

AKADEMIE MÚZICKÝCH UMĚNÍ V PRAZE

**FILMOVÁ A TELEVIZNÍ FAKULTA**

Filmové, televizní a fotografické umění a nová média

Produkce

**DIPLOMOVÁ PRÁCE**

**ZÁVISLOSTNÍ CHOVÁNÍ JAKOŽTO ODVRÁCENÁ TVÁŘ  
AUDIOVIZUÁLNÍHO PRŮMYSLU**

**Zuzana Tichá**

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

Oponent práce:

Datum obhajoby:

Přidělovaný akademický titul: MgA.

Praha, 2019

ACADEMY OF PERFORMING ARTS IN PRAGUE

**FILM AND TV SCHOOL**

Film, Television, Photographic Arts and New Media

Producing

**MASTER'S THESIS**

**ADDICTIVE BEHAVIOR AS THE DARK SIDE OF THE  
AUDIOVISUAL INDUSTRY**

**Zuzana Tichá**

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

Thesis Opponent:

Date of Thesis Defense:

Degree Granted: MgA.

Prague, 2019

## **Prohlášení**

Prohlašuji, že jsem magisterskou práci na téma

Závislostní chování jakožto odvrácená tvář audiovizuálního průmyslu

vypracovala samostatně pod odborným vedením vedoucího práce a s použitím uvedené literatury a pramenů.

Praha, dne 26. 8. 2019

podpis diplomantky

## **Upozornění**

Využití a společenské uplatnění výsledků diplomové práce, nebo jakékoliv nakládání s nimi je možné pouze na základě licenční smlouvy, tj. souhlasu autora a AMU v Praze.



## **Abstrakt:**

Diplomová práce s názvem *Závislostní chování jakožto odvrácená tvář audiovizuálního průmyslu* si klade za cíl popsat problematiku oficiálně uznaných i spekulovaných digitálních závislostí a poukázat na jejich souvislost s audiovizuálním prostředím. Práce se zabývá typologií i klasifikací závislostního chování a následně popisuje jeho konkrétní formy, přičemž se zaměřuje na ty, které mají charakter digitálních a online aktivit. Specifické mechanismy závislostního chování jsou pak uvedeny do kontextu s působením v audiovizuální oblasti. V neposlední řadě práce za použití dotazníkového šetření zjišťuje míru povědomí o nahlíženém tématu v rámci komunity Filmové a televizní fakulty AMU, tedy mezi stávajícími i budoucími profesionály audiovizuálního průmyslu.

## **Abstract:**

The diploma thesis, entitled *Addictive Behavior as The Dark Side of The Audiovisual Industry*, sets out a goal to describe the issue of officially recognized as well as speculative digital addictions, and to identify their connection to the audiovisual environment. The thesis addresses the typology and classification of addictive behavior and subsequently describes its specific forms, concentrating on digital and online ones. Specific mechanisms of addictive behavior are then contextualized with the audiovisual industry environment. Last but not least, by the use of a questionnaire the thesis inquires into the scope of awareness of the stated topic within the community of The Film and TV School of the Academy of Performing Arts, therefore among the current and future professionals of the audiovisual industry.

## **Poděkování:**

V první řadě bych ráda poděkovala doc. Ivanovi Tomkovi za vedení této práce a sdílení řady cenných rad a podnětů. Dále děkuji Matyášovi, Gabriele, Kačence a Ele za ochotu, jíž mě zahrnuli. V neposlední řadě patří můj dík všem, kteří se mnou na téma závislostního chování dlouze debatovali, a těm, kteří si vyhradili čas na vyplnění dotazníku.

## OBSAH

1. ÚVOD.....	9
2. POJEM ZÁVISLOST.....	11
2.1. Stanovení diagnózy podle Marka Griffithse .....	11
2.2. Stanovení diagnózy podle Americké psychiatrické společnosti .....	12
2.3. Stanovení diagnózy podle Světové zdravotnické organizace .....	15
2.4. Další kategorie behaviorálních závislostí.....	16
3. DIGITÁLNÍ ZÁVISLOSTI .....	17
3.1. Fenomény související s digitálními závislostmi .....	17
3.1.1. Nomofobie – smartphone stále na dosah.....	17
3.1.2. Phubbing – smartphone jako společník .....	20
3.1.3. Internet – komponenta digitální závislosti .....	21
3.2. Aspekt konzumace.....	26
3.2.1. Netflix.....	27
3.2.2. YouTube .....	30
3.3. Aspekt propojení .....	33
3.3.1. Kouzlo sociální sítě.....	34
3.3.2. Lajk a identita .....	35
3.3.3. Týdenní detox .....	37
3.4. Hraní her.....	39
3.4.1. Prvky závislosti .....	40
3.4.2. World of Warcraft .....	41
3.4.3. Restart.....	43
4. NÁVYKOVOST A AUDIOVIZUÁLNÍ PRŮMYSL.....	45
4.1. Přizpůsobování obsahu .....	46
4.2. Marketing .....	48
4.3. Dopad na jednotlivce.....	51
5. DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ .....	54
5.1. Forma dotazníku.....	55

5.1.1.	Uvažované podoby dotazníku .....	57
5.2.	Výsledky šetření .....	58
5.2.1.	Povědomí o pojmech .....	58
5.2.2.	Nadměrné používání .....	59
5.2.3.	Rizikovost.....	60
5.2.4.	Sebereflexe .....	61
5.3.	Zhodnocení.....	62
6.	ZÁVĚR .....	63
7.	SOUPIS POUŽITÝCH PRAMENŮ .....	65
7.1.	Literatura .....	65
7.2.	Elektronické články .....	65
7.3.	Webové stránky .....	71
7.4.	Video .....	72



## 1. ÚVOD

Ve Spojených státech se od poloviny 20. let do poloviny 50. let minulého století objevilo v prodejnách s obuví více než 10 000 pedoskopů. Šlo o zařízení, která fungovala na principu rentgenu a umožňovala lidem prohlédnout si jejich vlastní kosti, přičemž celý trend byl dílem samotných prodejců - zákazníkům bylo podsouváno, že pokud služby nevyužijí a snímek kostí sobě nebo svým dětem nepořídí, riskují, že jim boty nebudou sedět, a můžou si tak zadělat na zdravotní potíže. Nemluvě o tom, že peníze, které do nákupu investují, utratí zbytečně. Přístroje byly velmi oblíbené zejména u dětí, kterým pochopitelně přišlo sledování vlastních kostí nesmírně vzrušující. Škodlivost elektromagnetického záření začala být lidem po celém světě známá až po svržení atomových bomb na Hirošimu a Nagasaki v roce 1945. V roce 1950 pak bylo publikováno měření pedoskopů, které prokázalo, že míra záření byla obrovská a že - zejména pro děti - představovalo používání zařízení nepředstavitelné zdravotní riziko. Mrazivým uzavřením příběhu pak je, že od této chvíle trvalo ještě více než 20 let, než z prodejen přístroje úplně vymizely. Manfred Spitzer, který výše popsanou kauzu uvedl v knize *Digitální demence*<sup>1</sup>, v souvislosti s technickým pokrokem píše: „Nejsem [nepřítelem technického pokroku], jen jsem zastáncem toho, abychom byli - co se nové techniky týče - opatrní.“

Rozvoj digitálních technologií nabral s rozvojem internetu značně rychlý spád. Během jediného dne lidé nakupují statisíce počítačů či tabletů, pořizují miliony mobilních telefonů a posílají stovky miliard emailů. Během jediné minuty pak prostřednictvím internetu proběhne skoro 200 000 Skype hovorů a sociální sítě se každou vteřinou rozrůstají o neuvěřitelné množství příspěvků - na Instagram přibude co vteřinu skoro tisícovka nových fotek, v případě Twitteru znamená každá vteřina více než 8,5 tisíce nových postů.<sup>2</sup>

Digitální technologie se zkrátka staly důležitou součástí našich životů, a to ať už jsme aktivními uživateli rozličných zařízení či aplikací, nebo „jen“ těmi, kdo do nich sice zainteresováni nejsou, ale pohybují se v prostředí, které je jimi prodchnuté. Možnosti digitálního světa do způsobu našeho fungování nepochybně

---

<sup>1</sup> SPITZER, Manfred. *Digitální demence: jak připravujeme sami sebe a naše děti o rozum*. Brno: Host, 2014. ISBN 978-80-7294-872-7.

<sup>2</sup> Internet World Stats. Miniwatts Marketing Group [online]. 2019 [cit. 2019-08-08]. Dostupné z: <https://www.internetworldstats.com/stats.htm>

přinášejí řadu benefitů, díky kterým náš život může být kvalitnější, narážíme však i na jejich stinné stránky - např. v podobě návykovosti, kterou jejich využívání může způsobovat.

Jak již název práce napovídá, následující kapitoly se budou zabývat právě závislostním chováním ve spojitosti s digitálními technologiemi a jeho návazností na audiovizuální průmysl. Ten je totiž oblastí, ve které jsou návykové<sup>3</sup> mechanismy přímo produkovány, používány jako pracovní nástroje a zároveň navázány i na osobní život a sociální okolí v něm pracujících jednotlivců.

Cílem práce je poskytnout přehled aktuálních klasifikačních přístupů, představit konkrétní termíny a aktivity, které jsou v souvislosti s digitálními závislostmi diskutované, a celou problematiku posléze vztáhnout na audiovizuální průmysl. S ohledem na poslední bod je součástí práce i případová studie projektu *Zapomenutá válka* a šetření, které zjišťuje, jak je problematika digitálních závislostí vnímána na Filmové a televizní fakultě AMU.

---

<sup>3</sup> Pozn.: Návykové či potenciálně návykové - v dalších kapitolách bude rozvedena problematika uznanosti vs. neuznanosti používaných pojmů.

## 2. POJEM ZÁVISLOST

Závislost můžeme definovat jako komplexní poruchu, jejíž základní diagnostickou charakteristikou je opakované nutkání užít látku nebo oddávat se určitému chování navzdory negativním důsledkům. Fyzickou závislostí se rozumí stav, kdy psychoaktivní látky v tělech lidí vyvolávají určité fyziologické procesy, kvůli čemuž se lidé na daných látkách stávají závislími. Psychickou nebo behaviorální závislostí se pak rozumí stav, kdy lidé vykazují prvky závislostního chování k určitým činnostem.<sup>4</sup>

Kromě pojmu „behaviorální závislost“ se rovněž můžeme setkat s označeními „nelátkové závislosti“, „nechemické závislosti“, „nedrogové závislosti“, „závislosti bez substancí“, „závislosti na procesech“ a dalších.<sup>5</sup>

### 2.1. Stanovení diagnózy podle Marka Griffithse

Při stanovení diagnózy je podle Marka Griffithse<sup>6</sup> nezbytné vycházet z přítomnosti šesti základních komponent behaviorálních závislostí:

#### 1) Salience

Aktivita se stává zcela zásadní (popř. nejdůležitější) aktivitou v životě jedince a dominuje v jeho myšlení, pocitech a chování. Jedinec tráví většinu času jejím vykonáváním či přemýšlením nad ní. Pokud jedinec zrovna aktivitu fyzicky nevykonává, myslí na to, kdy ji znovu vykonávat bude.

#### 2) Změna nálady

V návaznosti na zahájení vykonávání určité činnosti jedinec cítí změnu nálady, tj. pociťuje rozkoš, úlevu, nabuzenost aj.

---

<sup>4</sup> HOLLEN, Kathryn H. Encyclopedia of addictions. Westport, Conn.: Greenwood Press, 2009. ISBN 03-133-4741-7.

<sup>5</sup> VACEK, Jaroslav a Petra VONDRÁČKOVÁ. Závislosti na procesech. Klinická adiktologie. Praha: Grada Publishing, 2015, s. 513-527. Psyché (Grada). ISBN 978-80-247-4331-8.

<sup>6</sup> GRIFFITHS, Mark. Behavioural addiction: an issue for everybody?. Employee Counselling Today [online]. 1996, 8(3), 19-25 [cit. 2019-06-30]. Dostupné z: [https://www.researchgate.net/publication/233809226\\_Behavioural\\_addictions\\_An\\_issue\\_for\\_everybody](https://www.researchgate.net/publication/233809226_Behavioural_addictions_An_issue_for_everybody)

### 3) Tolerance

Původní příval blaženosti související s vykonáváním určité aktivity zůstává stejně intenzivní, jen pokud je míra vykonávání aktivity zvyšována. Jinými slovy - osoba potřebuje čím dál tím více aktivity než na začátku. Např. patologický hráč bude postupně zvyšovat vsazené částky, neboť původní suma mu přestane k dosažení změny nálady stačit.

### 4) Abstinenční příznaky

Pokud dojde k přerušení či snížení aktivity, jedinec pociťuje syndrom z odnětí, tj. smutek, náladovost, podrážděnost aj.

### 5) Konflikt

Vykonávání aktivity přináší do života jedince konflikty s okolím (interpersonální konflikt) či sebou samým (intrapsychický konflikt). V případě interpersonálních konfliktů se jedná např. o konflikty vzniklé ve vztahu nebo zaměstnání, u intrapsychických konfliktů mluvíme např. o pocitu ztráty kontroly nebo výčitkách svědomí. Vytrvalé upřednostňování krátkodobého uspokojení a úlevy vede k nevíravosti vůči škodlivým konsekvencím a dlouhodobému poškození, které v důsledku potřebu vykonávat závislostní aktivitu opět zvyšují.

### 6) Relaps

Návratovost - tendence navrátit se do extrémních poloh po období abstinence. I po mnoha letech abstinence je jedinec k závislostní aktivitě náchylný a je pro něj velmi jednoduché navrátit se k původním vzorcům chování.

## **2.2. Stanovení diagnózy podle Americké psychiatrické společnosti**

V roce 2013 vydala Americká psychiatrická společnost (APA) pátou verzi *Diagnostického a statistického manuálu duševních poruch* (DSM-5). Publikace slouží jako přehled diagnóz duševních poruch a souvisejících problémů a onemocnění.

Všechny závislosti jsou dle aktuální verze manuálu zařazeny do kategorie *Užívání drog a závislostní chování*, do které kromě závislostí látkových spadají i závislosti nelátkové - konkrétně jediná uznaná, kterou je patologické hráčství (*gambling disorder*). Závislost na online hrách (*internet gaming*) je sice zmíněna v příloze manuálu s poznámkou, že je určena pro další výzkum, ale plnohodnotně uznána zatím nebyla.<sup>7</sup>

DSM-5 definuje patologické hráčství prostřednictvím níže uvedených charakteristických rysů<sup>8</sup>, které jsou přítomné nejméně v uplynulých 12 měsících, přičemž 2 až 3 přítomné projevy značí mírnou závislost, 4 až 5 střední závislost a 6 a více závislost silnou.<sup>9</sup>

### **Osoba vykazující rysy patologického hráčství podle DSM-5:**

- Má potřebu hrát s čím dál vyššími finančními obnosy za účelem zachování kýženého vzrušení (tolerance);
- Pociťuje neklid či podrážděnost při omezení nebo ukončení hraní;
- Opakovaně vyvíjí snahu mít hraní pod kontrolou, omezit jej či s ním úplně přestat;
- Je hraním často zaneprázdněna (pokud jej přímo nevykonává, alespoň o něm přemýšlí - má jej neustále na paměti);
- Hraje v krizových chvílích (beznaděj, provinilost, úzkost);
- Vrací se k hraní, aby vyrovnala předchozí neúspěch (poté, co prohraje, se velmi často k aktivitě vrátí s myšlenkou vykompenzovat dluh dalším pokusem);
- Lže o míře hraní, a to jak navenek, tak vnitřně;

---

<sup>7</sup> Internet Gaming Disorder. American Psychiatric Association [online]. 2013 [cit. 2019-06-30]. Dostupné z: <https://bit.ly/2XbtP2b>

<sup>8</sup> Diagnostic and statistical manual of mental disorders DSM-5tm. 5th ed. Washington, DC: American Psychiatric Publishing, 2013. ISBN 978-0-89042-555-8.

<sup>9</sup> VACEK, Jaroslav a Petra VONDRÁČKOVÁ. Závislosti na procesech. Klinická adiktologie. Praha: Grada Publishing, 2015, s. 513-527. Psyché (Grada). ISBN 978-80-247-4331-8.

- Ohrožuje či opouští důležité osobní a pracovní vztahy nebo významné příležitosti kvůli hraní;
- V tíživé finanční situaci způsobené hraním se spoléhá na pomoc ostatních.

### **Osoba vykazující rysy závislosti na online hrách podle DSM-5:**

- Neustále se zabývá myšlenkami na online hraní (jedinec přemýšlí nad odehranými hrami nebo očekává pokračování - online hraní se stalo nejvýznamnější aktivitou každodenního života);
- Pociťuje abstinční příznaky, pokud nemůže hrát (typicky jde o podrážděnost, úzkost nebo smutek - klasické fyzické příznaky však nebyly prokázány);
- Potřebuje hraním strávit delší časový úsek, než který jí stačil dříve (tolerance);
- Podnikla neúspěšné pokusy se v míře hraní kontrolovat;
- Ztratila zájem o své předchozí koníčky (s výjimkou hraní);
- Pokračuje s nadměrným online hraním navzdory povědomí o riziku somatických či psychických problémů;
- Neposkytuje okolí pravdivé informace ohledně času stráveného hraním;
- Hraje, aby utekla problémům nebo se dostala ze špatné nálady (beznaděj, provinilost, úzkost);
- Ohrožuje či opouští důležité osobní a pracovní vztahy nebo významné příležitosti kvůli hraní.

### 2.3. Stanovení diagnózy podle Světové zdravotnické organizace

V červenci 2018 vydala Světová zdravotnická organizace (WHO), mezinárodní organizace patřící pod systém Organizace spojených národů, která sdružuje 194 států, 11. revizi *Mezinárodní klasifikace nemocí (MKN-11)*. MKN-11 byla v květnu letošního roku předložena na 72. zasedání Světového zdravotnického shromáždění v Ženevě a v platnost vstoupí v lednu roku 2022.<sup>10</sup>

Předchozí verze *Mezinárodní klasifikace nemocí (MKN-10)*, schválená v květnu 1990, již pracuje s pojmem *Patologické hráčství (F63.0)*, spadajícím do kategorie *Nutkavé a kompulzivní poruchy (F63)*.<sup>11</sup>

11. revize MKN patologické hráčství (*Gambling disorder*<sup>12</sup>, 6C50) nově zařazuje pod *Poruchy v souvislosti se závislostním chováním (Disorders due to addictive behaviours)* a dává vzniknout zcela nové jednotce, kterou je *Herní porucha - závislost na hraní her (Gaming disorder, 6C51)*. Ta se dále dělí na offline či online podobu (*Gaming disorder, predominantly online, 6C51.0; Gaming disorder, predominantly offline, 6C51.1*).

Do kategorie *Poruchy v souvislosti se závislostním chováním* zároveň spadají i hlouběji nespecifikované jednotky *Ostatní poruchy v souvislosti se závislostním chováním (Other specified disorders due to addictive behaviours, 6C5Y)* a *Poruchy v souvislosti se závislostním chováním, nespecifikováno (Disorders due to addictive behaviours, unspecified, 6C5Z)*.<sup>13</sup>

---

<sup>10</sup> WHO releases new International Classification of Diseases (ICD 11). WHO [online]. 2018 [cit. 2019-06-30]. Dostupné z: [https://www.who.int/news-room/detail/18-06-2018-who-releases-new-international-classification-of-diseases-\(icd-11\)](https://www.who.int/news-room/detail/18-06-2018-who-releases-new-international-classification-of-diseases-(icd-11))

<sup>11</sup> ICD-10: verze 2016. WHO [online]. 1990 [cit. 2019-06-30]. Dostupné z: <https://icd.who.int/browse10/2016/en>

<sup>12</sup> Pozn.: České překlady zatím nebyly stanoveny, proto jsou v textu ponechána i anglická označení.

