



Pedagogická  
fakulta  
Faculty  
of Education

Jihočeská univerzita  
v Českých Budějovicích  
University of South Bohemia  
in České Budějovice

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích  
Pedagogická fakulta  
Katedra společenských věd

Bakalářská práce

# Česká YouTube scéna

Vypracovala: Barbora Nemravová  
Vedoucí práce: Mgr. Michal Šimůnek, Ph.D.

České Budějovice 2017

## Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svoji bakalářskou práci jsem vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Českých Budějovicích dne 26. 4. 2017

.....  
Barbora Nemravová

## Poděkování

Děkuji Mgr. Michalu Šimůnkovi, Ph.D. za odborné vedení práce, ochotnou pomoc a cenné rady, které mi pomohly práci dokončit. Mé poděkování také patří respondentům, kteří byli ochotni poskytnout rozhovory do praktické části práce.

## Anotace

Tato bakalářská práce si klade za cíl seznámit čtenáře s fenoménem internetových celebrit, YouTuberů, z České republiky. Blíže se zaměřuje na marketingové strategie, díky nimž se dají na YouTube vydělat peníze. Podrobněji zkoumá způsoby spolupráce YouTuberů s marketingovými firmami, zmiňuje Partnerský program společnosti YouTube a prostředky jím získané. V práci je zmíněna i stručná historie webové stránky a funkce, jež poskytuje svým uživatelům. Dále je zde věnována pozornost typům videí, která se na webu vyskytují a typům YouTuberů podle tematického zaměření jejich kanálu. Práce by měla čtenářům umožnit nahlédnout do světa YouTube a s ním spojených výdělků. Praktická část je zpracována s pomocí polostrukturovaných rozhovorů s YouTubery a jejich následnou analýzou. V této části práce se snažím zaměřit především na to, jak si autoři budují svou identitu a jakými cestami si právě oni prostřednictvím platformy YouTube vydělávají.

## Klíčová slova

YouTube, spolupráce, partnerství, YouTuber, video

## Abstract

The aim of this bachelor thesis is to introduce Czech YouTubers, the internet celebrities, to the readers. It is focused on marketing strategies by which it is possible to earn money on YouTube. The thesis studies methods like collaborations with companies, sponsoring and YouTube Partner Program in more details. There is a brief history of YouTube mentioned in this thesis and how the webpage works for the users. Also there are described types of videos and types of YouTubers divided by orientation of their channel. The study should make the readers familiar with the YouTube scene and the earnings that relate. The practical part is based on the semi-structured interviews with YouTubers. The interviews focus on the YouTubers identity and the ways they use to get money by YouTube.

## Key words

YouTube, collaboration, partnership, YouTuber, video

# Obsah

Úvod.....	6
1 YouTube .....	8
1.1 Historie .....	8
1.2 Fungování .....	9
2 Virtuální komunita.....	12
3 Video.....	13
3.1 Hudební videoklipy .....	14
3.2 Soutěže.....	14
3.3 Návody.....	14
3.4 Povídání.....	15
3.5 Vlog .....	15
4 YouTuber.....	15
4.1 Hraní .....	16
4.2 Zábava .....	17
4.3 Krása .....	17
4.4 Móda .....	18
4.5 Ze života .....	18
5 Jak YouTuberi vydělávají.....	19
5.1 Spolupráce .....	19
5.2 Partnerství.....	21
5.3 Další výdělký .....	24
5.4 Agentury .....	25
6 Výzkum pomocí polostrukturovaných rozhovorů .....	26
6.1 Sběr dat .....	26
6.2 Zpracování dat .....	27
7 Shrnutí rozhovorů .....	27
8 Vyhodnocení a výstupy .....	33
Závěr .....	36
Seznam literatury .....	37
Seznam obrázků, tabulek a příloh.....	39

# Úvod

Popularita natáčení a sledování videí na YouTube stále roste a každý den přibývá nejen nových videí, ale i uživatelů a autorů, kteří se snaží své diváky zaujmout, přiblížit se jim svou tvorbou a předat jim něco ze své osobnosti, zejména se ale snaží zviditelnit se. Ti, kterým se to podaří, si totiž mohou pomocí své tvorby vydělat i určitý obnos peněz a ne vždy se jedná o malé částky. Pro někoho může natáčení videí na YouTube sloužit jako pouhý přivýdělek, ovšem existují i tací, kteří se tím živí. Ačkoliv si na české scéně nepříjdou k takové peněžní sumě jako například autoři, kteří svá videa točí v anglickém jazyce, čímž zaujmou mnohem širší okruh diváků, na rozdíl od nich se zde nepotýkají s tak velkou konkurencí na trhu. YouTuberi se pro mnoho lidí stávají ikonou a vzorem, v hojném počtu sledují a důvěřují jim. Tím na YouTubery přenáší jistou zodpovědnost, která zapříčiňuje fakt, že stejně tak jako u každé práce, i tady nejde pouze o zábavu, ale přináší to s sebou i jisté povinnosti a závazky.

Ve své bakalářské práci se zaměřuji na stále rostoucí popularitu celosvětového fenoménu YouTuberství a způsobů vydělávání peněz pomocí platformy YouTube v České Republice. První část práce je věnována platformě YouTube, její historii a tomu, jak tato webová stránka funguje a co nabízí svým uživatelům. Poté se přesouvám k hlavnímu obsahu této platformy a tím jsou videa. Nejdůležitější jsou zde pro mou práci autoři videí, kterým se přezdívá YouTuberi. Kategorizovala jsem je do pěti hlavních okruhů podle jejich tematického zaměření. Patří sem kategorie týkající se hraní počítačových her, kanály sloužící pro pobavení svých diváků, další jsou zaměřené na krásu a módu. Existují i kanály, které se nevěnují konkrétnímu tématu a jejich videa jsou zaměřená všeobecně. V části, kde se věnuji komerčním účelům kanálů, zkoumám vztahy YouTuberů s firmami, které s nimi spolupracují a také to, jak taková spolupráce vypadá, od sponzoringu po product placement, neboli placené umístění produktu ve videu. YouTube mimo jiné pro své úspěšnější uživatele, kteří aktivně přidávají videa, zřizuje Partnerský program, který autorům umožňuje vložení reklamy k videu a následné zpeněžení jejich zhlédnutí. Dalšími možnostmi, jak si pomocí YouTube vydělat peníze, je například vlastní autorova značka, respektive jeho vlastní zboží, které svým fanouškům prodává.

Praktická část je založena na rozhovorech se šesti českými YouTubery. S respondenty jsem se snažila sejít osobně, nicméně kvůli odlehlým místům bydliště a kvůli nedostatku času YouTuberů a jejich neochotě k osobnímu setkání rozhovory nakonec proběhly buď prostřednictvím Skype hovoru nebo online korespondence. Před zpracováním rozhovorů jsem si položila dvě hlavní otázky, a to zda se YouTuber se 100 000 odběrateli dokáže z YouTube výtědků plnohodnotně uživit, a také, zda je pro YouTubery natáčení stále koníčkem, ačkoliv s sebou přináší spoustu povinností a práce. Na základě připravených otázek jsem získala povědomí o tom, co pro YouTubery natáčení znamená, jak si budují svou identitu, co chtějí svou tvorbou divákům předat a především to, jakými způsoby si pomocí YouTube vydělávají peníze.



# 1 YOUTUBE

YouTube je největší internetová platforma sloužící k nahrávání a prohlížení videí. Je nejjednodušším a nejrozšířenějším způsobem sdílení video souborů. Uživatelé mají své ‚kanály‘ – účty, ze kterých videa přidávají. K přehrání videí není potřeba být přihlášen, může si je přehrát téměř kdokoli s přístupem na internet. Zhlédnutí videa může být omezeno například nedostupností videa v určitých zemích či obsahem nepřístupným osobám mladším 18 let. Dnes spadá YouTube pod společnost Google.<sup>1</sup>

## 1.1 Historie

Stránku založili roku 2005 tři podnikatelé – Chad Hurley, Steve Chen a Jawed Karim. Všichni tři jsou bývalými zaměstnanci platební společnosti PayPal. Vytvořili jednoduchý systém, díky kterému uživatelé mohou ukládat a zveřejňovat svá videa a sdílet je tak s celým světem.

První video bylo na YouTube přidáno jedním ze samotných zakladatelů, Jawedem Karimem, z jeho osobního kanálu.<sup>2</sup> Video pochází ze dne 23. 4. 2005, jmenuje se „Me at the zoo“. Jedná se o krátký záběr, v němž autor stojí v zoologické zahradě před ohradou se slony.



Obrázek 1: Me at the zoo<sup>3</sup>

<sup>1</sup> OLIVER, Dan. *Internet: Pět set rad, tipů a technik*. Bratislava: Alias Press, 2008. str. 78

<sup>2</sup> LASTUFKA, Alan a Michael W. DEAN. *YouTube: An Insider's Guide to Climbing the Charts*. Sebastopol, California: O'Reilly Media, 2008. str. 1

<sup>3</sup> Obrázek 1 je vyfocen dne 7. 2. 2017 na oficiální české YouTube stránce z mého osobního profilu.

- Me at the zoo. In: *YouTube* [online]. 23. 04. 2005 [cit. 2017-02-03]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=jNQXAC9IVRw>. Kanál uživatele jawed.

Zprvu se platforma rozjížděla pomalu, jak tomu bývá v začátcích většiny projektů, ovšem netrvalo dlouho a videí i uživatelů začalo na tomto webu přibývat, s čímž rostla přirozeně i popularita platformy. Zakladatelé původně stránku zamýšleli zejména pro rodiny, jejichž členové by tak snáze mohli sdílet svá videa i příbuzenstvem žijícím v jiných částech světa. Fenomén YouTube se však rozrostl natolik, že se zde už od začátku začala objevovat i jiná videa, než pouze ta rodinná. Jakmile se zde začaly objevovat i hudební nahrávky a videoklipy, popularita stránky se opět rychle zvýšila. V roce 2006 už se o YouTube mluvilo všude – v tisku, na internetu i na ulicích. YouTube se stal zkrátka nejnavštěvovanější stránkou, co se sdílení videí týče.<sup>4</sup>

Když v listopadu 2006 přišla nabídka od společnosti Google, že YouTube odkoupí za neuvěřitelných 1.6 miliardy amerických dolarů, zakladatelé se společností bez dlouhého přemýšlení uzavřeli smlouvu a svůj projekt prodali.<sup>5</sup> Tento krok pomohl ke zlepšení stránky, zjednodušil komunikaci mezi uživateli a sjednotil uživatelské účty – účet na Google slouží i jako účet k YouTube.

Od roku 2008 je YouTube přístupný i u nás v České Republice. Do té doby jsme mohli využívat zahraničních stránek YouTube, od října roku 2008 je však stránka přeložena do češtiny a funguje na oficiálních českých stránkách.<sup>6</sup>

## 1.2 Fungování

Přehrávání videí na YouTube funguje velmi jednoduše. Stačí mít připojení k internetu a ve svém zařízení nainstalovanou aplikaci Flash Player od společnosti Adobe, kterou má v současnosti ve svém zařízení nainstalovanou téměř každý aktivní uživatel počítače.<sup>7</sup>

Poté už je postup velmi jednoduchý, od nahrávání videí až po sledování a sdílení. Video, které chcete nahrát, může být sdíleno veřejně nebo pouze soukromě, to záleží na vás. Veřejné video je dostupné všem návštěvníkům, soukromé video nelze dohledat jinak než podle URL kódu, který tak můžete poslat pouze těm, se kterými chcete toto video sdílet.

---

<sup>4</sup> LASTUFKA, Alan a Michael W. DEAN. *YouTube: An Insider's Guide to Climbing the Charts*. Sebastopol: O'Reilly Media, 2008. str. 2

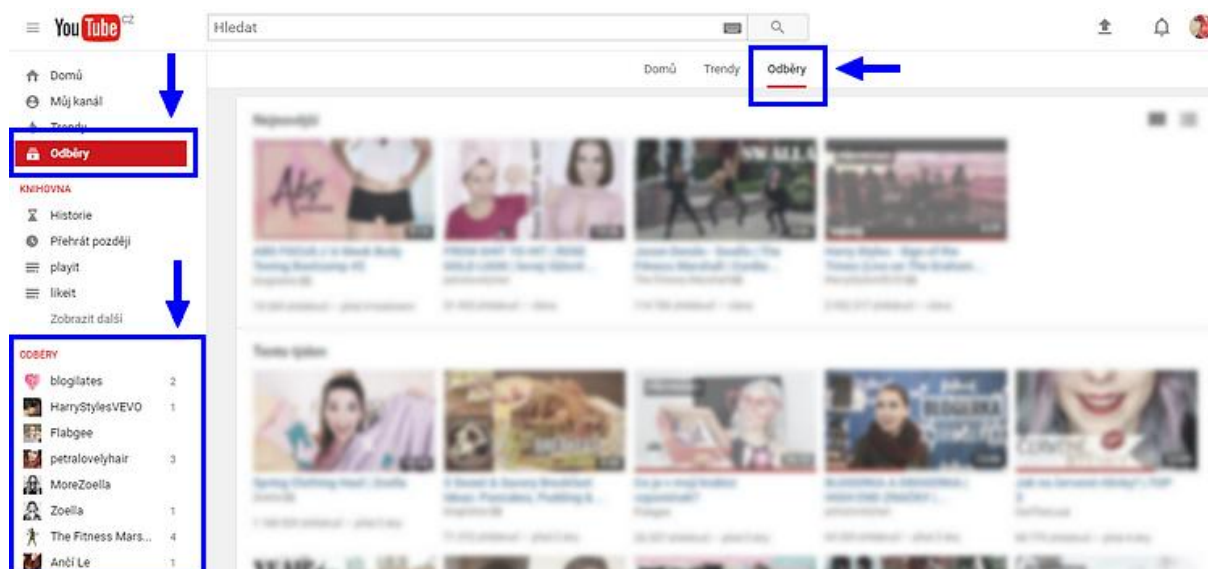
<sup>5</sup> SCHEPP, Brad a Debra SCHEPP. *How to Make Money with YouTube: Earn Cash, Market Yourself, Reach Your Customers, and Grow Your Business on the World's Most Popular Video-Sharing Site*. New York: McGraw-Hill, 2009. str. 21

<sup>6</sup> Živě.cz: *YouTube česky: od dnešního dne realita* [online]. 2008 [cit. 2017-02-03]. Dostupné z: <http://www.zive.cz/Bleskovky/YouTube-cesky-od-dnesniho-dne-realita/sc-4-a-143974/default.aspx>

<sup>7</sup> OLIVER, Dan. *Internet: Pět set rad, tipů a technik*. Bratislava: Alias Press, 2008. str. 78

S uživatelským účtem lze videa komentovat. Komentáře je možno psát kdykoliv, komukoliv a jakékoliv, záleží ale pouze na autorovi videa, zda komentáře pod příspěvkem zakáže či smaže, pokud je u svého příspěvku nechce. Autor má možnost výběrů, kdo bude moci k jeho videu přidávat komentář. Lze to povolit všem, pouze svým přátelům a odběratelům, nebo také všem zakázat. Je zde i možnost komentáře nejdříve schválit, než se u videa zobrazí.<sup>8</sup> Komentáře i celá videa lze také nahlásit za nevhodný obsah, porušení osobních práv a řadu dalších důvodů.

Uživatelé se navzájem mohou sledovat a „odebírat“. Na hlavní stránce se vám tak zobrazí seznam odebíraných kanálů a jejich videí (Obrázek 2) a vy je pak snadno dohledáte. Kdykoliv vámi odebíraný člověk přidá nové video, přijde vám také upozornění na váš gmail (e-mail společnosti Google sloužící k přihlášení k vašeho YouTube účtu) a tím získáte o těchto aktivitách lepší přehled.













Obrázek 2: Odběry

YouTube také nabízí svým uživatelům na úvodní stránce možnost výběru videí z různých rubrik – doporučená videa (Obrázek 3), nově nahraná videa, možnost sledovat znovu videa, která jste v minulosti již přehráli (Obrázek 4), sekce s tematikou vámi sledovaných videí (sekce módy, populární hudby, vaření atd.) či rychlý vhled do profilů, které sledujete nebo by se vám mohly líbit (Obrázek 5). To vše YouTube vybírá a nabízí na základě vámi sledovaných videí a dalších vašich aktivit prováděných z vašeho účtu, aby se ve všech těchto rubrikách objevovala videa, která by vás opravdu mohla zajímat.

