

AKADEMIE MÚZICKÝCH UMĚNÍ V PRAZE

**FILMOVÁ A TELEVIZNÍ FAKULTA**

Filmové, televizní a fotografické umění a nová média

Katedra produkce

**BAKALÁŘSKÁ PRÁCE**

**KORONAVIROVÁ KRIZE JAKO PŘÍLEŽITOST PRO  
ROZVOJ VOD PLATFORM NA ČESKÉM TRHU**

**Alžběta Málková**

Vedoucí práce: Prof. Mgr. Aleš Danielis

Oponent práce:

Datum obhajoby:

Přidělovaný akademický titul: BcA.

Praha, 2022



# PROHLÁŠENÍ

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma

***Koronavirová krize jako příležitost pro rozvoj VOD platforem na českém trhu***

vypracoval(a) samostatně pod odborným vedením vedoucího práce a s použitím uvedené literatury a pramenů.

Praha, dne .....

.....

podpis diplomanta

## 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**

Tato bakalářská práce se zabývá rychle se rozvíjejícím fenoménem služeb video on demand, a to v kontextu zasažení audiovizuálního průmyslu pandemickou krizí, jež propukla v roce 2019. Cílem práce je, s odstupem tří let od první vlny pandemie, zmapovat, jaký vliv měla krize na vývoj a fungování těchto služeb a ověřit, zda se jednalo, na rozdíl od jiných sektorů, o pozitivní zásah, který může mít vliv i na další vývoj VOD platforem na tuzemském trhu. První část práce mapuje veškeré pojmy této oblasti, současnou nabídku a sledovanost. Jelikož je pro tyto služby bezprostředně zásadní divák a jeho návyky v další části jsou popsány, v souvislosti se současnou situací, výhody a nevýhody, které tyto služby pro diváckou obec přináší. V neposlední řadě se práce zaměřuje na samotný faktor pandemie na poli VOD služeb a audiovize obecně.

## **KLÍČOVÁ SLOVA**

Video on demand, view on demand, koronavirová krize, pandemie, rozvoj, Netflix

## **ABSTRACT**

The main focus of his bachelor thesis is the rapidly evolving phenomenon of video on demand services, in the context of the audiovisual industry's pandemic crisis that erupted in 2019. The aim of the work, three years on from the first wave of the pandemic, is to map out the effect this crisis has had on the development and functioning of these services and to verify whether, unlike other sectors, it has been a positive intervention which may also have an impact on the further development of VOD platforms in the domestic market. The first part of the thesis maps all the concepts of this area, the current offer and audience. As the viewer and his/her habits are immediately crucial for these services, the next part describes, in the context of the current situation, the advantages and disadvantages that these services bring for the audience community. Last but not least, the thesis focuses on the pandemic factor itself in the field of VOD services and cinematography in general.

## **KEY WORDS**

Video on demand, view on demand, coronavirus crisis, pandemic, development, Netflix

## **PODĚKOVÁNÍ**

Ráda bych touto cestou poděkovala svému vedoucímu práce prof. Mgr. Aleši Danielisovi za cenné konzultace, pomoc a čas, který mi při tvorbě této práce věnoval. Poděkování pak patří mému příteli a rodině za veškerou podporu.

## **SEZNAM ZKRATEK**

VOD – video on demand / view on demand

AVOD – advertiser supported video on demand / view on demand

SVOD – subscription video on demand / view on demand

TVOD – transactional video on demand / view on demand

FVOD – free to the user video on demand / view on demand

EST – electronic service transaction

AV – audiovize / audiovizuální

UFD – Unie filmových distributorů

ČT – Česká televize

SFKMG – Státní fond kinematografie

SFA – Státní fond audiovize

# OBSAH

<b>ÚVOD .....</b>	<b>9</b>
<b>1. VYMEZENÍ POJMU VOD .....</b>	<b>10</b>
1.1. Hlavní pojmy – streaming .....	11
1.2. Hlavní pojmy – downloading .....	11
1.3. Související pojmy .....	12
<b>2. DOSTUPNÉ VOD SLUŽBY NA ČESKÉM TRHU.....</b>	<b>14</b>
2.1. Sledovanost vod platformem na českém trhu .....	14
2.2. Lokální poskytovatelé .....	17
2.2.1. DAFILMS.....	17
2.2.2. AEROVOD .....	17
2.2.3. EDISONON-LINE .....	18
2.2.4. VOYO .....	18
2.2.5. IPRIMA .....	18
2.2.6. iVYSÍLÁNÍ .....	19
2.2.7. MALL.TV .....	19
2.2.8. STREAM.CZ .....	20
2.2.9. O2 TV.....	20
2.2.10. VODAFONE TV .....	20
2.2.11. NETBOX, KUKI.....	20
2.3. Nadnárodní poskytovatelé.....	21
2.3.1. NETFLIX.....	21
2.3.2. HBOGO, HBOMAX.....	21
2.3.3. AMAZON PRIME .....	22
2.3.4. APPLE TV .....	22
2.3.5. DISNEY + .....	22
2.3.6. RAKUTEN.....	23
2.3.7. YOUTUBE.....	23
2.3.8. SKYSHOWTIME.....	23
<b>3. VÝHODY ON-LINE PREZENTACE AV OBSAHU.....</b>	<b>24</b>
3.1. Dostupnost, bezpečnost .....	24
3.2. Příležitost .....	24
3.3. Cena.....	25
<b>4. NEVÝHODY ON-LINE PREZENTACE AV OBSAHU.....</b>	<b>26</b>
4.1. Technologie .....	26
4.2. Socializace .....	27
4.3. Geoblokace .....	28
4.4. Nelegální stažování .....	29
<b>5. KORONAVIROVÁ KRIZE V AUDIOVIZI A NA POLI VOD PLATFORMEM .....</b>	<b>31</b>
5.1. Alternativní možnosti distribuce .....	34
5.1.1. VIRTUAL CINEMA .....	34
5.1.2. PREMIUM VOD .....	35
<b>6. ZÁVĚR.....</b>	<b>37</b>
<b>7. ZDROJE.....</b>	<b>40</b>

## ÚVOD

Audiovizuální průmysl je jedna z nejrychleji se rozvíjejících kulturních oblastí – musí rychle reagovat na inovace, nové technologie, aktuální témata, diváckou poptávku a návyky. Jedním z hlavních příkladů rychlého rozvoje je bezesporu fenomén streamovacích platform. Digitalizace společnosti a celková dostupnost elektronických zařízení (smartphonů, notebooků) zapříčinila jejich raketový vzestup. Mít možnost sledovat kdykoliv, kdekoliv a v podstatě cokoliv se stalo diváckou normou. Konverzace mezi přáteli se z otázek, co zajímavého naposledy viděli v kině, přesunuli k otázkám, zda už shlédli novou sérii populárního seriálu na Netflixu. Většina domácností v mém okolí si měsíčně předplácí minimálně jednu takovou službu, velká část dokonce dvě až tři. Řada diváků pak tráví násobně více času u vybírání si obsahu než u samotného sledování. Streamovací služby se navzájem předhánějí v exkluzivnějším obsahu, větší nabídce nebo množství dabovaných titulů. Soupeření mezi globálními giganty v tomto průmyslu přineslo i koncem roku 2018 vlastní termín, tzv. streamovací války<sup>1</sup>.

Příchod pandemie byl pro všechny velice nový, poměrně děsivý a zničující. Pro spoustu hospodářských oblastí zcela likvidační. Pro mě osobně to byl velký zásah jak v osobní, tak v pracovní rovině – ocitla jsem se, jako mnoho jiných, bez možnosti pracovat na rozdělaných projektech, musela jsem čelit zrušení dlouho připravovaného festivalu a poslední měsíce svého vysokoškolského studia jsem strávila za obrazovkou počítače. Místo frustrace jsem však začala uvažovat nad tím, jestli existuje vůbec něco pozitivního, co tato krize mohla přinést. Zda to někde, místo propadů a ztrát, mohlo přinést příležitost a pozitivní obrat. Vzhledem k celonárodní karanténě a plošnému zavření kin se pozornost přesunula právě k VOD platformám. Osobní motivace tedy byla ryze empirická – rozhodla jsem se tyto dva faktory propojit a zkoumat, zda mohla být pandemie v této oblasti přínosem. Cílem práce je zmapovat stav těchto služeb na českém trhu, definovat jejich možnosti, fungování, výhody i nevýhody. V neposlední řadě pak popsat, jaký vliv na jejich vývoj měla pandemie, a zda to pro ně bylo skutečně pozitivní období či nikoliv. Obecně se jedná o velmi aktuální téma, o kterém zatím nebylo vydáno příliš mnoho prací – jediná česká studie, která zkoumá dopady koronavirové krize na kulturní oblasti, vyšla až v únoru letošního roku. Ve své bakalářské práci tedy pracuji s řadou internetových článků a publikací a kombinuji je s některými staršími prameny nebo například s oficiálními materiály Independent Film & Television Alliance nebo studiemi a ročenkami z Evropské audiovizuální observatoře, která každoročně vydává přehledy trendů na poli evropské audiovize, mezi které už několik let patří streaming.

---

<sup>1</sup> LOBATO Ramon, LOTZ Amanda. *Beyond Streaming Wars: Rethinking Competition in Video Services*. [on-line] Media Industries. 2021. [cit. 31. 7. 2022]. Dostupné z: <https://journals.publishing.umich.edu/mij/article/id/1338/>



## 1. VYMEZENÍ POJMU VOD

Video on demand, v právním sféře v současné době též užíván pojem view on demand, je novodobým trendem ve sledování audiovizuálního obsahu – divákovi poskytuje možnost konzumace video obsahu nezávisle na čase, prostředí či zařízení. Dalším zásadním faktorem je tzv. nelineárnost těchto služeb neboli možnost vybírat si obsah nezávisle na předem daných programových vysílacích schématech. Ač se tedy může zdát, že se VOD služby podobají televiznímu vysílání, touto charakteristikou se od nich právě zásadně odlišují. Na tuto diferenciaci musel reagovat i legislativní rámec – jelikož služby na vyžádání nebyly kvalifikovány jako televizní vysílání, přestože nabízely stejný nebo obdobný obsah, byl do té doby platný regulační rámec modifikován. „Rozdíl mezi oběma službami spočívá ve způsobu poskytování služby. Když o době sledování rozhoduje uživatel, který si pořad vybírá z katalogu sestaveného poskytovatelem služby, jedná se o AV mediální služby na vyžádání. Naopak televizní vysílání znamená, že provozovatel vysílání poskytuje stejný program všem ve stejnou dobu.“<sup>2</sup> Legislativní úprava tak navázala na systém regulací pro televizní vysílatele a doplnila je o pravidla pro služby na vyžádání, které jsou méně přísné a flexibilnější. Stejně jako na televizní vysílatele, dohlíží na území ČR i na tyto poskytovatele Rada pro rozhlasové a televizní vysílání.

Definice pojmu „*video on demand*“ se od doby vzniku tohoto trendu vytvořilo několik – nejčastěji citovanou a využívanou definicí je pravděpodobně formulace Mezinárodní telekomunikační unie, která říká: „*VOD je služba, v rámci které, si koncový uživatel může na vyžádání vybírat a zobrazovat video obsah a určovat pořadí, ve kterém ho sleduje (např. možnost zahájit, pozastavit, přetočit sledování)*“.<sup>3</sup> Česká legislativa upravuje tuto problematiku v samostatném zákoně – jedná se o zákon č. 132/2010 Sb., o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání a popisuje ji následovně: „*Audiovizuální mediální službou na vyžádání se rozumí služba informační společnosti, za kterou má redakční odpovědnost poskytovatel audiovizuální mediální služby na vyžádání a jejímž hlavním cílem je poskytování pořadů veřejnosti za účelem informování, zábavy nebo vzdělávání, a která umožňuje sledování pořadů v okamžiku zvoleném uživatelem a na jeho individuální žádost na základě katalogu pořadů sestaveného poskytovatelem audiovizuální mediální služby na vyžádání.*“

---

<sup>2</sup> Zákon č. 132/2010 Sb., o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání a o změně některých zákonů

<sup>3</sup> International Telecommunication Union. *Requirements for the support of IPTV services*. [on-line] 13. 10. 2009. Dostupné z: <https://www.itu.int/rec/T-REC-Y.1901-200901-I>

## **1.1. Hlavní pojmy – Streaming**

VOD služby se dají rozdělit na několik druhů podle servisu, který nabízejí – dle typu příjmu obsahu koncovým uživatelem či dle typu platby za jejich užití. Hlavním typem těchto služeb je tzv. streaming, kdy je audiovizuální obsah přenášen ze zdroje kontinuálním přenosem datového proudu ke koncovým uživatelům. Mezi streamovací služby patří:

### **AVOD / ADVOD (Advertiser Supported VOD)**

Typ služby, která je velice častá a internetoví uživatelé ji využívají zcela běžně a denně. Jde o typ VOD služeb, jejichž provoz je finančně zajištěn výhradně příjmy z reklamy. Divák tedy neplatí poplatek za sledování obsahu, ale sledování je před, během či po proloženo reklamou či trailery nebo jsou na webové stránce, kde divák obsah sleduje, umístěny další reklamní sdělení.

- Např. YouTube, Stream

### **SVOD (Subscription VOD)**

Uživatel si za paušální částku kupuje možnost sledování obsahu pomocí internetového streamingu po určité období (zpravidla měsíčně či ročně) a má přístup do celého katalogu dané VOD služby.

- Např. Netflix, HBOGO

### **FVOD (Free to the User VOD)**

Uživatel má přístup k obsahu pro soukromé prohlížení na základě bezúplatného a bez reklamního základu, kde se od uživatele nevyžaduje, aby za prohlížení takového obsahu platil jakýkoli poplatek.

### **TVOD (Transactional VOD)**

Jedná se o službu, kdy si uživatel kupuje konkrétní dílo, ke kterému má poté přístup. Cena a doba trvání přístupu ke shlédnutí se liší v závislosti na provozovateli a titulu.

- Např. iTunes, DAFilms, Aerovod

## **1.2. Hlavní pojmy – Downloading**

Electronic Service Transaction<sup>4</sup> (EST, dříve také electronic sell-through) je druhým zásadním typem služeb v této oblasti. Jedná se o služby, kdy si uživatel za jednorázový poplatek obsah stahuje přímo do svého zařízení. Podle omezení stahování se služby downloadingu dělí na:

### **SINGLE USE**

Uživatel si stahuje obsah za jednorázový poplatek za každé stažení a získává přístup k obsahu pouze na omezený čas, který je potřeba ke shlédnutí díla.

---

<sup>4</sup> IFTA International Schedule of Definitions (version 2022). [on-line]. [cit. 31. 7. 2022]. Dostupné z: [www.ifta-on-line.org](http://www.ifta-on-line.org)

## **LIMITED USE**

Uživatel si stahuje obsah za jednorázový poplatek za určité množství stažení (například neomezené stahování po dobu x dnů, maximální počet stáhnutí nebo určitý počet stáhnutí za určitý počet dnů), a to na omezenou dobu, která je potřeba ke shlednutí jednotlivým stažení díla.

## **EXTENDED USE**

Uživatel si stahuje obsah za jednorázový poplatek, ke kterému má neomezený přístup. Obsah může být shlédnut opakovaně, ale ne dále distribuován.

### **1.3. SOUVISEJÍCÍ POJMY**

#### **DTO = download to own**

Pojem je synonymem pro EST (electronic service transaction).

#### **OTT = over the top**

VOD platformy, které poskytují služby bez spolupráce s operátory nebo poskytovateli internetových a televizních služeb.

#### **Walled garden**

VOD platformy, které poskytují služby ve spolupráci s operátory nebo poskytovateli internetových a televizních služeb.

#### **Holdback**

Holdbacková okna určují, za jak dlouho dobu od premiéry v kině, lze film uvést na jiných distribučních platformách – v televizi, na VOD platformách či na fyzických nosičích. Doba není fixní, bývá nejčastěji určena smluvní dohodou nebo legislativně. Obecně se posledním dobou holdbacky mezi kinopremiérou a premiérou na VOD službách zkracují. Holdbacková okna v podstatě vytváří distribuční cyklus filmu a zároveň chrání investice jednotlivých distributorů.