<sup>13</sup> ICD-11 for Mortality and Morbidity Statistics: verze 2019. WHO [online]. 2018 [cit. 2019-06-30]. Dostupné z: <https://icd.who.int/browse11/l-m/en>

**Poruchy v souvislosti se závislostním chováním definuje MKN-11 následovně:**

- Potíže v kontrole užívání látky (počátek, frekvence, intenzita, délka, ukončení, kontext činnosti);
- Narůstající upřednostňování činnosti před ostatními zájmy a každodenními aktivitami;
- Pokračování či zvyšování míry vykonávání činnosti navzdory přítomnosti negativních důsledků;
- Vzorec chování je natolik závažný, že poškozuje osobní, rodinné, sociální, vzdělávací, profesní či jiné důležité oblasti fungování.

#### **2.4. Další kategorie behaviorálních závislostí**

Adam Alter ve své publikaci *Neodolatelné* zmiňuje, že DSM-5 sice oficiálně uznal patologické hráčství jako behaviorální závislost, ale že jiné zásadní behaviorální závislosti byly opomenuty, neboť nepřitáhly dostatečný akademický zájem.<sup>14</sup> Ačkoliv APA činnosti, jako je cvičení, smartphony nebo závislost na práci za behaviorální závislosti nepovažuje, mají podle Altera dopad na tisíce životů.<sup>15</sup>

S rozvojem konzumní společnosti, digitálních technologií a s orientací na výkon se v současné době mluví v souvislosti s behaviorálními závislostmi zejména o následujících kategoriích<sup>16</sup>:

- Technologické závislosti (počítače, internet, hry, mobily, televize, hudba);
- Závislost na nakupování;
- Závislost na práci;
- Závislost na cvičení.

---

<sup>14</sup> Pozn.: Kniha *Neodolatelné* vyšla v roce 2017, vývoj MKN-11 tudíž nereflektuje.

<sup>15</sup> ALTER, Adam. *Neodolatelné*. 1. Česká republika: Host, 2018. ISBN 9788075774606.

<sup>16</sup> VACEK, Jaroslav a Petra VONDRÁČKOVÁ. *Závislosti na procesech*. Klinická adiktologie. Praha: Grada Publishing, 2015, s. 513-527. *Psyché* (Grada). ISBN 978-80-247-4331-8.



### 3. DIGITÁLNÍ ZÁVISLOSTI

Následující kapitoly této práce budou soustředěny na problematiku technologických závislostí, přičemž akcentovány budou především ty, se kterými se můžeme setkat v kontextu digitálního a onlinového prostředí.

#### 3.1. Fenomény související s digitálními závislostmi

##### 3.1.1. Nomofobie – smartphone stále na dosah

Onlinové vydání Cambridžského slovníku (*Cambridge Dictionary*) nechává každoročně hlasovat své fanoušky o tzv. „slovu roku“ (*The People’s Word*). Jedná se o událost, kdy editoři platformy vytvoří výběr několika slov, která podle nich v uplynulém roce nejvíce rezonovala společností, a vyzvou veřejnost, aby zvolila, které z nich bude vítězné. Výrazy, které byly vybrány za rok 2018, byly tyto: *ecocide* (ničení přírody nebo její těžké poškození), *gender gap* (genderové rozdíly a problémy s nimi související), *no-platforming* (znemožnění prezentace cizích názorů na veřejnosti, pokud jsou tyto názory vyhodnoceny jakožto nebezpečné či nepřijatelné) - a *nomophobia*.

Pojem nomofobie vznikl univerbizací anglických slov „no mobile phone phobia“ a značí strach, že náš mobilní telefon nebude v dosahu nebo že jej z nějakého důvodu nebudeme moct použít. Ačkoliv byl pojem *nomophobia* zařazen do Cambridžského slovníku již v roce 2016 a pro úzkostné stavy v souvislosti s absencí mobilního telefonu byl používán i po celou poslední dekádu<sup>17</sup>, stal se vítězným slovem roku 2018. Server Cambridge Dictionary zveřejnil výsledky soutěže s komentářem: „Vaše volba, nomofobie, nám dává najevo, že lidé na celém světě pravděpodobně zažívají tento typ úzkosti natolik, až se zjistilo, že potřebuje jméno!“<sup>18</sup>

---

<sup>17</sup> 66% of the population suffer from Nomophobia the fear of being without their phone. Securenvoy [online]. 2012 [cit. 2019-08-05]. Dostupné z: <https://www.securenvoy.com/en-gb/blog/66-population-suffer-nomophobia-fear-being-without-their-phone>

<sup>18</sup> The People’s Word of 2018. Cambridge Dictionary [online]. 2018 [cit. 2019-08-05]. Dostupné z: <https://dictionaryblog.cambridge.org/2018/11/29/the-peoples-word-of-2018/>

Že palčivost v souvislosti s nomofobií bobtná, ukazuje i letošní studie společnosti BankMyCell<sup>19</sup>, která vykresluje fenomén závislostního chování ve spojitosti s používáním chytrých telefonů v číslech. Studie uvádí, že průměrný uživatel svůj chytrý telefon zkontroluje 63krát denně. Za předpokladu, že by takový uživatel spal průměrně 8 hodin denně a 16 hodin byl vzhůru, telefon by tak kontroloval přibližně každou čtvrt hodinu. V případě, že by však jedinec např. vykonával 8 hodin denně takové zaměstnání, kde telefon nemá po ruce, a měl by ho k dispozici jen ve zbylých 8 hodinách, by se u něj frekvence kontrolování telefonu zvýšila na dvojnásobek - svůj chytrý telefon by kontroloval přibližně každých 8 minut.

V rámci studie je pozoruhodná také statistika počtu dotyků, které průměrný uživatel svému mobilu věnuje. Řeč je zde o „potáhnutí prstem“ (*swipe*), „klepnutí“ (*tap*) a „kliknutí“ (*click*), přičemž průměrný uživatel tyto pohyby vykoná 2617krát denně. Pokud je průměrný člověk vzhůru 16 hodin denně, jeden ze zmíněných pohybů provádí přibližně co 22 vteřin.

87 % uživatelů chytrého telefonu použije své zařízení do hodiny po probuzení nebo bezprostředně předtím, než jde spát (v rámci 1 hodiny před uložením se ke spánku). 69 % uživatelů pak po probuzení zkontroluje svůj telefon do 5 minut.

Studie rovněž přináší data ohledně samotné doby strávené na telefonu. V případě mobilních telefonů jsou to v letošním roce průměrně 2 hodiny a 51 minut denně. Za předpokladu, že by tento čas uživatel denně věnoval svému mobilnímu telefonu celkově 50 let, stráví jeho používáním v součtu bezmála 6 let svého života.

Adam Alter v knize *Neodolatelné*<sup>20</sup> popisuje své rozmluvy s Kevinem Holeshem, autorem aplikace *Moment - Screen Time Control*, která měří čas strávený používáním chytrého telefonu. Podle Holeshe je průměrná denní doba strávená sledováním displeje smartphonu něco pod 3 hodiny, smartphone jako takový pak uživatel vezme do ruky průměrně 39krát denně. Holesh však upozorňuje na to, že do statistiky jsou zahrnuti jen uživatelé aplikace *Moment* a

---

<sup>19</sup> Smartphone addiction facts & Phone usage statistics: The definitive Guide (2019 Update). bankmycell [online]. 2019 [cit. 2019-08-05]. Dostupné z: <https://www.bankmycell.com/blog/smartphone-addiction/>

<sup>20</sup> ALTER, Adam. *Neodolatelné*. 1. Česká republika: Host, 2018. ISBN 9788075774606.

že jde o jedince, které jejich vztah k telefonu znepokojuje, a proto aplikaci vyhledali a začali ji používat. Stále však podle něj existují miliony uživatelů smartphonů, kteří si nadužívání neuvědomují nebo je skutečnost, že by jejich vztah s telefonem mohl být nezdravý, zkrátka nezajímá.

Na svém webu Holesh uvádí, že čas, který uživatelé aplikace *Moment* denně ušetří, což je přibližně 1 hodina u každého uživatele služby *Moment Coach*, a který tak mohou namísto s telefonem strávit s rodinou, cvičením, učením, osvojením si nového jazyka či soustředěním se na „teď a tady“, dohromady činí 49 let za pouhý den.<sup>21</sup>

Alter tvrdí, že smartphony nás nejen okrádají o čas, ale škodí nám pouhá jejich přítomnost, čímž odkazuje na experiment psychologů Andrewa K. Przybylskiho a Netty Weinsteinové z roku 2012.<sup>22</sup> Jejich práce poukazuje na to, že ačkoliv pokrok v komunikačních technologiích umožnil miliardám lidí zůstat díky mobilním telefonům ve spojení i navzdory velkým vzdálenostem mezi nimi, o tom, jak přítomnost těchto zařízení může ovlivnit setkání „naživo“, se ví jen pramálo.

Cílem experimentu bylo zjistit, jestli přítomnost mobilního telefonu může ovlivnit kvalitu vztahu nebo vzájemnou blízkost zúčastněných. Dvojice psychologů náhodně rozdělila skupinu 74 participantů do dvou skupin - jedna měla podstoupit experiment bez přítomnosti telefonu, u druhé skupiny byl mobilní telefon nablízku. V rámci skupin se pak zúčastnění rozdělili do dvojic a jednotlivé páry byly požádány, aby spolu 10 minut individuálně konverzovaly v uzavřené místnosti o tom, co se v jejich životech odehrálo za poslední měsíc. Do místnosti byly umístěny dvě židle, na které byli účastníci experimentu usazeni, a stůl, na němž byla položená kniha.

U dvojic, které spadaly do skupiny bez telefonu, ležel na knize zápisník, u dvojic, které spadaly do skupiny druhé, byl na knize položen mobilní telefon. Ukázalo se, že dvojice, které konverzovaly za přítomnosti mobilního telefonu,

---

<sup>21</sup> Exciting Changes. Moment [online]. 2018 [cit. 2019-08-06]. Dostupné z: <https://inthemoment.io/blog/changes>

<sup>22</sup> PRZYBYLSKI, Andrew K. a WEINSTEIN, Netta. Can you connect with me now?: How the presence of mobile communication technology influences face-to-face conversation quality. *Journal of Social and Personal Relationships* [online]. University of Essex, 2012 [cit. 2019-08-06]. Dostupné z: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0265407512453827>

popsaly právě utvořený vztah jako méně kvalitní a mezilidskou blízkost jako slabší než dvojice, u kterých na stole namísto mobilu ležel zápisník.

V druhé části experimentu Przybylski a Weinsteinová opět rozdělili skupinu do dvojic, tentokrát však polovinu skupiny vyzvali, aby konverzovala o něčem běžném (umělé vánoční stromky), druhá polovina se měla bavit o tématu osobním (co zásadního se jim stalo v uplynulém roce). Ukázalo se, že přítomnost telefonu nijak neovlivnila kvalitu vztahu a mezilidskou blízkost během hovorů o běžné věci, avšak při povídání o osobních záležitostech se při přítomnosti mobilu kvalita vztahu a důvěra vůči partnerovi snižovaly - dvojice popisovaly své protějšky jako méně empatické a méně důvěryhodné.

Studie tedy prokázala, že přítomnost mobilního telefonu může negativně ovlivnit utváření vztahu a jeho kvalitu už svou očividnou přítomností - aniž bychom zařízení aktivně používali - a že osobní témata jsou k negativním důsledkům jeho přítomnosti náchylnější než témata povrchní.

### **3.1.2. Phubbing – smartphone jako společník**

Lidskou interakci v souvislosti s používáním mobilního telefonu zkoumali i Varoth Chotpitayasunondh a Karen M. Douglasová z University of Kent.<sup>23</sup> Fenomén, kterému se věnovali, se nazývá *phubbing*. Termín vznikl kombinací anglických slov „phone“ (telefon) a „snubbing“ (přehlížení) a popisuje situaci, kdy se člověk kvůli používání telefonu nevěnuje tomu, s kým zrovna fyzicky tráví čas. Zjednodušeně řečeno, soustředí se na svou aktivitu na mobilním telefonu a svého druha zkrátka přehlíží.

Chotpitayasunondh a Douglasová požádali 128 lidí ve věku od 18 do 34 let, aby zhlédli tříminutové animované video, ve kterém spolu konverzovaly dvě osoby. Zároveň byli vyzváni, aby si u sledování videa představovali sami sebe v kůži té z osob, která byla blíže obrazovce - zády ke kameře. Účelem bylo vtáhnout respondenta do videa takovým způsobem, aby dokázal zhodnotit kvalitu

---

<sup>23</sup> CHOTPITAYASUNONDH, Varoth a M. DOUGLAS, Karen. The effects of “phubbing” on social interaction. *Journal of Applied Social Psychology* [online]. University of Kent, 2018 [cit. 2019-08-06]. Dostupné z: <http://doi.wiley.com/10.1111/jasp.12506>

konverzace, kterou video zaznamenávalo. Pointou bylo, že tvůrci experimentu pracovali se třemi verzemi videa.

V první verzi se osoba čelem k respondentovi (tedy ta, se kterou respondent „konverzoval“) svým mobilním telefonem nezabývala vůbec - přišla do obrazu, posadila se „naproti“ našemu respondentovi, telefon odložila na stůl a po zbytek videa se jej nedotkla. Ve druhé verzi se protější osoba svému telefonu věnovala přibližně polovinu času konverzace - během phubbingu měla skloněnou hlavu a smála se čemusi, co zrovna četla v telefonu. Ve třetí verzi se osoba věnovala výhradně svému telefonu, a naznačovala tak čirý phubbing.

Jak se dalo čekat, studie ukázala, že se zvyšující se mírou phubbingu se snižuje respondentova spokojenost s konverzací a samotným vztahem. Krom toho však ukázala i to, že phubbing může ohrozit základní lidské potřeby, jako jsou sounáležitost, sebeúcta či smysluplná existence, což může vést až k pocitu sociálního vyloučení.

Jestliže jsme v kontaktu s mobilními telefony již několik desítek let, jak je možné, že se potřeba lidí mít mobilní telefon stále nablízku zintenzivňuje až v posledních letech? Společnost BankMyCell připisuje nárůst osobní závislosti na mobilním telefonu ne přímo smartphonům jakožto zařízením, ale obsahu, který se v zařízení skrývá. Jako zásadní motivátory k použití mobilního telefonu zmiňuje např. sociální sítě, virtuální vztahy, hlad po informacích, hry, pornoobsah, nakupování či gambling.<sup>24</sup>

Tyto motivátory mají často stejný nosič - a tím je internet.

### **3.1.3. Internet – komponenta digitální závislosti**

Server Internet World Stats uvádí, že k červnu 2019 využívalo internet 4 422 494 622 uživatelů, což tvoří přibližně 57 % světové populace. Na Evropu připadalo 719 413 014 uživatelů, tedy necelých 87 % evropské populace. V České republice využívá internet necelých 88 % obyvatel. Nejvyšší procento uživatelů

---

<sup>24</sup> Smartphone addiction facts & Phone usage statistics: The definitive Guide (2019 Update). bankmycell [online]. 2019 [cit. 2019-08-05]. Dostupné z: <https://www.bankmycell.com/blog/smartphone-addiction/>

internetu ku počtu obyvatel drží Andorra (98,9 % obyvatel), Island (98,6 %) a Norsko (98,4 %).<sup>25</sup>

Dostupnost internetu a standardizace jeho používání v průběhu posledních přibližně dvou dekad daly vzniknout pojmu *závislost na internetu* (*Internet addiction disorder*, zkráceně IAD). Nejedná se sice o oficiálně uznaný diagnostický pojem, i tak je ale v souvislosti se závislostmi či nadměrným vykonáváním aktivit fungujících na základě internetu poměrně běžně používán.<sup>26</sup>

Mark Griffiths dlouhodobě poukazuje na to, že závislost na internetu a závislost na online hraní (tedy spolu s gamblingem jediná ze dvou oficiálně uznaných behaviorálních závislostí), nejsou stejnou záležitostí. O závislosti na internetu hovoří jako o zastřešujícím pojmu pro závislosti na aktivitách, k jejichž provozování internet potřebujeme, a ne tak docela jako o samostatně uzatelné závislosti. Důležitost internetu spočívá v tom, že je kanálem pro ostatní - a potenciálně návykový - obsah, který může jeho uživatel konzumovat. Griffiths dále rozlišuje mezi pojmy *addiction to the internet* a *addiction on the internet*. První spojení značí stav, kdy si dotyčná osoba na internet přináší vlastní patologii, která by se ale tak či tak projevila i v offlinovém světě (např. gambling). Druhé spojení zahrnuje situace, kdy patologii vyvolá až samotné prostředí internetu, a pro dotyčného tak internet představuje prostor, ve kterém může přijít k újmě.<sup>27</sup>

„Uživatelé internetu nejsou o nic víc závislí na internetu, než pijáci na lahvích,“ cituje Griffiths.<sup>28</sup>

---

<sup>25</sup> Internet World Stats. Miniwatts Marketing Group [online]. 2019 [cit. 2019-08-08]. Dostupné z: <https://www.internetworldstats.com/stats.htm>

<sup>26</sup> OREILY, Michael. Internet addiction: a new disorder enters the medical lexicon. *Canadian Medical Association Journal* [online]. 1996, 12(154), 1882-1883 [cit. 2019-08-08]. PMC1487729. Dostupné z: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC1487729/>

<sup>27</sup> GRIFFITHS, Mark. Internet Addiction Disorder and Internet Gaming Disorder are Not the Same [online]. 2014, 05(04) [cit. 2019-08-07]. DOI: 10.4172/2155-6105.1000e124. ISSN 21556105. Dostupné z: <https://www.omicsonline.org/open-access/internet-addiction-disorder-and-internet-gaming-disorder-are-not-the-same-2155-6105-5-e124.php?aid=35644>

<sup>28</sup> KIM, Min Gyu a Joochan KIM. Cross-validation of reliability, convergent and discriminant validity for the problematic online game use scale. *Computers in Human Behavior* [online]. 2010, 26(3), 389-398 [cit. 2019-08-07]. DOI: 10.1016/j.chb.2009.11.010. ISSN 07475632. Dostupné z: <https://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S0747563209001812>

Ačkoliv je pojem *závislost na internetu* v akademických kruzích poměrně hojně používán<sup>29</sup>, tato práce s fenoménem internetu pracuje po vzoru Griffithse jako s termínem zastřešujícím ostatní činnosti, potažmo aplikace. Stejně tak jako mobilní telefon či další zařízení, která nám umožňují trávit čas nespočtem digitálních aktivit, i internet bude v této práci považován za komponentu, která by sama o sobě možná byla neškodná a jejíž rizikovost začíná narůstat až ruku v ruce s obsahem, který nese - tedy ve formě konkrétních aktivit nebo aplikací - a tlakem okolí, které nás nabádá k tomu, abychom se zařadili mezi jejich uživatele.<sup>30</sup>

Tyto aktivity a aplikace budou detailněji rozebírány v částech *Aspekt konzumace*, *Aspekt propojení* a *Hraní her*.

I kdyby však závislost na internetu nebyla samostatnou diagnostickou kategorií, internet rozhodně přinesl mnoho změn do systému našeho myšlení a přístupu k informacím jako takovým. Susan Greenfieldová ve své knize *Změna myšlení*<sup>31</sup> staví pojem *surfování na internetu* do souvislosti se surfováním na skutečném moři. Na jednu stranu může být označení ironickou poznámkou o tom, jak je aktivita na internetu oproti reálnému sportu jednoduchá a lenivá, nebo poukázáním na to, že elektroničtí surfaři jenom kloužou po povrchu a s informační hloubkou do styku nepřijdou - pouze si užívají jízdu a zábavu. Na stranu druhou slovo surfování evokuje dobrou kondici, mládí a rychlost, díky které se k internetovému obsahu dostáváme. Podle Susan Greenfieldové je surfování činností, která je pro kyberkulturu specifická.

