

**Akademie múzických umění v Praze
Filmová a televizní fakulta**

Produkce

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

**Charakteristika a divácké návyky mladého publika
audiovizuálního obsahu v České republice**

Johana Minářová

Vedoucí práce: doc. RNDr. Ivan Tomek, CSc.

Přidělovaný akademický titul: BcA.

Praha, srpen 2024

**The Academy of Performing Arts in Prague
Film and TV School**

Production

BACHELOR'S THESIS

**Characteristics and Viewing Habits of Young Audiences of
Audiovisual Content in the Czech Republic**

Johana Minářová

Thesis supervisor: doc. RNDr. Ivan Tomek, CSc.

Awarded academic title: BcA.

Prague, August 2024

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci s názvem

Charakteristika a divácké návyky mladého publika audiovizuálního obsahu v České republice

vypracovala samostatně pod odborným vedením vedoucího práce a s použitím pouze uvedené literatury a pramenů, a že práce nebyla využita v rámci jiného vysokoškolského studia či k získání jiného nebo stejného titulu. Souhlasím s tím, aby práce byla zveřejněna v souladu se zákonem a vnitřními předpisy AMU.

Praha, dne 12.8.2024


.....
Johana Minářová

Obsah

PROHLÁŠENÍ.....	3
PODĚKOVÁNÍ.....	5
ABSTRAKT.....	6
ÚVOD	8
1. PŘEDSTAVENÍ ZKOUMANÉ SKUPINY	10
1.1 FAKTORY FORMUJÍCÍ GENERACI Z	10
1.2 GENERACE Z A TECHNOLOGIE, INTERNET A MÉDIA	11
1.3 GENERACE ALPHA	13
1.4 GENERACE Z A ALPHA V ČESKU	13
i. <i>Volný čas</i>	13
ii. <i>Sociální síť</i>	14
iii. <i>Technologie</i>	15
iv. <i>Četba a oblíbené žánry</i>	15
2 YOUNG ADULTS OBSAH.....	17
3 YOUNG ADULTS OBSAH VYRÁBĚNÝ V ČESKÉ REPUBLICE	18
3.1. ADIKTS.....	18
3.2. TBH.....	19
3.3. NA ZÁCHODCÍCH	20
4 METODIKA VÝZKUMU	22
5 VÝSLEDKY	25
ZÁVĚR.....	31
SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ	32
SEZNAM PŘÍLOH	34

Poděkování

Ráda bych poděkovala své rodině a kamarádům, kteří tu pro mě byli. Děkuji všem respondentům, kteří si na mě udělali čas a pomohli mi tuto práci zrealizovat. Děkuji svému vedoucímu práce za odborný dohled a děkuji PhDr. Jitce Bartošové za cennou konzultaci.

Abstrakt

Young adults literatura nebo také literatura pro dospívající se těší v posledních 20 letech velké přízni nejen u dospívajících, ale i u dospělých. Ať už se podíváme na úspěch čarodějnického světa Harryho Pottera nebo dystopickou trilogii Hunger Games. Young adults žánr se neobjevuje jen v literatuře, ale také i ve filmové a televizní tvorbě. Zahraniční produkce čím dál více vytváří obsah právě pro tuto skupinu diváků, ať už třeba mluvíme o *Sex Education* nebo *Wednesday* od Tima Burtona. I přesto, že v jiných zemích je obsahu pro dospívající poměrně široký výběr, v České republice teprve pomalu zjišťujeme, že je třeba takový obsah vyrábět. Díky seriálům jako je *#martyisdead*, *TBH* nebo *Sex O'clock* je tu aspoň naděje, že čeští tvůrci věnují pozornost mladému publiku. Otázkou je však zda chtějí zástupci dospívajícího publika takový národní obsah. Jaké jsou jejich divácké návyky? Sledují český audiovizuální obsah? Jaké postavy a témata je zajímají? Plní producenti tato přání? Cílem mé bakalářské práce je pomocí kvalitativního výzkumu zjistit od vybrané skupiny dospívajících ve věku 12-17 odpovědi na tyto otázky. V teoretické části bude představená cílová skupina, a to tedy generace Z, obecné divácké návyky této generace, metodologie, pomocí které výzkum povedu a proměny konzumace audiovizuálního obsahu s nástupem a rozšířením internetu, který v tom hraje stěžejní roli. Praktická část se bude věnovat analýze materiálu získaného během kvalitativního výzkumu.

Klíčová slova: Mladé publikum, divácké návyky, generace Z, audiovizuální obsah

Abstract

Young adult literature, or also literature for teens, has enjoyed great popularity over the last 20 years, not only with teens but also with adults. Whether we look at the success of the wizarding world of Harry Potter or the dystopian trilogy of the Hunger Games. The young adult genre does not only appear in literature, but also in film and television. Increasingly, foreign productions are creating content specifically for this audience, whether we are talking about Sex Education or Tim Burton's Wednesday. Even though there is a relatively wide range of content for teenagers in other countries, in the Czech Republic we are only slowly discovering that we need to produce such content. Thanks to shows like #martyisdead, TBH or the Sex O'clock series, there is at least hope that Czech creators are paying attention to young audiences. But the question is whether the representatives of the teenage audience want such national content. What are their viewing habits? Do they watch Czech audiovisual content? What characters and themes are they interested in? Do producers fulfill these wishes? The aim of my bachelor thesis is to find out the answers to these questions from a selected group of teenagers aged 12-17 through qualitative research. The theoretical part will introduce the target group, namely Generation Z, the general viewing habits of this generation, the methodology I will use to conduct the research and the changes in audiovisual content consumption with the advent and spread of the Internet, which plays a pivotal role in this. The practical part will be devoted to the analysis of the material collected during the qualitative research.

Keywords: Young audience, viewing habits, Generation Z, audiovisual content

Úvod

Tato bakalářská práce s názvem Charakteristika a divácké návyky mladého publika audiovizuálního obsahu v České republice se zabývá mládeží ve věku 12 až 17 let, která spadá do generace Z a Alpha. Teoretická část představí charakteristiku zkoumané skupiny, jaké faktory a světové události ovlivnily tyto generace a jakým způsobem je formoval technologický vývoj a rozvoj internetu. Jelikož si tato práce dává za úkol prozkoumat divácké návyky zkoumané skupiny a zda obsah, který je v pro ně v České republice vyráběn, splňuje jejich požadavky, zvolila jsem pro demonstraci 3 seriály z dílny České televize určené pro mladé publikum, které budou představeny. Praktickou částí je rozbor rozhovorů s respondenty ve věku 12 až 17 let, kde se budu soustředit na otázky ohledně obsahu, který sledují, jaké postavy by rádi viděli, jaká témata je zajímají a zda sledují český obsah a zejména 3 dříve zmíněné seriály. Cílem této práce je zjistit, jak by podle mladého publika ve věku 12-17 let měl vypadat audiovizuální obsah, který je pro ně zajímavý a chtějí ho konzumovat.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1. Představení zkoumané skupiny

Jak už bylo zmíněno v úvodu, práce se soustředí na publikum ve věku 12 až 17 let. Je však třeba přiblížit, o jakou společenskou skupinu se jedná. Populaci můžeme rozdělit do takzvaných generací, kterými jsou velké skupiny lidí, jejíž styl myšlení a jednání je související s dobou, ve které jejich socializace probíhá, spojenou s historickými a kulturními podmínkami.¹ Toto rozdělení do generací podle roku narození se může u různých zdrojů lišit, avšak podle sociálního analytika a demografa Marka McCrindle, mladé publikum ve věku 12 až 17 let spadá do Generace Z, kdy její zástupci jsou narozeni v letech 1995 až 2009 a do Generace Alpha, kam spadají všichni narození od roku 2010.² Věk však podle McCrindle není jediný klíčový faktor pro rozlišení jednotlivých generací. Vedle věku jsou totiž podstatné i ekonomické, společenské a politické podmínky ve kterých daná skupina vyrůstá.³

1.1 Faktory formující generaci Z

Jedním z nejvýznamnějších faktorů, který tuto generaci formoval od jejího začátku, je vývoj digitální technologie. Děti začaly být vystavovány chytrým telefonům už od útlého dětství, až se jejich prvním jazykem stal ten digitální, čímž je už dříve zmíněný McCrindle nazývá „digitálními integrátory“. Dalšími faktory mohou být i události, kterými si daná generace prošla. Generace Z během svého formativního věku zažila dobu finanční krize po roce 2008, dobu válek proti terorismu po 11. září 2001⁴ a na přechodu do dospělosti celosvětovou pandemií COVID -19.⁵

V pracovním prostředí rádi vykonávají úkoly efektivněji s pomocí moderních technologií. Místo peněz, jako hlavního cíle v zaměstnání, se u generace Z podle Pavla Šimáka, vedoucího poradenství Deloitte v oblasti Human Capital, dostalo na první místo pozitivní pracovní prostředí a kolektiv. Klíčové je prostředí, kde budou mít motivaci se rozvíjet, což pro mnoho z nich znamená možnost si organizovat svůj čas, být kreativní a přístup od nadřízených, kde budou vnímání spíše jako kolegové než podřízení.⁶ Velmi důležitá je i rovnováha mezi pracovním a osobním životem, týmová práce a mezinárodní vztahy.

¹ NEŠPOR, Zdeněk R., ed. SOCIOLOGICKÝ ÚSTAV AV ČR, V.V.I. Generace. *Sociologická encyklopedie* [online]. 2020, 21. 9. 2020 [cit. 2024-05-05]. Dostupné z: <https://encyklopedie.soc.cas.cz/w/Generace>

² Gen Z and Gen Alpha Infographic Update. McCrindle [online]. [cit. 2024-05-05]. Dostupné z: <https://mccrindle.com.au/article/topic/generation-z/gen-z-and-gen-alpha-infographic-update/>

³ *Understanding Generation Z: Recruiting, Training and Leading the Next Generation* [online]. 2019. McCrindle Research, 2019 [cit. 2024-05-05]. ISBN-13: 978-0-6486695-0-0.

⁴ Česká Zetka Generace Z dospěla do produktivního věku. In: *Www.ceskovdatech.cz* [online]. 2018 [cit. 2024-06-06].

⁵ What is Gen Z? McKinsey & Company [online]. 2023 [cit. 2024-07-10]. Dostupné z: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/mckinsey-explainers/what-is-gen-z>

⁶ Česká Zetka Generace Z dospěla do produktivního věku. In: *Www.ceskovdatech.cz* [online]. 2018 [cit. 2024-06-06].