#### **Windows**

Distribuční okna, tzv. windows jsou pak jednotlivá časová okna, ve kterých probíhá určitý typ distribuce (např. kino distribuce, on-line distribuce).<sup>5</sup>

#### **Premium VOD**

Jedná se o prémiovou službu navíc, kdy je AV obsah na VOD platformě uveden ještě před kinopremiérou.

#### **Day – and – date release**

Způsob uvedení filmu, kdy se paralelně nasadí do kin i na VOD platformy.

---

<sup>5</sup> „Attention, Filmmakers: Here’s Everything You Need to Know About Release Windows“. [on-line]. Indie Wire. 14. 1. 2015. [cit. 31. 7. 2022]. Dostupné z: <https://www.indiewire.com/2015/01/attention-filmmakers-heres-everything-you-need-to-know-about-release-windows-66295/>

### **Catch-up TV**

Jedná se o systém, který umožňuje shlédnout AV obsah, který již byl odvysílán v televizi po omezenou dobu – v podstatě se jedná o archiv televizní stanice na internetu. Služba je většinou zdarma a jejím poskytovatelem bývá zpravidla televizní stanice. Pojem je součástí televizních práv, které obsahují vysílání Pay TV (placené terestriální, kabelové, satelitní vysílání a Catch-up TV) a Free TV (neplacené terestriální, kabelové, satelitní vysílání a Catch-up Free TV).

- Např. iVysílání, iPrima, VOYO

### **Pay per view**

Druh placeného televizního nebo internetového vysílání, kdy uživatel platí vždy za jeden konkrétní titul, který chce shlédnout. Služba je v podstatě totožná s TVOD, uživatel platí za to, že se dívá. Pojem se řídí vlastními PayPerView právy.

- Např. O2 videotéka

## 2. DOSTUPNÉ VOD SLUŽBY NA ČESKÉM TRHU

### 2.1. SLEDOVANOST VOD PLATFORMEM NA ČESKÉM TRHU

Fenomén videa on demand zatím evropský, respektive český trh, nezasáhl do takové míry, jako například ve Spojených státech, kde již objem výnosů z těchto služeb přesáhl a přesahuje objem výnosů z kino distribuce – nejen vlivem pandemické krize, ale i rozšířením nabídky poskytovatelů, jejich katalogů a rozhodnutí studií uvádět filmy primárně na VOD platformách. Český trh se podobá ostatním trhům stejně velkých zemí v Evropě, kam se teprve posledních pár let začínají obracet i velcí mezinárodní poskytovatelé těchto služeb (iTunes, Netflix ad.). Práva k americkým titulům totiž nevlastní české distribuční společnosti, ale přímo studia, které většinou neměli velký zájem uvádět své filmy na takto malý trh.<sup>6</sup>

Z publikace Českého statistického úřadu z roku 2021 *Používání internetu pro zábavu* vyplývá, že pořady a videa na internetu sleduje více než polovina české dospělé populace starší 16let (61 % mužů a 56 % žen).<sup>7</sup> Pochopitelně pak s rostoucím věkem klesá podíl osob, které preferují tento způsob konzumace AV obsahu. Starší generace jsou zvyklé na klasické televizní vysílání a mnohdy ani přístup k internetu nemají. Ve věku 16–24 let sleduje AV obsah na internetu na 93 % osob, zatímco ve věku 45–54 let je to 63 % a u osob důchodového věku (nad 75 let) se jedná o podíl 6 %. Na českém trhu stále uživatelé preferují sledování obsahu bezplatně, avšak postupně si na platby za tyto služby zvykají a podíl platících předplatitelů postupně roste – platit za takový obsah jsou ochotni spíše mladší diváci a vysokoškolsky vzdělaní, nejvíce studenti, ženy v domácnosti a zaměstnaní. V porovnání s jinými zeměmi Evropské unie se český trh řadí spíše k nižším příčkám sledovanosti videí na placených stránkách. Průměrná sledovanost se pohybuje okolo 34 % - Česko s 11 % spadá do pěti zemí EU s nejnižšími hodnotami. Nejlépe se drží Švédsko a Nizozemsko (viz. graf č. 1).

Podle dat českého statistického úřadu, který každoročně vydává zprávu s názvem *Informační společnost v číslech* je jasně patrný nárůst ve sledovanosti mezi roky 2020 (příchod koronavirové krize) a současného stavu v roce 2022, kdy pandemie polevuje a společnost se v podstatě vrátila do normálního stavu a fungování. Rok před koronavirovou krizí, v roce 2019 sledovalo placená videa (typu Netflix, HBOGO) 3 % populace. O rok později už sledovanost vzrostla víc, než trojnásobně na 10,5 %. Při posledním průzkumu za rok 2021 je sledovanost

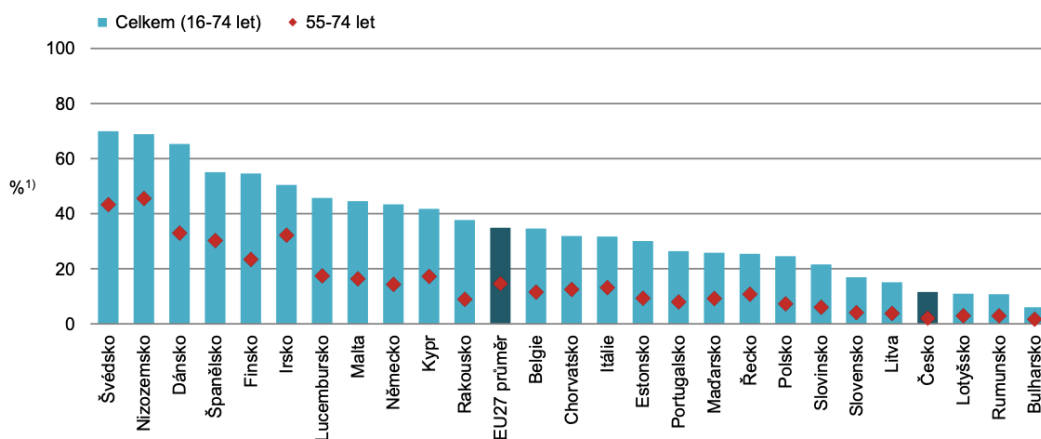
<sup>6</sup> LAMPEROVÁ, Marta. *Video on Demand: Nacházíme se v experimentální fázi*. Iluminace: časopis pro teorii, historii a estetiku filmu. 2013, č. 2, ISSN 0862- 397X, s. 106.

<sup>7</sup> ČSÚ [Český statistický úřad]. *Využívání informačních a komunikačních technologií v domácnostech a mezi jednotlivci, 2019 – Používání internetu pro zábavu*. [publikace]. 26.11.2019. Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/90577057/06200419k10.pdf/36053869-4f6d-4795-b96e-4d3fb7692d44?version=1.1>

placených videí na internetu na 15 %<sup>8,9</sup>. Nárůst oproti minulému roku je zhruba o 410 tisíc sledujících a momentálně v Česku sleduje placený obsah na internetu víc než 1,34 milionu lidí starších 16 let. Prokazatelně se tak ochota platit za sledování obsahu na internetu mezi českou populací zvyšuje a očekává se, že i nadále bude růst.

## GRAF Č. 1:

### Osoby v zemích EU sledující pořady na placených stránkách (např. na Netflixu), 2020



<sup>1)</sup> Podíl z celkového počtu osob ve věku 16-74 let v daném státě

Zdroj a zpracování: Eurostat – ČSÚ, Využívání informačních a komunikačních technologií v domácnostech a mezi jednotlivci. 2020.

Měření sledovanosti video služeb on demand je velice složité, jelikož hlavní nadnárodní giganti této oblasti, typu Netflix či Amazon, nezveřejňují svá úplná data sledovanosti a pracuje se pouze s odhady trhu, které popisují výskyt vyšších stovek tisíc předplatitelů. Netflix ještě do nedávna publikoval data sledovanosti podle počtu diváků, kteří shlédli pořad aspoň po dobu dvou minut, nehledě na to, že ve sledování už nemuseli pokračovat. Avšak v listopadu minulého roku udělal Netflix krok k větší transparentnosti na poli dat sledovanosti a spustil oficiální web (i pro Českou republiku), kde publikuje týdenní přehledy nejsledovanějších pořadů.<sup>10</sup> Nutno však podotknout, že spuštění tohoto webového přehledu proběhlo až na základě velkého úspěchu české webové stránky Flix Patrol<sup>11</sup>, která, jako první pomocí vlastních algoritmů, začala měřit popularitu jednotlivých děl (filmů, seriálů) na VOD platformách, a jejíž data začala využívat i světová média.

<sup>8</sup> ČSÚ [Český statistický úřad]. „Využívání informačních a komunikačních technologií v domácnostech a mezi osobami“ [on-line]. 25. 11. 2020

<sup>9</sup> ČSÚ [Český statistický úřad]. „Využívání informačních a komunikačních technologií v domácnostech a mezi osobami“ [on-line]. 23. 11. 2021

<sup>10</sup> Netflix – Top 10 [on-line]. [cit. 3.5. 2022]. Dostupné z: <https://top10.netflix.com>

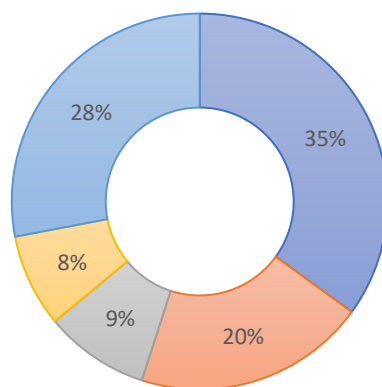
<sup>11</sup> Flixpatrol.com [on-line]. [cit. 3.5. 2022]. Dostupné z: <https://flixpatrol.com>

Dalším faktorem je problematika rozdílu mezi diváky a předplatiteli – tedy ne každý divák za službu platí. Řada domácností a přátel navzájem sdílí stejné účty, na kterých volně konzumují obsah platform. Na toto se v letošním roce Netflix plánuje zaměřit a chystá testovací systém, kdy mírně navýší cenu předplatného pro uživatele, kteří svůj účet sdílí s někým dalším<sup>12</sup>. Odchylnka v počtu sledujících může pak spočívat i v různých testovacích přístupech zdarma stran marketingových akcí a zvýhodněných nabídek.

## GRAF Č. 2:

### Předplatné OTT SVOD platform v Evropě (2020, v milionech)

■ Netflix ■ Amazon ■ Apple TV+ ■ Disney+ ■ Dalších 40 VOD platform



Zdroj: Ampere Analysis from *Yearbook 2019/2020 – Key trends*. European Audiovisual Observatory, Strasbourg, 2020. Zpracování: vlastní.

Co se týče nejsledovanější platformy na českém trhu, z dat Atmedia Indexu, jenž je provozován mediálním zastupitelstvím Atmedia, a který srovnává televizní stanice na českém trhu a měří kvalitativní hodnocení jednotlivých stanic, vyplývá, že na českém trhu dominuje služba Netflix. Předplácí si jí 3 ze 4 českých televizních diváků, kteří si zároveň platí za sledování AV obsahu, což dělá celkových 74 %. Na druhém místě je pak HBOGO, nyní HBOMax, s 34 %.<sup>13</sup> Výzkum probíhal dotazníkovým šetřením mezi březnem a dubnem roku 2020. Na grafu č.2 pak můžeme vidět, jak si stojí nadnárodní streamingové služby v kontextu celoevropského trhu. Rovněž vítězí Netflix, druhé místo pak zastává Amazon, který v Česku zatím moc úspěchů neslaví.

<sup>12</sup> „Netflix Tests a Clampdown on Password Sharing“ [on-line]. New York Times. 14. 3. 2021 [cit. 28. 11. 2021]. Dostupné z: <https://www.nytimes.com/2021s/03/14/business/media/netflix-password-sharing.html>

<sup>13</sup> „VOD služby typu Netflix sledují 2 miliony Čechů“ [on-line]. Atmedia. Listopad 2021 [cit. 28. 11. 2021]. Dostupné z: <https://www.atmedia.cz/atblog-vod-sluzby-typu-netflix-sleduji-2-miliony-cechu>

## 2.2. LOKÁLNÍ POSKYTOVATELÉ

Lokálních poskytovatelů na českém trhu působí celá řada, ale vzhledem ke komplikované situaci v současné době jich řada rychle vzniká a zaniká. Kompletní výčet všech lokálních služeb tak skoro nejde sestavit. Níže popisují základní přehled těch největších a nejsledovanějších.

### 2.2.1. DAFILMS

Ryze české VOD služby na trhu působí poměrně dlouhou dobu. Jeden z hlavních poskytovatelů na českém trhu, platforma DAFilms, začala vznikat již v roce 2005, kdy se v rámci slavnostního zakončení mezinárodního festivalu dokumentárního filmu Ji.hlava oznámil vznik nové distribuční platformy – sítě předních evropských festivalů s názvem DocAlliance. Ta pak vytvořila službu DAFilms, která právě díky napojení na mezinárodní dokumentární festivaly mohla a může pravidelně uvádět významné dokumentární filmy mezinárodních tvůrců a dávat tak prostor nezávislým filmům. Katalog platformy DAFilms se poměrně rychle rozšířil i o hrané nebo animované filmy českých i zahraničních režisérů a divácká základna se rychle zvětšuje. I díky tomu se platforma začátkem roku 2020 rozrostla o další jazykové verze pro Slovensko a Polsko, a dokonce byla spuštěna pobočka DAFilms Americas pro Spojené státy americké.<sup>14</sup>

### 2.2.2. AEROVOD

Kromě vzniku služby z iniciativy festivalové sítě je pak samozřejmě také možnost založit VOD službu v rámci již fungující distribuční společnosti. To byl případ další zásadní platformy na českém trhu v oblasti TVOD – služby Aerovod. Ta vznikla v dubnu roku 2012 pod zavedenou distribuční společností Aerofilms, která se věnuje především nezávislým filmům. Jako první film uvedla výjimečný český animovaný snímek režiséra Tomáše Luňáka, *Alois Nebel*. Katalog této služby je složen z filmů, které uvádí ve vlastní síti jednosálových kin, a které distribuují čeští distributoři, např. Artcam, Bontonfilm či AČFK.<sup>15</sup> Koncem roku 2021 skupina KVIFF Group, která zastřešuje aktivity Mezinárodního filmového festivalu v Karlových Varech, oznámila, že kupuje majoritní podíl společnosti Aerofilms, která službu Aerovod do té doby provozovala. Aerofilms se tak spojil s distribuční společností KVIFF Distribution. KVIFF nově provozuje vlastní on-line platformu KVIFF.TV, kam se obsah Aerovodu přesunul a postupně bude původní platforma zanikat.<sup>16</sup>

---

<sup>14</sup> „15 let od založení jednoho z prvních streamovacích portálů“ [on-line]. Pražský Magazín. 28. 10. 2020 [cit. 29. 11. 2021]. Dostupné z: <https://prazsky-magazin.cz/kultura/15-let-od-zalozeni-jednoho-z-prvnich-streamovacich-portalu/>

<sup>15</sup> „On-line půjčovna filmů zavádí Aerovod zavádí předplatné“ [on-line]. Mediář.cz. 14. 10. 2019 [cit. 29. 11. 2021]. Dostupné z: <https://www.mediar.cz/on-line-pujcovna-filmu-aerovod-zavadi-predplatne/>

<sup>16</sup> „On-line platformu KVIFF.TV obohatí tituly společnosti Aerofilms, KVIFF Group v ní získává majoritu“ [on-line]. Digital.Rozhlas.cz. 16. 12. 2021 [cit. 31. 7. 2022]. Dostupné z: <https://digital.rozhlas.cz/on-line-platformu-kviff-tv-obohati-tituly-spolecnosti-aerofilms-kviff-group-v-ni-8641800>



### 2.2.3. EDISON ON-LINE

Příkladem pozitivního vlivu pandemické krize na on-line platformy může být například služba Edison On-line, která vznikla pod hlavičkou pražského butikového kina Edison Film Hub. Z původních patnácti filmových titulů se rychle rozrostla na službu s rozsáhlou nabídkou starších i aktuálních titulů distribuční společnosti Film Europe, pro kterou defacto kino původně vzniklo. Platforma Edison On-line je první česko-slovenskou videotékou svého druhu, jenž se zaměřuje na světový festivalový film – stejně tak nabízí i tuzemské snímky nebo klasickou kinematografii 20. let minulého století.