Přístup k informacím je nejjednodušší, jaký kdy byl. Již se nemusíme složitě namáhat a platit, protože najít informace, které potřebujeme, začalo být snadné a rychlé jako lusknutí prstu.<sup>32</sup> Přes internet dohledáme bývalého spolužáka, elektronické články i jméno herce, které máme na jazyku, ale nedokážeme si ho vybavit. Pokud nás napadne otázka, na kterou neznáme odpověď, náš hlad po

---

<sup>29</sup> Pozn.: Na Google scholar je momentálně přes 40 000 prací, které spojení „internet addiction“ obsahují.

<sup>30</sup> There is no such thing as "internet addiction". Medium [online]. 2017 [cit. 2019-08-08]. Dostupné z: <https://medium.com/enrique-dans/there-is-no-such-thing-as-internet-addiction-5ecb86906b1f>

<sup>31</sup> GREENFIELD, Susan. Změna myšlení: jak se mění naše mozky pod vlivem digitálních technologií. BizBooks, 2016. ISBN 978-80-265-0450-4.

<sup>32</sup> Pozn.: Zjednodušení cest k nalezení informací s sebou samozřejmě přináší i mnohá úskalí - zahlcenost, fake news, rozpuštění konspiračních teorií a další. Jednoduchost hledání informací je zde míněna ve smyslu technické nenáročnosti, resp. pohodlnosti.

jejím zodpovězení může trvat jen do chvíle, kdy otevřeme svůj počítač a odpověď jednoduše „vygooglujeme“. Nalézat odpovědi na naše otázky lze okamžitě, a pokud se nám to zrovna nedaří a hledání vyžaduje více času než jen moment, jsme z toho nervózní. Internet se zkrátka stal naší externí pamětí, na kterou se můžeme obrátit, kdykoliv se nám zamane.<sup>33</sup>

Charakter a dopad takového fungování se již před 8 lety jali zkoumat vědci Betsy Sparrowová, Jenny Liuová a Daniel M. Wegner. Kromě toho, že jedním z provedených experimentů prokázali, že pokud člověk něco neví a chce si znalost doplnit, uchýlí se primárně k vyhledávání na internetu, se také zabývali tím, jak internetové vyhledávání informací ovlivňuje naši paměť. Vyzvali skupinu lidí, aby si přečetli 40 jednoduchých tvrzení (např. „Oko pštrosa je větší než jeho mozek.“), a ta následně přepsali do počítače. Polovina účastníků tohoto experimentu si myslela, že počítač jejich psaní ukládá, druhá polovina počítala s tím, že text bude smazán. Když měli posléze účastníci obou skupin experimentu z paměti sepsat co nejvíce vět, se kterými se setkali v předchozím kroku, ukázalo se, že ti, co s ukládáním nepočítali, si pamatují výrazně více informací než ti, kteří věty psali v domnění, že se stránka ukládá. Pokud si myslíme, že již informaci nebudeme potřebovat (např. že nás z ní nikdo nebude zkoušet), pamatujeme si ji hůře, než když počítáme s tím, že si ji budeme muset znovu vybavit. Zároveň však platí, že zapamatovat si informaci doopravdy je pro nás méně lákavá představa, než spoléhat na to, že pokud ji někdy budeme potřebovat, jednoduše si ji znovu vyhledáme. Podle studie Betsy Sparrowové a spol. začínáme žít v symbióze s našimi počítači a důležitější pro nás je, kde informaci najdeme, než zda ji nosíme ve své hlavě a můžeme ji použít kdykoliv a spatra.<sup>34</sup>

Skupina vědců z University of California v Los Angeles nahlédla na přístup k vyhledávání informací z perspektivy různých generací.<sup>35</sup> Zkoumanými skupinami byla generace X (lidé narození před rokem 1973), generace Y (lidé narození v

---

<sup>33</sup> GREENFIELD, Susan. Změna myšlení: jak se mění naše mozky pod vlivem digitálních technologií. BizBooks, 2016. ISBN 978-80-265-0450-4.

<sup>34</sup> SPARROW, B., J. LIU a D. M. WEGNER. Google Effects on Memory: Cognitive Consequences of Having Information at Our Fingertips. Science [online]. 2011, 333(6043), 776-778 [cit. 2019-08-08]. DOI: 10.1126/science.1207745. ISSN 0036-8075. Dostupné z: <http://www.sciencemag.org/cgi/doi/10.1126/science.1207745>

<sup>35</sup> NICHOLAS, David, Ian ROWLANDS, David CLARK a Peter WILLIAMS. Google Generation II: web behaviour experiments with the BBC. Aslib Proceedings [online]. 2011, 63(1), 28-45 [cit. 2019-08-08]. DOI: 10.1108/00012531111103768. ISSN 0001-253X. Dostupné z: <https://www.emeraldinsight.com/doi/10.1108/00012531111103768>



období 1973 - 1994) a generace Google (lidé narození po roce 1994). Účastníci experimentu měli s pomocí internetu odpovědět na následující otázky:

- 1) Jak se jmenoval první single Robbieho Williamse poté, co opustil skupinu *Take That*?
- 2) Je vládní kampaň *5 fruit and veg a day* založená na relevantních důkazech?
- 3) Myslíte, že Hillary Clintonová podstoupila facelift? Pokud ano, které části?
- 4) Kdy se uskutečnil první komerční let?

Ze seznamu je patrné, že otázky byly řazeny od faktografické, která podle vědců měla být na dohledání jednodušší, po nejednoznačnou, jejíž zodpovězení vyžadovalo úsilí více. Jak se však ukázalo, respondenti potřebovali na vyhledání „stručných“ odpovědi více času, než k zodpovězení otázek domněle složitějších. Krom toho vyplynulo, že čím starší respondent zodpovídal otázku, tím delší časový úsek strávil hledáním. Obecně vzato - starší lidé hledali odpovědi důkladněji a pečlivěji a činnost jim trvala déle, zatímco mladí lidé úkol příliš „neprožívali“ a zvládli jej podstatně rychleji. „Technologie je pro mladé lidi skoro tak přirozená jako schopnost se nadechnout,“ praví studie. Google generace však ze všech zúčastněných reportovala nejnižší míru sebejistoty ohledně správnosti nalezených informací. Podle vědců totiž jejich chování během experimentu připomínalo spíše závod než soustředěnou práci.

Účastníci měli zejména „copy-paste“ přístup, získané informace modifikovali minimálně a jejich výstupy nasvědčovaly tomu, že - jak to interpretovala Susan Greenfieldová - jen klouzali po povrchu. Podle ní mají ti, kdo disponují okamžitým přístupem k množství faktů, větší šanci porozumět kontextu, vytvořit si tak hlubší pochopení, a tím i nabýt moudrosti. Pokud si však budeme pamatovat jen místo, kde informace najdeme, ale samotná fakta v hlavě neudržíme, nebude pro nás možné vytvořit si svůj individuální pohled na svět. Kybernetický prostor od nás nevyžaduje žádnou reakci a jediné, co od nás chce, je zachytit naši pasivní pozornost.

Možná naše fascinace internetem nespočívá v samotné skutečnosti, že nám nabízí rychlost, jednoduchost a bezedné množství informací - tedy možnost se něco dozvědět. Možná je skrytý půvab internetu schovaný v tom, že díky němu můžeme najít pasivní zábavu a způsob, jak si oddechnout od reálného života, a to

ať už brouzdáním na webech, surfováním v oceánu informací, sledováním videí nebo čímkoliv jiným.<sup>36</sup>

### 3.2. Aspekt konzumace

Přístup ke sledování audiovizuálního obsahu prošel s příchodem internetu zásadní proměnou. Zatímco dřív lidé chodili do kina či promítali amatérské filmy a prostřednictvím televize sledovali pevně stanovené a lineární vysílací schéma, kterému se v podstatě „museli“ podřídit, s příchodem internetu tyto struktury dramaticky změnilly své uspořádání a divák se stal jakýmsi středobodem. Audiovizuální obsah se teď točí kolem něj - programové schéma si divák může rozložit podle vlastní libosti a následně jej zhlédnout v takovém zařízení, které si zrovna vybere.<sup>37</sup>

Internet tedy od základu změnil přístup diváka k audiovizuálnímu obsahu, a ten si tak v dnešní době může zvolit, jestli, co, kdy, jak a *jak moc* bude sledovat. Na stinnou stránku divákových neomezených možností být sám sobě pánem svého vysílání se dá velmi dobře nahlédnout prostřednictvím VOD platforem, které divákovi zprostředkovávají obrovské - zdálo by se, že až nekonečné - množství audiovizuálního materiálu. Platformy typu Netflix, Amazon Prime nebo HBO GO fungují na principu předplatného (SVOD - z anglického *subscription video on demand*), jsou charakteristické vlastním obsahem a stopáž jejich pořadů bývá zpravidla mezi 20 a 120 minutami. Oproti tomu YouTube funguje na bázi uživatelské participace, průměrná stopáž na něj nahraných videí nepřekračuje v průměru ani 5 minut a svou funkčností leží někde na pomezí video-platformy a sociální sítě. Společný rys, který je možné v případě obou platforem pozorovat, je tzv. „maratonové sledování“ neboli binge-watching.<sup>38</sup>

---

<sup>36</sup> GREENFIELD, Susan. Změna myšlení: jak se mění naše mozky pod vlivem digitálních technologií. BizBooks, 2016. ISBN 978-80-265-0450-4.

<sup>37</sup> The internet is changing the definition of television. The Guardian [online]. 2014 [cit. 2019-08-10]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/media-network/media-network-blog/2014/jun/10/internet-changing-definition-television>

<sup>38</sup> Exploration of Video-On-Demand Watching Behaviour on YouTube and PS-ODVSP: An experience sampling study with regard to intentionality. University of Twente [online]. 2019 [cit. 2019-08-12]. Dostupné z: [https://essay.utwente.nl/78379/1/Cordts\\_BA\\_BMS.pdf](https://essay.utwente.nl/78379/1/Cordts_BA_BMS.pdf)

### 3.2.1. Netflix

Po dlouhém dni v práci se doma posadíte na pohovku a rozhodnete se, že zhlédnete seriál, o němž v poslední době všichni mluví. Blíží se půlnoc, seriál je v půlce - a vy se přistihnete, že si pouštíte ještě jeden díl, ačkoliv tušíte, že za to rozhodnutí ráno zaplatíte. Situaci, která je mnohým důvěrně známá, trefně popisuje Danelle Pageová pro server NBCNews BETTER.<sup>39</sup> Netflix v roce 2013 zveřejnil šetření, na kterém se podle serveru podílelo přes 3 000 dospělých lidí. Samotný binge-watching diváci definovali jako sledování 2-6 dílů seriálu v řadě za sebou, přičemž 73 % z nich uvedlo, že se jim tento koncept zamlouvá a mají z něj dobrý pocit. De facto celá statistika se nesla v poněkud oslavném duchu - vývojáři Netflixu spolupracovali s antropologem Grantem McCrackenem, což jim umožnilo se na své publikum dokonale napojit a zjistit, že jednou z nejsympatičtějších vlastností serveru je pro něj právě to, že si sledování obsahu může řídit sám. Slovy Netflixu - že nad ním má kontrolu.<sup>40</sup> Následujícího roku Netflix pozměnil nastavení přehrávání a uživatelům se po skončení zhlédnutého videa automaticky začalo odpočítávat spuštění dalšího dílu.

V roce 2016 představitelé Netflixu zveřejnili další prohlášení, ve kterém uvedli, že diváci již většinou nesledují seriály frekvencí jeden díl za týden, ale že jej většinou zhlédnou během týdne celý - sledováním přitom stráví denně něco přes 2 hodiny. Tak jako v prohlášení z roku 2013, i v tomto reportu je zdůrazněna „svoboda dívat se na seriál vlastním tempem“.<sup>41</sup>

Po expanzi binge-watchingové divácké kultury přišel v říjnu 2017 Netflix s dalším pojmem - *Binge Race* neboli závodění v binge-watchingu. *Binge-závodník* (*Binge Racer*) je pojem používaný pro takového diváka, který dokáže celou sezónu seriálu zhlédnout do 24 hodin od jejího zveřejnění. Tisková zpráva z té doby uvádí: „Za dobu působnosti Netflixu se rozhodlo *Binge Race* zkusit 8,4 milionů

---

<sup>39</sup> What happens to your brain when you binge-watch a TV series. NBCNews BETTER [online]. 2017 [cit. 2019-08-12]. Dostupné z: <https://www.nbcnews.com/better/health/what-happens-your-brain-when-you-binge-watch-tv-series-ncna816991>

<sup>40</sup> Netflix Declares Binge Watching is the New Normal. CISION PR Newswire [online]. 2013 [cit. 2019-08-12]. Dostupné z: <https://www.prnewswire.com/news-releases/netflix-declares-binge-watching-is-the-new-normal-235713431.html>

<sup>41</sup> Netflix & Binge: New Binge Scale Reveals TV Series We Devour and Those We Savor. Netflix Media Center [online]. 2016 [cit. 2019-08-12]. Dostupné z: <https://media.netflix.com/en/press-releases/netflix-binge-new-binge-scale-reveals-tv-series-we-devour-and-those-we-savor-1>

předplatitelů. Jediná věc, která je rychlejší než tempo jejich sledování, je růst tohoto trendu. Od roku 2013 do roku 2016 se počet těch, kteří v den spuštění závod dokončili, zvýšil více než 20krát. (...) Televize je jejich vášní a *Binge Racing* je jejich sportem."<sup>42</sup>

Přičteme-li k tomu, že Netflix s oblibou zmiňuje, že jednou z jeho největších konkurencí je spánek, mohlo by se na základě událostí popsaných výše zdát, že si na své návykovosti vyloženě zakládá.<sup>43</sup>

Stanoviska Netflixu - především ta, která zdůrazňovala pozitivní vliv platformy na životy jejích uživatelů - byla jedním ze základů k výzkumu vědců z University of Toledo, kteří se rozhodli pracovat se skupinou 408 Severoameričanů, aby v souvislosti s binge-watchingem prozkoumali rysy diváckého chování a závislosti. 77 % respondentů uvedlo, že za poslední týden strávili sledováním televize denně bez přerušení více než 2 hodiny. 35 % respondentů se samo označilo za „binge-watchery“. Doba denně strávená sledováním u nich v posledním týdnu přesahovala 5 hodin (v obvyklém pracovním týdnu pak průměrně 3,5 hodiny) a navíc reportovali vyšší míru závislosti než skupina, která sama sebe za „binge-watchery“ neoznačila. Skupina „binge-watcherů“ měla zároveň větší sklony ke stresu, pocitům úzkosti a depresi.<sup>44</sup>

Danielle Pageová se dále ve svém článku pro NBCNews BETTER zabývá otázkou, proč nás binge-watching naplňuje radostí, ale proč se zároveň bezprostředně po zážitku můžeme zničehonic cítit špatně. Ve svém textu cituje klinickou psycholožku Renee Carrovou, která tvrdí, že důvodem je skutečnost, že pokud si něco užíváme - např. sledování seriálu - náš mozek začíná produkovat dopamin, který nám navozuje pocit štěstí a spokojenosti. Chceme víc - pociťujeme touhu v aktivitě setrvat, nechceme ji ukončovat. Naše tělo se však potěšení přirozeně nijak nebrání, a tak se může stát závislým na jakékoliv aktivitě, která

---

<sup>42</sup> Ready, Set, Binge: More Than 8 Million Viewers 'Binge Race' Their Favorite Series. Netflix Media Center [online]. 2017 [cit. 2019-08-12]. Dostupné z: <https://media.netflix.com/en/press-releases/ready-set-binge-more-than-8-million-viewers-binge-race-their-favorite-series>

<sup>43</sup> Amazon? HBO? Netflix thinks its real competitor is... sleep. Vox [online]. 2017 [cit. 2019-08-12]. Dostupné z: <https://www.vox.com/2017/4/17/15334122/netflix-sleep-competitor-amazon-hbo>

<sup>44</sup> Viewing Patterns and Addiction to Television among Adults Who Self-Identify as Binge-Watchers. APHA [online]. 2015 [cit. 2019-08-12]. Dostupné z: <https://apha.confex.com/apha/143am/webprogram/Paper335049.html>

mu pomáhá dopamin produkovat. Ve chvíli, kdy aktivita skončí - seriál je u konce - a náš mozek přijde o svůj stimul, můžeme prožívat pocit ztráty a smutku.

Zároveň, jak doplňuje psychiatrička Gayani DeSilva, i když sledujeme příběh na obrazovce, náš mozek jej chápe jako „odžitou“ událost - proto jsme při sledování schopní příběh prožívat velmi hluboce. Vztah k materiálu ještě více stoupá, pokud se s postavami v seriálu identifikujeme - vystupuje-li např. v seriálu někdo, kdo je nám blízký svým životním osudem nebo kdo nese takové rysy, kterými bychom sami chtěli disponovat, pak je možné, že nám postava přiroste k srdci, a tím nás připoutá k ději seriálu. Podle klinického psychologa Johna Mayera pro nás binge-watching může v neposlední řadě představovat dočasný způsob, jak uniknout od stresu a tlaku okolí. Podle jeho slov pro nás může být bezstresovou zónou, do které své každodenní starosti zkrátka nepustíme.<sup>45</sup>

Arwa Mahdawiová pro The Guardian píše: „Netflix je jako audiovizuální diazepam. Otupí mě a já zapomenu na všechno kolem - což je s ohledem na stav světa skvělé. A když mě napadne, že bych se měla soustředit na něco jiného... 5, 4, 3, 2, 1 - automaticky se spouští další díl a já opět přestávám vnímat.“

Ve svém článku dále nazývá Netflix opiem mas a poukazuje na možnost, že tak jako na seznam diagnostik přibyla závislost na hraní her, mohla by k nim brzy stejně tak dobře přibýt i závislost na Netflixu.<sup>46</sup>

Počet předplatitelů Netflixu dosáhnul k srpnu letošního roku 151,56 milionů osob.<sup>47</sup>

Podle společnosti Deloitte praktikovalo v roce 2017 binge-watching ze vzorku přibližně 2 100 osob 91 % lidí ve věku od 14 - 20 let, 86 % lidí ve věku

---

<sup>45</sup> What happens to your brain when you binge-watch a TV series. NBCNews BETTER [online]. 2017 [cit. 2019-08-12]. Dostupné z: <https://www.nbcnews.com/better/health/what-happens-your-brain-when-you-binge-watch-tv-series-ncna816991>

<sup>46</sup> Netflix addiction is real – we are entertaining ourselves to death. The Guardian [online]. 2017 [cit. 2019-08-12]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2018/jun/20/netflix-addiction-is-real-we-are-entertaining-ourselves-to-death>

<sup>47</sup> Number of Netflix paying streaming subscribers worldwide from 3rd quarter 2011 to 2nd quarter 2019 (in millions). Statista [online]. 2019 [cit. 2019-08-13]. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/250934/quarterly-number-of-netflix-streaming-subscribers-worldwide/>

21 - 34 let a 80 % lidí ve věku 35 - 51 let.<sup>48</sup> Sám Netflix však v posledním více než roce žádné novinky ohledně binge-watchingu mezi ostatními tiskovými zprávami nezveřejnil.