McCrindle rozlišil pět základních rysů, která tuto generaci charakterizují a jsou navzájem propojené. Jsou jimi rysy:

1. Digitální. Dříve už bylo zmíněno, že generace Z jsou „digitální integrátoři“. Tohle označení získali díky tomu, jak plynule integrovali technologii do svých životů díky používání od útlého dětství. Technologie v jejich životech smazala hranici mezi pracovním a společenským životem, studiem a zábavou, soukromím a veřejností. Technologie ovládla celý jejich životní styl. Místo literární komunikace preferují komunikaci pomocí videí a obrázků. Jedná se o velice intuitivní uživatele technologií.
2. Globální. Díky rozvoji technologie a globalizaci jsou společenské trendy, móda či gastronomie celosvětové. To například znamená, že zástupci generace Z mohou být ovlivněni stejnou hudbou, filmy či módním trendem jako generace Z na druhé straně světa.
3. Společenský. Díky rozvoji sociálních sítí jako jsou například Facebook nebo Instagram, je současná mládež mnohem více mezi sebou propojená napříč světem, či různými sociálními skupinami.
4. Mobilní. Dalším rysem je mobilita nejen ve smyslu adaptace technologie a mobilních telefonů, ale současně poukazuje i na častější změny zaměstnání, kariéry, bydliště, partnerů než předešlé generace.
5. Vizuální. Generace Z čím dál více preferuje místo čtení článků o dané problematice raději krátká videa, která problematiku shrnují, což je důsledkem přehlcení informacemi, a proto se sdělení více a více stávají obrazové.⁷

1.2 Generace Z a technologie, internet a média

Současná mládež nezažila svět před internetem, žádná předešlá generace nevyrůstala ve společnosti, kde by byla technologie tak široce dostupná už od mladého věku. Technologický

⁷ *Understanding Generation Z: Recruiting, Training and Leading the Next Generation* [online]. 2019. McCrindle Research, 2019 [cit. 2024-05-05]. ISBN-13: 978-0-6486695-0-0.

pokrok vedl k tomu, že dnes máme v jednom chytrém telefonu kameru, internetové připojení a s tím spojené sociální sítě, možnost sledovat televizi či jiný audiovizuální obsah. Generace Z se tak formovala v prostředí, kde můžeme integrovat a komunikovat se světem, který je stále online. Vzestup internetu ovlivnil charakteristiku celé společnosti a zejména tak ovlivnil charakteristiku generace Z.

Pro generaci Z je mobilní telefon hlavním zdrojem zábavy. Mládež si vytvořila velké pouto s internetem a v mnoha případech až závislost. Odepření přístupu k internetu se tedy stalo nepříjemným potrestáním pro tuto generaci. Z dotazníku v rámci Kaiser Family Foundation studie z roku 2010 vyplývá, že většina dotázaných dětí nemá žádné restrikce ohledně obsahu, který na internetu sledují. V roce 2004 se zrodil Facebook, který byl primárně určen pro komunikaci mezi studenty Harvardu, avšak jeho rozmach hrál velkou roli v tom, jak dnešní generace Z interaguje se světem. Sociální život se přenesl do online světa, pro mnoho uživatelů se stala komunikace přes sociální sítě pohodlnější než naživo a také přes sociální sítě začali sdílet více osobních informací.⁸ V dnešní době máme samozřejmě více sociálních sítí, které generace Z používá na denní bázi, jako například Instagram, Snapchat, TikTok a mnoho dalších. Například ve Spojených státech amerických je u generace Z Snapchat populárnější než TikTok, speciálně mezi mládeží ve věku 12 až 17 let. Přibližně okolo 80 % generace Z používá jak TikTok, tak i Snapchat a Instagram. Výhledově však největší podíl generace Z uživatelů bude mít Instagram, ale TikTok drží prvenství, co se týče objemu času stráveného na platformě.⁹

Lidé narození po roce 1996 stráví u obrazovky v průměru 7,2 hodin denně. Video se stalo podstatnou formou konzumace informací pro mladé lidi, kteří ráno začnou sledováním krátkých videí na sociálních sítích, přes den přejdou na delší videa na Youtube a den zakončí sledováním oblíbeného seriálu nebo filmu na streamovacích platformách. Velice populární je sledování obsahu vyrobeného přímo uživateli sociálních sítí, tzv. content creators, jako například videa na YouTube či TikToku. Podle Ryana Faughndera z Los Angeles Times v roce 2022 skoro 48 % obsahu sledovaného generací Z bylo vytvořeno právě content creators vedle tradičního zábavního průmyslu. Z průzkumu organizovaného firmou Deloitte vyšlo, že 57 % z dotazované generace Z tráví více času sledováním obsahu vytvořeným content creators, než sledováním televizní show či filmu na streamovacích platformách. Na rozdíl od mileniálů jsou *zetka* mnohem otevřenější, co se týče sexuality, genderové identity nebo také rasovým

⁸ TURNER, Anthony. *The Journal of Individual Psychology*,: *Generation Z: Technology and Social Interest* [online]. The University of Texas Press, 2015 [cit. 2024-05-06]

⁹ FLORES-MARQUEZ, Paola. Gen Zers are in charge on social media. *EMARKETER* [online]. 2024, 03.08.2024 [cit. 2024-05-12]. Dostupné z: <https://www.emarketer.com/content/gen-zers-charge-on-social-media>

rozdílností, a to ovlivňuje i obsah který chtějí sledovat. Ten by měl proto reflektovat jejich zájmy.¹⁰

1.3 Generace Alpha

Termín generace Alpha představil v roce 2008 už dříve zmíněný Mark McCrindle. Pod tento termín spadají děti narozené po roce 2010. Jedná se tedy o velmi mladou generaci, kterou nejde ještě plně charakterizovat, avšak je zřejmé, že mají mnoho znaků společných se zástupci generace Z, protože stejně jako oni vyrůstají s technologií od narození a integrovali ji plně do svého života.¹¹ Generace Alpha pravděpodobně předběhne generaci Z ve znalosti technologií a digitálního světa, čemuž mohla pomoci i pandemie COVID-19, která hraje velkou roli ve formování této generace. Integrace technologií do běžného života byla během ní významnější než předtím kvůli povinné izolaci.¹² Podle serveru Echo bude Alpha přibližně v roce 2025 dominantní demografickou skupinou, protože měla čítat rekordních 2,2 miliardy zástupců této generace. Měla by současně být i tou nejinformovanější, technologicky nejvyspělejší a nejbohatší demografickou skupinou v historii lidstva.¹³

1.4 Generace Z a Alpha v Česku

i. Volný čas

Agentura Nielsen v České republice pravidelně vykonává reprezentativní průzkum dětí zaměřený například na četbu knih, čtenářské chování či trávení volného času. V roce 2021 vyšla studie s názvem České děti jako čtenáři. Z výzkumu například vyplynulo, že děti ve věku 9 až 14 let nejraději tráví svůj volný čas sociálními sítěmi a hraním videoher společně s přípravou do školy. Oproti roku 2017 podíl dětí ve věku 9 až 14 let, které hrají počítačové hry, stoupl do roku 2021 ze 34 % na 44 %. 74 % chlapců z této věkové skupiny odpovědělo, že tak nejraději tráví volný čas. Dívek v této skupině, které si libují ve videohrách, je 34 %. Z průzkumu v roce 2017 vycházelo, že rodiče označovali jako nejprospěšnější volnočasovou

¹⁰ FAUGHNDER, Ryan. Gen Z spends half its waking hours on screen time. Here's the good and bad news for Hollywood. *Los Angeles Times* [online]. [cit. 2024-05-12]. Dostupné z: <https://www.latimes.com/entertainment-arts/business/newsletter/2022-04-12/gen-z-spends-half-its-waking-hours-on-screen-time-heres-the-good-and-bad-news-for-hollywood-the-wide-shot>

¹¹ ECHO24. Mileniálové či generace Z končí. Nastupuje nejbohatší a superinformovaná Alfa [online]. 2023, 22.08.2023 [cit. 2024-07-15]. Dostupné z: <https://echo24.cz/a/Ha2jQ/zpravy-panorama-generace-alfa-nejbohatsi-superinformovana-vyzkum-paveda>

¹² GREENLIGHT. Gen Z vs Gen Alpha: what's the difference? [online]. 2024, 09.04.2024 [cit. 2024-07-17]. Dostupné z: <https://greenlight.com/learning-center/fun-facts/gen-z-vs-gen-alpha>

¹³ ECHO24. Mileniálové či generace Z končí. Nastupuje nejbohatší a superinformovaná Alfa [online]. 2023, 22.08.2023 [cit. 2024-07-15]. Dostupné z: <https://echo24.cz/a/Ha2jQ/zpravy-panorama-generace-alfa-nejbohatsi-superinformovana-vyzkum-paveda>

aktivitu dětí sportování. V roce 2021 už však vzrostl podíl rodičů, kteří za nejméně prospěšnou volnočasovou aktivitu svých dětí považují čas strávený na sociálních sítích, hraní elektronických her, sledování videí společně s filmy a seriály.

Rostoucí trend v počtu dětí, které svůj volný čas tráví na digitálních zařízeních, výrazně ovlivnila i koronavirová pandemie. Kvůli omezení volného pohybu děti méně trávily volný čas venku s kamarády nebo sportem. Více se věnovaly aktivitám na digitálních zařízeních.¹⁴

V roce 2023 zveřejnila agentura Nielsen studii ve spolupráci s agenturou ResOLUTION s názvem Děti a nová média. Ze studie vyplývá, že k nejpobulárnějším volnočasovým aktivitám stále patří chození ven s kamarády, pětina dětí ve věku 12–13 let chodí ven s kamarády dokonce denně. 76 % dětí v tomto věku chodí aspoň jednou do týdne. Z rozhovorů v rámci této studie bylo zjištěno, že děti sice chodí spolu ven, ale kromě aktivit, které nevyžadují digitální zařízení, společně hrají například hry na mobilních telefonech nebo na nich sledují videoobsah.¹⁵

ii. Sociální sítě

Vedle volného času se studie Děti a nová média 2023 věnovala i sociálním sítím. Studie zjistila, že děti ve věku 12–13 let se ve volném čase častěji scházejí s kamarády v online prostředí, z toho 68 % denně a 93 % aspoň jednou týdně. Většina respondentů v této věkové kategorii označilo TikTok za nejvíce navštěvovanou sociální síť. TikTok v oblíbenosti dominuje spíše u dívek. Na druhém místě v oblíbenosti děti označily Instagram, na třetím místě se nachází Facebook a čtvrtý je Snapchat.