<sup>8</sup> MILLER, Michael. *Internetový marketing s YouTube: průvodce využitím on-line videa v byznysu*. Brno: Computer Press, 2012. str. 192, 196






**Doporučeno**

 <p><b>MILUJU #1   Shopaholic Nicol</b> Shopaholic Nicol 82 918 zhlédnutí • před 17 hodinami</p>	 <p><b>One Direction Funny Moments Part 2</b> Helena Jackson 65 406 zhlédnutí • před 7 měsíci</p>	 <p><b>SCÓMICHE IS REAL</b> SUPERFRUIT 1 802 812 zhlédnutí • před 1 rokem</p>	 <p><b>REACTING TO THE SUPERBOWL</b> MoreMarcus 69 371 zhlédnutí • před 16 hodinami</p>	 <p><b>10 THINGS WE ALL DO</b> Bethany Mota Bethany Mota 550 560 zhlédnutí • před 4 dny</p>
 <p><b>HOW TO MAKE A BOMB AF FREESTYLE   Top 5 Tips</b> Ann Connolly 8 086 zhlédnutí • před 4 měsíci</p>	 <p><b>THE FITNESS MARSHALL VLOG   My Crazy Christmas</b> The Fitness Marshall VLOG 313 zhlédnutí • před 5 hodinami</p>	 <p><b>WHAT'S IN MY YO-YO TRAVEL BAG?!</b> Ann Connolly 14 770 zhlédnutí • před 6 měsíci</p>	 <p><b>CARDS AGAINST HUMANITY (feat. Maisie Williams)</b> SUPERFRUIT 2 120 417 zhlédnutí • před 2 roky</p>	 <p><b>FUNNY BLOOPERS!</b> ThatcherJoeVlogs 784 289 zhlédnutí • před 3 měsíci</p>


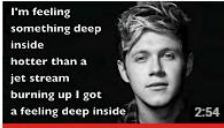



[Zobrazit další](#)

Obrázek 3: Doporučená videa

**Nově nahráno** Doporučená videa pro vás






 <p><b>Ellen, Take Me Away!</b> TheEllenShow 358 500 zhlédnutí • před 17 hodinami</p>	 <p><b>Beyonce's Coachella Plans Still In Motion With TWO Big...</b> Clever News 11 857 zhlédnutí • před 13 hodinami</p>	 <p><b>Katy Perry UNVEILS Makeover &amp; New Song Details -</b> Clever News 37 603 zhlédnutí • před 16 hodinami</p>	 <p><b>Monologue</b> Betsy DeVos Confirmed as Education Secretary, Photobomb Added to... The Tonight Show Starring Jimmy Fallon 210 zhlédnutí • před 7 minutami</p>	 <p><b>Emma Stone Reveals How She Told Her Parents She</b> Jimmy Kimmel Live 159 706 zhlédnutí • včera</p>
--	---	--	---	---

**Sledovat znovu**






 <p><b>Sam Smith - Writing's On The Wall (from Spectre)</b> SamSmithWorldVEVO 150 624 867 zhlédnutí • před 1 rokem</p>	 <p><b>One Direction-Fireproof (Lyrics)</b> jaybug191 4 970 118 zhlédnutí • před 2 roky</p>	 <p><b>ZAYN - PILLOWTALK</b> Conor Maynard 17 497 348 zhlédnutí • před 1 rokem</p>	 <p><b>Julia Michaels - Issues (Audio)</b> JuliaMichaelsVEVO 2 643 166 zhlédnutí • před 3 týdny</p>	 <p><b>Ariana Grande, John Legend - Beauty and the Beast (From DisneyMusicVEVO)</b> DisneyMusicVEVO 6 836 933 zhlédnutí • před 5 dny</p>
---	--	---	---	---

Obrázek 4: Nově nahráno, sledovat znovu

**Conor Maynard** Chcete všechny nejnovější aktualizace? Přihlaste se k odběru. [Odebírat](#) 4 040 215

 <p><b>ZAYN - PILLOWTALK</b> Conor Maynard 17 497 348 zhlédnutí • před 1 rokem</p>	 <p><b>24K MAGIC</b> ALEX AIONO VS CONOR MAYNARD Conor Maynard 34 147 846 zhlédnutí • před 3 měsíci</p>	 <p><b>THE CHAINSMOKERS</b> CLOSER The Chainsmokers - Closer ft. Halsey Conor Maynard 18 553 293 zhlédnutí • před 5 měsíci</p>	 <p><b>gnash - i hate u, i love u (ft. olivia o'brien)</b> Conor Maynard 28 184 057 zhlédnutí • před 8 měsíci</p>	 <p><b>Lukas Graham - 7 Years</b> Conor Maynard 21 838 630 zhlédnutí • před 11 měsíci</p>
---	--	---	---	--

**The Late Late Show with James Corden** Chcete všechny nejnovější aktualizace? Přihlaste se k odběru. [Odebírat](#) 9 522 528

 <p><b>One Direction &amp; James Talk 'No Control'</b> The Late Late Show with James Corden 2 748 091 zhlédnutí • před 1 rokem</p>	 <p><b>ONE DIRECTION HISTORY</b> The Late Late Show with James Corden 6 572 490 zhlédnutí • před 1 rokem</p>	 <p><b>ONE DIRECTION</b> Carpool Karaoke The Late Late Show with James Corden 94 942 387 zhlédnutí • před 1 rokem</p>	 <p><b>Does One Direction Have Tattoo Regrets?</b> The Late Late Show with James Corden 5 033 463 zhlédnutí • před 1 rokem</p>	 <p><b>Better Than/Better Now Riff-Off w/ Shawn Mendes &amp; The...</b> The Late Late Show with James Corden 10 243 649 zhlédnutí • před 4 měsíci</p>
---	---	--	--	--

Obrázek 5: Navrhované profily



V roce 2016 zavedl YouTube nově i ukazatel v podobě červené linky pod videem (Obrázek 6), která zobrazuje, jak velkou část videa jste již zhlédli. Kdykoliv pak spustíte již rozkoukané video, spustí se vám od místa, kde jste naposled při sledování skončili.



Obrázek 6: Ukazatel zhlédnutí<sup>9</sup>

## 2 VIRTUÁLNÍ KOMUNITA

Komunita je skupina lidí, kteří spolu žijí na jednom místě, navazují mezi sebou vzájemné vztahy a sdílejí podobné zájmy a hodnoty.<sup>10</sup> Tato definice se dá vztáhnout i na virtuální komunitu, jakou je YouTube často označován.

Poprvé s pojmem ‚virtuální komunita‘ přišel v roce 1993 novinář Howard Rheingold. Profesor sociologie a komunikačních věd Jan van Dijk pak ve své knize *The Network Society* (2006) rozděluje komunitu na tři typy:

- **Komunita organická** – Tímto typem je míněna komunita, jež má klasické, lokační uskupení a komunikace zde probíhá tváří v tvář. Příkladem takové komunity je například sousedství nebo volnočasové spolky.
- **Komunita virtuální** – Členové takové komunity se ve většině případů osobně neznají, nicméně jako komunita fungují, protože sdílí společné zájmy a navzájem mezi sebou komunikují. Komunikace ovšem neprobíhá tváří v tvář, ale je zpracována technologicky, nejčastěji v psané formě. Vztahy v takové komunitě nejsou tak intenzivní a členství je méně závazné než v komunitách organických.

<sup>9</sup> Obrázky 2, 3, 4, 5 a 6 jsou foceny dne 8. 2. 2017 na oficiální české YouTube stránce z mého osobního profilu.

<sup>10</sup> JANDOUREK, J. *Slovník sociologických pojmů. 610 hesel*. Praha: Grada Publishing, 2012. str. 129

- **Online komunita** – Tento typ je směsicí dvou předchozích rozdělení. Členové se znají osobně, fungovali jako komunita organická, ale nyní jejich sociální komunikace probíhá prostřednictvím sociálních sítí.<sup>11</sup>

Komunikace na YouTube, jakožto virtuální komunitě, je částečně anonymní. Uživatelé spolu komunikují prostřednictvím svých účtů, pro které si mohou zvolit vlastní přezdívku a tím si uchránit část svého soukromí pro sebe. I YouTubeři ve většině případů nevystupují pod svým pravým jménem, ale právě pod přezdívkou, kterou si pro svůj účet vymysleli. Ačkoliv většina z nich své pravé jméno neskrývá, najdou se mezi nimi i tací, kteří si své soukromí střeží a jejich identita není známa. Komunikace probíhá přispíváním do obsahu platformy, a to nejen jako autor, ale také i jako sledovatel. Nejedná se tedy pouze o nahrávání videí, komunikace vzniká i hodnocením a komentováním videí či zapojením se do soutěží, které YouTubeři vyhlásí. Stručně řečeno jakoukoliv aktivní činností, která na této webové stránce proběhne. Pro YouTubeři tak komunita neslouží jen k navázání přátelských vztahů se svými kolegy a diváky, ale také k šíření své tvorby.<sup>12</sup>

### 3 VIDEO

Hlavní jednotkou pro YouTube je video neboli video soubor. Ve stručnosti se jedná o technologii umožňující zaznamenání obrazu a zvuku a následné opětovné přehrání záznamu.<sup>13</sup>

Typů, neboli zaměření, videí se na YouTube vyskytuje mnoho, od domácích videí přes různé televizní a internetové pořady, záznamy sloužící čistě k pobavení, videa o zdravém životním stylu, a vaření až po ty sloužící ke vzdělávání. Nebudu tak zde vyjmenovávat všechny typy videí, ale pouze pár vybraných nejčastějších typů a ty, které používají YouTubeři. Nejedná se o žádné oficiální rozdělení, videa jsem takto kategorizovala sama na základě jejich obsahu.

<sup>11</sup> MACEK, J. *Úvod do nových médií*. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, 2011. str. 57-58

<sup>12</sup> Pokyny pro komunitu - YouTube. *YouTube* [online]. [cit. 2017-04-03]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/yt/policyandsafety/cs/communityguidelines.html>

<sup>13</sup> Video – The Definition of Video in English. *Oxford Dictionaries*. [online] [cit. 2017-02-03]. Dostupné z: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/video>

### 3.1 Hudební videoklipy

Hlavním bodem této kategorie jsou oficiální hudební videoklipy k písním. Nemusí jít pouze o celosvětově známé autory, ale také o amatérské umělce, kteří takovýto videoklip natočili a sdíleli. Hudebním videoklipem může být i nahraná píseň, která oficiální videoklip nemá. K takovýmto záznamům se poté jako hlavní obraz videa přikládá obal desky, na které se píseň vyskytuje, jakákoliv fotka umělce, co píseň interpretuje či je vytvořeno video s lyrickým textem písně. Kromě autorských písní a klipů sem lze zařadit i předělávky, vlastní přezpívané verze již vzniklých písní, tzv. ‚covery‘. Lze takto kategorizovat i záznamy z koncertů či jiných hudebních vystoupení.

### 3.2 Soutěže

Oblíbeným formátem videí zejména u YouTuberů jsou soutěže, anglicky ‚challenge‘. Soutěžit se dá v čemkoliv, často ani nejde o soutěž, kde někdo zvítězí, ale spíše o výzvu něco zkusit a dokázat. Videá tak mohou mít různá témata, některá se týkají pokrmů (ochutnávka sladkostí různých zahraničních zemí, populární je mezi YouTubery také tzv. Chubby Bunny challenge, která spočívá ve vměstnání co nejvíce marshmallow bonbonů do úst. Další kategorií jsou soutěže, při nichž se přehrávají různá vtipná videa a úkolem aktérů je se nezasmát. Soutěže mohou být i sportovní, oblíbená je zejména ‚Joga challenge‘ kdy dvojice zkouší napodobit různé jógové cviky. Soutěži existuje opravdu velké množství a vznikají stále nové typy.

### 3.3 Návody

Návodových videí je na YouTube nespočet. Může jít o manuály k různým aplikacím a programům, přes domácí sestavení poličky, různé ručně vyráběné výrobky až po líčící návody. Dnes lze sehnat návod skoro na vše, stačí hledat na YouTube. A právě návodová videa neboli tzv. tutoriály jsou často mezi YouTubery oblíbené. Chlapci a převážně dívky z celého světa vydávají návody na DIY (Do It Yourself – česky ‚Udělej si sám‘), kde ukazují, jak zkrášlit všelijaké kusy oblečení, vyrábí dekorace do pokoje nebo například i jak vytvořit pěnu do koupele. Patří sem také kuchyňská videa, kroky k přípravě nejrůznějších jídel, svačín, pečení či příprava nápojů. Dají se sem zařadit i videa YouTuberů ‚hráčů‘. I oni totiž ve svých videích ukazují, jak daná hra funguje, jak jí hrát a jaké ve hře existují nástrahy, vychytávky atd. Mezi děvčaty jsou populární líčící videa, kde autorka (a v zahraničí dnes již i mnoho

mužských autorů) ukazuje, jak vytvořit různé typy líčení. V této kategorii najdeme také i návody, jak se zlepšit v učení i v nějaké jiné aktivitě – patří sem například postupy na kreslení, taneční choreografie či postupy na zvládnutí všemožných triků ať už chcete být přeborníkem na skateboardu nebo se chcete naučit dnes populární hračkou Yoyo.

### 3.4 Povídání

Do této kategorie řadím jakákoliv videa, kde aktér sedí před kamerou a povídá si s potenciálními diváky o věcech, co ho zajímají. Patří sem nákupová videa, kde autor před kamerou ukazuje věci, které si v poslední době koupil; autorovi rady například jak se motivovat, rady, jak se učit atd. Mimo jiné sem spadají i názorová videa, kde sledujícím sděluje svůj názor na situace, problémy a události, co se kolem něj dějí, nebo prostý názor na jakoukoliv věc. Rozšířená jsou také videa o stravování, životním stylu, oblíbených knihách atd.

### 3.5 Vlog

Pro někoho video blog, zkrácené vlog, znamená jakékoliv video vydané YouTuberem. U YouTuberů to většinou vyjadřuje druh video deníku, který natáčí během delšího časového úseku (den nebo i týden). Tak jako je spousta lidí zvyklá zapisovat si své poznatky z běžného dne do osobního diáře či na vlastní internetový blog, ke stejnému účelu slouží pro YouTubery vlog. Aktéři s sebou berou kameru na místa, které během dne či týdne navštíví a sdělují do kamery, co se jim během dne stalo. Pomocí videa tak s ostatními mohou sdílet zážitky, které prožili. Dnes je tento druh videí spojován nejčastěji právě s YouTubery, kteří ho hojně využívají, vlog ale existoval dávno před tímto fenoménem.<sup>14</sup>

## 4 YOUTUBER

Na začátek je třeba říci, že označení YouTuber je mnohoznačné a každý ho může pojmout jinak. YouTuberem může být kdokoliv, kdo přidá video soubor na YouTube. Mnohdy se tak nazývá každý, kdo je součástí YouTube online komunity, tedy ten, kdo má na stránce účet a aktivně se podílí na jejím obsahu. Podle Urban Dictionary se tak označuje dokonce i pouhý pravidelný sledovatel, který aktivně a ve velkém množství

---

<sup>14</sup> RICH, Jason. *Ultimate Guide to YouTube for Business*. Irvine: Entrepreneur Press, 2013. str. 31



sleduje videa ostatních uživatelů.<sup>15</sup> Nejčastěji je toto pojmenování ale spojováno s takovými uživateli, kteří svá videa sdílí pravidelně, mají své odběratele a jsou sami součástí videí. Takto pojem YouTuber vymezuje i Oxford Dictionary.<sup>16</sup> V této práci YouTuberem míním právě takové uživatele, kteří aktivně přidávají videa a sami jsou jejich aktéry.

YouTuber také ke své práci potřebuje patřičné vybavení, aby byla jeho videa kvalitní a měla určitou úroveň. Základem je samozřejmě videokamera s vysokým rozlišením. Pro lepší stabilitu je vhodné pořídit si také stativ neboli trojnožku. Dalším důležitým vybavením je umělé osvětlení. To autorovi zaručí, že světlo v obraze bude stále stejně a nebude se měnit v ohledu na denní dobu či venkovní počasí a umožní natáčet i v horších světelných podmínkách. Důležité je mít také mikrofon, aby autora bylo vždy slyšet a zvuk byl kvalitní. Pro externí natáčení či natáčení při nějaké aktivitě je možné využít malých mikrofonů, které se dají přidělat na kameru, jsou snadno přenosné a zvuk tak bude kvalitní například i při natáčení vlogů z cest.<sup>17</sup>

Tyto internetové celebrity se rozdělují do několika typů podle zaměření jejich videí. Agentura Get Boost je rozděluje do pěti základních kategorií: Gaming, Entertainment, Beauty, Fashion a Lifestyle.<sup>18</sup> Tyto skupiny se často prolínají, sekce Móda je často zařazována do kategorie Krása, Hraní je většinou spojeno se Zábavou. Někdo místo Hraní používá pojmenování Let's play, zkrátka každý si s kategoriemi dělá, co chce. Neexistuje přesné rozdělení typů YouTuberů a je zcela běžné, že lze jednu osobu zařadit do více kategorií najednou. Abych ovšem pojem YouTuber zpřesnila a při rozdělení se měla o co opřít, využiji ve své práci právě pěti základních kategorií, jak je vymezuje agentura Get Boost. Pro snadnější porozumění jsem pojmy přeložila do češtiny.

## 4.1 Hraní

V této kategorii najdeme kanály specializované na hraní počítačových či internetových her. Nejčastější způsob je offline záznam, kdy hráč určitou dobu hru hraje

---

<sup>15</sup> Youtuber. *Urban Dictionary*. [online]. 2009 [cit. 2017-02-03] Dostupné z: <http://www.urbandictionary.com/define.php?term=youtuber&defid=3687573>

<sup>16</sup> YouTuber – Definition of YouTuber in English. *Oxford Dictionaries*. [online]. [cit. 2017-02-07]. Dostupné z: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/youtuber>

<sup>17</sup> MILLER, Michael. *Internetový marketing s YouTube: průvodce využitím on-line videa v byznysu*. Brno: Computer Press, 2012. str 128, 129

<sup>18</sup> Reklamní kampaně. *Get Boost- YouTube marketing agentura*. [online] [cit. 2017-02-10]. Dostupné z: <http://www.getboost.cz/reklamni-kampane/>

a po celou dobu nahrává, výsledné video poté sestříhá a umístí na internet. Dalším způsobem je online hraní. Jelikož YouTube umožňuje živé přenosy, aktér tak spustí přenos a hraje přímo před zraky diváků. V obou případech jde především o záznam obrazovky, případně je v rohu videa umístěn i pohled na aktéra. Celý průběh je doprovázen autorovým komentářem vztahujícím se k činnostem ve hře. Tyto komentáře slouží krom mapování hry také k pobavení diváků, a tak mají většinou humorný podtext a jsou doplněny i proslovy hráče, kde sledujícím sděluje, co zajímavého se mu událo, co ho zrovna napadlo a jednoduše si s diváky ‚povídá‘ (nejde o povídání v přesném slova smyslu, jelikož je od sebe dělí počítačová obrazovka). Úkolem této koncepce videí je provést diváka hrou, inspirovat ho a naučit ho případně i některé techniky a triky.<sup>19</sup> Tito autoři si říkají poangličtěle Gameři nebo Let’s playeri a patří mezi ně Jirka Král, GEJMR, SmusaGames nebo Agraelovo Let’s Play Šílenství.

## 4.2 Zábava

Odvětví YouTuberů tvořících zábavná videa za účelem pobavení svých diváků. Formáty jejich videí jsou velmi různé, některá videa postrádají hlubší smysl a slouží čistě k pobavení, jiná se zabývají i vážnými tématy, která jsou ovšem předávána vtípnou formou. Komentují a reagují na kauzy, které se ve světě kolem nich dějí. Natáčejí také soutěže (tzv. challenge), ve kterých zkouší jíst všemožné potraviny, překonávají své hranice nebo zkouší, co vše se dá stihnout za sedm sekund. Dalším oblíbeným formátem jsou ‚pranky‘, tedy mnohdy zákeřné žerty, při kterých formou skryté kamery nachytávají své kamarády. Zjednodušeně řečeno, nezabývají se žádným konkrétním odvětvím jako ostatní kategorie, a tak slouží jako jedna kategorie sama o sobě. Mezi tyto baviče se řadí Kovy, Fallenka, Jmenuju se Martin, AtiShow nebo ViralBrothers (ViralBrother Erik, ViralBrother Cenek), kteří jsou úspěšní i za našimi hranicemi.