### 3.2.2. YouTube

Na platformu YouTube přichází každý měsíc více než 1,9 miliardy přihlášených uživatelů. Denně pak sledují více než miliardu hodin videí.<sup>49</sup>

Na diskuzním fóru Reddit můžeme najít např. příspěvek tohoto znění -

„Poslední 4 roky trávím přibližně 4 hodiny denně na internetu, většinu z toho na YouTube. Vzhledem k tomu, že wifi je všude a zapnout YouTube je otázkou jednoho poklepnutí, musím přiznat, že jsem na něm ztratila už spoustu času. Sleduji nesmyslná videa předtím, než jdu spát, a pak najednou zjišťuji, že jsem sledováním strávila třeba 3 hodiny. Život běží jako o závod a já už teď lituji času, který jsem promrhala. (...) Zkoušela jsem namísto toho sportovat, číst nebo psát, ale pokaždé jsem se k internetu a YouTube vrátila. (...) Bojuji s tím již několik let a opravdu potřebuji pomoc, takže případně uvítám jakoukoliv radu.“<sup>50</sup>

- a podobných komentářů se v souvislosti se sledováním videí na YouTube dá i jinde na internetu najít celá řada<sup>51</sup> -

„Kvůli neutuchajícímu proudu videí v sekci *Videa pro vás* zůstávám vzhůru mnohem déle, než jsem si předtím stanovila. Pak spím 7, 6, 5 - někdy dokonce jenom 4 hodiny! (...) Je hrozně složité s tím seknout.“

---

<sup>48</sup> Digital media trends survey: A new world of choice for digital consumers. Deloitte [online]. 2018 [cit. 2019-08-13]. Dostupné z: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/br/Documents/technology-media-telecommunications/Digital-Media-Trends-Report.pdf>

<sup>49</sup> YouTube pro tisk. Youtube [online]. 2019 [cit. 2019-08-13]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/intl/cs/yt/about/press/>

<sup>50</sup> Internet/YouTube addiction. Reddit [online]. 2018 [cit. 2019-08-13]. Dostupné z: [https://www.reddit.com/r/selfimprovement/comments/99kk1g/internetyoutube\\_addiction/](https://www.reddit.com/r/selfimprovement/comments/99kk1g/internetyoutube_addiction/)

<sup>51</sup> YouTube Addiction: How to Control It. Mindcoolness [online]. 2016 [cit. 2019-08-13]. Dostupné z: <https://www.mindcoolness.com/mastery/youtube-addiction/>

„Probudím se - video;  
Ležím v posteli - video;  
Bavím se o nich s přáteli - videa;  
Čistím si zuby - video;  
Sprchuji se - video (telefon držím nahoře);  
Jím - video;  
Ucházím se o práci - video v pozadí;  
Odcházím z domu - video (zapojená sluchátka);  
(...)  
Bez YouTube bych se strašlivě nudil.“

Server KQED v roce 2017 zveřejnil článek o třináctileté Olivii (jméno je v reportáži kvůli zachování soukromí rodiny pozměněno), které YouTube otočil život naruby. Olivia se vždycky trochu vymykala - měla samé jedničky a zpívala ve školním sboru. Krom toho však neuvěřitelně toužila být oblíbená. Tou dobou mezi sebou děti v jejím okolí vášnivě řešily své oblíbené youtubery a Olivia se proto rozhodla, že si všechna videa nastuduje, aby byla stejně v obraze jako oni. S narůstajícím přehledem o YouTube světě se však začala uzavírat do sebe, na svoji maminku reagovala podrážděně a ve volném čase sledovala videa agresivních ženských soubojů. Olivia později uvedla, že se tou dobou začala potýkat s úzkostmi a depresí a že právě agresivní videa pro ni byla zdrojem rozptýlení. Sled okolních událostí, mezi které patřily hádky rodičů či smrt babičky, zapříčinil, že se u Olivie začaly projevovat sebevražedné sklony. Začala vyhledávat videa s návody jak spáchat sebevraždu - jejím záměrem začalo být se předávkovat a průběh svého rozhodnutí ventilovat online. O tři týdny později se Olivia předávkovala paracetamolem. Pokus o sebevraždu přežila a z nemocnice putovala do centra Paradigm, které se zaměřuje na léčbu závislostí u mladistvých. Diagnostikována ji byla deprese, která vedla k nutkavému užívání internetu. Podle slov zakladatele centra Paradigm, Jeffa Nalina, případů, jako je ten Oliviiin, přibývá. Teenageři se obracejí k smartphonům a tabletům, aby v sobě utlumili to, co se v nich děje. Nalin závislost na digitálních technologiích připodobňuje k záchvatovitému přejídání se

- jídla, stejně tak jako v dnešním světě technologií, se nelze vyvarovat. Jediným způsobem, jak problém zvládnout, je naučit se ho ovládnout.<sup>52</sup>

Nenápadně eskalujícím vývojem závislostního chování v souvislosti s YouTube se zabíral i Domingo Cullen ve svém článku pro The Guardian. Podle něj jsou první kapitoly závislosti „často psané perem nevinnosti“. Jako zásadní součást počátku své vlastní závislosti zmiňuje neinformovanost - o tom, že sledování videí může vést ke stavu, který mu bude ničit život, neměl v době zrodu svých návyků tušení. Žil sám, s nikým nechodil a nejprve šlo jen o víkendy. Probudil se s kocovinou a nejjednodušší bylo vyvarovat se čehokoliv produktivního nebo socializujícího. Z minut se staly hodiny, z hodin den za dnem - a sledování YouTube se stalo hlavní náplní jeho života. Domingo si pozvolna uvědomoval rysy závislosti, které začínaly rámovat jeho vztah s Youtube. Byl otrokem své touhy sledovat videa, nedokázal si ale poručit, věděl, že mu takový způsob života škodí, ale nemohl žít jinak. I přesto však k situaci nedokázal přistoupit tak vážně, jak by zasluhovala. Z článku není jasné, jak situace Domingo Cullena dopadla, má totiž de facto otevřený konec. Z komentářů na stránce je ale možné vyčíst, že se sledováním YouTube v době jeho vydání stále pokračoval.<sup>53</sup>

Janarthanan Balakrishnan a Mark D. Griffiths ve spolupráci se 410 indickými studenty analyzovali vztah závislosti na YouTube se sledováním či vytvářením jeho obsahu. Vycházeli z předpokladu, že YouTube nabízí svým uživatelům dvě zásadní funkce - buď mohou pasivně konzumovat, nebo aktivně vytvářet obsah - a zabývali se otázkou, která z aktivit má se závislostí na YouTube bližší souvislost. Studie prokázala, že na závislost na YouTube mají značný vliv obě z aktivit, přičemž vytváření obsahu se závislostí souvisí úžeji než „pouhé“ sledování. Sledování obsahu vyšlo ze studie jako do jisté míry pasivní aktivita, zatímco jeho vytváření jako velmi živelná činnost, která uživatelům umožňuje sdílet své zájmy a vášně.<sup>54</sup>

---

<sup>52</sup> After Compulsively Watching YouTube, Teen Girl Lands in Rehab. KQED Science [online]. 2017 [cit. 2019-08-13]. Dostupné z: <https://www.kqed.org/futureofyou/371613/theres-growing-consensus-the-internet-is-addictive>

<sup>53</sup> My Descent Into YouTube Addiction. Medium [online]. 2019 [cit. 2019-08-13]. Dostupné z: <https://humanparts.medium.com/an-account-of-a-descent-into-youtube-addiction-3b0a2e345a8b>

<sup>54</sup> BALAKRISHNAN, Janarthanan a Mark D. GRIFFITHS. Social media addiction: What is the role of content in YouTube. Journal of Behavioral Addictions [online]. 2017, 6(3), 364-377 [cit. 2019-08-13]. DOI: 10.1556/2006.6.2017.058. ISSN 2062-5871. Dostupné z: <http://www.akademai.com/doi/abs/10.1556/2006.6.2017.058>



Ačkoliv je YouTube streamovací platformou, je zároveň i sociální sítí. Prostřednictvím příkladů výše bylo naznačeno, že návykově na její uživatele může působit jak samotný obsah - tedy jeho konzumace - tak příležitost propojit se s ostatními uživateli - tedy sociální interakce.

### **3.3. Aspekt propojení**

Komunikačních aplikací, které nám umožňují být v online spojeních, existuje mnoho. V minulosti bychom mezi nimi zmínili především diskusní fóra, chaty, seznamky nebo blogy, v současnosti jsou však reprezentovány hlavně sociálními sítěmi. Ty jsou specifické tím, že v sobě všechny výše zmíněné aplikace zahrnují - sociální síť je pak jakousi komunikační *metaaplikací*. Autorem tohoto označení je Lukas Blinka, který v knize *Online závislosti*<sup>55</sup> shrnul tři základní modely uvažované v souvislosti s nadměrným používáním sociálních sítí (popř. přímo se závislostí na nich).

Prvním je předpoklad, že k nadměrnému používání sociálních sítí mohou inklinovat ti, pro které je komplikované se socializovat naživo. Např. člověk, který žije v izolaci - žena v domácnosti - vyhledá internetovou komunitu, díky níž si začne připadat začleněně. Pokud však interakce probíhají převážně v online prostředí, bývají odměňovány opět jen online, což může vést k ještě větší izolaci. Návyk se u tohoto modelu tvoří k prostředí, kde jsou potřeby uživatele naplňovány - např. v podobě sociální zpětné vazby.

Druhým modelem je zázemí pro narcismus - sebe prezentace je při používání sociální sítě jedním z cílů a může být i jedním z nejzásadnějších motivů, proč ji navštěvovat. Uživatelé sociálních sítí se mohou např. snažit vybudovat si image svého „ideálního já“, které pak virtuálně žije se svou image korespondujícími fotkami, názory, zážitky či zájmy. Tento nerealistický sebekoncept se pak prostřednictvím sociálních sítí vytváří a udržuje mnohem snadněji než naživo.

---

<sup>55</sup> BLINKA, Lukas. *Online závislosti: Jednání jako droga?: Online hry, sex a sociální sítě: Diagnostika závislosti na internetu: Prevence a léčba*. Praha: Grada, 2015. Psyché (Grada). ISBN 978-80-247-5311-9.

Třetím rysem, který je v souvislosti s nadměrným používáním sociálních sítí diskutován, je pak prokrastinace, tedy tendence odkládat povinnosti kvůli méně důležitým činnostem.

### **3.3.1. Kouzlo sociální sítě**

V roce 2009 zveřejnila dvojice podnikatelů Lucas Buick a Ryan Dorshorst aplikaci Hipstamatic, která uživatelům umožňovala upravovat fotky pořízené mobilním telefonem a nejrůzněji je stylizovat. Image produktu byla vybroušená - filtry, které mohli uživatelé aplikace použít, nesly např. názvy *Dreampop Flash* či *Roboto Glitter Lens* - a vydání aplikace doprovázel srdceryvný příběh. Podle něj v osmdesátých letech dva bratři z Wisconsinu vynalezli fotoaparát, který byl levnější než film, a pojmenovali jej *Hipstamatic 100*. Bratři však prodali jen 150 kusů a následně tragicky zahynuli při autonehodě. Jejich starší sourozenec si však ponechal tři zbylé fotoaparáty u sebe v garáži, kde byly uloženy až do roku 2009, kdy jej oslovili Buick a Dorshorst s tím, že chtějí vydat jejich digitální verzi. Později se sice ukázalo, že je příběh vymyšlený, i tak ale dokázal aplikaci vybudovat vynikající pověst, díky které se těšila obrovské popularitě.

V roce 2010 však spustila californská dvojice ve složení Kevin Systrom a Mike Krieger aplikaci Instagram. Ačkoliv neměla takový styl jako Hipstamatic, disponovala něčím, díky čemu svou konkurenci smetla ze stolu. Prvním benefitem bylo rozhodnutí tvůrců poskytnout ji ke stažení zdarma, zatímco Hipstamatic byla zpoplatněná necelými 2 dolary. Druhým - a mnohem zásadnějším - rysem bylo to, že Instagram byl samostatnou sociální sítí, takže fotku bylo možné rovnou i sdílet s komunitou, kdežto Hipstamatic umožňoval jen editaci a případné sdílení muselo být provedeno jinou aplikací.

Nejlákavější vlastností aplikace Instagram se tedy stala možnost podělit se o zážitky s ostatními - nahrávat je v reálném čase a hned v dalším momentu dostávat lajky, komentáře a sdílení. Uživatelé vytvořili komunitu a dostali příležitost spolu interagovat. V roce 2012 koupila Instagram za miliardu dolarů společnost Facebook v čele s Markem Zuckerbergem.<sup>56</sup>

---

<sup>56</sup> ALTER, Adam. Neodolatelné. 1. Česká republika: Host, 2018. ISBN 9788075774606.

### 3.3.2. Lajk a identita

Adam Alter se zabývá otázkou, co je na sociální zpětné vazbě v podobě lajků, komentářů či jiných projevů tak lákavé a návykové. Tvrdí, že na rozdíl od váhy či výšky člověka, které se dají jednoduše změřit, je vlastní hodnota křehkou entitou, která podléhá našim osobním měřítkům. Zároveň je pro nás všechny určitým způsobem důležité, co si o nás ostatní myslí, a jestli existuje něco, co nás dovádí k šílenství, pak je to nekonzistentní zpětná vazba. Sociální sítě jsou na nekonzistentní zpětné vazbě založené, přičemž si její přísun zajistíme ihned - v reálném čase - po přidání příspěvku. Jeden příspěvek získá více lajků než druhý, další nezíská lajky žádné, ale objeví se pod ním spousta komentářů... Výsledky naší aktivity jsou v podstatě naprosto nevyzpytatelné. Pokud příspěvek nenaplní naše kritérium úspěchu (např. počtem lajků), cítíme se trapně, což nás vydráždí k tomu, abychom podnikali další pokusy se zavděčit. Pokud se to nedaří, naše potřeba sociálního potvrzení - tedy pocitu, že ostatní lidé vidí věci jako my - není naplněna, a my se cítíme mizerně. Velmi zjednodušeně řečeno, sociální sítě nám svými povrchními způsoby hodnocení pomáhají utvrdit se v našem počínání, a tím pocítit přijetí ostatními.<sup>57</sup>

Susan Greenfieldová tvrdí, že pokud jsou sociální sítě tak populární u lidí z nejrůznějších prostředí a kultur, musí uspokojovat nějakou velmi základní lidskou potřebu a zároveň tak činit skutečně dobře. Bylo prokázáno, že sebeodhalení a sdílení osobních informací v lidech vyvolává příjemné pocity stejně tak jako jídlo či sex - aktivita je odměněna na bazální biochemické úrovni. Přitažlivost sociálních sítí má tím pádem základ v biologickém pudu, který si do jisté míry ani neuvědomujeme a který je pro nás velmi těžké kontrolovat.<sup>58</sup> Greenfieldová, s odkazem na Susan Weinschenkovou, zmiňuje další charakteristické rysy sociálních sítí, které by mohly spouštět uvolňování dopaminu, a tím podporovat jejich návykovost:

- 1) Prostřednictvím stránek můžeme dosáhnout okamžitého uspokojení - ve spojení s okolím můžeme být z vteřiny na vteřinu;

---

<sup>57</sup> ALTER, Adam. Neodolatelné. 1. Česká republika: Host, 2018. ISBN 9788075774606.

<sup>58</sup> TAMIR, D. I. a J. P. MITCHELL. Disclosing information about the self is intrinsically rewarding. Proceedings of the National Academy of Sciences [online]. 2012, 109(21), 8038-8043 [cit. 2019-08-14]. DOI: 10.1073/pnas.1202129109. ISSN 0027-8424. 1091-6490. Dostupné z: <http://www.pnas.org/cgi/doi/10.1073/pnas.1202129109>

- 2) Stránky nám poskytují anticipační vzrušení - zažíváme očekávání toho, kolik na nás čeká nových lajků, komentářů nebo jiných interakcí. Toto „těšení“ podporuje naši fascinaci více, než když zpětnou vazbu skutečně obdržíme.
- 3) Na stránkách získáváme jen kusé informace. Systém dopaminu zažívá největší stimulaci jen tehdy, kdy přichází informace není tak obsáhlá, aby uspokojila úplně. Lajk, tweet či jiná zkratkovitá aktivita je pro aktivaci systému dopaminu dostatečně banálním spouštěčem.
- 4) Nepředvídatelnost stránek - nikdy nevíme, co nás na stránce čeká - kdo nás v době naší nepřítomnosti kontaktoval nebo co dostaneme za sociální zpětnou vazbu.

Podle Greenfieldové<sup>59</sup> jsou sociální sítě jakousi nezdravou stravou pro náš mozek - je neškodná, pokud jíme střídavě, ale škodlivá, konzumujeme-li jí moc. Lidé se cítí dobře, pokud bojují s osamělostí prostřednictvím sdílení osobních informací, které jim přináší stejně bezprostřední radost jako např. jídlo, tanec nebo sport. Dříve jsme vůči sdílení osobních záležitostí byli rezervovanější, protože bavíme-li se s někým tváří v tvář, jsme schopní velmi dobře - např. prostřednictvím řeči těla - vyhodnocovat, které informace o sobě protějšku chceme sdělovat a které si naopak chceme nechat pro sebe. Sociální sítě však tento „štít“ poněkud nalomily a osobní informace začaly být běžně sdíleny s obrovským množstvím lidí. Zatímco před příchodem sociálních sítí jsme se svěřovali jen svému nejbližšímu okolí, teď distribuujeme své soukromí mezi stovky profilů ostatních lidí na nejrůznějších sociálních sítích. „Osobní údaje mezi sebou samozřejmě sdílíme již od úsvitu dějin, nyní je však sdílíme průměrně s 262 lidmi, tedy ne jen s několika blízkými přáteli.“ upřesňuje Greenfieldová. Souběžně s tím věnujeme pozornost vytváření svého „virtuálního já“, tedy jakési vyretušované kyberpersoně, kterou ve skutečnosti vůbec nemusíme být.

Možnost spravovat svou virtuální identitu totiž umožňuje ji také zkreslovat. Podle Greenfieldové dokonce žijeme v době, kdy způsob, kterým je možné tak činit, nemá v historii lidstva obdoby. Je v podstatě plně v našich rukou, jaký obraz o sobě na sociální síti vytvoříme. Na základě zadaných informací rozhodneme o tom, jak budou ostatní uživatelé naši personu „číst“ - v zásadě z ní můžeme velmi jednoduše vymodelovat úplně cokoliv: filmového fanouška, skvělou kuchařku nebo osobu účastnící se jednoho večírku za druhým. V souvislosti se sebe prezentací se

---

<sup>59</sup> GREENFIELD, Susan. Změna myšlení: jak se mění naše mozky pod vlivem digitálních technologií. V Brně: BizBooks, 2016. ISBN 978-80-265-0450-4.

dá rovněž upozornit na to, že sociální sítě právě kvůli vlastnostem popsaným výše vytváří skvělé podhoubí, jak už bylo zmíněno, pro vznik narcismu.

V případě, že nám sociální sítě pomáhají udržovat již vzniklé a i v trojrozměrném světě fungující vztahy, mohou být užitečným rozšířením komunikace. Problém však nastává ve chvíli, kdy falešná identita onen trojrozměrný svět přeroste, nebo když se více soustředíme na virtuální podoby životů kolem nás než na vlastní reálné prožitky. „Život v digitálním prostředí by mohl evokovat falešné normy žádoucího životního stylu plného přátel a bujarých večírků. Sledují-li obyčejní lidé aktivity těchto zlatých jedinců, jejich sebeúcta nevyhnutelně upadá; místo toho převáží konstantní narcistická posedlost vlastním já a jeho nedostatky. Představme si začarovaný kruh, kdy čím více bude naše identita narušena v důsledku pobytu na sociálních sítích a čím více se budeme cítit neschopní, tím více nás bude přitahovat médium, kde nemusíme s lidmi komunikovat tváří v tvář.“ píše Greenfieldová.

### **3.3.3. Týdenní detox**

Na zpravodajském serveru Business Insider byl v srpnu tohoto roku zveřejněn článek Jennifer Still. Jeho název zněl *Jsem závislá na sociálních sítích - takhle to probíhalo, když jsem na týden přestala s Facebookem a Instagramem*. Jeniffer si uvědomila, že na těchto sociálních sítích tráví moc času, a tak se rozhodla, že se jich na týden vzdá. Obě aplikace se rozhodla sedm dní nepoužít a měla v plánu pozorovat, jak se jí bez nich bude dařit.

Ráno první den experimentu Jeniffer ještě v posteli sáhla po telefonu, odemkla ho, automaticky zapnula Instagram a začala scrollovat. Až po chvíli si uvědomila, že tento zvyk do jejího rána už nepatří, a Instagram zase zavřela. Obvyklých 30 minut, které za normálních okolností věnovala právě Instagramu, vyplnila čtením Twitteru a hraním hry - ani jedno ji ale příliš neuspokojovalo.