Děti sociální sítě využívají i při přípravě do školy. 77 % dětí ve věku odpovídající 7. třídě využívají pro komunikaci se spolužáky v rámci školních povinností WhatsApp. Skoro třetina z nich využívá k tomuto účelu Instagram a více než čtvrtina Messenger. Pouze 5 % dotazovaných odpovědělo, že pro přípravu do školy nepoužívá žádnou aplikaci.¹⁶

Se sociálními sítěmi se bohužel váže i nadměrné užívání, či dokonce závislost. Web Zdravá generace, která se zabývá životním stylem českých dětí a teenagerů, vydala v květnu roku

¹⁴ SCREEN VOICE BY AKTV. STUDIE NIELSEN: JAK TRÁVÍ ČESKÉ DĚTI A MLÁDEŽ VOLNÝ ČAS? [online]. 2021, 26.11.2021 [cit. 2024-07-15]. Dostupné z: <https://www.screenvoice.cz/aktuality/studie-nielsen-jak-travi-ceske-deti-a-mladez-volny-cas/>

¹⁵ NIELSEN. Děti ve věku 12–13 let komunikují s vrstevníky hlavně online, ze sítě tráví čas hlavně na tiktoku, říká studie dětí a nová média [online]. 2023, 23.11.2023 [cit. 2024-07-15]. Dostupné z: <https://www.nielsen-admosphere.cz/news/deti-ve-veku-12-13-let-komunikuji-s-vrstevniky-hlavne-online-ze-siti-travi-cas-hlavne-na-tiktoku-rika-studie-deti-a-nova-media>

¹⁶ NIELSEN. Děti ve věku 12–13 let komunikují s vrstevníky hlavně online, ze sítě tráví čas hlavně na tiktoku, říká studie dětí a nová média [online]. 2023, 23.11.2023 [cit. 2024-07-15]. Dostupné z: <https://www.nielsen-admosphere.cz/news/deti-ve-veku-12-13-let-komunikuji-s-vrstevniky-hlavne-online-ze-siti-travi-cas-hlavne-na-tiktoku-rika-studie-deti-a-nova-media>

2023 report o problematice užívání sociálních sítí. Podle webu patří mezi problematické uživatele sociálních sítí, neboli uživatele, jejichž konzumace sociálních sítí je spojena s rizikem rozvoje závislosti, 8 % dětí ve věku 11–15 let. Problém s nadměrnou konzumací sociálních sítí zažívají spíše dívky. U chlapců vede nadměrné hraní videoher, kdy podle reportu 48 % chlapců hraje denně. Kritériem pro rozpoznání problematického užívání sociálních sítí jsou neúspěšné pokusy uživatele o omezení času na nich stráveném, nebo také dostávání se kvůli tomu do konfliktů se svým prostředím, jako například s rodiči nebo ve škole. S problematickým užíváním jsou spojené i deprese, málo spánku, zanedbávání svých povinností. Pro porovnání 51 % českých dětí ve věku 11–15 let patří do kategorie *Běžní uživatelé*, kteří sociální sítě využívají v normální míře, což znamená, že sítě sice využívají denně, ale většinu volného času tráví aktivitami nezahrnujícími digitální svět.¹⁷

iii. Technologie

Podle už dříve zmíněné studie České děti jako čtenáři z roku 2021 děti obecně nejčastěji využívají chytrý telefon, 89 % dětí ve věku 9–14 let a 98 % mladých ve věku 15–19 let, zároveň 69 % starších dětí ve studii sdělilo, že na chytrém telefonu tráví více času, než by měly. Studie se zaměřovala na témata spojená se čtením knih, ale zajímavost je, že vzrostl od roku 2017 i podíl mladých, kteří využívají audioknih jako alternativy ke čtení.¹⁸ V roce 2016 pravidelná studie Děti a nová média agentury Nielsen ukázala, že 89 % dotazovaných dětí ve věku 12–14 let používají pravidelně chytrý telefon. 65 % z nich sleduje pravidelně televizi a 60 % používá laptop. 44 % dotazovaných dětí ve věku 12–14 let používá pravidelně tablet a 39 % stolní počítač.¹⁹

iv. Četba a oblíbené žánry

Jelikož se bakalářská práce soustředí na obsah, který mladé publikum sleduje, je důležité zmínit, jaké má tahle věková skupina ráda literární žánry. Ze stejné studie o čtenářských návycích českých dětí, která zde už byla zmíněna, klesá podíl dětí, které čtou pohádky a pověsti. Zájem o tento typ knih klesá s rostoucím věkem dítěte. Naopak obliba žánrů jako fantasy s věkem stoupá bez ohledu na pohlaví. Od roku 2017 stoupla u starších dětí obliba komiksů a detektivek. V roce 2021 byl jedním z nejpopulárnějších titulů mezi staršími dětskými

¹⁷ ZDRAVÁ GENERACE. Roste počet dětí s problematickým užíváním sociálních sítí. [online]. 2023, 10.5.2023 [cit. 2024-07-16]. Dostupné z: <https://zdravagenerace.cz/report/socialni-site-a-gaming/>

¹⁸ SCREEN VOICE BY AKTV. STUDIE NIELSEN: JAK TRÁVÍ ČESKÉ DĚTI A MLÁDEŽ VOLNÝ ČAS? [online]. 2021, 26.11.2021 [cit. 2024-07-15]. Dostupné z: <https://www.screenvoice.cz/aktuality/studie-nielsen-jak-travi-ceske-deti-a-mladez-volny-cas/>

¹⁹ FRIEDLAENDEROVÁ, Hana. ČTENÁŘ. TÉMA: Děti a čtení: Děti, volný čas a knížky [online]. 2017 [cit. 2024-07-15].

čtenáři Harry Potter nebo Zaklínač. Ve studii se také ukázalo, že plno dětských čtenářů zná literární předlohy právě díky jejich filmovému zpracování. Tento trend se týká právě zmíněného Harryho Pottera, kterého četla necelá třetina dotázaných dětí ve věku 9–14 let, ale vidělo ho 79 %.²⁰

²⁰ SCREEN VOICE BY AKTV. STUDIE NIELSEN: JAK TRÁVÍ ČESKÉ DĚTI A MLÁDEŽ VOLNÝ ČAS? [online]. 2021, 26.11.2021 [cit. 2024-07-15]. Dostupné z: <https://www.screenvoice.cz/aktuality/studie-nielsen-jak-travi-ceske-deti-a-mladez-volny-cas/>

2 Young Adults obsah

Co vlastně Young Adults obsah znamená? Označení Young Adults (zkráceně YA) nereferuje k žánru, ale ke skupině, pro kterou je obsah určen. V literatuře se jedná o díla napsaná pro čtenáře přibližně od 12 do 18 let. YA literární díla mohou obsahovat prvky science fiction, mystery, coming-of.age a další. Young Adults fikce přibližuje pohled na svět, tematický zájem a vyspělost cílového publika.

YA fikce může vycházet z jakéhokoli žánru, ale vždy je spojují určité společné charakteristiky a prvky. Typicky potkáváme hlavní postavu v novém světě, mnohdy neznámém. Soustředíme se na hrdinovo poznávání tohoto světa a jak si hledá své místo v něm. Protagonisti bývají zpravidla teenageři s příběhem, který zaujme cílovou skupinu, tedy s příběhem, ve kterém se mladí lidé mohou najít.²¹

To však neznamená, že by téma bylo méně komplexní než u fikce pro dospělé. YA fikce je oblíbená i u staršího publika. Protagonisti objevují a posouvají hranice za účelem poznat kým jsou. Důležitá je perspektiva hrdiny jako teenagera a ne to, že postava je teenager. Například v díle *Kdo chytá v žitě* je sice adolescentní postava Case, ale příběh nereflektuje jeho postoj k světu, není teda vyprávěn z jeho mladé perspektivy.²² Jazyk a obsah je přizpůsobený tomu, že obsah čtou náctiletí, proto násilí a sprostá slova jsou použita v míře, aby dílo bylo přístupné. Velice často se vyskytuje romantická zápleтка protagonistů, ta by však neměla být výrazně erotická. V YA fikci pozorujeme mladého hrdinu, jak se snaží zapadnout do dospělého světa do kterého přichází. Například v trilogii *Hunger Games* můžeme sledovat hlavní hrdinku Katniss, jak objevuje svět mimo svůj kraj, účastní se Hladových her pořádané hlavním městem Capitolem a jeho dospělými zástupci a později se v tomto dospělém světě stává symbolem pro revoluci. YA díla často obsahují velkou míru sebereflexe a osobního pohledu na věc hlavní postavy, proto je příběh typicky vyprávěn v první osobě.²³

²¹ MASTERCLASS. What's the Difference Between Middle-Grade Fiction vs. Young Adult Fiction? MasterClass [online]. 2021, 30.9.2021 [cit. 2024-06-11]. Dostupné z: <https://www.masterclass.com/articles/whats-the-difference-between-middle-grade-fiction-vs-young-adult-fiction>

²² SALAO, Cole. TCK PUBLISHING. What Is Young Adult Fiction? Definition, Characteristics, and Examples [online]. [cit. 2024-06-11]. Dostupné z: <https://www.tckpublishing.com/young-adult-fiction/>

²³ MASTERCLASS. What's the Difference Between Middle-Grade Fiction vs. Young Adult Fiction? MasterClass [online]. 2021, 30.9.2021 [cit. 2024-06-11]. Dostupné z: <https://www.masterclass.com/articles/whats-the-difference-between-middle-grade-fiction-vs-young-adult-fiction>

3 Young Adults obsah vyráběný v České republice

Jedním z vůbec nejsignifikantnějších producentů audiovizuálního obsahu v České republice je bez pochyby Česká televize. V rámci iVysílání se v posledních letech snaží rozvinout škálu nabízených pořadů pro mladé diváky. Mezi aktuální nabízené pořady na iVysílání patří například seriál Pět let o tématice znásilnění, Adikts o problematice drog, dokumentární pořad o médiích TeleRevize, první hraný webseriál TBH z prostředí střední školy během střeleckého útoku a v neposlední řadě pořad Na záchodcích, který se věnuje sexuální výchově. Tato bakalářská práce se více věnuje třem vybraným pořadům, kterými jsou seriál Adikts, protože je dílem režiséra Adama Sedláka, který natočil velice úspěšný film mezi mladými diváky Banger. Druhým je webseriál TBH, jelikož se jedná o první webový seriál České televize a pořad Na záchodcích, který se soustředí na sexuální vzdělávání dětí zejména ve věku 13 až 18 let.²⁴

3.1. ADIKTS

Seriál Adikts měl premiéru začátkem roku 2024. Projekt byl vyroben pro Českou asociaci pojišťoven a policii jako součást kampaně proti užívání drog. Režie se ujal Adam Sedlák, který má za sebou několik projektů určených pro mladé, například úspěšný film Banger nebo webový seriál Semestr. Podílel se i na tvorbě filmu #annaismissing. Předlohou pro Adikts je seriál Misfits z roku 2009, ale hlavní motiv byl pozměněn. Zatímco zahraniční hrdinové nabudou po záhadné bouři superschopnosti, naši hrdinové je nabudou po užití drogy.²⁵

Seriál nabízí 6 dílů o průměrné délce třiceti minut. Sleduje život pěti studentů prvního ročníku adiktologie a každý z nich řeší odlišné osobní problémy, od kterých se snaží utéct vyzkoušením neprozkoumané drogy ze Srbska, kterou jeden z hlavních hrdinů Max ukradne z laboratoře jejich profesorky Jensenové. Důležité je vědět, že příběh se děje ve zvláštním fiktivním dystopickém světě, bohužel se ale o něm divák příliš nedozví a nezná ani žádná pravidla jeho fungování.

