejvíce klíčovou hodnotou jsou pro respondenty emoce, které jim vinyl dokáže zprostředkovat. Záleží jim ovšem také na dalších aspektech, ale na emočních hodnotách primárně. Toto téma dále rozvádí hloubkové rozhovory níže.



Graf 14 Klíčové hodnoty připisované vinylu respondenty dotazníkového šetření

²⁹ Těto problematice se věnovala kapitola výše.

3.2.4.3 Sekce 3 – Posluchačské návyky ve vztahu k vinylovým deskám

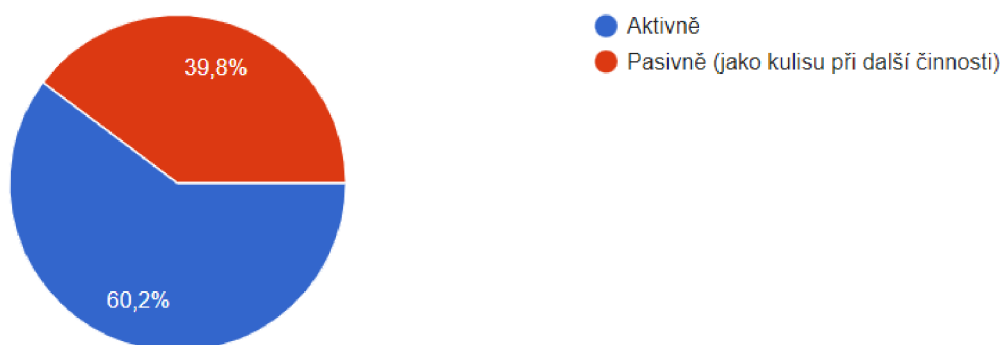
Sekce 3 se zabývá posluchačskými návyky ve vztahu k vinylu. V otázkách šlo o zjištění, zda primárně konzumují hudbu z vinylu aktivně, nebo pasivně, zda si pouští celou desku, nebo jen její části a jestli využívají QR kódu ke stažení hudby, který je k vinylům v některých případech přiložen.

3.2.4.3.1 Aktivní a pasivní poslech

První otázka této sekce se zaměřuje na to, zda je pro příslušníky subkultury poslech vinylových desek aktivní nebo pasivní aktivitou.

Většina respondentů deklarovala, že poslech vinylových desek provádějí aktivně, tím pádem nejde o kulisu a jejich pozornost je v těchto chvílích zaměřena primárně na hudbu. Takto svůj poslech popsalo 60,2 % dotazovaných. Zbýlých 39,8 % uvádí, že desky poslouchají primárně jako kulisu při dalších činnostech.

Z těchto dat vyplývá, že většina příslušníků dané subkultury poslouchá hudbu z desek aktivně a v dané chvíli je to pro ně jejich hlavní aktivita. Bližší kontext popisují hloubkové rozhovory níže.



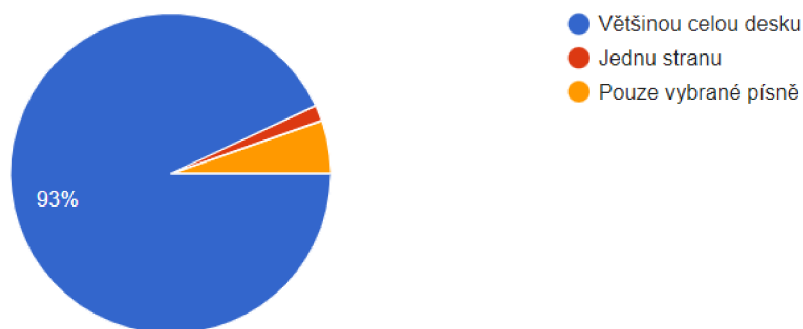
Graf 15 Aktivní vs. pasivní poslech podle respondentů dotazníkového šetření

3.2.4.3.2 Poslech desky jako celku

Tato otázka zjišťovala, jak respondenti desky poslouchají. Primárně šlo o zjištění, zda je jejich návykem poslouchat celé album od začátku do konce, nebo mají jiné preference.

Z dotazníkového šetření vyplývá, že drtivá většina příslušníků této subkultury poslouchá celou desku od začátku do konce, jde o 93 % dotázaných. Zbývajících 5,4 % poslouchá pouze vybrané písně a 1,6 % poslouchá pouze jednu stranu desky.

Z těchto dat vyplývá, že téměř všichni příslušníci dané subkultury poslouchají ve většině případů desku od začátku do konce, to znamená obě její strany.



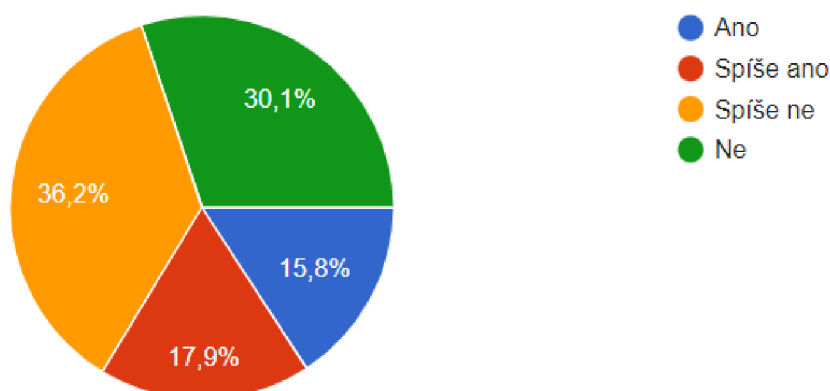
Graf 16 Způsob poslechu vinylových desek respondenty dotazníkového šetření

3.2.4.3.3 Využitelnost QR kódů přiložených k vinylovým deskám

Daná otázka zjišťovala, jaká obliba QR kódů na vinylech³⁰ panuje mezi respondenty. Zároveň tematicky uzavírá tuto sekci a volně navazuje na následující, která se zabývá posluchačskými návyky respondentů v obecnější rovině, tedy i v oblasti digitální konzumace hudby.

Obliba těchto digitálních verzí zakoupených desek je spíše nižší. Tuto možnost vůbec nevyužívá nebo spíše nevyužívá 66,3 % dotazovaných. To znamená, že zbylých 33,7 % tuto možnost někdy využilo nebo ji využívá pravidelně.

Z těchto dat vyplývá, že v dané subkultuře není obliba stahování hudby skrze QR kódy přiložené k vinylovým deskám příliš vysoká. To potvrzují i odpovědi respondentů v hloubkových dotaznících níže.



Graf 17 Využitelnost QR kódů u respondentů dotazníkového šetření

³⁰ K novým vinylovým deskám bývá zpravidla přiložen QR kód v papírové formě, který posluchači zajistí přístup ke stažení zakoupeného alba ve vysoké digitální kvalitě.

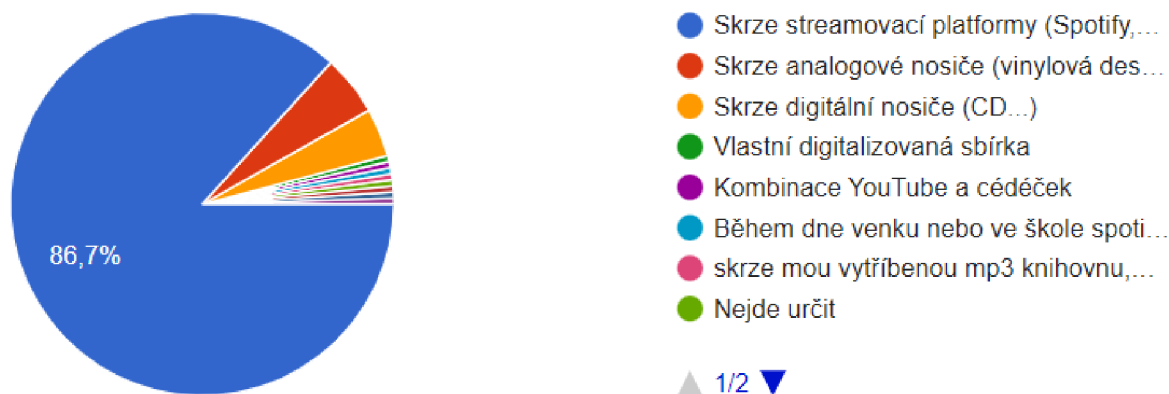
3.2.4.4 Sekce 4 – Posluchačské návyky obecně

Dotazník zjišťoval v sekci 4 posluchačské návyky respondentů ve všeobecné rovině. Dotazoval se na primární zdroj konzumace hudby, na konzumaci tematických médií a též na objevování nové hudby.

3.2.4.4.1 Primární zdroje poslechu hudby

Podle toho, jaká specifika jsou přiřazována konzumaci hudby v generaci Z bylo nutné ptát se také na další posluchačské návyky, protože s velkou pravděpodobností nejsou u dané generace desky primárním zdrojem poslechu hudby. Proto byla zařazena otázka zkoumající primární zdroj poslechu.

Informanti měli možnost vybrat jednu z předem daných odpovědí, ale také mohli odpovědět vlastními slovy v krátké otevřené odpovědi, aby vyspecifikovali své primární zdroje. Nejpočetnější skupinou jsou respondenti, kteří hudbu konzumují skrze streamovací platformy, jde o celých 86,7 %. Pro 5,1 % jsou i přes dostupnost dalších zdrojů primárním zdrojem poslechu analogové nosiče a 4,1 % preferuje digitální nosiče, mezi něž se řadí například CD. V otevřených odpovědích zaznívala nejčastěji kombinace různých zdrojů, takže respondenti nedokázali určit jeden primární. Jeden z respondentů konkrétně uvádí, že „během dne venku nebo ve škole Spotify, jakmile dojdou domů pouze vinyl“. Další specifika poslechu rozvádí hloubkové rozhovory níže.



Graf 18 Primární zdroje poslechu hudby u respondentů dotazníkového šetření

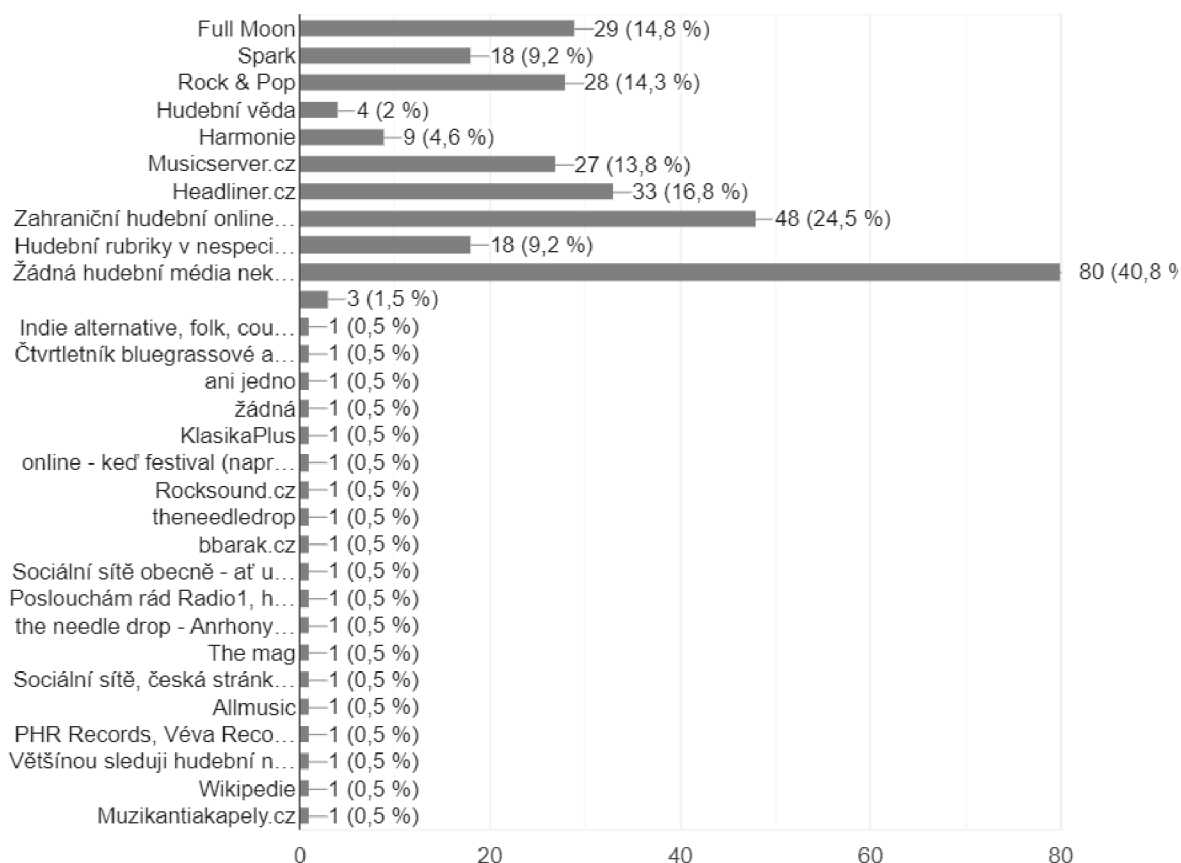
3.2.4.4.2 Konzumace hudebních médií

Aby bylo možné rozhodnout, zda existuje souvislost mezi konzumovanými médii specializujícími se na hudbu, byla do výzkumu zařazena také otázka zkoumající toto téma. Respondenti mohli vybírat více odpovědí z nabídky a vložit také vlastní slovní odpověď.

Dle získaných dat velká skupina informantů nekonzumuje žádná specializovaná hudební média, konkrétně jde o 40,8 %. V případě, že respondenti média konzumují, nejčastěji

jde o online média jako jsou www.rollingstone.com nebo www.pitchfork.com, konkrétně je konzumuje 24,5 % respondentů. Dále 14,8 % konzumuje tuzemský magazín Full Moon a 16,8 % tuzemský server www.headliner.cz. Zbylí respondenti konzumují například časopis Hudební věda, Harmonie a další online i fyzická média.

Z dat tedy nevyplývá jakákoliv výraznější souvislost mezi konzumací hudebně zaměřených médií a poslechem vinylových desek.



Graf 19 Hudební média konzumovaná respondenty dotazníkového šetření

3.2.4.4.3 Způsoby objevování nové hudby

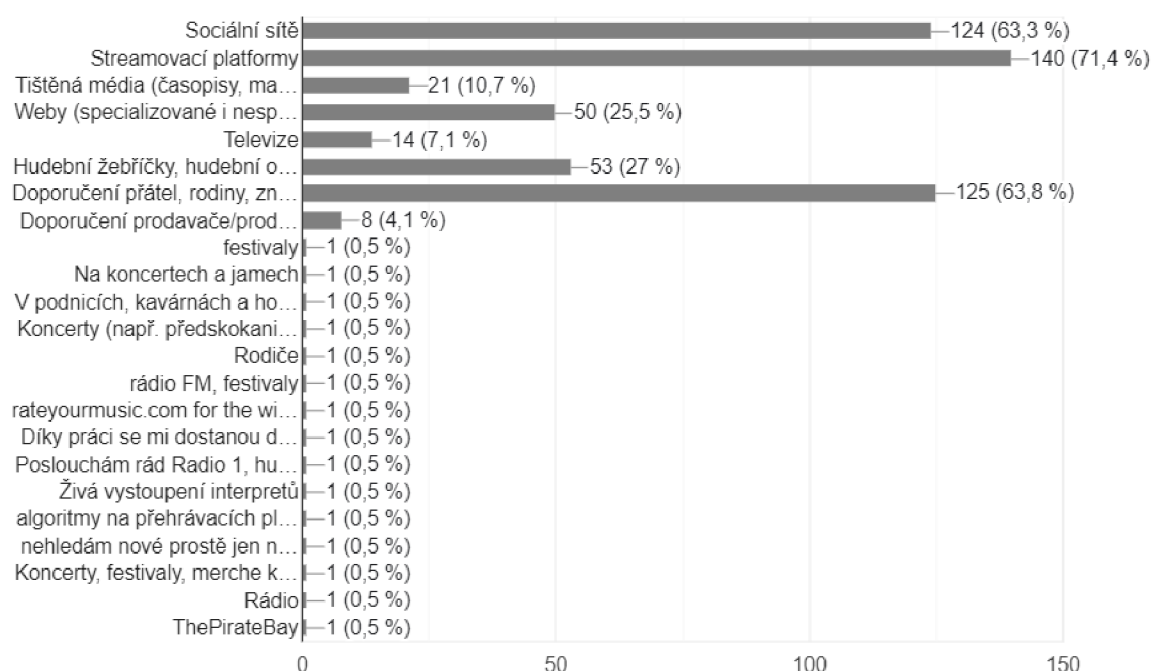
Práce také skrze dotazníkové šetření zjišťovala, jak příslušníci této subkultury objevují novou hudbu. Respondenti mohli vybrat více odpovědí z nabídky a doplnit také svou vlastní slovní odpověď.

Největší procento informantů využívá k objevování nové hudby streamovací platformy³¹, používá je k tomu účelu 71,4 %. Podobný počet informantů objevuje hudbu díky doporučení přátel, rodiny a známých, jde o 63,8 % a jako třetí nejčastější odpověď volili

³¹ Streamovací platformy, jako například Spotify, využívají poslechové data uživatelů k tomu, aby jim byly schopné nabízet hudbu, kterou zatím neposlouchali, ale mohli k ní inklinovat a tím trávit na platformě více času. S každým dalším poslechem dokáže být nabídka platformy přesnější a více profilovaná, protože získává program více dat, z nichž může vycházet.

respondenti objevování skrze sociální sítě. Až 27 % čerpá inspiraci z hudebních žebříčků a dalších 25,5 % skrze specializované i nespécializované weby. Tištěná média figurují v objevování u 10,7 % posluchačů a u 7,1 % je to pak televize. Zbývajících 4,1 % ovlivňuje doporučení prodavače či prodavačky v hudebně specializovaných obchodech. Ve volných odpovědích respondenti zmiňovali hudbu v kavárnách, na festivalech, koncertech, rádiích a podobně.

Z dat získaných dotazníkem tedy vyplývá, že nejčastějšími způsoby objevování hudby jsou streamovací platformy (71,4 %), sociální sítě (63,3%) a doporučení rodiny, přátel či známých (63,8 %). O svých zdrojích inspirace se zmiňují také respondenti dotazníkového šetření níže.



Graf 20 Způsoby objevování nové hudby respondenty dotazníkového šetření

3.2.4.5 Sekce 5 – Aspekt komunity

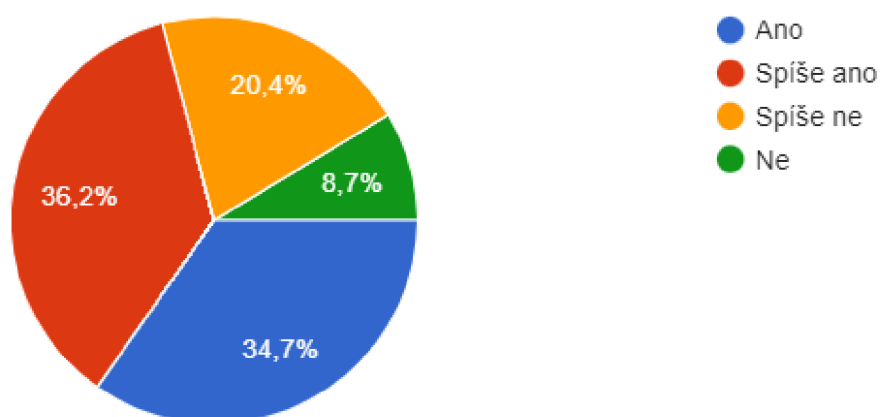
Daná sekce představuje hodnotu aspektu komunit ve vinylové subkultuře, tedy zda má informant ve svém okolí jedince, kteří mají také vinylové desky a zda tento koníček společně sdílejí a případně jakým způsobem.

3.2.4.5.1 Vinyl jako součást identity

První otázka sekce se respondentů dotazovala na to, zda vnímají poslech vinylových desek jako součást své osobnosti.

Jako určitý aspekt své identity vnímá desky celkem 70,9 % respondentů. Zbýlých 29,1 % uvádí, že tento pocit buď spíše nesdílí, nebo naprosto nesdílí.

Z těchto dat tedy vyplývá, že většina příslušníků dané subkultury, konkrétně 70,9 %, vnímá vinylové desky jako součást své osobnosti.

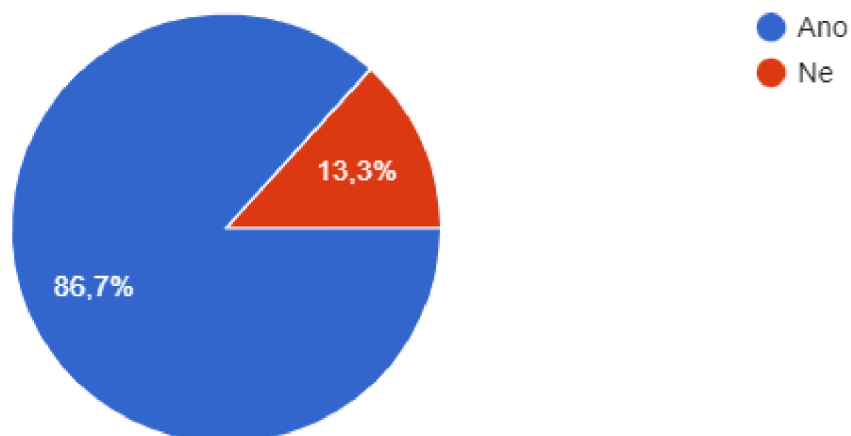


Graf 21 Vinylové desky jako součást osobnosti respondentů dotazníkového šetření

3.2.4.5.2 Komunita okolo vinylových desek

Základní aspekt komunity zjišťovala další otázka, která se u respondentů dotazovala na to, zda mají ve svém okolí lidi, kteří také vlastní vinylové desky.

Zde uvedla drtivá většina informantů, že ano. Konkrétně šlo o 86,7 %.



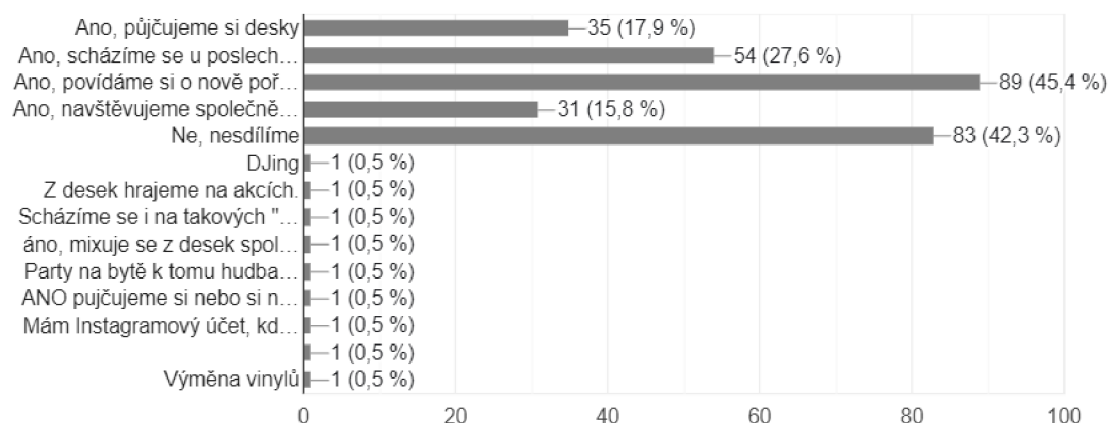
3.2.4.5.3 Způsoby sdílení sběratelství vinylových desek

V návaznosti na přechodící otázku respondenti dále specifikovali, jakými způsoby sdílí se svou komunitou zálibu ve vinylových deskách. Informanti mohli vybrat více odpovědí, nebo vyplnit svou vlastní krátkou slovní odpověď.

Největší část příslušníků dané subkultury se shoduje na tom, že se rádi s lidmi v okolí se stejným zájmem baví o nově pořízených deskách do své sbírky. Takto tento koníček sdílí 45,4 % dotazovaných. Poměrně velkou skupinu zaobírají také ti, kteří kolem sebe mají lidi se

stejným zájmem, ovšem tuto zálibu žádným způsobem nesdílí. Tuto kolonku vybralo 42,3 % respondentů. Dalšími způsoby, jak lze v této komunitě sdílet své nadšení je dle 27,6 % společný poslech vinylových desek. 17,9 % uvádí, že si desky vzájemně půjčují a dalších 15,8 % skupinově navštěvuje vinylové burzy. Mezi dalšími odpověďmi, které respondenti sami verbalizovali, se objevovalo především, že praktikují takzvané *DJ sessions*, což konkretizuje další informant tím, že společně s ostatními desky mixuje a společně z nich hrají na akcích. Jeden z respondentů uvedl, že svou sbírku sdílí na svém profilu na Instagramu, který se věnuje jen tomuto tématu a tak se i spojuje s lidmi z dané komunity.

Z dat tedy vyplývá, že většina příslušníků subkultury sdílí tento koníček s komunitou, hlavní cestou je pak povídání si o nově pořízených deskách (45,4 %), společný poslech vinylových desek (27,6 %), půjčování desek (17,9 %), společné návštěvy burz s vinyly (15,8 %) a sdílené DJ sessions.



Graf 22 Způsoby sdílení sběratelství vinylových desek dle respondentů dotazníkového šetření

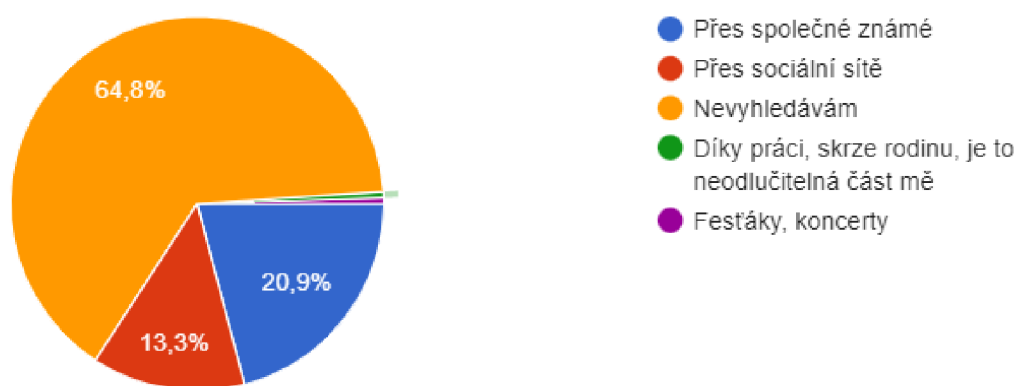
3.2.4.5.4 Vyhledávání dalších příslušníků dané subkultury

Závěrečná otázka této sekce zkoumala, jakým způsobem příslušníci této subkultury vyhledávají další lidi z této komunity.

Největší část respondentů uvedla, že aktivně nové přátele v této komunitě nehledají, bylo jich celých 64,8 %. Pokud už ovšem k seznamování přistoupí, je to přes společné známé, konkrétně v 20,9 %. Další cestou k seznamování jsou sociální sítě, které tímto způsobem využívá 13,3 % respondentů. Jeden z informantů do otevřené odpovědi doplnil, že nové lidi z komunity objevuje „*díky práci, skrze rodinu, je to neodlučitelná část mě*“. Volné slovní odpovědi využil ještě jeden informant, který přiblížil, že nové příslušníky subkultury často potkává na festivalech či koncertech.

Z těchto dat tedy vyplývá, že příslušníci této subkultury další podobné lidi ve svém okolí příliš nevyhledávají (64,8 %). Pokud už ano, tak k tomu dochází přes společné známé (20,9 %), sociální sítě (13,3 %) a v jednotkách případů také na hudebních akcích.

Jak ovšem vyplývá z hloubkových rozhovorů níže, příslušníci dané subkultury sice další lidi z tohoto kolektivu sice aktivně nevyhledávají, ale je to spíše z toho důvodu, že jim stačí míra aktuálního sdílení a okruh se rozšiřuje spíše přirozeně přes kontakt s přáteli přátel a podobně.



Graf 23 Způsoby vyhledávání příslušníků dané subkultury podle respondentů dotazníkového šetření

3.3 Polostrukturované rozhovory

Byť dotazníkové šetření přináší důležité poznatky o daném předmětu zkoumání, je v případě této práce nutné se ponořit hlouběji do motivů respondentů a zkoumat tak jejich posluchačské návyky. Toho je možné dosáhnout právě použitím hloubkového rozhovoru. Rozhovor je v tomto případě polostrukturovaný, aby bylo se držet jednotné linie díky předem vytvořenému scénáři³², ale zároveň bylo možné reagovat na odpovědi respondenta a případně klást doplňující otázky. Scénář je v případě polostrukturovaných rozhovorů klíčový také proto, aby byl rozhovor stále veden v mezích zvoleného tématu a zároveň, aby během rozhovoru docházelo k zodpovídání dílčích otázek, díky nimž bude později možné zodpovědět také hlavní výzkumné otázky. Stále ovšem dostává respondent v polostrukturovaném rozhovoru poměrně velkou míru volnosti, aby na vše odpověděl svými slovy a mohl do tématu případně přinést i svůj náhled na věci, které součástí původních otázek nebyly a téma tak rozšířit o novou perspektivu, kterou tazatel původně nemusel brát v potaz i přes to, že může jít o relevantní poznatek. Pořadí otázek nemusí být dodržováno, ale jde především o obsáhnutí všech

³² Plné znění scénáře je součástí Přílohy 2 v závěru této práce.

tematických celků, které byly předem formulovány. Výhodou polostrukturovaného rozhovoru zároveň je, že kombinuje výhody a minimalizuje nevýhody krajních forem rozhovorů. V rámci struktury je určitá míra volnosti vhodná kvůli zařazování nových oblastí z invence respondenta, ale zároveň je v případě polostrukturovaného rozhovoru stále možné dané odpovědi tematicky třídit a porovnávat s odpověďmi ostatních respondentů (Reichel 2009, s. 111).