Druhého dne ráno Jennifer opět Instagram spustila, tentokrát ho ale stačila zavřít natolik rychle, že ani nestihla zahlédnout nově načtený obsah. Toho rána si přispala. Během pauzy od práce, kterou za normálních okolností vyplňovala scrollováním, vyvenčila psa.

Třetí den se začala cítit neinformovaně a pomalu jí docházelo, jak moc jí Instagram chybí.

V průběhu čtvrtého dne to Jeniffer nevydržela a podlehla touze zkontrolovat Instagram. Otevřela aplikaci pod záminkou, že na ní stráví jen 5 minut a prohlížela si nový obsah. Měla lehký pocit studu, že se neudržela - přišlo jí, že by bývala zas o tolik nepřišla. Po 15 minutách aplikaci vypnula.

Pátý den si Jeniffer četla knížku a sociální sítě nepostrádala.

Ve svých poznámkách z šestého dne Jeniffer zmiňuje, že již před nějakou dobou požádala svou partnerku, aby ji neinformovala o ničem, co sama na sociálních sítích čte. Jeniffer nicméně pociťuje, když svou partnerku vidí scrollovat, FOMO (z anglického *fear of missing out* - strach z toho, že by o něco mohla přijít).

Sedmý den byla Jeniffer zaneprázdněná a nevěnovat se sociálním sítím jí nečinilo žádné potíže. Když šla ale večer spát, nemohla se dočkat rána, až bude moct svoje původní rituály začít praktikovat nanovo.

Jeniffer experiment zhodnocuje následovně: „Kdybych řekla, že mě šokovalo, jak moc jsem závislá na Instagramu, tak bych lhala. Víím, že ho používám hojně, ale nemyslím si, že by to vadilo, když jsem schopná v každodenním životě normálně fungovat.“ Zároveň však přiznává, že v průběhu týdne bez sociálních sítí byla mnohem produktivnější v jiných oblastech života a že činnosti, kterým se věnovala namísto scrollování, ji naplňovaly víc.<sup>60</sup>

Kultura sociálních sítí je stále na vzestupu. K dubnu tohoto roku používalo sociální sítě 3,5 miliardy lidí, což je 45 % světové populace - od dubna 2018 došlo k nárůstu uživatelů o 130 milionů. Nejvíce aktivními uživateli disponují sociální sítě Facebook, Youtube a Instagram, popularita však stoupá i v případě Snapchatu a TikToku.<sup>61</sup>

Manfred Spitzer v knize *Digitální demence* v roce 2012, tedy v době, kdy Facebook používala asi miliarda lidí (ke druhé polovině roku 2019 je to už 2,5

---

<sup>60</sup> I'm a social media addict — here's what happened when I quit Instagram and Facebook for a week. Business Insider [online]. 2019 [cit. 2019-08-15]. Dostupné z: <https://www.businessinsider.com/quit-instagram-facebook-social-media-addiction-2019-8>

<sup>61</sup> Digital 2019: Q2 Global Digital Statshot. Datareportal [online]. 2019 [cit. 2019-08-15]. Dostupné z: <https://datareportal.com/reports/digital-2019-q2-global-digital-statshot>

miliardy lidí<sup>62</sup>) píše, že pokud nahradíme ryzí mezilidská setkání digitálními online sítěmi, může to u našich dětí vést ke zmenšování jejich sociálního mozku. To pak může vést ke scvrknutí *celého* našeho sociálního mozku. Jinými slovy: konečné důsledky používání sociálních sítí lze dnes jen těžko předvídat, je však evidentní, že určitým způsobem mění naši schopnost sociálního chování.<sup>63</sup>

### 3.4. Hraní her

Zadáte-li si do Google v angličtině „nejnávykovější hra“, vyskočí na vás přes 300 000 stránek obsahujících zadanou frázi. Zajímavé je, že označení „nejnávykovější“ se objevuje vesměs ve velebícím tónu - u nalezených příspěvků byl tento přívlastek vyjádřením kvality. Na serveru Reddit se pod otázkou „Která z her, jež jste hráli, byla nejnávykovější?“ shromáždilo během dvou dní přes tisíc odpovědí. Uživatelé vášnivě vypisovali hry, které na ně v průběhu jejich života zapůsobily návykově - i zde měla ale konverzace nádech doporučení, jen minimum uživatelů se zabývalo návykovostí v odstrašujícím slova smyslu.<sup>64</sup>

Ačkoliv WHO zahrnuje do závislosti na hraní her onlinovou i offlinovou podobu hraní, vzhledem k charakteru této práce a jejímu zaměření na aktivity související s internetem, bude pozornost níže věnována jen takovým hrám, které vyžadují přístup k internetu. Lukas Blinka<sup>65</sup> je podle žánru rozděluje na následující kategorie:

#### **MMO hry** (z anglického *massively multiplayer online*)

Jedná se o hry, které jsou specifické tím, že je hraje několik (tisíc) hráčů zároveň. Ti mezi sebou během hry mohou interagovat. MMO hry můžeme dále

---

<sup>62</sup> Number of monthly active Facebook users worldwide as of 2nd quarter 2019. Statista [online]. 2019 [cit. 2019-08-15]. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/>

<sup>63</sup> SPITZER, Manfred. Digitální demence: jak připravujeme sami sebe a naše děti o rozum. Brno: Host, 2014. ISBN 978-80-7294-872-7.

<sup>64</sup> What is the most addictive game that you've played?. Reddit [online]. 2019 [cit. 2019-08-15]. Dostupné z: [https://www.reddit.com/r/AskReddit/comments/bmkj17/what\\_is\\_the\\_most\\_addictive\\_game\\_that\\_youve\\_played/](https://www.reddit.com/r/AskReddit/comments/bmkj17/what_is_the_most_addictive_game_that_youve_played/)

<sup>65</sup> BLINKA, Lukas. Online závislosti: Jednání jako droga?: Online hry, sex a sociální sítě: Diagnostika závislosti na internetu: Prevence a léčba. Praha: Grada, 2015. Psyché (Grada). ISBN 978-80-247-5311-9.

rozřadit na MMORPG hry (z anglického *role playing games*) a MOBA (z anglického *multiplayer online battle arena*).

V **MMORPG hrách** hráči ovládají postavu (tzv. *avatar*) - ta bojuje s monstry či postavami jiných hráčů, objevuje virtuální svět nebo je pověřena plněním nejrůznějších úkolů. Typickým představitelem je např. *World of Warcraft (WoW)* nebo *Lineage*.

**MOBA hry** jsou založené na opakování několikaminutových bitevních sekvencí. Jejich příkladem může být např. *League of Legends* nebo *World of Tanks*.

O něco menší pozornosti se pak těší tzv. *budovatelské hry*, mezi které patří např. *Minecraft*, a virtuální světy (např. *Second Life* nebo *The Sims*). Specifickou skupinou jsou pak tzv. *browser hry* neboli hry hrané v prohlížeči, které nevyžadují instalaci (např. *Dark Orbit*). Způsobů rozřazení nicméně existuje opravdu mnoho - podle počtu hráčů, připojení k internetu, platebního modelu, žánru, doporučeného věku a dalších.<sup>66</sup>

Blinka v knize *Online závislosti* vychází z dat z ČR z roku 2013, která byla získána dotazníkovým šetřením od 6 730 hráčů. Tato data uvádějí, že mezi pěti nejhranějšími hrami se objevily hned 3 z žánru MOBA - *League of Legends* (22 % hráčů ji uvedlo jako hru, kterou hrají nejvíce), *World of Tanks* (10 %) a *DotA* (6 %). Na 12 % skončil *WoW* z žánru MMORPG a na 9 % budovatelská (sandboxová) hra *Minecraft*.

### 3.4.1. Prvky závislosti

Blinka se dále zabývá specifickými charakteristikami MMO her, které mají vliv na potenciální vznik závislosti. Důležitým faktorem je intenzita, se kterou se tyto hry hrají. Podle dat z roku 2013 to bylo v průměru 31 hodin týdně, což znamená, že jde o velmi významnou volnočasovou aktivitu. Zásadním rysem MMO je i sociální aspekt - tedy přítomnost dalších hráčů a mezihráčská interakce. Hráči

---

<sup>66</sup> SUCHÁ, Jaroslava, Martin DOLEJŠ, Helena PIPOVÁ, Eva MAIEROVÁ a Panajotis CAKIRPALOGLU. Hraní digitálních her českými adolescenty. Univerzita Palackého v Olomouci [online]. 2018 [cit. 2019-08-15]. DOI: 10.5507/ff.18.24454245. Dostupné z: <http://psych.upol.cz/wp-content/uploads/2019/03/Sucha-Dolejš-a-kol.-online-hran%C3%AD-digitáln%C3%AD-her.pdf>



často utvářejí kolektiv, kterým hrou procházejí, a ten může např. pro děti znamenat významné socializační prostředí. Samotné hraní MMO her je tak v podstatě společenskou činností, nikoliv asociální aktivitou. Hry mají také vybudovaný velmi sofistikovaný systém odměn - hráč zpravidla usiluje o vybudování postavy nebo svého herního účtu prostřednictvím bodů nebo jiného skóre. Díky tomu může jeho avatar získat sílu či vybavení - a tím i uznání ostatních hráčů. Zásadním rysem je rovněž „nedohratelynost“ hry, protože MMO hry nemají stanovený striktní konec a vyvíjí se de facto donekonečna, spolu s perzistencí - hra trvá, i když hráč zrovna není připojen.<sup>67</sup>

Daniel King, Paul Delfabbro a Mark Griffiths vytvořili taxonomii strukturálních charakteristik online her. Jde v podstatě o seznam rizikových faktorů závislosti přímo ze strany hry. Řadí je do 5 kategorií:<sup>68</sup>

- 1) Sociální aspekty hry - přítomnost dalších hráčů ve hře, interakce s nimi;
- 2) Ovládání hry - adekvátní náročnost hry, příležitost se ve hře zlepšovat;
- 3) Příběh a identita - hráč se podílí na vytváření postavy hry, může se s ní identifikovat;
- 4) Pozitivní a negativní odměna - systém odměňování hráče;
- 5) Provedení - grafické prvky, zvuk, atmosféra.

### **3.4.2. World of Warcraft**

Adam Alter označuje *WoW* za možná nejnávykovější zážitek na světě. Jako jeden z důvodů uvádí mechanismus, kdy se mnoho hráčů spojuje do týmů spojeneckých avatarů. „Je těžké v noci spát, když víte, že tři členové vaši guildy z Kodaně, Tokia a Bombaje jsou bez vás na velké výpravě.“ píše. Alter se dále

---

<sup>67</sup> BLINKA, Lukas. Online závislosti: Jednání jako droga?: Online hry, sex a sociální sítě: Diagnostika závislosti na internetu: Prevence a léčba. Praha: Grada, 2015. Psyché (Grada). ISBN ISBN978-80-247-5311-9.

<sup>68</sup> KING, Daniel, Paul DELFABBRO a Mark GRIFFITHS. Video Game Structural Characteristics: A New Psychological Taxonomy. *International Journal of Mental Health and Addiction* [online]. 2010, 8(1), 90-106 [cit. 2019-08-16]. DOI: 10.1007/s11469-009-9206-4. ISSN 1557-1874. Dostupné z: <http://link.springer.com/10.1007/s11469-009-9206-4>

zabývá případem Isaaca Vaisberga, který život se závislostí na *WoW* okusil plnými doušky.

Isaac se narodil ve Venezuele, jeho rodiče byli dobří lidé, jejich manželství se ale rozpadlo, ještě když byl Isaac malý, takže se - společně s matkou - přestěhovali do Miami. S oběma rodiči udržoval dobrý vztah, ze školy nosil samé jedničky, měl úžasné sportovní nadání. Temnou stránkou jeho osobnosti ale bylo to, že se cítil sám. Navazování vztahů pro něj bylo složité, a tak si začal hledat kamarády na internetu. Když mu bylo 14, začal hrát *WoW*. Připojil se do jedné z guild, její členové se stali jeho nejlepšími přáteli a pro Isaaca se hraní stalo jediným prostředkem socializace. Během střední školy pak dvakrát sklouznul k závislosti, pokaždé se ale nakonec zmátořil, a školu zdárně dokončil. Dostal se na American University do Washingtonu, tam se však návratovost závislosti projevovala znovu, což jeho matku vyděsilo natolik, že mu navrhla, aby se přihlásil do programu centra reSTART, prvního zařízení pro léčbu závislosti na hrách a internetu na světě, které sídlilo za Seattlem. Isaac souhlasil, ale nejdříve se přihlásil do svého *WoW* profilu, aby se rozloučil se svými souputníky a dal jim vědět, že bude nějakou dobu offline. Následně úspěšně prošel odvykacím programem, a protože se cítil sebevědomě a věřil si, že to ustojí, rozhodl se vrátit zpět do D.C., ačkoliv mu lékaři výslovně doporučili to nedělat.<sup>69</sup>

Otázkou změny prostředí při problému se závislostí se zabýval Johann Hari ve své TED prezentaci z roku 2015. Uvažuje: „Pokud mě dneska na ulici srazí auto a já si zlomím kyčel, vezmou mě do nemocnice a nadopujou mě spoustou diacetylmorfinu. Diacetylmorfin je v podstatě čistý heroin (...) Ten heroin vám budou v nemocnici dávat poměrně dlouho, takže by se z vás teoreticky měli stát závisláci.“ Hari ale uvádí na pravou míru skutečnost, že tento scénář se běžně neděje. Po návštěvách nemocnice se z nás zkrátka většinou feťáci nestávají, ačkoliv v ní konzumujeme poměrně velké množství návykových látek. Podobnou situaci pak Hari zmiňuje i v souvislosti s Vietnamskou válkou. Během té se 20 % amerických vojáků, což vydalo na statisíce, stalo závislých na heroinu, ke kterému měli ve Vietnamu velmi snadný přístup. Ve Spojených státech si v té době přirozeně lámali hlavu s tím, co dělat, až se tito vojáci vrátí a na ulicích se objeví stovky tisíc závisláků. K velkému překvapení se však u vojáků po jejich návratu domů abstinenci příznaky neprojevíly - a 95 % dříve závislých vojáků s drogou

---

<sup>69</sup> ALTER, Adam. Neodolatelné. 1. Česká republika: Host, 2018. ISBN 9788075774606.

prostě bez problému přestalo. Hari se ptá: co když je závislost více otázkou adaptace daného člověka na své okolí než chemických podnětů?<sup>70</sup>

Isaacovi Vaisbergovi se po návratu do Washingtonu D.C. přibližně čtvrt roku všechno dařilo. Vrátil se na univerzitu, našel si práci, která ho bavila a přinášela mu slušný výdělek. Pak mu ale jeho kamarád napsal, jestli si nechce zahrát, a Isaac odepsal: „Čau, jasně!“ Následujících 5 týdnů pak nevyšel z bytu a hrál 20 hodin denně. Přibral 27 kilo, jeho byt začal zapáchat a nebylo v něm přes krabice od jídla, které si objednával, k hnutí. Isaac nakonec znovu prošel programem reSTART, tentokrát však po jeho skončení zůstal v Seattlu, kde si založil tělocvičnu se specializací na crossfit - dokázal nalézt reálné prostředí, které mu plní jeho duševní potřeby - a do Washingtonu se nevrátil.<sup>71</sup>

### **3.4.3. Restart**

Centrum reSTART na svých webových stránkách nabízí možnost projít online testem, který nahrubo vyhodnocuje míru pravděpodobnosti problému se závislostí. Otázky, na které dotyčný odpovídá, jsou například: Zvýšila se u vás míra hraní v posledním roce? Ztratil/a jste zájem o své ostatní koníčky? - otázky tedy vcelku přesně kopírují kritéria behaviorálních závislostí. Test je na stránkách zařízení k dispozici jak přímo pro potenciální klienty, tak pro rodiče - tato verze nese titulky: „Pro ty, které milujete.“<sup>72</sup>

Cílem centra není učit klienty, jak s technologiemi přestat, protože v dnešní době je možnost, že bychom se digitálními technologiím zcela vyhnuli, téměř nereálná. Léčební plán se dělí na 3 fáze a trvá 45 dní - během těch se klienti učí, jak řešit problémy. Během první fáze bydlí v centru a procházejí třítydenním detoxem - v tomto období nesmějí používat vůbec žádné technologie. Podle Hilarie Cashové, jedné ze zakladatelek, je možné již po první fázi celkem spolehlivě odhadnout, komu léčba pomůže. Po zbytek první fáze, další 3 nebo 4 týdny klienti

---

<sup>70</sup> HARI, Johann. Everything you think you know about addiction is wrong. TED [online]. 2015 [cit. 2019-08-15]. Dostupné z: [https://www.ted.com/talks/johann\\_hari\\_everything\\_you\\_think\\_you\\_know\\_about\\_addiction\\_is\\_wrong](https://www.ted.com/talks/johann_hari_everything_you_think_you_know_about_addiction_is_wrong)

<sup>71</sup> ALTER, Adam. Neodolatelné. 1. Česká republika: Host, 2018. ISBN 9788075774606.

<sup>72</sup> ReSTART. [online]. 2019 [cit. 2019-08-16]. Dostupné z: <https://www.restartlife.com>

nadále bydlí v centru, učí se základním dovednostem (uvařit si základní jídla, vyprat si atd.) a pracují na tom, aby dokázali zvládat své emoce. Zároveň jsou vedeni k tomu, aby se sžili s přírodou, takže podnikají procházky do lesa, a učí se tak nalézt zalíbení v prostředí, které jim může pomoci v úniku z digitálního světa. Kromě výprav do terénu jsou také vedeni ke cvičení v posilovně, na základě čehož se podle Cashové zlepšil fyzický stav až u 85 % klientů. Během druhé fáze se klienti přestěhují do domu na půli cesty, kde se učí aplikovat dovednosti, které si osvojili v centru - hledají si práci či se hlásí na školu. Do třetí fáze klienti přecházejí ve chvíli, kdy jsou schopni fungovat samostatně. I tak se ale většinou usazují v dosahu reSTARTU a zůstávají s ním v kontaktu, což pro ně mimo jiné funguje i jako připomínka toho, že se nemají vracet do starých kolejí - a kolektivů.<sup>73</sup>

---

<sup>73</sup> ALTER, Adam. Neodolatelné. 1. Česká republika: Host, 2018. ISBN 9788075774606.

## 4. NÁVYKOVOST A AUDIOVIZUÁLNÍ PRŮMYSL

V předchozích kapitolách jsme se zabývali vybranými oblastmi, které jsou diskutovány v souvislosti s digitálními závislostmi. Pozornost byla věnována upínání se k zařízení jako takovému, vlivu internetu na způsob, kterým přijímáme a vyhodnocujeme informace, konzumaci videoobsahu, komunikačnímu a socializačnímu aspektu a konečně na - v této práci jedinou oficiálně uznanou behaviorální závislost - hraní online her. Na všechny zmíněné okruhy bylo však nahlíženo jako na samostatné, ale zároveň obecně platné fenomény, a doposud nebyla zřetelně uvedena do kontextu jejich návaznost na audiovizi.

Tato kapitola si klade za cíl poukázat na to, že audiovizuální průmysl je s jednotlivými okruhy digitálních závislostí velmi úzce propojen. Jednak sám iniciuje a následně realizuje vznik potenciálně návykového materiálu (např. her nebo seriálů), jednak jsou ale v jeho prostředí potenciálně návykové aktivity využívány jako běžný pracovní nástroj (např. sociální sítě). Osoba realizující projekt AVD se tím pádem může teoreticky dostat do situace, kdy iniciuje vznik materiálu, který využívá návykových prvků k tomu, aby zaujal publikum, používá potenciálně návykové platformy k jeho propagaci či šíření a zároveň je sama obětí, některých stejných a některých jiných, závislostních aktivit - ať už těch, které vykonává pro práci, nebo těch, kterým se věnuje v rámci osobního života.