### 2.2.4. VOYO

Další možností vzniku VOD platformy je vznik pod televizním vysílatelem. Dobrým příkladem je na poli komerčních televizí například SVOD služba VOYO společnosti TV Nova s.r.o. Ta se vyvinula z AVOD služby Nova.cz v roce 2010, v čele s Ondřejem Kulhánkem. O rok později se Nova rozhodla zavést zpoplatnění sledování obsahu severu VOYO a stala se tak SVOD. „*Jeden z hlavních důvodů byl to, že máme silný lokální obsah, který nemůže nabídnout nikdo jiný.*“ zdůvodnil tehdy Kulhánek.<sup>17</sup> Svým uživatelům tak nabízí jednak exkluzivní sledování vlastních pořadů dříve, než jsou odvysílány (tzv. advance streaming), a jednak širokou knihovnu českých i zahraničních titulů filmů a seriálů. Funguje na principu měsíční paušální částky (uživatel může službu vyzkoušet na sedm dní zdarma). Služba VOYO se během posledního roku obrovsky rozrostla a v Česku a na Slovensku jí odebírá na 350 tisíc uživatelů. Stojí za tím jednak přesun nejúspěšnějšího seriálu *Ordinace v růžové zahradě* na tuto platformu, a jednak velmi chytré, ač nákladné, rozhodnutí točit vlastní původní obsah. Jednalo se především o minisérie jako *Případ Roubal*, *Guru* nebo na jaře letošního roku vydaná minisérie *Iveta* o životě Ivety Bartošové.<sup>18</sup> Kromě seriálů Nova bude usilovat i o vývoj a tvorbu vlastních filmových titulů, dle slov Terezy Žížkové, korporátní manažerky komunikace pro iRozhlas.cz: „Nejen že uvažujeme, ale už přímo jednáme o vývoji a výrobě filmů přímo pro Voyo a o podílení se na koprodukcích.“<sup>19</sup>

### 2.2.5. iPRIMA

Druhá nejsledovanější komerční televize TV Prima má svou VOD platformu poměrně unikátní – pokrývá totiž všechny tři základní typy služby. Na webové

<sup>17</sup> „Zpoplatnění Voya bylo logickým krokem, říká jeho šéf Ondřej Kulhánek“ [on-line]. Lupa.cz. 19. 16. 2012 [cit. 29. 11. 2021]. Dostupné z: <https://www.lupa.cz/clanky/zpoplatneni-voya-bylo-logickym-krokem-rika-jeho-sef-ondrej-kulhanek/>

<sup>18</sup> „Rozmanitá nabídka na Voyo byla hlavním pilířem masivní 360° kampaně“ [on-line]. Tisková zpráva TV Nova. 8. 4. 2022. [cit. 10. 5. 2022]. Dostupné z: <https://n1.cms.nova.cz/e2fs/import-docs-pressweb/media/document/2616696.pdf>

<sup>19</sup> „Co se ztraceným divákem? Producenti a kinaři se po dvou letech s covidem učí žít v nové realitě“ [on-line]. iRozhlas.cz. 14. 5. 2022 [cit. 3. 6. 2022]. Dostupné z: [https://www.irozhlas.cz/kultura/film/kino-program-divaci-premiery-netflix-voyo-covid\\_2205140700\\_kro](https://www.irozhlas.cz/kultura/film/kino-program-divaci-premiery-netflix-voyo-covid_2205140700_kro)

platformě iPrima má divák možnost sledovat odvysílané pořady zdarma formou AVOD (obsahu předchází reklamní sdělení či je jím proloženo, záleží na délce pořadu). Pokud divák nechce být rušen reklamami, má možnost za paušální poplatek (měsíční, půl roční či roční) sledovat obsah formou SVOD. A v neposlední řadě nabízí služba iPrima shlédnout pouze vybrané konkrétní dílo za určitou částku (uživatel má obsah k dispozici po dobu čtyřiceti osmi hodin od prvního spuštění a přehrávat může v neomezeném množství) – forma TVOD.

### 2.2.6. iVYSÍLÁNÍ

Ani česká veřejnoprávní televize ve službách na vyžádání není pozadu a sama nabízí služby videotéky, a to formou AVOD – diváci mohou sledovat obsah zdarma po shlédnutí krátkých reklamních videí před samotným dílem. Nabídku tvoří široká škála televizních pořadů, filmů a dokumentů, které byli v minulosti odvysílány na ČT. Česká televize se snaží, stejně jako další televize, reagovat na odliv mladých diváků do prostoru internetu, a rozhodla se kromě svého odvysílaného obsahu, poskytnout divákům i původní obsah tvořen přímo pro iVysílání. Zaměření na děti a mládež demonstroval jeden z prvních počínů tohoto typu tvorby, a to seriál *TBH* režisérky Lucie Kajánkové. Platforma iVysílání představila začátkem roku novou generaci svého webového rozhraní a na jaře rozšířila svou dostupnost i pro mobilní aplikace a chytré televize. Finální podoba platformy je stále ve vývoji, dokončena by měla být koncem roku 2022. S největší pravděpodobností bude stále dostupná bezplatně.

### 2.2.7. MALL.TV

MALL.TV. je poměrně nová internetová televize, která vznikla v čele s hlavním investorem nákupního portálu MALL.CZ (s týmem složeným z většiny bývalých tvůrců internetové televize Stream.cz). Představena byla v rámci 53. ročníku MFF v Karlových Varech v červenci roku 2018. MALL.TV je prvním českým e-commerce subjektem, který nabízí vlastní hranou tvorbu.<sup>20</sup> Poslední měsíce roku 2020, slavila tvorba této služby velké úspěchy – velmi aktivně a rychle zareagovali na omezení kultury během koronavirové krize programovým blokem s názvem *#kulturažije*, kdy pravidelně přinášeli živé přenosy divadelních představení, koncertů a přednášek, v rámci, kterých mohli diváci přispět na jednotlivé umělce a subjekty. Zároveň, v listopadu roku 2020 vyhrál seriálový thriller, který vznikl přímo pro televizi MALL.TV, *#martyisdead*, jako první český seriál v historii, prestižní mezinárodní cenu Emmy v kategorii krátkometrážních seriálů.<sup>21</sup>

<sup>20</sup> „Mall spustí novou televizi, stojí za ná Záhoř a Kuchyňka“ [on-line]. MediaGuru.cz. 8. 3. 2018 [cit. 3. 6. 2022]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2018/03/mall-spusti-televizi-stoji-za-ni-zahor-a-kuchynka/>

<sup>21</sup> „Česká seriálová tvorba slaví historický úspěch. #martyisdead získal mezinárodní cenu Emmy“ [on-line]. iRozhlas.cz. 23. 11. 2020 [cit. 3. 6. 2022]. Dostupné z: [https://www.irozhlas.cz/kultura/televize/martyisdead-cena-emmy-malltv-serial-internet\\_2011231758\\_kro](https://www.irozhlas.cz/kultura/televize/martyisdead-cena-emmy-malltv-serial-internet_2011231758_kro)

### **2.2.8. STREAM.CZ**

Stream.cz, video portál české společnosti Seznam.cz, je příkladem úspěšné AVOD služby. Založen byl již v roce 2006 za účelem streamování původního video obsahu, uživatelského obsahu a hudebních klipů. Návštěvnost portálu narostla ve chvíli, kdy se portál začal objevovat na hlavní stránce Seznam.cz, který je 50 % vlastníkem platformy. V březnu 2011 Seznam koupil i zbývající podíl a Stream.cz tak plně přešel do nového vlastnictví. S tím se upravil i obsah a zaměřil se tak výhradně na původní tvorbu. Začátkem dubna 2019 byla platforma s původním názvem zrušena a přesunuta pod TelevizeSeznam.cz, která spravuje veškerý videoobsah Seznamu. Až minulý rok se Stream opět osamostatnil a vrátil k původní doméně a názvu.<sup>22</sup> Původní obsah se ukázal opět jako dobrá strategie a během roku 2021 se Stream dostal, pomocí seriálů typu *Lajna* nebo *Jak nás vidí svět*, na půl miliardy shlédnutí, čímž meziročně vzrostl o 58 %. Na další rok chystá Stream rozšíření bezplatného poskytování českých i filmových titulů.<sup>23</sup>

### **2.2.9. O2 TV**

Digitální televize O2 TV je jednou z nejpoužívanějších na českém trhu a je dostupná jak na televizi pomocí set-up boxu, tak na mobilních zařízeních, počítačích a tabletech. Provozuje jí společnost O2 Czech Republic. Svým uživatelům nabízí nabídku O2 videotéka, kde si mohou za jednorázový poplatek zakoupit možnost shlédnout určitý film po dobu 48 hodin – služba nabízí více než 1 000 filmových titulů.

### **2.2.10. VODAFONE TV**

Telekomunikační společnost Vodafone, která v roce 2019 koupila telekomunikační společnost UPC, poskytuje kromě internetového připojení i to televizní. V březnu 2020 spustila společnost svou digitální televizi Vodafone TV, která je dostupná rovněž přes set-up box, počítač, telefon či tablet. Služba umožňuje sledovat kromě 145 televizních kanálů i vlastní videotéku s tisíci tituly či další platformy jako je Netflix, Amazon Prime, HBO Max a další.<sup>24</sup>

### **2.2.11. NETBOX, KUKI**

Jedním z minoritních poskytovatelů internetového připojení je Netbox, vlastněn brněnskou společností Smart Comp. Ten provozuje i vlastní IPTV s názvem Kuki. Počet předplatitelů této služby se pohybuje okolo 50 tisíců.

---

<sup>22</sup> „Seznam přejmenoval svůj video portál zpátky na Stream.cz“ [on-line]. Lupa.cz. 1. 6. 2021 [cit. 3. 6. 2022]. Dostupné z: <https://www.lupa.cz/aktuality/seznam-prejmenoval-svuj-videoportal-zpatky-na-stream-cz/>

<sup>23</sup> „Seznam loni navýšil počet zhlédnutí o 60 %, chystá novinky“ [on-line]. MediaGuru.cz. 17. 3. 2022 [cit. 10. 5. 2022]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2022/03/stream-loni-navysil-pocet-zhlednuti-o-60-chysta-novinky/>

<sup>24</sup> „Vodafone odstartovala, nabízí balíčky od 150 Kč měsíčně“ [on-line]. Media Guru. 23. 3. 2020 [cit. 31. 7. 2022]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2020/03/vodafone-tv-odstartovala-nabizi-balicky-od-150-kc-mesicne/>

## 2.3. NADNÁRODNÍ POSKYTOVATELÉ

### 2.3.1. NETFLIX

Naprostým suverénem na poli poskytování audiovizuálních služeb na vyžádání se stala společnost Netflix – ta nabízí neustále rostoucí nabídku světového převzatého obsahu i vlastní produkce. Díky propracovanému algoritmu, jež filmy uživateli nabízí dle jeho preferencí, počet aktivních uživatelů stále skokově roste. Na český trh se Netflix dostal až před čtyřmi lety, v roce 2016. Pro českou audiovizí byl pak zásadní zejména rok 2019, kdy Netflix začal nabízet obsah i od českých tvůrců a zahraniční tituly se začaly opatřovat titulky či dabingem. Po skončení pandemie počet předplatitelů Netflixu poprvé po 10 letech v prvním čtvrtletí klesnul, na což rychle zareagoval plánem na snížení ceny předplatného. To chce dosáhnout pomocí prodeje reklamního prostoru – nasazení reklam do sledování obsahu. Netflix 13. 7. 2022 oznámil, že to celé bude zajišťovat společnost Microsoft.<sup>25</sup> Služba by se tak z typu SVOD přesunula i k typu AVOD.

### 2.3.2. HBOGO, HBOMAX

Vedle služby Netflix je druhým nejvýraznějším nadnárodním poskytovatelem na českém trhu SVOD platforma televize HBO. Za měsíční předplatné tak nabízí svou veškerou nabídku i on-line. Dříve služba fungovala automaticky při zakoupení předplatného HBO od operátora, v listopadu 2017 však televize umožnila objednat si přístup do videotéky i bez nutnosti smlouvy s operátorem. Tím výrazně narostla divácká základna. Do povědomí českých diváků se služba dostala i kvalitní českou tvorbou, jako byl seriál *Terapie a Pustina*, minisérie *Hořící keř* nebo nejnovější seriál *Ivana Zachariáše, Bez Vědomí*. Začátkem července 2022 však HBO oznámilo, že v rámci své vnitřní restrukturalizace, která spočívá ve sloučení s Discovery+, přestane ve vybraných teritoriích, mezi něž spadá i Česká republika, tvořit původní obsah a bude odstraňovat některé původní tituly ze své nabídky.<sup>26</sup>

Konkurenční boje mezi jednotlivými poskytovateli sílí i díky současné krizi a rychle se rozšiřují i mimo teritorium USA. V říjnu roku 2021 expandovala HBO své nové služby HBOMAX do 39 regionů Latinské Ameriky a Severských zemí. V březnu roku 2022 nasadila tuto platformu i do dalších 14 evropských zemí, mezi nimiž byla i Česká republika. Společnost Warner Media potvrdila, že přednostní uvedení této služby cílila do zemí, kde již fungují on-line služby HBO.<sup>27</sup> Změna či vývoj spočívá hlavně v technologickém rozměru, jelikož jde o

<sup>25</sup> „Netflix to Partner With Microsoft on New Ad Supported Subscription Plan“ [on-line]. Netflix. 13. 7. 2022 [cit. 31. 7. 2022]. Dostupné z: <https://about.netflix.com/en/news/netflix-partners-with-microsoft>

<sup>26</sup> „HBO Max Halts Originals in Parts of Europe in Major Restructure“ [on-line]. Variety. 4. 7. 2022 [cit. 8. 7. 2022]. Dostupné z: <https://variety.com/2022/tv/news/hbo-max-europe-originals-development-1235308730/>

<sup>27</sup> „HBO MAX Scheduled To Launch In 39 Territories In Latin America In June 2022“ [on-line]. Warner Media. 11. 2. 2021 [cit. 10. 5. 2022]. Dostupné z: <https://pressroom.warnermedia.com/us/media-release/hbo-max/hbo-max-scheduled-launch-39-territories-latin-america-june-2021>

streaming v rozlišení 4 K, s HDR, zvukem v Dolby Atmos, podpory až tří souběžných streamů a uživatelských profilů. Obsahově služba těží z obrovského katalogu všech studií spadajících pod Warner Media, jako jsou: WarnerBros, New Line Cinema, DC Comics, HBO, Cinemax, CNN, Cartoon Network, TBS, TNT nebo Adult Swim. Pochopitelně je ale některý obsah teritoriálně omezen.

### **2.3.3. AMAZON PRIME**

VOD služba společnosti Amazon je na českém trhu dostupná již více než čtyři roky, nabízí databázi tisíců seriálů a filmů, ale přesto si na ní český divák zatím příliš nezvykl a Amazon Prime Video se tak na českém trhu drží spíše stranou. Technologicky služba nabízí poměrně dost kvalitní obsah (obraz 4 K, zvuk Dolby Atmos) a měsíčně vyjde na necelých 160 Kč. V současné době se Amazon Prime na českém trhu snaží zaujmout širší diváckou obec a bude přidávat titulky pro filmy a seriály z vlastní produkce. Prozatím má v nabídce zhruba čtyřicet titulů, které jsou dostupné v českém dabingu či s titulky a služba dokonce nabízí i některé české filmy.