3.3.1 Scénář polostrukturovaných rozhovorů

Jak již bylo zmíněno, okruhy k vedení rozhovoru byly připraveny především na základě zjištěných dat z přecházejícího dotazníkového šetření, přičemž cílem polostrukturovaných rozhovorů bylo již zjištěná data rozvinout a přinést konkrétnější výstupy, které ještě lépe popisují chování příslušníků této subkultury.

Plné znění scénáře je součástí Přílohy 2, která je přiložena v závěru této práce. Opět se scénář držel šesti základních sekcí, které obsahovaly rozšířené otázky z dotazníkového šetření. Konkrétnější popis a důležitost daných sekcí pro tuto práci popisuje jedna z kapitol výše. Scénář tedy opět obsahuje následující sekce:

- Sekce 1 – Základní data a postoje související s vinylovými deskami
- Sekce 2 – Motivace k pořizování vinylových desek
- Sekce 3 - Posluchačské návyky ve vztahu k vinylu
- Sekce 4 - Všeobecné posluchačské návyky
- Sekce 5 - Aspekt komunity
- Sekce 6 - Profil respondenta

3.3.2 Představení vzorku

Polostrukturovaných hloubkových rozhovorů se zúčastnilo celkem šest respondentů. Ve vzorku byli zastoupeni tři muži a tři ženy, přičemž je jsou zastoupeny ročníky narození 1997, 2001 a 2002. Celé znění rozhovorů je přiloženo v závěru této práce v Příloze 4.

Následující část představuje profily jednotlivých respondentů. Respondenti byli osloveni náhodně na základě kontaktů, které zanechali v závěru dotazníkového šetření. Místo jmen užívá práce označení respondentů odkazem na číslo jejich rozhovoru, tedy je o nich referováno jako o respondentovi či respondentce Jedna, Dvě, Tři a tak dále. Důvodem je zachování anonymity informantů. Čtyři ze šesti rozhovorů se uskutečnily online, především z důvodu vzdálenosti místa bydliště. Dva se uskutečnily během osobního setkání.

Rozhovory se držely předem daného scénáře, který vznikl na základě okruhů daných v dotazníkovém šetření. Jeho celé znění je součástí Přílohy 2 v závěru této práce.

Cílem rozhovorů bylo rozvinout a konkretizovat právě data získaná v dotazníkovém šetření a získat do problematiky širší vhled, který přispěje k relevantnímu zodpovězení výzkumných otázek.

3.3.2.1 Profily respondentů

3.3.2.1.1 Respondentka Jedna

První respondentka je žena, která se narodila v roce 1997. Na konzervatoři získala titul diplomovaná specialista v pěveckém oboru, tím pádem je jejím nevyšším dosaženým vzděláním vyšší odborná škola. Aktuálně je zaměstnaná na základní umělecké škole³³ a na základní škole, kde vyučuje hudební výchovu a zpěv. Bydlí ve městě do 50 000 obyvatel. Rozhovor s touto respondentkou se uskutečnil online z časových důvodů.

3.3.2.1.2 Respondentka Dvě

Druhá respondentka je žena, která se narodila v roce 2002. Má dokončenou střední školu s maturitou a je studentkou na vysoké škole s humanitním zaměřením. Institucionální hudební vzdělání neabsolvovala. Bydlí ve městě do 100 000 obyvatel. Rozhovor s touto respondentkou se uskutečnil osobně.

3.3.2.1.3 Respondentka Tři

Třetí respondentka je žena, která se narodila v roce 1997. Má dokončené vysokoškolské vzdělání v humanitním oboru. Dva roky navštěvovala ZUŠ s hudebním zaměřením a tři roky se také na ZUŠ učila hrát na flétnu. V současné době je OSVČ a žije ve městě nad 100 000 obyvatel. Rozhovor s touto respondentkou se uskutečnil osobně.

3.3.2.1.4 Respondent Čtyři

Čtvrtý respondent je muž, který se narodil v roce 2002. Má dokončené středoškolské vzdělání s maturitou a aktuálně je zaměstnaný. Institucionální hudební vzdělání neabsolvoval, ovšem ovládá hru na kytaru. Informant žije ve městě do 50 000 obyvatel. Rozhovor s tímto respondentem proběhl online z časových důvodů.

³³ Dále jen ZUŠ

3.3.2.1.5 Respondent Pět

Pátý respondent je muž, který se narodil v roce 2001. Má dokončené středoškolské vzdělání s maturitou a aktuální je OSVČ, přičemž jej živí přeprodáváním vinylových desek na tematických burzách. Neabsolvoval žádné institucionální hudební vzdělání, ale ovládá hru na několik hudebních nástrojů. Respondent žije ve městě do 50 000 obyvatel a rozhovor s ním proběhl online z časových důvodů.

3.3.2.1.6 Respondent Šest

Šestý respondent je muž, který se narodil v roce 1997. Má dokončené vysokoškolské vzdělání a aktuálně je zaměstnán. Institucionální hudební vzdělání absolvoval na ZUŠ, ovládá hru na kytaru. Informant žije ve městě do 100 000 obyvatel. Tento rozhovor proběhl online z časových důvodů.

3.3.3 Prezentace a interpretace získaných dat

Tato část práce se věnuje prezentaci a následné interpretaci dat získaných v polostrukturovaných rozhovorech. Tyto rozhovory proběhly v březnu a dubnu roku 2023. Čtyři z nich se uskutečnily online z časových důvodů a dva během osobního setkání.

Vzhledem k tomu, že jde o rozhovory polostrukturované, sekce měly poměrně jasné pořadí, ale některé otázky byly zodpovězeny dříve, než byly položeny a jejich pořadí se měnilo podle průběhu rozhovoru. Některé otázky také vyplynuly z konverzace, což je jedním z charakteristických rysů právě polostrukturovaného rozhovoru. Proto jsou, na rozdíl o prezentace výsledků dotazníkového šetření, v následující části rozlišovány pouze sekce dle scénáře, nikoliv na jednotlivé otázky. Plné znění rozhovorů je součástí Přílohy 4.

3.3.3.1 Sekce 1 – Základní data a postoje související s vinylovými deskami

Polostrukturované rozhovory začínaly otázkou na počet vlastněných vinylů. Tento údaj se většinou pohyboval v desítkách kusů. Výjimkou byl respondent Pět, který se z principu své profese, v níž se zabývá vinylovými deskami, odlišoval hned v několika oblastech. Obecně se dá říci, že většina respondentů vlastní menší sbírky. Z rozhovorů také vyplývá, že čtyři z pěti respondentů vlastní sbírku sdílenou s další osobou, zde jde o rodiče, sourozence a partnera. Respondent Pět má dvě části své sbírky. Ve stálé má kolem čtyř desítek kusů vinylů, v pohyblivé kolem dvou a půl tisíc kusů. Pohyblivá část je specifická tím, že se neustále mění – některé prodává a nahradí je zase jinými kusy.

Tato zjištěná data korespondují s daty, které přineslo dotazníkové šetření. Z něj taktéž vyplývá, že většina příslušníků dané subkultury vlastní především menší sbírky čítající desítky kusů, ale je zde také nezanedbatelná skupina, která vlastní i stovky, případně tisíce desek. Tu zde zastupuje respondent Pět.

Z rozhovorů dále vyplývá, že respondenti desky neposlouchají úplně pravidelně, ale ve většině případů dokázali odhadnout, že je poslouchají alespoň několikrát měsíčně. Respondentka Jedna své chování konkretizuje: *„Dřív to bylo častější, teď už na to nemám tolik času, ale radost z jejich poslechu jsem určitě neztratila. Takže kdykoliv se naskytne příležitost k poslechu, jdu do toho. Ale teď to vychází tak jednou, možná dvakrát do měsíce“*. Respondentka Dvě zase uvádí, že její poslech ovlivňuje studium v jiném městě: *„Protože mám gramofon s deskami doma ve Zlíně a většinu času jsem v Brně, tak moc často ne. Nicméně ve dnech, kdy jsem doma, tak si přehraju tak dvě až tři desky denně. Když jsem bydlela doma ve Zlíně, tak jsem si je přehrávala denně“*. Respondent Pět uvádí své návyky do kontextu se streamovacími platformami: *„Řekl bych, že tak dvakrát až čtyřikrát týdně, ale jinak přes streamovací platformy alespoň jednou denně“*.

Ukazuje se tedy, že přehrávání vinylů je v této subkultuře spíše nepravidelnou záležitostí než každodenní činností. To koresponduje také s výše popsanými daty z dotazníkového šetření, z něhož vyplynulo, že většina příslušníků této subkultury poslouchá vinylové desky alespoň jednou měsíčně a podstatně velká část zároveň desky poslouchá nepravidelně.

Tuto nepravidelnost je ale možné dávat do souvislosti s kontextem, při němž si příslušníci subkultury desky pouští. Danému kontextu se podrobněji věnuje Sekce 3 níže.

Rozhovory zkoumaly také čas, který uplynul od nákupu poslední desky a celkovou frekvenci v pořizování nových desek. Až na respondenta Pět, který uvedl, že *„Hodně často, i několikrát týdně“* uvedla většina informantů, že si během roku pořídí spíše jednotky kusů, což říká například respondentka Dvě, která uvádí, že *„Ročně mi přibude tak šest až dvanáct kousků,“* a podobně odpovídá i respondent Šest, který odhaduje, že si desky pořídí *„(...) tak dvakrát do roka“*. Obsáhleji problematiku popisuje respondent Čtyři, který uvádí, že koupě záleží i na dalších faktorech: *„Náhodně v závislosti na finanční situaci. V průměru ale cirka každý půlrok jednu. Nedávno jsem začal chodit do práce, takže teď to bude s penězi lepší a určitě si nějakou desku pořídím. Už mám udělaný seznam toho, co bych chtěl“*. Informantka Jedna popisuje, že upřednostňuje před koupí vypůjčení vinylu: *„Moc často ne, většinou si je půjčuju z tátovy sbírky nebo od kamarádů. A když už si nějakou koupím, tak v antikvariátu nebo*

v bazaru. Mám ráda to staré kouzlo, něco na tom je. Mám ráda, jak to voní, je z toho cítit, že už něco zažila. Prostě je to muzika s příběhem, takový artefakt“.

Další otázka v dané sekci se věnovala zdrojům, z nichž si informanti pořizují desky, s čímž se pojí i dotaz následující, tedy zda preferují desky nové či bazarové. V případě dotazníkového šetření se ukázalo, že respondenti poměrně nemají většinou preferenci, pokud jde o bazarové a nové desky, odpovědi byly vyvážené. Také v rozhovorech se sešly obě skupiny, ale převažovali fanoušci bazarových desek. Informantka Jedna uvádí, že „(...) *když už si nějakou koupím, tak v antikvariátu nebo v bazaru. Mám ráda to staré kouzlo, něco na tom je. Mám ráda, jak to voní, je z toho cítit, že už něco zažila. Prostě je to muzika s příběhem, takový artefakt,*“ čímž uvádí do kontextu svou preferenci bazarových desek. Více specifikuje motivaci ke koupi desek z druhé ruky respondent Pět, kterému záleží také na historické hodnotě a prvních vydáních starších desek: „*Nejvíc mě na těch deskách láká historická hodnota, což se v nových edicích ztrácí. Nové desky jsou mi nesympatické od podstaty, nevoní mi, nelíbí se mi ten křídový papír, nelíbí se mi 180 gramové desky, na které se lisují ty mělké drážky. Hodně mi záleží taky na tom, abych měl první vydání.*“ Informant Šest pak dodává, že bazarové desky upřednostňuje i z toho důvodu, „*že většinou vyhledávám starší muziku*“. Obě strany reprezentuje informantka Dvě, která uvádí, že si kupuje desky „*hlavně bazarové, ale často dostanu k Vánocům nebo narozeninám novou desku, takže těch nových mám skoro stejně jak těch bazarových z druhé ruky. Když si poslechnu, jestli je deska kvalitní a zkontroluju všechny škrábance, tak mi nedělá problém koupit si desku z bazaru. Naopak, častokrát jako studentka ocením nižší cenu*“. Respondentka Tři pak také uvádí, že nestojí ani na jedné z nabízených stran a popisuje své jednání: „*Dřív jsem kupovala spíš bazarové desky, kvůli ceně a taky pro pocit toho, že už ji přede mnou někdo používal. Teď, když si mám koupit desku, kupuju spíš novou. Mám ráda proces vybalování a začleňování do sbírky, je to takový rituál*“. Důvody pro koupi nové desky uvádí respondent Čtyři, kterému záleží na stavu obalu. „*(...) já mám celkem rád nové desky, protože mám rád pocit, že mám kompletní kontrolu nad stavem přebalu desky. Taky si užívám proces jejího rozbalování a když se nad tím zamyslím, dost rád si ty obaly udržuju v dobrém stavu,*“ popisuje konkrétněji Čtyři.

Z rozhovorů i dotazníků tedy vyplývá, že v subkultuře neexistuje preference bazarových či nových vinylových desek. Důvody k oběma přístupům se různí. Bazarové desky často preferují jedinci, kteří ve vinylu hledají jeho historii, co s ním mohl prožít předchozí majitel, někdy je to i nižší cena či jediná možná cesta³⁴, jak se dostat ke hudbě staršího data.

³⁴ V kontextu fyzických nosičů.

Důvodem pro pořizování nových desek může být například stav obalu či rituál vybalování nové desky. Zároveň si informanti pořizují během roku zhruba jednotky kusů desek, což odpovídá i většině z dotazníkového šetření, která uvádí, že si vinyl koupila před více než měsícem či případně více než rokem.

Dále respondenti popisovali, jak se dostali k poslechu vinylových desek a jejich odpověď často odpovídala i na otázku k celkové motivaci k vlastnění vinylů. Nejčastěji je k deskám přivedli lidé z blízkého okolí, jak uvádí například respondentka Jedna: *„Určitě mě k téhle myšlence přivedl můj táta a asi i kamarádi, se kterými jsem u poslechu gramofonových desek strávila opravdu moc krásných chvil (...)*“ . Zároveň uvádí, že první desku dostala od otce. Respondentka Dvě si gramofon koupila *„v patnácti za první vydělané peníze z brigády i koupila. Líbila se mi myšlenka vlastnit svoji oblíbenou hudbu, prohlížet si během poslechu vizuální stránku desky, přičichnout si k desce, když ji poprvé rozbalím.“* Respondentka Tři začala používat gramofon kvůli bývalému partnerovi, ale zůstala u poslechu i později, přičemž stejnou zkušenost má i informant Šest. První gramofon dostala informantka Tři od otce. Její cestu k vinylu popisuje takto: *„Těsně před maturitou jsem se seznámila s klukem, který byl ztělesněním hipstera, kouřil dýmku, fotil na analog a měl gramofon a desky. (...) Když jsem byla u něj na návštěvě, pouštěli jsme si nějakou desku a mně to přišlo vlastně hrozně fajn, přesně jako takový rituál, zároveň jako takové zpomalení v digitálním světě. Táta pak našel nějaký starý gramofon při vyklizení squatu, spolu jsme ho opravili, a to byl ten začátek, kdy jsem si koupila první vlastní desku“*. Obdobně popisuje svůj příběh také Čtyři, jeho vinylové začátky opět souvisí s ovlivněním otcem: *„Můj přístup se změnil ve chvíli, kdy dostal můj otec gramofon jako dárek. Tehdy našel i nějaké staré desky z jeho mládí a doteď ten gramofon sdílíme. A sdílíme teda i desky.“* Jinak tomu není ani u informanta Pět, který sledoval od dětství otcův byznys s vinyly a později jej po něm dokonce převzal.

Nejčastěji se informanti dostali k vinylovým deskám přes lidi ve svém okolí – přátele, rodinu, známé, partnery. To souhlasí i s výsledky dotazníkového šetření, kde většina respondentů odpověděla stejně. Již v této sekci respondenti okrajově zmiňují také své motivace k pořizování desek. Mezi nimi se objevuje aspekt zpomalení v současném světě či chtíč vlastnit svou oblíbenou hudbu.

3.3.3.2 Sekce 2 – Motivace k pořizování vinylových desek

První otázka dané sekce směřuje na hlavní motivaci k pořizování vinylových desek. Nejčastěji se mezi odpověďmi v rozhovorech objevuje touha hudbu fyzicky vlastnit. To potvrzuje například respondentka Dvě, která uvádí, že se jí líbí skutečnost, že *„můžu hudbu*

vlastnit a taky se mi líbí tvořit si sbírku hudby, kterou můžu někomu ukázat“. Někteří respondenti uvádí, že koupě desky je pro ně něco jako vrchol oblíbenosti daného alba a tuto oblíbenost potvrdí koupí desky. Tito respondenti zpravidla vlastní menší sbírku desek, za to ale vlastní jen alba, která pro ně mají skutečnou hodnotu a poslouchají je. To reprezentuje například informantka Jedna, která uvádí, že „svým způsobem to беру jako investici, nebo spíš podporu svých oblíbených umělců. I když si teda desky kupuju z bazaru. Ale zrovna třeba ten Glen Hansard, to byla deska pořízená přímo na koncertě. Taky mi jde samozřejmě o ten zvuk. Je to jiné než muzika z mobilu, úplně jiný zážitek.“ Tato informantka také zastává další skupinu, která uvádí, že její motivací k poslechu desek je také zvuk. Koupí desky jako vrchol oblíbenosti daného interpreta vnímá i informantka Tři, která konkrétně popisuje, že „(...) k deskám, které jsem si nechala, mám docela silnou citovou vazbu. Minulý rok jsem docela dost desek prodala, protože jsem si řekla, že chci mít doma fakt jenom to, co mě formovalo, co mi pomáhalo, co pro mě má nějakou hodnotu. (...) Teď si už kupuju jenom desky, co pro mě mají význam, co jsou pro mě nějak důležité. Dřív jsem se docela hnala za tím, abych jich měla co nejvíc, ale zjistila jsem, že mám doma desky, co mě vlastně vůbec nebaví, neposlouchám je a jen tak tam leží. Když si chci teď koupit desku, hodně to promyslím, je pro mě důležitý faktor toho, že chci podpořit autora a zároveň mít fyzickou věc, která mě nějak formovala (...)“. Dalším aspektem, který informanti zmiňovali jako motivace je obal a touha hudbu vlastnit ve fyzické podobě. To ukazuje respondent Šest ve své výpovědi: „Touha dotýkat se své hudby a přiznávám, touha přivlastnit si ji. Aby tvořila součást mne, součást mého prostoru. Byla symbolem. A taky radost z krásné fyzické věci“. Informant Čtyři kombinuje tyto aspekty s i výše uvedenou motivací podpory interpreta a uvádí, že „Baví mě jako předměty. Baví mě jejich vzhled, balení, případně přiložené plakáty. Obecně by se dalo říct, že si je ve většině případů kupuju pro jejich estetičnost. Vždycky si ale kupuju desku, kterou dobře znám. Koupě vinylu je vždy až poslední krok při objevování nové muziky. (...) Utvrdím se v tom, že je to album pro mě něčím speciální, když už ho mám na desce. (...) Prostě si nekoupím vinyl jenom kvůli nějakému jednomu songu, který už mi za měsíc bude jedno.“ K tomuto aspektu dodává Pět i další složku, kterou je aktivní poslech, který popisuje následovně: „Člověk se osvobodí od toho všedního šumu, co se udělal z hudby a zase ji bere jako něco, co museli vytvořit umělci a chtěli něco sdělit. Součástí toho aktivního poslechu je i to, že chce člověk tu hudbu vlastnit, sáhnout si na ni a zároveň chci i ten rituál. A někdy i podpořit daného umělce.“

Nejčastější motivací tedy je dle dotazníků podpora daného umělce, ale i touha vlastnit hudbu ve fyzické podobě či odlišnost zvukového prožitku. Pro jednoho z respondentů je klíčový aspekt aktivního poslechu a zpomalení.

Dále se rozhovory zabývaly zvukovou stránkou vinylu. Informanti tento aspekt vnímají jako důležitý, ale není úplně primárním důvodem ke koupi desek, byť řada z nich na něj dává velký důraz. Respondentka Jenda například popsala, že se jí líbil zvuk vinylu již v dětství a dokázala rozeznat jeho odlišnost: *„No a hrozně se mi teda líbilo jako malé to znění hudby z gramofonu, jak to šumělo, to nedokonalé se stalo pro mě něčím vlastně dokonalým. Prostě je ta hudba pro mě hodnotnější, i když není z vinylu dokonalá“*. Za důležitou složku pokládá zvukový zážitek i informant Pět, který jej popisuje jako *„živý zvuk, je přirozený a nedostižný. A paradoxně ne všechno, co je dokonalejší není lepší“*. Informantka Dvě zase uvedla, že *„(...) na deskách líbí samozřejmě hodně to praskání“* a Jedna ještě dodává, že od zvukové stránky vinylu očekává *„hlavně odlišný zvuk od toho, když poslouchám přes mobil. (...) Mám ráda i ten šum, jak už jsem říkala. Ta nedokonalost v dokonalém světě je už vlastně hrozně unikátní.“* Ke zvukové stránce vinylu se vyjadřuje také respondent Šest, který upozorňuje na aspekt nedokonalého zvuku desek. Konkrétně uvádí, že očekává, *„že bude praskat jako dřevo v krbu“*. Ke zvuku doplňuje také Jedna, že u vinylu vyhledává nedokonalý zvuk, na rozdíl od digitálních nahrávek, kde jej právě očekává. Konkrétně uvádí, že *„když je nekvalitní elektronický zvuk, tak to není nic příjemného. Ale u toho vinylu to vlastně očekávám a chci“*.

Zvukovou stránku tedy příslušníci subkultury považují také za velmi důležitou. Očekávají od ní hlavně to, že se bude odlišovat od poslechu streamované hudby a že jim zaručí jinou kvalitu. Obecně nejde o hledání dokonalosti, je tomu právě spíše naopak. Zároveň také 37,2 % respondentů v dotazníkovém šetření taktéž uvedlo, že je pro ně odlišný zvuk motivací ke koupi vinylu.

Daná sekce se informantů dotazovala také na to, jak vnímají proces, který spuštění desky předchází. Ukazuje se, že pro řadu respondentů to není úplně primární důvod pro pořízení desek, ale jde také o jeden z důležitých aspektů. U této tematiky je nutné také připomenout jednu související skutečnost, a to tu, že z dotazníku vyplynulo, že 5,6 % respondentů nevlastní zařízení k poslechu vinylových desek. Jak bylo nyní řečeno, tento rituál je sice důležitý, ale ne nejdůležitější. To podporuje tvrzení respondentky Jedna: *„Jasně, je hezké si dát tu jehlu na desku, začne to křupat a tak. Ale pořád mi asi víc záleží na tom odlišném zvuku“*. Podle informantky Dvě je předcházející proces důležitý, a to také proto, že při něm může použít i jiný smysl kromě sluchu – čich. Konkrétně svůj rituál popisuje takto: *„Většinou mám rituál, že si přičichnu k desce, pak se podívám, kterou stranu si chci přehrát (...) a pak si ji prostě pustím a při poslechu se často dívám na design obalu. Beru to jako i určitou úlevu, únik z digitálního světa, na chvíli výdech.“* Respondentka Tři pak v souvislosti s rituálem doplňuje, že *„teď už vinylu beru spíš jako médium, na kterém mám uložené moje vzpomínky skrz písničky,“* což také

odkazuje, stejně jako u informantky Dvě, ke hledání zpomalení v digitálním světě, v hledání jistoty a stálosti, kterou fyzický nosič nabízí. Toto naladění sdílí také respondent Čtyři, který popsal, že mu vinyl „*dává takový mimořádný klid. Prostě to není srovnatelné s hudbou, kterou si pustím třeba z počítače*“. V souvislosti s rituálem spuštění se často opakuje i zdůraznění fyzické stránky desek a jejich obalu, protože kontakt s ním k rituálu často patří, jak zmiňuje výše například Dvě i Pět: „*Mám rád popraskání prvních drážek, než to najdete. (...) Zároveň mně ale hodně zajímají ty obaly, sleeveoty, výtvarníci obalů, to je pro mě hodně podstatné*“.

Pokud tedy jde o rituál spojený s přehráváním desek, tedy proces spuštění přecházející, není primární motivací, proč si vinyl koupit, ovšem je jedním z hlavních důvodů. To koresponduje i s výsledky dotazníkového šetření, kde celých 64,8 % respondentů uvedlo, že je pro ně rituál přes spuštění klíčový. Během rituálu záleží nejen na položení desky na gramofon a spuštění jehly na vinyl, ale dle respondentů také na kontaktu s obalem, s jeho designem, speciálním papírem, ale jde i o zapojení dalších vjemů, jako je hmat nebo čich.

Další motivací ke koupi vinylu může být i jeho obal a celková fyzická povaha tohoto nosiče. Jeho důležitost dokládají i odpovědi respondentů dotazníkového šetření. Zde jej pokládá za jednu z hlavních motivací ke koupi vinylu 70,9 % informantů, kvůli čemuž se stala tato odpověď nejpočetnější v otázce „*Co vás vede ke koupi vinylových desek?*“³⁵. Hlubkové rozhovory ukázaly, že pro některé příslušníky subkultury je právě obal ještě důležitějším artefaktem, než je vinylový nosič zvuku. To uvedl ve svém tvrzení informant Pět, který dokonce uvádí, že obal je někdy i důvodem k pořízení dané desky: „*Ne nejvíc, ale rozhodně tam figuruje ten obal. Vlastně vůči němu mám daleko silnější emoce než vůči samotné vinylové desce. Ale když má vinyl třeba jinou barvu nebo je potištěný, to mi zvedne puls, to mám rád. (...) Ale ten obal někdy ovlivní i to, jestli si tu desku koupím, nebo ne*“. Další informanti konkretizovali svou oblibu obalů i dále, zmiňovali například to, že ocení kvalitní papír, ale i design alba, jak uvádí například Jedna: „*Mám ráda hezké designy, takže ano, ráda ocením i kvalitní obal desky, lepší papír, artwork*“. Podle respondenta Pět je obal vinylu proti CD obalu daleko impozantnější a lépe na něm vynikají přidané fotografie. Zároveň oceňuje i další přílohy jako jsou plakáty, což zmiňuje i Čtyři. Velkou důležitost obalu potvrzuje i informantka Dvě, která jej staví se samotnou vinylovou deskou na stejnou úroveň a uvádí, že „*při poslechu si často design desky prohlížím, pročítám se doprovodnými příspěvky, dívám se na fotografie umělců, umělecké zpracování, často si zjišťuju díky obalu, co zrovna hraje. Je to možná stejně podstatná část desky, jako samotná deska*“. Obdobně k obalu přistupuje i respondent Čtyři, který popisuje, že

³⁵ Grafy naleznete v Příloze 5 v závěru práce.

oba je „asi jedna z hlavních věcí, proč si vinylové desky pořizuju, kromě toho odlišného zvuku. Jasně, mohl bych si na Youtube pustit nějaký vinyl rip, ale to vůbec není o tom. Chci tu hudbu mít prostě fyzicky v ruce a asi nejde ani tolik o tu desku samotnou, ale spíš o to, v čem je schovaná, že se k ní váže i nějaký vizuální zážitek právě ve formě toho obalu. A taky to není stejné jako se podívat na obal desky na fotce v počítači. Asi bych řekl, že je to prostě takový artefakt.“

Obecně tedy považují příslušníci dané subkultury obal vinylu za jednu z nejdůležitějších motivací pro koupi desky. Jeho fyzickou povahu si uvědomuje a oceňuje většina této skupiny, a dokonce jej někteří považují ještě za důležitější než samotný vinylový nosič. Na obalu oceňují hlavně jeho design, ale i kvalitní papír, obsažené fotografie a další dodatečné informace ke zvukovému záznamu. Oceňují tedy i vizuální zážitek, který je jim obal schopný přinést.

Pokud jde o negativa, která s sebou tento nosič může přinášet, příslušníci subkultury je spatřují především ve vysokých finančních nákladech ve srovnání se životností. Informanti ovšem v rozhovorech uvádí, že jsou s tímto seznámeni a byť jde o určité negativum, které vnímají, není to pro ně zásadní překážkou k pořizování desek, což je pravděpodobně svázáno také s ochotou platit za desky kvůli podpoře oblíbených interpretů, jak už bylo zmíněno výše.