Za předpokladu, že digitální závislosti a jejich v předchozích kapitolách rozvedené rysy jsou obecně platným fenoménem a že tvůrci audiovize přicházejí s jejich „spouštěči“ do častého kontaktu, dá se vytvořit hypotéza, že audiovizuální průmysl je, co se digitálních závislostí týče, velmi toxickým prostředím.

Adam Alter o behaviorálních závislostech obecně píše: „Ty nejvážnější, kvůli nimž lidé končí v nemocnici nebo nejsou schopní žít víceméně normální život, jsou celkem vzácné a postihují jen pár procent populace. Slabší závislosti jsou však mnohem běžnější. Jejich vlivem je náš život méně hodnotný, jsme méně výkonní v práci i ve volném čase a omezujeme kontakt s druhými.“ Alter tvrdí, že ačkoliv způsobují mírnější psychická traumata než vážné závislosti, i tak se tato traumata časem hromadí a zhoršují naše zdraví, čímž poukazuje na jakousi plíživost závislostního chování. Digitální technologie na nás zkrátka nebudou mít tak rychlý a drastický vliv, jako kdybychom podléhali např. závislosti na heroinu, ale jelikož jsou často vyvíjené tak, aby pro nás bylo složité se jim ubránit, jejich používání pro nás i tak určité riziko představuje. Alter tento aspekt pojmenovává „byznysem

se závislostí” a ihned v úvodu své knihy *Neodolatelné* zmiňuje, že lidé vyrábějící technologické produkty mají k technologiím často velmi rezervovaný vztah. Zmiňuje např. Steva Jobse, který svým dětem zakázal iPad<sup>74</sup>, přičemž situace, jako je tato, komentuje slovy: „[Tito lidé] se evidentně řídí pravidlem drogových dealerů: nikdy se nesjížděj vlastním zbožím.”<sup>75</sup>

#### 4.1. Přizpůsobování obsahu

Pro demonstraci toho, že se tvůrci audiovizuálního průmyslu mohou potýkat s jistou mírou rozpolcenosti, kdy sice potřebují využívat potenciálně návykové mechanismy ve prospěch projektu, ale zároveň se mohou začít sami chytat do jejich sítí, bude v následující části uvedena případová studie projektu *Zapomenutá válka*.

Projekt se jeho tvůrci jali vyvíjet na začátku roku 2017. Počáteční myšlenka, se kterou na něm začali pracovat, byla vytvořit interaktivní webový dokument o zapomenuté válce na východní Ukrajině. Interaktivní webový dokument značí takový formát, kdy je audiovizuální materiál umístěn na internet, avšak v nelineárním uspořádání - ne jako u „klasického” filmu, který divák sleduje od začátku do konce. Webový dokument může disponovat vícími cestami, kudy jeho dějem projít, přičemž rozhodnutí, kterou z příběhových možností si zvolí, je v režii diváka samotného. Do webového dokumentu může být zahrnuta řada způsobů vyjádření - video, fotografie, audionahrávky, texty, grafy, herní prvky a další. Velmi zjednodušeně řečeno, webový dokument stojí na pomezí filmu a hry - a je ve formě webové stránky distribuován online.

Tvůrci již měli za sebou výrobu lineárního dokumentárního filmu *Ukažte mi válku*, který se rovněž zabýval problematikou Ukrajinské krize - mapoval život *fixera*. Fixer je člověk, který novinářům zprostředkovává válečné zážitky - je jakýmsi válečným průvodcem, přičemž jde o pozici specifickou pro válečná území. Rozhodnutí začít projekt *Zapomenutá válka* vyvíjet jako nelineární dílo pramenilo z několika důvodů: Tvůrci chtěli věnovat pozornost nikoli politickým či vojenským

---

<sup>74</sup> Steve Jobs Was a Low-Tech Parent. The New York Times [online]. 2014 [cit. 2019-08-19]. Dostupné z: <https://www.nytimes.com/2014/09/11/fashion/steve-jobs-apple-was-a-low-tech-parent.html>

<sup>75</sup> ALTER, Adam. *Neodolatelné*. 1. Česká republika: Host, 2018. ISBN 9788075774606.

silám, ale obyčejným lidem, kteří žijí přímo v jádru konfliktu - prvotní koncepce byla tedy založená na premise, že si divák v začátku zážitku vybere jednu z několika postav, a tu bude následně sledovat na pozadí válečné zóny. Předpokládali, že akt výběru postavy diváka přiměje k tomu, aby se s ní lépe identifikoval, a příběh následně prožíval intenzivněji, což bylo zároveň i jejich hlavním tvůrčím záměrem. Dalším důvodem byla možnost odkazovat na další internetové zdroje, které informují o dění v dané oblasti, napojit se na neziskový sektor a další.

V průběhu vývoje projektu prošli tvůrci několika mezinárodními workshopy a trhy - *IFLab Story Booster* (Ghent, Belgie) a *Prototype Booster* (Lille, Francie), Sheffield Alternate Realities Market (Sheffield, Velká Británie), East Doc Interactive (Praha, ČR) a další - a začali se čím dál tím častěji setkávat s kvantem otázek, mezi které patřily - namátkou: Jak zařídíte, že si divák skutečně jednu z postav vybere? Co když se během zážitku divák začne nudit a překlikne jinam? Proč by vašeho diváka měla zajímat Ukrajinská krize? Jak docílíte toho, aby divák projekt sdílel mezi své přátele?

Vývoj projektu nabral jiný spád. Tvůrci začali usilovat o to, aby byl jejich materiál vhodný pro co největší skupinu potenciálního publika. Do příběhu přidali hlavní postavu - fixera - která měla diváka na jeho dobrodružství provázet a seznamovat jej s ostatními protagonisty. Ti pak byli vybraní tak, aby vytvořili co největší pokrytí věku a genderu: školačka, učitelka, zaměstnanec humanitární organizace a muž v důchodovém věku. Tvůrci se začali zajímat o možnosti sociálních sítí a dalších nástrojů marketingu, zaměřili se na atraktivitu vizuálu a intenzivně řešili, jak s pomocí zvuku vybudovat takovou atmosféru, která diváka vtáhne a nepustí. Nejdůležitější začalo být vytvořit stránku tak, aby byla pro diváka atraktivní, a to jak po obsahové, tak vizuální stránce.

Na snahu zavděčit se všem tvůrci velmi záhy doplatili - zjistili, že začali přizpůsobovat obsah formě v takové míře, až se z projektu vytratil původní záměr - soustředit se na každodennost války z pohledu místních obyvatel. Kromě toho se s přibývajícími efekty, které měly zaručit, že divák zůstane na stránce, z díla vytrácela důvěryhodnost: gamifikace, která sloužila jako „háček na diváka“ a která jej měla vtáhnout do vizuálního zážitku, se totiž začala vylučovat s primárním cílem autorů - podat hloubavé svědectví o ztížených podmínkách života ve válečné zóně. Bylo sice teoreticky možné - při dodržení vývojářských mechanismů, které by

projektu takové směřování zaručily - vytvořit velkolepý projekt, který by byl pro diváky ohromujícím zážitkem, tvůrci se ale nakonec rozhodli jej minimalizovat a raději dokončit původní záměr, než se vidinou pompézního výstupu nechat strhnout na úkor vyznění díla.

Projekt *Zapomenutá válka* je v současné chvíli na konci výrobní fáze a zatím nebyl publikován, tato case study tedy zohledňuje jen jeho vývoj v rámci vytváření příběhové koncepce, nikoliv jeho další pokračování v kontextu marketingu a distribuce. I tak však poukazuje na to, že upravování samotného obsahu audiovizuálního díla takovým způsobem, aby především oslovilo potenciální publikum, a zaručilo tak projektu publicitu a úspěch, je běžnou praxí. Tvůrci z audiovizuálních okruhů jsou vedeni k tomu, aby vyvíjeli materiál, který v ideálním případě diváka chytne a nepustí - a často k tomu používají ty stejné mechanismy, které byly rozebírány v předchozích kapitolách. Kromě jakési autorské ambivalence či „schizofrenie“, kdy tvůrci musí pečlivě volit, které mechanismy použít a které už ne, protože by mohly přehlušit poslání jejich díla, to vypovídá i o tom, že výše zmíněný „byznys se závislostí“ je i nedílnou součástí ekosystému audiovizuálního průmyslu.

## 4.2. Marketing

Britská společnost VentureHarbour zveřejnila letos v dubnu článek s přehledem marketingových strategií, které jsou podle autora článku a specialistů, s nimiž konzultoval, k propagaci filmů a seriálů nejlepší. Článek nabádá k 17 krokům, které je radno podniknout, pokud tvůrce projektu touží po jeho úspěšnosti.<sup>76</sup>

- Je potřeba udělat něco zajímavého a výstředního - např. po vzoru seriálu *Game of Thrones* umístit na pláž lebku draka velkou jako autobus. „Nevšedních věcí si lidé všimnou snáz,“ cituje text Setha Godina.
- Videoreklama na serverech jako YouTube nebo IMDB - důležité je myslet na to, aby videoreklama fungovala jako *call to action* - tedy

---

<sup>76</sup> 17 Inspiring Marketing Strategies For Your Film Or TV Show. VentureHarbour [online]. 2019 [cit. 2019-08-19]. Dostupné z: <https://www.ventureharbour.com/ultimate-guide-marketing-films-tv-shows-online/>



aby nabádala k další aktivitě, např. návštěvě facebookové stránky a zúčastnění se hry.

- Na tzv. *press junkety*, tedy rozhovory s herci a tvůrci pro odbornou veřejnost, se vyplatí zvát nejen novináře, ale i vlivné bloggery a fanoušky. Dobré je také *press junkety* organizovat v různých městech a prostřednictvím sociálních sítí tak navázat kontakt s různými fanouškovskými základnami, které budou hledat akci ve své lokalitě.
- Fanoušci mohou okusit prostředí projektu - film *The Hunger Games* byl např. doplněn hrou, ve které se fanoušci projektu mohli připojit k té ze stran, které fandili. Jednak virtuálně procházeli stejnými úskalími jako hrdinové ve filmu, zároveň však mohli interagovat s ostatními hráči. Kombinace socializačních a gamifikačních prvků zafungovala skvěle - fanoušci mohli zvát svoje známé, aby se ke hře připojili, sdílet své pokroky a okamžitě šířit své dojmy ze hry.
- Statistiky a reklama na IMDB - vzhledem k tomu, že algoritmus stránky IMDB funguje, podobně jako Google či YouTube, na principu relevance a popularity, pro získání uznání je zásadní věnovat pozornost pečlivému vyplnění všech údajů, které je možné k projektu dodat. Článek zároveň nabádá k využití reklamních tarifů a žebříčků - tvůrce má vytvořit vlastní filmový žebříček (např. Top 10) a svůj projekt do něj zařadit. „Lehce rafinované, ale za předpokladu, že je váš film relevantní, to nikomu neublíží.“ zaznívá v textu.
- Zahrnutí publika do vzniku filmu - více než rok před premiérou filmu *The Dark Knight* odstartovali tvůrci z Warner Brothers kampaň s názvem *Why so Serious?*. Šlo o imersivní zážitek, přičemž fanoušci byli vyzváni, aby se zapojili do hry, která probíhala kromě webových stránek, mailu, pošty, telefonů i v reálném světě. Při této příležitosti vyrazilo do ulic více než 10 milionů fanoušků, kteří filmu zajistili obrovskou dávku pozornosti. Podobným stylem mohou fungovat i např. crowdfundingové kampaně.
- Trailer - divák musí zažít emocionální extrém. Humor, strach, smutek, lehkost, vztek, vášeň... „Pokud dokážete vyrobit trailer, který diváka vytrhne z dosavadních emocí, jste vítěz.“ zní rada v článku. Trailer je

dobré nahrát nejdříve na web projektu, abychom si pojistili, že divák bude obklopen „naší“ grafikou - po týdnu či dvou je možné nahrát trailer na YouTube a propagovat ho prostřednictvím možností platformy.

- Důležité je vytvořit vizuálně přesvědčivou a funkční webovou stránku projektu, ze které dále můžeme fanoušky přesměrovávat na trailer, sociální sítě, hry, soutěže apod.
- Interaktivní facebooková stránka - článek dává za příklad projekty jako *Breaking Bad*, *The Hunger Games* či *World War Z*, jejichž facebookové stránky obsahovaly řadu her, výzev nebo zábavných aplikací. Kromě toho zahrnovaly své fanoušky množstvím takových příspěvků, které je motivovaly reagovat. Stránka musí být vysoce vizuálně atraktivní a přidávaný obsah vizuálně silný, vyvážený a poutavý. Nejlépe funguje, pokud přidáváme fotografie a videa.
- Využívání specifických aplikací, jako je Vine, Instagram či Pinterest. „Ačkoliv základními sociálními sítěmi, které budete používat, bude celkem jistě Facebook, YouTube a Twitter, neznamená to, že byste měli zanedbávat aplikace, jako je Vine, Instagram nebo Pinterest.“ Podle článku marketingový tým filmu *The Great Gatsby* hojně využíval Instagram - nahrával fotografie, které byly stylizované podobným způsobem jako samotný film.
- Aukce použitých rekvizit - rozprodávání filmové dekorace po skončení natáčení může rovněž posloužit jako podpůrný krok pro publicitu filmu. V případě seriálu *Breaking Bad* jste si tak mohli vydražit třeba plyšového medvídka nebo trenky protagonisty.
- Kvízy a soutěže - spolehlivý způsob, jak motivovat fanoušky ke sdílení vašeho obsahu.
- Partnerství s celebritami či značkami - spřátelený partner nás propojí s jeho fanoušky.
- Persony - imaginární postavička, která zasáhne davu. Článek uvádí jako příklad postavu medvěda Teda, který prořízlým jazykem komentuje aktuální internetové dění. Na Twitter má skoro 700 000

followerů. V roce 2011 podobně zafungovala kampaň filmu *Muppets*, která si získala pozornost milionů lidí.

- Memy a další obsah generovaný divákem - divákova kreativita znamená nejen to, že dotyčná osoba věnuje projektu svůj čas, což je skvělé, ale také skutečnost, že svůj výtvar bude pravděpodobně distribuovat mezi své přátele.
- Google Ads - reklama na náš projekt se objeví po zadání určitého výrazu do Google.
- Facebooková reklama - placená reklama na Facebooku.

Na tipy výše se dá, a to bez záměru upírat jim relevanci nebo snahy proti nim brojit, rovněž nahlédnout jako na jakési zrcadlo audiovizuálního prostředí. V doporučeních, jako je použít internet jako hlavní marketingový kanál a rozšiřovat publicitu filmu s pomocí sociálních sítí, jako je Facebook, Instagram, YouTube a dalších, či využívat gamifikaci, abychom s fanouškem navázali těsnější vztah, můžeme pozorovat mechanismy, které byly v předchozích kapitolách popisovány i v souvislosti se závislostním chováním. Tentokrát však z druhé strany - z pohledu někoho, kdo s jejich pomocí tvoří vlastní byznys. Potřeba konzumovat nejnovější obsah, získávat informace a přitom nevynakládat nijak zvlášť velké úsilí na jejich hledání, sdílet své vášně a dojmy s okolím a vytvářet si tím svou vlastní virtuální personu a další jevy - to vše patří do souboru aktivit, které jsou patrné i v problematice digitálních závislostí. Touto dvojsečností pak narážíme na to, že diskuse o digitálních závislostech jsou přirozeně v audiovizuálním prostředí méně populární než diskuse o tom, jak zrealizovat úspěšný projekt. Anebo - v osobnější rovině - jak v prostředí vysoce ovlivněném přítomností návykových mechanismů pečovat o svou psychohygienu.

### **4.3. Dopad na jednotlivce**

Jak bylo vysvětleno v předchozích kapitolách, mezilidské sdílení prochází kvůli rozvoji sociálních sítí zásadním přerodem. Ventilování osobních záležitostí se v dnešní době běžně děje na internetu, přičemž podoba sdílených informací má často nádech konstruktu. Sdílení nelehkých situací s lidmi ve svém okolí může být funkční cestou, jak si ulevit, ale pokud akt sdílení v současné době probíhá častěji

online než naživo a na sociálních sítích jsou obecně rozšířenější pozitivní příspěvky než negativní<sup>77</sup>, pak teoreticky existuje důvod k obavám, že digitální technologie mohou v souvislosti s psychohygienou působit kontraproduktivně.

Tuto paralelu potvrzuje i na konci minulého roku publikovaný článek magazínu Filmmaker<sup>78</sup>, v němž se producenti a psychoterapeuti vyjadřovali ke specifickým producentské profese. Zaměřen byl na vysvětlení souvislosti mezi náročností jejího vykonávání a potřebou ventilovat strasti, které patří do jejího koloritu, a zároveň poukazoval na to, že terapeuti a producenti mohou ve své profesi uplatňovat podobné schopnosti. Text líčil producentskou profesi v souvislosti se stresem, problematickým nastavením hranic práce, komplikovanými vztahy s ostatními tvůrci, sebeobětováním, samotou a úspěchem, přičemž jednou z jeho myšlenek bylo, že sdílení a pochopení - ať už ze strany kolegů z filmařské praxe nebo terapeuta - jsou jedněmi z nejozdravnějších aktivit, které lze v rámci psychohygieny provádět.

Jane Reardon, bývalá producentka a v současnosti terapeutka, dále v článku uvedla, že ji roky ve filmové branži naučily, že lidé se často vyrovnávají se stresem v jistém smyslu sebedestruktivními aktivitami, jako je přejídání se, nakupování nebo pití alkoholu. Na obdobný mechanismus, tedy jakousi formu sebedestrukce, jsme na předchozích stránkách mohli narazit např. v souvislosti s binge-watchingem - přepracovaná osoba se chce uvolnit, a tak sleduje seriál dlouho do noci, ačkoliv ví, že kvůli tomu bude ráno unavená.

Článek se věnuje i případům producentů, kteří jsou v permanentní pohotovosti - spí s neztlumeným mobilem položeným vedle hlavy, vyřizují telefonáty v průběhu hluboké noci a brzy ráno už jsou na nohou, aby odpovídali na e-maily. V souvislosti s takovým fungováním je v článku popisován producentův strach z toho, že o něco přijde, např. o skvělou příležitost, což zase velmi připomíná fenomén FOMO.

---

<sup>77</sup> Facebook Emotions Are Contagious, Study Finds. Live Science [online]. 2014 [cit. 2019-08-21]. Dostupné z: <https://www.livescience.com/46609-facebook-emotions-contagious.html>

<sup>78</sup> Disclosed: Producers and Therapists on Dealing with the Stress of a Demanding Profession. Filmmaker [online]. 2018. [cit. 2019-08-21]. Dostupné z: <https://filmmakermagazine.com/106469-disclosed-producers-and-therapists-on-dealing-with-the-stress-of-a-demanding-profession/>

Text je v podstatě od začátku do konce protkaný situacemi z prostředí audiovizuálního průmyslu, které by se daly vztáhnout i k problematice závislostního chování, což může sloužit jako další zpečetění tvrzení, že tato dvě témata se sebou navzájem souvisí.

Cílem další kapitoly je proto nahlédnout na problematiku potenciálně návykových aktivit ve spojitosti s FAMU.

## 5. DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ

Jak již bylo zmíněno v dosavadním textu práce, audiovizuální průmysl je prosycen mechanismy, které zásadně figurují i v kontextu digitálních závislostí. Zdá se, že prostředí, ve kterém se lidé pracující v audiovizí pohybují, však závislostní chování v souvislosti s digitálními technologiemi příliš nereflektuje - populární jsou rozpravy o tom, jak se dají využít ve vlastní prospěch, podstatně méně prostoru je však v rámci audiovize věnováno úvahám o jejich stinných stránkách.