### **2.3.4. APPLE TV**

TVOD služba společnost Apple Inc. Je založena na vypůjčení či zakoupení konkrétních filmových titulů, nikoliv seriálů. Služba je dostupná na všech zařízeních Apple. Limitovaný katalog a jeho funkce, či dostupnost sledování pouze na výrobcích značky Apple tak logicky vede k nepříliš vysokým číslům aktivních uživatelů této služby – celosvětově se pohybují okolo 40 milionů diváků.<sup>28</sup>

### **2.3.5. DISNEY +**

Společnost Disney, jeden z největších gigantů v zábavním průmyslu, založila svou streamovací službu v roce 2019 a od té doby množství jejich uživatelů skokově roste. Za rok fungování se dostala na 95 milionů uživatelů, což je skoro polovina odběratelů služby Netflix a hlavní cíl je tuto službu na žebříčku nejúspěšnější služby porazit. Díky velkému množství dceřiných společností (Marvel, Lucasfilms, Pixar, ESPN) nabízí Disney+ ohromně širokou katalogovou nabídku filmů i seriálů. Na tuzemský trh se služba po několika měsíčním odkládání dostala v červnu roku 2022 a svou strategií zaměřil především na rodiny a teenagery – má velkou výhodu v tom, že velká část obsahu, který služba vlastní je opatřen českým dabingem a většinu nabídky tak nabízí v českém znění.

---

<sup>28</sup> „Apple TV+ má mít 40 milionů předplatitelů, polovina z nich za službu platí“ [on-line]. Film Toro 13. 9. 2021 [cit. 10. 5. 2022]. Dostupné z: <https://filmtoro.cz/blog/apple-tv-ma-dle-odhadu-40-milionu-predplatitelu-polovina-z-nich-za-sluzbu-plati>

### **2.3.6. RAKUTEN**

Během roku 2019 expandovala japonská internetová televize společnosti Rakuten do 42 zemí střední a východní Evropy – tím se dostala služba Rakuten TV i do České republiky. Funguje na principu TVOD, ale nově jsou některé tituly dostupné i zdarma formou AVOD. Tituly jsou do nabídky zařazovány rovnou po uvedení v kinech. Dostupné jsou filmy i seriály. Český obsah zatím služba nenabízí. Celosvětově se počet diváků pohybuje okolo 3, 5 milionů a řadí se tak mezi menší VOD platformy.

### **2.3.7. YOUTUBE**

Největší internetový server na sdílení videí vznikl v roce 2005 a o rok později byl koupen společností Google. Služba poskytuje uživatelům nahrávat, sdílet a sledovat veškerý svůj videoobsah, který je prokládán reklamními sděleními. Server si v roce 2017 založil i vlastní streamovací televizi YouTube TV, který nabízí obsah více než stovky televizních kanálů (včetně velkých televizních stanic jako jsou Fox Network, The CW a PBS. Kromě toho služba disponuje na svých webových stránkách i sekci YouTube Movies, kde si uživatelé mohou koupit či zapůjčit řadu hollywoodských filmů.

### **2.3.8. SKYSHOWTIME**

Streamovací služba SkyShowTime vznikla spojením společností Comcast a ViacomCBS. Začátkem roku 2022 získala schválení veškerých regulačních orgánů na evropském trhu a plánuje se tak její spuštění i na českém trhu, a to ještě v roce 2022. Společnost Comcast vlastní streamovací kanál Peacock, společnost Universal Pictures či televizní stanice NBC nebo MSNBC. Portfolio společnosti ViacomCBS obsahuje například stanice CBS, Nickleodeon, Comedy Central nebo streamovací kanál Paramount+. Fúze těchto společností tak vytvoří nového silného hráče na trhu s obrovsky pestrá nabídkou titulů.<sup>29</sup>

---

<sup>29</sup> „*Sci-fi Halo uvidíme i v Česku. Služba SkyShowTime dorazí už letos.*“ [on-line]. Film Toro 4. 2. 2021 [cit. 31. 7. 2022]. Dostupné z: <https://filmtoro.cz/blog/skyshowtime-streamovaci-sluzba-cesko>

### 3. VÝHODY ON-LINE PREZENTACE AV OBSAHU

#### 3.1. DOSTUPNOST, BEZPEČNOST

Prezentace audiovizuálního obsahu v on-line prostoru se může zdát jako poměrně omezená možnost, jak filmové dílo distribuovat divákům. Koronavirová krize a vyhlášený nouzový stav ale nedal na výběr a veškerý filmový život se musel přesunout výhradně do virtuálního světa internetu. Velmi rychle se ukázaly nesporné výhody, jež tato možnost nabízí a diváka dokonce dostala do poměrně nové, aktivnější pozice. Největší výhodou, která je podstatou všech VOD služeb je dostupnost – v jakémkoliv čase, na jakémkoliv místě si divák volí, co bude sledovat. Je tedy postaven do naprosto svobodné pozice, kdy se nemusí přizpůsobovat dennímu programu kina nebo časů promítání. Navíc, díky rozvoji nových médií a technologií, se stává čím dál více normou konzumovat obsah na nejrůznějších elektronických zařízeních – smartphonech, tabletech, notebookech. Což lze v podstatě kdekoliv, kdykoliv. Zároveň je s tím spojena i otázka bezpečnosti, která do vypuknutí pandemické krize vlastně nebyla úplně relevantní výhodou. Společnost se ale dostala do situace, kdy musela čelit celosvětové pandemii, která trvala v řádu let a není vyloučené, že se bude opakovat. Sledování obsahu na VOD platformách nebo kino streamech v pohodlí a bezpečí vlastních domovů bylo pak jedinou a zároveň nejbezpečnější variantou, jak konzumovat AV obsah. Největší změnou je pak postavení diváka na trhu – při sledování AV obsahu na internetu najednou divák spoluvytváří obsah, jelikož se VOD platformy přizpůsobují výběrem a nasazením děl, podle poptávky divácké základny. S novou kulturou užívání služeb on demand pak přichází i jev, jež Chuck Tryon ve své knize *On-demand culture* nazývá „demokratizací médií“.<sup>30</sup> Divák si ve své podstatě sám určuje, co chce sledovat a častokrát se i sám dostane do pozice, kdy může vznik nového filmu podpořit, například v rámci crowdfundingových kampaní. Prostředí internetu, jakkoliv limitující pro film může být, pak logicky nabízí ještě jednu nespornou marketingovou výhodu – úzce se prezentace filmu on-line dá propojit s propagací pomocí sociálních sítí. Rozhodně snáze než při kino distribuci. Divák jde sledovat film na internet a přirozeně se tak vyskytne v prostředí, kam on-line propagace směřuje a může na něj zacílit pomocí sponzorovaných či cross-postingových příspěvků, reklam, bannerů nebo prokliků na filmové portály. Boj o upoutání pozornosti diváka v nepřeborném množství podnětů na internetu je pak výzvou nejen pro velké nadnárodní hráče, ale mnohem více pak pro lokální poskytovatele.

#### 3.2. PŘÍLEŽITOST

Přesun pozornosti diváků do on-line prostoru a postupná změna jejich návyků ve sledování filmových děl ve virtuálním prostředí se ukázala, jako naděje pro art houseové filmy, které by za normálních podmínek měli výlučně jen festivalový život. Řada snímků (často krátkometrážních) se nedostane do klasické distribuce a pokud se neuchytí na některém z festivalů, k divákům se v podstatě nemá, jak dostat. Možnost prezentace na některé z VOD platformě či uvedení pomocí

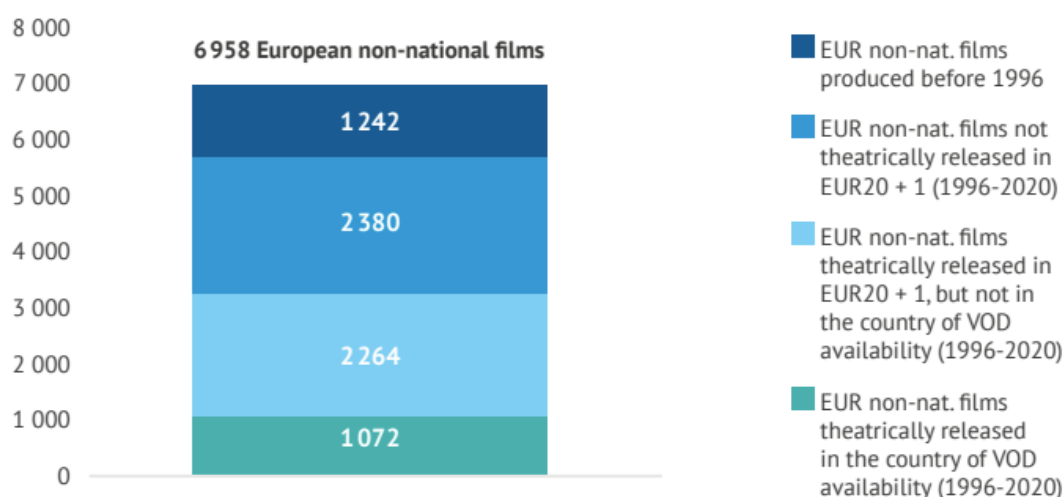
---

<sup>30</sup> TRYON, Chuck. *On-Demand Culture: Digital Delivery and the future of Movies*. 2012, s. 1.

služeb virtual cinema (viz bod 5.1.) by tak mohlo být řešením problematiky uvedení takových filmů. Obsah VOD platformem netvoří jenom americké blokbustry a seriály, ale i poměrně velké zastoupení evropských filmů. Dokládá to každoroční shrnutí a analýza trendů v oblasti audiovizu za předchozí rok vydávaná Evropskou Audiovizuální observatoří.<sup>31</sup> Z dílčí zprávy této ročenky *Circulation of European films on VOD and in cinemas in Europe*<sup>32</sup> vyplývá, že průměrně mají evropští diváci dostupných na 7 000 evropských zahraničních filmů na VOD platformách v dané zemi, z nich 2 380 nebylo uvedeno v kinech vůbec (od roku 1996 do současnosti) a 2 264 bylo uvedeno v kinech, avšak ne v zemi, kde je na VOD platformě k dispozici.

### GRAF č. 3:

#### Počet evropských zahraničních filmů dostupných na VOD podle zemí v závislosti na kino distribuci (v počtu evropských zahraničních filmů)



Zdroj a zpracování: BLÁZQUEZ, Francisco Javier Cabrera; CAPPELLO, Maja; ENE, Laura; FONTAINE, Gilles; GRECE, Christian; KANANOVICH, Anastasia; KANZLER, Martin; SCHNEEBERGER, Agnes; SIMONE, Patrizia; TALAVERA, Julio; VALAIS, Sophie. *Yearbook 2019/2020 – Key trends*. European Audiovisual Observatory, Strasbourg, 2020, s. 21.

### 3.3. CENA

Vzhledem k současnému dění, vysoké inflaci a všeobecnému zdražování pak může být pro řadu běžných uživatelů velkou výhodou i ušetření peněz za nákup vstupenek do kina. Ty se od roku 2019 zdražili až o 10 korun a nyní, v roce

<sup>31</sup> BLÁZQUEZ, Francisco Javier Cabrera; CAPPELLO, Maja; ENE, Laura; FONTAINE, Gilles; GRECE, Christian; KANANOVICH, Anastasia; KANZLER, Martin; SCHNEEBERGER, Agnes; SIMONE, Patrizia; TALAVERA, Julio; VALAIS, Sophie. *Yearbook 2019/2020 – Key trends*. European Audiovisual Observatory, Strasbourg, 2020.

<sup>32</sup> GRECE, Christian. *How Do Films Circulate on VOD Services and in Cinemas in the European Union?* [on-line] European Audiovisual Observatory. 2016, s. 12. Dostupné z: <https://www.kreativnievropa.cz/co5fokmmap3aa309/uploads/2022/04/Circulation-of-European-films-on-VOD-and-in-cinemas-in-Europe-2021-Edition.pdf>



2022, se průměrná cena vstupného pohybuje okolo 152 Kč.<sup>33</sup> Čtyřčlenná rodina tak za vstupné v kině dá za shlédnutí jednoho titulu cenu přibližně tří měsíců předplatného služby Netflix, kde je k dispozici víc než tři a půl tisíce filmových děl. Motivací vybrat si kino, místo streamingu, pak musí být konkrétní titul, který jinde dostupný není.

## 4. NEVÝHODY ON-LINE PREZENTACE AV OBSAHU

### 4.1. TECHNOLOGIE

Široká nabídka programu a snadná dostupnost, kterou VOD služby nabízí však přináší i jistá úskalí. Přestože už v současné době skoro všichni poskytovatelé dbají na kvalitní obraz a zvuk, řada VOD služeb už je dostupná ve 4 K obraze a některé platformy dokonce podporují i formáty zvuku Dolby (Home) Atmos, stejně se tento druh prezentace nemůže nikdy přímo rovnat prezentaci na plátně v kině. Rozdíl v rozlišení obrazu a celkového zážitku ze sledování filmu v kině je nesporný a jasný. Malá obrazovka s nízkým jasem a limitem v rozlišení se nemůže rovnat velkému plátnu v kinosále, nemluvě o možnosti zažít sledování filmu v kině s technologií IMAX nebo 4DX. Sledování AV děl na malých obrazovkách počítačů a tabletů pak nelibě nesou především sami autoři filmových děl. Václav Marhoul v on-line debatě s názvem *Audiovizuální průmysl 2.0*<sup>34</sup> popisuje úskalí sledování filmů na VOD platformách, který řešil i se svým dílem *Nabarvené ptáče* v rámci americké on-line distribuce. Zásadní problém viděl kromě obrazového rozlišení i v kvalitě zvuku – VOD platformy totiž mají podobné regulace hlasitosti jako televize. Například nejrozšířenější služba Netflix, stejně jako většina dalších, na svých stránkách zveřejňuje technologické specifikace obrazu a zvuku pro subdodavatele. Z těch vyplývá, že se výsledné zvukové mixy přizpůsobují jejich vlastním specifikacím úrovně hlasitosti, které jsou podobné, a v některých formátech shodné, s televizní normou EBU R128.<sup>35</sup> Dá se tedy říct, že zvukové mixy VOD platform jsou svou dynamikou spíše podobné televizním mixům než kino mixům. Důvod je jednoduchý. V kině je divák v uzavřeném odhlučněném prostoru bez oken ve velkém sálu – tiché intimní scény tak obstojí a zapůsobí stejně jako ty hlasité a akční. Při sledování filmu doma na televizi nebo notebooku může být divák rušen různými podněty a hluky okolí – tiché scény by si tak musel dávat více nahlas a při akčních zase hlasitost ubírat. Proto se míra hlasitosti na těchto službách standardizuje. Zážitek z filmu v kině na plátně, tak ani po zvukové stránce, nikdy nebude stejný, jako při sledování na VOD platformách.

<sup>33</sup> Data ze statistiky Unie Filmových distributorů. Dostupné z: <https://www.ufd.cz/clanky/historie-celorocnich-vysledku-filmoveho-trhu-cr>

<sup>34</sup> Václav Marhoul, *Audiovizuální průmysl 2.0* (on-line debata) ze dne 19. 2. 2021, 20:55. Dostupné z: <https://telegraph.cz/journal/audiovizualni-prumysl-20-zaznam-debaty>

<sup>35</sup> „*Netflix Sound Mix Specifications & Best Practices v1.4 – bod 2.1.*“ [on-line]. Netflix. 11. 9. 2021 [cit. 8. 5. 2022]. Dostupné z: [https://partnerhelp.netflixstudios.com/hc/en-us/articles/360001794307-Netflix-Sound-Mix-Specifications-Best-Practices-v1-4-h\\_01ESQ5Z0PN1WYST581CZ5RAVC4](https://partnerhelp.netflixstudios.com/hc/en-us/articles/360001794307-Netflix-Sound-Mix-Specifications-Best-Practices-v1-4-h_01ESQ5Z0PN1WYST581CZ5RAVC4)

Koronavirová krize ukázala, že limitující pro sledování obsahu na VOD platformách může být i kapacita datových sítí. V březnu roku 2020, v době začínající pandemické krize a nařízených karanténních opatření, vyzval eurokomisař pro vnitřní trh Thierry Breton provozovatele těchto služeb, aby snížili obrazovou kvalitu svého streamovaného obsahu na SD, čímž sníží kapacitu datových sítí pro lepší práci z domova. Jako první zareagovala služba Netflix a snížila objem svých dat o čtvrtinu. Zanedlouho se přidal i YouTube a Amazon Prime.<sup>36</sup> Opatření bylo dočasné a velmi výjimečné – do té doby nikdo nečekal, že by se populace musela v tak obrovském množství uchýlit k práci z domova skrze video konference a tím pádem i zvýšit zahlcení internetového prostoru.