Právě naopak v tom vidí například respondent Pět dokonce navrácení k přirozenosti a konkrétně uvádí, že „,, (...) ta životnost je na tom náročná. Ale člověka to vede k tomu, že si váží nejen toho rituálu, ale že i zvažuje, kdy si to pustí. Vlastně všechno má svoji životnost a je přirozené, že i hudba má v tomhle životnost.“ Zároveň si ale všichni respondenti uvědomují, že pokud jde o poměr vložených finančních prostředků ke kvalitě³⁶ a výdrži nosiči, nejde o nejefektivnější možnost, jak si hudbu přehrát. Deska totiž podléhá zkáze, a to i v případě, že není přehrávána. Ovšem čím vyšší počet poslechnů daný vinyl podstoupí, tím více zvuk ztrácí na kvalitě. Zároveň je náchylná k mechanickému poškození a v případě, že chce majitel prodloužit její životnost, měl by ji skladovat v doporučených podmínkách, přizpůsobit jim případně teplotu a vzdušnou vlhkost prostoru. Tyto faktory nemusí posluchač, který užívá pouze digitální média vůbec zvažovat. To spatřuje jako negativum i informantka Dvě, která uvádí, že „oproti digitální podobě hudby je tady určité negativum, že se deska časem opotřebí, může se poškrábat a působí na ni hodně prach.“ Jako další negativum týkající se financí uvedl respondent Čtyři také pořizovací cenu aparatury. Uvědomuje si, že „gramofon je poměrně drahá věc, když si pořád můžete zvolit možnost hudby zdarma na internetu.“ Jeden z informantů dokonce uvedl v podstatě opačný náhled na finanční náročnost, protože „mně šťve, když je deska

³⁶ Slovo kvalita je zde myšleno ve směru k co nejvyšší dokonalosti zaznamenaného zvuku, který nabízí především digitální záznam. O této problematice pojednává jedna z kapitol výše.

podceněná," což uvádí i na příkladu konkrétních desek, v jejich případě je jeden titul dle něj výrazně nadceněn a druhý naopak.³⁷ Informanti ale uvádějí nejrůznější argumenty, proč pro ně vyšší pořizovací cena není problémem. Podle informanta Čtyři vyšší pořizovací náklady nejsou problémem také proto, že „*vinyl není primární prostředek, přes který hudbu konzumuju*“. Roli v tom, že si vinyl nakonec pořídí, hraje podle respondentů především zážitek, který za danou cenu dostanou. To podporuje výrok respondentky Jedna: „*Beru to tak, že za kvalitu se platí a dá mi to něco, co muzika zdarma ze Spotify ne. (...) mám z toho i pocit, že za tu muziku platím, takže vlastně podporuju toho svého umělce. I když už třeba nežije a je to deska z druhé ruky, což vypadá, že nedává smysl. Ale já to beru tak, že dávám peníze do hudby obecně*“. S tím souhlasí i respondentka Dvě, která ještě dodává, že bere koupí desek i jako sběratelský koníček. To potvrzuje i respondent Pět. Tento přístup byl ovšem i v dotaznících spíše minoritní a jako motivaci ke koupí desek jej uvedlo pouze 3,6 % respondentů.

Jako hlavní negativa tedy příslušníci subkultury vnímají především vynaložení vyšších finančních prostředků v poměru s dostupností hudby online a také v poměru k vyšší poškoditelnosti vinylu. To potvrzují i data v dotaznících, kde jako největší negativum vidí poškoditelnost celých 46,4 % respondentů. Zároveň ale informanti v rozhovorech uvádějí, že žádné z těchto negativ je neovlivňuje natolik, aby je odradilo od koupě desky. Naopak jsou si vědomi důvodů vyšší ceny a chtějí koupí podpořit svého interpreta a dostanou za vynaložené prostředky zážitek, který jim streamovaná hudba podle jejich slov nemůže poskytnout a také nejde o primární kanál, přes který konzumují hudbu.

Aspekt nostalgie byl u respondentů spíše méně zmiňovaný. Jedna z mladších respondentek³⁸ uvedla, že nostalgicky se při poslechu necítí, protože vrcholné období vinylových desek proběhlo ještě před tím, než se narodila. Konkrétně Dvě uvádí, že tíhne „*ke starší kultuře obecně, starší filmy, starší knížky a poslechnout si Armstronga z desky mi přijde zkrátka jako nejvhodnější způsob*“. Informantka Jedna sice uvádí, že nějakým způsobem se při poslechu vinylů nostalgicky cítí, ale má to tak u poslechu hudby obecně, takže se tento fakt nevztahuje jen k vinylu.

³⁷ Plné znění rozhovoru je v závěru práce v Příloze 4.

³⁸ Narozená v roce 2002.

3.3.3.3 Sekce 3 - Posluchačské návyky ve vztahu k vinylu

Třetí sekce v polostrukturovaných rozhovorech se zabývá posluchačskými návyky příslušníků dané subkultury ve vztahu k vinylovým deskám. V otázkách šlo primárně o uvedení poslechu do kontextu a zjištění konkrétních posluchačských návyků.

Základním aspektem v této sekci je, zda příslušníci dané subkultury konzumují hudbu z vinylu aktivně, nebo pasivně. Z výzkumu vyplývá, že ve většině případů vede tento typ nosiče k aktivnímu poslechu. To koresponduje i s daty z dotazníkového šetření, kde svůj poslech charakterizuje jako aktivní 60,2 % respondentů. Aktivní zde znamená, že se poslech je posluchačovou primární aktivitou v dané chvíli. I když respondenti vnímají a často oceňují fakt, že je vinyl vede k aktivnějšímu poslechu, sami uvádějí, že tomu tak není vždy, ale určitě jde o aktivnější poslech ve srovnání s konzumací hudby digitálně. Toto naladění popisuje například Jedna: *„Občas u toho zvládám provádět určité domácí práce, rozhovory a jiné aktivity, ale ráda si k určitým deskám sednu a zaposlouchám se do jejího obsahu tak, až zapomenu vnímat okolí, záleží na mém naladění. Ale určitě musím říct, že je to prostě jiné, než když si pouštím muziku se Spotify. To mám většinou jako kulisu k jiné práci,“* uvádí konkrétně. Podobně konzumuje vinyly také Dvě: *„(...) většinou si jsem ale přehrávané hudby vědoma, vědomě se zaměřuju na jednotlivé nástroje, melodie a užívám si jednotlivé skladby“*. Velmi specificky popsal své návyky informant Pět, který uvádí, že jinak než aktivně, by desky snad ani poslouchat nedokázal. Konkrétně uvádí, že *„vinyl mě celkově vede k aktivnímu, vědomému poslechu muziky. Daná skladba dává v kontextu alba daleko větší smysl, víc jí rozumím. Navíc mám opravdu hodně rád konceptuální alba, u kterých je zásadní si pustit album celé,“* popisuje Pět a zároveň navazuje na myšlenku, že vinyl dokáže posluchače uvést do širšího kontextu skladby, zasadí ji do alba a obohatí i o vizuální složku hudby, tedy obal a doplňuje, že si myslí, že *„tento nosič ovlivňuje nejen to co posloucháme, ale i celkově jak posloucháme“*. Aktivně desky poslouchá i respondentka Tři a říká, že *„při poslechu vinyly nějak hmatatelnější zpřítomnění“* a Dvě dodává, že *„deska vyžaduje více pozornosti, musíme ji například přinejmenším otočit a často nám to nedá a prohlédneme si alespoň krátce i její obal. Na Spotify si sice pustíme nějaké album, ale častokrát odsuneme přehrávací aplikaci do pozadí a řešíme jiné věci – hudba se tak stává kulisou,“* čímž odhaluje jednu z podstat toho, jak vinyl podporuje aktivní poslech. I přes to ale respondenti udávají, že často kombinují aktivní a pasivní poslech. Vinyl je doprovází i při dalších činnostech a působí tak jako kulisa například u kávy během dne, při úklidu, učení, ale také setkávání s rodinou, partnery a přáteli. Aspektu sdílení tohoto koníčku se práce věnuje v Sekci 5.

Kontext poslechu tedy může být různý a často ovlivňuje to, zda se zrovna posluchači hudbě věnují aktivně, nebo pasivně. Celkově ale respondenti uvádí, že vinyl je vede k aktivnímu poslechu hudby více než jiné formy přehrávání hudby. A jak popisuje jeden z respondentů, vinyl ovlivňuje i to, co příslušníci subkultury poslouchají. I v dotaznících uvedlo 93 % informantů, že pokud poslouchají desku, přehrávají si téměř vždy obě její strany. To potvrzují i polostrukturované rozhovory. Například informantka Dvě uvádí, že bere „*album jako komplexní hudební zážitek, který nám chce interpret dopřát. Častokrát je v posloupnosti písniček i nějaká logika, tak se tím snažím řídit*“. To potvrzuje i respondentka Tři, jejíž zkušenost dokresluje, že desky ovlivňují i to, co je posloucháno: „*I když jsem třeba na jednom LP, které jsem vyhrabala u babičky ve skříni, nějaká ABBA, měla jednu oblíbenou písničku, vždycky jsem nechala dojet aspoň tu stranu*“. V tom se shodují i s respondentem Pět, který souzní s názorem předchozích informantek, když uvádí, že „*tu celkovou desku, ten koncept, považuju za celek, který by se neměl nabourávat*“.

V této sekci se rozhovory vztahovaly také k dalším analogovým nosičům. Respondenti ovšem až na výjimky k dalším nosičům tohoto typu nemají žádný speciální vztah a používají z této kategorie pouze vinyl a užívání dalších nemají v plánu. Například respondent Čtyři uvádí, že je to „*hlavně kvůli absenci vybavení pro jejich přehrání a asi mě to k jiným nosičům nikdy moc netáhlo – vinyl je vinyl a stačí mi pro to, co potřebuju*“. Pouze informantka Dvě uvedla, že má „*doma slušnou sbírku cédéček, ale není to to samé, nebavi mě to tolik*“.

Vztah příslušníků dané subkultury ke QR kódům, které bývají přiloženy k vinylovým deskám kvůli stažení kvalitní verze alba v digitální kvalitě je poměrně neutrální. Nikdo explicitně neuvádí, že by k této skutečnosti měl negativní postoj. Například informantka Jedna jej sice nikdy nevyužila, protože si kupuje pouze bazarové desky, ale „*vlastně mi to dává smysl, gramofon u sebe přeci jenom nemůžu nosit neustále a mám ráda kvalitní zvuk*“. Respondentka Dvě QR kódy také nevyužívá a byť k nim také nemá negativní vztah, uvádí, že na vinylech si užívá „*právě toho, že gramofon mi umožňuje odpoutat se od zdigitalizovaného současného světa*“. To odpovídá i výsledkům dotazníkového šetření, kde tuto službu spíše nevyužívá více než polovina respondentů.

Příslušníci dané subkultury tedy většinou poslouchají hudbu z vinylů aktivně a rozhodně souhlasí s tvrzením, že je tento nosič vede k aktivnějšímu poslechu více než jiné formy přehrávání hudby, hlavně ve srovnání se streamovacími platformami. Zároveň mohou díky desce zasadit jednotlivou píseň do kontextu alba, a to jak vizuálního, tak hudebního. Rozhovory dále potvrzují fakt, že příslušníci subkultury poslouchají téměř vždy celou desku a tím pádem i písně, které by si sami například skrze streamovací platformy nepustili. Pokud

už dojde k pasivnímu poslechu, je to nejčastěji při úklidu, učení či setkání s přáteli nebo rodinou. Pokud jde o další typy analogových nosičů, většina respondentů k nim nemá žádný vztah a ani nikdy neuvažovala o jejich pořízení. QR kódy, které mohou posluchačům zajistit kvalitní zvuk alba v digitalizované podobě nevyužívá z dané subkultury téměř nikdo.

3.3.3.4 Sekce 4 - Všeobecné posluchačské návyky

Čtvrtá sekce se zabývá především všeobecnými posluchačskými návyky příslušníků vinylové subkultury, aby bylo možné je později do celkového kontextu s návyky generačními.

Výrazná většina respondentů jak dotazníkového šetření, tak polostrukturovaných rozhovorů konzumuje hudbu primárně přes streamovací platformy. V dotaznících tuto možnost uvádí jako primární celých 86,7 % informantů. Respondenti rozhovorů nejčastěji uvádí jako svůj primární zdroj poslechu hudby Spotify a YouTube, přičemž Spotify si řada z nich také platí. Informantka Dvě k těmto formám přidává také koncerty, které navštěvuje zhruba jednou týdně a mezi dalšími odpověďmi se objevuje také Apple Music nebo bandcamp. Ve všech případech (kromě koncertů) jde ovšem o streamovací platformy. K těm mají příslušníci subkultury téměř výhradě pozitivní vztah a shledávají na nich řadu výhod, které jim vinylové desky z principu nabídnout nemohou. Jejich oblibou vinylových desek se tedy nevyhraňují proti digitálnímu záznamu. Právě naopak. Jako jedno z pozitiv vnímají téměř nekonečně široký výběr hudby, ale také možnost mobility, kterou gramofon v podstatě nedisponuje³⁹, což uvádí jako výhodu například informantka Tři, protože hudbu poslouchá hlavně při cestování. Jako další z pozitiv například respondentka Dvě uvádí, že se jí „*líbí funkce, že mi to často doporučí příbuznou podobnou hudbu a já si tak rozšiřuju obzory*“. Streamovací platformy tedy slouží také jako zdroj objevování nové hudby. Zároveň se informanti zamýšlí i v této sekci opět nad tím, jakým způsobem se jejich peníze dostávají k umělcům a zda tomu tak vůbec je. Vrací se tedy k podpoře oblíbených interpretů, jak už bylo probíráno v jedné z otázek výše. Konkrétně informant čtyři uvádí, že má ke streamovacím platformám kladný vztah, protože „*koncový uživatel má k hudbě rozhodně jednodušší přístup. Otázkou zůstává, jak se platforma chová k umělcům a jestli se k nim dostanou nějaké odpovídající peníze. Nad tím jsem se zamýšlel, protože bych chtěl, aby peníze, které za vinyl utratím šly umělci a vlastně je to jeden z důvodů, proč si vinyl koupím. Chci podpořit někoho, kdo mě zásobuje hudbou, připadá mi to logické,*“ popisuje konkrétně respondent Čtyři. Jak již bylo zmíněno v úvodu odstavce, za velkou výhodou streamovacích platform považují příslušníci subkultury její téměř neomezenou nabídku.

³⁹ Existují také gramofony na baterie a další zdroje, které mobilitu umožňují, ale nejde o častý jev.

Například informant Pět to konkretizuje takto: *„Dává nám to možnost se ponořit úplně do historie hudby, v podstatě si tam můžeme najít téměř jakékoliv album, které kdy bylo nahráno. A člověk má obrovské možnosti a objevovat skoro donekonečna. Streamovací platformy mi nabízí možnosti, které vinyl ne – třeba si dělat playlisty“*.

Informanti reflektovali také cesty, kterými objevují novou hudbu. Respondent Pět konkrétně uvádí, že jsou pro něj desky také zdrojem nové hudby. Konkrétněji popsal, že si rozšiřuje hudební obzory, *„(...) když poslouchám desky, které jsem našel. Často poslouchám něco, co vůbec neznám a objevuju tak novou hudbu. Ale někdy objevuju i přes bráchu, ten je na hudbu taková houba a často mi něco předává.“* Jde ale spíše o výjimku. Ostatní respondenti jak v dotazníkovém šetření, tak v rozhovorech objevují hudbu primárně skrze streamovací platformy, v dotaznících šlo dokonce o 71,4 %. V rozhovorech se vícekrát respondenti odkazovali na algoritmy, kterými jim daná platforma doporučí personalizovaný obsah na základě jejich poslechu. Informantka Dvě také uvádí jako zdroj nové hudby setkávání s lidmi na hudebních akcích a popisuje, že se *„dávám do konverzace s lidmi, co se v hudbě vyznají a beru si od nich inspiraci“*. Dále kromě streamovacích služeb zaznělo v rozhovorech jako inspirace také rádio, tištěná hudební média, ale především doporučení rodiny a přátel a respondent Čtyři se odkazuje také na TikTok. Informant Pět se vyjádřil nejen ke svým cestám pro objevování hudby, ale okomentoval také, jaké chování pozoruje na burzách u svých vrstevníků, když sám prodává desky. Podle něj si aktuálně vybírají hlavně hudbu staršího data vydání dodává, že *„v téhle komunitě je to tak jeden člověk z padesáti, který přijde a chce nějaké současného interpreta, třeba elpíčko Adele nebo nějakou vyloženou rádiovku. Zdá se mi, že jdou hlavně po těch starších písničkách, protože teď frčí retro“* a dále popisuje, jaké pozoruje inspirační zdroje: *„Ptají se po věcech, co se objevují v Netflix sériích, v oldies playlistech na Spotify, po takových klasikách. (...) Když mám průřez písničkama a mám tam třeba Dont Worry, Be Happy nebo třeba White Rabbit od Jefferson Airplane, že to ti lidi budou chtít“*. Toto tvrzení tedy podporuje data získaná výzkumem a podporuje jednotné inspirační zdroje.

Příslušníci dané subkultury tedy mimo desky konzumují hudbu primárně skrze streamovací platformy jako je Spotify či Apple Music a také jsou ochotní si je předplácet. Toto je také nejčastější cesta, jakou objevují novou hudbu. Mezi další zmiňované inspirace patří také doporučení rodiny a přátel, TikTok či návštěvy koncertů.

V průběhu rozhovorů informanti často také srovnávali hudební zážitek z poslechu vinylové desky a digitální cestou. Nejvíce zmiňovaným rozdílem byl pro respondenty rituál, který musí podstoupit před spuštěním desky, nebo jak uvádí respondent Čtyři, *„poslouchat hudbu z desky je svátek. Člověk si na sebe udělá čas, dá si něco dobrého k pití, popovídá si*

s přáteli. Přehrávání hudby ze Spotify je jen běžná součást každého dne“. Zmiňovali také odlišný zvuk a informant Pět zmiňuje opět působení dalších smyslů, když uvádí, že má rád *„tu vůni, kvalitní papír, je to skoro takové umělecké dílo“.* Informant Čtyři se také vrátil k důležitosti rituálu, ale i zvuku a obalu. Popisuje tedy opět důležitost kombinace více aspektů, když uvádí, že *„od vinylu čekám asi jiný zážitek než z repráků napojených na Spotify. Mám rád jak to lupe, skřípe. A že si teda před tím můžu sáhnout na ten hezký obal, vyndat to a pustit si to. Můžu to všechno udělat sám, neudělá to za mě nějaký mechanismus v telefonu nebo počítači“.* A informantka Dvě nevynechává z rozdílů také aktivní poslech, když popisuje, že *„vinyl, právě asi pro svou jedinečnou formu, krásný design, zvuk praskání, mě dokáže daleko snáze se zastavit a lépe se zaposlouchat do hudby. Věnuju albu větší pozornost, přináší mi to větší radost, když si poslechnu Beatles z desky, než když si to samé album poslechnu na Spotify“.* Z těchto výpovědí vybočuje respondentka Tři, která popisuje, že tak zásadní rozdíl nevnímá, když říká, že si dokáže *„navodit úplně stejné pocity v metru, když poslouchám umělce ze streamovací platformy cestou do práce, stejně tak doma, když si vinyl opravdu pustím“.*

Z dat získaných v této sekci vyplývá, že příslušníci této subkultury mají ke streamovacím platformám velmi kladný vztah, ale zároveň uvádějí aspekty, které jim nikdy nemůže poskytnout pouze vinylová deska, ale i naopak. Jako hlavní rozdíly uvádějí již výše zmiňovaný rituál, zvukovou stránku, fyzickou stránku nosiče, ale i odlišný zvuk. Zároveň tyto výsledky poukazují na to, že členům této subkultury tedy pravděpodobně nestačí konzumovat hudbu svého oblíbeného umělce pouze přes Spotify, protože si často nejsou jistí tím, jestli se peníze z jejich předplatného vůbec k danému člověku dostanou.

3.3.3.5 Sekce 5 - Aspekt komunity

Poslední zkoumanou sekcí v hloubkových rozhovorech, vyjma sekce sbírající demografická data v závěru, je část zabývající se komunitním aspektem dané subkultury.

Z dotazníků vyplývá, že až 70,9 % příslušníků této subkultury má pocit, že je vinyl určitou součástí jejich osobnosti. S tím korespondují i výpovědi informantů z rozhovorů. Například Jedna s tímto tvrzením souhlasí také a dodává, že s deskami zažila *„u jejich poslechu spoustu krásných chvil a ty se podílely a je to prostě moje součást. Když potkám někoho nového, kdo má vinyly, vlastně hned vím, že si budeme rozumět. Není to úplně častá záliba, ale když už někoho takového potkám, většinou posloucháme i podobnou muziku“.* Velice podobný náhled má i informantka Dvě a také zmiňuje, že pokud potká člověka, který má desky, je podle ní jasné, že *„je pro něj hudba hodně důležitá a rád do ní dává finance. Líbí se mi, že o mně takto může někdo smýšlet. Tento koníček velmi snadno dokazuje, že má člověk k hudbě hodně blízko“.*

Z výpovědi se vymyká respondentka Tři, která uvádí, že dnes už není vinyl tak velkou součástí její osobnosti, jako když byla na vysoké škole. Tehdy *„jsem si na tom dost zakládala, myslím, že to byla jedna ze základních věcí, kterou jsem o sobě sdělovala. Teď už to neřeším“*. Zároveň i informant Šest popisuje, že vinyl spíše není jeho součástí jeho osobnosti, ovšem *„se jedná o příjemný spojovací prvek s lidmi“*.

Komunitní aspekt je v této subkultuře funkční, což dokazují data z dotazníků i rozhovorů. Celých 86,7 % informantů z dotazníku má kolem sebe další lidi, kteří poslouchají desky. Tento koníček sdílí povídáním si o nově pořízených deskách, společným poslechem vinylových desek i jejich půjčováním, společnými návštěvami burz s vinyly a sdílenými DJ sessions. V rozhovorech například informantka Jedna uvádí, že její počátky s vinyly jsou pevně svázány s komunitou, protože *„kolem patnácti začalo poslouchat hodně mých přátel a my jsme to prostě sdíleli. Půjčovali jsme si desky, za kapesné jsme si kupovali nové a pořád to probírali. Bylo to takové bratrstvo,“* popisuje. Respondent Čtyři také na komunitní aspekt klade velký důraz a o sdílení říká toto: *„když se sejdem, tak skoro nikdy nepouštíme hudbu z mobilu nebo počítače, vždycky z desek. Je vtipné pozorovat, jak se pak stojí fronta na to, kdo pustí další desku. A vždycky si ji dáme celou. Někdy si povídám s přáteli o tom, co si koupili nového a kde. K některým kupům se vážou zajímavé historky“*. Informant Pět pak popisuje, že tento koníček rád sdílí s rodinou, konkrétně bratrem a sestrou: *„Bavíme se spolu o hudbě, o nových deskách, posloucháme je spolu, chodíme spolu na burzy. (...) Když už se s někým bavím o těch vydavatelstvích, nosičích a prostě vinylových dobrodružstvích, tak je to i starší sestra, která je sice narozená v osmdesátých letech, ale viděla všechny hudební dokumenty, co existují. Vždycky mi řekne hrozně moc zajímavostí. Ale ta hudba nás spojuje řekl bych rodinu úplně celou“*. Zároveň tento koníček sdílí i s lidmi na burzách, kde desky sám prodává a dodává, že ho *„vždycky hodně s lidmi sblíží, když se o vinylech bavíme“*.

Zároveň z rozhovorů vyplývá, že příslušníci dané subkultury sice další lidi z tohoto kolektivu sice úplně aktivně nevyhledávají, ale je to spíše z toho důvodu, že jim stačí míra aktuálního sdílení a okruh ke sdílení se rozšiřuje spíše přirozeně přes kontakt s přáteli přátel a podobně, což popisuje například respondentka Jedna, když uvádí, že *„nevyhledávám, ale ráda je potkávám, většinou se to děje nějak náhodně“*. Podobně to vnímá i Čtyři, který výpověď rozšiřuje o další aspekty: *„Mám pocit, že mi celkem stačí i lidi, které kolem sebe mám a zajímají se o vinyly. Zároveň sem tam někoho takového potkám, ale neděje se to moc často. Ale řekl bych, že bych člověka, co poslouchá vinyly poznal i podle vzhledu. (...) Zvláště na burzách se většinou v té naší generaci projevuje takový vzorec, jsou to často taková hipstři smíchaní s rockerama,“* popisuje svoji zkušenost respondent Čtyři.

Jak již bylo zmíněno, místem setkávání komunity může být kromě domácích společných poslechů také vinylová burza. Kromě informanta Pět, který se živí prodejem desek na právě takových burzách respondenti uvádí, že burzy pravidelně spíše nenavštěvují. Jak popisuje například Čtyři, který k má k vynechávání takovýchto akcí svůj důvod: „*Na pár jsem byl, ale tím, že si radši pořizuji primárně nové a nerozbalené desky to není úplně moje území. Ale desky mám rád, takže se sem tam na nějakou burzu dostanu*“. Své důvody popsala i Dvě, která popisuje, že „*jsou tam často výrazněji levnější ceny a odborníci, co mi dokážou poradit*“ a Jedna, která preferuje antikvariáty, protože „*nejsem takový ten burzový hrabač*“. Komunitní aspekt nevnímá hlavně informantka Tři, která sice má v okolí lidi vlastníci vinyly, ale nijakým způsobem nemá touhu tento koníček sdílet.

Z šetření tedy vyplývá, že většina příslušníků dané subkultury má pocit, že jsou vinyly součástí jeho osobnosti. To koresponduje i s daty z dotazníků. Důvodem je dle informantů například řada zážitků spojených s deskami, ale vinyl funguje dle tvrzení výše i jako jakýsi socializační prvek, který komunitu sdružuje. Pokud jde o vinylové burzy, většina příslušníků subkultury je nenavštěvuje. Většina respondentů také nevyhledává nové lidi z této komunity, ale ráda se s nimi potká náhodně, například přes přátele přátel.

V závěru této sekce měli informanti možnost nastolit téma, které je podle nich v této oblasti zajímavé, ale nezaznělo. Informantka Jedna a respondent Pět narazili na společnou oblast, a to generační srovnání.

Informantka Jenda popisuje, že pokud jde o hodnotu vinylů, „*generace mých rodičů se v tom dokáže pořádkem trochu zorientovat, ta generace to měla jinak. Ale v naší generaci už to není tak časté a když se o to člověk vůbec nezajímá, tak nemůže vědět, jaké vinyly jsou dražší. Já to zase vím od táty, který si nechává dovážet desky i z Japonska a tak různě, doma si je pere a stará se o ně, protože jsou fakt hodnotné. A to člověk zvenku asi úplně nepochopí*“. Rozdílný přístup mezi generacemi popisuje i informant Pět, který uvádí, že mu připadá, že v generaci mileniálů se tato subkultura příliš nevyskytuje a podle něj jsou nejsilnější skupiny generace X a Z, což dále rozvádí: „*Generace X si kupuje věci, které poslouchali jako mladí a vrací se tak do té doby. Zajímavé ale je, že tahle generace už je vlastně dost dobře zásobená a spoustu těch desek už mají. Na ně ale pořádkem cílí většina mých kolegů prodejců. Ti jsou taky ve věku mých rodičů a vlastně na burzách nepotkávám z prodejců asi nikoho mého věku. Ale zase dokážu být blíž té své generaci, té mé cílovce a dokážu jim nabídnout to, co chtějí. Spousta z nich třeba zrovna sbírky zakládá, nebo si gramofon pořizovat teprve budou,*“ popisuje. Respondent Pět, se dále dělí i o svůj pohled na svou generaci, tedy Z, a uvádí, že „*se na burzách s lidmi generace Z setkávám čím dál víc. Když jsem začínal, což bylo před covidem, tak v roce 2019, tak chodil*

téměř výhradně lidé ve věku mých rodičů a teď se to až téměř prohazuje,“ popisuje Pět a dodává, že covid měl dle jeho pohledu vliv na celkový vinylový trh, což se projevovalo tak, že *„nejdřív byl hrozný nárůst zájmu o vinyly, protože jak lidi seděli doma, nakoupili si desky a poslouchali je. A byli to i lidi, kteří dřív gramofony neměli a třeba ani neměli zapálení pro hudbu. Potom, co se to všechno začalo otevírat a vracet do normálu začali na burzy chodit úplně jiní lidi,*“ uzavírá.

4 Interpretace získaných dat a jejich konfrontace s charakteristikami připisovanými generaci Z

Tato kapitola interpretuje data o vinylové subkultuře, nabízí hlubší zobecnění a zároveň konfrontuje vybrané výsledky šetření s charakteristikami připisovanými generaci Z. K největšímu srovnání dochází především v otázkách spadajících do Sekce 4, která zkoumala všeobecné posluchačské návyky příslušníků dané subkultury z generace Z.

4.1 Interpretace získaných dat

Ukazuje se, že většina příslušníků dané subkultury vlastní do sta **kusů** vinylů. Objevují se ovšem také jedinci, kteří vlastní výrazně více desek a svou sbírku počítají v tisících. To znamená, že můžeme identifikovat dva typy fanoušků vinylových desek v generaci Z. První typ vlastní menší počet desek, druhý razantně více. Jak vyplývá z hloubkových rozhovorů, je možné vysledovat, že skupina, která vlastní menší množství vinylových desek si je pořizuje z mírně odlišných důvodů než druhá skupina. Ukazuje se, že pokud jich člověk vlastní menší množství, jeho motivace ke kupování desek je spíše v podpoření oblíbeného autora. Pokud respondenti vlastnili více desek, přikládali větší důraz sběratelskému aspektu, který se u respondentů s menším množstvím desek téměř neprojevoval. Členové subkultury mají své sbírky také často sdílené s dalšími osobami, například rodiči, sourozenci či partnery. Obecně lze říci, že jde primárně o sdílení sbírky s členy jedné domácnosti.

Přehrávání desek je v této subkultuře spíše nepravidelnou záležitostí než každodenní činností. Obecně lze říci, že většina příslušníků této subkultury poslouchá vinylové desky alespoň jednou měsíčně a podstatně velká část zároveň desky poslouchá nepravidelně.

Z výzkumu dále vyplývá, že v subkultuře neexistuje preference bazarových či nových vinylových desek. Ukazuje se, že bazarové desky často preferují jedinci, hledají věci s vlastní

historií a někdy je motivací i nižší cena. Důvodem pro pořizování nových desek je hlavně neponičený obal i nosič bez poškození. Příslušníci si pořizují během roku primárně jednotky kusů desek. Do dané subkultury se jedinci dostávají především přes lidi ve svém okolí – přátele, rodinu, známé, partnery.