Scénář je nedomyšlený a v mnoha případech divák nemá návod, jak situace chápat, postavy jsou představeny spíše povrchně a nepoznáme je hlouběji. Tím pádem nerozumíme jejich rozhodnutím. Přesto se autoři snažili do děje zahrnout témata, kterými se dnešní mládež trápí. Postava Emy, která je obdivována každým klukem, co ji potká, bojuje s tím, aby ji lidé přijali jako asexuálku. Robinovo sebevědomí trpí tím, že koktá a není si tak schopný nikoho najít. Mell se stresuje školou a nezájmem její mámy o ni. Soňa se potýká s dysmorfofobickou

²⁴ ČESKÁ TELEVIZE. iVysílání [online]. [cit. 2024-06-25]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/>

²⁵ ZABLOUDILOVÁ, Táňa. AKTUÁLNĚ.CZ. Recenze: Promarněná šance. Adikts se zapíší spíš jako úlet než dobrý seriál [online]. [cit. 2024-06-26]. Dostupné z: <https://magazin.aktualne.cz/kultura/adikts-serial-recenze/r~bda11b7ebabb11eea3c0ac1f6b220ee8/>

poruchou a připadá si nepřitažlivá.²⁶ Seriál se věnuje tématům, které jsou spojené s dospíváním, jakými jsou například objevování své sexuality, cesta k sebelásce, či drogové experimenty. Má nádech zahraničního seriálu Euforie, který se těšil velké oblibě mezi mladým publikem, a proto si autorka myslí, že by seriál Adikts mohl mít úspěch mezi v obdobně složeném domácím publiku.

3.2. TBH

Po mezinárodním úspěchu webového seriálu z dílny MALL.TV #martyisdead, který se stal českou vlajkovou lodí obsahu pro mladé, měl v roce 2022 premiéru webový seriál TBH. TBH je zkratka anglické fráze *to be honest*, která se překládá jako *upřímně řečeno*. Děj seriálu se odehrává na půdě brněnského gymnázia. Na vrcholku pomyslné potravní pyramidy jsou kluci z florbalového klubu společně s partou populárních holek, které si říkají Bitches. Den, který se nejdříve jeví jako každý druhý, se otočí naruby, když ve škole dojde ke střeleckému útoku. V den střelby vysílá živě na Instagram jedna z hlavních postav ekofeministická aktivistka Mája a komentuje ironicky mezilidské vztahy populární skupiny studentů. Mája nám přes své komentáře odkrývá prostředí školy a její atmosféru. Zachytí živě i střelecký útok, který byl jen vyvrcholením dlouhodobě neřešených problémů způsobených šikanou v kolektivu.²⁷

Hrdinové seriálu jsou tedy studenti gymnázia, kdy každý z nich řeší jiný problém. Postava Lukáše bojuje se svou sexuální orientací, Nessa už není královna školy, Tonda je obět šikany. Dospělí v seriálu nehrají hlavní roli, ale jen přihlížejí situaci. Celý příběh je tedy ukazován z perspektivy teenagerů. Seriál se snaží autenticky zachytit českou mládež, s tím souvisí i zachycení věrohodného jazyka, tedy vyvážení anglicismů, internetového slangu i vulgarismů. To se povedlo díky spolupráci scénářistky Lucie Kajánkové a mladých scénaristů z FAMU. Při tvorbě dialogů scénaristický tým spolupracoval se školáky, nejen v rámci používaného jazyka, ale i trendů v oblékání a zájmech. Autorům se do seriálu povedlo zahrnout i online život, ve kterém Generace Z tráví většinu svého času. Děj je rozvinut díky skupinovým chatům, zprávám, instagramovým streamům a sociálním sítím obecně. Díky postavě Lukáše se v seriálu řeší i stigmatizace homosexuality a bisexuality u mužů a bojuje s představou „správného chlapa“ v heteronormativní společnosti. Dějová linka této postavy nám ukazuje, že je úplně normální mít problém s přijetím sama sebe.²⁸ Seriál je ze školního prostředí a je

²⁶ PLEŠTIL, Martin. CINEPUR. Roztěkání drogoví superhrdinové / Proč se (ne)dívat na seriál Adikts [online]. 2024, 17. 1. 2024 [cit. 2024-06-27]. Dostupné z: <https://www.cinepur.cz/rubriky/5365-roztekani-drogovi-superhrdinove-proc-se-ne-divat-na-serial-adikts>

²⁷ BLÁHOVÁ, Jindřiška. RESPEKT. Seriál TBH má dobře nakoukané americké vzory i mladou českou generaci [online]. 2022, 18.2.2022 [cit. 2024-06-28]. Dostupné z: <https://www.respekt.cz/kultura/serial-tbh-ma-dobre-nakoukane-americke-vzory-i-mladou-ceskou-generaci>

²⁸ VOŘÍŠKOVÁ, Barbora. SEZNAM ZPRÁVY. Teenageři mají svůj progresivní seriál. Upřímnost TBH bude bavit i rodiče [online]. 2022, 22.2.2022 [cit. 2024-06-28]. Dostupné z: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/kultura-teenageri-maji-svuj-progresivni-serial-uprimnost-tbh-bude-bavit-i-rodice-189582>

soustředěn na studenty střední školy, kteří řeší stejné problémy jako diváci. Snaha o autentické zachycení života teenagerů by mohlo být lákavé pro mladé publikum.

3.3. NA ZÁCHODCÍCH

Pořad Na záchodcích vznikl ve spolupráci s režisérkou Erikou Hníkovou a moderátorkami úspěšného podcastu *Vyhonit ďábla* Terézií Ferjančkovou a Zuzanou Kašparovou. V podcastu se holky věnují tématům, která jsou obecně tabu jako jsou sexualita, vztahy a body positivity. V roce 2020 byl podcast dokonce nominován na Křišťálovou lupu. To, co dělají Zuzana a Terézie ve svém podcastu, přenesly i do pořadu Na záchodcích, kde si zábavným a osobním stylem povídají o důležitých tématech souvisejících s intimitou, sexualitou a tělesností, pornografií a konsensem. Formát pořadu je postaven na tom, že si dvě kamarádky povídají o svých zkušenostech spadajících mezi výše zmíněná témata a pokládají si důležité otázky.²⁹ První řada pořadu obsahuje deset epizod v průměrné délce deseti minut s názvy jako První sex, Nebezpečný sex, Porno, Dostal/a jsem to!.³⁰ Mladé publikum, je čím dál otevřenější tématům spojenými se sexuálními návyky či sexualitou jako takovou, proto si autorka myslí, že by pořad mohl být pro děti zajímavý a přínosný.

²⁹ JI.HLAVA. Na záchodcích [online]. [cit. 2024-06-28]. Dostupné z: <https://www.ji-hlava.cz/filmy/na-zachodcich>

³⁰ Na záchodcích. ČESKÁ TELEVIZE. IVysílání [online]. [cit. 2024-06-28]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/porady/14191464239-na-zachodcich/>

II. PRAKTICKÁ ČÁST

4 Metodika výzkumu

Následující podkapitoly přibližují metodiku výzkumu a jeho jednotlivé postupy včetně zkoumané problematiky a cíle výzkumu. Vedle představení zkoumaného vzorku a postupu jeho výběru se čtenář dozví způsob a průběh sběru dat. Pro praktickou část bakalářské práce byl zvolen kvalitativní výzkum metodou polostrukturovaného rozhovoru a data byla zpracovaná pomocí tematické analýzy.

4.1 Kvalitativní výzkum

Vzhledem k tématu a zaměření práce byl pro praktickou část vybrán kvalitativní výzkum formou polostrukturovaného rozhovoru. Kvalitativní výzkum byl vybrán pro jeho přednosti, kterými jsou podle Hendla získání podrobného popisu a vzhledu při zkoumání jedince či skupiny, zkoumání jevu v přirozeném prostředí.³¹

4.2 Výzkumný problém a cíl výzkumu

Autorka chce díky rozhovorům probádat, jaký obsah děti ve věku 12–17 let sledují, a zda sledují obsah, který je pro ně v Česku vyráběn. Cílem je zjistit, jaké žánry preferují, jaké postavy mají rádi, a v jaké formě chtějí obsah sledovat. Výzkumnou otázkou tedy je: Jaký obsah děti ve věku 12 až 17 let chtějí sledovat?

4.3 Získávání dat a účastníci výzkumu

Pro kvalitativní výzkum byla zvolena metoda hloubkového rozhovoru. Cílem hloubkového rozhovoru je získat co nejpodrobnější informace od respondenta, kterými mohou být například jeho názory na danou problematiku, zkušenosti či hodnocení. Autorka zvolila metodu polostrukturovaného rozhovoru, který umožňoval držet se předem dané struktury, ale v průběhu rozhovoru upravovat otázky v reakci na odpovědi respondentů a tím se dostat hlouběji do problematiky.