## 4.2. SOCIALIZACE

Tradičně je možnost návštěvy kina především společenskou událostí. Už historicky byly návštěvy biografů spojeny se socializační funkcí a pro diváky to bylo spíše o zážitku a možnosti strávit večer s partnery, rodinou či přáteli. Tento jednoduchý princip pak přetrvává dodnes a ze společenského hlediska se tak sledování filmů on-line nemůže rovnat. Z dat UFD o návštěvnosti kin je vidět, že jakmile se pandemická opatření zrušila a kina mohly otevřít, diváci se do sálu začaly vracet a nenechali si tuto příležitost vzít. Problematické bylo však hygienické opatření, které znemožňovalo konzumovat občerstvení v kinosálech, což je pro řadu diváku naprosto stěžejní zvyk, na kterém při návštěvě kin trvají. A to platí především pro Multiplexy. "Z dlouhodobých průzkumů vyplývá, že pokud se nemůže konzumovat, polovina lidí do kina nepřejde." uvádí pro ČTK sám ředitel jedné ze dvou největších sítí multikin Jan Bradáč.<sup>37</sup> Kromě možnosti konzumovat občerstvení pak bylo pro řadu diváků problematická restrikce týkající se očkování – poměrně velká část české populace očkování dlouho odmítala a tak se vláda rozhodla, že na kulturní akce bude povolen vstup pouze očkovaným nebo lidem, kteří nemoc prodělaly v posledních 180 dnech.<sup>38</sup> Obecně je vidět na datech návštěvnosti, že jakmile začalo fungování kin v klasickém režimu v plném komfortu, návštěvnost se rychle začala vracet do hodnot, jaké jsme mohli pozorovat před koronakrizí. Potřeba potkávat se a vidět film formou zážitku v kině je tedy stále aktuální a VOD platformy toto ze své podstaty nabídnout nemohou.

---

<sup>36</sup> „YouTube, Amazon Prime forgo streaming quality to relieve European networks“ [on-line]. Reuters. 20. 3. 2020 [cit. 8. 5. 2022]. Dostupné z: <https://www.reuters.com/article/us-health-coronavirus-youtube-exclusive/exclusive-youtube-to-reduce-streaming-quality-in-europe-due-to-coronavirus-idUSKBN21700P>

<sup>37</sup> „Na pitomý porno do českého kina. Zatím ještě bez popcornu a s negativními testy“ [on-line]. Lidovky.cz. 25. 5. 2021 [cit. 27. 6. 2022]. Dostupné z: [https://www.lidovky.cz/orientace/kultura/bez-popcornu-a-s-negativnimi-testy-mala-kina-vitaji-prvni-navstevniky.A210524\\_105125\\_In\\_kultura\\_jto](https://www.lidovky.cz/orientace/kultura/bez-popcornu-a-s-negativnimi-testy-mala-kina-vitaji-prvni-navstevniky.A210524_105125_In_kultura_jto)

<sup>38</sup> „Od srpna dojde ke zmírnění protiepidemických opatření v oblasti maloobchodu a služeb“ [on-line]. MZČR. 27. 7. 2021 [cit. 27. 6. 2022]. Dostupné z: <https://koronavirus.mzcr.cz/od-srpna-dojde-ke-zmirneni-protiepidemickych-opatreni-v-oblasti-maloobchodu-a-sluzeb/>

### 4.3. GEOBLOKACE

Kromě nemožnosti dosáhnout stejného kvalitativního zážitku, jako při prezentaci na filmovém plátně, naráží diváci VOD služeb na území Evropy ještě na další častou překážku, kterou je geoblokace obsahu v jednotlivých zemích. Častokrát divák narazí na upozornění, že jím vybraný obsah nelze přehrát ani zakoupit, protože se přihlašuje ze země, kde obsah není podporován. Další potíž diváci pociťují při vycestování ze země – jakmile překročí hranice evropského státu, kde si VOD službu pořizovali, mohou ztratit přístup ke sledování obsahu. Problém se netýká jenom evropských artových filmů, kde by se dala pochopit omezená teritoriální licence, ale paradoxně i internetových seriálů a pořadů. Vzniká tedy nerovnováha mezi volným pohybem zboží a služeb ve fyzickém světě a v tom digitálním. Na tuto problematiku, která se netýká jenom blokace audiovizuálního obsahu, reagovala v roce 2015 Evropská komise návrhem na reformu regulace digitálního trhu pomocí vytvoření tzv. jednotného digitálního trhu v Evropě<sup>39</sup>. Ten má za cíl zpřístupnit a zjednodušit nabídku digitálních služeb občanům Evropské unie – kam, kromě jiného, spadá i konzumace AV obsahu na internetu. Záhy se však vytvořila silná negativní oponentura ze strany evropských distributorů a zástupců audiovizuálních trhů. Pro nezávislé producenty totiž geoblokace tvoří zásadní roli – pokud se film nasadí v jednom z evropských států a díky geoblokaci bude ihned přístupný po celé Evropě, a tak distributor, který by měl o snímek o pár měsíců později zájem ve své zemi, už film nebude chtít kupovat. Diskuze o výhodách a problematice zavádění takového principu v EU trvá v podstatě do dnešní doby a zatím se podařilo přijmout jen dílčí směrnice.

Jedna z hlavních příčin geoblokování obsahu na určitém území spočívá v teritoriálních licencích – při udělení licencí musí majitelé práv vypořádat práva jednoho díla v 28 různých národních právech, a nikoliv jednoho celoevropského. Pokud chce provozovatel služby na vyžádání nabídnout svůj obsah vícero zemím v EU, musí práva na digitální distribuci vypořádat většinou v každé zemi zvlášť – tedy musí od lokálních distributorů, které dílo zastupují, vykoupit potřebné teritoriální licence (často za poměrně vysoké transakční náklady).<sup>40</sup> Paradoxně je evropský trh rozdělen pomyslnými virtuálními hranicemi, které blokují sledování filmů, často kofinancovaných evropskými granty (např. Eurimages, MEDIA) – diváci zemí EU tedy pak nemají přístup k dílům, na jejichž vznik jejich země přispěly. Někteří oponenti geoblokačních principů hovoří dokonce i o diskriminaci jazykových menšin, přechodným i trvale žijícím cizincům, zahraničním studentům či jen zájemcům o cizí jazyk a kulturu.<sup>41</sup> Zároveň představuje geoblokace i určité znevýhodnění autorů, které blokováním jejich děl připravuje jednak o příjmy a jednak o možnost přeshraničního exportu jejich díla. To představuje velikou

<sup>39</sup> Sdělení komise evropskému parlamentu, radě, evropskému hospodářskému a sociálnímu výboru a výboru regionů – Strategie pro jednotný digitální trh v Evropě. [on-line] Brusel, 6. 5. 2015. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/PDF/?uri=CELEX:52015DC0192&from=EN>

<sup>40</sup> ZAHŘÁDKA, Pavel. LEŠKA, Rudolf. SZCZEPANIK, Petr. Význam teritoriality pro audiovizuální průmysl v České republice. TAČR, UPOL, 2019, s. 2.

<sup>41</sup> Kampaň Julie Reda, členky Evropského parlamentu za Pirátskou stranu s názvem „End Geoblocking“ [on-line]. [cit. 6.7. 2022]. Dostupné z: <https://endgeoblocking.eu/>

limitaci například v kontextu evropských nezávislých filmů, které svou podstatou mají velmi omezený exportní potenciál. V případě českého trhu je omezený export způsobem především jazykovou dispozicí, ačkoliv disponuje český trh nejužším partnerským spojením s jiným trhem, Slovenskem, kam se obsah může vyvážet bez standardní lokalizace (opatření titulu dabingem, titulky). Distributoři však ve většině případů pracují s těmito trhy jako s jedním a nakupují teritoriální licence pro obě území dohromady.

Ze tří přijatých nařízení Evropského parlamentu a Rady je v účinnosti zatím jediná (od 20. 3. 2018) a to *nařízení o zajištění přeshraniční přenositelnosti on-line služeb poskytujících obsah v rámci vnitřního trhu*<sup>42</sup>. Divákům tedy toto nařízení poskytuje přístup ke sledování obsahu (pouze u služeb za úplatu) po dobu dočasné přítomnosti v jiném členském státě, než je jeho bydliště a než je území, kde poskytovatel služby vlastní licenci k nabízenému obsahu. Zavedení jednotného digitálního trhu by pak dle tuzemských distributorů vedlo k dalšímu posílení a zvýhodnění nadnárodních poskytovatelů služeb především z USA, kteří kromě rozsáhlého finančního kapitálu disponují i rozsáhlými právními službami a s vypořádáním jednotlivých evropských práv tak nemají příliš problém. Podporovalo by to tak oligopol globálních poskytovatelů těchto služeb – pro producenty a sales agenty by se obchodování s těmito službami stalo nejlepším řešením, jelikož si mohou dovolit investovat do nákupů celoevropských licencí.<sup>43</sup>

#### **4.4. NELEGÁLNÍ STAHOVÁNÍ**

Zásadním problémem, s nímž se potýká on-line distribuce a sledování obsahu na internetu, je nelegální stahování, tzv. pirátství. Přesun divácké obce do virtuálního světa internetu zapříčinila během pandemické krize jasný a bohužel logický nárůst internetových krádeží. Dle informací Unie filmových distributorů se začátkem pandemické krize (duben 2020) jednalo skoro až o 50 % nárůst. Ve filmovém průmyslu neexistuje plnohodnotná digitální náhrada, jako je tomu například při klasickém prodeji a nákupu zboží na internetu, který během koronavirové krize fungoval silně a spolehlivě. Oproti jiným světovým trhům, např. USA, kde objem výnosů z digitální distribuce přesáhl objem výnosů z klasické kino distribuce, na českém trhu se při legální on-line distribuci dostáváme pouze na 5-10 % z výnosů kino distribuce.<sup>44</sup> Nejčastěji filmy unikají na nelegální servery, jakmile jsou nasazeny na VOD službu, nikoliv během distribuce v kinech. Nejvíce tedy nelegální stahování ohrožuje VOD platformy a samotné producenty.

---

<sup>42</sup> Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) 2017/2018 ze dne 14. června 2017 o přeshraniční přenositelnosti on-line služeb poskytujících obsah v rámci vnitřního trhu.

<sup>43</sup> ZAHŘÁDKA, Pavel. SZCZEPANIK, Petr. *Jednotný digitální trh jako hrozba, nebo příležitost? Rekonstrukce postojů českých distributorů ke strategii pro vytvoření jednotného digitálního trhu v Evropě* Iluminace 30. 3. 2018, str. 26.

<sup>44</sup> Unie Filmových distributorů. *Stanovisko unie filmových distributorů k současnému nouzovému stavu*. [on-line] 1. 4. 2020. Dostupné z: <https://www.ufd.cz/files/article/1312/ufd-covid19-stanovisko1420.pdf>

Kromě toho, že se stále digitální distribuce nemůže z hlediska výnosů rovnat té v kinech, je otázkou i právní ochrana duševního vlastnictví autorů, producentů a distributorů, jejichž díla jsou volně dostupná na internetu. Ač v roce 2019 Rada EU přijala novou směrnici o modernizaci autorského práva s cílem připravit podmínky pro vytvoření jednotného digitálního trhu<sup>45</sup>, v české legislativě ochrana těchto práv zatím není ukotvena. Jediná šance na ochranu duševního vlastnictví je pro distributory činit tak na vlastní náklady pomocí specializované procedury tzv. notice and take down. Při zjištění (notice) závadné informace třetí stranou (například když autor zjistí, že se jeho autorská práva porušují), má šanci tuto informaci nahlásit poskytovateli internetového připojení (tzv. internet service provider = ISP) a ten je povinen obsah neprodleně odstranit (také down).<sup>46</sup>

Dva roky po propuknutí krize a období zavřených kin můžeme v současnosti s odstupem pozorovat i pokles tendencí některých velkých hollywoodských studií s tzv. date-and-day realase, tedy simultánním nasazením titulů jak do kin, tak na VOD platformy. V dubnu 2022 se konal každoroční CinemaCon, celosvětové shromáždění majitelů a provozovatelů kin, kde mimo jiné zaznělo prohlášení Johna Fithiana, prezidenta a výkonného ředitele Národní asociace majitelů kin: „S potěšením vám oznamuji, že simultánní uvádění filmů je jako seriózní obchodní model mrtvé a pirátství je to, co ho zabilo.“<sup>47</sup> Tato ostrá slova mířila na studia, která během pandemické krize zkoušela uvádět svá díla jak do virtuálního světa, tak i do kina sálů, aby tak podpořila své platformy a aspoň nějakou cestou nahradila propad příjmů. Tím ale samozřejmě ohrožovali nejenom samotná díla, ale i celé fungování systému distribuce a kin. Jakmile se dílo uvede nejdříve na VOD platformu, ať už na SVOD nebo TVOD, její uniknutí a šíření nelegální cestou je skoro nevyhnutelné. A pro kina takové předčasné on-line uvedení může znamenat v průměru pokles příjmů až o 20 %. Studio Warner Bros, které pomocí date-and-day realease uvedlo velkofilm jako *Duna*, *Sebevražedný oddíl* nebo *Matrix 4* se nyní zavázalo k 45denním oknům mezi jednotlivými uvedenými do kina a na VOD.

---

<sup>45</sup> „EU přizpůsobuje pravidla v oblasti autorského práva digitálnímu věku“ [on-line]. Tisková zpráva Rady Evropské Unie. 15. 4. 2019 [cit. 2. 6. 2022]. Dostupné z: <https://www.consilium.europa.eu/cs/press/press-releases/2019/04/15/eu-adjusts-copyright-rules-to-the-digital-age/>

<sup>46</sup> MLYNÁŘ, Vojtěch: *Odpovědnost poskytovatelů služeb informační společnosti za porušování autorských práv na internetu*. Diplomová práce. 2014, Právnická fakulta UK, s. 12.

<sup>47</sup> „Theater Owners Chief Warns Hollywood: Day-and-Date Releases Are „Dead as a Serious Business Model““ [on-line]. Hollywood Reporter. 15. 4. 2019 [cit. 2. 6. 2022]. Dostupné z: <https://www.hollywoodreporter.com/business/business-news/theater-owner-chief-warns-hollywood-1235135373/>

## 5. KORONAVIROVÁ KRIZE V AUDIOVIZI A NA POLI VOD PLATFORMEM

Hlavním hlediskem této práce má být koronavirová krize a s ní spojené společenské a kulturní změny, které se přímo i nepřímo dotkly audiovizuálního světa a měly svým způsobem vliv na vývoj digitální konzumace filmových i seriálových děl na českém trhu. Ač by vývoj VOD platformem bezpochyby probíhal i bez takového zásahu, pandemie byla v tomto ohledu určitým katalyzátorem situace. V této části zasadím koronavirovou krizi do kontextu času, prostředí a nastíním její vývoj a s ním spojené vládní opatření, které zcela jasně a radikálně ovlivnili situaci a vývoj na audiovizuálním trhu.