Pro příslušníky subkultury není nejdůležitější pouze jediný aspekt vinylové desky – například jeho zvuk, poslechu přecházející rituál či obal. Všechny tyto aspekty jsou rovnoměrně rozloženy a z výzkumu vyplývá, že asi sami příslušníci subkultury nedokáží definovat, který aspekt je pro ně nejvíce klíčový. Ukazuje se ovšem, že lze vnímat shodu na třech až čtyřech hlavních aspektech, které nad ostatními převažují v dotaznících i hloubkových rozhovorech. Mezi ně patří například fyzická povaha vinylu – příslušníci jej považují za artefakt. Je pro ně důležitý booklet, obal, design, ale i informace, které jim dokáže obálka zprostředkovat a mají tak možnost vnímat dané album i interpreta v širším kontextu. Zároveň se jako další důležitý aspekt ukazuje i proces, který přehrávání předchází, podle respondentů totiž vede ke zpomalení, zapojení více smyslů a tím i k aktivnějšímu poslechu.

Zároveň si příslušníci subkultury uvědomují vložené finance do desky a také její vysokou míru poškoditelnosti, což může vést také k jejímu vědomějšímu užívání. Opakující se motivací k pořizování vinylů je ale také útěk od digitálního světa, který respondenti často popisují jako příliš rychlý. Vinyl jim poskytuje jakýsi návrat k přirozenějšímu, pomalejšímu tempu.

Deska se stává také médiem, které nese důležité vzpomínky ve formě písní, které mají i svou fyzickou podobu a jsou tak chráněny před ztrátou ve velkém množství dat digitální sféry. Důležitým aspektem koupě je také podpora oblíbeného umělce. Příslušníci subkultury si nejčastěji pořizují nahrávky, které už dobře znají a koupí chtějí jen završit svou oblibu daného alba nebo interpreta. Jako méně důležitý se pak ukazuje aspekt sběratelství, touhy po vlastnění raritních kusů kvalitnějších vydání například z jiných zemí. Zvukovou stránku příslušníci subkultury považují také za velmi důležitou a očekávají od ní hlavně to, že se bude odlišovat od poslechu streamované hudby a že jim zaručí jinou kvalitu. Analogová reprodukce zvuku je podstatně nedokonalější, než její digitální protějšek a v podstatě není možné se zbavit povrchového šumu. To ale podle příslušníků subkultury činí zvuk barevnějším a živějším. Jde tedy říci, že v tomto směru hledají příslušníci u vinylového zvuku nedokonalost, za kterou jsou ochotni zaplatit. Což stojí v opozici proti kvalitní digitální hudbě dostupné zdarma. Obecně tedy nejde o hledání dokonalého zvuku, je tomu právě spíše naopak.

Příslušníci dané subkultury tedy většinou poslouchají hudbu z vinylů aktivně a rozhodně souhlasí s tvrzením, že je tento nosič vede k aktivnějšímu poslechu více než jiné

formy přehrávání hudby, hlavně ve srovnání se streamovacími platformami. Zároveň mohou díky desce zasadit jednotlivou píseň do kontextu celého alba, protože si téměř vždy poslechnou celou desku a tím pádem i písně, které by si sami například skrze streamovací platformy nepustili. Pokud už dojde k pasivnímu poslechu, je to nejčastěji při úklidu, učení či setkání s přáteli nebo rodinou. Pokud jde o další typy analogových nosičů, většina respondentů k nim nemá žádný vztah a ani nikdy neuvažovala o jejich pořízení. QR kódy, které mohou posluchačům zajistit kvalitní zvuk alba v digitalizované podobě nevyužívá z dané subkultury téměř nikdo.

Příslušníci dané subkultury obecněji konzumují hudbu primárně skrze streamovací platformy jako je Spotify či Apple Music a také jsou ochotní si je předplácet. Toto je také nejčastější cesta, jakou objevují novou hudbu. Mezi další zmiňované inspirace patří také doporučení rodiny a přátel, TikTok či návštěvy koncertů. Z dat získaných v této sekci vyplývá, že příslušníci této subkultury mají ke streamovacím platformám velmi kladný vztah, ale zároveň uvádějí aspekty, které jim nikdy nemůže poskytnout pouze vinylová deska, ale i naopak. Jako hlavní rozdíly uvádějí již výše zmiňovaný rituál, zvukovou stránku, fyzickou stránku nosiče, ale i odlišný zvuk. Zároveň tyto výsledky poukazují na to, že členům této subkultury tedy pravděpodobně nestačí konzumovat hudbu svého oblíbeného umělce pouze přes Spotify, protože si často nejsou jistí tím, jestli se peníze z jejich předplatného vůbec k danému člověku dostanou. V návycích souvisejících se streamovanou hudbou se tedy v podstatě ztotožňují s tím, jak hudbu poslouchá celá generace Z, pro niž je tento typ přehrávání hudby ovšem téměř jediným využívaným (Mulligan 2017, nečíslováno). Jak ale uvádí příslušníci vinylové subkultury konkrétněji výše, streamovací platformy nemohou posluchačům zajistit stejný zážitek jako poslech hudby z vinylové desky.

Většina lidí z této subkultury má kolem sebe další jedince, kteří desky vlastní a část z nich tento koníček také sdílí povídáním si o nově pořízených deskách, společným poslechem desek i jejich půjčováním, společnými návštěvami burz s vinyly a sdílenými DJ sessions.

4.2 Konfrontace s charakteristikami připisovanými generaci Z

Celkově lze říci, že vinylová subkultura v generaci Z působí jako anomálie. Ještě v roce 2018 si fyzické nosiče kúpovalo kolem 4 % jedinců v generaci Z (Zgabajová 2018, s. 42). Podle posledních průzkumů jsou to ale právě příslušníci generace Z, kteří si aktuálně kupují větší množství desek než mileniálové, kteří by k tomuto nosiči měli mít z principu bližší vztah (MRC Data 2021).

Příslušníci vinylové subkultury oceňují na deskách řadu aspektů. Mezi nimi i fyzickou stránku. Ta je ovšem značně nepraktická, protože zabírá spoustu místa, neekologická, protože má fyzickou stránku, která se po poškození stane odpadem, nemultifunkční, protože nemá více využití a neefektivní, protože jí předchází v porovnání s digitální reprodukcí složitý proces před přehráním. Ovšem generace Z dle jí připisovaných charakteristik touží právě po praktičnosti, ekologii, multifunkčnosti a efektivitě (Grail Research 2011, nečíslováno). A i přes to v ní vzniká subkultura, která je ochotná přehlédnout všechny tyto negativní aspekty a najít pozitiva, která ve finále převažují a dokáží posluchačům přinést něco, co streamovací platformy nedokáží.

Paradoxní je také to, že generace Z preferuje dle průzkumů preferuje přehrávání jednotlivých skladeb, případně playlistů, ale ne už tak celistvých alb (Mulligan 2017, nečíslováno). V tom případě by ale bylo nutné po každém přehraní dané skladby fyzicky desku vyměnit za jinou a opět ji ručně zapnout. Což je ale v opozici s faktem, že generaci Z je dle jejích charakteristik připisováno spíše přehrávání hudby co nejjednodušeji a nejrychleji, ideálně kdekoliv (Grail Research 2011, nečíslováno), což gramofon z logiky věci splňovat nemůže.

S tím souvisí i aktivní poslech, ke kterému vinyl příslušníky subkultury podle jejich slov vede. Generaci Z dle průzkumů provází fenomén FOMO, tedy strach z promeškání a s tím související multitasking (Sladek 2014, nečíslováno), který vede i k odvádění pozornosti od aktuálně prováděné činnosti, k níž patří i hudba. Jak uvádí příslušníci subkultury, díky vinylu se dokáží na poslech hudby aktivně soustředit a neberou ji jen jako kulisu během jiných úkonů, například prohlížení internetu na telefonu, kterým tráví i hodiny denně (Sladek 2014, nečíslováno).

Generaci Z podle průzkumů definuje více než cokoli jiného doba, do níž se narodila a vyrostla v ní. Jde o dobu rozmachu digitálních technologií a podle ní se jejím příslušníkům také přezdívá digitální domorodci (Bellal 2016, nečíslováno). Tento výzkum ale ukazuje, že existuje skupina lidí, která, byť dokáže ocenit řadu pozitiv digitální doby, od tohoto světa hledá únik. A ten jim mohou poskytnout právě vinylové desky a jejich poslech. Vinyl jim podle jejich slov poskytuje jakýsi návrat k přirozenějšímu, pomalejšímu tempu a mohou si tak poslechnout svou oblíbenou píseň v kontextu celého alba, ale mít také vizuální vjem v podobě obalu a hmatový, pokud jde například o použitý papír a výrobní techniky obalu. Tento únik od digitálního světa může spočívat také v hledání odlišného zvuku, který s sebou vinyly přináší. Jejich zvuk je sice nedokonalý a není možné se zbavit povrchového šumu, ale právě to na něm příslušníci subkultury často oceňují a popisují ho jako živější a hřejivější. Hudební průmysl se pokusil na novou generaci zareagovat a přidal k vinylovým deskám také QR kódy, přes které

si může každý, kdo si koupí novou desku, stáhnout i její digitální ekvivalent ve velmi vysoké kvalitě. Ukazuje se ovšem, že tento krok nebyl efektivní a téměř nikdy z této subkultury tento kód nevyužívá. Pravděpodobně proto, že vinyl právě nemá za úkol přinášet digitální zážitek.

Zároveň více než polovina jedinců z této generace dle výzkumů usuzuje, že hudba je komodita, za kterou by se mělo platit, ovšem až 71 % generace Z poslouchá hudbu pouze zdarma (Mulligan 2017). Příslušníci vinylové subkultury ovšem za hudbu platí skutečně, a to opatřováním vinylů. Dle dat vycházejících z této práce jim totiž, stejně jako celé generaci, záleží na finanční podpoře interpreta, a proto jsou ochotni si pořizovat jeho desky a často bez ohledu na cenu.

V souladu je ale vinylová subkultura s generací Z ve streamování a objevování hudby. Ukazuje se, že i ve vinylové subkultuře je nejoblíbenější cestou, jak se dostat k hudbě streamování. Generace Z celkově konzumuje hudbu primárně skrze streamovací platformy a podobné digitální nástroje (MRC Data 2021, nečíslováno) a stejně tak je tomu i u členů vinylové subkultury. K objevování nové hudby vedou také primárně tyto zmíněné platformy, konkrétně v nich obsažené algoritmy.

5 Závěr

Předkládaná práce se vůbec jako první rozhodla mapovat subkulturu sběratelů vinylových desek v generaci Z. Jejím cílem bylo přinést první vhled do této subkultury a zmapovat její specifika, charakteristiky, konzumační návyky v oblasti poslechu vinylových desek i ve všeobecné rovině, vztah a hodnoty, které tomuto nosiči připisují, komunitní aspekt této subkultury a motivace jednání jejích členů. Ve druhé řadě bylo cílem srovnat zjištěné charakteristiky vinylové subkultury s charakteristikami připisovanými Z, tedy generaci, z níž vychází.

V teoretické části se práce věnuje nejdříve vymezení užívaných pojmů, jako je vinylová subkultura, vinyl, generace Z a dalších souvisejících pojmů. Také popisuje aktuální stav bádání v dané oblasti. Teoretická část se zabývá i charakteristikami připisovanými generaci Z, která je pro danou práci klíčová, protože právě v ní vzniká zkoumaná vinylová subkultura. Dále vymezuje také samotný pojem subkultura a rozvíjí jej do dalších souvisejících podkategorií. Součástí je i kapitola věnující se vymezení vinylové subkultury v generaci Z a zahrnuje také možné motivace k zapojení do dané subkultury. Popisuje také jeden z klíčových objektů, který s prací souvisí a tím je vinylová deska, která je uvedena do kontextu s dalšími nosiči a také celkově fyzickými nosiči na trhu.

Metodologická část se věnuje popisu zvolené metodologie a argumentům pro její užití v dané práci. Dále tato část vymezuje také výzkumné otázky. Hlavní výzkumnou otázkou v této práci zní: „*Jaké jsou základní charakteristiky vinylové subkultury formující se v generaci Z?*“. Tuto otázku zodpověděla práce skrze dílčí výzkumné otázky. Zvolenou výzkumnou metodou zde bylo dotazníkové šetření a z něho vycházející polostrukturované rozhovory. Dotazníkového šetření se zúčastnilo celkem 196 respondentů a všechny dotazníky byly uskutečněny online. Na ně navazovaly polostrukturované rozhovory se šesti informanty, které prohlubovaly poznatky získané v dotazníkovém šetření.

První z dílčích otázek této práce zní: „*Jakou motivaci mají členové subkultury k pořízování vinylových desek?*“. Jako nejčastější motivace se v subkultuře ukázalo zpomalení, aktivnější poslech a kontext, který s sebou deska nese. Klíčové je také fyzické vlastnictví hudby, byť generace Z dle jí připisovaných charakteristik upřednostňuje digitální ekvivalenty. Důležitý je pro členy je pro také obal, tedy fyzický artefakt. Zároveň usuzují, že chtějí podpořit svého oblíbeného interpreta a celkově chtějí investovat své peníze zpět do hudebního průmyslu, protože hudbu považují za velkou součást svého života a připadá jim přirozené za tuto součást

platit dle jejich slov odpovídající peníze. Také se ukazuje, že sběratelský aspekt, v němž hraje roli rarita a další atributy, není v této subkultuře nijak výrazný. Členové subkultury spíše uvádějí, že si poměrně precizně vybírají desky, které si hodlají pořídit a často už je dobře znají. Koupě je tedy pouze završením oblíbenosti daného interpreta či alba. Sbírky většinou čítají do stovky kusů. Jako motivace slouží také odlišný zvukový zážitek nesoucí s sebou určitou nedokonalost, kterou v primárně digitálním světě členové subkultury postrádají. Jako klíčový se ukazuje i rituál předcházející spuštění nahrávky, do nějž posluchači zapojují nejen sluch, ale také hmat, čich a zrak, aby pojali všechny vjemy, které deska nabízí. Příslušníci subkultury také často uvádějí, že vinyl je pro ně únikem z rychlého digitálního světa, což lze považovat za formu odporu.

Členové subkultury považují desky primárně za nosič, který má emoční hodnotu a dokáže jim pocity z hudby zprostředkovat takovým způsobem, jaký je podle nich nesrovnatelný s digitálně streamovanou hudbou. S tím souvisí i výše zmíněné aspekty, jako je například rituál, fyzická schránka, odlišný zvuk a tak dále. Zároveň se ukazuje, že i poměrně krátká životnost nosiče může vést posluchače k aktivnějšímu poslechu, který mu zajistí větší koncentraci na hudbu a tím i silnější emoce.

S tím souvisí i konzumentské návyky, které mají příslušníci subkultury ve vztahu k vinylu. Jak už bylo řečeno, váží si rituálu, který spuštění předchází a používají při něm více smyslů než v případě streamování. Zároveň si téměř vždy pustí desku celou, což jim přináší celistvější kontext, než pokud si pustí pouze jednu samostatnou píseň, což výzkumy připisují generaci Z. Vinyl tedy ovlivňuje nejen to, jakým způsobem příslušníci subkultury konzumují, ale i co konzumují. Zároveň jsou si členové subkultury vědomi negativních vlastností, které s sebou tento nosič přináší a nejčastěji usuzují, že hlavními negativy jsou vysoká cena a velká míra poškození ve srovnání se streamovanou hudbou. I přes to ale nacházejí řadu pozitiv, kvůli kterým mají stejně motivaci si tento nosič pořídit. Objevuje se zde tedy paradoxní jev, kdy jsou příslušníci subkultury ochotni zaplatit za méně kvalitní nahrávku spotřebnějšího charakteru násobně více peněz než za digitální přehráni, a to z již zmíněných důvodů.

Další dílčí otázka zněla „*Jaké jsou posluchačské návyky členů této subkultury ve všeobecné rovině?*“. Dá se říci, že v konzumaci hudby skrze streamovací platformy se tolik subkultura neliší od celkových charakteristik připisovaných generaci Z. Ukazuje se, že i ve vinylové subkultuře je nejoblíbenější cestou, jak se dostat k hudbě, streamování. Generace Z celkově konzumuje hudbu primárně skrze streamovací platformy a podobné digitální nástroje a vinylová subkultura je s tím v souladu. K objevování nové hudby vedou také primárně tyto zmíněné platformy.

V subkultuře funguje také aspekt komunity. Většina příslušníků subkultury má kolem sebe další jedince, kteří desky vlastní, ovšem ukazuje se, že ne všichni ne všichni mají tendenci tento koníček nějakým způsobem sdílet. Ukazuje se ale, že pokud už ke sdílení dochází, je to formou společného poslechu, debat o deskách a jejich půjčování. Z rozhovorů vyplynulo, že jakýsi komunitní aspekt lze sledovat i v tom, že jedinci většinou svou sbírku nevládní sami, často ji sdílejí a budují s někým dalším, nejčastěji dalším členem domácnosti – rodičem, partnerem či spolubydlícím.

Poslech vinylových desek považují členové subkultury za součást své identity a vede je k hlubšímu ponoření do hudby, do jejího kontextu. Zároveň ale poslouchají převážně streamovanou hudbu, ke které slouží vinyl spíše jako doplněk, nový zážitek z hudby nabízející něco, co digitální nahrávky poskytnout nemohou.

Pokud jde o napojení na fanouškovství a sběratelství, je možné říci, že svým způsobem je vinylová subkultura napojena na oba termíny. Fanouškovství provází například osobitá recepce, kterou na základě získaných dat příslušníci vinylové subkultury nesporně disponují a nadále také například tvorba alternativních sociálních komunit, které vznikají dle tohoto výzkumu i ve vinylové subkultuře v generaci Z. Konkrétněji o tom práce pojednává výše. Fanoušci si dle jim připisovaných charakteristik také vyhražují čas speciální čas na konzumaci předmětu zájmu a připisují mu vlastní specifické hodnoty, jsou v konzumaci aktivní, vytvářejí vlastní významy a komunikují s dalšími členy komunity o objektu zájmu, což jsou všechny aspekty, o nichž práce nejen v této kapitole pojednává a z výzkumu vyplývá, že všechny tyto atributy jsou v dané subkultuře důležité. Proto je možné označit nadšence do vinylových desek za jejich fanoušky. K tomu se vztahuje také zmiňovaný fenomén sběratelství, v rámci něhož je předmět zájmu příčinou určité vášně. Zároveň je možné uvést, že má hodnotu v rámci praktického používání a na druhé straně jeho hodnota tkví v tom, že je vlastněn. S tím souvisí i to, že „*neustále sbírá sám sebe*“ (Pachmanová 2008, s. 179). To znamená, že je objekt jakousi součástí identity člověka. S tím korespondují také data, která vycházejí z této práce. Respondenti totiž často uvádějí, že mají pocit, že sbírání vinylů je součástí jejich osobnosti. Zároveň může být sběratelství odpovědí na to, že část příslušníků vinylové subkultury sice vlastní desky, ale nikoliv zařízení k jejich přehrávání. Pokud jde o srovnání s dalšími hudebními subkulturami, lze vysledovat jeden znak, který mají společný. Tím je, že vznikly vždy alespoň částečně na základě nespokojenosti s určitou oblastí života v daném období. Je možné usoudit, že v případě vinylové subkultury v generaci Z může pramenit tato nespokojenost především z přehlcení hudbou ve zdánlivě dokonalé kvalitě, která ale může být často dle výzkumů konzumována posluchači především pasivně a vytržená z kontextu. Právě

vinyl může posluchačům dle zjištění této práce poskytnout bohatější zážitek z poslechu v mnoha aspektech, které již byly zmíněny výše. Pachmanová zároveň uvádí, že v současném světě předměty již nehrají tak důležitou roli jako v minulosti, protože vedle předmětů se dnes sbírají také věci nehmotné povahy, takzvané ne-věci (Pachmanová 2008, s. 9). Vinylová subkultura ovšem v tomto opět tvoří jakousi výjimku a i v současné době, která klade důraz spíše na ne-věci se zaměřuje na sbírání hmotných objektů.

Na tuto práci mohou navázat další výzkumníci například tím, že se zaměří na danou subkulturu v jiné generaci, například X. Můžeme předpokládat, že tato generace bude vinylovým deskám přisuzovat naprosto odlišné hodnoty a bude pravděpodobně upřednostňovat jiné aspekty, než sběratelé v generaci Z. Zajímavé by proto mohlo být položit stejné otázky jiné generaci a provést mezigenerační srovnání. Dá se samozřejmě uvažovat také o zopakování výzkumu ve stejné generaci, tedy Z, ovšem například o deset až patnáct let později, kdy už budou všichni příslušníci dané generace dospělí. Za zvážení by také stálo provést výzkum i mimo Českou republiku, neboť můžeme očekávat, že tato subkultura se vyskytuje i mimo lokální kontext. Zároveň by mohlo být zajímavé sledovat případné odlišnosti v rozdílných kulturních kontextech.

Seznam literatury a elektronických zdrojů

BARKER, Chris. *Slovník kulturních studií*. Praha: Portál, 2006. ISBN 80-7367-099-2.

BAČUVČÍK, Radim. *Jak posloucháme hudbu?: vztah obyvatel České republiky k hudbě a jejímu poslechu 2009*. Zlín: VeRBuM, 2010. ISBN 978-80-904273-8-9.

BEALL, George. *8 Key Differences between Gen Z and Millennials*. [online]. 2016
Dostupné z: http://www.huffingtonpost.com/george-beall/8-key-differences-between_b_12814200.html.

BERKUP, Sezin Baysal. *Working With Generations X And Y In Generation Z Period: Management Of Different Generations In Business Life*. 2014, *Mediterranean Journal of Social Sciences*, ISSN 2039-2117

BENNETT, Andy. *Researching youth culture and popular music: A methodological critique*. *The British journal of sociology*. Blackwell Publishing, 2002, 53(3), 451-466.

BERLINER, Emile. *Billboard*. Nielsen Business Media, 1979, **84**(31), 17. ISSN 0006-2510.

ČEPICKÝ, Miroslav. *Gramofonka: z Loděnice do velkého světa*. Loděnice: GZ Media, 2021. ISBN 978-80-270-8748-8.

DANIEL, Ondřej, Tomáš KAVKA a Jakub MACHEK. *Populární kultura v českém prostoru*. Praha: Karolinum, 2013. ISBN 978-80-246-2192-0.

DISMAN, Miroslav. *Jak se vyrábí sociologická znalost: příručka pro uživatele. 4., nezměněné vydání*. Praha: Karolinum, 2011. ISBN 978-80-246-1966-8.

EZZY, Douglas. *Qualitative analysis*. Routledge, 2013.

FARKOVÁ, Marie. *Dospělost a její variabilita*. Grada Publishing as, 2009.

FRIEDLANDER, Joshua. *Year-end 2020 Riaa Revenue Statistics*. *Recording Industry Association of America*, 2021. Dostupné také z: <https://www.riaa.com/wp-content/uploads/2021/02/2020-Year-End-Music-Industry-Revenue-Report.pdf>

FRIEDLANDER, Joshua. *Year-end 2022 Riaa Revenue Statistics*. *Recording Industry Association of America*, 2023. Dostupné také z: <https://www.riaa.com/wp-content/uploads/2023/03/2022-Year-End-Music-Industry-Revenue-Report.pdf>

GRAIL Research. *Consumers of tomorrow: Insights and observations about generation Z*, 2011 [online]. Dostupné z:
https://web.archive.org/web/20111215110719/http://www.grailresearch.com/pdf/ContentPodsPdf/Consumers_of_Tomorrow_Insights_and_Observations_About_Generation_Z.pdf

HENDL, Jan. *Přehled statistických metod zpracování dat: analýza a metaanalýza dat*. Vyd. 2., opr. Praha: Portál, 2006. ISBN 80-7367-123-9.

HORNÁK, Michal. *Dematerializácia hudby vo veku digitálnych médií*. 2018. PhD Thesis. Masaryk University, Faculty of Arts.

JANDOUREK, Jan. *Úvod do sociologie*. PORTÁL sro, 2009.

JENKINS, Henry. 1992. *Textual Poachers: television Fans & Participatory Culture*. *Studies in culture and communication*. New York: Routledge.

JIRÁSEK, Pavel. *Vinyl: od první republiky po současnost*. In: Česká televize [online]. Praha, 2023, 8. 3. 2023 [cit. 2023-03-09]. Dostupné z:
<https://www.ceskatelevize.cz/porady/14288771742-vinyl/>

KUCHYŇOVÁ, Zdeňka. Gramodesky zažily renesanci. *V Loděnicích jich vyrobí až 200 tisíc za den*. Radio Prague International [online]. 23.11.2022 [cit. 2023-01-30]. Dostupné z: <https://cesky.radio.cz/gramodesky-zazily-renesanci-v-lodenicich-jich-vyrobi-az-200-tisic-za-den-8767757>

KOHOUTOVÁ, Barbora. *Chování posluchačů hudby z generace Y v době digitální distribuce hudby*. 2018. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra mediálních studií.

KRUSE, Holly. *Subcultural Identity in Alternative Music Culture*. Popular Music. Cambridge University Press, 1993, 19(1), 33-41.

Luminate. *Luminate Year-End Music Report*. Luminate Data, 2023. Dostupné také z:
<https://luminatedata.com/reports/luminate-2022-u-s-year-end-report/>

MASNÁ, Zuzana. *Generace Y jako publikum alternativní hudby a role nových médií při utváření komunity a vkusu*. 2013.

MULLIGAN, Mark. *Gen Z: Meet The Young Millennials*. MIDiAresearch, 2017.

NENIČKOVÁ, Bc Barbora. *Od distribuce k poslechu: Audiokazety na českém hudebním trhu*, 2019.

ORAVCOVÁ, Anna, KOLÁŘOVÁ, Marta, ed. *Revolta stylem: hudební subkultury mládeže v České republice*. Praha: Sociologické nakladatelství (SLON), 2011. Sociologické aktuality. ISBN 978-80-7419-060-5.

- PACHMANOVÁ, Martina, ed. *Mít a být: sběratelství jako kumulace, recyklace a obsese*. V Praze: Vysoká škola uměleckoprůmyslová, 2008. T. ISBN 978-80-86863-25-2.
- PETRUSEK, Miloslav. *Teorie a metoda v moderní sociologii*. Praha: Karolinum, 1993. ISBN 80-7066-799-0.
- POHLMANN, Ken C. *The Compact Disc Handbook*. Oxford: Oxford University Press, 1992.
- POLEDŇÁK, Ivan. *Proměny hudby v měnícím se světě*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2007. ISBN 978-80-244-1809-4.
- PRZYBYLSKI, Andrew K.; Murayama, Kou; DeHaan, Cody R.; Gladwell, *Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. Computers in Human Behavior*, 2013.
- REICHEL, Jiří. *Kapitoly metodologie sociálních výzkumů*. Praha: Grada, 2009. Sociologie (Grada). ISBN 978-80-247-3006-6.
- ROSS, Alex. *The rest is noise: Listening to the twentieth century*. Macmillan, 2007.
- ŘEZNIČKOVÁ, Aneta. *Návrat do minulosti. Gramofonové desky dotahují v prodeji CD*. *Idnes.cz* [online]. 2019. Dostupné z: https://www.idnes.cz/ekonomika/domaci/gramofonove-desky-vinylove-prodeje.A190916_151227_ekonomika_are
- SLADEK, Sarah; GRABINGER, Alyx. *Gen Z. Introducing the first Generation of the 21st Century*, 2014.
- SMOLÍK, Josef. *Subkultury mládeže: sociologické, psychologické a pedagogické aspekty*. Brno: Mendelova univerzita v Brně, 2017. ISBN 978-80-7509-498-8.
- ŠIŠKOVÁ, Klára. *Vinylové nosiče na českém hudebním trhu. Zlín, 2018*. Bakalářská práce. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně.
- TAYLOR, Jim, Mark R. JOHNSON a Charles G. CRAWFORD. *Velký průvodce DVD: jedinečný zdroj všech dostupných informací o DVD na profesionální úrovni*. Praha: Grada, 2007. Profesionál. ISBN 978-80-247-1721-0.
- ZGABAJOVÁ, Tereza. *Mezigenerační analýza spotřebitelského chování na trhu hudebních streamovacích služeb*. 2018.
- Celkový přehled hudebního trhu 2005–2021. *ČNS IFPI* [online]. Praha: Česká národní skupina Mezinárodní federace hudebního průmyslu, z. s. (ČNS IFPI), c2023, 2021 [cit. 2023-01-26]. Dostupné z: <https://ifpicr.cz/cr-celoroční>
- Český statistický úřad. *Věkové složení obyvatelstva hl. m. Prahy*. 2011 [online]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/104003-12-n_2012-metodicke_poznamky

MRC DATA. *U.S. MUSIC 360: Sneak Preview 2021*. MRC Data, 2021. Dostupné také z: <https://luminatedata.com/reports/mrc-data-releases-the-annual-u-s-music-360-report/>

MusicWatch. *2021 U.S. Consumer Music Profile*. MusicWatch, 2022. Dostupné také z: <https://www.riaa.com/reports/2021-u-s-consumer-music-profile-musicwatch-inc/>

Vinyl records are on track to outsell compact discs for the first time in 33 years and prices have risen 490 %. *CNBC* [online]. 14.9.2019 [cit. 2023-01-30]. Dostupné z: <https://www.cnbc.com/2019/09/14/vinyl-records-on-track-to-outsell-cds-and-prices-have-risen-490percent.html>

Seznam příloh

Příloha 1 – Dotazníkové šetření

Příloha 2 – Scénář polostrukturovaných rozhovorů

Příloha 3 – Tabulka Výsledky dotazníkového šetření

Příloha 4 – Plné znění polostrukturovaných rozhovorů

Příloha 5 - Grafy

Příloha 1 – Dotazníkové šetření

Název dotazníku: Subkultura fanoušků vinylových desek v generaci Z

Úvodní text:

Dobrý den! Mé jméno je Anežka Gavendová, studuji na Univerzitě Palackého obor Mediální studia se specializací na kulturní studia a ve své diplomové práci se věnuji subkultuře fanoušků vinylových desek z generace Z. Tento anonymní dotazník, jehož vyplnění Vám zabere zhruba 4 minuty, je určen respondentům, kteří se narodili mezi léty 1996 a 2010 a vlastní alespoň jednu vinylovou desku. Kontaktovat mne můžete na e-mailu anezka.gavendova@gmail.com. Srdečně děkuji za Váš čas!