³¹ HENDL, Jan. Kvantitativní, kvalitativní a smíšený výzkum. In: Kvalitativní výzkum: Základní metody a aplikace [online]. Portál, 2005, s. 45 - 63 [cit. 2024-07-26]. Dostupné z: https://dl1.cuni.cz/pluginfile.php/882806/mod_resource/content/1/06%20Hendl%2C%20J.%20-%20Kvalitativn%C3%AD%20v%C3%BDzkum%3B%2024-63.pdf

Pro hloubkové rozhovory bylo vybráno 10 respondentů ve věku 12 až 17 let. Respondenti byli vybráni tak, aby byla každá věková skupina zastoupena alespoň jedním respondentem. Zastoupení pohlaví je rovnoměrné, to znamená, že se výzkumu zúčastnilo 5 děvčat a 5 chlapců. Při výběru respondentů bylo dbáno na to, aby respondenti byli z různých měst a vesnic po celé republice. Jsou mezi nimi respondenti například z Tanvaldu, Prahy, Zlína, Olomouce, Hranic na Moravě, Dubu na Moravě a Ostrova. Respondenti jsou z různých sociálních tříd s rozličným rodinným zázemím. Touto diverzifikací se autorka snažila i v rámci malého souboru o reprezentativitu. Sedm respondentů předem neznala, u 3 znala příbuzné. 7 rozhovorů proběhlo fyzicky a 3 prostřednictvím telefonu. Pro rozhovory bylo stěžejní, aby v prostředí, kde probíhal, byl klid a příjemná bezpečná atmosféra. Při uskutečnění rozhovoru s respondentem byl získán písemný souhlas zákonného zástupce, který se rozhovoru neúčastnil. Pokud by však respondent o jejich přítomnost požádal, bylo by mu to umožněno, nicméně žádný z respondentů či respondentek tak neudělal.

Seznam respondentů

Respondenti byli vybráni různými způsoby, někteří byli zprostředkováni přes vzdálené známé, někteří byli vybráni přes známou autorky, která pracuje jako dětská psychiatricka, někteří respondenti jsou příbuzní mých kamarádů. Autorka se snažila získat vzorek, kde bude 5 dívek a 5 chlapců a každá věková skupina bude zastoupena aspoň jedním respondentem.

- 4.3.1.1 Adéla, 17 let - nestuduje, odešla v prváku ze střední a pracuje na hlavní pracovní poměr v kavárně.
- 4.3.1.2 Ema, 16 let - chodí na uměleckou střední školu zaměřenou na Herní design
- 4.3.1.3 Beáta, 14 let - studuje základní školu
- 4.3.1.4 Tomáš, 15 let - nastupuje na střední školu
- 4.3.1.5 Jakub, 15 let - chodí na střední školu
- 4.3.1.6 Jindra, 17 let - chodí na střední zdravotnickou školu
- 4.3.1.7 Lukáš, 14 let - chodí na základní školu
- 4.3.1.8 Barbora, 13 let - chodí na základní školu
- 4.3.1.9 Filip, 12 let - chodí na základní školu
- 4.3.1.10 Barbora, 17 let - chodí na gymnázium

4.4 Metoda analýzy dat

Autorka se rozhodla pro tematickou analýzu dat, která se využívá v případech, že chceme zkoumat a chápat perspektivu a zkušenosti respondentů se zkoumaným tématem. Díky

tematické analýze jsme schopni určit základní vzorce, témata a obsah získaných dat. V rámci této analýzy se autorka snažila najít společná vlákna a opakující se témata v datech získanými rozhovory.³²

V první fázi autorka přepsala rozhovory zaznamenané na diktafon do digitální podoby. Přepsané rozhovory následně několikrát přečetla a snažila se hledat opakované znaky. Rozhovory s dětmi v průměru trvaly 12 minut a zejména chlapci odpovídali velmi krátkými větami i přes snahy autorky otázky rozvinout tak, aby získala obsáhlejší odpovědi. Naopak dívky byly obecně sdílnější a jejich odpovědi byly delší. Po prostudování získaných dat autorka začala s vytvářením jednotlivých kódů, neboli rysů, které jsou podrobnější než témata. Autorka hledala opakující se rysy. Následovalo roztřídění kódu do větších tematických skupin. Kódy si zapsala do excelových tabulek, které následně vytiskla a rozstříhala po jednotlivých kódech. Ty pak shlukovala do větších tematických skupin. Následně zanalyzovala. Využití výstřižku autorce velice pomohlo vizualizovat si jednotlivé tematické okruhy.

³² ZAVERI, Aayushi. Obsahová analýza vs. tematická analýza: Bližší pohled na analýzu. Mind the Graph [online]. 2023, 9.7.2023 [cit. 2024-07-29]. Dostupné z: <https://mindthegraph.com/blog/cs/analyza-obsahu-a-tematicka-analyza/>

5 VÝSLEDKY

V rozhovorech se autorka soustředila zejména na otázky oblíbených žánrů, témat a postav, ale se dotazovala se i na otázky spojené s trávením volného času a používáním sociálních sítí. Následující rozdělení témat je inspirováno osnovou scénáře rozhovorů. Pro přehlednost se autorka rozhodla témata rozčlenit pod šest hlavních otázek a tím tak na ně odpovědět.

Na základě čeho se mladé publikum rozhoduje, na co se bude dívat?

Při rozhovorech bylo pro autorku důležité vědět, na základě čeho se děti rozhodují, na co se budou dívat. Opakovalo se několik faktorů, které to ovlivňují. Nejčastěji tím byl žánr, kdy se děti rozhodují podle svého oblíbeného žánru, kterým je například fantasy. Při výběru žánru rozhoduje i nálada. *“Asi se hlavně rozhoduju podle nálady, jestli chci dát nějaký ty romantický nebo něco fantasy nebo akčního třeba,”* (Ema, 15). Dalším faktorem je doporučení kamarádů nebo doporučení oblíbených influencerů. *“No tak, většinou je to i podle toho, co se koukají ostatní a třeba se o tom hodně baví, tak jako nechci být pozadu, takže se na to podívám,”* (Beáta, 14). Další respondent Lukáš neviděl Stranger Things, ale na základě spolužáků, by se na seriál podíval. *“Hodně lidí, třeba ve školách a spolužáci, se o tom bavili. Tak bych to třeba zkouknul,”* (Lukáš, 14). Mladí diváci se inspiřují i recenzemi nejen ve formě videí na Youtube, ale čtou si i recenze na tradičních databázích jako jsou ČSFD nebo IMDb. *“Podle popularity a taky hodně recenzí, že jak se to lidem líbilo a třeba i nějakých videí na Youtube a konspiračních teoriích,”* (Barbora, 13). Vizuální stránka plakátu a synopse hraje při výběru, také roli. Například respondentku Adélu to inspirovalo k tomu se podívat na seriál Adikts. *“Většinou si čtu, co je u toho napsaného. Ale musí mě to zaujmout i vizuálem. Plakát, náhled, cokoliv. Třeba u Adikts jsem to tak měla,”* (Adéla, 17).

Dalším kritériem je délka. I přesto, že mladí diváci jsou neustále vystavováni krátkým videím na sociálních sítích, shodli se respondenti, a to nezávisle na regionu, pohlaví nebo věku, že ideální délka jedné epizody seriálu se pohybuje mezi půl hodinou (u sitcomů) a jednou hodinou. *“No tak nejlepší by bylo třeba půl hodiny, ale tak 40 minut je taky v pohodě,”* (Beáta, 14). U filmů převažuje hodina a půl, až dvě. V případě delších filmů záleží, zda je děj zajímavý. *“No pokud je ten děj o něčem a je to zajímavý, tak mi to nevadí, ale pokud to jen zbytečně natahují, tak to je blbě,”* Adéla situaci přiblížila konkrétními tituly: *“Klidně hodina a půl. A nedělají mi problémy ani delší. Byla jsem na Oppenheimerovi a na Avatarovi a bavilo mě to,”*

Kde obsah sledují?

Ve většině případů respondenti sdělili, že audiovizuální obsah sledují online neboli na různých streamovacích platformách. Nejčastěji se v odpovědích objevoval Netflix nebo HBO, teď pod názvem MAX, či Disney+. Často za tím, k jaké platformě mají děti přístup stojí rodiče, kterou streamovací platformu platí. Respondentka Barbora například sdělila, že maminka nově koupila Disney+. U Lukáše doma mají například: *“... takovou aplikaci, to se jmenuje Cody, to se platí vlastně ročně. Je tam nějaká určitá cena a tam jsou jak nové filmy, tam se dávají staré filmy, seriály, všechno tam je na tom,”* Autorka se v rámci otázky, na čem sledují audiovizuální obsah, ptala i na jakém přístroji. Pokud mají Netflix nebo jinou streamovací platformu připojenou k televizi, sledují seriály a filmy na ní. Pokud například cestují nebo nemohou na televizi, koukají na vlastním mobilním telefonu. *“Něco na televizi, protože tam mám přístup na Netflix a HBO, ale zapnu si to klidně i na mobilu, když někde třeba jedu,”* (Adéla, 17). *“Někdy na mobilu, když cestuji třeba, ale většinou na televizi,”* (Tomáš, 15). Klasickou lineární televizi sledují velice málo, jen pokud vysílají nějaký pro ně zajímavý film nebo sledují sportovní události.

Jaké žánry a témata vyhledávají?

Při otázkách spojených s oblíbenými seriály, se ukázalo, že je mezi mládeží oblíbený žánr fantasy, a že dívky často preferují seriály a filmy, kde se objevují nadpřirozené bytosti, konkrétně upíři a vlkodlaci. Mezi dívčími respondentkami vládla seriál Upíří deníky nebo filmy z Twilight ságy. Při bližších otázkách, proč preferují zrovna výše zmíněný seriál a filmovou sagu, opakovaly se odpovědi, že obsahují atraktivní postavy, které jsou zobrazeny atraktivními herci. Vedle toho je přitahuje temná atmosféra, romantické zápletky mezi postavami. *“Protože jsou tam velice atraktivní herci, a protože takový to lehký nadpřirozeno, upíři, temnota, je to velice romantický a myslím si, že pro mladé holky hlavním důvodem jsou ty atraktivní postavy,”* (Adéla, 17). Dalším populárním žánrem jsou horory, detektivky či filmy založené na skutečných událostech. *“Když nechci moc přemýšlet nebo tak, tak já mám třeba strašně ráda Labyrint, takovej český seriál, detektivka, a je mi u toho hrozně dobře,”* (Barbora, 17). Důležité je, aby byl děj napínavý. U chlapců je rozhodující faktor, zda je seriál nebo film o něčem, co je zajímavé. *“Já ty auta už mám od malička rád a je to můj koníček... fotím ty auta jako všechny, když je vidím v realitě a koukám se na seriály jako třeba Rychle a zběsile nebo Need for Speed a tak,”* (Jakub, 15). *“Tak Jurský park, ten se mi líbí z toho důvodu, že jako malý jsem hrozně měl rád dinosaury a vždycky mě ti dinosaury zajímali,”* (Filip, 12). Respondenti zmiňovali, že se rádi dívají na historické válečné filmy, protože je baví sledovat dobové tanky a zbraně. Rádi se

dívají na pořady, které se věnují například sportu, který vykonávají. Respondent Tomáš má například rád seriál Ted Lasso. *“Protože hraji fotbal a rád bych to, co bylo v tom seriálu, kdyby se mi to stalo na vlastní život, že bych dostal nabídku hrát v Anglii a abych si to tak mohl přiblížit jako,”*.