Pandemická krize propukla na území České republiky na jaře roku 2020 a zasáhla společnost na všech úrovních a ve všech hospodářských odvětvích. Necelých deset dní od prokázání prvních pozitivně testovaných pacientů byl vyhlášen nouzový stav a uzavřeny státní hranice. Byly zavřeny školy, divadla, kina, muzea, obchody, restaurace a přišlo období, na které nikdo nebyl připraven – období celostátní karantény, nemožnosti volného pohybu, kulturního a veřejného života. Bez nadsázky se jednalo o kardinální změnu vnímání světa okolo nás – včetně toho audiovizuálního. Pro českou kinematografii to byla zásadní zkouška, která způsobila proměnu distribučního trhu a diváckých zvyklostí. Brzy se projevilo, jak je celý filmový svět propojený cyklus a výpadek na jedné straně vyvolá ztráty na straně druhé. Přestaly se generovat výnosy celého průmyslu, a kromě filmových profesí byly zasaženy i na ně navázaní dodavatelé. Ve filmovém průmyslu totiž v celkovém objemu utracených financí tvoří zhruba 60 % nefilmové profese a služby (pronájem lokací, ubytování, řemeslné profese apod.) a až zbylých 40 % tvoří filmaři.<sup>48</sup> Zjednodušeně řečeno pandemická krize zasáhla celkovou výrobu audiovizuálních děl od psaní scénáře až po prezentaci výsledného díla.

Zavření kin během první vlny pandemie trvalo zpočátku dva měsíce. Vzrůstající objem filmové produkce a zahraničních zakázek, který se díky systematické státní podpoře skrze Státní fond kinematografie od roku 2017 zdvojnásobil a obrat dosáhl necelých 7 mld. Kč, byl úplně pozastaven a v dubnu 2020 hlásil tento segment zrušené a přerušované natáčení v hodnotě 4,9 mld. Kč. U děl nezávislých produkcí (filmů, dokumentů, televizních pořadů) se tou dobou jednalo o ztráty v hodnotě kolem 0,5 mld. Kč. Dle UFD se distributoři dostali na propad 1 mld. Kč ročně. Zastavený prodej fyzických nosičů ani digitální distribuce, která na českém trhu pořád netvoří velký podíl, tak nemohla vynahradit ztrátu zisků z kin. Česká kina měla v době před krizí obrat cca 1,2 mld. Kč ročně (bez započtení výnosů za občerstvení, reklamu, pronájem sálů apod.), v době první vlny po zavření všech kin se jednalo o ztráty jenom za vstupné o 100 mil. Kč měsíčně, tedy 1,2 mld. Kč ročně. Produkce, distributoři i

---

<sup>48</sup> „Filmové pobídky 2019“ [on-line]. Oficiální materiál Státního fondu kinematografie. 30. 6. 2019 [cit. 7. 6. 2022]. Dostupné z: [https://fondkinematografie.cz/assets/media/files/fond/pobidky\\_prezentace\\_na\\_web.pdf](https://fondkinematografie.cz/assets/media/files/fond/pobidky_prezentace_na_web.pdf)

kina však museli dál platit veškeré provozní náklady jako platy zaměstnanců, pronájmy, energie, splátky a jiné výdaje.<sup>49</sup> Druhý týden v květnu se otevřela kina v omezeném režimu (omezený počet návštěvníků, rozestupy mezi sedadly, zákaz konzumace občerstvení, povinná dezinfekce prostor aj.), hlavně kvůli nadcházející letní sezóně, která bývá plná premiér a možností návštěv letních kin. Jeden ze dvou hlavních multiplexů, Cinema City, se v této době rozhodla neotevřít, jelikož by provoz za takových podmínek byl finančně více náročný než přínosný. Ostatní kina, včetně sítě CineStar však otevřela.<sup>50</sup> Během léta návštěvnost pomalu stoupala, avšak určitě nedosahovala hodnot minulých let. V srpnu to bylo okolo 950 tis. návštěvníků, což sice bylo nejvíc od propuknutí krize, ale pořád výrazně méně než třeba v srpnu roku 2019, kdy návštěvníků do kin zavítalo na 1,6 mil.<sup>51</sup> Kromě letních kin situaci napomohly i tzv. autokina, které během koronavirové krize zažily svůj rozkvět, avšak po skončení pandemie jich většina provoz ukončila.

## TABULKA č.1

### Časová osa protiepidemických opatření v České republice

<p><i>Březen 2020 – první vlna protiepidemických opatření</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• vyhlášení nouzového stavu</li> <li>• zákaz pobývat na veřejnosti ve více než dvou lidech</li> <li>• uzavření maloobchodu a služeb, které nejsou klíčové pro chod státu</li> <li>• zákaz kulturních a sportovních akcí</li> <li>• zákaz cestování do zahraničí a uzavření hranic</li> <li>• omezení volného pohybu osob (výjimkou jsou cesty za rodinou, na nákup a do práce)</li> </ul> <p><i>Květen 2020 – postupné rozvolňování restrikcí a konec nouzového stavu</i></p> <p><i>Říjen 2020 – druhá vlna protiepidemických opatření</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• od 5. října 2020 vyhlášení nouzového stavu</li> <li>• omezení maloobchodu a služeb, které nejsou klíčové pro chod státu</li> <li>• zákaz kulturních, sportovních a volnočasových akcí</li> <li>• v listopadu zavedení protiepidemického systému PES</li> <li>• omezení hromadných akcí ve vnitřních a venkovních prostorech</li> <li>• omezení volného pohybu osob (od 1. března 2021 zákaz nočního vycházení mezi 21.00 a 4.59 a zákaz cestování mezi okresy)</li> </ul> <p><i>Duben 2021 – uvolňování restrikcí</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• od 11. dubna 2021 ukončení nouzového stavu</li> </ul>
---

Zdroj a zpracování: Pavel Zahrádka, Rudolf Leška, Matěj Myška, Petr Szczepanik, Ivan David, Jitka Pavlišová, Lucie Velflová, Lucie Zelená, 2022 – Dopad epidemie nemoci Covid-19 na distribuci, prezentaci a monetizaci kulturního obsahu: hudba, film, divadlo

<sup>49</sup> APA; UFD; APK; ARAS; ASAF. *Analýza dopadů COVID 19 na Audiovizuální průmysl a jejich možná řešení*. [on-line] 15. 4. 2020 Dostupný z: [https://aras.cz/wp-content/uploads/2020/04/Audiovize\\_vs\\_covid19\\_analyza\\_dopadu\\_a\\_reseni\\_16042020.pdf](https://aras.cz/wp-content/uploads/2020/04/Audiovize_vs_covid19_analyza_dopadu_a_reseni_16042020.pdf)

<sup>50</sup> „Cinema city se rozhodla otevření svých kin odložit“ [on-line]. E15.cz. 10. 5. 2020 [cit. 7. 6. 2022]. Dostupné z: <https://www.e15.cz/koronahelpdesk-e15/cinema-city-se-rozhodla-otevreni-svych-kin-odlozit-1369534>

<sup>51</sup> Unie Filmových distributorů. „Měsíční a roční souhrny od ledna 2000 do března května“ [on-line]. Dostupné z: <https://www.ufd.cz/prehledy-statistiky/mesicni-vysledky>

Během října se projevilo letní polevení v dodržování opatření a Česko zasáhla druhá vlna pandemie. Opět se zavedly striktní omezení a zákazy, což znamenalo znovu zavření všech kinosálů. Natáčení probíhat mohlo, avšak za přísných podmínek, které na velkých projektech kontrolovali dokonce speciálně vytvořené bezpečnostní pozice. Následovalo těžkých sedm měsíců, kdy se měsíční průměr návštěvnosti kin (díky autokinům a venkovním projekcím) dostal na cca 350 návštěvníků měsíčně. Oproti předchozímu roku poklesly tržby i návštěvnost cca o 65 %, což je největší propad od roku 1990. Až v dubnu 2021 se začala opatření uvolňovat a přicházel pomalý návrat k normálu. Podmínkou bylo omezené potkávání osob, dokládání negativních testů a očkování. Různé formy protiepidemických opatření však trvali ještě necelý rok.

Ekonomické dopady byli signifikantní, avšak poměrně nerovnoměrně rozložené mezi jednotlivé hospodářského odvětví – největší pokles zaznamenaly oblasti „tvůrčí, umělecké a zábavní činnosti“ a „obchodu, dopravy, cestovního ruchu, ubytování a pohostinství“ a to až o 6% hrubé přidané hodnoty za první čtvrtinu roku 2020.<sup>52</sup> Co se týče světa audiovizuální produkce pak byla zasažena výrazně méně než oblast distribuce a kin – natáčení se pozastavilo jen na dobu určitou při první atace pandemie, ale brzy se zase projekty rozběhly, ač za přísných hygienických podmínek a principů. Zato distribuční proces byl v období prvního zavření kin výrazně ohrožen, jelikož se rušily a přesouvaly premiéry, které se pak v období znovuotevření kin hromadily a ohrožovali tak předpokládané hodnoty výnosů. Tím se otevřela diskuse nad změnou systému distribuce skrze částečnou změnu ve fungování holdbackových oken, a to znamenalo velkou šanci pro VOD platformy a uvádění obsahu prémiově přímo tam.

Jak již bylo zmíněno v bodě 2.1. během pandemie skokově narostla sledovanost služeb na vyžádání a na rozdíl od zbývajících audiovizuálních sektorů zažívaly značný nárůst zájmu diváků. To se netýkalo jenom nadnárodních poskytovatelů, ale i lokálních platforem zprostředkovávající art housové filmy. Velké služby, jako je například Netflix pak v tomto období začaly více nasazovat české tituly, a to jak současné komerčně úspěšné filmy, tak i oblíbené české filmy z 80. a 90. let. Od roku 2019 do současnosti se nabídka z pár titulů rozrostla na více než 200 českých filmů v lokálním katalogu Netflix. Přestože většina z nich není dostupná skoro v žádné zahraniční nabídce, prodej práv VOD platforem tím začal konečně hrát svou roli v ekonomickém fungování českého distribučního systému.

Rozkvět služeb na vyžádání a celosvětově stále rostoucí objem diváků s sebou ale nese i určité hledisko konkurence – pojmy „streamovací války“ či „války o gauč“ se staly standardním termínem. Jednotliví hráči navzájem soutěží o to, jak

---

<sup>52</sup> DE VET, J.M a kol. *Impacts of the COVID- 19 pandemic on EU industries*. [on-line] Committee on Industry, Research and Energy, Policy Department for Economic, Scientific and Quality of Life Policies, European Parliament. 2021, s. 25-29. [cit. 2. 7. 2021]. Dostupný z: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/662903/IPOL\\_STU\(2021\)662903\\_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/662903/IPOL_STU(2021)662903_EN.pdf)



zvýšit svůj počet předplatitelů a udržet ty stávající. Obrovské katalogy pak diváka často dostanou do pozice, kdy ani neví, jaký obsah sledovat a stráví u nabídky algoritmů násobně více času než samotným sledováním. Řešením, „jak vyhrát“ pak může být především originalita – tvorba originálního lokálního obsahu. Do toho se například Netflix na českém trhu zatím nepouští, jelikož se mu to stále finančně nevyplatí. Zato například na sousedním polském trhu už taková díla v produkci Netflixu vznikají. V tom by mohla hrát svou důležitou roli i služba Disney+, která spustila své vysílání na českém trhu v červnu 2022 (viz bod 2.3.5) a která proklamuje, že bude do své nabídky zařazovat české tituly a tvořit originální, možná i lokální obsah.

Obecně se během posledních let divácké návyky a jejich pozice proměnily a dva roky trvající pandemie to jen přirozeně akcelerovala. Předpokládá se, že na to budou čeští producenti reagovat a situaci se s výběrem projektů více přizpůsobovat. Mělo by se jednat o větší spolupráci s VOD službami a snahu o navázání distribučního procesu přímo na ně. Do této doby totiž spoustu producentů a distributorů nevědělo, jak správně s VOD uváděním svých filmů pracovat a jak lze tyto služby využít k propagaci. Platformy služeb na vyžádání totiž mohou být určitý partnerem pro distributory i z hlediska diváckých dat, které přirozeně tyto platformy získávají snadněji. Fenomén VOD služeb pak může znamenat i velký krok k naučení českého diváka využívat ke sledování AV obsahu výlučně legální cesty a je možné, že pozitivním dopadem situace bude snížení případů pirátství. Z vývoje situace je patrné, že se určité divácké zvyklosti proměňují a roste ochota za nabízený obsah či předplatné platit.

## **5.1. ALTERNATIVNÍ MOŽNOSTI DISTRIBUCE**

### **5.1.1. VIRTUAL CINEMA**

Zavřená kina během pandemie však kulturu sledování filmů nezastavila. Distributoři a kinaři byli nuceni hledat nové cesty a nástroje, jak filmová díla dostat k divákům jinou než běžnou formou. Zavřená kina sice na jednu stranu znamenala obrovské ztráty a ohrožení fungování filmového průmyslu, ale zároveň situace vyvolala příležitost pro rozvoj alternativních cest.

Novým byznys modelem, který by mohl jako funkční způsob vytrvat i po skončení krize je služba tzv. „virtual cinema“. V daný čas streamovaný audiovizuální obsah na vyžádání, který v podstatě simuluje kino promítání. Po celoplošném uzavření kin na americkém trhu se tento typ prezentace začal velmi rychle šířit a řada distributorů (například Kino Lorber, Film Movement, Music Box Films) rychle zareagovala spuštěním této služby v rámci nabídky svých filmů.<sup>53</sup> Na českém trhu byl jedním z prvních projektů Moje Kino LIVE, do kterého se zapojila pražská kina Aero, Bio Oko a Světozor, Bio Central z Hradce Králové a brněnské Univerzitní kino Scala. Myšlenka „spolu doma v kině“ spustila

---

<sup>53</sup> „Streaming Wars: Virtual Cinemas Offer Haven for Cinephiles and Struggling Theaters Alike“ [online]. Indie Wire. 24. 4. 2020 [cit. 26. 6. 2022]. Dostupné z: <https://www.indiewire.com/2020/04/virtual-cinema-guide-1202226844/>

velmi úspěšnou službu pro české diváky – projekce fungovaly jako v klasickém kině. Film začínal v určitou hodinu a promítal se bez přestávky. Přidaná hodnota služby pak spočívá v debatách s tvůrci nebo filmovými experty, které často následovaly po skončení promítání. Navození pocitu sdíleného zážitku byl simulován pomocí on-line chatu, kde měli diváci možnost sdílet svoje dojmy a pocity z filmového zážitku. Cena virtuálního vstupné začínala na stokoruně, ale divák měl možnost vybrat si libovolnou vyšší částku, kterou chce zaplatit za akci a podpořit tím zmíněná kina.

Podobných služeb se záhy začalo objevovat více – jednalo se o zejména o projekt *Vaše Kino*, který vznikl pod Asociací provozovatelů kin a propojil tak na 80 kin po celé republice, primárně za účelem podpory jejich zastavených provozů. „Je to šance, jak vyjádřit solidaritu se svým kinem. Za vstupné 70 Kč si diváci budou moci zakoupit vstupenky na oblíbená místa svého oblíbeného kina. V případě, že se kapacita kina vyprodá, je možnost koupit si lístky v jiném kině po celé republice.“<sup>54</sup> Popisuje předseda APK a iniciátor projektu Martin Pošta pro Novinky.cz. Virtual cinema zprovoznilo i poměrně nově vzniklé kino Edison FilmHub, který nabízí převážně evropské filmy a k vstupence nabízí ještě vstup do vlastní videotéky na 14 dní zdarma. Při první vlně pandemie a prvním celoplošném uzavření kinosálů měly tyto služby velmi silný úspěch a vysokou návštěvnost, která však s otevřením kin poklesla a v současné době v podstatě tyto služby nadále nefungují.