Sekce 0 – věk respondenta

Vyberte váš rok narození (vyberte jednu z možností)

1996-1999

2000-2004

2005-2010

Sekce 1 – Základní data a postoje související s vinylovými deskami

Kolik vinylových desek vlastníte? (vyberte jednu z možností)

1-10

11-20

21-30

31-40

41-50

Více než 50

Nedokáži odhadnout

Jak často posloucháte vinylové desky? (vyberte jednu z možností)

Každý den

Dvakrát až šestkrát týdně

Jednou týdně

Alespoň jednou měsíčně

Nepřavidelně

Nevlastním zařízením k poslechu vinylových desek

Jiné (doplňte)

Kdy jste si naposledy koupili vinylovou desku? (vyberte jednu z možností)

Před méně než měsícem

Před více než měsícem

Před více než rokem

Nakupujete primárně (vyberte jednu z možností)

Nové desky

Bazarové desky

Kdy jste si naposledy koupili vinylovou desku? (vyberte jednu z možností)

Před méně než měsícem

Před více než měsícem

Před více než rokem

Jakými způsoby si pořizujete vinylové desky? (vyberte všechny vyhovující možnosti)

V malých specializovaných prodejnách

Ve specializovaných řetězcích

V prodejnách, které mají hudební nosiče jako doplňkový sortiment (například knihkupectví)

V hudebních online prodejnách

V online bazarech

Na vinylových burzách

Po známosti

Jiné (doplňte)

Jak jste se k této formě hudebního záznamu dostali? (vyberte jednu z možností)

Doporučení přátel, rodiny, známých

Internet

Jiné (doplňte)

Sekce 2 – Motivace k pořizování vinylových desek

Co vás vede ke koupi vinylových desek? (vyberte všechny vyhovující možnosti)

Kvalitnější zvuk

Mám rád/a rituál, který přehrávání předchází

Vinyl mne vede k aktivnějšímu, vědomějšímu poslechu v porovnání s ostatními médii

Chci podpořit oblíbeného interpreta

Považuji desku za artefakt, záleží mi na fyzické povaze nosiče, na bookletu, designu a obsažených informacích

Jde mi především o sběratelskou hodnotu, která může časem stoupat

Jiné (doplňte)

Jaké aspekty vinylu jsou podle vás negativní? (vyberte všechny vyhovující možnosti)

Vysoká cena

Poškoditelnost

Nepraktičnost

Neekologičnost

Nutná počáteční investice do aparatury

Není multifunkční

Imobilnost

Zdlouhavé úkony předcházející spuštění desky

Jiné (otevřená odpověď)

Žádná negativa neshledávám

Jakou hodnotu deskám připisujete? (vyberte jednu z možností)

Emoční

Materiální

Investiční

Jinou (doplňte)

Sekce 3 - Posluchačské návyky ve vztahu k vinylu

Hudbu z vinylové desky posloucháte především (vyberte jednu z možností)

Aktivně

Pasivně (jako kulisu při další činnosti)

Pokud si použijete desku, posloucháte: (vyberte jednu z možností)

Většinou celou desku

Jednu stranu

Pouze vybrané písně

V případě, že vámi zakoupená deska obsahuje QR kód ke stažení digitální verze daného alba ve vysoké kvalitě, využijete této možnosti? (vyberte jednu z možností)

Ano

Spíše ano

Spíše ne

Ne

5.1.1 Sekce 4 - Všeobecné posluchačské návyky

Jak primárně konzumujete hudbu? (vyberte jednu z možností)

Skrze streamovací platformy (Spotify, YouTube, Apple Music...)

Skrze analogové nosiče (vinylová deska, MC kazety a jiné)

Skrze digitální nosiče (CD)

Jinak (doplňte)

Jaká média (online i fyzická) pojednávající o hudbě konzumujete? (vyberte všechny vyhovující možnosti)

Full Moon

Spark

Rock & Pop

Hudební věda

Harmonie

Musicserver.cz

Headliner.cz

Zahraniční hudební online média (například Rolling Stone či pitchfork.com)

Hudební rubriky v nesespecializovaných médiích (například v týdeníku Respekt)

Jiné (uveďte konkrétně)

Nesleduji hudební média

Jakými způsoby objevujete novou hudbu? (vyberte všechny vyhovující možnosti)

Sociální sítě

Streamovací platformy

Časopisy

Televize

Rádio

Doporučení přátel, rodiny, známých

Doporučení prodavače/prodavačky ve specializovaném obchodě

Jiné (doplňte)

Neobjevuji novou hudbu

Jaký hudební žánr (případně dekádu) preferujete? (nepovinná)

Otevřená

5.1.2 Sekce 5 - Aspekt komunity

Je poslech vinylů určitou součástí Vaší osobnosti? (vyberte jednu z možností)

Ano

Spíše ano

Spíše ne

Ne

Máte ve svém okolí lidi, kteří také vlastní vinylové desky? (vyberte jednu z možností)

Ano

Ne

Sdílíte tento koníček nějakým specifickým způsobem? (vyberte všechny vyhovující možnosti)

Ano, půjčujeme si desky

Ano, scházíme se u poslechu vinylů

Ano, povídáme si o nově pořízených deskách

Ano, navštěvujeme společně vinylové burzy

Ano, jiným způsobem (doplňte)

Ne, nesdílíme

Jakým způsobem vyhledáváte lidi z této komunity? (vyberte jednu z možností)

Přes společné známé

Přes sociální sítě

Jiným způsobem (doplňte)

Nevyhledávám

5.1.3 Sekce 6 - Profil respondenta

Jste (vyberte jednu z možností)

Muž

Žena

Jiná (doplňte)

Zvolte Vaše nejvyšší dosažené vzdělání: (vyberte jednu z možností)

Základní škola

Odborné učiliště s výučním listem

Střední škola s maturitou

Vyšší odborná škola

Vysoká škola

Jiná (doplňte)

Máte hudební vzdělání? (vyberte nejvyšší dosažené)

Ano, jsem absolventem ZUŠ

Ano, jsem absolventem konzervatoře

Ano, jsem absolventem vysoké školy s hudebním zaměřením

Ano, mám hudební vzdělání jiného typu, než jsou výše uvedené

Ne, nemám hudební vzdělání

Jste

Student/ka
Zaměstnaný/á
Nezaměstnaný/á
Osoba samostatně výdělečně činná
Na rodičovské dovolené
Jiné (doplňte)

Zaujal Vás dotazník? Zanechte mi na sebe kontakt a můžeme se setkat osobně. Další části mého výzkumu jsou totiž hloubkové rozhovory.

Otevřená odpověď.

Příloha 2 – Scénář polostrukturovaných rozhovorů

Úvod

Tento scénář je součástí práce „Subkultura fanoušků vinylových desek v generaci Z“ a sloužil jako osnova pro vedení polostrukturovaných rozhovorů s respondenty. Jeho obsah vychází z tematických okruhů dotazníkového šetření, které bylo provedeno v březnu roku 2023. Cílem práce je představit základní charakteristiky subkultury sběratelů vinylových desek v generaci Z, a to skrze zodpovězení hlavních a dílčích výzkumných otázek, které mají následující znění:

- Hlavní výzkumná otázka: Jaké jsou základní charakteristiky vinylové subkultury formující se v generaci Z?

Dílčí výzkumné otázky:

- Jakou motivaci mají členové subkultury k pořizování vinylových desek?
- Jaké hodnoty vinylovým deskám připisují členové subkultury?
- Jaké jsou posluchačské návyky členů subkultury ve vztahu k vinylovým deskám?
- Jaké jsou posluchačské návyky členů této subkultury ve všeobecné rovině?
- Jak v této subkultuře figuruje aspekt komunity?

Sekce 1 – Základní data a postoje související s vinylovými deskami

Kolik vinylových desek vlastníte?

Jak často posloucháte vinylové desky?

Kdy jste si naposledy koupili vinylovou desku a jaká to byla?

Jak často si kujete vinylové desky?

Jakými způsoby si pořizujete vinylové desky?

Nakupujete primárně nové nebo bazarové desky? Máte v tomto směru určitou preferenci? Případně uveďte důvody.

Jak jste se k této formě hudebního záznamu dostali? Vzpomenete si na moment, kdy jste poprvé začali uvažovat o pořízení gramofonu a jaká byla Vaše motivace?

Jaká byla první deska, kterou jste si pořídili? Vzpomenete si na tento okamžik? Pokuste se ho popsat.

Sekce 2 – Motivace k pořizování vinylových desek

Co vás obecně vede ke koupi vinylových desek?

Co od vinylu očekáváte po zvukové stránce?

Jak vnímáte proces před spuštěním desky?

Je pro vás poslech vinylových desek určitou formou zpomalení?

Jak vnímáte obal desky? Je pro Vás důležitý?

Vnímáte nějaká negativa vinylových desek? Je něco, co Vám na nich nevyhovuje?

Jak vnímáte vyšší pořizovací cenu vinylu?

Co je pro vás u vinylů klíčové?

V čem se podle vás liší poslech hudby skrze streamovací platformu a skrze vinylovou desku?

Sekce 3 - Posluchačské návyky ve vztahu k vinylu

Pouštíte si desky při určitých příležitostech, při určitém naladění, nebo na těchto aspektech nezáleží?

Pokud si pouštíte desku, posloucháte ji celou?

Posloucháte ji aktivně, nebo pasivně? Proč? Případně popište, jak většinou poslech probíhá.

Je pro vás vinyl nejoblíbenější typ fyzického nosiče? Používáte i jiné analogové nosiče? Případně jaké a proč?

V případě, že vámi zakoupená deska obsahuje QR kód ke stažení digitální verze daného alba ve vysoké kvalitě, využijete této možnosti? Proč ano/ne?

Sekce 4 - Všeobecné posluchačské návyky

Jak primárně konzumujete hudbu?

Jaký vztah máte ke streamovacím platformám?

Pokuste se srovnat posluchačský zážitek při použití streamovací platformy a vinylové desky.

Jaká média (online i fyzická) pojednávající o hudbě konzumujete? Máte pocit, že vás nějak ovlivňují?

Jakými způsoby objevujete novou hudbu a proč upřednostňujete tuto cestu?

Sekce 5 - Aspekt komunity

Je poslech vinylů určitou součástí Vaší osobnosti? Pokud ano, jak se to projevuje?

Máte ve svém okolí lidi v podobném věku, kteří také vlastní vinylové desky?

Sdílíte tento koníček nějakým specifickým způsobem? Jak to případně probíhá?

Máte pocit, že jste součástí nějaké „vinylové komunity“?

Vyhledáváte lidi z této komunity?

Sekce 6 - Profil respondenta

Pohlaví, rok narození, nejvyšší dosažené vzdělání a případně hudební vzdělání, aktuální stav, velikost obývaného města

Příloha 3 – Výsledky dotazníkového šetření

Tato příloha je ve fyzické práci přiložena v kapse desek. V online verzi je přidána jako samostatný dokument.

Příloha 4 - Plné znění polostrukturovaných rozhovorů

Respondentka Jedna

Sekce 1

Kolik vinylových desek vlastníte?

Sama o sobě vlastním pouze dvě desky, ale jinak jich máme doma spoustu. Některé vlastním společně se sestrou. Část nám někdo daroval nebo jsme je zdědily z tátovy staré sbírky. Většinu desek v doma vlastní určitě táta.

Takže si desky pamatujete z dětství?

Jo jo, táta si je pouštěl už když jsem byla malá. Potom jsme sice měli hodně cedéček, to byla taky éra. Ale teď si táta pořídil zase gramofon a v deskách se znova vyžívá. My jsme se sestrou zdědily jeho starý gramofon.

Jak často posloucháte vinylové desky?

Dřív to bylo častější, teď už na to nemám tolik času, ale radost z jejich poslechu jsem určitě neztratila. Takže kdykoliv se naskytne příležitost k poslechu, jdu do toho. Ale teď to vychází tak jednou, možná dvakrát do měsíce.

Kdy jste si naposledy koupila vinylovou desku a jaká to byla?

Naposled jsem si koupila desku na koncertu Glena Hansarda před pár lety. Jmenuje se to Rhythm and Repose. Tu mám fakt ráda.

Jak často si kupujete vinylové desky?

Moc často ne, většinou si je půjčuju z tátovy sbírky nebo od kamarádů. A když už si nějakou koupím, tak v antikvariátu nebo v bazaru. Mám ráda to staré kouzlo, něco na tom je. Mám ráda, jak to voní, je z toho cítit, že už něco zažila. Prostě je to muzika s příběhem, takový artefakt.

Myslíte, že může v oblibě vinylů hrát nějakou roli velká dostupnost hudby zdarma?

Určitě si myslím, že ano. Lidi jsou přehlčení, neváží si muziky tolik jako dřív a ten vinyl nás si myslím tak nějak táhne zpátky k tomu, abychom to víc vnímali, víc se naladili na to poselství.

Jak jste se k této formě hudebního záznamu dostala?

Určitě mě k téhle myšlence přivedl můj táta a asi i kamarádi, se kterými jsem u poslechu gramofonových desek strávila opravdu moc krásných chvil a samozřejmě úžasných filozofických debat. Když si pouštíme vinyl, často se spolu o muzice bavíme, ale i něco popijem. Takové fajn večery. No a hrozně se mi teda líbilo jako malé to znění hudby z gramofonu, jak to šumělo, to nedokonalé se stalo pro mě něčím vlastně dokonalým. Prostě je ta hudba pro mě hodnotnější, i když není z vinylu dokonalá.

Jaká byla první deska, kterou jste si pořídila?

První jsem dostala od svého táty desku The Beatles a měla jsem z ní neskutečnou radost, hned jsem ji musela vzít ke své kamarádce a musely jsme si ji společně poslechnout na jejím gramofonu.

Sekce 2

Co Vás obecně vede ke koupi vinylových desek?

Svým způsobem to беру jako investici, nebo spíš podporu svých oblíbených umělců. I když si teda desky kupuju z bazaru. Ale zrovna třeba ten Glen Hansard, to byla deska pořízená přímo na koncertě. Taky mi jde samozřejmě o ten zvuk. Je to jiné než muzika z mobilu, úplně jiný zážitek.

Co od vinylu očekáváte po zvukové stránce?

Asi hlavně odlišný zvuk od toho, když poslouchám přes mobil. A desky obsahují některé bonusové verze skladeb, které normálně na internetu skoro nenajdete. Mám ráda i ten šum, jak už jsem říkala. Ta nedokonalost v dokonalém světě je už vlastně hrozně unikátní.

Jak vnímáte proces před spuštěním desky? Má pro Vás nějaký hlubší význam, nebo je to jen prostředek, jak se dostat k hudbě?

Jo, asi spíš jen prostředek, jak se dostat k hudbě. Jasně, je hezké si dát tu jehlu na desku, začne to křupat a tak. Ale pořád mi asi víc záleží na tom odlišném zvuku.

Je pro vás poslech vinylových desek určitou formou zpomalení?

To určitě ano, u poslechu se vždy příjemně uvolním a zrelaxuju. A můžu se zaměřit jenom na muziku, což je super.

Jak vnímáte obal desky? Je pro Vás důležitý?

Mám ráda hezké designy, takže ano, ráda ocením i kvalitní obal desky, lepší papír, artwork.

Vnímáte nějaká negativa vinylových desek? Je něco, co Vám na nich nevyhovuje?

Možná jen to, že si je nemůžete pustit kdekoliv a kdykoliv se vám zachce, jinak mi vyhovují.

Neodrazuje Vás vyšší pořizovací cena vinylu?

Neodrazuje. Beru to tak, že za kvalitu se platí a dá mi to něco, co muzika zdarma ze Spotify ne. A jak jsem už říkala, mám z toho i pocit, že za tu muziku platím, takže vlastně podporuju toho svého umělce. I když už třeba nežije a je to deska z druhé ruky, což vypadá, že nedává smysl. Ale já to беру tak, že dávám peníze do hudby obecně. Je vlastně divné, že za všechno se dneska platí, ale muzika je pro většinu lidí v podstatě zdarma.

Máte pocit, že Vás k poslechu vinylů vede určitá nostalgie?

Jsem požitkářka, takže jo. Kdykoliv poslouchám hudbu, tak mě k poslechu vede určitá nostalgie, ale to asi všeobecně, ne jenom u vinylů.

Co je pro Vás u vinylů klíčové? Můžete nějak popsat emoce, které Vám vinyl dává?

Je to určitě jiné než když poslouchám z mobilu. Ten zvuk je takový víc živý. Ale musím říct, že nejradši mám hudbu přímo na koncertech živě, když na mě působí nástroje a zpěv.

Co podle Vás činí vinyl hodnotnějším, raritnějším?

Vinyl má svou historickou hodnotu a pro mě zároveň i citovou hodnotu. Souvisí to s tím dětstvím. Na jedinečnosti mi až tak nezáleží.

Sekce 3

Pouštíte si desky při určitých příležitostech, při určitém naladění, nebo na těchto aspektech nezáleží?

Desky si pouštíme s tátou, když máme společnou chvíli u kafe během dne. Jinak většinou v nějaké větší společnosti přátel, rodiny...

Pokud si pouštíte desku, posloucháte ji celou?

Poslouchám ji celou, když tedy nastane příležitost a čas k poslechu.

Posloucháte ji aktivně, nebo pasivně?

Myslím, že ji poslouchám někdy aktivně a někdy pasivně. Občas u toho zvládám provádět určité domácí práce, rozhovory a jiné aktivity, ale ráda si k určitým deskám sednu a zaposlouchám se do jejího obsahu tak, až zapomenu vnímat okolí, záleží na mém naladění. Ale určitě musím říct, že je to prostě jiné, než když si pouštím muziku se Spotify. To mám většinou jako kulisu k jiné práci.

Je pro Vás vinyl nejoblíbenější typ fyzického nosiče?

Je to asi jediný typ analogového nosiče, který používám. Jinak většinu hudby poslouchám hlavně z telefonu přes sluchátka na Spotify.

V případě, že Vámi zakoupená deska obsahuje QR kód ke stažení digitální verze daného alba ve vysoké kvalitě, využijete této možnosti?

Popravdě si fakt kupuju v podstatě jenom bazarové desky, takže jsem to asi nikdy nevyužila. Ale vlastně mi to dává smysl. Gramofon u sebe přeci jenom nemůžu nosit neustále a mám ráda kvalitní zvuk.

Sekce 4

Jak primárně konzumujete hudbu?

Primárně přes Spotify či YouTube.

Jaký vztah máte ke streamovacím platformám?

Asi bych to popsala jako kladný vztah. Používám je ráda a hodně, je to pro mě hlavní cesta, jak poslouchám muziku.

Byla byste ochotná si třeba stahovat mp3 kvůli lepšímu zvuku?

Byla bych ochotná, mám ráda kvalitně znějící hudbu. Záleží mi na tom.

Můžete to rozvést?

Nemám ráda nekvalitní zvuk, protože mě to při poslechu ruší. A třeba když jsem měla jiné sluchátka, tak jsem potom po koupi nových zjistila, že jsem půlku nějakých skladeb neslyšela, některé nástroje byly třeba úplně zastřené a s novými sluchátky to získalo úplně nový rozměr. A tím myslím, že to není jenom o technice, ale i o kvalitě nahrávky. Ale s tím vinylem je to jiné. Tam to vyhledávám. Když je nekvalitní elektronický zvuk, tak to není nic příjemného. Ale u toho vinylu to vlastně očekávám a chci.

Jaká média pojednávající o hudbě konzumujete? Máte pocit, že vás nějak ovlivňují?

Žádná přímo hudební média nekonzumuji, většinou na nějaké informace o hudbě narazím přes Facebook a další internetové stránky.

Jakými způsoby objevujete novou hudbu a proč upřednostňujete tuto cestu?

Převážně přes Spotify a doporučené skladby.

Pokud chcete, zkuste popsat váš posluchačský profil – jaké žánry a kapely preferujete a proč.

Preferuji spíše rock, folk-rock, občas pop. Ráda zabrousím i do oblasti klasické hudby.

Sekce 5

Je poslech vinylů určitou součástí Vaší osobnosti? Pokud ano, jak se to projevuje?

Je to určitou částí mé osobnosti, zažila jsem u jejich poslechu spoustu krásných chvil a ty se podílely a je to prostě moje součást. Když potkám někoho nového, kdo má vinyly, vlastně hned vím, že si budeme rozumět. Není to úplně častá záliba, ale když už někoho takového potkám, většinou posloucháme i podobnou muziku.

Máte ve svém okolí lidi v podobném věku, kteří také vlastní vinylové desky?

Ano mám a ne málo. Vlastně musím říct, že táta mě sice k vinylu přivedl, ale zůstala jsem u něho i kvůli tomu, že ho kolem patnácti začalo poslouchat hodně mých přátel a my jsme to prostě sdíleli. Půjčovali jsme si desky, za kapesné jsme si kupovali nové a pořád to probírali. Bylo to takové bratrstvo.

Vyhledáváte lidi z této komunity?

Nevyhledávám, ale ráda je potkávám, většinou se to děje nějak náhodně.

Navštěvujete vinylové burzy?

Nenavštěvuji. Desky si kupuju většinou v bazarech a antikvariátech. Nejsem takový ten burzový „hrabač“.

Máte pocit, že lidé, kteří nejsou součástí této skupiny, nedokáží pochopit hodnotu určitých kusů vinylů?

Jo, to si myslím. Je to takové specifitější odvětví. Nebo asi generace mých rodičů se v tom dokáže pořád trochu zorientovat, ta generace to měla jinak. Ale v naší generaci už to není tak časté a když se o to člověk vůbec nezajímá, tak nemůže vědět, jaké vinyly jsou dražší. Já to zase vím od táty, který si nechává dovážet desky i z Japonska a tak různě, doma si je pere a stará se o ně, protože jsou fakt hodnotné. A to člověk zvenku asi úplně nepochopí.

Zkuste popsat svůj životní styl. Odráží se na něm poslech vinylu?

Jsem citlivá duše a ráda se zaposlouchám do textu písní a zároveň se vcítím do nálady interpreta při přednesu jeho skladby. Jsem hodně empatická a emotivní, mám ráda nostalgické chvílky. A to mi přesně vinyl umožňuje, vcítit se do muziky, slyšet v ní něco navíc.

Sekce 6

- Pohlaví žena
- rok narození: 1997
- nejvyšší dosažené vzdělání: konzervatoř a vyšší odborná škola, titul DiS. v oboru zpěv
- aktuální stav: zaměstnanec
- velikost města: do 50 000 obyvatel

Respondentka Dvě

Sekce 1

Kolik vinylových desek vlastníte?

Asi šedesát.

Jak často posloucháte vinylové desky?

Protože mám gramofon s deskami doma ve Zlíně a většinu času jsem v Brně, tak moc často ne. Nicméně ve dnech, kdy jsem doma, tak si přehraju tak dvě až tři desky denně. Když jsem bydlela doma ve Zlíně, tak jsem si je přehrávala denně.

Kdy jste si naposledy koupila vinylovou desku a jaká to byla?

Myslím, že tak 3 měsíce zpátky jsem si koupila desku od Erica Claptona.

Jak často si kujete vinylové desky?

Ročně mi přibude tak šest až dvanáct kousků.

Jakými způsoby si pořizujete vinylové desky?

Nejčastěji ze specializované prodejny nebo antikvariátu. Občas, když chci nějakou specifickou, tak i přes portál endisc.cz

Nakupujete primárně nové nebo bazarové desky?

Tak půl na půl asi. Kupuju si hlavně bazarové, ale často dostanu k Vánocům nebo narozeninám novou desku, takže těch nových mám skoro stejně jak těch bazarových z druhé ruky. Když si poslechnu, jestli je deska kvalitní a zkontroluju všechny škrábance, tak mi nedělá problém koupit si desku z bazaru. Naopak, častokrát jako studentka ocením nižší cenu.

Jak jste se k této formě hudebního záznamu dostala? Vzpomenete si na moment, kdy jste poprvé začala uvažovat o pořízení gramofonu a jaká byla Vaše motivace?

O gramofonu jsem začala uvažovat myslím tak ve čtrnácti nebo patnácti letech a pak jsem si ho myslím v patnácti za první vydělané peníze z brigády i koupila. Líbila se mi myšlenka vlastnit svoji oblíbenou hudbu, prohlížet si během poslechu vizuální stránku desky, přičichnout si k desce, když ji poprvé rozbálím.

Jaká byla první deska, kterou jste si pořídila?

První moje deska byla LXX od Vladimíra Mišíka. Pamatuju si, jak jsem si ji poprvé poslechla, začala hrát Cesta do dětství a já jsem pocítila nával štěstí.

Sekce 2

Co Vás obecně vede ke koupi vinylových desek?

Líbí se mi, že můžu hudbu vlastnit a taky se mi líbí tvořit si sbírku hudby, kterou můžu někomu ukázat. Prostě mám ráda hudbu ve fyzické podobě.

Co od vinylu očekáváte po zvukové stránce?

Hodně asi záleží na kvalitě reproduktorů a to bych řekla, že mám průměrné. Nicméně se mi na deskách líbí samozřejmě hodně to praskání.

Jak vnímáte proces před spuštěním desky?

Většinou mám rituál, že si přičichnu k desce, pak se podívám, kterou stranu si chci přehrát (podle písniček) a pak si ji prostě pustím a při poslechu se často dívám na design obalu. Beru to jako i určitou úlevu, únik z digitálního světa, na chvíli výdech.

Jak vnímáte obal desky? Je pro Vás důležitý?

Ano, velmi důležitý. Při poslechu si často design desky prohlížím, pročítám se doprovodnými příspěvky, dívám se na fotografie umělců, umělecké zpracování, často si zjišťuju díky obalu, co zrovna hraje. Je to možná stejně podstatná část desky, jako samotná deska.

Vnímáte nějaká negativa vinylových desek? Je něco, co Vám na nich nevyhovuje?

Oproti digitální podobě hudby je tady určitě negativum, že se deska časem opotřebí, může se poškrábat a působí na ni hodně prach.

Neodrazuje Vás vyšší pořizovací cena vinylu?

Beru to jako sběratelský koníček a taky ocenění umělců, kteří desku vydali.

Máte pocit, že Vás k poslechu vinylů vede určitá nostalgie?

Nevím, jestli se tomu dá říct nostalgie, když jsem pravou dobu vinylovou nezažila. Tíhnu ale ke starší kultuře obecně, starší filmy, starší knížky a poslechnout si Armstronga z desky mi přijde zkrátka jako nejvhodnější způsob.

Předá vám vinyl emoce, které jsou nesrovnatelné s jinými možnostmi přehrávání hudby? Jaké emoce to případně jsou?

Nebudu to srovnávat s živými koncerty, ale mám zkušenost s CD přehráváním a taky digitálním poslechem hudby, například přes Spotify. Vinyl, právě asi pro svou jedinečnou formu, krásný design, zvuk praskání, mě dokáže daleko snáze se zastavit a lépe se zaposlouchat do hudby. Věnuju albu větší pozornost, přináší mi to větší radost, když si poslechnu Beatles z desky, než když si to samé album poslechnu na Spotify.

Jak vnímáte materiální složku vinylu? Je to také jeden z důvodů, proč si kupujete desky?

Ano, určitě. Je to vlastně plno krásného obrazového materiálu často s komentářem ke vzniku desky nebo života autorů. Je to nedílná součást desky a určitě to funguje i jako přidaná hodnota oproti CD/digitálním nosičům.

Vnímáte i investiční potenciál vinylu? Je pro Vás důležitý?

Ani ne. Líbí se mi, že po mně jednou zůstane velká sbírka vinylů a budu moct někomu odkázat svoji oblíbenou hudbu. Investičně ale o deskách vůbec nesmýšlím.

V čem se podle vás liší poslech hudby skrze streamovací platformu a skrze vinylovou desku?

Deska vyžaduje více pozornosti, musíme ji například přinejmenším otočit a často nám to nedá a prohlédneme si alespoň krátce i její obal. Na Spotify si sice pustíme nějaké album, ale častokrát odsuneme přehrávací aplikaci do pozadí a řešíme jiné věci – hudba se tak stává kulisou, a to je škoda.

Sekce 3

Pouštíte si desky při určitých příležitostech, při určitém naladění, nebo na těchto aspektech nezáleží?

Pravidelně si pouštím desku, když si uklízím pokoj a pak taky si často pouštím hudbu, když se učím.

Pokud si pouštíte desku, posloucháte ji celou?

Ano, určitě ano. Beru to album jako komplexní hudební zážitek, který nám chce interpret dopřát. Častokrát je v posloupnosti písniček i nějaká logika, tak se tím snažím řídit.