Velice oblíbené jsou i komedie a sitcomy. *“Určitě nejvíc vyhledávám horrory nebo True Crime nebo naopak mám nejraději komedii,”* (Adéla, 17). Pokud se v seriálu nebo filmu objevují romantické vztahy, chlapcům je to většinou jedno, ale cíleně to nevyhledávají, a dívkám na tom buď také nezáleží, anebo to naopak vyhledávají. *“Jako nevyhledávám to, ale nevadí mi to,”* (Jindra, 17). *“Třeba úplně nejradši mám, když se na začátku nenávidí a postupně se do sebe zamilují. To mám nejraději,”* (Adéla, 17). Autorka se dětí ptala, zda mají rádi, filmové adaptace jejich oblíbené videohry. Filmové adaptace her se nesetkaly s kladnými ohlasy. Mezi názory se objevilo například, že ve filmech nedodrží původní dějovou linku, která je v herní nebo knižní předloze. Často je pro ně adaptace nedostačující či dokonce nudná. Ema se například vyjádřila k filmové adaptaci hry World of Warcraft: *“Ten děj.... bylo tam jako hodně, co třeba v té hře nebylo, tak to v tom filmu bylo jinak. A postavy tam byly takový trochu odfláklý třeba některý,”*

Jaké mají rádi postavy?

U tématu postav se autorka napřed zaměřila na dívky a chlapce zvlášť. U dívek hraje velkou roli vzhled postavy, hlavně pokud jde o mužskou postavu. U oblíbených ženských postav se opakovaly rysy jako odvážná, nebojácná, sebevědomá. Respondentka Ema tohle řekla o postavě Katniss z Hunger Games. *“...to je prostě hvězda, ta tam jako byla, nebála se, byla úplně nebojácná.... ona vlastně se bála a potom se časem z ní stala úplně taková nebojácná, ničeho se nebála, odvážná byla,”* Dále se například třináctiletá Barborka zmínila o její oblíbené postavě Enoly Holmes. *“Je tam hlavní postava a prostě je nejlepší asi z toho. Je hodně odvážná a chytrá,”* Důležité je také aby postava byla vtipná. U chlapců dominoval humor a intelekt. Mezi postavy, které byly u chlapců zmíněny, patří například Iron Man, jehož super schopností není síla ale jeho geniální mozek. *“On je i takový jakože chytrý, prostě vymýšlí si ty obleky a tak. Že fakt má různě těch obleků hodně a různých fakt jako. Je prostě technicky zdatný, že je prostě takovej jako genius,”* (Lukáš, 13). Dalším příkladem je Teorie velkého třesku, kterou zmínil jako jeho nejoblíbenější seriál respondent Jindra, protože ho baví, že jsou v něm vědci. U obou pohlaví jsou oblíbené postavy s nadpřirozenými schopnostmi, což jsou už dříve zmínění upíři a vlkodlaci nebo superhrdinové. Postava by měla být něčím zajímavá, nebo se nějakým způsobem odlišovat od typických archetypů. *“Tak co třeba nesnáším je, když*

to je ta postava typizovaná, jako že to je běžný hrozně. Takže se mi líbí, když je na tý postavě něco trošku záhadného, určitě, protože potom to toho diváka donutí se na to koukat dál..." (Barbora, 17).

Autorka se ptala respondentů, zda preferují pořady, ve kterých jsou hlavními postavami hrdinové stejného věku. Některé dívčí respondentky sdělily, že preferují, když jsou postavy ve stejném věku jako ony, protože se do nich mohou lépe vcítit. *"Jo, je to asi pro mě lepší. Um, protože se víc do nich dokážu vcítit,"* (Barbora, 13). Chlapcům to bylo ve většině jedno, nebo to nepreferují. Při otázce, zda je nějaká postava, se kterou se ztotožňují, všichni respondenti odpověděli, že momentálně ne nebo ne zcela. *"...tak třeba jsem se taky dívala na Euforii. A tam prostě od každé postavy něco tam jako bylo, něco, v čem bych se viděla, nebo v čem bych si řekla, jo, to chápu,"* (Ema, 15). Sedmnáctiletá respondentka Barbora přiblížila, proč se s nějakou postavou neztotožňuje, jelikož ji nepřijdou postavy autentické. *"Vlastně asi spíš ne, protože mám pak pocit, že dneska jako v té filmografii celkově v tom filmovém světě, že když třeba scénáře píšou jako starší lidi, tak potom ty postavy si jako mého věku vykreslují úplně jinak, než to jako skutečně je. A myslím si, že je hrozně těžký prostě napsat fakt postavu, která je autentická a jako reálná v tom našem věku..."*

Sledují obsah pro ně v Česku vyráběný?

Během rozhovoru se autorka ptala i na to, jestli respondenti sledují český obsah. Například Adéla ráda sleduje True Crime a proto ji v poslední době bavila Metoda Markovič. Dalším zmíněným seriálem byl Doktor Martin. *"...že se to na natáčí tady jakože u Zlína... v Karlovicích a tak. A prostě to vesnický prostředí a maloměstanské,"* Respondentka Adéla viděla i seriál Sex O'clock, který ji připomínal seriál Sex Education. *"Tak určitě mě bavilo, že takový seriál, který je víc otevřený sexuálnímu tématu a ukáže vlastně sex a sexuální návyky mezi mladýma, ale třeba i třeba drogy, jak to funguje vlastně z našeho pohledu. Vlastně se tam řeší i ta homosexualita a přijde mi, že se tomu naše česká audiovize teprve pomalu otevírá víc a víc, a to mě na tom bavilo,"*

Na otázku zda viděli nebo slyšeli o seriálech Adikts, TBH nebo Na záchodcích odpovídali spíše negativně. U TBH seriál ve většině neviděli ani neslyšeli. *"Ne, ale já znám podobný, kde hraje Jenna Ortega, tak to je jako akorát americká škola na ten je její vlastně život po tom, co to zažila hned na začátku filmu to bylo. Na to jsem se taky koukala,"* (Beata, 14). O seriálu Na záchodcích neslyšeli zejména kluci, a spíše by se ani nepodívali. *"Spíš ne. Moc mě to nezajímá, nemusím to vidět,"* (Tomáš, 15). Dívky o seriálu slyšely a i přesto, že si některé myslí, že je dobře, že takový obsah vzniká se na pořad nedívaly. *"... myslím si, že je to dobře,*

a chtěla bych aby takových seriálů bylo víc a víc. Protože by se o tom mělo více mluvit, aby ti lidi byli více viděni a slyšeni.” Seriál Adikts viděla Adéla, která u něj ocenila nové herecké tváře, ostatní respondenti o seriálu vůbec neslyšeli nebo jen málo. Autorka se dětí ptala i na druh obsahu, který podle nich v Česku chybí. *“Jestli spíš pro ty teenageři, tak taky klidně nějaký seriál dobřej, kdyby tady byl. Mohl by být nějakých taky problémech, třeba abychom se mohli jako na to podívat,”* (Ema, 15). Jediný respondent, který viděl všechny tři pořady byla sedmnáctiletá Barbora, která sleduje výhradně český obsah. *“Jakoby vyrostla jsem na tom a vlastně podle mě se od mojí generaci se docela liším, že hodně jako konzumuju ten český obsah no,”*

Co dělají na mobilu a sociálních sítích?

I projížděním sociálních sítí konzumujeme audiovizuální obsah. Proto se autorka zaměřila i na sociální sítě a mobilní telefony. Nejčastěji respondenti využívají Instagram. Sledují na něm krátká videa, komunikují s kamarády, pořizují fotky a následně je zveřejňují. *“Protože se na tom dokážu zabavit. Někdy když se třeba nudím nebo tak, tak je prostě dobré, že je v tom jako že asi všechno, jakože pro mladé lidi jako,”* řekl respondent Tomáš o Instagramu. Dále tráví čas sledováním videí na TikToku nebo Youtube. Ohledně krátkých videí sdělila Adéla, že je sleduje *“většinou na Instagramu nebo na TikToku ale to už tolik ne, jako třeba dřív. Mám pocit, že se to tam furt opakuje a taky mám pocit, že se na tom tvoří závislost. Už jsem si ho i několikrát smazala. Protože člověk je schopen na tom strávit hrozně moc času a ani o tom neví,”*. Zároveň je si vědoma riziku závislosti. Další aktivitou, která se často objevovala v odpovědích, je hraní her na mobilu. *“Projíždím Instagram, TikTok a když tak občas si zahraju nějakou tu hru,”* (Tomáš, 15).

Diskuse nad českým obsahem

Z rozhovorů vyplývá, že chlapci nesledují obsah, kde hlavními postavami jsou teenageři. Před tématy jako sexualita a dospívání chlapci preferují seriály a filmy odkazující k jejich koníčkům, kterými jsou nejčastěji sporty, auta a věci spojené s válkou, jako tanky a zbraně. To může být důvodem, proč chlapci neviděli ani jeden ze tří vybraných českých pořadů. Dívky naopak sledují obsah, kde hlavní roli hrají postavy podobného věku. Preferují romantické zápletky, jsou více otevřené tématům spojeným se sexem, drogami a duševním zdravím. I přesto většina dívek vybrané pořady neviděla, protože se jedná zejména o dívky mladšího věku a tyto tři vybrané pořady jsou vhodnější spíše pro starší teenagery, přesněji pro dívky kolem 17 let. Dalším problémem může být, že se pořady nedostanou do povědomí mladého diváka. Většina respondentů sleduje streamovací platformy jako Netflix, MAX nebo Disney+. Řešením

by mohlo být dodání těchto pořadů na platformy, na které jsou zvyklí, anebo naučit diváka chodit na iVysílání, čemuž může pomoci rozsáhlejší marketing. Marketingovou strategii iVysílání však tato práce nezkoumala, a proto se nabízí jako další zkoumání probírané problematiky.