## 4.3 Krása

Kategorie zaměřená na krásu je jedna z vůbec nejpobulárnějších jak u nás, tak i v zahraničí. Dívky (v cizině dokonce i chlapci, u nás jsem ale zatím na žádného nenarazila) se před kamerou líčí a ukazují divačkám i divákům tipy a triky na dokonalý make up; radí, jak se starat o své vlasy a pleť; seznamují je s novinkami na trhu. Sledující často ocení jejich recenze, protože díky otevřenosti a přirozenosti YouTuberů

---

<sup>19</sup> What is „Let’s Play?“. *Yahoo Voices – voices.yahoo.com*. [online] 18.11.2009 [cit. 2017-02-11]. Dostupné z: <https://web.archive.org/web/20140729024203/http://voices.yahoo.com/what-lets-play-4901264.html>

mají pocit, jako by to byli tak trochu jejich kamarádi a tím získávají pocit, že jim mohou věřit více, než ‚nafilmovaným‘ televizním reklamám a věří, že je neklamou a říkají jim pravdu. Tak to v drtivé většině případů je, bohužel najdou se i takové autorky, které produkt vychválí jen proto, že se tak s firmou domluvily. I ten, kdo se o YouTube nezajímá, si sem často přijde pro radu, protože má zkrátka pocit, že těmto dívkám může věřit pro jejich autentičnost a kamarádské vystupování, které je z videa patrné. Mezi nejnámější kanály o kráse u nás patří například GetTheLouk, NotSoFunnyAny, PetraLovelyhair či Flabgee.

#### 4.4 Móda

Tato sekce je často propojená právě s kategorií Krása, nicméně je více než na vizáž zaměřena na svět módy. YouTuberky i YouTubeři natáčejí tzv. Lookbook, tedy sestřihy různých outfitů (oblečení a doplňků), které jsou jejich oblíbené, jsou novinky z jejich šatníku nebo se hodí pro dané roční období, záleží na každém YouTuberovi, jak tento koncept pojme. Sledovaná jsou také nákupová videa, kde aktéři do kamery ukazují novinky, které si pořídili nebo dostali za spolupráci. Často dostávají nabídky zúčastnit se společenských akcí a módních přehlídek<sup>20</sup> či někomu na takovou událost vybrat oblečení a poradit s doplňky.<sup>21</sup> Zkrátka slouží jako módní poradci pro mladší generaci, která jejich videa hojně sleduje a považuje autory za svůj hvězdný vzor. V této kategorii se objevují kanály uživatelů Teri Blitzen, A Cup of Style, Týnuš Třešničková a také Stylewithme.

#### 4.5 Ze života

Poslední a hodně obsáhlá kategorie zahrnuje videa, která nejsou zaměřená na jedno konkrétní téma. Anglický název pro tuto kategorii je ‚Lifestyle‘, ovšem český překlad ‚životní styl‘ není zcela přesný, jelikož nejde pouze o téma životního stylu, ale i o videa propojující se s volnočasovými aktivitami či videa, která zkrátka nespádají do žádné z předchozích kategorií a jsou tak zahrnuta v této obsáhlé skupině. Objevují se tu jak soutěže, tak i videa o cestování, osobním životě či kuchařské recepty. Do této sekce se dají zařadit snadno i YouTubeři z ostatních kategorií, kteří alespoň čas od času na svůj kanál přidávají videoblogy. Mezi oblíbené YouTuberky této kategorie patří

---

<sup>20</sup> VLOG | Potkaly jsme Vivienne Westwood!. In: *YouTube*. [online] 24.2.2016 [cit. 2017-02-10]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=ru3KtHSR3cY>. Kanál uživatele A Cup of Style

<sup>21</sup> Český Slavík Mattoni 2015. *Get Boost – YouTube marketing agentura*. [online] [cit. 2017-02-10]. Dostupné z: <http://www.getboost.cz/case-studies/mattoni/>

například MamaLifestyle, která ve svých videích sděluje rady a poznatky ze života matky dvou dětí a úspěšné jsou i její těhotenské deníky. Další takovou video blogerkou je The Nattiness, která má mimo jiné i úspěšný blog a která se v poslední době proslavila díky soutěži Česká Miss, ve které minulý rok obsadila druhé místo. Řadí se sem i známá mladá herečka, zpěvačka a studentka Pražské konzervatoře Gabrielle Hecl či sestra YouTubera Jirky Krále Katka z kanálu Svět podle Katky, která přidává mimo jiné například filmová a knižní videa.

## 5 JAK YOUTUBEŘI VYDĚLÁVAJÍ

Pro většinu uživatelů slouží platforma YouTube pouze jako zdroj inspirace či zábavy. Kdo je ale aktivní a podaří se mu prosadit se, může si pak pomocí této platformy vydělávat peníze, proto je trend YouTuberů čím dál tím populárnější. Existují uživatelé, kteří si na YouTube pouze přivydělávají a chodí především do práce, čím více je ale člověk úspěšný, tím snáze se pro něj natáčení může stát hlavním přísunem peněz a do práce už chodit nemusí.

Způsobů, jak si pomocí svého kanálu přijít na určitý peněžní obnos, existuje více. Rozdělila jsem je tedy do tří hlavních okruhů – spolupráce, partnerství a další možnosti, kam řadím výdělků z prodeje vlastních produktů, YouTuberské akce atd. Výše výdělků, stejně tak jako u většiny pracujících, je pro YouTubery citlivé téma a tyto informace si chrání. Například ve smlouvě YouTube Partnerské programu je přímo zakázáno sdělovat přenou částku, kterou si tímto způsobem vydělají.<sup>22</sup>

### 5.1 Spolupráce

Spoluprací se v tomto tématu obecně míní kooperace s firmou či značkou. Tuto firmu si YouTuber buďto vyhledá sám, nebo se spojí firma s ním, ať už přímo či nepřímo. Nepřímé spojení probíhá přes agenturu, na kterou se firma obrátí s prosbou o spolupráci a agentura následně sama vybere, který z YouTuberů, se kterými má podepsanou smlouvu, je pro tuto spolupráci vhodný. Může se jednat o dlouhodobou či krátkodobou spolupráci. Dlouhodobá spolupráce spočívá v tom, že firma i aktér jsou ve spojení po nějaký trvalejší časový interval, produkty mu zasílá pravidelně a on ji na oplátku pravidelně podporuje a ukazuje ve svých videích. K takové spolupráci si

---

<sup>22</sup> LASTUFKA, Alan a Michael W. DEAN. *YouTube: An Insider's Guide to Climbing the Charts* [online]. Sebastopol, California: O'Reilly Media, 2008. str. 198

většinou YouTuber vybere firmu, s jejíž myšlenkou sympatizuje, produkty pravidelně používá, vyhovují mu a má se značkou dobré zkušenosti. Takové firmy většinou své zástupce posílají mimo jiné také na zahraniční konference a zasílají mu produkty, které v naší republice nejsou k dostání.

Jedním z nejvyužívanějších typů spolupráce jsou tzv. bartery. Jedná se o obchod, kde do hry nevstupují peníze jako takové, ale spočívá ve výměně zboží a služeb. V praxi to probíhá tak, že firma klientovi zdarma pošle svůj produkt a on ho videu použije či ukáže.<sup>23</sup> Kromě barterových obchodů existuje i placená spolupráce, kdy je YouTuberům zaslán produkt a zároveň i finanční odměna za propagaci produktu. I tady většinou stačí pouhá zmínka či doporučení ve videu, někdy je však těmto výrobkům věnováno celé video. To se ale často pojí i s propagací na jiných sociálních sítích, jako je Facebook či Instagram a nebo také s předem určeným scénářem, jak by video mělo vypadat a co by měl YouTuber o daném výrobku zmínit.

Dalším příkladem spolupráce, který se často využívá, je spojení s internetovým obchodem. Tato spolupráce spočívá v tom, že se YouTuber nejprve o e-shopu ve videu zmíní, často získá i slevu pro své diváky. Pod video vloží speciálně vygenerovaný odkaz (tzv. affiliate odkaz) na daný e-shop a za každého, kdo přes tento odkaz nakoupí, dostane YouTuber určitý podíl ze zisku.<sup>24</sup>

Spousta autorů také využívá v rámci spoluprací sponzorství jako takové, kdy je produkt či peněžní obnos zaslán k předem promyšlenému účelu. YouTuber osloví značku se svým plánem, ve kterém potřebuje jejich produkt (nebo finanční obnos) a firma mu jej zašle. Může jít o soutěž s pokrmy, porovnávání příchutí určité značky nápoje či pochutin, zkoušení zahraničních pochoutek atd., nápaditosti se meze nekladou, pokud se vám podaří se značkou spojit a plán dojednat.

Placené umístění produktu (anglicky „product placement“) je strategie skryté reklamy a spolupráce, která je využívána všude ve světě a ne jen na YouTube. Spočívá ve více či méně nápadném propagování značky či jednoho produktu, a proto jsem zde shrnula strategie, jak lze propagaci daného výrobku ve videu pojmout. Strategie jsem rozdělila na tři základní typy:

---

<sup>23</sup> RICH, Jason. *Ultimate Guide to YouTube for Business*. Irvine: Entrepreneur Press, 2013. str. 204, 205

<sup>24</sup> SCHEPP, Brad a Debra SCHEPP. *How to Make Money with YouTube: Earn Cash, Market Yourself, Reach Your Customers, and Grow Your Business on the World's Most Popular Video-Sharing Site*. New York: McGraw-Hill, 2009. str. 174

- **Vizuální** – Produkt (nebo logo značky) je ve videu umístěn na snadno viditelném, ale často nenápadném místě, jako třeba v pozadí scény. Je to pasivní způsob propagace, jelikož YouTuber se o produktu ve videu více nezmíní a nereaguje na něj, pouze ho vystaví. Příkladem může být čokoláda Milka jednoduše položena na stole.
- **Verbální** – Jiným způsobem této strategie je slovní zmínka. Produkt ve videu neukazujeme, pouze ho „mezi řečí“ vychválíme. Jde o zapojení narážky do běžného projevu bez oficiální recenze či popisu (stručně zmíním, že čokoláda Milka chutná skvěle). Dalším příkladem verbálního, nebo spíše zvukového typu umístění produktu může být použití znělky či sloganu, který značka používá.
- **Kombinace obou** – V tomto ohledu lze využít dvou strategií. První z nich je nenápadná, produkt je ve videu ukázán a zároveň je o něm řečeno pár slov, i když video s tímto produktem vůbec nesouvisí (během natáčení začnu jíst čokoládu Milka a zdůrazním, že je dobrá, obzvlášť tato nová příchut'). Druhým způsobem je záměrné oficiální doporučení značky nebo produktu odběratelům formou recenze.<sup>25</sup>

## 5.2 Partnerství

Peníze se dají nejnázve vydělat pomocí Partnerského program YouTube, o který je možno zažádat při splnění určitých podmínek. Mezi ně patří především fakt, že tento program je ve vaší zemi spuštěn. Další základní podmínkou je pravidelné přidávání videí a aktivní a pozitivní zapojování se do YouTube komunity. Vaše videa nesmí porušovat autorská práva, smluvní podmínky společnosti ani zákony státu, například pobízení mladistvých k užívání návykových látek je nezákonné a tedy na YouTube zakázané. Cení se zejména originalita, tím se samozřejmě nemyslí jen vymýšlet stále nové formáty, ale také vlastní pojetí již známých typů videí, zkrátka nekopírovat od ostatních. Další podmínkou je dosažení určitého počtu odběratelů a také počtu zhlédnutí. Po splnění těchto požadavků o Partnerství můžete zažádat a začít tak vydělávat.<sup>26</sup>

<sup>25</sup> WILLIAMS, K., PETROVSKY, A., HERNANDEZ, E. & PAGE, R., Jr. (2011). *Product Placement Effectiveness: Revisited and Renewed*. Journal of Management and Marketing Research. str. 12

<sup>26</sup> LASTUFKA, Alan a Michael W. DEAN. *YouTube: An Insider's Guide to Climbing the Charts* [online]. Sebastopol, California: O'Reilly Media, 2008. str. 197-198

Partnerský program vám umožní zobrazovat u vašich videí reklamy a za jejich zhlédnutí poté dostáváte určitý peněžní obnos. Od 6. dubna 2017 nově platí, že kanály s méně než 10 000 zhlédnutími nemohou mít ke svým videím připojené reklamy a nemohou si tedy touto cestou vydělávat. Peníze z reklamy získává Google, ale tím, že jste jejich partnerem, se s vámi o určité procento výtěžku z reklam u vašeho videa podělí.

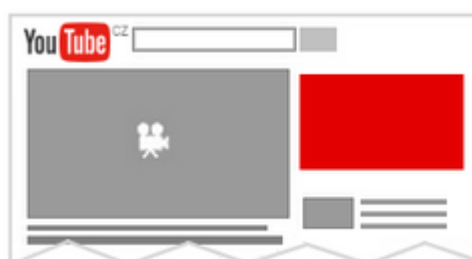
Možností umístění reklam u videa existuje vícero, stejně tak jako formátů reklam. Zde je výčet toho, jak může taková reklama na YouTube vypadat:

- **Reklama umístěná před nebo za video či v jeho průběhu** – Tento typ se zobrazuje jak na počítači, tak i při přehrávání na mobilním zařízení. Reklamy bývají podobné těm, které jsou k vidění běžně i v televizi a jsou buďto přeskočitelné (po 5 sekundách) nebo nepřeskočitelné, které trvají od 6 do 30 sekund.



Obrázek 7: Přeskočitelná a nepřeskočitelná reklama

- **Reklama umístěná po pravé straně videa** – Zobrazuje se pouze na počítačích a v některých prohlížečích může být umístěna i pod videm, ovšem nejčastěji ji nalezneme právě napravo od přehrávaného videa.<sup>27</sup>

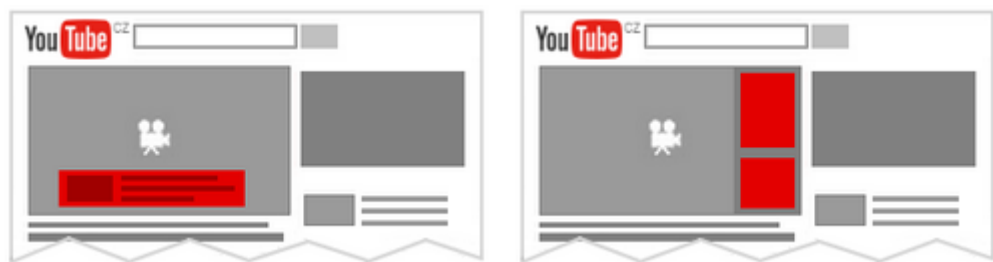


Obrázek 8: Reklama umístěná po pravé straně videa<sup>28</sup>

<sup>27</sup> Reklamní formáty YouTube. In: *Nápověda YouTube* [online]. [cit. 2017-04-14]. Dostupné z: [https://support.google.com/youtube/answer/2467968?hl=cs&ref\\_topic=1115890](https://support.google.com/youtube/answer/2467968?hl=cs&ref_topic=1115890)

<sup>28</sup> Obrázky 6, 7 a 8 jsou kopírované ze stejné stránky jako text, k němuž se vztahují, tedy z předchozího zdroje

- **Reklamy překrývající video** – První taková reklama zabírá přibližně 20% obrazu videa, je umístěna ve spodní části, a ačkoliv se zobrazuje pouze na počítačích a pouze na 15 sekund, dá se okamžitě zavřít. Druhý typ této reklamy je se formě sponzorovaných karet, které se zobrazují po stranách obrazu a nejčastěji odkazují na obsah, který byl ve videu zmíněn (například odkaz na internetovou stránku, o které YouTuber mluvil). Karty se zobrazují i na mobilních zařízeních, mohou být různě veliké a stejně tak jako předchozí reklama se zobrazí pouze na pár sekund a lze je kdykoliv zavřít.



Obrázek 9: Reklamy překrývající video

Když jako Partner nahrajete video, sám si vyberete, zda chcete či nechcete reklamu k videu umístit. Tady ale vaše práce končí. Už si nevybíráte, kam reklamu umístíte, ani o jakou reklamu se bude jednat. To vše za vás umístí Google, přesněji váš Google AdSense účet, který ke zpeněžení reklamy potřebujete. Založení tohoto účtu, stejně tak jako přihlášení do Partnerského programu, je zcela bezplatné.<sup>29</sup> Vysvětlení toto, proč jsou k videu umísťovány reklamy, je zcela jednoduché. Čím více jste jako YouTuber úspěšný, tím více máte diváků a tím více lidí uvidí reklamu, která je u vašeho videa umístěna. Přesně tímto způsobem značka získává nové potenciální zákazníky, a proto vám za tuto ‚službu‘ platí. Ovšem ani výtěžky z reklam nejsou tak velké, jak si mnozí představují. Spousta sledujících má ve svém počítači nainstalovanou aplikaci Adblock, která, jak již z názvu vyplývá, blokuje veškeré reklamy a ty se tak uživatelům nezobrazují. Neplatí tedy, že kolik zobrazení má video, tolik jich má současně i reklama a tolik peněz jako YouTuber dostanete. Zpeněžují se totiž pouze zhlédnuté reklamy.

Peníze vydělané pomocí Partnerského programu YouTube se mezi virtuální komunitou nazývají tzv. YouTube Money. Samy o sobě tyto částky nejsou nikterak velké, pokud je ale autor se svou tvorbou opravdu úspěšný, mohou se tyto výtěžky snadno nastrádat a dá se tak vydělat větší množství peněz, než se zprvu zdá.

<sup>29</sup> RICH, Jason. *Ultimate Guide to YouTube for Business*. Irvine: Entrepreneur Press, 2013. str. 91



### 5.3 Další výdělků

Pokud se YouTuber proslaví a dostane se tak do podvědomí nejen stálých diváků, ale i širší veřejnosti, má možnost získat cenné nabídky a vydělávat si tak i jinými způsoby, než propagací značek ve svých videích či získáním peněz za zhlédnutí reklam.