### 5.1.2. PREMIUM VOD

Kromě simultánního nasazení obsahu jak na on-line platformu, tak do kina, se během koronavirové krize rozrostla ještě jedna z inovativních distribučních strategií a to tzv. PVOD nebo premium VOD. Princip fenoménu PVOD spočívá s prvotním uvedením titulu na VOD platformě (na omezenou dobu) a až následnou premiéru v kině. Na této platformě pak divák může za vyšší jednorázový poplatek shlédnout film dříve, než započne jeho oficiální distribuční cesta v kinech. Tento systém částečně fungoval již před pandemickou krizí, avšak po ní začal být podstatněji úspěšný a využívaný. Dle studie *Dopad epidemie nemoci Covid-19 na distribuci, prezentaci a monetizaci kulturního obsahu: hudba, film, divadlo*<sup>55</sup>, kde se na případové studii zkoumal dopad krize na dvě vybrané platformy – Aerovod a DAFilms – obě tyto české platformy potvrdili růst trendu PVOD a změnu ve vnímání služeb na vyžádání jako pozdějšího distribučního okna. Služba Aerovod touto cestou například uvedla slovenský film režiséra Ivana Ostrouchova *Služebníci*<sup>56</sup>, platforma DAFilms pak třeba úspěšný dokumentární film *Nová Šichta*. Otázkou je, zda nemůže tento typ

<sup>54</sup> „Spouští se virtuální vašekino.cz“ [on-line]. Novinky.cz. 27. 3. 2020 [cit. 2. 7. 2022]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/kultura/filmy-serialy/clanek/spusti-se-virtualni-vasekino-cz-40318320>

<sup>55</sup> ZAHŘÁDKA, Pavel. Leška, Rudolf. MYŠKA Matěj. SZCZEPANIK, Petr. DAVID, Ivan. Pavlišová, Jitka. VELFOVÁ, Lucie. ZELEŇÁ Lucie. *Dopad epidemie nemoci Covid-19 na distribuci, prezentaci a monetizaci kulturního obsahu: hudba, film, divadlo*. VŠFS, MUNI, UPOL, TAČR, 2022, s. 87-90.

<sup>56</sup> „On-line videopůjčovna Aerovod otestuje nový model promítání Premium VOD“ [on-line]. Digital.rozhlas.cz. 30. 3. 2021 [cit. 2. 7. 2022]. Dostupné z: <https://digital.rozhlas.cz/line-videopujcovna-aerovod-otestuje-novy-model-promitani-premium-vod-8458014>

prémiové distribuce snímků na internetu filmům spíše uškodit. Projektový koordinátor společnosti Artcam Meihnart uvedl na otázku znevýhodnění filmů skrze tento typ předpremiér pro deník e15.cz následující: „Ukázalo se, že v některých případech to prospělo. Dle mého názoru proto, že se díky on-line akci v kombinaci s debatou zvýšila přítomnost daného titulu v on-line prostoru, a dostal se tak do povědomí potenciálních diváků“.<sup>57</sup> Dle úspěchů, které zaznamenala i služba DAFilm, je pak patrné, že diváci jsou za exkluzivní obsah ochotni připlatit. Pro artové filmy může být digitální distribuce zcela zásadní a v propojení s klasickou kino distribucí může titulu přinést výrazně vyšší sledovanost. Tento fenomén tedy ukazuje, že VOD platformy na kinech nemusí parazitovat, ale naopak s nimi vzájemně fungovat.

---

<sup>57</sup> „Filmová on-line distribuce je výhodný trend, může fungovat i v kombinaci s kinem“ [on-line]. E15.cz. 26. 6. 2021 [cit. 2. 7. 2022]. Dostupné z: <https://www.e15.cz/magazin/filmova-on-line-distribuce-je-vyhodny-trend-muze-fungovat-i-v-kombinaci-s-kinem-1381731>

## 6. ZÁVĚR

Na začátku tvorby této práce jsem chtěla zjistit a ověřit, zda koronavirová krize skutečně mohla také mít, v určité míře, pozitivní dopady – zda pomohla rozkvětu a sledovanosti VOD platforem, a jaké změny v této oblasti přinesla. Ukázalo se, že pandemie hrála v již probíhajícím rozmachu služeb na vyžádání jakousi roli katalyzátoru – celý proces vývoje těchto platforem převážně urychlila, a dokonce jim, kvůli nemožnosti sledovat audiovizuální obsah v kinech, přidala i nový rozměr. Celá oblast prošla během pandemické krize dílčími změnami. V řadě segmentů poukázala na některé systémové problémy, které mají v celém důsledku vliv na audiovizuální sektor jako takový a musí být v budoucnu aktivně řešeny.

Zcela zásadní je proměna diváckých návyků a jejich reakce v kinech. Během pandemie se kvůli uzavření kin a celostátním karanténám divák naučil používat VOD služby na denní bázi a chození do kina tak přesunul na druhou kolej. Proměnili se divácké priority a vzhledem k událostem roku 2022 (válka na Ukrajině, stoupající inflace, celostátní zdražování) se tak ze sledování filmů v kině stala výjimečná, skoro eventová záležitost. Zánik kin se však velmi pravděpodobně konat nebude – dokládají to i aktuální data návštěvnosti kin, které se za první pololetí roku 2022 pohybují okolo 6 milionů diváků a 249 tisíce představení, což se blíží údajům z let před krizí (např. rok 2018 – cca 7 milionů diváků, cca 264 tisíc představení).<sup>58</sup> Očekává se však, že do kin budou diváci chodit pouze na výjimečné tituly, a to buď hollywoodské blockbustry nebo na eventové projekce. Návštěvnost průměrných art housových filmů i průměrných komerčních filmů tak bude nejspíše minimální. Otázkou je, co by se mohlo stát, pokud by nadnárodní giganti na poli VOD platforem udělali ve svém vývoji další krok a vložily se i do eventového uvádění svého obsahu v kině. Obrovsky populární seriály, minisérie a filmy by si tak předplatitelé mohli vychutnat i na filmovém plátně, což by znamenalo podstatný převrat ve způsobu uvádění obsahu v kinech. V nejbližší budoucnosti se však oficiálně nic takového nechystá a jedná se tedy spíše jen o teoretickou úvahu.

Další změny pak nastávají přímo v zavedené praxi producentů a distributorů – hledají se nová pravidla distribučního systému a nastavuje se fungování dosavadního systému v kontextu vzrůstající pozornosti kolem VOD služeb. Producenti se víc než dřív zaměřují na plánování a prodej svých děl do on-line distribuce, která často může pomoci financování a celkové sledovanosti. V distribuční praxi se obecně snižuje doba holdbacků, momentálně se pohybuje okolo 45–75 dní. Zároveň se častěji objevují případy nasazení titulů prvotně na VOD platformy (tzv. premium VOD) nebo zmiňovaný systém day-and-date realase, tedy simultánní nasazení filmů do kin i na platformu. To všechno představuje dílčí změny ve fungování a vyjednávání mezi producenty, distributory a provozovateli VOD služeb. Nastavování systému však stále trvá a

---

<sup>58</sup> Unie Filmových distributorů. „*Souhrnné výsledky po jednotlivých měsících za všechna kina*“ [online]. Dostupný z: <https://www.ufd.cz/prehledy-statistiky/mesicni-vysledky>

pravděpodobně se ještě určitou dobu bude hledat rovnováha všech zúčastněných v distribučním procesu. S proměnou systému přímo uvnitř distribučního systému souvisí i právní aspekt regulace nadnárodních VOD portálů a chybějící veřejná podpora tzv. small screen projektů. Ukazuje se, že jsme v českém audiovizuálním prostředí nezareagovali na fenomén platforem včas a s dostatečnou pozorností, jako to třeba udělali severské země. Rada Evropské unie už v roce 2018 schválila směrnici o audiovizuálních mediálních službách (AVMS)<sup>59</sup>, která kromě povinnosti zařadit 30 % evropských titulů do katalogů zahraničních VOD platforem, povolila zavedení odvodů příspěvku do národních audiovizuálních fondů, ze kterých se pak financuje tvorba lokálních titulů. V České republice se tato možnost ještě nezakomponovala do právního systému. Očekává se však, že s přeměnou podoby Státního fondu kinematografie na Státní fond audiovizuace a s chystanou novelou zákona o audiovizuaci by se tyto regulace objevily i v kontextu českého trhu. Odvody do státního fondu by pak zvýšili alokaci na jednotlivé výzvy a české filmy by byly podporovány ve větším měřítku a většími částkami. S proměnou Státního fondu pak souvisí i chystané zavedení podpory tzv. small screen formátů, tedy formátů určených pro distribuci na obrazovkách – televizní vysílání, služby na vyžádání a další interaktivní platformy. Ředitelka Státního fondu kinematografie Helena Bezděk Fraňková toto popsala na letošním 56. ročníku Mezinárodního filmového festivalu v Karlových Varech během prezentace plánů transformace SFKMG na SFA.<sup>60</sup> Uvedla mimo jiné, že se bude jednat o podporu vývoje i výroby formátů small screen a zvažuje se zařazení okruhu výzev na podporu videoher.

V momentě, kdy přišla epidemie koronaviru COVID-19 na území České republiky, nikdo netušil, jak to poznamená kulturní sektory, a jak se jednotlivé obory s nemožností provozovat svou činnost nebo tvořit nová díla vypořádá. Reakce producentů, distributorů, kinařů i samotných provozovatelů lokálních VOD platforem byla však velmi rychlá a inovativní. Obsah se přesunul do virtuálního prostředí a rozvíjely se různé alternativní formy uvádění filmů – ať už se jednalo o virtuální kina, které divákům v bezpečí domova simulovali projekci v kině nebo řadu ročníků čistě virtuálních (nebo hybridních) filmových festivalů. Většina z nich ale po skončení krize ukončila nebo omezila svou činnost – v případě dalších vln pandemií se už ale v této oblasti má filmová obec k čemu vracet.

Budoucí vývoj je skoro nemožné predikovat a dá se pouze vycházet z jednotlivých faktických perspektiv, které situace na poli VOD platforem ukazuje. Boje o pozornost diváka budou nadále sílit, i vzhledem k tomu, že se na trh přidávají další nadnárodní služby.

---

<sup>59</sup> Směrnice Evropského parlamentu a Rady EU 2018/1808 ze dne 14. listopadu 2018, kterou se mění směrnice 2010/13/EU o koordinaci některých právních a správních předpisů členských států upravujících poskytování audiovizuálních mediálních služeb (směrnice o audiovizuálních mediálních službách) s ohledem na měnící se situaci na trhu. Dostupné z: <https://www.mkcr.cz/smernice-o-audiovizualnich-medialnich-sluzbach-492.html>

<sup>60</sup> Transformace: Budoucnost Státního fondu kinematografie (záznam prezentace v rámci 56. ročníku KVIFF. Karlovy Vary. 4. 7. 2022. Dostupné z: [https://kviff.tv/video/1421-transformace-budoucnost-statniho-fondu-kinematografie?fbclid=IwAR1N7zIz2UyfImSpuQ-VRuE\\_s\\_EGBePIW\\_T6soXOd5gXWNO6DPU\\_OyDtqci](https://kviff.tv/video/1421-transformace-budoucnost-statniho-fondu-kinematografie?fbclid=IwAR1N7zIz2UyfImSpuQ-VRuE_s_EGBePIW_T6soXOd5gXWNO6DPU_OyDtqci)

Popularita sledování lineární televize bezpochyby vlivem rozvoje sledování videoobsahu na internetu upadá, ale určité nezaniká a v nejbližší době nezanikne. Naopak, lineární televize vycítili příležitost a zakládají si vlastní streamingové platformy, které začínají být velice úspěšné. Silný potenciál osobně vidím v platformě VOYO, která se o navyšování své sledovanosti silně snaží, a to především tvorbou vlastního obsahu. Za to Česká televize se svou službou iVysílání, se kterou měla velké plány, svůj potenciál úplně nenaplnila. Zároveň je vzhledem k současné hospodářské situaci a stále stejné výši koncesionářských poplatků nucena omezovat vlastní výrobu a koprodukce, což poznamená i tuto platformu. Jak si povedou na přeplněném trhu lokální platformy zatím není známo, ale je pravděpodobné, že se jejich sledovanost, po silném nárustu diváků během koronavirové krize, bude postupně snižovat, jelikož budou trhu dominovat zahraniční služby, které disponují mnohonásobně většími katalogy. Na lokální platformy se pak divák bude pravděpodobně obracet v případě, že chce shlédnout konkrétní český nebo zahraniční titul, který jinde dostupný není. Obecně je důležité zmínit, že fenomén view on demand nepředstavuje hrozbu pro producenty a distributory – naopak, český audiovizuální trh by se měl s těmito službami naučit pracovat jako s perspektivní platformou pro distribuci a partnerem ve výrobě děl.

## 7. ZDROJE

### Literární prameny

LAMPEROVÁ, Marta. *Video on Demand: Nacházíme se v experimentální fázi*. Iluminace: časopis pro teorii, historii a estetiku filmu. 2013, č. 2, ISSN 0862-397X, s. 106.

TRYON, Chuck. *On-Demand Culture: Digital Delivery and the future of Movies*. 2012, s. 1.

BLÁZQUEZ, Francisco Javier Cabrera; CAPPELLO, Maja; ENE, Laura; FONTAINE, Gilles; GRECE, Christian; KANANOVICH, Anastasia; KANZLER, Martin; SCHNEEBERGER, Agnes; SIMONE, Patrizia; TALAVERA, Julio; VALAIS, Sophie. *Yearbook 2019/2020 – Key trends*. European Audiovisual Observatory, Strasbourg, 2020.

ZAHRÁDKA, Pavel. SZCZEPANIK, Petr. *Jednotný digitální trh jako hrozba, nebo příležitost? Rekonstrukce postojů českých distributorů ke strategii pro vytvoření jednotného digitálního trhu v Evropě* Iluminace 30. 3. 2018, str. 39.

ZAHRÁDKA, Pavel. LEŠKA, Rudolf. SZCZEPANIK, Petr. *Význam teritoriality pro audiovizuální průmysl v České republice*. TAČR, UPOL, 2019, s. 2.

MLYNÁŘ, Vojtěch: *Odpovědnost poskytovatelů služeb informační společnosti za porušování autorských práv na internetu*. Diplomová práce. 2014, Právnická fakulta UK, s. 12.

ZAHRÁDKA, Pavel. Leška, Rudolf. MYŠKA Matěj. SZCZEPANIK, Petr. DAVID, Ivan. Pavlišová, Jitka. VELFOVÁ, Lucie. ZELENÁ Lucie. *Dopad epidemie nemoci Covid-19 na distribuci, prezentaci a monetizaci kulturního obsahu: hudba, film, divadlo*. VŠFS, MUNI, UPOL, TAČR, 2022, s.1.

### On-line publikace

LOBATO Ramon, LOTZ Amanda. *Beyond Streaming Wars: Rethinking Competition in Video Services*. [on-line] Media Industries. 2021. Dostupné z: <https://journals.publishing.umich.edu/mij/article/id/1338/>

GRECE, Christian. *How Do Films Circulate on VOD Services and in Cinemas in the European Union?* [on-line] European Audiovisual Observatory. 2016, s. 12. Dostupné z: <https://www.kreativnievropa.cz/co5fokmmap3aa309/uploads/2022/04/Circulation-of-European-films-on-VOD-and-in-cinemas-in-Europe-2021-Edition.pdf>

*Sdělení komise evropskému parlamentu, radě, evropskému hospodářskému a sociálnímu výboru a výboru regionů – Strategie pro jednotný digitální trh v Evropě.* [on-line] Brusel, 6. 5. 2015. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/PDF/?uri=CELEX:52015DC0192&from=EN>

Unie Filmových distributorů. *Stanovisko unie filmových distributorů k současnému nouzovému stavu.* [on-line] 1. 4. 2020. Dostupné z: <https://www.ufd.cz/files/article/1312/ufd-covid19-stanovisko1420.pdf>

APA; UFD; APK; ARAS; ASAF. *Analýza dopadů COVID 19 na Audiovizuální průmysl a jejich možná řešení.* [on-line] 15. 4. 2020 Dostupné z: [https://aras.cz/wp-content/uploads/2020/04/Audiovize\\_vs\\_covid19\\_analyza\\_dopadu\\_a\\_reseni\\_16042020.pdf](https://aras.cz/wp-content/uploads/2020/04/Audiovize_vs_covid19_analyza_dopadu_a_reseni_16042020.pdf)

Internation Telecommunication Union. *Requirements for the support of IPTV services.* [on-line] 13. 10. 2009. Dostupné z: <https://www.itu.int/rec/T-REC-Y.1901-200901-I>

DE VET, J.M a kol. *Impacts of the COVID- 19 pandemic on EU industries.* [on-line] Committee on Industry, Research and Energy, Policy Department for Economic, Scientific and Quality of Life Policies, European Parliament. 2021, s. 25-29. [cit. 2. 7. 2021]. Dostupné z: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/662903/IPOL\\_STU\(2021\)662903\\_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/662903/IPOL_STU(2021)662903_EN.pdf)

## **Legislativa**

Zákon č. 132/2010 Sb., o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání a o změně některých zákonů

Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) 2017/2018 ze dne 14. června 2017 o přeshraniční přenositelnosti on-line služeb poskytující obsah v rámci vnitřního trhu.

