

## **Abstrakt**

Tato diplomová práce zkoumá vnímání propagace placeného kosmetického obsahu na platformě Fortnite českými hráči a také jak toto vnímání ovlivňuje jejich motivaci k nákupu. Práce se zaměřuje na obecné vnímání propagace placeného videoherního obsahu a zároveň i na vnímání konkrétních monetizačních strategií. Metodologie výzkumu zahrnovala hloubkové rozhovory s následnou analýzou dat pomocí otevřeného kódování a tematické analýzy. Cílem výzkumu bylo získat hlubší pochopení této problematiky. Z dat vyplynulo, že většina respondentů vnímala nákupy na platformě pozitivně. Avšak negativně bylo vnímáno cílení propagačních taktik na děti a také negativní dopady, které tyto taktiky měly na hráče. Dále se ukázalo, že z konkrétních taktik byly battle pass, support a creator a trailery vnímány výhradně pozitivně, zatímco Save the World, balíčkové nabídky, Fortnite Crew, časově omezená nabídka a spolupráce obdržely smíšené hodnocení. Bylo také identifikováno pět faktorů, které ovlivňují motivaci k nákupu: herní angažovanost, estetika, emoce a preference, komunita a ekonomické úvahy. Výsledky výzkumu poskytují nové perspektivy na to, jak hráči vnímají monetizační taktiky ve videoherním prostředí.