První takovou možností je účast na YouTuberských akcích. Průběh je na každé takové události jiný, jde ale především o setkání fanoušků s jejich oblíbeným YouTuberem, kde mají možnost získat fotku či podpis a v některých případech si mohou se svým oblíbeným autorem i chvíli popovídat. Mezi tyto akce patří například 4Fans, CraftCon, cinetube či festival Utubering. Za účast na takových akcích YouTuberi dostávají zapláceno.<sup>30</sup> Stejně tak fungují i rozhovory v televizních či internetových pořadech a rádiích. Pokud chce někdo s YouTubery udělat oficiální rozhovor, musí jim za to zaplatit.

YouTuberi, kteří mají velkou fanouškovou základnu, často dále prodávají své vlastní produkty. Anglicky je toto obchodování s vlastními produkty a vlastní značkou známé pod pojmem ‚merchandise‘, zkráceně ‚merch‘ a toto pojmenování se mezi YouTube komunitou používá hojně i u nás v České republice. Autor s pomocí svého týmu vytvoří zboží, které následně prodává svým fanouškům. Existují různé druhy produktů a nápaditosti se meze nekladou, může jít například o oblečení, módní doplňky, školní potřeby, knihy atd. Na produktu je vždy viditelně umístěno jméno či logo kanálu, slogan nebo motiv, který je pro autora obvyklý a zákazníci si ho s ním hned spojí. Zkrátka na první pohled musí být jasné, ke komu se daný produkt vztahuje.

Dalším příkladem jsou také příležitosti, které díky své popularitě YouTuberi získávají. Kromě natáčení videí například moderují televizní pořady (Mixxxer show na ÓČKO.tv se Shopaholic Nicol<sup>31</sup> nebo RE-PLAY na Prima COOL s FlyGunCZ a Sterakdary<sup>32</sup>) nebo je jim nabídnuta možnost se jinak podílet na televizním obsahu a na společenských akcích, jako je třeba předávání cen v celovečerním přenosu (Český Slavík Mattoni 2015 - Jirka Král a Shopaholic Nicol).<sup>33</sup> Dalším příkladem prací

---

<sup>30</sup> Tuto informaci jsem čerpala z informací získaných pomocí rozhovorů (Respondent C a Respondent F). Rozhovory jsou uvedeny v příloze práce.

<sup>31</sup> Shopaholic Nicol | Moderátoři. *ÓČKO.tv*. [online] [cit. 2017-02-10]. Dostupné z:

[http://ocko.tv/shopaholic-nicol-0kh-/moderatori.aspx?c=A161114\\_174151\\_ocko-moderatori\\_mrab](http://ocko.tv/shopaholic-nicol-0kh-/moderatori.aspx?c=A161114_174151_ocko-moderatori_mrab)

<sup>32</sup> Náš Tým | RE-PLAY. *RE-PLAY – Herní pořad na televizi Prima COOL*. [online] [cit. 2017-04-17].

Dostupné z: <http://old.re-play.cz/nas-tym-4>

<sup>33</sup> Český Slavík Mattoni 2015. *Get Boost – YouTube marketing agentura*. [online] [cit. 2017-02-10].

Dostupné z: <http://www.getboost.cz/case-studies/mattoni/>

získaných pomocí YouTube popularity je i YouTuberka MamaLifestyle, která v době své mateřské dovolené měla vlastní pořad na videoportálu Playtvak.cz<sup>34</sup> a nyní nastoupila do funkce vedoucí manažerského týmu v celosvětově proslulé kosmetické společnosti L’Oreal.<sup>35</sup> I tady platí, že čím větší popularitu máte, tím získáte více příležitostí. Těmi mohou být mimo jiné i umožněné cesty do ciziny či účast na společenských akcích.

## 5.4 Agentury

Na pomoc YouTuberů a zároveň i značek, které se chtějí pomocí YouTube proslavit, vznikají agentury, které zajišťují vzájemné spolupráce a starají se oběma stranám o dobrý marketing. Mezi nejznámější české marketingové agentury spolupracující s YouTubery patří bezesporu Get Boost, společnost vytvořena dvěma českými byznysmeny, Tomášem Gavlasem a Davidem Růžičkou.<sup>36</sup> Tato společnost má pod sebou kanály jako Týnuš Třešničková, Shopaholic Nicol, Stejk nebo Jirka Král. Další takovou agenturou je TrueSide, která navázala spolupráci například s uživateli VladaVideos, DenisTV, Fallenka či Carrie Kirsten.<sup>37</sup>

Podobnou organizací je také Elite Bloggers, která zastupuje blogerky, tedy dívky, které píšou vlastní internetový blog. Není tedy přímo YouTube agenturou, ale některé z jejích svěřenkyň svůj kanál na YouTube mají, a to dost úspěšný. Z tohoto důvodu jsem se rozhodla tuto agenturu ve své práci také zmínit. Mezi takové autorky patří například The Nattiness nebo sesterské duo vystupující pod názvem A Cup of Style.<sup>38</sup>

Většina YouTuberů však spolupracuje s více agenturami. Velká část z nich uvádí v informacích v YouTube profilu nebo v informacích pod svými videi kontakt na jednu agenturu, aby měli případní zájemci o spolupráci možnost se s nějakou agenturou spojit. To, jak spolupráce s agenturami vypadá, jsem již zmiňovala v kapitole věnované spolupracím jako takovým.

---

<sup>34</sup> MamaLifestyle. In: *Playtvak.cz* [online]. [cit. 2017-04-18]. Dostupné z: <http://www.playtvak.cz/mamalifestyle.aspx>

<sup>35</sup> DĚTI, KARIÉRA A TŘICÍTKA NA KRKU!. In: *YouTube*. [online] 24. 03. 2017 [cit. 2017-04-18] Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=0yYaiRnTv3o&t=5s>

<sup>36</sup> O společnosti. *Get Boost – YouTube marketing agentura*. [online] [cit. 2017-02-10]. Dostupné z: <http://www.getboost.cz/o-nas/o-spolecnosti/>

<sup>37</sup> Trueside – Influencer marketing agentura. *Trueside*. [online] [cit. 2017-02-10]. Dostupné z: <http://www.trueside.cz/index.php?page=main>

<sup>38</sup> Elite Bloggers | O NÁS. *Elite Bloggers*. [online] [cit. 17-02-10]. Dostupné z: <http://elitebloggers.wixsite.com/elite-bloggers/onas>

# 6 VÝZKUM POMOCÍ POLOSTRUKTUROVANÝCH ROZHOVORŮ

Cílem mé praktické části práce je získat potřebné informace o tom, čím se YouTubeři inspirují při vlastní tvorbě, jak se snaží inspirovat své diváky a co jim chtějí svými videi předat. Hlavním bodem práce je zjistit, jakými způsoby si YouTubeři vydělávají peníze.

Při zpracování své práce jsem si položila dvě základní otázky, na které v závěru naleznu odpověď podle informací získaných z rozhovorů.

- I. Kolik odběratelů potřebuje YouTuber, aby jej mohl jeho YouTube kanál uživit?*
- II. Zůstává pro YouTubery natáčení videí stále koníčkem, i když se pro ně ono natáčení stalo povinností a prací?*

## 6.1 Sběr dat

K dosažení stanovené cíle a ke sběru potřebných dat jsem využila kvalitativního výzkumného šetření formou polostrukturovaných rozhovorů. Kvalitativní výzkum se užívá ke sběru dat při práci s jednotlivci či menší skupinou. Umožňuje získání více podrobných a osobních názorů a informací od menšího vzorku respondentů.<sup>39</sup> Tuto metodu sběru dat jsem zvolila proto, že ve své práci nepracuji s masou, ale s pouhým zlomkem YouTube komunity a chtěla jsem o problematice zjistit podrobnější informace.

Polostrukturované, neboli částečně řízené či částečně strukturované, rozhovory pracují s předem připraveným schématem otázek, nicméně dávají tazateli prostor pro případnou úpravu znění otázky a hlavně poskytují možnost pokládání dodatečných dotazů, které vznikají v průběhu rozhovoru dle nutnosti.<sup>40</sup> Užití polostrukturovaných rozhovorů jako metody sběru dat jsem si vybrala z toho důvodu, že jsem potřebovala zjistit informace týkající se přesných oblastí výzkumu, nicméně jsem zároveň chtěla, aby respondenti odpovídali otevřeně. Výhodou mi zde byla právě možnost položení

---

<sup>39</sup> KOZEL, Roman a kolektiv. *Moderní marketingový výzkum*. Praha: Grada Publishing, 2006. str. 120, 125

<sup>40</sup> SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií. Nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada Publishing, 2014. str. 221

doplňkových otázek, které mne napadly v průběhu rozhovoru a díky kterým jsem měla šanci zjistit další zajímavé informace.

Rozhovory jsem prováděla dvěma způsoby. Primárně jsem se snažila s respondenty sjednat osobní schůzku, tu se mi bohužel nepodařilo dohodnout ani v jednom případě a to buď kvůli časovým omezením YouTuberů či vzdálenosti míst bydliště. Rozhovory jsem tedy získala přes Skype hovor (Skype je internetová komunikační služba umožňující hlasové a video hovory)<sup>41</sup> nebo online korespondenci přes sociální síť Facebook.

## 6.2 Zpracování dat

Pro každého respondenta jsem měla předem připravený dokument Microsoft Office Word s otázkami a jménem respondenta. Do tohoto dokumentu jsem poté sepsala všechny získané informace. Data zjištěna online dopisováním jsem zkopírovala a vložila do dokumentu. Skype hovory jsem pro lepší zpracování odpovědí nahrávala (vždy se souhlasem respondenta) a později přepisovala. Následně jsem všechny informace přepracovala do formy, jakou naleznete v příloze. Ke každé základní otázce jsem doplnila všechny získané odpovědi a na závěr jsem uvedla otázky s odpověďmi, které jsem pokládala respondentům dodatečně. Posledním krokem bylo stručné shrnutí rozhovorů do praktické části mé práce.

# 7 SHRUTÍ ROZHovorů

Předchozí kapitoly byly zaměřené na teoretické informace o platformě YouTube a způsobech, jakými se dají pomocí této platformy vydělat peníze. Praktická část práce si klade za cíl zjistit, jak si YouTuberi budují vlastní internetovou identitu a jak přicházejí ke svým ziskům.

Respondenty jsem s žádostí o rozhovor kontaktovala převážně přes e-mail, který má většina uvedený v informacích kanálu, případně v informacích pod videi. V případech, kdy se mi nepodařilo e-mailovou schránku dohledat, vybrala jsem jiný z nabízených kontaktů, nejčastěji Facebookový profil. Z 63 dotázaných se mi dostalo odpovědi pouze od 12 YouTuberů, z čehož se mi podařilo zrealizovat 6 rozhovorů. Jeden z dotázaných požadoval dokonce finanční odměnu za uskutečnění rozhovoru,

---

<sup>41</sup> MAX, Harry a Taylor RAY. *Skype. Kompletní průvodce*. Praha: Grada Publishing, 2008. str. 23,24

nicméně na dotaz o výši odměny již nereagoval. Tato žádost mě nikterak nepřekvapila, vzhledem tomu, že za rozhovory například do televizních pořadů zaplaceno dostávají. Přišlo mi ovšem nespravedlivé jednomu z respondentů zaplatit, když zbylí byli ochotni odpovědi poskytnout zadarmo.

Rozhovory vycházely z 21 základních otázek, které byly společné pro všechny, a z pár dodatkových otázek, které jsem pokládala respondentům zvlášť, protože mi během rozhovoru přišly důležité nebo mne napadly v souvislosti s informacemi získanými z odpovědí. Ačkoliv ani jeden z dotázaných anonymitu nepožadoval, přesto jsem se rozhodla jména kanálů neuvádět. V mé práci jde především o informace, které jsem z rozhovoru získala a myslím, že jména respondentů tak mohou zůstat utajena, a to také proto, že nechci, aby má práce ovlivnila čtenářův názor na YouTubery, jež mi poskytli odpovědi.

Pro lepší přehlednost o respondentech jsem připravila následující tabulku s nejzákladnějšími informacemi. Mezi tyto informace patří zaměření YouTuberova kanálu, počet diváků, kteří jeho kanál odebírají, věk respondenta a také způsob, jakým jsem rozhovor získala.

Mezi mé respondenty patří:

<b>Respondent</b>	<b>Zařazení kanálu</b>	<b>Počet odběratelů<sup>42</sup></b>	<b>Věk</b>	<b>Způsob rozhovoru</b>
Respondent A	Krása	70 716	26	skype
Respondent B	Krása	55 266	27	online
Respondent C	Zábava, Život	526 267	? <sup>43</sup>	skype
Respondent D	Hry	281 076	25	skype
Respondent E	Hry	417 297	21	online
Respondent F	Zábava	384 202	24	online

Tabulka 1: YouTubeři – respondenti

<sup>42</sup> Přesný počet odběratelů ke dni 20. 04. 2017

<sup>43</sup> Respondent svůj věk neprozrazuje. Přesné znění jeho odpovědi naleznete v příloze s rozhovory.

Pomocí 21 základních a několika dodatkových otázek jsem získala informace, které shrnuji níže. Zpracované rozhovory v plném rozsahu naleznete na konci mé bakalářské práce v příloze. V této části informace získané z odpovědí pouze shrnu a následně vyhodnotím.

### ***1. Jak dlouho se natáčení na YouTube věnujete?***

Doba, po kterou se respondenti věnují natáčení, se liší. Nejkratší doba, po kterou jeden z mých respondentů natáčí, jsou tři roky a nejdelší je devět let, což tvoří opravdu velký rozdíl.

### ***2. Co Vás přivedlo k natáčení videí?***

K natáčení se dotázaní dostali dvěma hlavními cestami. Jedni k tomu směřovali už od dětství tím, že vymýšleli básně a texty písní, nebo pro zábavu natáčeli videa z dovolené či různé scénky a pořady, které sami secvičili. Jiní v tom v tom zkrátka viděli něco, co chtěli zkusit a chytlo je to natolik, že od toho už neodešli.

### ***3. Co pro Vás znamená být YouTuberem?***

Každý to vnímá vlastním způsobem, pro někoho to znamená pocit svobody, jindy je s tím spojena i dávka nejistoty či zodpovědnosti. Hlavně je to ale něco, co jim dává možnost dělat, co je baví a možnost sdílet své názory se světem.

### ***4. Co jste s YouTube získal/a?***

Když pomineme vydělané peníze, YouTuberi se shodují, že jim dal množství přátel a cenné zkušenosti v různých oblastech od komunikace s lidmi až po technické dovednosti. Získali také nové příležitosti, díky kterým mají možnost poznávat svět kolem, cestovat do zahraničí, zúčastnit se celosvětových veletrhů a mimo jiné tím někteří získali i nabídku práce v televizi.

### ***5. Jaká videa točíte nejraději a proč?***

V této otázce se respondenti dělí na dvě skupiny. Jedni se shodují, že mají rádi videa, která jsou spontánní, dopředu nepřipravená a kromě hlavní myšlenky vše vymýšlejí na místě bez propracovaného scénáře a plánu. Druhá skupina je naopak ráda, když se může nad videem pořádně zamyslet a vytvořit nějaký koncept, do kterého vloží něco navíc, a který má pořádnou myšlenku.

## ***6. Změnilo Vás natáčení nějak?***

YouTube všechny změnil v pozitivním smyslu, všechny z mých respondentů posunul vpřed, hlavně co se týče sebevědomí a komunikace s lidmi. Každý svou přeměnu vnímá jinak, nicméně ani jeden z respondentů si není vědom toho, že by kvůli slávě zpychnul a jeho osobnost by se změnila natolik, že by byl zcela jiným člověkem než před natáčením.

## ***7. Jakými pravidly se řídíte při vytváření svých příspěvků?***

Respondenti se v podstatě shodují na stejných zásadách. V první řadě musí být s vlastní tvorbou spokojeni sami tvůrci. Dalšími zásadami jsou upřímnost, přirozenost a slušné vystupování. Svou tvorbu se snaží koncipovat tak, aby diváky zaujala, předala jim nějakou myšlenku a přinesla jim aspoň radost. Zkrátka aby jejich tvorba měla nějakou úroveň a diváky bavilo se na ní koukat.

## ***8. Jak si budujete vlastní YouTube identitu?***

Tuto otázku pojal každý trochu po svém, ale i to mi pomohlo při utvoření obrazu o jejich osobnosti a identitě. Až na jediného se ale odpovědi vesměs shodují na tom, že jejich YouTube identita vychází z jejich vlastní povahy a z tvorby, nesnaží se něco násilně budovat a jsou sami sebou. Pro jednoho z respondentů je však YouTube identita jakási role, která je oddělena od jeho osobního života, a právě na tom si zakládá. Svůj osobní život skrývá a na internetu vystupuje právě pouze pod touto identitou, což jeho osobnosti dodává záhadnosti, která diváky přitahuje.

## ***9. Kde berete inspiraci pro svou tvorbu?***

Na základě informací zjištěných z rozhovorů jsem zjistila, že inspiraci lze nalézt naprosto všude – v každodenním životě, v obyčejných věcech kolem nás, které se však pomocí vlastní fantazie mohou přetvořit na něco nevšedního. Inspirace se dá najít i ve filmech či v tvorbě druhých. Zde jde ale opravdu o inspiraci, nikoli vykradení nápadu, protože i s inspirací z cizí tvorby lze stvořit originální video, pokud do něj autor vloží kus své osobnosti.

## ***10. Jak inspirujete své publikum?***

Zde se všichni shodují na jedné odpovědi – ke svým divákům jsou slušní, upřímní, otevření a přátelští. Snaží se je navést na správnou cestu k tomu, aby v životě dělali to, co je naplňuje a šli si za svými sny.

### ***11. Co se snažíte svými videi sdělit?***

Nebát se být sám sebou, stát si za svými myšlenkami a nebát se je sdělovat. Dělat to, co každého baví a nenechat se odradit názory ostatních nebo vlastním neúspěchem. Důležité je také se na svět dívat s nadhledem.

### ***12. Máte přehled o tom, jaká věková skupina Vás sleduje?***

YouTube má vlastní statistiky, které svým Partnerům zobrazují, jaká věková kategorie diváků u nich převládá. Těmto informacím se však nedá zcela věřit, neboť velká část mladších uživatelů si nastaví svůj věk na osmnáct a výš, aby pak mohli sledovat i videa omezená mladším ročníkům. Proto se pak většině kanálu zobrazuje podle těchto statistik nesilnější věková skupina od osmnácti do dvaceti čtyř let. Dívky ze sekce Krásy uvádí nejpočetnější sledující od patnácti do dvaceti čtyř let, herní kanály pak odhadují tento věk na dvanáct až dvacet dva let.