Cílem dotazníkového šetření k této práci bylo zjistit, jak jsou digitální závislosti vnímány na Filmové a televizní fakultě AMU, tedy v prostředí, které sdružuje jak budoucí, tak stávající profesionály audiovizuálního průmyslu. O vyplnění dotazníku byli požádáni studenti, absolventi i pedagogové, přičemž prostřednictvím e-mailu bylo osloveno 440 členů akademické obce (pedagogové + studenti) a dalších cca 90 lidí bylo osloveno přes Facebook. Jeho výsledky byly následně vyhodnocovány na základě 117 odpovědí. Podoba dotazníku byla založena na subjektivním vnímání respondentů - záměrem bylo zjistit, jak vnímají situaci podle svých osobních měřítek. Na základě toho pak mělo šetření naznačit obecnou míru přítomnosti fenoménu a reflexe závislostního chování v komunitě tvůrců audiovizuálního průmyslu.

Výsledky výzkumu nelze považovat za plně reprezentativní, ze zkušeností je známo, že v tomto typu šetření bude častěji odpovídat skupina lidí se zájmem o problematiku, kdežto ti, které téma nezajímá, odpovědi neposkytnou. Data jsou pak posunuta mírně do pozitivního smyslu a jsou vyhraněnější, protože chybí stanoviska kolem nevyhraněného středu a mírně negativní postoje. To ovšem neznamená, že by šlo o zjištění nahodilá nebo nepodstatná, případně zásadně zkreslená. Pokryté procento oslovených, tj. 22 %, je v kontextu obdobných výzkumů nadprůměrné, pokud ponecháme stranou práci profesionálních agentur (a i u nich jde o dobrý výsledek).

## 5.1. Forma dotazníku

Mezi zkoumané okruhy spadaly následující body:

- Respondentovo povědomí o pojmech používaných v souvislosti s digitálními závislostmi;
- Nadměrné používání - Kolik lidí se v respondentově okolí daným aktivitám věnuje přespříliš?;
- Rizikovost - Jak velké riziko může aktivita podle respondenta představovat pro toho, kdo ji vykonává?;
- Sebereflexe - respondentovo zhodnocení přítomnosti či nepřítomnosti závislosti u jeho osoby.

Cílem dotazníku nebylo pokoušet se o diagnostikování respondentů či exaktně zkoumat závislostní faktory jednotlivých aktivit - záměrem bylo zjistit, jestli ti, kteří přispívají k výrobě audiovizuálního materiálu, tento fenomén vůbec registrují, a pokud ano, tak jakým způsobem o něm uvažují.

Dotazník byl připraven ve formě Google formuláře a zahrnoval čtyři otázky, které korespondovaly s okruhy vypsány výše. Otázky měly následující znění:

### **1) Podívejte se prosím na následující pojmy a vyberte vhodnou odpověď.**

Respondenti mohli vybrat jednu ze 4 odpovědí:

Vím přesně, oč jde / Tuším, oč jde / Nevím, oč jde / V životě jsem o pojmu neslyšel/a), přičemž dotazované pojmy byly tyto:

- Nomofobie;
- Binge-watching;
- Phubbing;
- Oniománie;
- Závislost na online hraní;
- Závislost na online sledování videí;

- Závislost na používání sociálních sítí;
- Chorobné sbírání lajků;
- Závislost na pořizování selfies;
- Závislost na kontrolování e-mailu;
- Závislost na sledování sebe sama.

**2) Kolik lidí ve Vašem okolí věnuje následujícím aktivitám více času, než je podle Vás rozumné?**

Možné odpovědi:

Nikdo či téměř nikdo / Menšina / Většina / Všichni či téměř všichni

**3) Jak velké problémy (zdravotní, sociální, profesionální či jiné) mohou podle vás níže uvedené aktivity přinášet do života toho, kdo je provozuje?**

Možné odpovědi:

Zanedbatelné / Mírné / Zásadní / Fatální

**4) Označili byste sami sebe za závislé na některých z aktivit/platform uvedených v dotazníku? Pokud ano, na kterých?**

Možné odpovědi:

Ne / Na této aktivitě se cítím být závislý/á

**Pro otázky 2) - 4) byly dotazované pojmy následující:**

- Surfování na internetu (potřeba získávat informace, být v obraze...);
- Sledování televize (zapínání po příchodu domů, běží jako kulisa...);
- Sledování online videí (Youtube, Facebook Watch aj.);
- Binge-watching - sériové sledování seriálů díl za dílem (Netflix, HBO Go, Amazon Prime aj.);



- Online hraní her;
- Poslech hudby (Spotify, Youtube Music, Apple Music aj.);
- Používání sociálních sítí (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn aj.);
- Pořizování selfies;
- Focení všeho možného kolem sebe a následné sdílení;
- Sbíráání lajků;
- Aktivita na diskusních fórech (Nyx aj.);
- Neustálé kontrolování emailů;
- Online nakupování, browsing nabídek;
- Měření sebe sama (chytré hodinky, krokoměry aj.);
- Konzumace online erotiky a pornoobsahu.

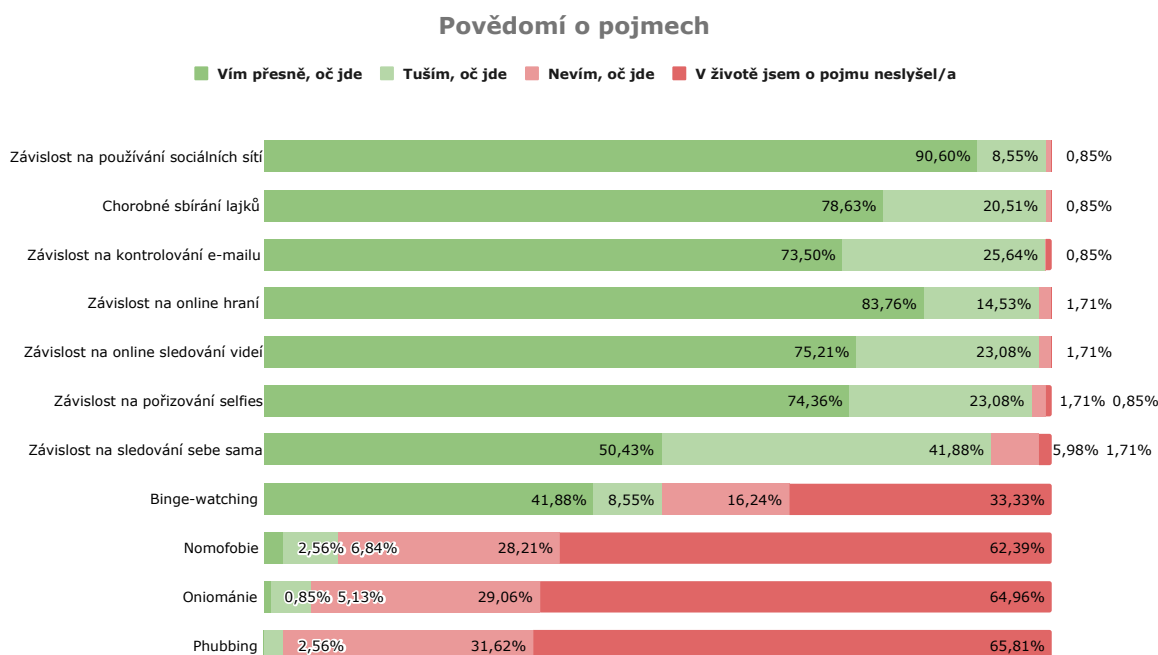
### **5.1.1. Uvažované podoby dotazníku**

Zvažována byla rovněž koncepce dotazníku, která se důkladněji zaměřovala na rysy závislosti podle Marka Griffithse, *DSM-5* či *MKN-11*. Jejím cílem mělo být zjistit, které konkrétní rysy závislosti a v jaké míře respondenti pozorují ve svém okolí (např.: Kolik lidí ve Vašem okolí vykazuje známky podráždění či úzkosti, je-li jim znemožněno aktivitu vykonávat?). Myšlenka vycházet z přesně formulovaných diagnostických kritérií však byla nakonec ponechána stranou a bylo rozhodnuto, že dotazník bude vytvořen na subjektivnější bázi. Finální verze dotazníku, jejíž struktura je uvedena výše, pak měla spíše podobu sociologického šetření či výzkumu veřejného mínění, nikoli diagnostického nástroje, a to ačkoliv bylo z diagnostických manuálů při její tvorbě částečně vycházeno.

## 5.2. Výsledky šetření

### 5.2.1. Povědomí o pojmech

Respondenti vykazovali nejvyšší míru povědomí o terminologii v souvislosti se závislostí na používání sociálních sítí, sbíráním lajků a kontrolováním emailů. Za nimi se pak řadilo online hraní, sledování videí a pořizování selfies. Zajímavé je, že ačkoliv bylo z výše zmíněných aktivit jako oficiální závislost uznané jen online hraní her, u všech z nich více než 70 % respondentů uvedlo, že přesně vědí, o co se jedná.<sup>79</sup> Naopak u pojmů, jako je *nomofobie*, *oniománie*<sup>80</sup> či *phubbing*, jejichž označení jsou ve vyšší či nižší míře zoficializována, vykazalo jejich znalost minimum respondentů. Významem slova *phubbing*, tedy termínem značícím přehlížení druhé osoby kvůli používání smartphonu, si dokonce nebyl jistý ani jeden z odpovídajících.

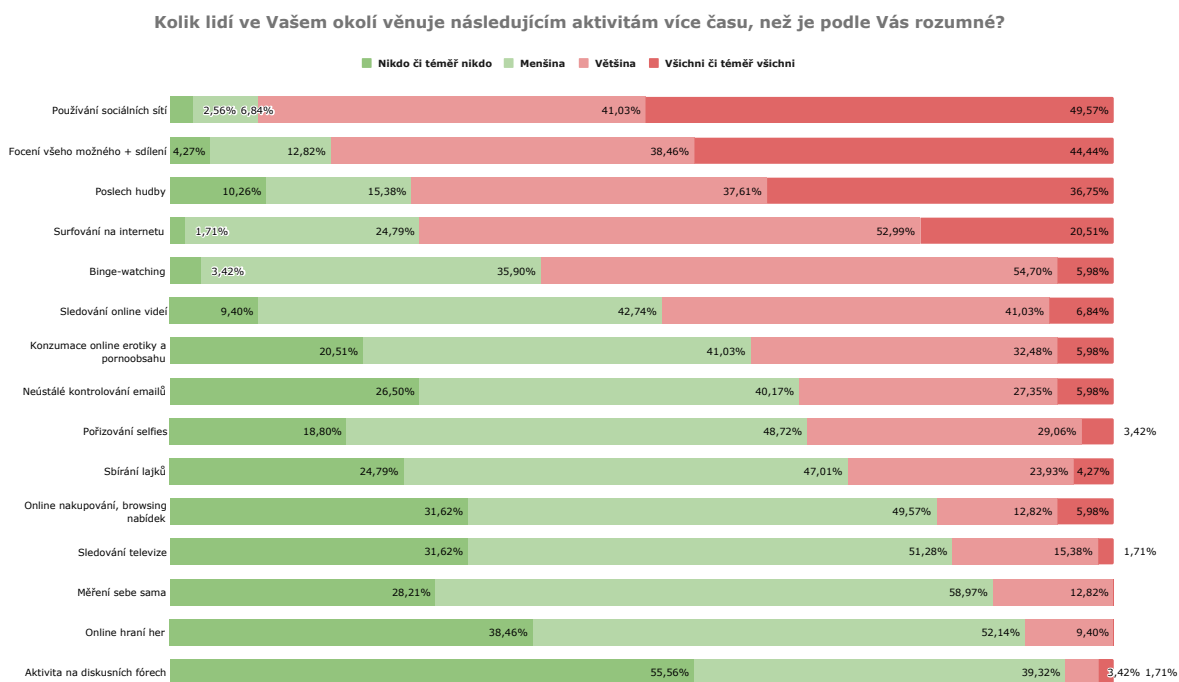


<sup>79</sup> Pozn.: Cílem šetření pochopitelně nebylo zjišťovat respondentovu znalost nuancí odborné terminologie, a proto v dotazníku nebylo rozlišováno mezi „potenciálně návykovou aktivitou“, „nadměrným používáním“, „závislostí“ a dalšími vyjádřeními různých stupňů problému. Pro účely dotazníku bylo pracováno pouze s označením „závislost“ (v případě sbírání lajků bylo použito označení „chorobné sbírání lajků“ pro zdůraznění extrému).

<sup>80</sup> Pozn.: Oniománie je pojem používaný pro závislost na nakupování.

## 5.2.2. Nadměrné používání

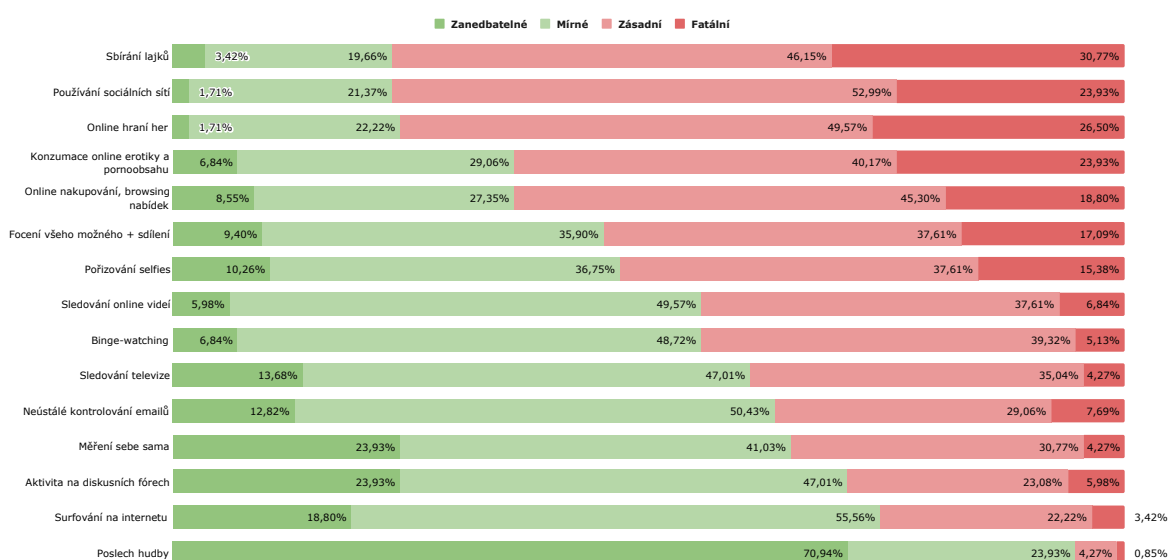
Přehnané provádění aktivity respondenti ve svém okolí nejvíce zaregistrovali v souvislosti s používáním sociálních sítí, focením všeho možného a následným sdílením, poslechem hudby a surfováním na internetu. Naopak nejmenší množství lidí ve svém okolí respondenti zaregistrovali v souvislosti s přílišnou aktivitou na diskusních fórech, online hraním her, měřením sebe sama (např. chytrými hodinkami nebo krokoměry) a sledováním televize.



### 5.2.3. Rizikovost

Jako nejrizikovější činnosti vnímali respondenti sbírání lajků, používání sociálních sítí a online hraní her. 71 % respondentů považuje za nejméně škodlivou aktivitu poslech hudby. Minimální riziko spatřovali odpovídající také v surfování na internetu, aktivitě na diskusních fórech a měření sebe sama.

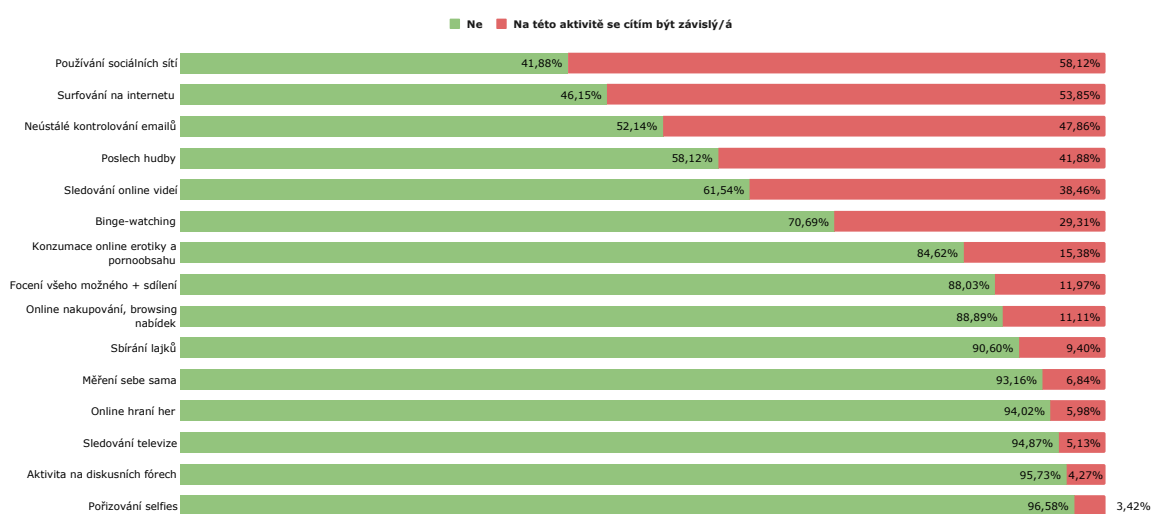
Jak velké problémy (zdravotní, sociální, profesionální či jiné) mohou podle vás níže uvedené aktivity přinášet do života toho, kdo je provozuje?



## 5.2.4. Sebereflexe

Téměř 60 % respondentů se označilo za závislé na používání sociálních sítí. Mezi další aktivity, se kterými se v souvislosti se závislostí nejčastěji identifikovali, patřilo surfování na internetu (54 %), neustálé kontrolování e-mailů (48 %), poslech hudby (42 %) a sledování online videí (38 %). Pořizování selfies, aktivita na diskusních fórech a sledování televize pak byly činnostmi, na kterých u sebe sama pozorovalo závislost nejméně odpovídajících.

Označili byste sami sebe za závislé na některých z aktivit/platform uvedených v dotazníku?



### 5.3. Zhodnocení

Dotazníkové šetření ukázalo, že obecně nejdramatičtěji je vnímán dopad používání sociálních sítí a aktivit s ním spojených (sbírání lajků, focení a následné sdílení). Hraní online her bylo sice mezi respondenty většinou vnímáno jako aktivita, která může vnést do života toho, kdo jí provozuje, zásadní či fatální problémy, jen menšina z nich ale její přílišné vykonávání zaregistrovala ve svém okolí či u sebe sama - respondenti zjevně vnímají aktivitu jako potenciálně rizikovou, s jejím nadužíváním se však ve svém okolí příliš nesetkávají.

Pozoruhodný je vývoj odpovědí v souvislosti s binge-watchingem. V první otázce, která zjišťovala respondentovu znalost pojmů, pojem binge-watching neznalo 50 % odpovídajících - buď jej v životě neslyšeli nebo nevěděli, co znamená. V následující části byl však pojem vysvětlen a další otázka ukázala, že ve svém okolí fenomén binge-watchingu nepozoruje jen něco málo přes 3 % respondentů, zbytek se s ním ve svém okolí ve větší či menší míře setkává. Z toho vyplývá, že označení fenoménu je v řadách filmařů podstatně méně známé než fenomén sám.

## 6. ZÁVĚR

Cílem práce bylo nahlédnout do problematiky závislostního chování plynoucího z používání digitálních technologií, propojit získané informace s prostředím audiovizuálního průmyslu a zjistit, jak k problematice závislostí přistupuje komunita FAMU.

Práce byla zaměřena téměř výhradně na negativní důsledky používání digitálních technologií a jejich benefity brala v potaz skutečně minimálně. Mým záměrem bylo vykreslit temné stránky digitálních a onlinových aktivit ne proto, že bych považovala za důležité se vůči nim vymezit, ale zkrátka proto, že jsem cítila potřebu upozornit na jejich existenci. Audiovizuální průmysl je - jak bylo vysvětleno v předchozích kapitolách - s rizikem závislostního chování ve velmi úzkém vztahu, a jedním z primárních cílů práce se tak přirozeně stala snaha o této skutečnosti informovat.