Posloucháte ji aktivně, nebo pasivně?

Někdy mi opravdu gramofon slouží jako kulisa a doprovází mě při nějaké činnosti. Většinou si jsem ale přehrávané hudby vědoma, vědomě se zaměřuju na jednotlivé nástroje, melodie a užívám si jednotlivé skladby.

Je pro Vás vinyl nejoblíbenější typ fyzického nosiče?

Ano, je to můj oblíbený způsob přehrávání hudby z fyzického nosiče. Nicméně máme doma slušnou sbírku cédéček, ale není to to samé, nebaví mě to tolik.

V případě, že vámi zakoupená deska obsahuje QR kód ke stažení digitální verze daného alba ve vysoké kvalitě, využijete této možnosti?

Ne. Nejsem příliš digitální člověk a užívám si právě toho, že gramofon mi umožňuje odpoutat se od zdigitalizovaného současného světa.

Sekce 4

Jak primárně konzumujete hudbu?

Jelikož nemám u sebe gramofon příliš často, tak převážně je to právě Spotify, případně Youtube. Obdobně jsou to ale i živé koncerty, pravidelně například jednou týdně jazzový koncert.

Jaký vztah máte ke streamovacím platformám?

Mám je ráda, je tam spousta hudby, o které bych asi vůbec nevěděla, kdyby poslech hudby závisel na koupi desky. Také se mi líbí funkce, že mi to často doporučí příbuznou podobnou hudbu a já si tak rozšiřuju obzory.

Pokuste se srovnat posluchačský zážitek při použití streamovací platformy a vinylové desky.

Poslech z desky na mě působí řekla bych dlouhodoběji a přináší mi větší vlnu štěstí.

Jaká média pojednávající o hudbě konzumujete? Máte pocit, že Vás nějak ovlivňují?

Nekonzumuji žádná, dám na doporučení kamarádů převážně.

Jakými způsoby objevujete novou hudbu a proč upřednostňujete tuto cestu? – Jdu na koncert neznámého interpreta nebo se dávám do konverzace s lidmi, co se v hudbě vyznají a беру si od nich inspiraci. Skvělá je i funkce nabízení hudby podobného žánru na Spotify.

Pokud chcete, zkuste popsat váš posluchačský profil – jaké žánry a kapely preferujete a proč?

To by bylo asi na dlouho, ale co se týče žánrů, mám hodně ráda rock 70. let, folkrock, rock 60. let, českou folkovou scénu 80. let, jazz od začátku až po současnost, blues snad úplně ve všem, funk.

Sekce 5

Je poslech vinylů určitou součástí Vaší osobnosti? Pokud ano, jak se to projevuje?

Myslím, že když se člověk o někom dozví, že sbírá gramodesky, vytvoří si o tom člověku určitý obrázek, že je pro něj hudba hodně důležitá a rád do ní dává finance. Líbí se mi, že o mně takto může někdo smýšlet. Tento koníček velmi snadno dokazuje, že má člověk k hudbě hodně blízko.

Máte ve svém okolí lidi v podobném věku, kteří také vlastní vinylové desky?

Ano, pár kamarádů, vesměs muzikantů.

Sdílíte tento koníček nějakým specifickým způsobem? Jak to případně probíhá?

Ani ne.

Máte pocit, že jste součástí nějaké „vinylové komunity“? Je to pro vás důležité? Případně jak se tato komunita podle Vás odlišuje od jiných komunit?

Spíš nejsem, ale ráda bych byla.

Vyhledáváte lidi z této komunity?

Ani ne.

Navštěvujete vinylové burzy? Pokud ano, proč?

Ano, občas. Jsou tam často výrazněji levnější ceny a odborníci, co mi dokážou poradit.

Sekce 6

- pohlaví: žena
- rok narození: 2002
- nejvyšší dosažené vzdělání: gymnázium s maturitou
- hudební vzdělání: ne
- aktuální stav: studentka
- velikost města: do 100 000 obyvatel

Respondentka Tři

Sekce 1

Kolik vinylových desek vlastníte?

Přesně je spočítané nemám, ale řekla bych, že jich bude asi kolem dvaceti. Pokud bych měla počítat desky, co máme společně s přítelem, bylo by jich asi kolem sedmdesáti.

Jak často posloucháte vinylové desky?

Teď méně často, než tomu bylo dřív. Dokud jsem měla vlastní gramofon, poslouchala jsem je docela často, v dobách studia na vysoké i denně. Teď posloucháme třeba jednou za čtvrt roku, podle toho, jestli máme zrovna zapojený gramofon, nebo ne.

Kdy jste si naposledy koupila vinylovou desku a jaká to byla?

Asi Bert&Friends, album Supr, předloni v létě. Od doby, co nemám vlastní byt a ani vlastní gramofon totiž desky poslouchám o hodně míň, necítila jsem tedy potřebu nějaké kupovat. Ale už dlouho přemýšlím, že si koupím desku Tos posrals od Muchy. Jako dárek jsem naposledy kupovala soundtrack z Inside Llewin Davis, vloni na jaro.

Jak často si kujete vinylové desky?

Teď fakt málo, dřív jsem chodila i do antiků a na blešáky, typicky třeba v Olomouci na náměstí, když byly antikvariátní trhy, tam se daly sehnat fajn věci. V Praze jsem chodívala do Spálené.

Jakými způsoby si pořizujete vinylové desky?

Většinou objednávám desky z webových specializovaných e-shopů, občas z e-bay, podle toho, co potřebuju sehnat.

Nakupujete primárně nové nebo bazarové desky?

Dřív jsem kupovala spíš bazarové desky, kvůli ceně a taky pro pocit toho, že už ji přede mnou někdo používal. Teď, když si mám koupit desku, kupuju spíš novou. Mám ráda proces vybalování a začleňování do sbírky, je to takový rituál. V tomhle jsem trochu fajnovka a štve mě to, protože k deskám, které jsem si nechala, mám docela silnou citovou vazbu. Mínulý rok jsem docela dost desek prodala, protože jsem si řekla, že chci mít doma fakt jenom to, co mě formovalo, co mi pomáhalo, co pro mě má nějakou hodnotu. Prodala jsem třeba Coldplay nebo Billie Eilish. Hudba je to sice super, baví mě, ale nemá pro mě žádnou větší hodnotu, nic mě nenaučila. Zároveň mi docela záleží na jejich vzhledu, takže jsem byla schopná reklamovat jednu z desek jen kvůli tomu, že měla jeden rožek ohnutý z přepravy. Prošlo to.

Jak jste se k této formě hudebního záznamu dostala? Vzpomenete si na moment, kdy jste poprvé začali uvažovat o pořízení gramofonu a jaká byla Vaše motivace?

To si pamatuju dost přesně. Těsně před maturitou jsem se seznámila s klukem, který byl ztělesněním hipstera, kouřil dýmku, fotil na analog a měl gramofon a desky. Já jsem tehdy měla megahipstří období a přišlo mi to strašně cool, do téhle doby jsem poslouchala jen český a slovenský rap (au) a vůbec jsem o vinylech neuvažovala. Když jsem byla u něj na návštěvě, pouštěli jsme si nějakou desku a mně to přišlo vlastně hrozně fajn, přesně jako takový rituál, zároveň jako takové zpomalení v digitálním světě. Táta pak našel nějaký starý gramofon při vyklízení squatu, spolu jsme ho opravili, a to byl ten začátek, kdy jsem si koupila první vlastní desku.

Jaká byla první deska, kterou jste si pořídili? Vzpomenete si na tento okamžik?

První byla deska Karla Kryla – Bratříčku, zavírej vrátka. Koupila jsem si ji těsně po maturitě na výletě v Praze, v antiku ve Spálené, dala jsem za ni asi 500, tehdy mi to přišlo jako strašně moc. Měla jsem takové Krylovské období, teď se za to trochu stydím.

Sekce 2

Co Vás obecně vede ke koupi vinylových desek?

Teď si už kupuju jenom desky, co pro mě mají význam, co jsou pro mě nějak důležité. Dřív jsem se docela hnala za tím, abych jich měla co nejvíc, ale zjistila jsem, že mám doma desky, co mě vlastně vůbec nebaví, neposlouchám je a jen tak tam leží. Když si chci teď koupit desku, hodně to promýšlím, je pro mě důležitý faktor toho, že chci podpořit autora a zároveň mít fyzickou věc, která mě nějak formovala. Všechny desky, které v současné době mám, pro mě mají velkou hodnotu.

Co od vinylu očekáváte po zvukové stránce?

Super zvuk a zároveň charakteristické praskání.

Jak vnímáte proces před spuštěním desky? Má pro Vás nějaký hlubší význam, nebo je to jen prostředek, jak se dostat k hudbě?

Teď už ten hlubší význam nevnímám, dřív ale určitě jo. Teď už vinyly беру spíš jako médium, na kterém mám uložené moje vzpomínky skrz písničky.

Je pro vás poslech vinylových desek určitou formou zpomalení?

Ano.

Jak vnímáte obal desky?

Je pro Vás důležitý? Určitě. Říkala jsem o tom už v jedné z předchozích odpovědí. Mám ráda hezké grafické zpracování, ale беру to jako něco, co vyjadřuje autora. Důležitější je pro mě hodnota v textech, ale určitě mi moc záleží na tom, aby obaly nebyly poškozené.

Vnímáte nějaká negativa vinylových desek? Je něco, co Vám na nich nevyhovuje?

To, že jsou křehké, vždycky, když je přemísťuju, mám strach, že je poškodím.

Neodrazuje Vás vyšší pořizovací cena vinyly?

Ne, jak jsem už psala výše, snažím se kupovat jen desky, co pro mě mají hodnotu a nevdají mi zaplatit víc.

Máte pocit, že Vás k poslechu vinyly vede určitá nostalgie?

Asi jo, samotné procházení vinyly mi připomíná období na vysoké, které pro mě bylo vlastně docela zvláštní – v něčem hrozně super a v něčem strašně na nic, ale dost formující. Mám to období ráda, ale radši na to moc nevzpomínám.

Co je pro Vás u vinyly klíčové?

Dřív jsem si myslela, že mi předává nějaké specifické emoce, zážitky z hudby, které mi jiné přehrávání hudby nedá. Teď už to tak nevnímám, vlastně jsem to tak asi nevnímala nikdy. Dříve to pro mě byl prostředek k tomu, jak se odlišit, byla to nějaká součást mé identity. Teď se pohybuju v jiné bublině, ve které patří vinyly ke každodennímu životu a asi proto mi to nepřijde nijak výjimečné.

Jak vnímáte materiální složku vinyly? Je to také jeden z důvodů, proč si kupujete desky?

V současné době jsou pro mě desky něco jako materiální důkazy mých vzpomínek, tento aspekt je pro mě tedy důležitý. Každá deska pro mě má nějaký význam.

Vnímáte i investiční potenciál vinyly? Je pro vás důležitý?

Občas nad tím uvažuju, ale primárně to určitě neřeším.

V čem se podle vás liší poslech hudby skrze streamovací platformu a skrze vinylovou desku?

Možná je při poslechu vinylu nějak hmatatelnější zpřítomnění, ale přiznám se, že to nijak nerozlišuju.

Co činí vinyl hodnotnějším, raritnějším? Záleží Vám na jedinečnosti pořizovaného vinylu?

Občas mám chuť koupit si nějakou limitovanou edici, právě pro tu výjimečnost, ale většinou si nakonec tu desku nekoupím vůbec, nebo v obyčejné verzi. Nerada kupuju desky bez rozmyslu, přijde mi to jako hromadění harampádí a zbytečná útrata peněz.

Sekce 3

Pouštíte si desky při určitých příležitostech, při určitém naladění, nebo na těchto aspektech nezáleží?

Upřímně, dřív jo. Vinyly jsem pouštěla často návštěvám a nápadníkům během randění, to bylo v prváku na vysoké. Před covidem, kdy jsem měla trochu smutnější období, jsem poslouchala často jednu desku pořád dokola. Byla od zpěvačky St. Vincent, deska MassEducation. Měla jsem totiž pocit, že mi tahle hudba nějak zajišťovala bezpečí.

Pokud si pouštíte desku, posloucháte ji celou?

Většinou jo, asi protože je mi líto, že by ty ostatní songy nezazněly. I když jsem třeba na jednom LP, které jsem vyhrabala u babičky ve skříni, nějaká ABBA, měla jednu oblíbenou písničku, vždycky jsem nechala dojet aspoň tu stranu. Zároveň, když už se rozhodnu, že si pustím písničku z vinylu, nepříjde mi nějakým způsobem ok to, že bych poslouchala jen něco a šla desku předělat, aby hrálo něco dalšího.

Posloucháte ji aktivně, nebo pasivně?

Řekla bych, že asi spíš pasivně, většinou u toho dělám ještě další činnost - čtu si, uklízím, nebo pracuju. Dřív, na vysoké, jsem ale poslouchala i aktivně - dokázala jsem poslouchat a jen tak chillovat, užívat si hudbu a přeříkávat si text.

Je pro Vás vinyl nejoblíbenější typ fyzického nosiče?

Vinyly mám asi nejradši, přijdou mi ještě docela cool kazety, ale nemám ani přehrávač, ani žádnou kazetu. Víím ale, že docela dost umělců, co mám ráda občas umělá nějakou limitku na kazetě, vždycky si říkám, že to by bylo super mít to doma, ale asi mě to zatím nikdy nepálilo natolik, abych ji objednala. Vinyl je fajn, docela dobře se skladuje, líbí se mi i ta estetika.

V případě, že Vámi zakoupená deska obsahuje QR kód ke stažení digitální verze daného alba ve vysoké kvalitě, využijete této možnosti?

Zatím se mi nikdy nestalo, že bych této možnosti využila, všechny takové kartičky ale schovávám.

Sekce 4

Jak primárně konzumujete hudbu?

Elektronicky, Přes YouTube, Apple Music a bandcamp.

Jaký vztah máte ke streamovacím platformám?

Dřív jsme používala Spotify, baví mě rychlá přístupnost k čemukoliv. Teď používám Apple Music, vyhovuje mi možná o trochu víc. Hudbu poslouchám hlavně při cestování nebo při práci.

Předplácíte si nějaké streamovací služby?

Apple Music

Byla byste ochotná si třeba stahovat mp3 kvůli lepšímu zvuku?

Spíš ne, nerada si plevelím elektroniku soubory.

Pokuste se srovnat posluchačský zážitek při použití streamovací platformy a vinylové desky.

Jak jsem už říkala, moc to nerozlišuju, důležitější je pro mě obsah. Dokážu si navodit úplně stejné pocity v metru, když poslouchám umělce ze streamovací platformy cestou do práce, stejně tak doma, když si vinyl opravdu pustím.

Jaká média pojednávající o hudbě konzumujete? Máte pocit, že vás nějak ovlivňují?

Poslouchám Radio Wave, občas prolistuju FullMoon. Jinak mě ovlivňují média, se kterými pracuji, jsem PR asistentka, ale asi nijak zásadně.

Jakými způsoby objevujete novou hudbu a proč upřednostňujete tuto cestu?

Na streamovacích platformách, přijde mi to jako nejjednodušší způsob, většinou mi to doporučí podobné umělce, jako už poslouchám. Občas poslouchám i Startér na Radiu Wave, snažím se číst Fullmoon a nějaké další média. Jinak si nechávám hudbu často doporučovat od přítele nebo kamarádů.

Pokud chcete, zkuste popsat váš posluchačský profil – jaké žánry a kapely preferujete a proč.

Žánrově se asi nijak nevyhraňuju, mám ráda pop, indie rock, ale stejně tak i rap. Na vinylu mám umělce: Mucha, St. Vincent, Courtney Barnett, Rosalía, The Antlers, Nick Cave, Bert&Friends a další.

Sekce 5

Je poslech vinylů určitou součástí Vaší osobnosti? Pokud ano, jak se to projevuje?

Řekla bych, že teď už ne, nebo ne tolik, jako dřív. Na vysoké jsem si na tom dost zakládala, myslím, že to byla jedna ze základních věcí, kterou jsem o sobě sdělovala. Teď už to neřeším.

Máte ve svém okolí lidi v podobném věku, kteří také vlastní vinylové desky?

Ano, hodně mých přátel vlastní vinylové desky.

Sdílíte tento koníček nějakým specifickým způsobem? Jak to případně probíhá?

Ne.

Máte pocit, že jste součástí nějaké „vinylové komunity“? Je to pro vás důležité?

Případně jak se tato komunita podle Vás odlišuje od jiných komunit?

Ne a není to pro mě nijak důležité.

Vyhledáváte lidi z této komunity?

Ne.

Navštěvujete vinylové burzy? Pokud ano, proč?

Ne.

Máte pocit, že lidé, kteří nejsou součástí této skupiny, nedokáží pochopit hodnotu určitých kusů vinylů?

Ne.

Zkuste popsat svůj životní styl. Odráží se na něm poslech vinylu?

Momentálně žiju dost hekticky, pořád se vzpamatovávám z covidových let a chodím do práce na fulltime. Myslím si, že jakmile se víc zajedu, budu mít na sebe zase víc času a třeba se i vrátím k poslechu vinylových desek.

Sekce 6

- Pohlaví: žena
- rok narození: 1997
- nejvyšší dosažené vzdělání: vysokoškolské
- případně hudební vzdělání: dva roky hudebky a tři roky flétny na ZUŠ
- aktuální stav: OSVČ
- velikost města: nad 100 000 obyvatel

Respondent Čtyři

Sekce 1

Kolik vinylových desek vlastníte?

Zhruba osm kousků jsem si zakoupil sám, dalších cirká dvacet kusů jsem dostal darem.

Jak často posloucháte vinylové desky?

Nepravidelně v závislosti na pracovním i osobním životě. Obecně ale jedenkrát za měsíc.

Kdy jste si naposledy koupil vinylovou desku a jaká to byla?

Pokud si správně vzpomínám, naposledy jsem si zakoupil Animals od Pink Floyd, není to asi tak dávno.

Jak často si kujete vinylové desky?

Náhodně v závislosti na finanční situaci. V průměru ale cirká každý půlrok jednu. Nedávno jsem začal chodit do práce, takže teď to bude s penězi lepší a určitě si nějakou desku pořídím. Už mám udělaný seznam toho, co bych chtěl.

Jakými způsoby si pořizujete vinylové desky?

Dřív v kamenné prodejně Bontonland, ale tu nám zrušili. Teď hlavně v knihkupectví Luxor. U nás ve městě není zase taková nabídka, kam pro desky zajít. Ale samozřejmě je tu ještě i nějaký antikvariát. Ale já mám celkem rád nové desky, protože mám rád pocit, že mám kompletní kontrolu nad stavem přebalu desky. Taky si užívám proces jejího rozbalování a když se nad tím zamyslím, dost rád si ty obaly udržuju v dobrém stavu. Dbám na to a nemám rád, když mi na ně někdo sahá třeba špinavýma rukama. Prostě mi na tom záleží.

Jak jste se k této formě hudebního záznamu dostal?

Od svých tehdejších přátel jsem o existenci vinylových desek věděl, ale nikdy jsem nad jejich koupí nějak aktivně neuvažoval. Můj přístup se změnil ve chvíli, kdy dostal můj otec gramofon jako dárek. Tehdy našel i nějaké staré desky z jeho mládí a doteď ten gramofon sdílíme. A sdílíme teda i desky.

Jaká byla první deska, kterou jste si pořídil?

Bylo to Wish You Were Here od Pink Floyd. Tahle deska mě tehdy hodně provázela a doteď je jednou z mých nejoblíbenějších. Chtěl jsem si ji tehdy koupit už nějakou dobu a když jsem ji zahlédl na kamenné prodejně, věděl jsem, že si ji musím odnést s sebou.

Sekce 2

Co vás obecně vede ke koupi vinylových desek?

Baví mě jako předměty. Baví mě jejich vzhled, balení, případně přiložené plakáty. Obecně by se dalo říct, že si je ve většině případů kupuju pro jejich estetičnost. Vždycky si ale kupuju desku, kterou dobře znám. Koupě vinylu je vždy až poslední krok při objevování nové muziky. Už to opravdu musí být album, které znám od začátku do konce. A pak si vlastně tu oblibu už jenom posvětim koupí toho vinylu. Utvrdím se v tom, že je to album pro mě něčím speciální, když už ho mám na desce. Že je pro mě důležité od začátku do konce. Prostě si nekoupím vinyl jenom kvůli nějakému jednomu songu, který už mi za měsíc bude jedno.

Co od vinylu očekáváte po zvukové stránce?

Zvuková stránka pro mě není příliš důležitá. Paradoxně mám rád ve zvuku defekty, třeba praskání.

Je pro vás poslech vinylových desek určitou formou zpomalení?

Určitě, mám to hrozně rád. I když jak jsem říkal, poslouchám vinyl hlavně jako kulisu. Ale i tak mi to dává takový mimořádný klid. Prostě to není srovnatelné s hudbou, kterou si pustím třeba z počítače.

Jak vnímáte obal desky? Je pro Vás důležitý?

Velmi důležitý. Je to asi jedna z hlavních věcí, proč si vinylové desky pořizuju, kromě toho odlišného zvuku. Jasně, mohl bych si na Youtube pustit nějaký vinyl rip, ale to vůbec není o tom. Chci tu hudbu mít prostě fyzicky v ruce a asi nejde ani tolik o tu desku samotnou, ale spíš o to v čem je schovaná, že se k ní váže i nějaký vizuální zážitek právě ve formě toho obalu. A taky to není stejné jako se podívat na obal desky na fotce v počítači. Asi bych řekl, že je to prostě takový artefakt.

Vnímáte nějaká negativa vinylových desek? Je něco, co Vám na nich nevyhovuje?

Asi jejich cena, potom náchylnost na poškození a i gramofon je poměrně drahá věc, když si pořád můžete zvolit možnost hudby zdarma na internetu.

Můžete rozvést Váš negativní pohled na vysokou cenu desek?

Musím říct, že mě to prostě odrazuje. Koupě nové desky je vždycky svátek. Jelikož ale vinyl není primární prostředek, přes který hudbu konzumuju, není to takový problém.

Máte pocit, že Vás k poslechu vinylů vede určitá nostalgie?

Spíše ne, vnímám vinyl jako současný nosič. Jako dítě nultých let jsem desky doma už nevidal. Až do té doby, než si táta před pár lety opět pořídil gramofon.

Vnímáte i investiční potenciál vinylu?

Popravdě nevnímám, vůbec to tak neberu. Jak si kupuju nové desky, tak v tom moc ten potenciál ani nevidím, nejsou to nějaké první vydání nebo tak.

V čem se podle vás liší poslech hudby skrze streamovací platformu a skrze vinylovou desku?

K poslechu z vinylové desky se člověk musí dostat. Musí si desku koupit, připravit vybavení. Vede k ní složitější proces, než k přehrávání ze Spotify, kde má člověk hudbu na pár kliků. Poslech z vinylu je rozhodně speciálnější. Je to svátek.

Sekce 3

Pouštíte si desky při určitých příležitostech, při určitém naladění, nebo na těchto aspektech nezáleží?

Určitě záleží. Vinylové desky si nejčastěji přehrávám při setkání s přáteli, sám si je pustím jen řekl bych zhruba ve třetině případů.

Pokud si pouštíte desku, posloucháte ji celou?

Většinou desku poslouchám celou. Ve většině případů slouží totiž jen jako kulisa třeba ke konverzaci či jiné činnosti, která vyžaduje soustředění.

Je pro Vás vinyl nejoblíbenější typ fyzického nosiče?

Je, protože jiné analogové nosiče nepoužívám. Hlavně kvůli absenci vybavení pro jejich přehrání a asi mě to k jiným nosičům nikdy moc netáhlo. Vinyl je vinyl a stačí mi pro to, co potřebuju.

A co to přesně je?

Já od vinylu čekám asi jiný zážitek, než z repráků napojených na Spotify. Mám rád jak to lupe, skřípe. A že si teda před tím můžu sáhnout na ten hezký obal, vyndat to a pustit si to. Můžu to všechno udělat sám, neudělá to za mně nějaký mechanismus v telefonu nebo počítači. Je to takové reálnější.

V případě, že vámi zakoupená deska obsahuje QR kód ke stažení digitální verze daného alba ve vysoké kvalitě, využijete této možnosti?

Ne. Digitální verzi jsem si stáhl jenom jednou, když jsem chtěl zjistit, jak celý proces funguje. Vyšší kvalita hudby pro mě není popravdě tolik důležitá, abych této možnosti pravidelně využíval.

Sekce 4

Jak primárně konzumujete hudbu?

Přes Spotify.

Jaký vztah máte ke streamovacím platformám?

Kladný. Koncový uživatel má k hudbě rozhodně jednodušší přístup. Otázkou zůstává, jak se platforma chová k umělcům a jestli se k nim dostanou nějaké odpovídající peníze. Nad tím jsem se zamýšlel, protože bych chtěl, aby peníze, které za vinyl utratím šly umělci a vlastně je to jeden z důvodů, proč si vinyl koupím. Chci podpořit někoho, kdo mě zásobuje hudbou, připadá mi to logické.

Předplácíte si nějaké streamovací služby?

Ano, ale žádnou ke konzumaci hudby.

Byli byste ochotní si třeba stahovat mp3 kvůli lepšímu zvuku?

Ne. Kvalita zvuku pro mě nemá takový význam.

Pokuste se srovnat posluchačský zážitek při použití streamovací platformy a vinylové desky.

Jak jsem už řekl předtím, poslouchat hudbu z desky je svátek. Člověk si na sebe udělá čas, dá si něco dobrého k pití, popovídá si s přáteli. Přehrávání hudby ze Spotify je jen bežná součást každého dne.

Jaká média pojednávající o hudbě konzumujete?

Sleduji pouze magazín Report, primárně kvůli zajímavostem.

Jakými způsoby objevujete novou hudbu a proč upřednostňujete tuto cestu?

Discover weekly od Spotify, případně doporučení přátel. Discover weekly je fajn v tom, že Vám výběr ušije na míru. Nemusí se Vám líbit vše, ale už Vám hudbu předtřídí. A cítím, že jsem ovlivněný třeba i TikTokem. Tam to ale nevnímám tak, že bych díky tomu objevil třeba celého interpreta, většinou jsou to jenom jednotlivé písničky.

Pokud chcete, zkuste popsat Váš posluchačský profil – jaké žánry a kapely preferujete a proč.

Rock, psychedelic rock, blues rock. Případně alternative rock nebo indie. Asi jsem tyto žánry slýchal doma. Ať už od táty, tak od starších bratrů.

Sekce 5

Máte ve svém okolí lidi v podobném věku, kteří také vlastní vinylové desky?

Většinou o pár let starších, ale ano, mám.

Sdílette tento koníček nějakým specifickým způsobem?

Asi ano. Když se sejdeme, tak skoro nikdy nepouštíme hudbu z mobilu nebo počítače, vždycky z desek. Je vtipné pozorovat, jak se pak stojí fronta na to, kdo pustí další desku. A vždycky si ji dáme celou. Někdy si povídám s přáteli o tom, co si koupili nového a kde. K některým kupům se vážou zajímavé historky.

Vyhledáváte lidi z této komunity?

Asi nemůžu říct, že je vyhledávám. Mám pocit, že mi celkem stačí i lidi, které kolem sebe mám a zajímají se o vinyly. Zároveň sem tam někoho takového potkám, ale neděje se to moc často. Ale řekl bych, že bych člověka co poslouchá vinyly poznal i podle vzhledu. Někdy to tak je. Zvláště na burzách se většinou v té naší generaci projevuje takový vzorec, jsou to často takoví hipstři smíchaní s rockerama. Ale jasně, že se to nedá vztahovat úplně na všechny.

Navštěvujete vinylové burzy?

Na pár jsem byl, ale tím, že si radši pořizuji primárně nové a nerozbalené desky to není úplně moje území. Ale desky mám rád, takže se sem tam na nějakou burzu dostanu.

Sekce 6

- pohlaví: muž
- rok narození: 2002
- nejvyšší dosažené vzdělání: střední s maturitou
- aktuální stav: zaměstnaný
- velikost města, které obýváte: město do 100 000

Respondent Pět

Sekce 1

Kolik vinylových desek vlastníte?

V pohyblivé sbírce mám kolem dvou a půl tisíc kusů desek, v té stálé asi 40.

Jak často posloucháte vinylové desky?

Řekl bych, že tak dvakrát až čtyřikrát týdně, ale jinak přes streamovací platformy alespoň jednou denně.

Kdy jste si naposledy koupil vinylovou desku a jaká to byla?

Do té stálé spíše výjimečně, ale do té pohyblivé často, jenom za duben to bude tak sto desek. V květnu se chystám pořídit okolo čtyř set. Teď jsem si pořídil Best of Garáž. Tahle deska má jinou velikost obalu než ty ostatní, je prodloužená. A má rozhovorovou přílohu.

Jak často si kujete vinylové desky?

Hodně často, i několikrát týdně.

Jakými způsoby si pořizujete vinylové desky?

Hlavně přes internetové bazary a na vinylových burzách.

Nakupujete primárně nové nebo bazarové desky? Máte v tomto směru určitou preferenci? Případně uveďte důvody.

Určitě preferuju bazarové desky. Do pohyblivé části sbírky беру jen bazarové. Nejvíc mě na těch deskách láká historická hodnota, což se v nových edicích ztrácí. Nové desky jsou mi nesympatické od podstaty, nevoní mi, nelíbí se mi ten křídový papír, nelíbí se mi 180 gramové desky, na které se lisují ty mělké drážky. Na těch původních edicích je vzrušující třeba to, že v sedmdesátých letech byla v USA vinylová krize a se dají úplně šíleně ohnout, skoro do ruličky. A samozřejmě ten analogový zvuk. Ty nové edice se dělají v digitálním záznamu. Staré desky mi prostě voní, mají už nějakou historii. Preferuju, když mají něco za sebou a mají příběh. Hodně mi záleží taky na tom, abych měl první vydání.