### ***13. Zastupuje Vás nějaká agentura, nebo si vše zařizujete sám/sama?***

Dalo by se říci, že zde padla jednoznačná odpověď. Ani jeden z respondentů není zastupován konkrétní agenturou v plném rozsahu, kdy by za něj agentura vyřizovala veškerou korespondenci a další záležitosti. Každý se zastupuje sám, při spolupráci na větším projektu však všichni spolupracují s agenturou a někteří agenturu využívají i k různým menším spolupracím.

### ***14. Máte vlastní merchandise? Pokud ne, plánujete do budoucna s něčím přijít? Pokud ano, proč jste se rozhod/a právě pro nabízené produkty?<sup>44</sup>***

Odpovědi na tuto otázku je poněkud těžší shrnout, jelikož mezi respondenty jsou tací, kteří vlastní produkty mají a zároveň i tací, kteří ne. Ve stručnosti lze ale říci, že ti, co merchandise zatím nemají, ho do budoucna plánují zavést. Ti, kteří své produkty již mají, se shodují na jednom – nejde o to, mít přehlacenou kolekci věcmi, musí to být vždy produkty, které zaujmou a lidé si je budou chtít koupit. Nejúspěšnější jsou podle všech v tomto ohledu trička.

---

<sup>44</sup> Dopředu jsem si zjistila, zda dotyčný má či nemá svůj vlastní merchandise, otázku jsem tedy každému podkládala trochu jinou. Nicméně hlavní bod otázky je u všech stejný, proto jsem se rozhodla ji zařadit mezi společné v tomto znění.



***15. Jakými způsoby prostřednictvím YouTube vyděláváte peníze?***

Shodují se na třech nejzákladnějších cestách – spolupráce s firmami (ať už jde o product placement, affiliate odkazy či větší kampaně), reklamy od Partnerského programu, a pokud ho mají, tak samozřejmě i merchandise. Další cestou může být například účast na YouTuberských akcích či práce v televizi získaná díky YouTube.

***16. Vybíráte si firmy ke spolupráci podle nabízených produktů či podle odměny?***

Na tuto otázku všichni uvedli více méně stejnou odpověď, a tedy že spolupráce si vybírají vždy podle nabízených produktů. Aby spolupráce měla smysl, je potřeba, aby se s daným produktem ztotožňovali, a musí dané věci věřit.

***17. Zůstává pro Vás koníček stále koníčkem (zábavou) i když se stává jakousi prací (povinností)?***

Jednoznačně ano. Ačkoliv někdy nastanou chvíle, kdy je to trochu těžší, pro všechny je to práce, kterou milují a je pro ně stále zábavou.

***18. Jak velkou část ze svých výdělků vkládáte zpět do své tvorby?***

Jelikož většina z respondentů videa natáčí již delší dobu, potřebné zařízení mají už koupené. Až na jednu odpověď se respondenti shodli, že na začátku svého působení na YouTube do tvorby vkládali velké sumy, dnes už to tolik není a jde spíše menší nebo jednorázové náklady.

***19. Máte kromě YouTube nějakou jinou práci/zaměstnání?***

Dva z dotazovaných pracují pro televizní pořad, nicméně tuto práci získali díky své působnosti na YouTube a tak to striktně nerozdělují. Dva z dotázaných YouTuberů si přivydělávají mimo YouTube jinou práci, o které se však nechtěli blíže zmiňovat.

***20. Dokážete se výdělků z YouTube plnohodnotně uživit?***

Čtyři z respondentů odpověděli, že ano, jelikož se tak opravdu živí, když do toho započítají i okrajové projekty, které však s YouTube ve větší či menší míře souvisí. Dvě z odpovědí byly zatím váhavé, a to u těch respondentů, kteří ještě pracují. Odhadují ale, že jsou na dobré cestě a pokud by se nahrávání začali věnovat více, jistě by se tak zanedlouho mohli také uživit.

### *21. Máte kromě YouTube nějaké jiné vysněné povolání?*

Tato otázka mi přišla velmi zajímavá vzhledem k osobnosti YouTubera. Ačkoliv každý z respondentů uvedl jiné povolání, všechny odpovědi se shodují ve své podstatě. Každé z uvedených povolání totiž vyjadřuje určitý způsob kreativity a jejich základem je práce s lidmi či vystupování na veřejnosti. Tuto podstatu má i natáčení videí na YouTube a celková práce YouTubera, a tak je tento výběr přirozený.

## **8 VYHODNOCENÍ A VÝSTUPY**

Z rozhovorů vyplývá, že pokud není vaším záměrem cílené rozdělení osobního života a působnosti na internetu (a případné hraní určité role), nedá se identita YouTubera budovat podle přesných vzorců a videí, ale roste a utváří se podle povahy samotného člověka.

YouTuberem se může stát každý, kdo je trpělivý a odhodlaný. Nemusíte mít kupu sebevědomí, naučené dovednosti či vrozené předpoklady, to vše získáte časem. Důležité je mít pro věc ten správný zápal a natáčení si užívat, nikoli to dělat za pouhou vidinou peněz. Většina YouTuberů má natáčení ve své povaze, čímž míním fakt, že k tomu směřovali již od dětství, nebo je vždy lákalo povolání v podobném stylu a smyslu, které obsahuje kreativitu a práci s lidmi.

Se svými diváky je potřeba aktivně komunikovat, přinášet jim radost a dodat jim odvalu na plnění vlastních snů a cílů. Základem každého dobrého vztahu s fanoušky je otevřenost a upřímnost, přátelský, ale zároveň zdvořilý přístup.

Podle mých respondentů bych mohla také snadno dospět k závěru, že čím déle se natáčení věnuji, tím více mám diváků, nicméně ze zkušeností jako YouTube pozorovatel vím, že tato teorie vždy neplatí a je tedy možné získat několik desítek tisíc odběratelů již během prvního roku natáčení a zároveň jich mít málo i po několikaletém působení na YouTube.

Natáčení YouTubery posouvá určitým směrem, záleží ale na každém, kam posune právě jeho. Tato práce může každému pomoci zlepšit se ve vyjadřování vlastních myšlenek a v komunikaci s okolím. Dává prostor ukázat vlastní kreativitu a sdílet své názory se světem.

Mezi hlavní způsoby výtěžku patří Google AdSense reklamy, tedy reklamy připojené k videu díky YouTube Partnerskému programu. Z těch si ale YouTuberi nevydělávají tak velké částky a tak využívají i různých druhů spoluprací a jiných možných cest jako je prodej vlastního zboží či placená účast na různých akcích.

Možností, které lze s YouTube získat, je opravdu velké množství. Řadí se do toho cesty do ciziny na mezinárodní konference, nové nabídky práce například v televizním pořadu nebo při dlouhodobé spolupráci s jednou značkou také možnost stát se jejich ambasadorem či možnost nového technologického vybavení zdarma. To vše je možné získat nahráváním videí, za kterým ale často stojí roky práce.

Nyní se přesunu k části, kde s pomocí dat získaných z rozhovorů odpovím na počáteční otázky, které jsem stanovila v kapitole týkající se metodiky práce.

#### *I. Kolik odběratelů potřebuje YouTuber, aby jej mohl jeho YouTube kanál uživit?*

Na tuto otázku se mi nepodařilo najít přesnou odpověď, nicméně k přibližnému výsledku se můžeme dobrat rozбором jedné z odpovědí. Respondent A, přesněji řečeno respondentka, se 70 tisíci odběrateli konstatovala, že v době, kdy stále chodí do práce a na YouTube nemá tolik času, se svými YouTube výtěžky zatím neuživí. Nicméně však věří, že kdyby práci opustila a měla tak více času na natáčení, už by se touto cestou uživit dokázala. Počet jejích odběratelů stále roste a dá se předpokládat, že kdyby této oblasti mohla věnovat více času a vydávala by více videí, počet jejích odběratelů by se ještě navýšil a tím by její videa měla více zhlédnutí, čímž by následně získala pravděpodobně více spoluprací i větší obnos peněz z reklam od Partnerského programu. Pokud se tedy se sedmdesáti tisíci odběrateli uživit nelze, ale přibližuje se to tomu natolik, že v blízké době plánuje z práce odejít a zkusit se žít pouze YouTube, dá se předpokládat, že s počtem okolo sto tisíc odběratelů se dá uživit i bez stálé práce. Jde ovšem o pouhý odhad, na otázku bohužel neznáme přesnou odpověď. Nechtěla jsem tuto otázku pokládat přímo v rozhovorech a doufala jsem, že si ji sama dokážu odvodit, ovšem k získání přesnějších informací by bylo potřeba více respondentů s tímto počtem odběratelů, což se mi bohužel nepodařilo sehnat.

*II. Zůstává pro YouTubery natáčení videí stále koníčkem, i když se pro ně tento způsob zábavy stal povinností a prací?*

Na rozdíl od předchozí otázky, na tuto známe přesnou odpověď. Z rozhovorů jasně vyplývá, že i když nastanou někdy chvíle, kdy je natáčení komplikované, nejsou to nikterak velké překážky, které by zapříčinili jakýkoliv odpor k této práci. Mezi tyto překážky patří například chvíle, kdy autor nemá žádný nápad na video, nebo kvůli své časové vytíženosti nemá na natáčení čas a nebo kdy je autor nemocný, necítí se dobře a do tvorby se musí přemlouvat. To vše jsou jen nepodstatné chvíle, které nemají na jejich vztah k natáčení žádný velký vliv a YouTube pro ně tak zůstává stále koníčkem a zábavou.

## Závěr

Ve své práci jsem se zaměřila na České YouTubery a na různé cesty, jimiž se dá s YouTube dojít k penězům.

V první části práce jsem pomocí terminologie a teoretických poznatků nastínila historii a funkci celé platformy YouTube a dále se zaměřila na její komunitu, zejména YouTubery, které jsem zkoumala podle orientace jejich kanálu a následně vymezila příslušné kategorie. Zmínila jsme se také stručně o několika typech videí, které můžeme na YouTube a hlavně u YouTuberů nalézt.

Praktická část byla zpracována polostrukturovanými rozhovory s YouTubery, kde jsem zjišťovala informace o jejich působení na YouTube, co se snaží předat svým divákům a také to, jaké konkrétní způsoby k výdělkům využívají oni. V praktické části jsem si ověřila informace rozebírané na začátku práce a také si položila dvě základní otázky, které mne od začátku zajímaly. Na druhou z otázek se mi podařilo získat přímou odpověď. Ta první má odpověď bohužel pouze teoretickou, k této odpovědi jsem se totiž dostala zvážením a zhodnocením dat získaných z rozhovorů, nicméně to není přesná, fakty podložená odpověď.

YouTuberství je v poslední době aktuálním tématem v celém světě a YouTubeři se řadí mezi nejslavnější celebrity moderní doby. Spolu se světoznámými herci, zpěváky a politiky a účastní všemožných akcí a premiér. Za své úspěchy a slávu jsou YouTubeři vděční především svým divákům. Bez pravidelné sledovanosti by YouTubeři upadli v zapomnění a to si také uvědomují. Ke svým divákům jsou vždy upřímní a otevření, jednají s nimi přátelsky, ale zároveň s respektem. Snaží se jim předat to, že každý má svůj cíl a každý má šanci na to, aby se mu jeho sen splnil. Inspirují je, ať se zbytečně netrápí kvůli nesouhlasným názorům ostatních a nenechají se odradit na své cestě za splněním snu. Každý YouTuber je pro své diváky virtuálním kamarádem, který k nim promlouvá skrz videa a snaží se je bavit.

## Seznam literatury

- JANDOUREK, Jan. *Slovník sociologických pojmů. 610 hesel*. Praha: Grada Publishing, 2012. ISBN 978-80-247-3679-2
- KOZEL, Roman a kolektiv. *Moderní marketingový výzkum*. Praha: Grada Publishing, 2006. ISBN 978-80-247-6978-3.
- LASTUFKA, Alan a Michael W. DEAN. *YouTube: An Insider's Guide to Climbing the Charts*. Sebastopol: O'Reilly Media, 2008. ISBN 978-0-596-52114-1.
- MACEK, Jakub. *Úvod do nových médií*. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, 2011. ISBN 978-80-7464-025-4
- MAX, Harry a Taylor RAY. *Skype. Kompletní průvodce*. Praha: Grada Publishing, 2008. ISBN 978-80-247-2123-1
- MILLER, Michael. *Internetový marketing s YouTube: průvodce využitím on-line videa v byznysu*. Brno: Computer Press, 2012. ISBN 978-80-251-3672-0
- OLIVER, Dan. *Internet: Pět set rad, tipů a technik*. Bratislava: Alias Press, 2008. ISBN 978-80-7391-148-5.
- RICH, Jason. *Ultimate Guide to YouTube for Business*. Irvine: Entrepreneur Press, 2013. ISBN 978-1-59918-510-1
- SCHEPP, Brad a Debra SCHEPP. *How to Make Money with YouTube: Earn Cash, Market Yourself, Reach Your Customers, and Grow Your Business on the World's Most Popular Video-Sharing Site*. New York: McGraw-Hill, 2009. ISBN 978-0-07-162618-7.
- SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií. Nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada Publishing, 2014. ISBN 978-80-247-3568-9
- WILLIAMS, Kaylene, Alfred PETROVSKY, Edward HERNANDEZ a Robert PAGE, JR. *Product placement effectiveness: revisited and renewed* [PDF]. Journal of Management and Marketing Research, 2011.  
Dostupné z: <http://www.aabri.com/manuscripts/10712.pdf>

### **Internetové zdroje:**

- Me at the zoo. In: *YouTube* [online]. 23. 04. 2005 [cit. 2017-02-03]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=jNQXAC9IVRw>. Kanál uživatele jawed.
- *Živě.cz: YouTube česky: od dnešního dne realita* [online]. 2008 [cit. 2017-02-03]. Dostupné z: <http://www.zive.cz/Bleskovky/YouTube-cesky-od-dnesniho-dne-realita/sc-4-a-143974/default.aspx>
- Youtuber *Urban Dictionary*. [online]. 2009 [cit. 2017-02-03] Dostupné z: <http://www.urbandictionary.com/define.php?term=youtuber&defid=3687573>
- YouTuber – Definition of YouTuber in English. *Oxford Dictionaries*. [online]. [cit. 2017-02-03]. Dostupné z: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/youtuber>

- Shopaholic Nicol | Moderátoři. *ÓČKO.tv*. [online] [cit. 2017-02-10]. Dostupné z: [http://ocko.tv/shopaholic-nicol-0kh-/moderatori.aspx?c=A161114\\_174151\\_ocko-moderatori\\_mrab](http://ocko.tv/shopaholic-nicol-0kh-/moderatori.aspx?c=A161114_174151_ocko-moderatori_mrab)
- Český Slavík Mattoni 2015. *Get Boost – YouTube marketing agentura*. [online] [cit. 2017-02-10]. Dostupné z: <http://www.getboost.cz/case-studies/mattoni/>
- společnosti. *Get Boost – YouTube marketing agentura*. [online] [cit. 2017-02-10]. Dostupné z: <http://www.getboost.cz/o-nas/o-spolecnosti/>
- Reklamní kampaně. *Get Boost- YouTube marketing agentura*. [online] [cit. 2017-02-10]. Dostupné z: <http://www.getboost.cz/reklamni-kampane/>
- Elite Bloggers | O NÁS. *Elite Bloggers*. [online] [cit. 17-02-10]. Dostupné z: <http://elitebloggers.wixsite.com/elite-bloggers/onas>
- Trueside – Influencer marketing agentura. *Trueside*. [online] [cit. 2017-02-10]. Dostupné z: <http://www.trueside.cz/index.php?page=main>
- What is „Let’s Play?“. *Yahoo Voices – voices.yahoo.com*. [online] 18. 11. 2009 [cit. 2017-02-11]. Dostupné z: <https://web.archive.org/web/20140729024203/http://voices.yahoo.com/what-lets-play-4901264.html>
- VLOG | Potkaly jsme Vivienne Westwood!. In: *YouTube*. [online] 24. 2. 2016 [cit. 2017-02-10]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=ru3KtHSR3cY>. Kanál uživatele A Cup of Style
- Pokyny pro komunitu - YouTube. YouTube [online]. 2017 [cit. 2017-04-03]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/yt/policyandsafety/cs/communityguidelines.html>
- Vydělávání peněz prostřednictvím YouTube. In: *Nápověda YouTube* [online]. [cit. 2017-04-14]. Dostupné z: [https://support.google.com/youtube/answer/72857?hl=cs&ref\\_topic=6029709](https://support.google.com/youtube/answer/72857?hl=cs&ref_topic=6029709)
- Reklamní formáty YouTube. In: *Nápověda YouTube* [online]. [cit. 2017-04-14]. Dostupné z: [https://support.google.com/youtube/answer/2467968?hl=cs&ref\\_topic=1115890](https://support.google.com/youtube/answer/2467968?hl=cs&ref_topic=1115890)
- MamaLifestyle. In: *Playtvak.cz* [online]. [cit. 2017-04-18]. Dostupné z: <http://www.playtvak.cz/mamalifestyle.aspx>
- DĚTI, KARIÉRA A TŘICÍTKA NA KRKU!. In: *YouTube*. [online] 24. 03. 2017 [cit. 2017-04-18] Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=0yYaiRnTv3o&t=5s>
- Náš Tým | RE-PLAY. *RE-PLAY – Herní pořad na televizi Prima COOL*. [online] [cit. 2017-04-17]. Dostupné z: <http://old.re-play.cz/nas-tym-4>

## Seznam obrázků, tabulek a příloh

### Obrázky

Obrázek 1: Me at the zoo .....	8
Obrázek 2: Odběry.....	10
Obrázek 3: Doporučená videa.....	11
Obrázek 4: Nově nahráno, sledovat znovu .....	11
Obrázek 5: Navrhované profily .....	11
Obrázek 6: Ukazatel zhlédnutí .....	12
Obrázek 7: Přeskočitelná a nepřeskočitelná reklama .....	22
Obrázek 8: Reklama umístěná po pravé straně videa .....	22
Obrázek 9: Reklamy překrývající video .....	23

### Tabulka

Tabulka 1: YouTubeři – respondenti .....	28
--	----

### Příloha

Příloha 1: Zpracované rozhovory	
---------------------------------	--



## **Příloha**

### **Příloha 1: Zpracované rozhovory**

#### **1. Jak dlouho se natáčení věnujete?**

*Respondent A:* Natáčím od srpna roku 2012, tedy už čtyři a půl roku.