Přítomnost návykových mechanismů, které nás lákají k vykonávání určitých aktivit, patří k pracovním pozicím, které zastáváme, ale i přesto jim je v audiovizuálních kruzích věnováno jen pomálu pozornosti. Hlavní motivací pro volbu tohoto tématu pro mě tedy bylo dát prostor poněkud nepohodlné součásti audiovizuálního průmyslu - slovy Adama Altera: *byznysu se závislostí* - a poukázat na to, že jeho existence je prověřená řadou studií a případů lidí, kteří tlak návykovosti neustáli a stali se obětí závislostního chování.

Dotazníková část práce prokázala, že ačkoliv je téma digitálních závislostí v rámci audiovize stále poněkud upozaděné, lidé pracující ve filmovém prostředí rozšíření a negativní dopad používání digitálních technologií registrují, a to jak ve svém okolí, tak přímo na sobě. Z tohoto důvodu šetření shledávám pozoruhodným.

Specifikování svého osobního záměru jsem - stejně tak jako ich formu - úmyslně zařadila až do závěru práce. Předchozí kapitoly jsem nechtěla zatěžovat svým přístupem ke zpracování problematiky - mohl narušit snahu o co nejméně zabarvený tón, v němž jsem se snažila předchozí kapitoly práce ponechat.

Samozřejmost, se kterou používáme digitální technologie - naše neustálé kontrolování mobilních telefonů, nutkání být stále na příjmu, snaha budovat ve virtuálním prostoru svá lepší alter ega a další - a rychlost, kterou se technologie staly každodenní součástí našich životů, mě stáčí zpět ke slově Manfreda

Spitzera v úvodu této práce. Možná bychom měli být - co se týče nové techniky - opatrnější.

Pokud by se totiž její návykovost - a s ní i negativní konsekvence - rozvíjely stejným tempem jako např. aplikace popsané na předchozích stránkách, mám obavu, že se zanedlouho naše posedlost používáním digitálních technologií může dostat do bodu, kdy nebudeme schopní fungovat bez nich a kdy se nám život bez neustálých stimulů začne zdát neuspokojivý. Anebo že se může dostat až do fáze, kdy nás „offlinové vydání“ života nebude naplňovat, aniž bychom si uvědomovali, nakolik se naše existence stala křehkou a že se naše životy leckdy ocitají na hraně.

Závěrem nabízím ještě jednu situaci z minulosti. Uvádí se<sup>81</sup>, že Walt Disney vykouřil tři krabičky cigaret denně. I přesto ale, procházíte-li se Disneylandem, neuvidíte ani jednu fotku, na které by byl s cigaretou zachycen. Jelikož Disney zemřel na rakovinu plic a pyšnit se fotkami, na kterých Walt kouří, přišlo společnosti nevhodné, rozhodla se, že cigarety z fotek zkrátka vyretušuje. Walt Disney tak na fotkách stojí se spojeným ukazováčkem a prostředníčkem, figuře charakteristické pro kuřáky, ale cigaretu nedrží.

Tento pokus o prevenci ze strany společnosti má však podle mě zásadní háček - pokud se nebude mluvit o tom, že Walt Disney kouřil a že ho závislost následně zabila, jak se děti dozvědí, že se i ony můžou dostat do rizika? Cestou přece není předstírat, že riziko neexistuje. V souvislosti s digitálními technologiemi by pak možná stálo za to podobné zamyšlení. Jestliže propadáme kouzlu používání zařízení a aplikací, je zásadní, abychom tak činili s vědomím toho, že k přerušení trendu možná v budoucnu nebude stačit smazat naše internetové účty nebo odložit chytrá zařízení a že důsledky našeho předchozího rozhodnutí už budou zakořeněny mnohem hlouběji.

---

<sup>81</sup> Disneyland Used to Photoshop Out Cigarettes in Portraits of Walt Disney. PetaPixel [online]. 2016 [cit. 2019-08-24]. Dostupné z: <https://petapixel.com/2016/10/12/disneyland-used-photoshop-cigarettes-portraits-walt-disney/>



## **7. SOUPIS POUŽITÝCH PRAMENŮ**

### **7.1. Literatura**

ALTER, Adam. Neodolatelné. 1. Česká republika: Host, 2018. ISBN 9788075774606.

BLINKA, Lukas. Online závislosti: Jednání jako droga?: Online hry, sex a sociální sítě: Diagnostika závislosti na internetu: Prevence a léčba. Praha: Grada, 2015. Psyché (Grada). ISBN ISBN978-80-247-5311-9.

Diagnostic and statistical manual of mental disorders DSM-5tm. 5th ed. Washington, DC: American Psychiatric Publishing, 2013. ISBN 978-0-89042-555-8.

GREENFIELD, Susan. Změna myšlení: jak se mění naše mozky pod vlivem digitálních technologií. BizBooks, 2016. ISBN 978-80-265-0450-4.

HOLLEN, Kathryn H. Encyclopedia of addictions. Westport, Conn.: Greenwood Press, 2009. ISBN 03-133-4741-7.

SPITZER, Manfred. Digitální demence: jak připravujeme sami sebe a naše děti o rozum. Brno: Host, 2014. ISBN 978-80-7294-872-7.

VACEK, Jaroslav a Petra VONDRÁČKOVÁ. Závislosti na procesech. Klinická adiktologie. Praha: Grada Publishing, 2015, s. 513-527. Psyché (Grada). ISBN 978-80-247-4331-8.

### **7.2. Elektronické články**

17 Inspiring Marketing Strategies For Your Film Or TV Show. VentureHarbour [online]. 2019 [cit. 2019-08-19]. Dostupné z: <https://www.ventureharbour.com/ultimate-guide-marketing-films-tv-shows-online/>

66% of the population suffer from Nomophobia the fear of being without their phone. Securenvoy [online]. 2012 [cit. 2019-08-05]. Dostupné z: <https://www.securenvoy.com/en-gb/blog/66-population-suffer-nomophobia-fear-being-without-their-phone>

After Compulsively Watching YouTube, Teen Girl Lands in Rehab. KQED Science [online]. 2017 [cit. 2019-08-13]. Dostupné z: <https://www.kqed.org/futureofyou/371613/theres-growing-consensus-the-internet-is-addictive>

Amazon? HBO? Netflix thinks its real competitor is... sleep. Vox [online]. 2017 [cit. 2019-08-12]. Dostupné z: <https://www.vox.com/2017/4/17/15334122/netflix-sleep-competitor-amazon-hbo>

BALAKRISHNAN, Janarthanan a Mark D. GRIFFITHS. Social media addiction: What is the role of content in YouTube. Journal of Behavioral Addictions [online]. 2017, 6(3), 364-377 [cit. 2019-08-13]. DOI: 10.1556/2006.6.2017.058. ISSN 2062-5871. Dostupné z: <http://www.akademai.com/doi/abs/10.1556/2006.6.2017.058>

Digital 2019: Q2 Global Digital Statshot. Datareportal [online]. 2019 [cit. 2019-08-15]. Dostupné z: <https://datareportal.com/reports/digital-2019-q2-global-digital-statshot>

Digital media trends survey: A new world of choice for digital consumers. Deloitte [online]. 2018 [cit. 2019-08-13]. Dostupné z: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/br/Documents/technology-media-telecommunications/Digital-Media-Trends-Report.pdf>

Disclosed: Producers and Therapists on Dealing with the Stress of a Demanding Profession. Filmmaker [online]. 2018. [cit. 2019-08-21]. Dostupné z: <https://filmmakermagazine.com/106469-disclosed-producers-and-therapists-on-dealing-with-the-stress-of-a-demanding-profession/>

Disneyland Used to Photoshop Out Cigarettes in Portraits of Walt Disney. PetaPixel [online]. 2016 [cit. 2019-08-24]. Dostupné z: <https://petapixel.com/2016/10/12/disneyland-used-photoshop-cigarettes-portraits-walt-disney/>

Exciting Changes. Moment [online]. 2018 [cit. 2019-08-06]. Dostupné z: <https://inthemoment.io/blog/changes>

Exploration of Video-On-Demand Watching Behaviour on YouTube and PS-ODVSP: An experience sampling study with regard to intentionality. University of Twente [online]. 2019 [cit. 2019-08-12]. Dostupné z: [https://essay.utwente.nl/78379/1/Cordts\\_BA\\_BMS.pdf](https://essay.utwente.nl/78379/1/Cordts_BA_BMS.pdf)

Exploration of Video-On-Demand Watching Behaviour on YouTube and PS-ODVSP: An experience sampling study with regard to intentionality. University of Twente [online]. 2019 [cit. 2019-08-12]. Dostupné z: [https://essay.utwente.nl/78379/1/Cordts\\_BA\\_BMS.pdf](https://essay.utwente.nl/78379/1/Cordts_BA_BMS.pdf)

Facebook Emotions Are Contagious, Study Finds. Live Science [online]. 2014 [cit. 2019-08-21]. Dostupné z: <https://www.livescience.com/46609-facebook-emotions-contagious.html>

GRIFFITHS, Mark. Behavioural addiction: an issue for everybody?. Employee Counselling Today [online]. 1996, 8(3), 19-25 [cit. 2019-06-30]. Dostupné z: [https://www.researchgate.net/publication/233809226\\_Behavioural\\_addictions\\_An\\_issue\\_for\\_everybody](https://www.researchgate.net/publication/233809226_Behavioural_addictions_An_issue_for_everybody)

GRIFFITHS, Mark. Internet Addiction Disorder and Internet Gaming Disorder are Not the Same [online]. 2014, 05(04) [cit. 2019-08-07]. DOI: 10.4172/2155-6105.1000e124. ISSN 21556105. Dostupné z: <https://www.omicsonline.org/open-access/internet-addiction-disorder-and-internet-gaming-disorder-are-not-the-same-2155-6105-5-e124.php?aid=35644>

CHOTPITAYASUNONDH, Varoth a M. DOUGLAS, Karen. The effects of "phubbing" on social interaction. Journal of Applied Social Psychology [online]. University of Kent, 2018 [cit. 2019-08-06]. Dostupné z: <http://doi.wiley.com/10.1111/jasp.12506>

I'm a social media addict — here's what happened when I quit Instagram and Facebook for a week. Business Insider [online]. 2019 [cit. 2019-08-15]. Dostupné z: <https://www.businessinsider.com/quit-instagram-facebook-social-media-addiction-2019-8>

Internet Gaming Disorder. American Psychiatric Association [online]. 2013 [cit. 2019-06-30]. Dostupné z: <https://bit.ly/2XbtP2b>

KIM, Min Gyu a Jooan KIM. Cross-validation of reliability, convergent and discriminant validity for the problematic online game use scale. *Computers in Human Behavior* [online]. 2010, 26(3), 389-398 [cit. 2019-08-07]. DOI: 10.1016/j.chb.2009.11.010. ISSN 07475632. Dostupné z: <https://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S0747563209001812>

KING, Daniel, Paul DELFABBRO a Mark GRIFFITHS. Video Game Structural Characteristics: A New Psychological Taxonomy. *International Journal of Mental Health and Addiction* [online]. 2010, 8(1), 90-106 [cit. 2019-08-16]. DOI: 10.1007/s11469-009-9206-4. ISSN 1557-1874. Dostupné z: <http://link.springer.com/10.1007/s11469-009-9206-4>

My Descent Into YouTube Addiction. *Medium* [online]. 2019 [cit. 2019-08-13]. Dostupné z: <https://humanparts.medium.com/an-account-of-a-descent-into-youtube-addiction-3b0a2e345a8b>

Netflix & Binge: New Binge Scale Reveals TV Series We Devour and Those We Savor. *Netflix Media Center* [online]. 2016 [cit. 2019-08-12]. Dostupné z: <https://media.netflix.com/en/press-releases/netflix-binge-new-binge-scale-reveals-tv-series-we-devour-and-those-we-savor-1>

Netflix addiction is real – we are entertaining ourselves to death. *The Guardian* [online]. 2017 [cit. 2019-08-12]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2018/jun/20/netflix-addiction-is-real-we-are-entertaining-ourselves-to-death>

Netflix Declares Binge Watching is the New Normal. *CISION PR Newswire* [online]. 2013 [cit. 2019-08-12]. Dostupné z: <https://www.prnewswire.com/news-releases/netflix-declares-binge-watching-is-the-new-normal-235713431.html>

NICHOLAS, David, Ian ROWLANDS, David CLARK a Peter WILLIAMS. Google Generation II: web behaviour experiments with the BBC. *Aslib Proceedings* [online]. 2011, 63(1), 28-45 [cit. 2019-08-08]. DOI: 10.1108/00012531111103768. ISSN 0001-253X. Dostupné z: <https://www.emeraldinsight.com/doi/10.1108/00012531111103768>

OREILY, Michael. Internet addiction: a new disorder enters the medical lexicon. Canadian Medical Association Journal [online]. 1996, 12(154), 1882-1883 [cit. 2019-08-08]. PMC1487729. Dostupné z: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC1487729/>

PRZYBYLSKI, Andrew K. a WEINSTEIN, Netta. Can you connect with me now?: How the presence of mobile communication technology influences face-to-face conversation quality. Journal of Social and Personal Relationships [online]. University of Essex, 2012 [cit. 2019-08-06]. Dostupné z: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0265407512453827>

Ready, Set, Binge: More Than 8 Million Viewers 'Binge Race' Their Favorite Series. Netflix Media Center [online]. 2017 [cit. 2019-08-12]. Dostupné z: <https://media.netflix.com/en/press-releases/ready-set-binge-more-than-8-million-viewers-binge-race-their-favorite-series>

Smartphone addiction facts & Phone usage statistics: The definitive Guide (2019 Update). bankmycell [online]. 2019 [cit. 2019-08-05]. Dostupné z: <https://www.bankmycell.com/blog/smartphone-addiction/>

SPARROW, B., J. LIU a D. M. WEGNER. Google Effects on Memory: Cognitive Consequences of Having Information at Our Fingertips. Science [online]. 2011, 333(6043), 776-778 [cit. 2019-08-08]. DOI: 10.1126/science.1207745. ISSN 0036-8075. Dostupné z: <http://www.sciencemag.org/cgi/doi/10.1126/science.1207745>

Steve Jobs Was a Low-Tech Parent. The New York Times [online]. 2014 [cit. 2019-08-19]. Dostupné z: <https://www.nytimes.com/2014/09/11/fashion/steve-jobs-apple-was-a-low-tech-parent.html>

SUCHÁ, Jaroslava, Martin DOLEJŠ, Helena PIPOVÁ, Eva MAIEROVÁ a Panajotis CAKIRPALOGLU. Hraní digitálních her českými adolescenty. Univerzita Palackého v Olomouci [online]. 2018 [cit. 2019-08-15]. DOI: 10.5507/ff.18.24454245. Dostupné z: <http://psych.upol.cz/wp-content/uploads/2019/03/Sucha-Dolejš-a-kol.-online-hran%C3%AD-digitáln%C3%AD-her.pdf>

TAMIR, D. I. a J. P. MITCHELL. Disclosing information about the self is intrinsically rewarding. *Proceedings of the National Academy of Sciences* [online]. 2012, 109(21), 8038-8043 [cit. 2019-08-14]. DOI: 10.1073/pnas.1202129109. ISSN 0027-8424. 1091-6490. Dostupné z: <http://www.pnas.org/cgi/doi/10.1073/pnas.1202129109>

The internet is changing the definition of television. *The Guardian* [online]. 2014 [cit. 2019-08-10]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/media-network/media-network-blog/2014/jun/10/internet-changing-definition-television>

The internet is changing the definition of television. *The Guardian* [online]. 2014 [cit. 2019-08-10]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/media-network/media-network-blog/2014/jun/10/internet-changing-definition-television>

The People's Word of 2018. *Cambridge Dictionary* [online]. 2018 [cit. 2019-08-05]. Dostupné z: <https://dictionaryblog.cambridge.org/2018/11/29/the-peoples-word-of-2018/>

There is no such thing as "internet addiction". *Medium* [online]. 2017 [cit. 2019-08-08]. Dostupné z: <https://medium.com/enrique-dans/there-is-no-such-thing-as-internet-addiction-5ecb86906b1f>

Viewing Patterns and Addiction to Television among Adults Who Self-Identify as Binge-Watchers. *APHA* [online]. 2015 [cit. 2019-08-12]. Dostupné z: <https://apha.confex.com/apha/143am/webprogram/Paper335049.html>

What happens to your brain when you binge-watch a TV series. *NBCNews BETTER* [online]. 2017 [cit. 2019-08-12]. Dostupné z: <https://www.nbcnews.com/better/health/what-happens-your-brain-when-you-binge-watch-tv-series-ncna816991>

What happens to your brain when you binge-watch a TV series. *NBCNews BETTER* [online]. 2017 [cit. 2019-08-12]. Dostupné z: <https://www.nbcnews.com/better/health/what-happens-your-brain-when-you-binge-watch-tv-series-ncna816991>

WHO releases new International Classification of Diseases (ICD 11). WHO [online]. 2018 [cit. 2019-06-30]. Dostupné z: [https://www.who.int/news-room/detail/18-06-2018-who-releases-new-international-classification-of-diseases-\(icd-11\)](https://www.who.int/news-room/detail/18-06-2018-who-releases-new-international-classification-of-diseases-(icd-11))

YouTube Addiction: How to Control It. Mindcoolness [online]. 2016 [cit. 2019-08-13]. Dostupné z: <https://www.mindcoolness.com/mastery/youtube-addiction/>

### **7.3. Webové stránky**

ICD-10: verze 2016. WHO [online]. 1990 [cit. 2019-06-30]. Dostupné z: <https://icd.who.int/browse10/2016/en>

ICD-11 for Mortality and Morbidity Statistics: verze 2019. WHO [online]. 2018 [cit. 2019-06-30]. Dostupné z: <https://icd.who.int/browse11/l-m/en>

Internet World Stats. Miniwatts Marketing Group [online]. 2019 [cit. 2019-08-08]. Dostupné z: <https://www.internetworldstats.com/stats.htm>

Internet/YouTube addiction. Reddit [online]. 2018 [cit. 2019-08-13]. Dostupné z: [https://www.reddit.com/r/selfimprovement/comments/99kk1g/internetyoutube\\_addiction/](https://www.reddit.com/r/selfimprovement/comments/99kk1g/internetyoutube_addiction/)

Number of monthly active Facebook users worldwide as of 2nd quarter 2019. Statista [online]. 2019 [cit. 2019-08-15]. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/>

Number of Netflix paying streaming subscribers worldwide from 3rd quarter 2011 to 2nd quarter 2019 (in millions). Statista [online]. 2019 [cit. 2019-08-13]. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/250934/quarterly-number-of-netflix-streaming-subscribers-worldwide/>

ReSTART. [online]. 2019 [cit. 2019-08-16]. Dostupné z: <https://www.restartlife.com>

What is the most addictive game that you've played?. Reddit [online]. 2019 [cit. 2019-08-15]. Dostupné z: [https://www.reddit.com/r/AskReddit/comments/bmkj17/what\\_is\\_the\\_most\\_addictive\\_game\\_that\\_youve\\_played/](https://www.reddit.com/r/AskReddit/comments/bmkj17/what_is_the_most_addictive_game_that_youve_played/)

YouTube pro tisk. Youtube [online]. 2019 [cit. 2019-08-13]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/intl/cs/yt/about/press/>

#### **7.4. Video**

HARI, Johann. Everything you think you know about addiction is wrong. TED [online]. 2015 [cit. 2019-08-15]. Dostupné z: [https://www.ted.com/talks/johann\\_hari\\_everything\\_you\\_think\\_you\\_know\\_about\\_addiction\\_is\\_wrong](https://www.ted.com/talks/johann_hari_everything_you_think_you_know_about_addiction_is_wrong)