V případě, že vámi zakoupená deska obsahuje QR kód ke stažení digitální verze daného alba ve vysoké kvalitě, využijete této možnosti?

Téměř nikdy. Na zvuku a jeho kvalitě mi popravdě totiž moc nezáleží, stačí mi to na streamovacích platformách.

Je pro vás vinyl nejoblíbenější typ fyzického nosiče? Používáte i jiné analogové nosiče? Případně jaké a proč?

Používám jenom vinyl, vlastně mě kazety až trochu odpuzují a vyhýbám se jim. A třeba takový kotoučák jsem v ruce nikdy neměl.

Myslíte, že může v oblíbě vinylů hrát nějakou roli velká dostupnost hudby zdarma?

Určitě si myslím, že to na to má vliv.

Jak jste se k této formě hudebního záznamu dostal?

Před třinácti lety jsme se přistěhovali na Slovensko a táta sháněl práci. Náš rodinný kamarád Zdeněk hledal, v čem bude podnikat. Pak si všiml, že se dají v Čechách dobře prodávat desky ze zahraničí a svezl se na té vlně, kdy se vinyly začaly postupně vracet. Byl šílený hlad po bigbitu a po hudbě jejich mládí. Když se to Zdeňkovi začalo rozjíždět, přidal se k němu otec a rozšířili franšizu na Slovensko. Postupně se otec stal samostatnou jednotkou. Za peníze co utržil si koupil další desky a prodával tak mnoho let. Když jsme pak bydleli v Praze, přizval k tomu mně s bratrem a tak jsem tomu propadl. Našetřil jsem si první peníze a koupil jsem si od pana Zdeňka první desky, které jsem si pak sám, bez pomoci otce nebo pana Zdeňka, prodal. To mně motivovalo, takže co jsem vydělal, zase jsem vložil do desek pana od pana Zdeňka a postupně jsem na tom začal dost vydělávat. Ukázalo se, že ten nákup je moje doména. Pak

jsem se stal v otcově byznysu nákupčím, postupně se i ukázalo, že to dokážu naceňovat líp, vysazovat na internet líp a rychleji, až tátovi nezbyl žádný úkol a ten obchod přešel na mně.

Jaká byla první deska, kterou jste si pořídili? Vzpomenete si na tento okamžik?

Pan Zdeněk, když převážel desky, tak u nás chvíli pobýval a já jsem se v těch deskách hrabal. To mi bylo tak deset, jedenáct let a byl jsem strašně nadšený, že vidím na vinylu ty interprety, které jsem znal z dětství. Muzika kolem mě byla od dětství, co si pamatuju. Objevil jsem tam Zeď od Pink Floydů a byl jsem z toho tak hotový, že mi tu desku dal k narozeninám.

Sekce 2

Co vás obecně vede ke koupi vinylových desek?

Kromě toho fyzického obalu je to asi ten aktivní poslech. Člověk se osvobodí od toho všedního šumu, co se udělal z hudby a zase ji bere jako něco, co museli vytvořit umělci a chtěli něco sdělit. Součástí toho aktivního poslechu je i to, že chce člověk tu hudbu vlastnit, sáhnout si na ni a zároveň chci i ten rituál. A někdy i podpořit daného umělce.

Co od vinylu očekáváte po zvukové stránce?

Pro mě je to důležité asi hlavně po té obchodní stránce. Protože ty nové a pirátské edice mají ten zvuk méně kvalitní a ví se to. Ten analogový zvuk prostě hraje prim, je to živý zvuk, je přirozený a nedostižitelný. A paradoxně ne všechno, co je dokonalejší není lepší. Ale pořád mi nejvíc záleží na tom sdělení víc, než na zvuku.

Jak vnímáte proces před spuštěním desky? Má pro Vás nějaký hlubší význam, nebo je to jen prostředek, jak se dostat k hudbě?

Mám ten rituál rád. Mám rád popraskání prvních drážek, než to najdete. Ale asi to není něco, na co bych se těšil nejvíc. Pořád je pro mě nejdůležitější to hudební sdělení. Zároveň mně ale hodně zajímají ty obaly, sleeveoty, výtvarníci obalů, to je pro mě hodně podstatné.

Jak vnímáte obal desky?

Když to srovnám třeba s CD, tak je to něco úplně jiného, vinyl hrozně vede. Nejen ta velikost, je to ohromující. Můžete i použít kapsu, efektivní booklet s fotografiemi, s texty. Mám to moc rád.

Vnímáte nějaká negativa vinylových desek? Je něco, co Vám na nich nevyhovuje?

Jsou samozřejmě těžké, zabírají místo a teda jsou hodně náchylné k poškození. A jednoho dne každá deska dohraje, protože bude vyhraná. Myslím si, že třeba tisíckrát desku zahrát ani nejde. Má prostě omezenou životnost.

Neodrazuje Vás vyšší pořizovací cena vinylu?

Ne, je mi v podstatě jedno, kolik vinyl stojí. Jde mi hlavně o raritnost. A když to vezmu v kontextu s tou životností, ani tak mi ta dražší cena nevadí. Vlastně naopak. Někdy mně štve, když je deska podceněná. Když třeba srovnám Bratříčku, zavírej vrátka, která stojí tak 1 700 Kč, s deskou Dana Landy, tak ta se může prodávat za třeba 5 000 Kč. To já považuju za absolutní nespravedlnost. Ale třeba Plaváček od Kryla se draží za 80 000 Kč.

Ale ta životnost je na tom náročná. Ale člověka to vede k tomu, že si váží nejen toho rituálu, ale že i zvažuje, kdy si to pustí. Vlastně všechno má svoji životnost a je přirozené, že i hudba má v tomhle životnost. Je to takový přirozený koloběh. A desky měly být vlastně mrtvé médium. Ale teď ho ožívujeme. Je to hrozně zajímavý fenomén.

Je pro Vás poslech vinylových desek určitou formou zpomalení?

Rozhodně. Můžu se na hudbu víc soustředit, není to stejné jako u streamování.

Co je pro Vás u vinyků klíčové?

Ne nejvíc, ale rozhodně tam figuruje ten obal. Vlastně vůči němu mám daleko silnější emoce, než vůči samotné vinylové desce. Ale když má vinyl třeba jinou barvu nebo je potištěný, to mi zvedne puls, to mám rád. Zvlášť když jsou to nějaké původní vydání. Ale ten obal někdy ovlivní i to, jestli si tu desku koupím, nebo ne. Někdy jsou ty covery úplně úžasné, někdy jsou bizarní. Ale je to hrozně důležitá část desek a myslím, že mají fakt vliv i na prodejnost toho alba. To rozevření toho obalu, kdy člověk vidí ty fotky, když to má třeba přílohu, to je krásné.

Samozřejmě mi záleží i na té investiční složce, ale o tom už jsem vlastně mluvil předtím. Některé věci jsou prostě původní, první vydání je jenom jedno a to se nedá zopakovat. Mám rád, když to i dneska dělají ti výrobci poctivě, dělají omezené edice a nesekají to jak Baťa cvičky. A kdybych teď vyhrál milion vím, že ho zase dám do desek. Je to hrozně jistá finanční investice. Mám třeba i první vydání Nirvany, to je pro mě dost jistá investice.

Sekce 3

Pouštíte si desky při určitých příležitostech, při určitém naladění, nebo na těchto aspektech nezáleží?

Hodně je poslouchám kvůli práci a při práci. Třeba naceňuju desky a k tomu poslouchám desky. Ale když sáhnu do té stálé sbírky, tak je to nějaká speciální příležitost.

Pokud si pouštíte desku, posloucháte ji celou?

Téměř vždycky si pouštím desku celou, áčko i béčko. Protože tu celkovou desku, ten koncept, považuju za celek, který by se neměl naborávat. A to mi i hodně říkají lidi, kteří desky poslouchají, že je to pro ně hodně silný aspekt vinyků.

V rámci mojí práce ale často poslouchám i interprety a desky, které neznám a tak hudbu taky objevuju. A druhou stranu si neposlechnu jenom v případě, že mě ta první strana nebavila.

Posloucháte ji aktivně, nebo pasivně? Proč? Případně popište, jak většinou poslech probíhá.

Poslouchám hlavně aktivně, vlastně to pasivně ani nedokážu. Vinyl mě celkově vede k aktivnímu, vědomému poslechu muziky. Daná skladba dává v kontextu alba daleko větší smysl, víc jí rozumím. Navíc mám opravdu hodně rád konceptuální alba, u kterých je zásadní si pustit album celé. To vinyl umožňuje. Mám to rád. A zároveň si myslím, že album je dneska hrozně nedoceněný koncept. Paradoxně to frčelo jenom krátce, to se vyčlenilo tak na konci šedesátých let a přestal být populární na začátku devadesátek a vlastně v mainstreamové hudbě byl ještě kratší dobu. A ta dnešní streamovací kultura to ještě podporuje. Myslím, že na Spotify fungují platby umělci tak, že mu pošlou finance jenom v případě, že si člověk poslechne více než čtyři vteřiny písničky. Což neumožňuje třeba nějakou pomalejší předehru, protože toho člověka musíte zaujmout v prvních čtyřech vteřinách. To znamená, že se celý ten hudební průmysl převrátil naruby. A já bych byl moc rád, kdybychom se k tomu čtyřicetiminutovému albu postupně vrátili. A zrovna to je myslím i hrozně ideální časové rozpětí, protože člověk dokáže udržet pozornost a zároveň ho to ještě nenudí. Zároveň si myslím, že znalost celkového alba dokáže krásně přinést kontext k písni, kterou znáte jen samostatně, vytrženou z celku. Vlastně si myslím, že tento nosič ovlivňuje nejen to co posloucháme, ale i celkově jak posloucháme. Ten hudební celek je pro mě hrozně podstatný, stejně jako ten umělecký zážitek.

Sekce 4

Jak primárně konzumujete hudbu?

Určitě skrze streamovací platformy. Jsem dost v běhu, takže nemůžu pořád poslouchat z vinylu, byť bych třeba chtěl.

Jaký vztah máte ke streamovacím platformám?

Mám to rád, nevyhraňuju se vůči tomu. Dává nám to možnost se ponořit úplně do historie hudby, v podstatě si tam můžeme najít téměř jakékoliv album, které kdy bylo nahráno. A člověk má obrovské možnosti a objevovat skoro donekonečna. Streamovací platformy mi nabízí možnosti, které vinyl ne – třeba si dělat playlisty. Jasně že ten požitek je dost jiný, ale mám rád obojí. Je ale šílené, že tento byznys na chvíli skoro zabil prodej nosičů. A myslím, že to pro umělce není tak výhodné jako pro posluchače.

Předplácíte si nějaké streamovací služby?

Spotify.

Byl byste ochotní si stahovat mp3 kvůli lepšímu zvuku?

Spíše ne. Ale když je nahrávka tak nekvalitní, že mě to ruší, stáhnou si ji.

Pokuste se srovnat posluchačský zážitek při použití streamovací platformy a vinylové desky.

Je to pro mě takový rituál. Ale jak jsem už říkal, na zvuku mi tolik nezáleží. Mám hrozně rád obaly, desky jsou pro mě takový artefakt. Mám rád tu vůni, kvalitní papír, je to skoro takové umělecké dílo.

Jaká média pojednávající o hudbě konzumujete? Máte pocit, že vás nějak ovlivňují?

Dřív jsem četl Rock & Pop, ale po výměně redakce jsem od něho upustil.

Jakými způsoby objevujete novou hudbu a proč upřednostňujete tuto cestu?

Když poslouchám desky, které jsem našel. Často poslouchám něco, co vůbec neznám a objevuju tak novou hudbu. Ale někdy objevuju i přes bráchu, ten je na hudbu taková houba a často mi něco předává.

Sekce 5

Zmínil jste, že často chodíte na vinylové burzy. Setkáváte se tam se skupinou posluchačů z generace Z? Máte pocit, že se tato skupina nějak specificky projevuje?

Mám pocit, že komunita je dost primární věc pro tuto generaci pohybující se v oblasti vinylů. Já jsem se k vinylu dostal jinak než přes poslech, pro mě je to spíš taková pracovní záležitost, ale hodně mě zajímá ta komunita mladých lidí, co desky poslouchají. Musím říct, že se na burzách s lidmi generace Z setkávám čím dál víc. Když jsem začínal, což bylo před covidem, tak v roce 2019, tak chodil téměř výhradně lidé ve věku mých rodičů a teď se to až téměř prohazuje. Což může být i tím, že já se snažím mít desky pro tuhle věkovou kategorii. To je dané samozřejmě i tím, že jsem sám součástí generace Z.

Mám pocit, že tenhle obor hrozně proměnil covid, protože nejdřív byl hrozný nárůst zájmu o vinyly, protože jak lidé seděli doma, nakoupili si desky a poslouchali je. A byli to i lidé, kteří dřív gramofony neměli a třeba ani neměli zapálení pro hudbu. Potom, co se to všechno začalo otevírat a vracet do normálu začali na burzy chodit úplně jiní lidé. Mělo to na to opravdu zásadní vliv.

Zmiňoval jste fanoušky vinylů, kteří si kupují desky, ale nemají gramofon. Jaký na to máte pohled?

Je to podle mě skvělá cesta a silně to chápu, protože považuju ten nosič za ohromující a myslím si, že je to i výborná finanční investice.

Máte pocit, že posluchači z generace Z mají tendenci svou zálibu ve vinylu sdílet?

Já to tak určitě cítím, chci to sdílet a mám pocit, že nás vždycky hodně s lidmi sblíží, když se o vinylech bavíme. V Česku to ale provází taková ta naše klasická opatrnost se bavit s někým cizím. Někdy je tam cítit, že ta panika je trochu silnější, než touha sdílet. Někdy řeknu zákazníkovi „Jé, to jste si vybral skvělou desku, ta je moje oblíbená“ a jde vidět, že se dost ostýchají.

Jak sdílíte tento koníček Vy sám?

Hodně ho sdílím s bratrem. I když je mladší, pomáhal otci s prodejem desek dřív než já a on do toho zasvěcoval mně. Je technicky zdatnější než já a rozhodně než otec, takže on byl ten, který přicházel na ty lepší techniky efektivnějšího naceňování a podobně. Zároveň je aktivní muzikant, je hodně hudebně zvědavý, pořád něco objevuje a je hodně hudebně vyhraněný a často se s muzikou i muzikanty setkává. Tím, že nás od sebe nedělí ani dva roky, máme dost podobné myšlení. Někdy za mnou přijde a řekne mi, že má něco zvuk našeho dětství a já přesně vím, co tím myslí. Někdy řekne, že tenhle interval je od týchletý kapely a já vím, co tím myslí. Sblízuje je nás řekl bych takové nerdství v hudbě. Bavíme se spolu o hudbě, o nových deskách, posloucháme je spolu, chodíme spolu na burzy. Zároveň to sdílím i s lidmi na burzách, ale to bývá spíš jednorázové.

Když už se s někým bavím o těch vydavatelstvích, nosičích a prostě vinylových dobrodružstvích, tak je to i starší sestra, která je sice narozená v osmdesátých letech, ale viděla všechny hudební dokumenty, co existují. Vždycky mi řekne hrozně moc zajímavostí. Ale ta hudba nás spojuje řekl bych rodinu úplně celou.

Můžete popsat, jaké žánry, případně dekády si generace Z kupuje primárně?

Je to určitě hlavně stará muzika, v mých kruzích určitě. V téhle komunitě je to tak jeden člověk z padesáti, který přijde a chce nějaké současného interpreta, třeba elpíčko Adele nebo nějakou vyloženou rádiovku. Zdá se mi, že jdou hlavně po těch starších písničkách, protože teď frčí retro. Ptají se po věcech, co se objevují v Netflix sériích, v oldies playlistech na Spotify, po takových klasikách. Jsou třeba i takové skupiny interpretů, které vím, že když je budu mít, tak je prodám. Když mám průřez písničkama a mám tam třeba Dont Worry, Be Happy nebo třeba White Rabbit od Jefferson Airplane, že to ti lidi budou chtít.

Máte pocit, že jste součástí nějaké „vinylové komunity“? Je to pro vás důležité? Případně jak se tato komunita podle Vás odlišuje od jiných komunit?

Určitě mám a je to pro mě důležité. Dokonce mě někdy překvapí, když v ní trávím hodně času, že existují i jiní lidé a jsou hodně odlišní. S těmahle lidma si o té hudbě povídám, bavím se s nimi o tom rituálu toho poslechu, jestli si rádi sednou a pustí si to, nebo si to pouští k práci

a podobně. A pak přijdu do jiného společenství a ti lidi mi řeknou „Já neposlouchám nic“. To mě najednou vrátí do té reality, že jsou na světě lidi, pro které ta hudba v životě nic neznamená. Takže ano, ta komunita je výjimečná.

Vyhledáváte lidi z této komunity?

Sice cítím potřebu je hledat a nějak to sdílet, ale popravdě jsem na tohle dost náročný, takže mi takoví přátelé úplně nevydrželi. Ale hodně sdílím hudbu se svým bratrem. Bydlíme spolu, hodně se o hudbě bavíme, chodíme společně na burzy, povídáme si o deskách. Je to do jisté míry můj vzor.

Navštěvujete vinylové burzy? Pokud ano, proč?

Ano, hledám tam desky, které budu přeprodat a já sám tam figuruji jako prodejce. Vlastně je to pro mě hrozně důležitý aspekt vinylu. Možná i nejdůležitější. Ten proces hledání desky. Hodně hledám raritní desky, první vydání. Je to pro mě důležité.

Máte pocit, že lidé, kteří nejsou součástí této skupiny, nedokáží pochopit hodnotu určitých kusů vinylů?

Myslím si, že to není zas tak složité pole a asi bych to dokázal člověku vysvětlit třeba za deset minut.

Je ještě něco, co Vám připadá na vinylu důležité? Zde máte možnost se volně vyjádřit.

Rád bych ještě řekl, že pozoruju na burzách rozdíly mezi generacemi. Připadá mi, že generace mileniálů se tomu nějak vyhnula. Nejsilnější skupiny jsou generace X a Z. Generace X si kupuje věci, které poslouchali jako mladí a vrací se tak do té doby. Zajímavé ale je, že tahle generace už je vlastně dost dobře zásobená a spousta těch desek už mají. Na ně ale pořád cílí většina mých kolegů prodejců. Ti jsou taky ve věku mých rodičů a vlastně na burzách nepotkávám z prodejců asi nikoho mého věku. Ale zase dokážu být blíž té své generaci, té mé cílovce a dokážu jim nabídnout to, co chtějí. Spousta z nich třeba zrovna sbírky zakládá, nebo si gramofon pořizovat teprve budou.

Sekce 6

Uveďte

- Pohlaví: muž
- rok narození: 2001
- nejvyšší dosažené vzdělání: střední škola s maturitou
- případně hudební vzdělání: žádné institucionální, samouk na hudební nástroje

- aktuální stav: OSVČ
- velikost města: do 50 000

Respondent Šest

Sekce 1

Kolik vinylových desek vlastníte?

Přibližně třicet.

Jak často posloucháte vinylové desky?

Párkrát do měsíce, asi ani ne každý týden.

Kdy jste si naposledy koupili vinylovou desku a jaká to byla?

V prosinci 2022, byla to deska Jon&Vangelis.

Jak často si kujete vinylové desky?

Řekl bych, že tak dvakrát do roka.

Jakými způsoby si pořizujete vinylové desky?

Nakupuji je v antikvariátech.

Nakupujete primárně nové nebo bazarové desky? Máte v tomto směru určitou preferenci?

Určitě bazar. Důvodem je, že většinou vyhledávám starší muziku.

Myslíte, že může v oblibě vinylů hrát nějakou roli velká dostupnost hudby zdarma?

Ano. Věřím, že je to snaha o větší kulturu při poslechu hudby, zároveň větší požitek z fyzického předmětu a jejího vlastnictví.

Jak jste se k této formě hudebního záznamu dostali? Vzpomenete si na moment, kdy jste poprvé začali uvažovat o pořízení gramofonu a jaká byla Vaše motivace?

Moje bývalá přítelkyně měla desky a já jsem k tomu začal tíhnout taky. Když si koupila nový gramofon, dala mi ten svůj a zůstal mi i po našem rozchodu. A já si desky pouštím doteď i si pořizuju nové.

Jaká byla první deska, kterou jste si pořídili? Vzpomenete si na tento okamžik? Pokuste se ho popsat.

Paul Simon, deska Graceland. Bylo to v antikvariátu Spálená v Praze. Byl jsem na zájezdu ze Zlína do Prahy za výstavou. To album jsem znal z dřívějšího, písničku Graceland jsem zbožňoval.

Sekce 2

Co vás obecně vede ke koupi vinylových desek?

Touha dotýkat se své hudby a přiznávám, touha přivlastnit si ji. Aby tvořila součást mne, součást mého prostoru. Byla symbolem. A taky radost z krásné fyzické věci.

Co od vinylu očekáváte po zvukové stránce?

Že bude praskat jako dřevo v krbu.

Jak vnímáte proces před spuštěním desky? Má pro Vás nějaký hlubší význam, nebo je to jen prostředek, jak se dostat k hudbě?

Je to rituál.

Je pro vás poslech vinylových desek určitou formou zpomalení?

Ano.

Jak vnímáte obal desky? Je pro Vás důležitý?

Ano, velmi.

Vnímáte nějaká negativa vinylových desek? Je něco, co Vám na nich nevyhovuje?

Jsou velké a křehké, spíše vázané na místo.

Neodrazuje Vás vyšší pořizovací cena vinylu?

Ne. Vinyl si pořizuji kvůli kultuře.

Máte pocit, že Vás k poslechu vinylů vede určitá nostalgie?

Ano, rozhodně.

Co je pro Vás u vinylů klíčové?

Přináší mi pohodu a požitek z poslechu i z fyzické stránky. Zároveň je pro mě pořád hrozně důležitý obal a často pro mě hraje důležitou roli a je velkým motivátorem k nákupu. Pokud jde o investiční složku, tak ta pro mě moc důležitá není.

V čem se podle vás liší poslech hudby skrze streamovací platformu a skrze vinylovou desku?

Streamovací platforma znamená jednoduchost a dostupnost, ale ztrácí se u ní kulturní zážitek a napojení na fanouškovskou síť.

Co činí vinyl hodnotnějším, raritnějším? Záleží Vám na jedinečnosti pořízeného vinylu?

Vizuál obalu, případné materiály uvnitř nebo i barva desek, třeba Fleet Foxes mají desky neonově zelené.

Sekce 3

Pouštíte si desky při určitých příležitostech, při určitém naladění, nebo na těchto aspektech nezáleží?

Ano, pouštím si je při cíleném odpočinku, nebo úklidu.

Pokud si pouštíte desku, posloucháte ji celou?

Většinou jo, minimálně nechám dojet jednu stranu, mezi písněmi nepřeskakuji.

Posloucháte ji aktivně, nebo pasivně? Proč? Případně popište, jak většinou poslech probíhá.

Záleží na situaci, pasivně při jiných činnostech či jako kulisu, aktivnější poslech je při cíleném odpočinku s čajem nebo kávou.

Je pro vás vinyl nejoblíbenější typ fyzického nosiče? Používáte i jiné analogové nosiče?

Ano. Nejde o vinyl samotný, ale to, co jej doprovází – obal s informacemi a popisem, texty skladeb. Jiné analogové nosiče nepoužívám, vinyl mám rád a k používání dalších mně to netáhne.

V případě, že vámi zakoupená deska obsahuje QR kód ke stažení digitální verze daného alba ve vysoké kvalitě, využijete této možnosti?

Ne. Digitálně poslouchám hudbu téměř výlučně přes Spotify a asi mi stačí kvalita, kterou Spotify nabízí, nepotřebuju dokonalý zvuk. Takže mi QR kód neposlouží.

Sekce 4

Jak primárně konzumujete hudbu?

Digitálně přes Spotify.

Jaký vztah máte ke streamovacím platformám?

Kladný. Desky mám sice rád, ale streamovaná hudba má spoustu kladů a vůbec nemůžu říct, že bych se jí vyhýbal. Vlastně si ji pouštím asi každý den.

Předplácíte si nějaké streamovací služby?

Spotify

Pokuste se srovnat posluchačský zážitek při použití streamovací platformy a vinylové desky.

U vinylové desky se jedná o rituál, zároveň má lepší zvuk, včetně roztomilého praskání.

Jakými způsoby objevujete novou hudbu a proč upřednostňujete tuto cestu?

Skrz doporučení Spotify, občas cíleně skrz playlisty dle žánru nebo jazyka hudby.

Zkuste popsat váš posluchačský profil.

Je široký, aktuálně často folk-rock s elektronickými prvky, vážnou a instrumentální hudbu. Společným prvkem může být, že se většinou jedná o starší hudbu.

Sekce 5

Je poslech vinylů určitou součástí Vaší osobnosti? Pokud ano, jak se to projevuje?

Spíš ne. Ačkoliv se jedná o příjemný spojovací prvek s lidmi, kteří taky vinyly poslouchají.

Máte ve svém okolí lidi v podobném věku, kteří také vlastní vinylové desky?

Jen pár.

Sdílíte tento koníček nějakým specifickým způsobem? Jak to případně probíhá?

Asi společným kulisovým poslechem.

Vyhledáváte lidi z této komunity?

Zatím ne.

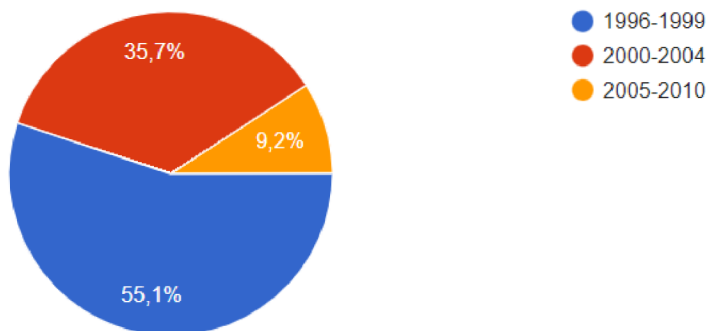
Navštěvujete vinylové burzy?

Zatím ne.