*Respondent B:* Letos to je už třetí rok, co se natáčení věnuji.

*Respondent C:* Mé první pokusy něco natočit se uskutečnily již v roce 2006, ale tomu se snad ani nedalo říkat video, spíše jen náhodné blbosti natočené mobilem. Až 14. 7. 2008 jsem na internet umístil své první video pod svou přezdívku, takže tento rok tomu je 9 let, což už je s odstupem času hodně dlouho, když si vezmete, co člověk může dělat 9 let a já tuhle dobu věnoval tvoření videí a nějaký rok to mám ještě v plánu, tedy pokud to okolnosti a diváci dovolí.

*Respondent D:* Už to bude šest let, začal jsem v roce 2011.

*Respondent E:* Letos už sedmým rokem.

*Respondent F:* Samotnému natáčení videí se věnuji od roku 2004, což je doba ještě před vznikem YouTube. Na YouTube svoje videa publikuji od 14. 6. 2010.

#### **2. Co Vás přivedlo k natáčení videí?**

*Respondent A:* Nebyl to žádný konkrétní impuls, v té době už jsem měla psaný blog a nějak se to nabízelo, protože spousta lidí, kteří psali blog, začali natáčet i videa. Také jsem sledovala zahraniční YouTuberky, ráda jsem na ně koukala a říkala jsem si, že to je něco, co by mě také bavilo a tak jsem se rozhodla svůj psaný blog rozšířit o příspěvky formou videa. Nejdříve jsem video nahrála na YouTube a následně ho nasdílela na blog, ale potom jsem si všimla, že na YouTube mě sleduje více lidí, než na blogu, a proto šel blog do pozadí a já se začala věnovat videím.

*Respondent B:* K natáčení mne přivedly YouTuberky Teri Blitzen, Makyna016 a TheTeenGirlLooks. Chtěla jsem zjistit, jestli na to mám nebo ne, a tak jsem to také zkusila.

*Respondent C:* Byla to asi touha nějak se vyjádřit. Už od dětství jsem to dělal na trochu jiné bázi, třeba jsem psal básničky, povídky, nebo později jsem nahrával audio kazety, kde jsem říkal vtipy a zpíval. Vymýšlel jsem si televizní pořady a psal texty k písničkám, to vše jsem dělal už asi od 10 let a tohle všechno mě časem přivedlo k natáčení videí, kde hodně z těchto věcí uplatním a mám tedy jistou výhodu oproti ostatním, protože jsem podobné věci dělal již od svého dětství. Ze začátku, když mě

nikdo nesledoval, to pořád byl jen ten můj chtíč se vyjádřit, ale ve chvíli kdy jsem ty diváky viditelně měl ve větším množství, jsem se snažil přes svá videa něco předat. Bylo celkem jedno, co to bylo. Někdy zábava, jindy věc k zamyšlení a jindy můj osobní názor na věc. To vše mě jako tvůrce videí dost dobře charakterizuje až do dnešních dnů, chci lidem něco předávat. Neberu to přímo jako své poslání, ale jako možnost, kterou jsem získal, a tak se jí snažím využívat k dobrým věcem a ne jen pro své osobní účely ovlivňování lidí kvůli zisku peněz. No a ten důvod, který mě k tomu přivedl je i ten samý důvod, proč to pořád dělám a dokud to takhle bude, nemám proč s tím přestávat.

*Respondent D:* S kamarádem jsme dělali projekt, takový kulturní web pro mladé. Chtěli jsme místo, kde by se všichni mohli sejít a najít tam věci, které mají rádi, od kultury až pře hry. A vzhledem k tomu, že hrám jsme rozuměli nejvíce, začali jsme s touto částí. Došlo ale k tomu, že nikdo jiný nechtěl zkoušet dělat videa a já jsem takový exhibicionista, takže to nakonec padlo na mě. Nějak se to udrželo, zjistil jsem, že mi to jde a dělám to dodnes.

*Respondent E:* Vždy jsem rád bavil lidi a vyrůstal jsem v době, kdy začaly hodně frčet hry, takže jsem se to pokusil spojit.

*Respondent F:* Spoustu let bylo natáčení videí mým koníčkem a na YouTube jsem je pak začal publikovat, protože mě lákala interakce s potencionálním publikem a protože mě baví sdělovat něco veřejnosti a diskutovat nad různými tématy.

### **3. Co pro Vás znamená být YouTuberem?**

*Respondent A:* Já si popravdě ani nepřipouštím, že jsem YouTuberem. Připadám si stále jako normální holka, co se jen baví natáčením videí.

*Respondent B:* Možnost trávit čas s lidmi, kteří jsou plni inspirace, fantazie a kreativity. Být propojená prostřednictvím videí ‚se svými lidmi‘, s těmi, kteří se odváží se nadchnout a mít radost nad rámeč rutiny všedních dní.

*Respondent C:* YouTuberem může být dneska každý. Stačí k tomu mít kanál, něco, co natáčí videa a funkční internet a je to. Ale já to celé беру trochu jinak, protože to už dělám 9 let a uvědomuji si, že to nebylo zadarmo. Těch 9 let jsem mohl třeba běhat a mít nad postelí 23 medailí či podobně a já mám za sebou jen samé virtuální čísla, která často lidi neberou tak vážně jako ten kousek kovu na krku. Ovšem i tak těch 100 milionů zhlédnutí беру jako něco, co nemá každý a když si představím, kolikrát si lidé museli pustit moje videa, aby tohle číslo mohlo být skutečné, je to opravdu super pocit, že právě mně se to podařilo. Být YouTuberem pro mě znamená jistou zodpovědnost,

protože se ohledně YouTube a YouTuberů začalo dít hodně špatných a negativních věcí. Samé pomluvy a kauzy, které ještě podporují média a ze všech YouTuberů tak udělají idioty. Přesto jsem rád za to, že jsem YouTuber, protože i bez těchto věcí dokážu pořád tvořit a mít z toho radost.

*Respondent D:* Znamená to pro mě velkou svobodu. Už od mládí jsem se děsil představy, že budu muset každé ráno vstávat brzo ráno a budu chodit do práce až šestkrát za týden, to jsem nikdy nechtěl. Tohle pro mě znamená, že nemusím jet podle přesného režimu, což zabíjí kreativitu. Můžu dělat věci, co se mi zachtějí a nejsem omezen prakticky ničím.

*Respondent E:* Svoboda, ale zároveň plno nejistot, protože tato práce je velmi nejistá a nevím, co přijde zítra.

*Respondent F:* Především možnost prezentovat své myšlenky před světem.

#### **4. Co jste s YouTube získal/a?**

*Respondent A:* Je to pro mě velký koníček. Díky YouTube jsem také poznala spoustu dalších YouTuberů, mezi kterými jsem si našla opravdové kamarády. Dále jsem získala spoustu příležitostí, například spolupráce, díky kterým jsem se dostala do zahraničí nebo jsem měla půjčené auto. V neposlední řadě samozřejmě i peníze, ale ty se dají vydělat určitě i snazší cestou, než na YouTube.

*Respondent B:* Získala jsem skvělé přátele, možnost výdělků a samozřejmě zkušenosti v marketingu i dovednosti v technických věcech týkajících se tvorby a úpravy videí.

*Respondent C:* Získal jsem strašně moc věcí. V první řadě cenné zkušenosti ohledně tvoření videí a vše kolem toho, ať už je to technická část, psaní scénářů, plánování nebo produkce. To je něco, co člověk jen tak nezíská a já to vše získával přímo v praxi a ne jen ve školní lavici. Dále jsem získal plno kontaktů a poznal jsem velké množství lidí, které bych jinak nikdy nepoznal. A asi to, co jsem nejvíc získal, je možnost dělat to, co mě baví a naplňuje a dávat do toho všechno, bez ohledu na to, co vše se mi už nepovedlo, protože nic není pro člověka větší překážkou, než hledat důvody, proč už to dál nejde. Já nad tím nikdy nepřemýšlel, a pokud už se mi na YouTube v minulosti něco nepovedlo, poučil jsem se a příště to udělal lépe. Díky YouTube jsem získal svobodu tvoření i myšlení, získal jsem něco, co by chtěl každý člověk, získal jsem každodenní úsměv a radost ze života.

*Respondent D:* Získal jsem absolutní minimum soukromí. Kromě toho ale také spoustu známostí s fantastickými lidmi a hlavně zkušenosti. Párkrát jsem byl díky YouTube

v Americe, cestoval jsem po Evropě a po různých studiích a to jsou věci, které mi zůstanou, ať už změním profesi na cokoliv.

*Respondent E:* Získal jsem zácné kontakty, přátele, práci v televizi, cestování a více otevřených dveří.

*Respondent F:* Neskutečně moc zkušeností a znalostí, ať už se týkají práce s kamerou, se scénářem či s informacemi, které ke své tvorbě často vyhledávám. Získal jsem spoustu znalostí, jak vystupovat před kamerou i před živým publikem. Dále jsem získal množství kontaktů a v neposlední řadě vykonávám i práci, která mě naplňuje a velmi baví. Další věcí je pak také zisk velké pozornosti veřejnosti a tudíž i jakousi zodpovědnost za to, co lidem předávám.

### **5. Jaká videa točíte nejraději a proč?**

*Respondent A:* Nejraději asi tzv. hauly, tedy videa, kde sedím a ukazuji nové věci, co jsem si koupila nebo dostala. Zkrátka ty videa, která jsou spontánní a nepřipravená. Jen sedím, ukazuji věci a povídám. Je to takové přirozené, jako kdybych si s lidmi za kamerou povídala. Není to nic dopředu promyšleného, kde bych měla scénář nebo připravené body, i když taková videa také občas natáčím.

*Respondent B:* Určitě videa o vlasech, upřímně do nich ráda investuji a dělím se o zkušenosti. Ani mimo YouTube v tomto nejsem jiná, i s kamarádkami se rády bavíme o tom, co nám sedlo/nesedlo a co zkusit/nezkusit.

*Respondent C:* Moje osobní preference se často neshodují s tím, co nejraději sledují diváci, takže často ta videa, co mě baví nejvíce tvořit, mají nízká čísla zhlédnutí, a tak jsem nucen po čase sérii ukončit a zkusit něco nového. Ale pokud je něco, co mě baví natáčet a diváky sledovat, tak jsou to moje filmy, které patří mezi to nejsledovanější. Stejně tak moje Příběhy, které měsíc co měsíc vydávám již 4 roky v kuse. I po takové době neztrácejí na kvalitě ani na číslech zhlédnutí. Tohle mě pak nejvíce těší, když věc, co má lidem něco předat, si ty diváky ve velkém množství nakonec i najde. Točení filmů je kupodivu to nejnáročnější na celkovou organizaci a čas, přeci jen to není vlog z pokojíčku ale věc, co zabere desítky a desítky hodin, ale je to ve výsledku věc, na kterou se dá podívat i za 5 let, což u hodně videí nejde, protože jsou atraktivní jen v době vydání. Stejně na tom jsou Příběhy, které pořád nabírají další a další čísla zhlédnutí a to je u videí staré přes 4 roky opravdu super věc.

*Respondent D:* Nejradyji točím Speciály, at' už to jsou vlogy z cest či aprílové video ve formě logické hádanky. I když je můj kanál založen na hraní a hry mám opravdu rád, tak mě vždy baví se nad videem trochu zamyslet a vložit do toho něco víc.

*Respondent E:* Mám rád spontánní videa – může jít o jakýkoliv žánr. Ve výsledku dopadnou mnohem lépe, než ty předem připravené.

*Respondent F:* Nejradyji točím videa o nevšedních věcech, co se mohou v životě stát. At' už to jsou nejrůznější zážitky, kuriozity, co se dějí ve společnosti, nebo i videa, která mají v podtextu lidi motivovat k nějaké činnosti nebo k zamýšlení se nad daným tématem. Rád točím videa, která mají spíše pozitivní zprávu, než nějakou negativní, kde bych lidi jen kritizoval, posmíval se jim nebo je urážel.

## **6. Změnilo Vás natáčení nějak?**

*Respondent A:* Myslím si, že ne. Mé morální zásady určitě ne, nezpychla jsem nebo tak podobně. Možná mě to změnilo k lepšímu, že jsem se trochu ‚otrkala‘, tím, že si vše zařizuji sama a jezdím na různé schůzky i s velkými firmami. To pro mě bylo dříve až strašidelné, ale dnes už mi to tolik nevadí a jsem sebevědomější, když musím mluvit před lidmi.

*Respondent B:* Určitě tím, že už se mne nedotýká, co si kdo myslí, a nesnažím se zavděčit všem.

*Respondent C:* Ano změnilo a hodně. Dřív jsem byl velký trémista, co se týče mluvení před velkým množstvím lidí, a byly časy, kdy jsem měl trému s mluvením obecně mezi lidmi které neznám. Ale díky točení videí a nutnosti osobní komunikace jak při natáčení nebo při jednání na schůzkách ohledně spoluprací jsem se toho zbavil a cítím větší jistotu a větší odvahu mluvit. Celkově jsem si zvýšil sebevědomí, protože to, že něco dělám 9 let a mám za sebou tolik čísel a projektů, mě musí motivovat samo o sobě. Jistě mě to změnilo i negativně, protože někdy opravdu cítím, že se uzavřu a jen dělám videa a nic okolo nechci řešit. Ale není to tak časté. Většina věcí je tedy pozitivní a spíše mě v mém životě posunula vpřed než naopak. Člověk pak má z toho, co dělal, dělá a bude dělat, dobrý pocit.

*Respondent D:* Určitě, hodně mě to posunulo, získal jsem spoustu schopností, naučil se lépe vyjadřovat atd. Pokud jde ale o to, jestli mě změnila sláva, tak to ne. Řekl bych, že jsem stejný, jako jsem byl před těmi pěti, šesti lety.

*Respondent E:* Jsem k sobě více upřímný, odolný proti urážkám a máloco mě překvapí.

*Respondent F:* Stoprocentně. Dříve jsem byl velmi uzavřený a tichý člověk co se bál snad i vlastního stínu. Dnes jsem se díky natáčení nebo vystupování velmi otrkal, získal jsem nějaké sebevědomí, velmi jsem zlepšil v mluveném projevu nebo třeba ve třídění informací. Myslím si, že tahle činnost člověka velmi posune. Ale je potřeba, aby se posunul správným směrem.

### **7. Jakými pravidly se řídíte při vytváření svých příspěvků?**

*Respondent A:* Na prvním místě je pro mě upřímnost. Nikdy jsem se nenechala ovlivnit penězi a vždy říkám věci tak, jak je skutečně cítím. Samozřejmě se snažím diváky i bavit, chci jim předat pozitivní energii a vykouzlit úsměv na tváři, aby jim má videa přinášela radost. Ale samozřejmě jsou videa, u kterých se obtížněji diváky pobavit, protože například při Make up tutoriálu se snažím předat fakta a je často těžké to pojmout nějakou vtipnou formou.

*Respondent B:* Pro mne je hlavní to, abych byla upřímná a nelhala divákům ani sobě.

*Respondent C:* Říká se, že na internetu žádná pravidla neexistují, nebo alespoň lidé žádná nedodržují. Toho jsem často svědkem, když občas čtu komentáře u svých příspěvků a je jedno, zda je to malé dítě nebo dospělý člověk. Někdy jsem přímo šokován, kolik zloby a nenávisti se v nás lidech může ukrývat. Moje příspěvky se snažím koncipovat tak, aby na ně lidé museli reagovat, protože jen tak se ukáže, jaký člověk skutečně je. Anonymita ho zbaví strachu či následků a pak se uvidí. Někdo i přesto zůstane člověkem a jiný se promění ve vulgární monstrum, které nemá zábrany. Je to tak trochu pokřivené vnímání svobody na internetu, kde si při slově svoboda přestavíme nadávání a urážení, protože pro některé lidi je to přirozený způsob komunikace. Moje pravidla jsou teda jasná, žádné nadávky, pokud už něco člověk píše, tak rozumně a pokud to jde, podporuji své názory argumenty.

*Respondent D:* Snažím se, aby mé videa měla vždy něco navíc. Za většinou videí, která vydávám, je spousta práce, připravuju se třeba i více jak dvě hodiny, abych měl co ukázat. Video se vždy snažím udělat tak, aby i mě samotného bavilo se na něj koukat.

*Respondent E:* Pokud s tím nejsem sám spokojen, nemůžu to vydat.

*Respondent F:* Ať už jde o video na YouTube, fotku na Instagram nebo příspěvek na Facebook, vždy se snažím, aby se nejednalo jen "výkřik do tmy". Vždy chci, aby to, co sdílím se světem, mělo nějaký smysl, nějakou myšlenku nebo poselství. Snažím se, aby tyto příspěvky byly na úrovni (kvalita zpracování, kvalita fotky, pravopis atd.) a jejich forma nesnižovala jejich obsah, popřípadě nesnižovala i mojí osobnost. A zároveň se

snažím, aby se to neslo v nějakém zábavném duchu, takže když se lidé u příspěvku pousmějí, tak to považuji za příjemný bonus.

### **8. Jak si budujete vlastní YouTube identitu?**

*Respondent A:* Chci, aby mě diváci vnímali opravdu jako mě. Lidé z mého blízkého okolí říkají, že na videu jsem stejná jako ve skutečnosti. Samozřejmě, že videu jsem často víc střelená a humor je více koncentrovaný, než v reálu, kdy někdy nemám náladu nebo jsem unavená, ale jinak mé názory a vše ostatní jsou stejné. Mám ráda autentický humor, který vzejde ze situace a není to nic připravovaného, natož okopírovaného. Nesnažím se budovat si identitu ve formě nějaké role, ale chovám se přirozeně a jsem sama sebou.

*Respondent B:* To je dobrá otázka, ještě na ni neznám odpověď. Sedí na mě charakteristika "šílená dívka, co se bojí kadeřníků" a to je i patrné z mých videí zaměřených právě na vlasy. Nesnažím se identitu speciálně budovat, myslím, že to přichází samo s mou tvorbou.

*Respondent C:* Už od začátku se snažím svůj osobní život striktně oddělovat od toho na YouTube a toho se držím až do dnes. Mou YouTube identitu pořád beru jako postavu, kterou hraji, něco jako role v divadle nebo ve filmu, ovšem s tím, že to jsem já – tedy co se týče vlastností, jsem to já. Za ty roky se ani nedá říct, že něco budu, prostě existuji, má YouTube identita existuje a žije, přemýšlí a koná. Ale je pravda, že když jsem na nějaké akci, pro všechny jsem přesně ta osoba z YouTube, málo kdo mě bere jinak a to je možná i dobře. Myslím právě ty chvíle, kdy nemám šátek a jsem mezi ostatními YouTubery, i pak nepřestávám být YouTuberem s vlastní identitou.