Směrnice Evropského parlamentu a Rady EU 2018/1808 ze dne 14. listopadu 2018, kterou se mění směrnice 2010/13/EU o koordinaci některých právních a správních předpisů členských států upravujících poskytování audiovizuálních mediálních služeb (směrnice o audiovizuálních mediálních službách) s ohledem na měnící se situaci na trhu. Dostupné z: <https://www.mkcr.cz/smernice-o-audiovizualnich-medialnich-sluzbach-492.html>



## Statistiky

ČSÚ [Český statistický úřad]. „*Využívání informačních a komunikačních technologií v domácnostech a mezi jednotlivci – Používání internetu pro zábavu*“. [on-line]. 26.11.2019. Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/90577057/06200419k10.pdf/36053869-4f6d-4795-b96e-4d3fb7692d44?version=1.1>

ČSÚ [Český statistický úřad]. „*Využívání informačních a komunikačních technologií v domácnostech a mezi osobami*“ [on-line]. 25. 11. 2020

ČSÚ [Český statistický úřad]. „*Využívání informačních a komunikačních technologií v domácnostech a mezi osobami*“ [on-line]. 23. 11. 2021

Unie Filmových distributorů. „*Historie celoročních výsledků filmového trhu v ČR*“. [on-line]. Dostupné z: <https://www.ufd.cz/clanky/historie-celorcnicni-vysledku-filmoveho-trhu-cr>

Unie Filmových distributorů. „*Měsíční a roční souhrny od ledna 2000 do března května*“ [on-line]. Dostupné z: <https://www.ufd.cz/prehledy-statistiky/mesicni-vysledky>

Unie Filmových distributorů. „*Souhrnné výsledky po jednotlivých měsících za všechna kina*“ [on-line]. Dostupné z: <https://www.ufd.cz/prehledy-statistiky/mesicni-vysledky>

## Internetové odkazy

IFTA International Schedule of Definitions (version 2022). [on-line]. [cit. 31. 7. 2022]. Dostupné z: [www.ifta-on-line.org](http://www.ifta-on-line.org)

„*Attention, Filmmakers: Here's Everything You Need to Know About Release Windows*“. [on-line]. Indie Wire. 14. 1. 2015. [cit. 31. 7. 2022]. Dostupné z: <https://www.indiewire.com/2015/01/attention-filmmakers-heres-everything-you-need-to-know-about-release-windows-66295/>

„*Netflix Tests a Clampdown on Password Sharing*“ [on-line]. New York Times. 14. 3. 2021 [cit. 28. 11. 2021]. Dostupné z: <https://www.nytimes.com/2021s/03/14/business/media/netflix-password-sharing.html>

„*VOD služby typu Netflix sledují 2 miliony Čechů*“ [on-line]. Atmedia. Listopad 2021 [cit. 28. 11. 2021]. Dostupné z: <https://www.atmedia.cz/atblog-vod-sluzby-typu-netflix-sleduji-2-miliony-cechu>

„15 let od založení jednoho z prvních streamovacích portálů“ [on-line]. Pražský Magazín. 28. 10. 2020 [cit. 29. 11. 2021]. Dostupné z: <https://prazsky-magazin.cz/kultura/15-let-od-zalozeni-jednoho-z-prvnich-streamovacich-portalu/>

„On-line půjčovna filmů zavádí Aerovod zavádí předplatné“ [on-line]. Mediář.cz. 14. 10. 2019 [cit. 29. 11. 2021]. Dostupné z: <https://www.mediar.cz/on-line-pujcovna-filmu-aerovod-zavadi-predplatne/>

„Zpoplatnění Voya bylo logickým krokem, říká jeho šéf Ondřej Kulhánek“ [on-line]. Lupa.cz. 19. 16. 2012 [cit. 29. 11. 2021]. Dostupné z: <https://www.lupa.cz/clanky/zpoplatneni-voya-bylo-logickym-krokem-rika-jeho-sef-ondrej-kulhanek/>

„Rozmanitá nabídka na Voyo byla hlavním pilířem masivní 360° kampaně“ [on-line]. Tisková zpráva TV Nova. 8. 4. 2022. [cit. 10. 5. 2022]. Dostupné z: <https://n1.cms.nova.cz/e2fs/import-docs-pressweb/media/document/2616696.pdf>

„Co se ztraceným divákem? Producenti a kinaři se po dvou letech s covidem učí žít v nové realitě“ [on-line]. iRozhlas.cz. 14. 5. 2022 [cit. 3. 6. 2022]. Dostupné z: [https://www.irozhlas.cz/kultura/film/kino-program-divaci-premiery-netflix-voyo-covid\\_2205140700\\_kro](https://www.irozhlas.cz/kultura/film/kino-program-divaci-premiery-netflix-voyo-covid_2205140700_kro)

„Mall spustí novou televizi, stojí za ná Záhoř a Kuchyňka“ [on-line]. MediaGuru.cz. 8. 3. 2018 [cit. 3. 6. 2022]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2018/03/mall-spusti-televizi-stoji-za-ni-zahor-a-kuchynka/>

„Česká seriálová tvorba slaví historický úspěch. #martyisdead získal mezinárodní cenu Emmy“ [on-line]. iRozhlas.cz. 23. 11. 2012 [cit. 3. 6. 2022]. Dostupné z: [https://www.irozhlas.cz/kultura/televize/martyisdead-cena-emmy-malltv-serial-internet\\_2011231758\\_kro](https://www.irozhlas.cz/kultura/televize/martyisdead-cena-emmy-malltv-serial-internet_2011231758_kro)

„Seznam přejmenoval svůj video portál zpátky na Stream.cz“ [on-line]. Lupa.cz. 1. 6. 2021 [cit. 3. 6. 2022]. Dostupné z: <https://www.lupa.cz/aktuality/seznam-prejmenoval-svuj-videoportal-zpatky-na-stream-cz/>

„Seznam loni navýšil počet zhlédnutí o 60 %, chystá novinky“ [on-line]. MediaGuru.cz. 17. 3. 2022 [cit. 10. 5. 2022]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2022/03/stream-loni-navysil-pocet-zhlednuti-o-60-chysta-novinky/>

„Vodafone odstartovala, nabízí balíčky od 150 Kč měsíčně“ [on-line]. Media Guru. 23. 3. 2020 [cit. 31. 7. 2022]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2020/03/vodafone-tv-odstartovala-nabizi-balicky-od-150-kc-mesicne/>

„Netflix to Partner With Microsoft on New Ad Supported Subscription Plan“ [on-line]. Netflix. 13. 7. 2022 [cit. 31. 7. 2022]. Dostupné z: <https://about.netflix.com/en/news/netflix-partners-with-microsoft>

„HBO MAX Scheduled To Launch In 39 Territories In Latin America In June 2022“ [on-line]. Warner Media. 11. 2. 2021 [cit. 10. 5. 2022]. Dostupné z: <https://pressroom.warnermedia.com/us/media-release/hbo-max/hbo-max-scheduled-launch-39-territories-latin-america-june-2021>

„Apple TV+ má mít 40 milionů předplatitelů, polovina z nich za službu platí“ [on-line]. FilmToro 13. 9. 2021 [cit. 10. 5. 2022]. Dostupné z: <https://filmtoro.cz/blog/apple-tv-ma-dle-odhadu-40-milionu-predplatitelu-polovina-z-nich-za-sluzbu-plati>

„Sci-fi Halo uvidíme i v Česku. Služba SkyShowTime dorazí už letos“ [on-line]. Film Toro 4. 2. 2021 [cit. 31. 7. 2022]. Dostupné z: <https://filmtoro.cz/blog/skyshowtime-streamovaci-sluzba-cesko>

„Netflix Sound Mix Specifications & Best Practices v1.4 – bod 2.1.“ [on-line]. Netflix. 11. 9. 2021 [cit. 8. 5. 2022]. Dostupné z: [https://partnerhelp.netflixstudios.com/hc/en-us/articles/360001794307-Netflix-Sound-Mix-Specifications-Best-Practices-v1-4-h\\_01ESQ5Z0PN1WYST581CZ5RAVC4](https://partnerhelp.netflixstudios.com/hc/en-us/articles/360001794307-Netflix-Sound-Mix-Specifications-Best-Practices-v1-4-h_01ESQ5Z0PN1WYST581CZ5RAVC4)

„YouTube, Amazon Prime forgo streaming quality to relieve European networks“ [on-line]. Reuters. 20. 3. 2020 [cit. 8. 5. 2022]. Dostupné z: <https://www.reuters.com/article/us-health-coronavirus-youtube-exclusive/exclusive-youtube-to-reduce-streaming-quality-in-europe-due-to-coronavirus-idUSKBN21700P>

„Na pitomý porno do českého kina. Zatím ještě bez popcornu a s negativními testy“ [on-line]. Lidovky.cz. 25. 5. 2021 [cit. 27. 6. 2022]. Dostupné z: [https://www.lidovky.cz/orientace/kultura/bez-popcornu-a-s-negativnimi-testy-mala-kina-vitaji-prvni-navstevniky.A210524\\_105125\\_In\\_kultura\\_jto](https://www.lidovky.cz/orientace/kultura/bez-popcornu-a-s-negativnimi-testy-mala-kina-vitaji-prvni-navstevniky.A210524_105125_In_kultura_jto)

„Od srpna dojde ke zmírnění protiepidemických opatření v oblasti maloobchodu a služeb“ [on-line]. MZČR. 27. 7. 2021 [cit. 27. 6. 2022]. Dostupné z: <https://koronavirus.mzcr.cz/od-srpna-dojde-ke-zmirneni-protiepidemickych-opatreni-v-oblasti-maloobchodu-a-sluzeb/>

„EU přizpůsobuje pravidla v oblasti autorského práva digitálnímu věku“ [on-line]. Tisková zpráva Rady Evropské Unie. 15. 4. 2019 [cit. 2. 6. 2022]. Dostupné z: <https://www.consilium.europa.eu/cs/press/press-releases/2019/04/15/eu-adjusts-copyright-rules-to-the-digital-age/>

„Theater Owners Chief Warns Hollywood: Day-and-Date Releases Are „Dead as a Serious Business Model“ [on-line]. Hollywood Reporter. 15. 4. 2019 [cit. 2. 6. 2022]. Dostupné z: <https://www.hollywoodreporter.com/business/business-news/theater-owner-chief-warns-hollywood-1235135373/>

„Filmové pobídky 2019“ [on-line]. Oficiální materiál Státního fondu kinematografie. 30. 6. 2019 [cit. 7. 6. 2022]. Dostupné z: [https://fondkinematografie.cz/assets/media/files/fond/pobidky\\_prezentace\\_na\\_web.pdf](https://fondkinematografie.cz/assets/media/files/fond/pobidky_prezentace_na_web.pdf)

„Cinema city se rozhodla otevření svých kin odložit“ [on-line]. E15.cz. 10. 5. 2020 [cit. 7. 6. 2022]. Dostupné z: <https://www.e15.cz/koronahelpdesk-e15/cinema-city-se-rozhodla-otevreni-svych-kin-odlozit-1369534>

„Streaming Wars: Virtual Cinemas Offer Haven for Cinephiles and Struggling Theaters Alike“ [on-line]. Indie Wire. 24. 4. 2020 [cit. 26. 6. 2022]. Dostupné z: <https://www.indiewire.com/2020/04/virtual-cinema-guide-1202226844/>

„Spouští se virtuální vašekino.cz“ [on-line]. Novinky.cz. 27. 3. 2020 [cit. 2. 7. 2022]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/kultura/filmy-serialy/clanek/spousti-se-virtualni-vasekino-cz-40318320>

„On-line videopůjčovna Aerovod otestuje nový model promítání Premium VOD“ [on-line]. Digital.rozhlas.cz. 30. 3. 2021 [cit. 2. 7. 2022]. Dostupné z: <https://digital.rozhlas.cz/line-videopujcovna-aerovod-otestuje-novy-model-promitani-premium-vod-8458014>

„Filmová on-line distribuce je výhodný trend, může fungovat i v kombinaci s kinem“ [on-line]. E15.cz. 26. 6. 2021 [cit. 2. 7. 2022]. Dostupné z: <https://www.e15.cz/magazin/filmova-on-line-distribuce-je-vyhodny-trend-muze-fungovat-i-v-kombinaci-s-kinem-1381731>

Kampaň Julie Reda, členky Evropského parlamentu za Pirátskou stranu s názvem „End Geoblocking“ [on-line]. [cit. 6.7. 2022]. Dostupné z: <https://endgeoblocking.eu/>

Netflix – Top 10 [on-line]. [cit. 3.5. 2022]. Dostupné z: <https://top10.netflix.com>  
Flixpatrol.com [on-line]. [cit. 3.5. 2022]. Dostupné z: <https://flixpatrol.com>

Václav Marhoul, Audiovizuální průmysl 2.0 (on-line debata). In: Telegraph Olomouc. 19. února 2021, 20:55. Dostupné z: <https://telegraph.cz/journal/audiovizualni-prumysl-20-zaznam-debaty>

Transformace: Budoucnost Státního fondu kinematografie (záznam prezentace v rámci 56. ročníku KVIFF. Karlovy Vary. 4. 7. 2022. Dostupné z: [https://kviff.tv/video/1421-transformace-budoucnost-statniho-fondu-kinematografie?fbclid=IwAR1N7zIz2UyfImSpuQ-VRuE\\_s\\_EGBePIW\\_T6soXOd5gXWNO6DPU\\_OyDtqci](https://kviff.tv/video/1421-transformace-budoucnost-statniho-fondu-kinematografie?fbclid=IwAR1N7zIz2UyfImSpuQ-VRuE_s_EGBePIW_T6soXOd5gXWNO6DPU_OyDtqci)

## Zdroje grafů a tabulek

GRAF č.1 – *Osoby v zemích EU sledující pořady na placených stránkách (např. na Netflixu)*. Zdroj a zpracování: Eurostat – ČSÚ, Využívání informačních a komunikačních technologií v domácnostech a mezi jednotlivci. 2020. Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/142872020/062004210903.pdf/6ad14029-a1f9-48c8-917c-ccca27d4e36f?version=1.1>

GRAF č. 2 – *Předplatné OTT SVOD platforem v Evropě*. Zdroj: Ampere Analysis from *Yearbook 2019/2020 – Key trends*. European Audiovisual Observatory. Strasbourg, 2020. Zpracování: vlastní. Dostupné z: <https://rm.coe.int/yearbook-keytrends-2019-2020-en/16809ce58d>

GRAF č. 3 – *Počet evropských zahraničních filmů dostupných na VOD podle zemí v závislosti na kino distribuci (v počtu evropských zahraničních filmů)*. Zdroj a zpracování: LUMIERE, JustWatch, LUMIERE VOD from *Yearbook 2019/2020 – Key trends*. European Audiovisual Observatory, Strasbourg, 2020. Dostupné z: <https://rm.coe.int/yearbook-keytrends-2019-2020-en/16809ce58d>

TABULKA č.1 - *Časová osa protiepidemických opatření v České republice*. Zdroj a zpracování: ZAHŘÁDKA, Pavel. Leška, Rudolf. MYŠKA Matěj. SZCZEPANIK, Petr a kol. *Dopad epidemie nemoci Covid-19 na distribuci, prezentaci a monetizaci kulturního obsahu: hudba, film, divadlo*. VŠFS, MUNI, UPOL, TAČR, 2022, s.1.