Závěr

Autorka si v úvodu práce stanovila za cíl zjistit, jak by podle mladého publika ve věku 12–17 let měl vypadat audiovizuální obsah, který je pro ně zajímavý a chtějí ho konzumovat. Na základě rozhovorů s respondenty zní odpověď na tuto problematiku následovně. Obsah by měl mít žánr fantasy s postavami s nadpřirozenými schopnostmi, nebo být naopak založený na skutečné události s detektivními prvky. Pro dívky by v něm měly být silné nebojácné ženské postavy, které se nebojí si jít za svým cílem a pro chlapce by měl obsahovat chytrou a vtipnou mužskou postavu, která vyniká v nějakém dovednosti, ať už je to Sheldon a věda, nebo Paul Walker a řízení aut.

Chlapci zároveň ocení sportovní tematiku a dívky vzhledově atraktivní herce. Postavy nemusí být za každou cenu ve stejném věku, ale pokud být mají, musí být kladen důraz na autentické znázornění jejich chování, slovníku atd. I přes velký rozmach krátkých videí na sociálních sítích, by podle respondentů jeden díl seriálu měl trvat mezi půl hodinou až jednou hodinou. U filmu je požadovaná délka hodina a půl až dvě. Autoři by si měli dát dostatečnou pozornost na synopse a popisy pořadů, stejně jako na zajímavý vizuál, jelikož to hraje velkou roli, zda se mladý divák na pořad podívá či ne. Aby se obsah k divákům dostal, nejlépe by měl být umístěn na jednu z nejpopulárnějších VOD platforem, které používají. Jsou jimi například Netflix, MAX či Disney+. V otázce na českým obsahem se autorka už vyjádřila v diskuzi, avšak jedním z problémů, proč mladé české publikum na tento obsah nekouká je to, že se nedostane do jejich povědomí. U chlapců je zároveň problémem také to, že je tento obsah příliš nezajímá.

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

BLÁHOVÁ, Jindřiška. RESPEKT. Seriál TBH má dobře nakoukané americké vzory i mladou českou generaci [online]. 2022, 18.2.2022 [cit. 2024-06-28]. Dostupné z: <https://www.respekt.cz/kultura/serial-tbh-ma-dobre-nakoukane-americke-vzory-i-mladou-ceskou-generaci>

ČESKÁ TELEVIZE. IVysílání [online]. [cit. 2024-06-25]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/>

Česká Zetka Generace Z dospěla do produktivního věku. In: Www.ceskovdatech.cz [online]. 2018 [cit. 2024-06-06].

ECHO24. Mileniálové či generace Z končí. Nastupuje nejbohatší a superinformovaná Alfa [online]. 2023, 22.08.2023 [cit. 2024-07-15]. Dostupné z: <https://echo24.cz/a/Ha2jQ/zpravy-panorama-generace-alfa-nejbohatsi-superinformovana-vyzkum-paveda>

FAUGHNDER, Ryan. Gen Z spends half its waking hours on screen time. Here's the good and bad news for Hollywood. Los Angeles Times [online]. [cit. 2024-05-12]. Dostupné z: <https://www.latimes.com/entertainment-arts/business/newsletter/2022-04-12/gen-z-spends-half-its-waking-hours-on-screen-time-heres-the-good-and-bad-news-for-hollywood-the-wide-shot>

FLORES-MARQUEZ, Paola. Gen Zers are in charge on social media. EMARKETER [online]. 2024, 03.08.2024 [cit. 2024-05-12]. Dostupné z: <https://www.emarketer.com/content/gen-zers-charge-on-social-media>

FRIEDLAENDEROVÁ, Hana. ČTENÁŘ. TÉMA: Děti a čtení: Děti, volný čas a knížky [online]. 2017 [cit. 2024-07-15].

Gen Z and Gen Alpha Infographic Update. McCrindle [online]. [cit. 2024-05-05]. Dostupné z: <https://mccrindle.com.au/article/topic/generation-z/gen-z-and-gen-alpha-infographic-update/>

GREENLIGHT. Gen Z vs Gen Alpha: what's the difference? [online]. 2024, 09.04.2024 [cit. 2024-07-17]. Dostupné z: <https://greenlight.com/learning-center/fun-facts/gen-z-vs-gen-alpha>

HENDL, Jan. Kvantitativní, kvalitativní a smíšený výzkum. In: Kvalitativní výzkum: Základní metody a aplikace [online]. Portál, 2005, s. 45 - 63 [cit. 2024-07-26]. Dostupné z: https://dl1.cuni.cz/pluginfile.php/882806/mod_resource/content/1/06%20Hendl%2C%20J.%20-%20Kvalitativn%C3%AD%20v%C3%BDzkum%3B%2024-63.pdf

Jl.HLAVA. Na záchodcích [online]. [cit. 2024-06-28]. Dostupné z: <https://www.ji-hlava.cz/filmy/na-zachodcich>

MASTERCLASS. What's the Difference Between Middle-Grade Fiction vs. Young Adult Fiction? MasterClass [online]. 2021, 30.9.2021 [cit. 2024-06-11]. Dostupné z: <https://www.masterclass.com/articles/whats-the-difference-between-middle-grade-fiction-vs-young-adult-fiction>

Na záchodcích. ČESKÁ TELEVIZE. IVysílání [online]. [cit. 2024-06-28]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/porady/14191464239-na-zachodcich/>

NEŠPOR, Zdeněk R., ed. SOCIOLOGICKÝ ÚSTAV AV ČR, V.V.I. Generace. Sociologická encyklopedie [online]. 2020, 21. 9. 2020 [cit. 2024-05-05]. Dostupné z: <https://encyklopedie.soc.cas.cz/w/Generace>

NIELSEN. Děti ve věku 12–13 let komunikují s vrstevníky hlavně online, ze sítí tráví čas hlavně na tiktoku, říká studie dětí a nová média [online]. 2023, 23.11.2023 [cit. 2024-07-15]. Dostupné z: <https://www.nielsen-admosphere.cz/news/deti-ve-veku-12-13-let-komunikuji-s-vrstevniky-hlavne-online-ze-siti-travi-cas-hlavne-na-tiktoku-rika-studie-deti-a-nova-media>

PLEŠTIL, Martin. CINEPUR. Roztěkaní drogoví superhrdinové / Proč se (ne)dívat na seriál Adikts [online]. 2024, 17. 1. 2024 [cit. 2024-06-27]. Dostupné z: <https://www.cinepur.cz/rubriky/5365-roztekani-drogovi-superhrdinove-proc-se-ne-divat-na-serial-adikts>

Rozhovory s respondenty. 2024. [Přepsané a editorsky upravené rozhovory dostupné v soukromém archívu Johany Minářová společně s originální nahrávkou]

SALAO, Cole. TCK PUBLISHING. What Is Young Adult Fiction? Definition, Characteristics, and Examples [online]. [cit. 2024-06-11]. Dostupné z: <https://www.tckpublishing.com/young-adult-fiction/>

SCREEN VOICE BY AKTV. STUDIE NIELSEN: JAK TRÁVÍ ČESKÉ DĚTI A MLÁDEŽ VOLNÝ ČAS? [online]. 2021, 26.11.2021 [cit. 2024-07-15]. Dostupné z: <https://www.screenvoice.cz/aktuality/studie-nielsen-jak-travi-ceske-deti-a-mladez-volny-cas/>

TURNER, Anthony. The Journal of Individual Psychology, : Generation Z: Technology and Social Interest [online]. The University of Texas Press, 2015 [cit. 2024-05-06]

VOŘÍŠKOVÁ, Barbora. SEZNAM ZPRÁVY. Teenageři mají svůj progresivní seriál. Upřímnost TBH bude bavit i rodiče [online]. 2022, 22.2.2022 [cit. 2024-06-28]. Dostupné z: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/kultura-teenageri-maji-svuj-progresivni-serial-uprimnost-tbh-bude-bavit-i-rodice-189582>

Understanding Generation Z: Recruiting, Training and Leading the Next Generation [online]. 2019. McCrindle Research, 2019 [cit. 2024-05-05]. ISBN-13: 978-0-6486695-0-0.

What is Gen Z? McKinsey & Company [online]. 2023 [cit. 2024-07-10]. Dostupné z: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/mckinsey-explainers/what-is-gen-z>

ZABLOUDILOVÁ, Táňa. AKTUÁLNĚ.CZ. Recenze: Promarněná šance. Adikts se zapíší spíš jako úlet než dobrý seriál [online]. [cit. 2024-06-26]. Dostupné z: <https://magazin.aktualne.cz/kultura/adikts-serial-recenze/r~bda11b7ebabb11eea3c0ac1f6b220ee8/>

ZAVERI, Aayushi. Obsahová analýza vs. tematická analýza: Bližší pohled na analýzu. Mind the Graph [online]. 2023, 9.7.2023 [cit. 2024-07-29]. Dostupné z: <https://mindthegraph.com/blog/cs/analyza-obsahu-a-tematicka-analyza/>

ZDRAVÁ GENERACE. Roste počet dětí s problematickým užíváním sociálních sítí. [online]. 2023, 10.5.2023 [cit. 2024-07-16]. Dostupné z: <https://zdravagenerace.cz/report/socialni-site-a-gaming/>

SEZNAM PŘÍLOH

1. Ukázka rozhovoru s Adélou (17)

ADÉLA 17 let

Rozhovor vedený autorkou bakalářské práce Johanou Minářovou s respondentkou Adélou. Text editorsky upraven taktéž autorkou práce, originální znění k dispozici v soukromém archivu Johany Minářové. Rozhovor je respondentkou revidován a autorizován.

J: Prosím představ se. Stačí křestní jméno a věk.

A: Adéla Vavřínová 17 let.

J: Na jakou chodíš školu?

A: Nechodím do školy. Odešla jsem z prváku a pracuji na HPP v kavárně.

J: Je nějaký seriál nebo film, který jsi v poslední době viděla a líbil se ti?

A: Vracím se k jednomu a tomu samému seriálu a tím jsou Upíří deníky. To je taková moje klasika, kterou sleduju už od svých 13 let nebo například American Horror Story to tady sleduju od nějakých 12ti let a furt se k tomu vracím. Jinak takhle novější seriály jsem viděla nedávno Metodu Markovič, která mě velice bavila a zajímala z českého prostředí, a to je tak asi jediné.

J: Já bych se tě chtěla zeptat na ty jednotlivé seriály. Co tě baví na Upířích denících? Proč se k tomu furt vracíš?