*Respondent D:* Moje YouTube identita se buduje tak trochu sama a vychází z mé povahy. Nesnažím se hrát si na velkého frajera, jsem chlap, kterého baví hry a také člověk, co dělá spoustu blbostí i chyb. Myslím si, že to je naprosto v pořádku, protože tím právě přenáším tu svou lidskost.

*Respondent E:* Snažím se nejvíce prosadit svou osobnost, ukazuji se minimálně. Ve svých videích tedy nekomentuji jen hru, ale snažím se i mluvit o sobě a svých zkušenostech.

*Respondent F:* Dříve jsem to příliš neřešil, ačkoliv některé věci přišli sami od sebe. Tehdy ještě ve škole o přestávce jsem si do sešitu navrhnul své logo. Sám jsem se zajímal o typografii a používání barev, protože vím, že tyto věci na lidi psychologicky působí. Nikdy to nebylo nijak cílené, ale vždy jsem rád pozoroval, jak lidé reagují na

nejrůznější podněty. Dnes už se na YouTube identitu soustředím více, mám mnohem více pravidel na používání loga, fontů, obrázků, grafiky, barev, ale i na formu zpracování videí. A tyto pravidla se samozřejmě snažím dodržovat.

### **9. Kde berete inspiraci pro svou tvorbu?**

*Respondent A:* Často mě samotnou něco napadne, když někde něco vidím, ta inspirace může přijít odkudkoliv, například někdo řekne nebo udělá něco vtipného, co mě pobaví a já na základě toho dostanu nápad na video. Může to být cokoli, třeba i film. Většinou ale točím to, co spousta dalších lidí, nemyslím si, že formáty mých videí jsou originální, takže se inspiroji i na YouTube. Snažím se to ale pojmout po svém, přidám si do toho něco svého, vymyslím si originální název, snažím se být autentická, abych to zkrátka byla já.

*Respondent B:* Jednoduše v každodenním životě, všude kolem nás je spousta inspirace.

*Respondent C:* Díky mé fantazii, kterou jsem rozvíjel již od dětství, nemám problém vymýšlet nové a nové věci. Scénáře patří k jedněm z těch věcí, které mě na tvoření videí nejvíce baví. Sice jedna věc je napsat, o čem video bude a jaké bude, druhá věc je to podle toho natočit, a často jsem pak zklamaný, že se to tak úplně nepovedlo. Hodně se nechávám inspirovat tím, co vidím kolem sebe a o čem lidé, diváci nebo okolí mluví, ale zase se nechytám toho, co točí každý, přijde mi to zbytečné. A i když ta videa pak nějaká hezká čísla zhlédnutí udělají, nemám z toho až tak dobrý pocit, protože jsem se svezl jen na vlně aktuálních trendů. Často jsou nápady na videa okamžikovou věcí, z ničeho nic mě něco napadne a tak si to zapíšu do diáře a posléze natočím. Takhle to mám už několik let.

*Respondent D:* Zakládám si na to, že sleduji více subjektů. Sleduji spousta lidí a dívám se na to, co dělají dobře, ale hlavně se zaměřuji na to, co dělají špatně a co se mi na jejich tvorbě nelíbí a to pak implementuji na sebe. Nejvíce mě ale inspiroje, když vidím, že to, co dělám, se lidem líbí.

*Respondent E:* Hlavně ve filmech, jinak ale i vším, co se kolem mne děje a co mi zrovna přijde něčím zajímavé.

*Respondent F:* Inspirací je mi vše kolem v životě. Nejen to, co tvoří jiní YouTuberi, ale mnohem častěji to, co se mi děje v životě, co prožívám nebo co v životě zažívám. Vše lze podle mě zpracovat poutavou a zábavnou formou.



## ***10. Jak inspirujete své publikum?***

*Respondent A:* Asi tak jako všichni ostatní se snažím je inspirovat v tom, aby se nebáli být sami sebou a dělali věci po svém. Nijak to netlačím, spíše to snad přirozeně vzejde z mých videí. Chci divákům předat i své názory, občas snažím se promlouvat i k tzv. haterům, aby si lidi uvědomili, jaké komentáře píšou a že to toho daného člověka může opravdu zasáhnout. Snažím se s diváky komunikovat a něco jim předávat.

*Respondent B:* Ve videích jsem upřímná a říkám otevřeně, co si myslím. Snažím se každého povzbudit v tom, aby nedbal na řeči ostatních a dělal, co jeho samotného baví a naplňuje.

*Respondent C:* Snažím se jít příkladem, nedělat nic, co by mě samotného jako diváka odrazovalo. Jenže diváci jsou často dost nevděční a i dobré úmysly nejsou vždy kladně přijaty. Ve videích se tedy snažím být vzorem, jelikož si uvědomuji, že mám jako YouTuber vůči svým divákům odpovědnost a nechci je zklamat. Proto se i přes ten velký počet diváků snažím komunikovat se všemi prostřednictvím e-mailů a zpráv na sociálních sítích. Těch pár sekund, co každému věnuji, ve výsledku pro každého jednotlivce znamená opravdu hodně, už jen z toho důvodu, že jejich vzor jim odepsal a třeba jim pomohl nebo poradil s jejich problémem. Smutnou stránkou tohoto je to, že často jsou to smutné věci v rodině, šikana atd., s čím se mi diváci svěřují. Potom už to není jen těch pár vteřin, ale mnohem déle a věřím, že jim to ve výsledku alespoň trochu pomůže to překonat a nebo i vyřešit. Sám vím, že člověk ve svém životě potřebuje vzor, potřebuje se v někom inspirovat a mít se ke komu obrátit, když je mu nejhůře a v životě se mu nedaří. Já jsem ne vždy někoho takového měl, a proto se snažím, aby ostatní měli mě a dokud ten čas na to bude, budu se snažit pro lidi tu být stále.

*Respondent D:* Jak už jsem říkal, nemám potřebu ze sebe dělat něco víc, takže můj vztah s fanoušky je hodně familiérní. Pomáhám jim s různými věcmi, například nedávno jsme dělali jednu kampaň, ve které jsem motivoval lidi, aby dělali, to co chtějí, co se jim líbí a co vždy chtěli dělat, ale vykašlali se na to. Někdo začal psát knížky nebo povídky, další začal darovat kostní dřev, protože zkrátka mohl a to je nádhera.

*Respondent E:* Myslím si, že nejsem ten, který by mohl někoho inspirovat, takže to nedělám. Nicméně ke svým divákům jsem vždy upřímný.

*Respondent F:* Ačkoliv nemám nic proti vulgaritám, tak se je snažím používat velmi minimálně. Snažím se být slušný, přeci jen mladší publikum má dnes v YouTuberech svůj vzor a já nestojím o to být špatným vzorem.

### ***11. Co se snažíte svými videi sdělit?***

*Respondent A:* To, aby se nikdo nebál stát si sám za sebou a být tím, kým opravdu je.

*Respondent B:* Snažím se předat to, že člověk může být svůj a sám sebou. Být se sebou spokojený bez ohledu na cizí očekávání a i s vědomím vlastních chyb.

*Respondent C:* Snažím se stále držet svého motta, že jméno ani tvář nejsou důležité, že důležitá je myšlenka a názor, a i když ne všechna videa jsou jen o tom, pořád to беру jako to hlavní, co mám já jako tvůrce i jako člověk možnost lidem předat. Ne všichni si to vezmou, ne všichni to pochopí, ale i kdyby tohle změnilo pohled na svět jen jedinému člověk, má cenu v tom pokračovat dál. Vždy jsem chtěl lidem něco předávat a taky jsem chtěl znát jejich názory a reakce, proto jsou často videa i tak koncipované, aby se člověk mohl k danému tématu vyjádřit, a díky tomu si pak mohu udělat přehled o tom, jaké to moje publikum vlastně je a zda se mnou sdílí názory nebo jde proti nim.

*Respondent D:* Snažím se sdělit, že život nemusí být vždy takový, jaký se zdá. Jít do školy, na střední, na vysokou, následně do práce, potom se oženit či vdát, mít děti atd. To je sice fajn představa, ale já bych chtěl předat, že tohle není jediná cesta, je spoustu možností jak to udělat a jak žít. Život je více méně takový, jaký si ho kdo udělá. Problém je v tom, že taková myšlenka se špatně sděluje přes herní videa, a i proto točím různé speciály, které tuto myšlenku snad posouvají dál.

*Respondent E:* Snažím se lidem předat to, aby vše brali tak trochu s nadhledem a také, aby se lidé naučili toleranci.

*Respondent F:* Snažím se lidi donutit, aby se zamýšleli nad vším, co se v životě děje, ale i nad svým vlastním životem. Jestli ten život skutečně žijí naplno a tak, jak sami chtějí. Rozhodně velmi tlačím na to, aby jim nebyla cizí slova jako tolerance, láska, přátelství, kreativita nebo odhodlanost.

### ***12. Máte přehled o tom, jaká věková skupina Vás sleduje?***

*Respondent A:* Na YouTube funguje nástroj zvaný YouTube Analytics, který uvádí právě informace o tom, jaká věková kategorie můj kanál navštěvuje nejčastěji. Má největší skupina (přibližně 70%) je tedy od 18 do 25 let, ale já si myslím, že to není úplně validní informace, protože se to nijak nekontroluje, nikdo po vás nechce občanku a mladší uživatelé si tak můžou zaškrtnout, že je jim osmnáct či více a nikdo to nezjistí. Podle fanoušků, kteří se mi ozývají, si osobně myslím, že mé nejčastější divačky jsou přibližně mezi 15 až 22 lety.

*Respondent B:* Podle YouTube statistik jsou to dívky od 18 do 24 let a podle zpráv od sledujících si troufám tvrdit, že to tak opravdu je.

*Respondent C:* Pokud budu věřit statistikám na YouTube, tak ta nejsilnější je 18-24 let, a to kolem 38%. Ovšem je to asi dost zkreslené, jelikož hodně lidí si nastaví větší věk, než ve skutečnosti má. Na akcích nebo podle komentářů tedy hádám, že je to druhý stupeň základní školy a středoškoláci. Ti starší už na takové věci, jako je YouTube a YouTubeři, nemají čas, ale určitě se najdou i starší lidé, jen ne v takovém počtu jako ti mladší, kteří mají čas se tomu aktivně věnovat.

*Respondent D:* Nejvíce mě sledují mladí kluci ve věku 12-17 let, to je největší hnací síla celého YouTube. Početná je u mě i věková kategorie 17-25. Mám ale i velké procento dívek i žen, a dokonce se mi ozývají i zástupci starší 60 let, kteří píšou, že sice nevědí, co se v té hře děje, ale rádi na to koukají.

*Respondent E:* Jsou to převážně chlapi od 12 do 22 let, nicméně má videa sledují i starší diváci.

*Respondent F:* Tohle nikdy nejde 100% tvrdit. Pokud bych to měl hodnotit podle akcí, na kterých vystupuji, tak řeknu, že to jsou lidi kolem 15 let. Pokud bych měl hodnotit podle lidí, co mě oslovují v běžném životě na ulici, tak to budou lidi kolem 23 let. Pokud bych měl brát v potaz statistiky na YouTube tak 78% mého publika je starší 18 let a 52% starší 25 let. Osobně se svojí tvorbu snažím cílit na lidi mezi 20 a 30 roky.

### ***13. Zastupuje Vás nějaká agentura, nebo si vše zařizujete sám/sama?***

*Respondent A:* Nezastupuje mě nikdo konkrétní, že by vyložené řešil vše za mě, ale mám navázané kontakty s několika agenturami, které mi dohazují spolupráce. V podstatě to probíhá tak, že firma kontaktuje agenturu a ta agentura má pod sebou zaregistrovaných třeba třicet klientů a sama vybere ty, kteří jsou pro tu spolupráci vhodní, a těm jí nabídne. Já nemám s nikým podepsanou výhradní smlouvu, ale spolupracuji asi s pěti agenturami, které mě oslovili, a když mají nějakou nabídku, tak mi jí pošlou. Nemám ale nikoho, kdo by mě vyloženě zastupoval, takže když se firma ozve mně osobně, tak si vše domlouvám sama a celý honorář jde mě. Pokud to domlouvá agentura, jde část výtěžku jim a doprovází mě i na schůzkách s klienty.

*Respondent B:* V rámci spoluprací jsem ve spojení s pár agenturami, obecně se ale zastupuji sama.

*Respondent C:* Snažím se mít nad vším kontrolu a taky moc nevěřím lidem, co se v tomhle pohybují, takže nejlepší je si vše zařídit a udělat sám. Člověk tak získá

drahocenné zkušenosti a kontakty s lidmi. Pokud jde o nějaké velké kampaně, tak spolupracuji s různými agenturami, díky tomu vše dostane mnohem profesionálnější nádech a i lidé vidí, že to není vlog z pokojíčku. Každopádně mě tyhle věci baví realizovat, od prvotního oslovení až po finální kampaň a výsledky.

*Respondent D:* V rámci projektů, které děláme, mě občas zastupuje nějaké agentura, ale většinu věcí si dělám sám.

*Respondent E:* Ne, zastupuji se sám, pokud se nejedná o nějaký velký projekt.

*Respondent F:* Smluvně nejsem vázán s žádnou agenturou. Nicméně drtivá většina spoluprací je vždy skrze nějakou spřátelenou firmu, se kterou již nějakou dobu spolupracuji.

#### ***14. Máte vlastní merchandise? Pokud ne, plánujete do budoucna s něčím přijít?***

##### ***Pokud ano, proč jste se rozhod/a právě pro nabízené produkty? <sup>45</sup>***

*Respondent A:* Zatím ne, ale mám v plánu něco uvést. Je to tedy zatím ‚v plenkách‘, ale pracuji na tom, jen je to složitější, než jsem si myslela. Chci, aby to bylo něco, s čím budu stoprocentně spokojená a nechci dělat žádné kompromisy.

*Respondent B:* Zatím žádný nemám, ale přemýšlím, že merch bude. Je s tím ale spojeno celkem složitější účetnictví a EET a v tuto chvíli nemám zájem o merch u třetích stran, více bych to raději ale nerozebírala.

*Respondent C:* Mám. Jsou to takové ty základní věci, co má každý YouTuber. Tričko, náramek a placka. Je to spíše pro lidi, co jsou opravdoví fanoušci a chtějí, aby to vědělo i jejich okolí. Já jsem nikdy nebyl ničeho až takový fanoušek, abych měl od něčeho všechny věci a podobně. Na akcích prodávám tedy ještě své plakáty, kam se lidem mohu podepsat a také jsem se tento rok zařadil do dobročinného kalendáře s ostatními YouTubery, který vždy podporuje nějakou dobrou věc, ať už nemocné děti nebo podobně. O ničem dalším zatím neuvažuji, myslím, že vše ostatní už je moc okrajové a nebyl by o to až takový zájem.

*Respondent D:* Ano mám, ale snažím se, ať to není moc zahlcené a ať to má trochu smysl. Trička jsou klasika a u diváků jsou nejoblíbenější. Teď se snažím sehnat další položku, kterou tedy ještě nechci prozrazovat, ale bude to něco, co je přímo pro mě a s čím jsem opravdu spokojený.

---

<sup>45</sup> Dopředu jsem si zjistila, zda dotyčný má či nemá svůj vlastní merchandise, otázku jsem tedy každému podkládala trochu jinou. Nicméně hlavní bod otázky je u všech stejný, proto jsem se rozhodla ji zařadit mezi společné v tomto znění.

*Respondent E:* Mám trička, ty jsou takový základ a lidé je mají rádi. Nic dalšího ale nevymýšlím a zatím plánuji zůstat pouze u nich.

*Respondent F:* Mám a beru jako jistou formu podpory. Pokud se někomu moje tvorba líbí natolik, že by jí chtěl podpořit, je v současné době možné si koupit tričko nebo např. náramek. Čímž mojí značku jednak šíří do světa a jednak z prodeje těchto produktů mám provizi, takže jde o takovou formu i finanční podpory. Tak by merch měl fungovat.

### ***15. Jakými způsoby prostřednictvím YouTube vyděláváte peníze?***

*Respondent A:* Těch výdělků je ohromné množství, ale hlavní jsou tedy ten partnerský program s YouTube, tzv. youtube money, kdy mi chodí peníze od googlu za reklamy, které mám u videa umístěné, což se váže také na zhlédnutí. Další jsou domluvené spolupráce s firmami, product placement, kde firmám dělám reklamu a oni mi za to přímo zaplatí, na což mám i živnost. Třetí věci jsou affiliate odkazy, což je zjednodušeně řečeno spolupráce s e-shopem, kdy já mám vygenerovaný speciální odkaz na ten e-shop a když někdo přes ten můj odkaz na e-shopu nakoupí, tak mi jdou procenta z prodeje.

*Respondent B:* Tím, že vlastní produkty zatím nemám, si vydělávám pouze spolupráce s firmami a také pomocí Partnerského programu YouTube a reklamami s tím spojenými.

*Respondent C:* Tak pokud budu počítat jen zdroje kolem YouTube, je toho docela hodně. V první řadě jsou to peníze ze zhlédnutí videí. Ty jsou kupodivu v ČR velice nízké, teď až 8x menší než minulý rok, takže pokud YouTubeři žili jen z toho, teď už je to maximálně kapesné na hezký večer s přáteli. Další zdroj jsou spolupráce s firmami. Tam by se to dalo rozdělit na několik druhů. V té první jsou jednorázové spolupráce. Ve videu ukážete produkt nebo službu, dostanete zapláceno a konec. Další je dlouhodobá spolupráce, buď na kampani, nebo se rovnou YouTuber může stát ambasadorem značky. Takové spolupráce se snažím využívat nejčastěji, už jen z toho důvodu, že nemusím dělat každý měsíc 10 reklamních videí, ale třeba jen 1 za měsíc a často ani to ne. Další možnost, jak získat peníze z YouTuberství je prodejem svého merche. Dále tu jsou pak YouTube akce, které jsou v ČR tak často, že je pořád kam chodit. Já osobně chodím jen na CineTube, protože je to jediná akce, co má duši a co se svým obsahem alespoň trochu blíží k tomu, o čem YouTube je – o tvoření videí. Ostatní akce ignoruji, ať už jsou tam peníze jakékoliv. To byly asi všechny možné způsoby, jak díky YouTube

vydělávat peníze, možná ještě dobrovolné příspěvky od lidí, ale mně to vždy přišlo jako žebrání a nikdy jsem se neměl tak špatně, abych musel od dětí prosit peníze, a snad se toho nikdy nedočkám, protože většina věcí by měla být zadarmo, nebo dostupná pro všechny a ne jen pro bohaté děti, kterým vše zaplatí rodiče.