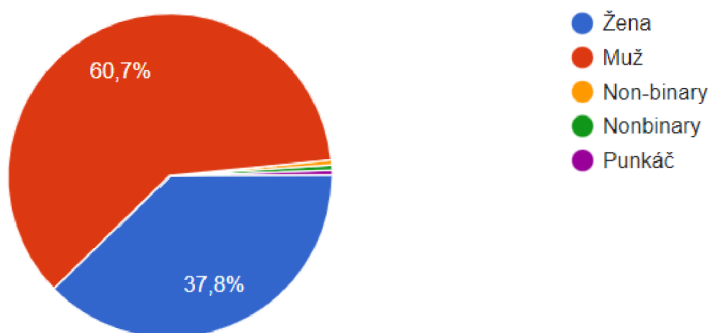
Sekce 6

- Pohlaví: muž
- rok narození: 1997
- nejvyšší dosažené vzdělání: vysokoškolské
- případně hudební vzdělání: základní umělecká škola
- aktuální stav: zaměstnanec, student
- velikost města: do 100 000 obyvatel

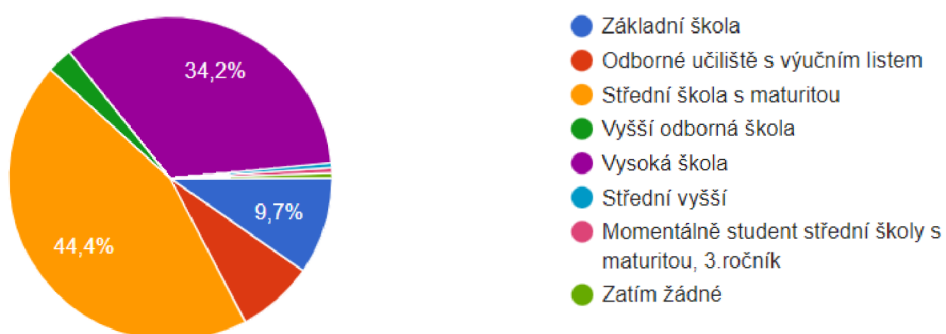
Příloha 5 – Grafy



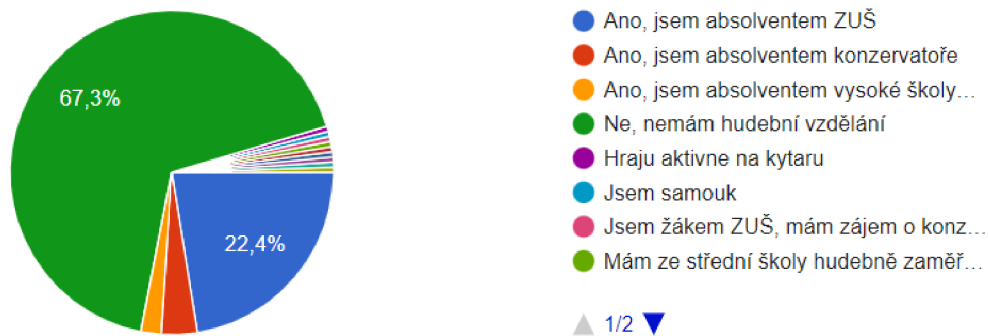
Graf 24 Rok narození respondentů dotazníkového šetření



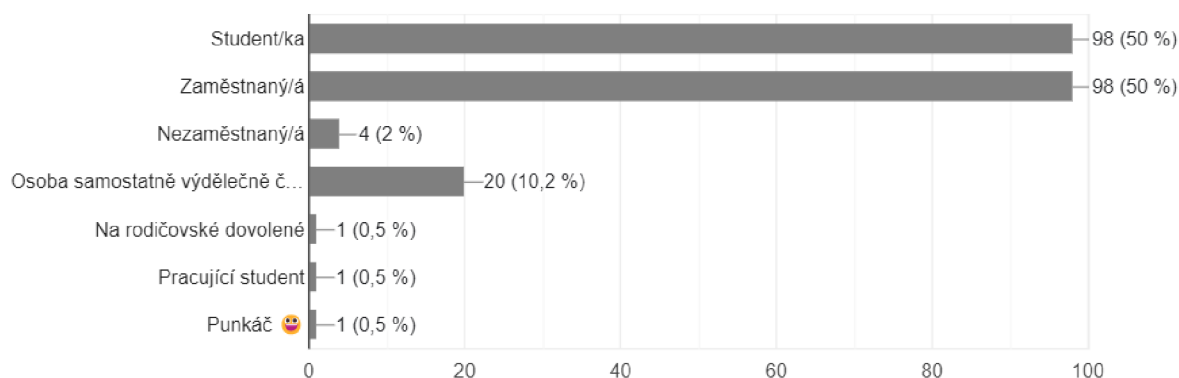
Graf 25 Pohlaví respondentů dotazníkového šetření



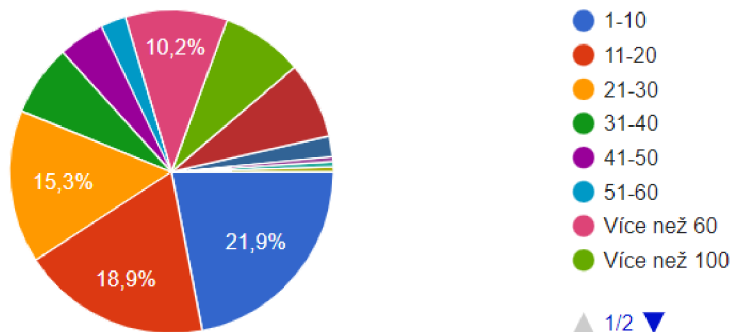
Graf 26 Vzdělání respondentů dotazníkového šetření



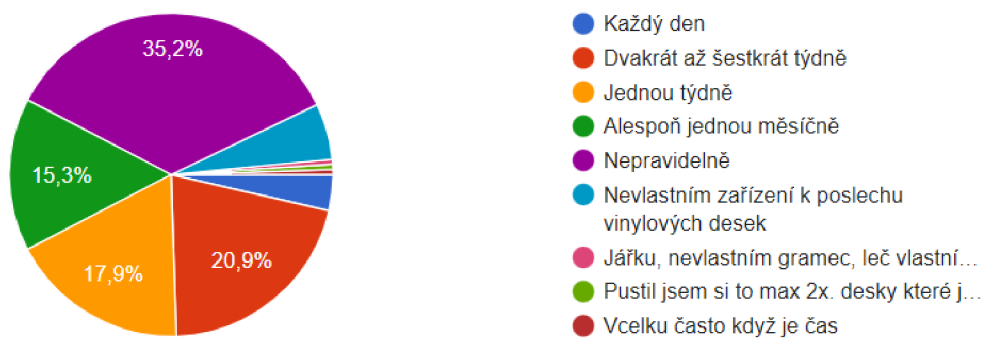
Graf 27 Hudební vzdělání respondentů dotazníkového šetření



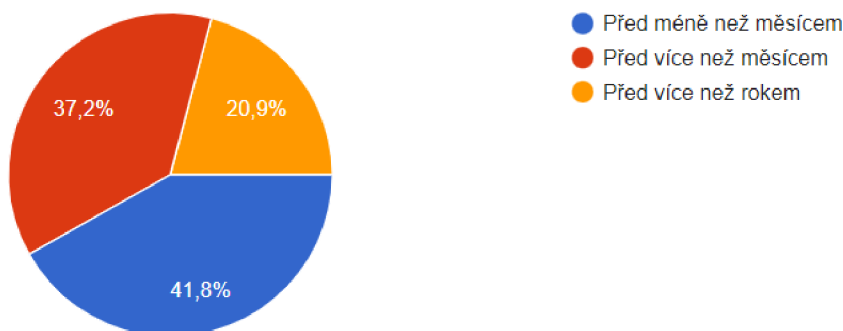
Graf 28 Aktuální status respondentů dotazníkového šetření na trhu práce



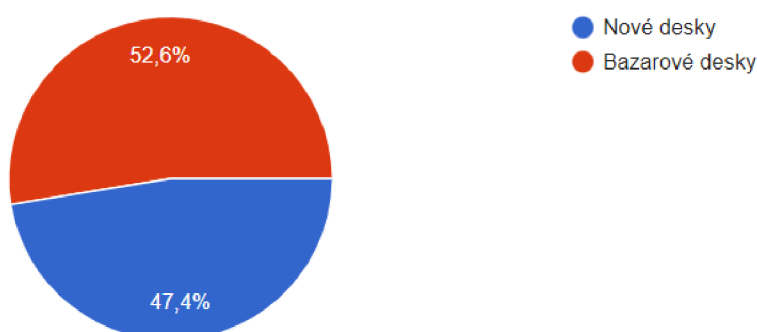
Graf 29 Počet desek vlastněný respondenty dotazníkového šetření



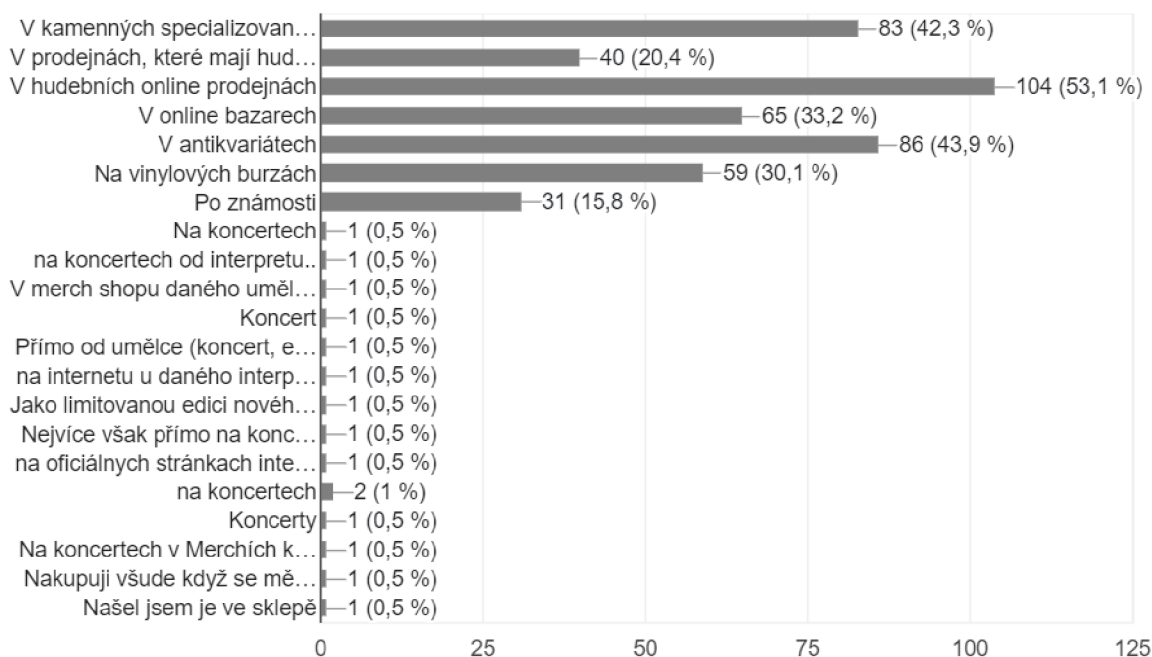
Graf 30 Frekvence poslouchání desek respondentů dotazníkového šetření



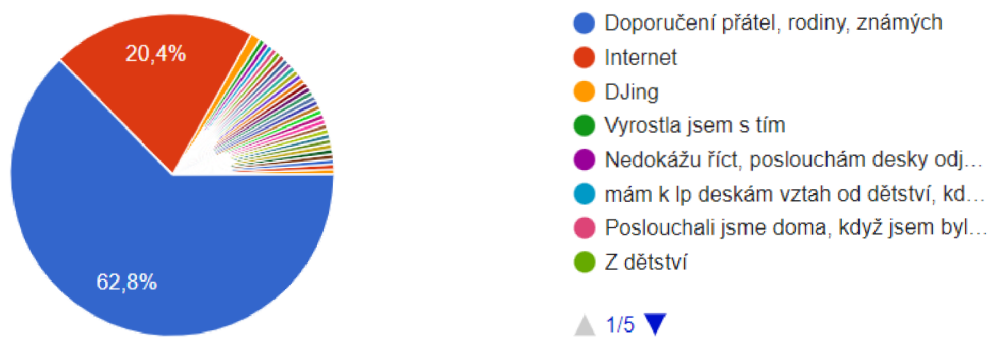
Graf 31 Čas, který uplynul od pořízení poslední desky respondenty dotazníkového šetření



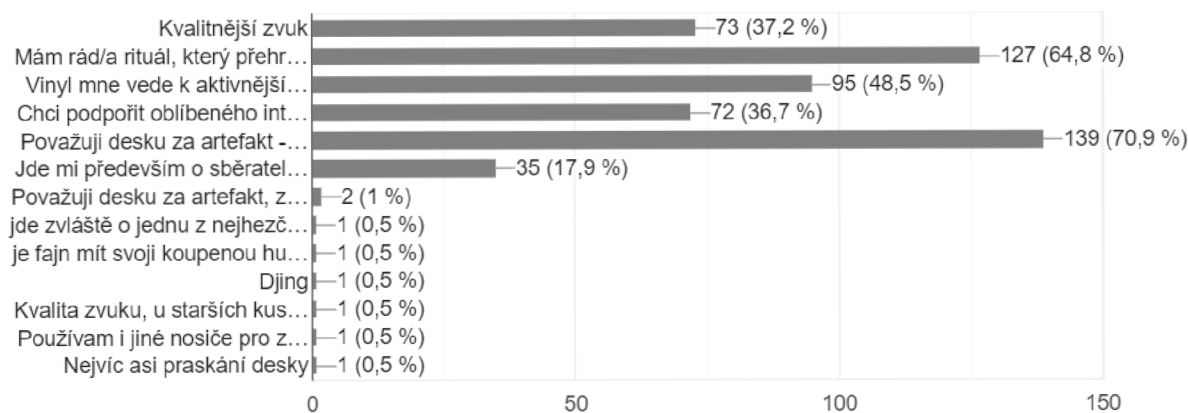
Graf 32 Preference nových a bazarových desek u respondentů dotazníkového šetření



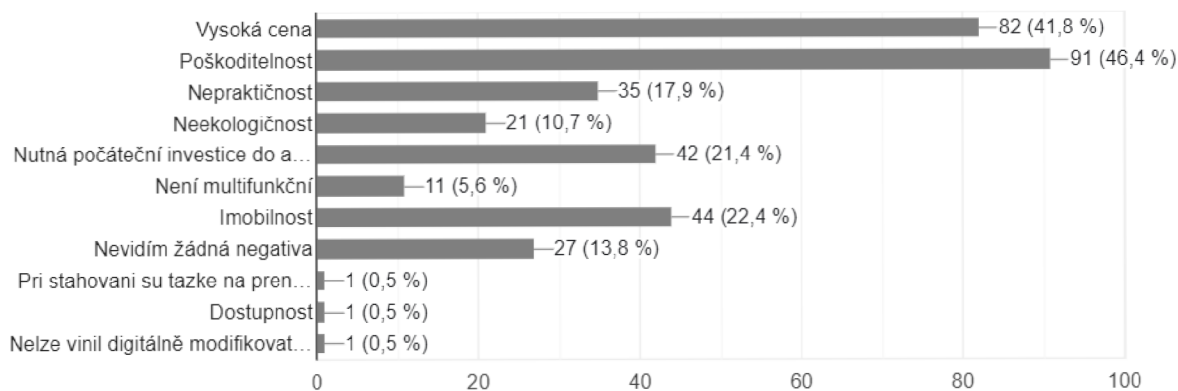
Graf 33 Způsoby pořizování desek respondenty dotazníkového šetření



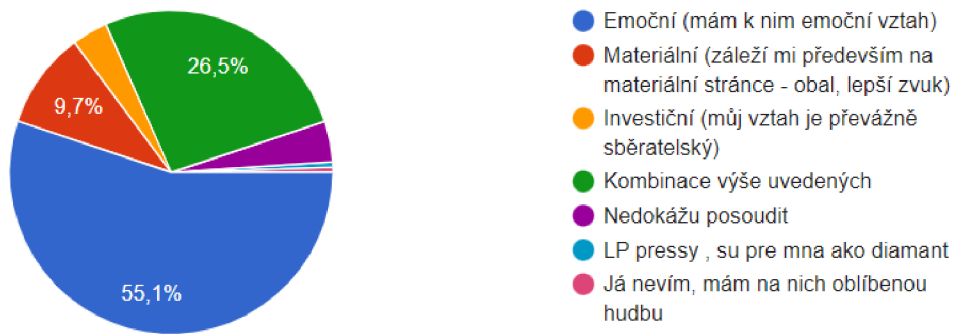
Graf 34 Prvotní impuls k pořízení vinylové desky respondenty dotazníkového šetření



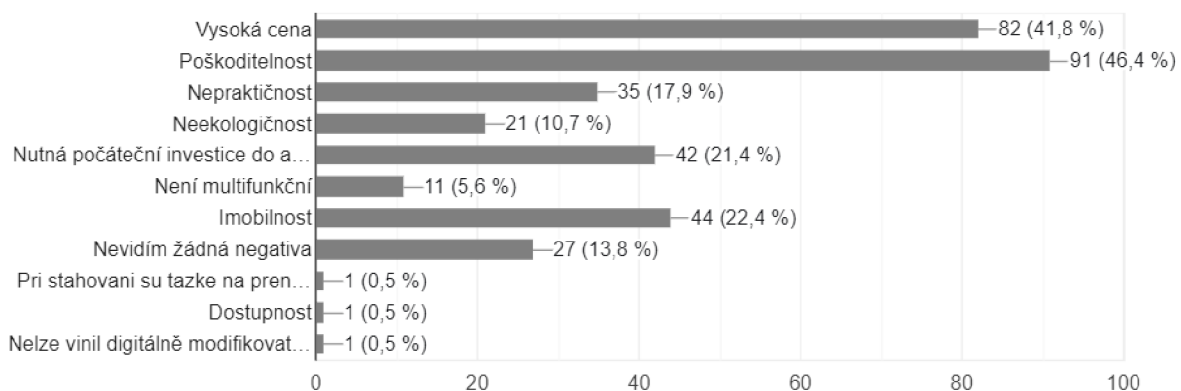
Graf 35 Primární motivace k pořizování vinylových desek respondenty dotazníkového šetření



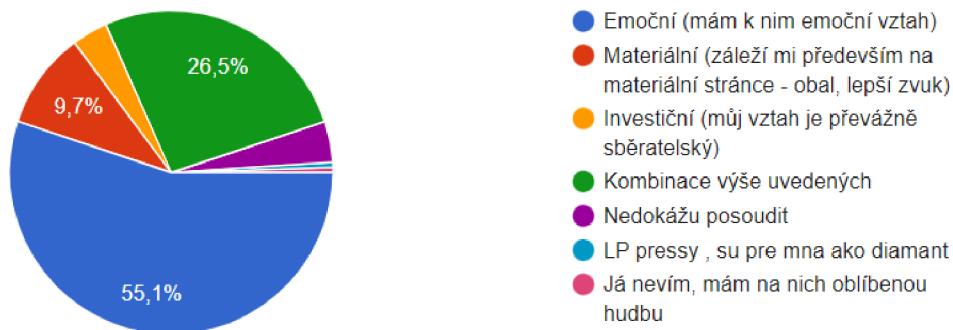
Graf 36 Negativa vinylových desek podle respondentů dotazníkového šetření



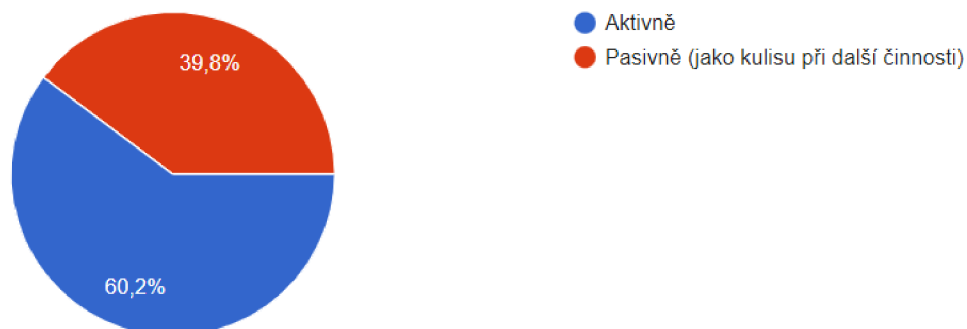
Graf 37 Klíčové hodnoty připisované vinylu respondenty dotazníkového šetření



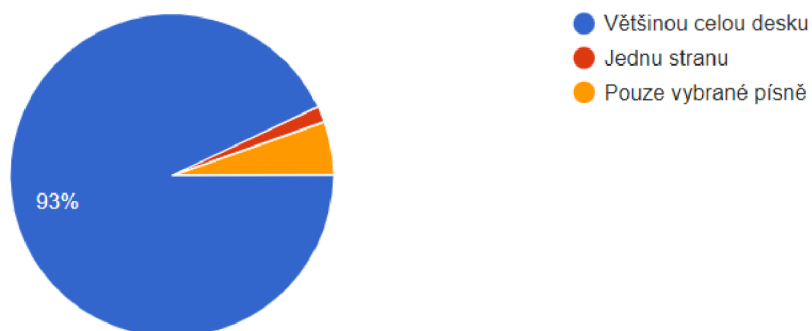
Graf 38 Negativa vinylových desek podle respondentů dotazníkového šetření



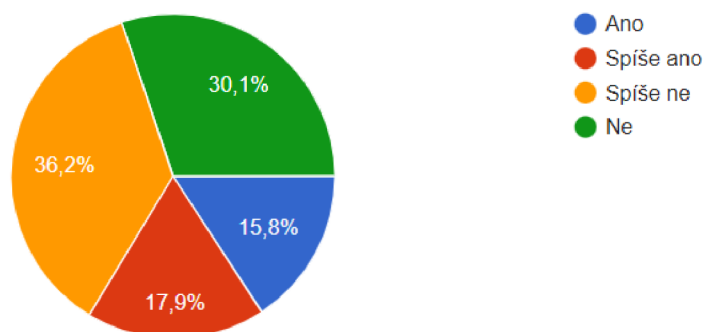
Graf 39 Klíčové hodnoty připisované vinylu respondenty dotazníkového šetření



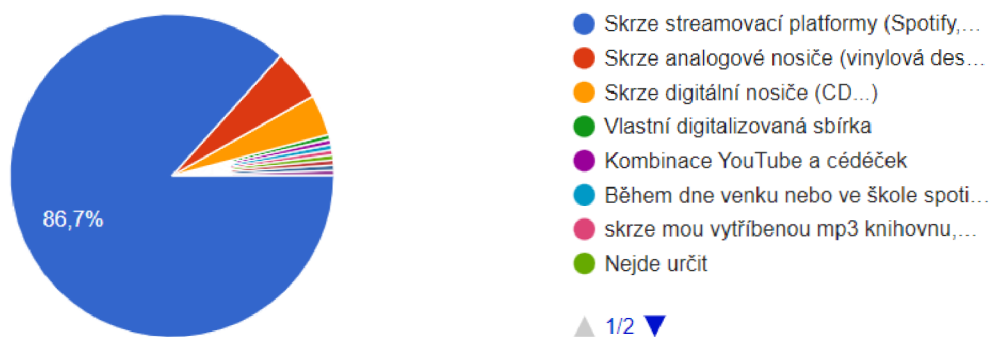
Graf 40 Aktivní vs. pasivní poslech podle respondentů dotazníkového šetření



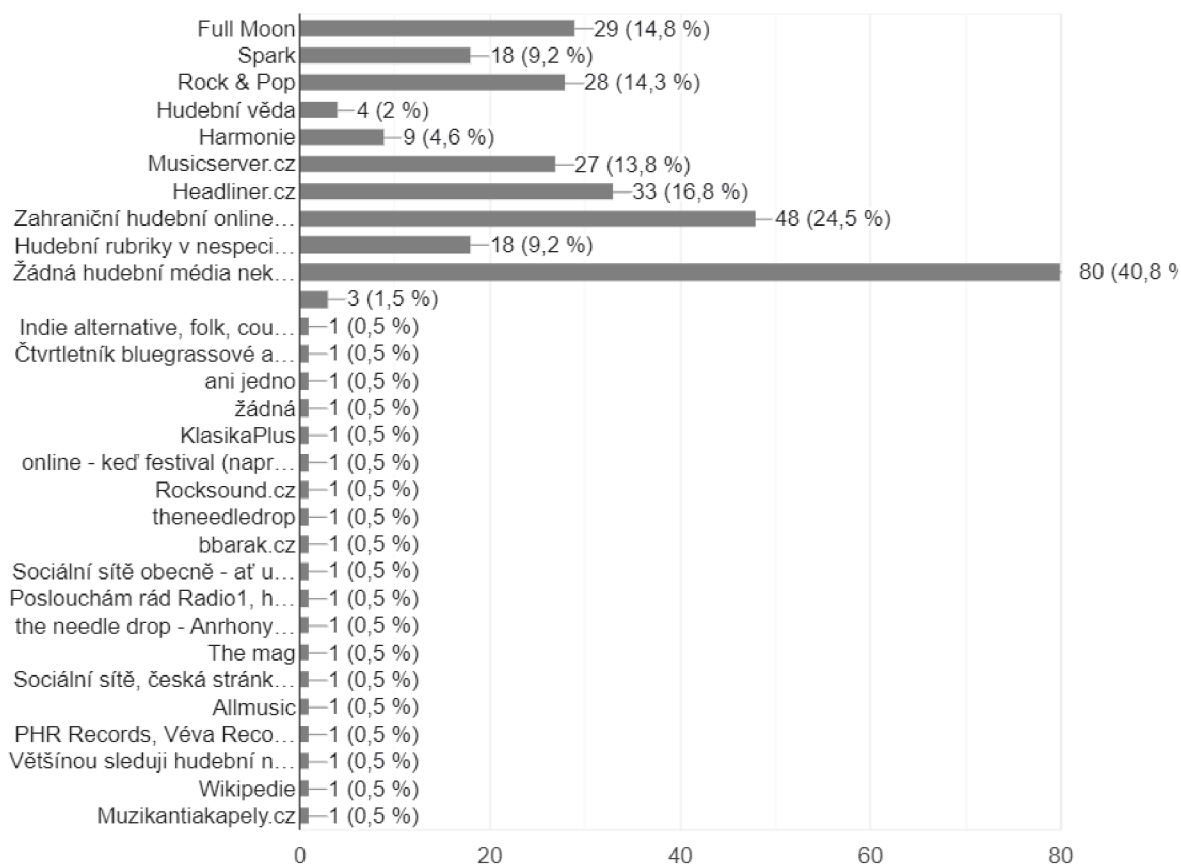
Graf 41 Způsob poslechu vinylových desek respondenty dotazníkového šetření



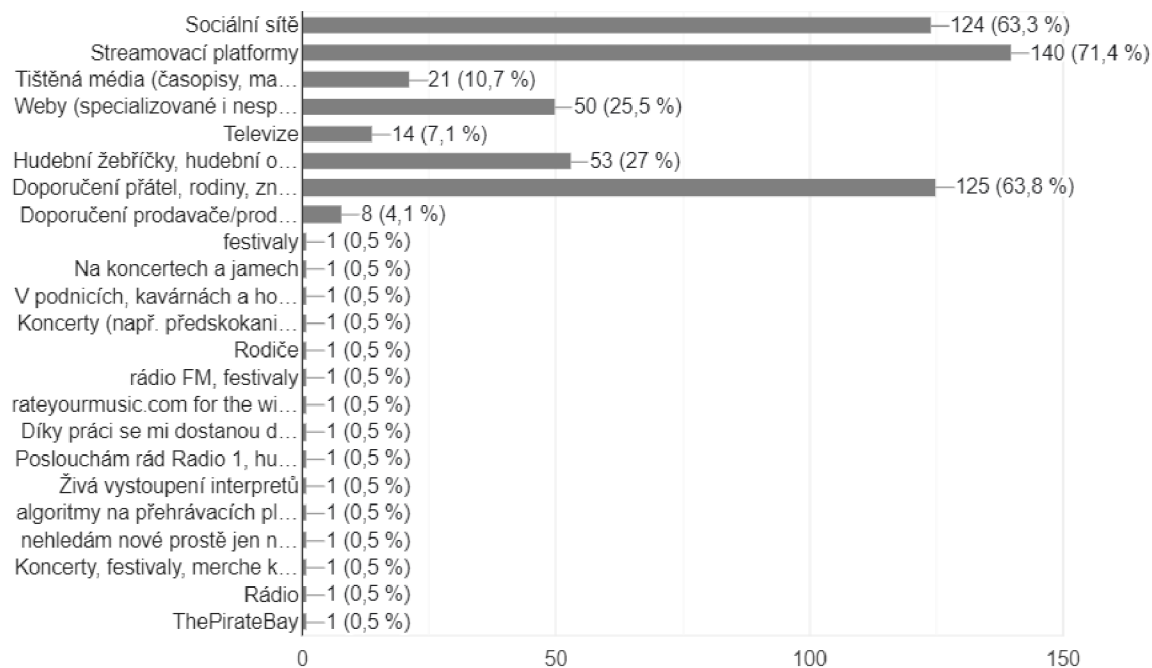
Graf 42 Využitelnost QR kódů u respondentů dotazníkového šetření



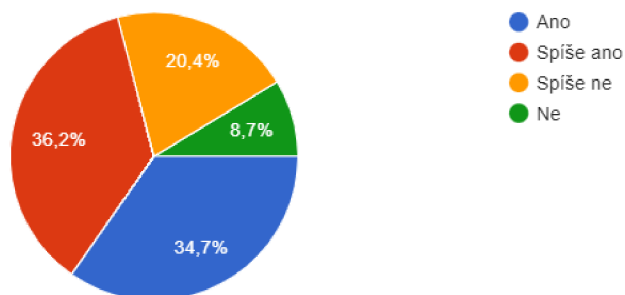
Graf 43 Primární zdroje poslechu hudby u respondentů dotazníkového šetření



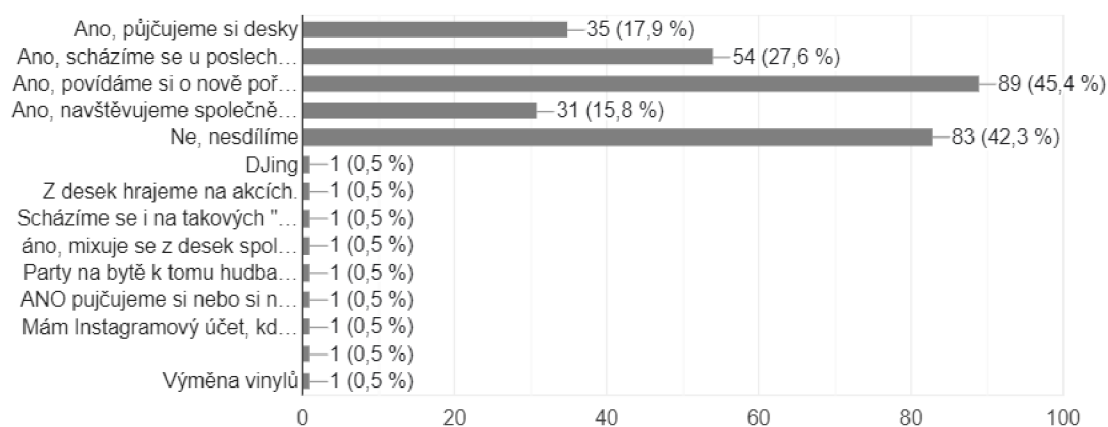
Graf 44 Hudební média konzumovaná respondenty dotazníkového šetření



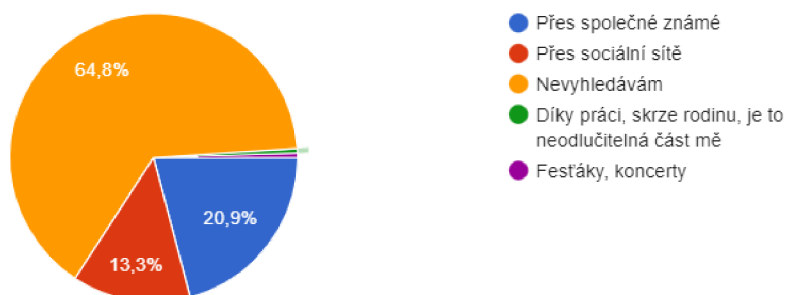
Graf 45 Způsoby objevení nové hudby respondenty dotazníkového šetření



Graf 46 Vinylové desky jako součást osobnosti respondentů dotazníkového šetření



Graf 47 Způsoby sdílení sběratelství vinylových desek dle respondentů dotazníkového šetření



Graf 48 Způsoby vyhledávání příslušníků dané subkultury podle respondentů dotazníkového šetření