A: Protože jsou tam velice atraktivní herci a protože takový to lehký nadpřirozeno, upíři, temnota, je to velice romantický a myslím si, že pro mladý holky hlavním důvodem jsou ty atraktivní postavy.

J: A u American Horror Story?

A: American Horror Story mě baví z toho důvodu, že jsou některé série založené na nějaký skutečný události a protože je to hororový a strašidelný a protože můj oblíbený herec je Evan Peters.

J: A u toho třetího českého? To by mě hodně zajímalo.

A: Protože mě baví true crime a baví mě vlastně historie vrahů a podívat se do zákulisí české historie, kdy vlastně v Česku jsme měli za vraha vlastně Hujera a podívat se jak vlastně fungoval celej ten proces toho vyšetřování a nakouknout vlastně i k nám ne jenom do zahraničí, kde lidi koukají třeba na Dahmera a takhle ale že i my máme za sebou něco takového.

J: Je třeba ještě nějaký český seriál nebo film, který by tě napadl, že se ti líbil?

A: Tý jo, teď jediný, na co čekám až vyjdou Vlasy. Ale jinak jsem něco novějšího asi neviděla.

J: A co tě na Vlasech zaujalo, že na to chceš vidět?

A: Protože mám sestru, co pracuje v rozhlasu a vím, že je to něco na co bych se chtěla podívat, třeba s ní.

J: Mohla bys popsat, jak vypadá tvoje oblíbená postava? Nebo jaký postavy jsou tvoje oblíbený?

A: Většinou záhadný a temný a většinou jsou to záporáci, kteří mají tmavý vlasy a světlé oči.

J: A preferuješ třeba ženský postavy?

A: Spíš muže bych řekla.

J: Máš třeba ráda, když jsou ty postavy ve tvém věku?

A: Ne, určitě ne. Určitě starší.

J: Viděla jsi Stranger Things?

A: Viděla.

J: A líbilo se ti to?

A: Bavilo mě to asi první 2 řady ale pak už mě to moc nebavilo. Na začátku mě bavilo to tajemno, ale v dalších řadách už jsme tak trochu věděli, co se bude dít a i ty postavy už byli starší a ten děj už byl takovej jinej možná i víc strašidelnější než záhadnej a tak mě to přestalo bavit.

J: Baví tě, když jsou mezi postavami nějaké vztahové zápletky?

A: Hmm určitě.

J: A když jsou ty vztahy romantický?

A: Třeba úplně nejradši mám, když se na začátku nenávidějí a postupně se do sebe zamilují. To mám nejraději.

J: Dokázala bys nějakو zobecnit nebo popsat témata, která tě baví, když se v pořadech objevují?

A: Určitě nejvíc vyhledávám horrory nebo true crime nebo naopak mám nejraději komedii.

J: Jaká je tvoje oblíbená komedie?

A: Nejraději mám asi naše Pelíšky, protože je to klasika, kterou si můžu pouštět furt dokola a bude mě to bavit.

J: Je nějaká postava, se kterou jsi se třeba ztotožnila?

A: Tý jo tak to asi vůbec.

J: Takže nemáš něco na co by ses dívala s tím, že tě baví prožívat to, co oni.

A: To jo, ale že bych teď měla něco, co by vystihovalo něco, co řeším taky nemám.

J: Popiš mi nějakou tvoji neoblíbenější postavu? Nebo kdo tě hned napadne?

A: Kdo mě hned napadne je Tate z American Horror Story z první série.

J: Proč zrovna on?

A: Nevim moc proč mě napadl zrovna on, ale je to pro mě jedna z těch atraktivnějších postav. Je to záporák, který by asi správně neměl přitahovat lidi nebo aby divák s ním nějak soucítil, ale nějakým způsobem jsem si na něj hned vzpomněla, protože to byl asi oficiálně můj první crush od malička.

J: Jaké postavy bys chtěla častěji vidět?

A: Asi určitě by mě určitě bavil nějaký nový seriál s tematikou těch upírů, protože to tady dlouho nebylo něco novějšího. Jinak mě nic nenapadá.

J: Napadá tě nějaký seriál nebo film, který by si chtěla v český verzi?

A: No třeba zrovna ty Upíří deníky ale teda nevím, jestli by to v česku bylo tak dobrý. Teda spíš se toho obávám. Ale je pravda, že jsem viděla nedávno Sex O'clock a to mě třeba dost překvapilo, že mi přišlo, že to bylo hodně podobný Sex Education a byla jsem příjemně překvapená

J: Řekni mi, co tě na Sex O'clock bavilo.

A: Tak určitě mě bavilo, že takový seriál, který je víc otevřený sexuálnímu tématu a ukáže vlastně sex a sexuální návyky mezi mladýma ale třeba i třeba drogy, jak to funguje vlastně z našeho pohledu. Vlastně se tam řeší i ta homosexualita a přijde mi, že se tomu naše česká audiovize teprve pomalu otvírá víc a víc, a to mě na tom bavilo.

J: Nevadilo ti, třeba že se Sex O'Clock tváří, jako seriál pro mladé, ale vlastně se tam hodně řeší dospělí?

A: Asi mi to přišlo úplně v pohodě.

J: Kde sleduješ ty seriály a filmy?

A: Většinou Netflix, HBO a když jde o český obsah, tak třeba na ČT, kde jsem třeba sledovala ADIKTS ted'ka, nebo různě po internetu, kde mě to navede.

J: Zmínila jsi ADIKTS, Chtěla bych se tě zeptat, co se ti na tom líbilo. Začínám, co se ti na tom líbilo?

A: Tak, líbilo se mi, že to mělo vlastně opět takový, bych řekla, zahraniční nádech. Bylo to něco tak jako zvláštní, jinak podaného, natočeného mi přišlo. A určitě i obsazení herců se mi líbilo, že vlastně vybrali tváře, který jsme jen tak nikdy neměli možnost vidět. A pokud jo, tak jsou to herci třeba z divadla nebo takhle. A bylo to vlastně i tím něco nového, nějaký nový přínos.

A co se mi líbilo, tak opět náhled do světa drog, jak k tomu lidi lehce můžou přijít. A že to mělo i takovou vlastně, bych řekla, nějakou hlubokou myšlenku, třeba nebo ukázkou toho, že opravdu lidi, který třeba v životě pění napadlo, že něco budou brát, tak jen tak něco jednou zkusíš a už se z toho jen tak nedostaneš. Celkově to přátelství mezi těma lidmi, co byly spolužáci, mě bavilo. A tak i náhled do toho vlastně učitelství, nebo do toho mezi těma pedagogy, jak to fungovalo, tak to bylo takový zajímavý.

J: Řešila se tam docela dost sexualita.

A: Jo jo jo to taky.

J: Bylo to poprvé, co jsi se potkala s asexualitou nebo už jsi věděla, co asexualita je?

A: Už jsem věděla.

J: Vy bavíš si, že bys takovou postavu už viděla? Co je asexuální?

A: Tý jo to asi né no.

J: Bavila tě ta stránka seriálu se super schopnostmi?

A: Určitě. Určitě to bylo něco, co mě zaujalo. Že vlastně oni to podali, že vlastně mají super schopnosti ale v realitě to tak nebylo a že lidi drogy romantizují, ale že to ve výsledku tak není.

J: Když jsi viděla Adikts, viděla jsi i TBH?

A: Neviděla ani jsem o tom neslyšela.

J: Je to vlastně o český škole, kde probíhá střelecký útok.

A: Aha, hm tak to zní zajímavě. Na to bych se podívala.

J: Viděla jsi nebo slyšela jsi o pořadu Na záchodcích?

A: Slyšela, dokonce jsem viděla na to ukázky, ale neviděla jsem to.

J: A proč jsi se rozhodla na to nepodívat?

A: Asi mě to úplně nezaujalo. Možná jsme neměla čas, nebo jsem si řekla, že se k tomu vrátím a zapomněla. Nevím.

J: Myslíš si, že pořady, kde se řeší taková témata, jako první sex nebo menstruace jsou důležité?

A: Určitě jo, myslím si, že je to dobře, a chtěla bych aby takových seriálů bylo víc a víc. Protože by se o tom mělo více mluvit, aby ti lidi byli více viděni a slyšeni.

J: Podle čeho se rozhoduješ na co se budeš koukat?

A: Většinou si čtu, co je u toho napsanýho. Ale musí mě to zaujmout i vizuálem. Plakát, náhled, cokoliv. Třeba u Adikts jsem to tak měla. Tam mě zaujal vizuál, zároveň miluju režiséra Adama Sedláka, takže jsem věděla, že mě to bude bavit, ale tam mě teda zaujal plakát.

J: A co z toho vizuálu, tě zaujalo?

A: Určitě barvičky.

J: Jaká je podle tebe ideální délka jedné epizody seriálu.

A: Já jsem klidně schopná koukat na 40 minut a budu spokojená.

J: A u filmu?

A: Klidně hodina a půl. A nedělají mi problémy ani delší. Byla jsem na Oppenheimerovi a na Avatarovi a bavilo mě to.

J: Na čem sleduješ ty pořady? Myslím zařízení?

A: Něco na televizi, protože tam mám přístup na Netflix a HBO, ale zapnu si to klidně i na mobilu, když někam třeba jedu. Anebo zadám do safari a tam si přímo vyhledávám ty platformy.

J: Sleduješ nějaký Youtubery?

A: Sleduju jenom jednoho a to Fatty Pillow , protože mě baví jeho obsah. Většinou jeho vtipný video o tom, co. Zažil nebo nezažil a nebo vlogy z Ameriky.

J: Co nejčastěji děláš na svém mobilu?

A: Fotím a upravuji fotky. A sdílím to pak na Instagram a hodně chatuji s kamarády

J: Co je tvoje nejoblíbenější sociální síť?

A: Instagram, protože je tam všechno, chat, videa, upravování fotek, filtry. Všechno co potřebuju.

J: Sleduješ krátký videa? A na jaký platformě?

A: Jo sleduju, většinou na Instagramu nebo na TikToku ale to už tolik ne, jako třeba dřív. Mám pocit, že se to tam furt opakuje a taky mám pocit, že se na tom tvoří závislost. Už jsem si ho i několikrát smazala. Protože člověk je schopný na tom strávit hrozně moc času a ani o tom neví.

J: Dokázala by sis představit, že nemáš telefon?

A: Myslím si, že by to bylo složité ale asi bych si to dokázala představit.

J: Čteš knížky?

A: Čtu.

J: A jaký žánry?

A: Detektivky. Protože mě to baví, to že nevím, co se stane, to napětí. A poslouchám teď hodně i Opravdové zločiny.