*Respondent D:* V první řadě je to pomocí reklam. Jsou buď reklamy pasivní, které se zobrazují u videa, a z nich mi jde opravdu malé procento peněz. Aktivní reklamy poté probíhají formou propagace určitého projektu či myšlenky. Nedávno jsem se například zapojil do propagace tarifu od Vodafonu, který je zacílen na mladé lidi, nebo s výrobcem herního příslušenství. To už jsou peníze, které jdou bokem a jsou navíc. Také mám vlastní merchandise, kde se ale ceny snažím mít co nejnižší, aby to bylo lehce dostupné.

*Respondent E:* Vydělávám si spolupráce s různými obchody, herními firmami atd. Dále využívám placených reklam od Google Adsense.

*Respondent F:* Tak začnu asi tím úplně nejzákladnějším a to jsou Google reklamy. Nicméně Google reklamy tvoří jen přibližně 15-30% mých příjmů. Dále si vydělávám skrze dlouhodobý sponzoring, různé reklamní kampaně, prodej merche a také často jezdím vystupovat nebo moderovat různé akce. Do budoucna ještě přemyslím, že umožním přímo divákům přispívat na mojí tvorbu, ale k tomuto kroku jsem se za celou éru ještě nedokopal.

### **16. Vybíráte si firmy ke spolupráci podle nabízených produktů či podle odměny?**

*Respondent A:* Na to se váže více faktorů. Jednak je to ten produkt, který mám propagovat. To musí být vždy něco, s čím se ztotožňuji, co je mi blízké a co mě opravdu zaujalo, co bych si sama koupila. Pokud nějaký takový produkt dostanu a výsledně mi nevyhovuje, tak to ve videu přiznám, nikdy bych divákům nelhala jen proto, že jsem produkt dostala zdarma. Například teď jsem měla od značky Sonny nabídku na mobil zdarma, ale já ji odmítla, protože již několik let mám Apple a ten mi vyhovuje více a ten Sonny bych si sama nikdy nekoupila a tak pro mě nemělo smysl tuto spolupráci přijmout. Dalším faktorem je formát videa. Někdy může jít o produkt, který mi opravdu sedí, ale firma má přehnané požadavky, jako říkat naučené věty, reklamní plky, co mi nesedí atd. Třetí věc jsou samozřejmě peníze, protože mám nějakou cenu a už ze spravedlnosti nemůžu někomu udělat reklamu za polovinu co druhému a mám nějakou nastavenou cenu, za kterou si stojím a pod ní nejdu.

*Respondent B:* Podle produktů. Nikdy bych nekývla na spolupráci, která by byla sice velmi dobře placená, ale obsahově by nestála za nic.

*Respondent C:* Hodně to beru podle pocitů a podle toho, zda k tomu produktu či značce mám nějaký vztah a zda bych ho využíval i normálně. Naštěstí jsem vždy měl možnost volby a tak jsem si vybíral spolupráce podle tohoto mechanismu. Odměny jsou všude tak nějak stejné, ale kdyby třeba přišla firma s tím, abych propagoval cigarety, alkohol nebo něco, čemu nevěřím, tak bych to odmítl, ať už by v tom bylo sebe více peněz. Protože s tím se pojí to, že já jsem něčí vzor a nechci je tímhle zklamat. Tím, že budu lhát i jim a budu něco propagovat jen za peníze, zklamou zároveň i sebe. Takové propagace pak nemají ani smysl, protože divák pozná, že mě k tomu produktu nic nepojí a tak to nemá žádný efekt na propagaci.

*Respondent D:* Vždycky se snažím, aby propagace měla smysl. Když to není autentické, tak to krade věrohodnost a mě to štve. Veškeré spolupráce, které dělám, se točí okolo hraní a týkají se produktů, které jsem si sám ozkoušel a mám je rád. Pokud mi daná věc neseď a neodpovídá mému přesvědčení, tak do toho zkrátka nejdu.

*Respondent E:* Jednoznačně podle nabízených produktů, nikdy bych se zbytečně nezaprodal.

*Respondent F:* Zjistil jsem, že peníze pro mě nejsou příliš velkou motivací. Nedělá mi problém odmítnout zakázku za několik desítek tisíc korun, pokud mi její kampaň přijde jako blbost. Vždy se soustředím na to, co daná spolupráce může přinést především divákům. Protože výsledné video, které ve spolupráci s danou firmou vytvoříme, musí diváky bavit a nesmí nijak zásadně vybočovat z toho, co tvořím. Ideální stav je takový, že diváky by video mělo bavit i když o propagovaný produkt nebudou mít zájem.

### ***17. Zůstává pro Vás koníček stále koníčkem (zábavou) i když se stává jakousi prací (povinností)?***

*Respondent A:* Ve většině případů je to koníček a opravdu mě to baví. Kdybych to měla dělat z povinnosti, tak bych to nedělala. Samozřejmě už jsem nějakým způsobem zavázána, že videa vydávám každý čtvrtek a občas přijdou chvíle, kdy mi není dobře nebo mám hodně jiných povinností, a když opravdu musím čas na to natáčení hledat těžko, tak je to složitější a radši bych nic netočila. Jsem ale zodpovědná a snažím se vždy něco natočit. Tyto těžší situace jsou ale jen výjimečně, jinak mě to opravdu baví a dělám to ráda.

*Respondent B:* Dovolím si říct, že natáčení беру jako svou práci, kterou miluji, a je mi stále koníčkem.

*Respondent C:* Je to koníček, který je pro mě zároveň prací a díky kterému mám ve svém životě určitou svobodu. Asi bych teď mohl skončit a nějakou dobu nic nedělat a užívat si, ale myslím, že po nějakém čase by mi to hodně chybělo, proto to беру pořád jako koníček. Víím, že to tak nebude navždy, třeba už brzo to bude koníček definitivně, protože už ani ty peníze tím nebude možné vydělat, každopádně budu mít nač vzpomínat a až o tom jednou budu někomu vyprávět, určitě ho to taky motivuje a i on bude chtít mít ve svém životě určitou volnost a věnovat se svému koníčku, který bude zároveň i jeho práce.

*Respondent D:* Pro tohle je vystihující jeden citát, už si nepamatuji kdo je autorem a ani jaké je přesné znění, ale je to přibližně takhle: „Najdi si zaměstnání, které budeš milovat a už nikdy nebudeš pracovat ani jeden den ve svém životě.“ To pro mě naprosto funguje. YouTube je pro mě práce snů, je to absolutní svoboda a kreativita v jednom. I když to dělám dlouho a někdy to může být rutina, vždy se snažím, ať to pro mě má nějakou výzvu a ať to není nuda a zatím mě to stále naplňuje.

*Respondent E:* Nepochybně zůstává stále koníčkem. Jen občas musím něco natočit, i když se na to zrovna necítím.

*Respondent F:* Rozhodně to, co dělám, neberu jako povinnost. Víím, že pokud by mě to jednou přestalo bavit, tak s tím raději přestanu, než abych se snažil něco vymýšlet na sílu.

### ***18. Jak velkou část ze svých výdělků vkládáte zpět do své tvorby?***

*Respondent A:* Ze začátku to byla velká část, teď už tolik ne. Těžko se mi to počítá, tím že nerozdělují peníze na ty z YouTube a ty vydělané z normální práce. Většinu potřebných věcí už mám, navíc někdy koupím levnější položku, jindy zase dražší, takže je to opravdu různé.

*Respondent B:* Jednoduše vše, co jde.

*Respondent C:* Tak na úplně začátku to byla docela velká investice a to bylo ještě v době, kdy jsem z YouTube žádné peníze neměl. Tehdy to bylo asi něco kolem 250 000 Kč za první 4 roky. Teprve od roku 2014 se mi to začalo vracet a dá se říct, že jsem svojí investici dostal zpět.



*Respondent D:* Moc velkou ne. Dříve jsem si sice musel jednorázově koupit pořádný počítač, fotoaparát atd., takže za ty roky se to určitě navalilo na neuvěřitelnou sumu, ale když se to rozprostře, tak to zas tolik není.

*Respondent E:* Dříve dost, nyní ale přibližně jen 10%.

*Respondent F:* Investice byly do nedávna velmi velké, protože jsem se snažil pořizovat si co nejlepší techniku, se kterou bych měl snazší práci. Ty investice v současné době už nejsou tak velké, takže se mi podaří i nějaké peníze ušetřit.

### **19. Máte kromě YouTube nějakou jinou práci/zaměstnání?**

*Respondent A:* Ano, v současné době pracuji jako obchodní asistentka pro jednu firmu, její jméno však nechci sdělovat.

*Respondent B:* Mimo YouTube si zatím ještě přivydělávám, takže práci samozřejmě mám, víc ale neprozradím.

*Respondent C:* Já YouTuberství beru jako normální práci, protože si tím vydělávám a hodně věcí, co dělám jako YouTuber, dělají i lidé v agentuře nebo v jakékoli firmě, co se o propagaci zajímají. Jen já si vše dělám sám a s nejlepším vědomím, protože já jsem svůj vlastní šéf a je jen v mém zájmu, aby vše bylo skvělé. Takže vše, co dělám, se točí jen kolem YouTube.

*Respondent D:* Žádné stálé zaměstnání nemám. Jediná práce, kterou kromě YouTube dělám je práce pro RE-PLAY. Tam dělám už pět let. Začínal jsem tím, že jsem psal články na web. Později jsem na web začal dělat videa, pak jsem začal dabovat herní novinky, následně psát novinky. V současné době tedy píši a dabuji novinky, dabuji jednu soutěž a vlastně jsem takovým hlasem celého pořadu.

*Respondent E:* Více méně mám, i když jsem se k tomu dostal díky YouTube. Dělám střiž televizního pořadu RE-PLAY.

*Respondent F:* V současné době ne. Ale v minulosti jsem k YouTube dělal ještě číšníka/barmana. Ale to už je pár let zpátky.

### **20. Dokážete se výdělků z YouTube plnohodnotně uživit?**

*Respondent A:* Zatím ne. Troufám si ale říci, že postupem času k tomu dospěji. Ten výdělek, který mám teď, když ještě chodím do práce, není na to, aby mě samostatně uživil. Je to hlavně i tím, že když chodím do práce, tak na natáčení nemám tolik času. Ale je možné, že kdybych z práce teď odešla a začala se tomu věnovat více a intenzivněji, točila bych víc videí do týdne a mohla vzít spolupráce, na které teď

nemám prostor, tak bych se tím uživit podle mě dokázala. Mám v plánu z práce odejít, tak uvidíme.

*Respondent B:* Zatím ne, ale věřím, že jsem na dobré cestě.

*Respondent C:* Ti nejpopulárnější YouTubeři si vydělají i přes 100 000 Kč měsíčně, takže se dá říct, že se takto dá uživit a přežít. Otázkou je na jak dlouho? Hodně z nich žije dneškem a nějak si neuvědomují, že tolik peněz nebudou mít vždycky. Já osobně žiji jako bych měl průměrný český plat. Neutrácím, šetřím, když to jde a nekupuji věci, co nepotřebuji. Díky tomu mám vyrovnaný domácí rozpočet a věřím, že tomu tak ještě dlouho bude.

*Respondent D:* Ano, když do toho započítám všechny bonusy okolo. Neříkám, že si můžu jen tak dovolit dvě drahá auta, ale na běžné potřeby, jako je jídlo, bydlení a něco navíc mi to určitě vystačí.

*Respondent E:* Dokážu a živím se tak, když k tomu připočtu i práci pro televizi.

*Respondent F:* Dnes už ano.

## **21. Máte kromě YouTube nějaké jiné vysněné povolání?**

*Respondent A:* Moc by mě lákalo líčení. Chtěla bych si udělat nějaký kurz, protože mě to baví, ale nejsem v tom zas až tak dobrá, jak bych si představovala, takže nějaké kurzy by to potřebovalo a ráda bych se v tom do budoucna zdokonalovala. Bavilo by mě dělat Make up artistku, líčit různě na svatby, plesy i focení.

*Respondent B:* Miss, modelka, zpěvačka. Ale ne, žádné jiné vysněné povolání nemám.

*Respondent C:* Jako malý kluk jsem chtěl být prodavačem mobilů, což se mi trochu vyplnilo díky spoluprací s mobilními značkami a díky tomu, že jsem jeden čas mohl točit recenze na mobilní telefony na svém YouTube kanále. Ale pokud mám nějaký sen v rámci mého aktuálního života? No YouTube se budu snažit dělat, dokud mě to bude bavit. Možná ne až tak často jako dnes, když je to moje hlavní náplň, ale myslím, že jsem si za ty roky k tomu vybudoval nějaký ten vztah. Takže myslím, že většina dobrých YouTuberů míří do agentur a to, co dělají dlouhé roky jen sami pro sebe, budou dělat pro druhé v rámci reklam a propagace. Ty jejich zkušenosti mají opravdu váhu a hlavně mají dlouhodobé výsledky v podobě čísel. Tak snad se jednou i já v takové pozici ocitnu, a pokud ne, nebránil bych se splnit si naplno můj dětský sen, stát se prodavačem mobilů.

*Respondent D:* Vždycky jsem chtěl pracovat v knihovně. Mám rád klid a jsem rád sám a vždycky se mi líbila představa pracovat v nějakém zapadlém městečku ve vlastní

knihovně, o kterou bych se staral, měl bych celý den klid a četl bych knížky. Myslím ale, že by mi to dlouho nevydrželo a později bych začal plánovat, jak bych knihovnu mohl vylepšit, rozšířil bych pobočky atd. Sice mám rád klid, ale neustále musím něco dělat a posouvat se.

*Respondent E:* Vždycky jsem chtěl být herec nebo režisér.

*Respondent F:* Vždy jsem snil o tom, že se budu živit nějakou kreativní činností v médiích, případně moderováním. Což se mi vlastně splnilo. Takže v současné době sním o tom, že se budu posouvat a zlepšovat. A mým obrovským snem je jednou tady dělat Late Night Show po vzoru světových talkshows například od Jimma Fallona nebo Conana O'Briena.

### **Dodatečné otázky:**

*Respondent A:*

- ***Říkáte, že spolupracujete s různými agenturami. U některých svých videí máte ale napsáno, že Vás zastupuje agentura Trueside. Jak to tedy je?***

Je pravda, že agentura Trueside je taková hlavní. Oni mě kdysi oslovili jako první a proto mám v informacích na kanálu napsáno, že v případě spolupráce se mají firmy obrátit právě na ně. Mám to tak proto, že v mnoha případech je pro mě snazší, když se to řeší přes agenturu, ale není to tak, že bych spolupracovala jen s nimi.

- ***Po svých studiích jste se bydlela chvíli v Praze, než jste se přestěhovala zpět do rodného města. Myslíte, že kdybyste v Praze, měla byste více nabídek a Vašemu kanálu by se dařilo ještě lépe, než nyní?***

To si nemyslím, podle mě je to firmám jedno. Samozřejmě pokud se nějaká firma podívá a zjistí, že nejsem z Prahy a kvůli tomu mě neosloví, to se nikdy nedovím, ale nemyslím si, že by to tak bylo. Tím, že bydlím od Prahy hodinu cesty autem, tak tam většinou jednou do týdne na nějakou schůzku jedu. Je něco jiného, když jsou například nějaké beauty akce, jako představení nových kolekcí atd. Když je to někdy večer a já tam nic ten den nemám, tak se mi na takové akce nechce jezdit a tím o to přicházím, ale není to nic, co by mi podle mě bralo příležitost.

*Respondent C:*

- ***Nechcete uvádět svůj věk, proč tomu tak je?***

Věk je jedna z informací, které si pevně střežím již od začátku svého působení na internetu, protože hodně lidí by mě pak podle něho soudilo. Takže i zde zůstanu tajemný a svůj věk neprozradím, ale už mám něco málo za sebou.

- ***Zastáváte pravidlo, že není důležitá tvář, ale myšlenka a proto svou identitu a tvář ve videu skrýváte. Neuvažoval jste někdy o odhalení?***

Celých 9 let bojuji s myšlenkou se odhalit a v podstatě jsem se i odhalil, ale jinak, než lidé chtěli. Po těch mnoha letech jsem konečně zjistil, že moje maska je mým štítem a je to tím, co ze mě dělá to, kým na YouTube jsem. Bez šátku už to prostě není ono, a i kdybych pak točil sebelepší videa, pro lidi už nebudu ten YouTuber, jakého sledovali a měli rádi. A také jsem zjistil, že právě to vědomí, že každý ví, že točíte a jste YouTuber, Vám automaticky zvedne ego a promění Vás v jiné lidi. Tohle se mi zatím dobře vyhýbá, protože lidé znají jen můj šátek a toho pod maskou zná jen pár lidí v okolí, takže i z tohoto důvodu nechci šátek odkládat. Velké mínus by byla ztráta soukromí, které opravdu považuji za věc, kterou si člověk později nemůže jen tak koupit zpět, seč by měl peněz, kolik by jen chtěl. Takže dnes, zítra i za 23 let budu jen tím YouTuberem s maskou na tváři.

*Respondent D:*

- ***Říkáte, že jste byl s YouTube v Americe. Za jakým účelem jste tam jel?***

V Americe jsem byl celkově třikrát a bylo to na herní akci, která se jmenuje E3 a je to jedna z největších celosvětových událostí, kde se sejdou v podstatě všechna herní studia. My jsme tam jeli s pořadem RE-PLAY a já tam dělal kameramana, zvukaře, v podstatě vše co bylo potřeba.

*Respondent F:*

- ***Říkáte, že videa natáčíte už od roku 2004, ale na YouTube přispíváte až od roku 2010. Co jste předtím natáčel za videa?***

Byla to videa, co bych veřejně neprezentoval. Jednalo se dokumentování dovolené, parodie na různé písničky, scénky. Samozřejmě, tehdy mi bylo 12, takže o nějaké kvalitě se nedalo mluvit. Ale už tehdy mě bavilo to vymýšlet, natáčet a pak stříhat.