

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

Fakulta humanitních studií



Klára Ludvíková

**MODELY KONZUMU A DISTRIBUCE ONLINE HUDBY NA HUDEBNÍCH  
PORTÁLECH SPOTIFY, DEEZER A RDIO**

Vedoucí práce: PhDr. Daniel Říha, Ph.D.

Praha 2015

Prohlašuji, že jsem práci vypracoval/a samostatně. Všechny použité prameny a literatura byly řádně citovány. Práce nebyla využita k získání jiného nebo stejného titulu.

V Praze dne 26. 6. 2015

.....

podpis

Na tomto místě bych ráda poděkovala zejména PhDr. Danielu Říhovi, PhD. za jeho cenné rady a trpělivost při vedení mé bakalářské práce. Dále pak svým přátelům a rodině za podporu.

# Obsah

Úvod .....	6
1. Vývoj konzumu a distribuce hudby v Československu.....	8
1. 1. Situace západní hudby v komunistickém Československu .....	8
1. 2. Dlouhé vlasy .....	9
1. 3. Kontakt s hudební scénou Západu.....	11
1. 3. 1. Rozhlasové vysílání.....	11
1. 3. 2. Licenční desky.....	13
1. 3. 3. Kulturní střediska .....	14
1. 3. 4. Černé burzy .....	15
1. 3. 5. Domácí nahrávání.....	16
1. 3. 6. Tištěná média.....	17
2. Od analogových zařízení k digitálním.....	21
2. 1. Audiokazeta .....	21
2. 2. 1. Walkman.....	22
2. 2. Kompaktní disk .....	23
2. 3. Formát MP3 .....	23
2. 4. Napster.....	24
2. 5. iTunes .....	25
2. 6. Sociální sítě.....	26
3. Teoretické zakotvení .....	28
3. 1. Konvergence médií.....	28
3. 2. Konzumace a typologie .....	29
3. 3. Vliv digitalizace na distribuci hudby.....	31
3. 4. Streamovací služba.....	33
3. 4. 1. Spotify .....	33

3. 4. 2. Deezer .....	34
3. 4. 3. Rdio .....	34
4. Formální analýza služeb Deezer, Rdio a Spotify .....	36
4. 1. Streamovací služba Deezer.....	38
4. 1. 1. Hlavní strana.....	38
4. 1. 2. Interakce a participace na službě Deezer .....	39
4. 1. 3. Doplnkové služby a aplikace Deezeru .....	40
4. 2. Streamovací služba Rdio .....	41
4. 2. 1. Hlavní strana.....	41
4. 2. 2. Interakce a participace na službě Rdio .....	42
4. 2. 3. Doplnkové služby a aplikace na Rdio .....	43
4. 3. Streamovací služba Spotify .....	44
4. 3. 1. Hlavní strana.....	44
4. 3. 2. Interakce a participace na službě Spotify .....	45
4. 3. 3. Doplnkové služby a aplikace Spotify .....	47
4. 4. Komparace formální analýzy služeb Deezer, Rdio a Spotify .....	48
Závěr .....	51
Seznam použité literatury .....	53
Přílohy .....	58

## Úvod

Často diskutované téma hudebního průmyslu a distribuce hudby v sobě nese dlouhodobou problematiku. Hudební vydavatelství mají zájem na záchraně svých příjmů, umělcům jde o duševní vlastnictví a konzumenti by rádi poslouchali alba či jednotlivé písně neomezeně a v ideálním případě i za co nejnižší cenu. Pokusů, jak tyto cíle uskutečnit bylo a stále je mnoho. S dobou se mění modely a inovující se služby, které mají sloužit jako alternativní řešení pro všechny zúčastněné strany.

Příchod digitální distribuce znamenal výraznou proměnu charakteru hudby. Jen velmi obtížně bychom v minulosti hledali etapu, v níž se situace hudebního průmyslu přetvářela rychleji, než je tomu dnes. Jednu z příčin lze vidět v konvergenci médií, která je předmětem díla Henryho Jenkinse *Convergence Culture Where Old and New Media Collide*. Z teoretického zakotvení, jakým Jenkins konvergenci popisuje, vychází i tato bakalářská práce.

Propojování původně nesouvisejících technologických platforem ovlivňuje hudební průmysl dodnes. Proto hlavním tématem této práce nazvané „*Modely konzumu a distribuce online hudby na hudebních portálech Spotify, Deezer a Rdio*“ je současná problematika streamovacích serverů, distribuce hudby skrze ně a způsob, jakým posluchač/hudební fanoušek hudbu konzumuje. Na dané téma lze nahlížet z několika úhlů pohledu. V mém zájmu je držet se mediální terminologie. Důvodem je především to, že množství tematicky podobných prací zpracovaných na mediální rovině, je v porovnání s diskursy ekonomie či práva minimální. Pokud to nebude, pro ucelení kontextu, vysloveně nutné, nebudu se detailněji těmito dvěma diskursy zabývat. Stejně tak není předmětem práce zkoumání subkultur fanoušků, které spadá spíše do oblasti hudební antropologie.

V první části své práce mapuji distribuci hudby od 50. let 20. století v socialistickém Československu. Zde se zaměřuji na problematiku nedostupnosti velkého množství nahrávek především ze západních zemí a na přínos jednotlivých hudebních zařízení pro konzumenty. Dále sumarizuji vztah fanoušků k hudbě, který se přechodem do druhého tisíciletí transformoval do nové podoby. Historický vývoj uvádím pro systematičnost dané problematiky a kompaktnost práce.

Ve druhé kapitole popisují vývoj technologie, který vedl k likvidaci hudby jako komodity a kompetentnost hudebního průmyslu na tuto situaci zareagovat. Jedním z nejnovějších modelů distribuce hudby jsou v současnosti streamovací služby, které umožňují neomezené přehrávání hudby online zdarma nebo za měsíční poplatek.

Třetí kapitola udává teoretické zakotvení. Prostřednictvím odborné literatury vysvětlují pojem konvergence, vnímání konzumace, dopad digitalizace médií na distribuci hudby a představuje streamovací služby, které budou předmětem formální analýzy.

V poslední části své práce provedu formální analýzu vybraných streamovacích služeb Spotify, Deezer a Rdio na základě charakteristik, kterými tyto služby popsal Patrik Wikström ve své práci *The Music Industry in an Age of Digital Distribution*. Jednotlivé služby analyzuji z pohledu běžného uživatele. Vzhledem k tomu, že služby svým modelem distribuce stírají peněžní význam hudebních skladeb, zajímám se o přidanou hodnotu, kterou mi mohou výše uvedené služby nabídnout nad rámec poslechu hudby. To, zda streamovací služby formují přístup konzumenta k hudbě, je dalším neméně podstatným zkoumaným jevem, který je zároveň i předmětem hypotézy. Celou analýzu následně uzavřu komparací těchto platforem a potvrzením či vyvrácením hypotézy.

# 1. Vývoj konzumu a distribuce hudby v Československu

## 1. 1. Situace západní hudby v komunistickém Československu

Ještě před samotnou sumarizací vývoje jednotlivých dekád zaměřeného na fanouškovství a progres konkrétních fyzických médií v období socialistického Československa, je vhodné, pro co možná nejucelenější pochopení, přiblížit kontext doby a to především v oblasti tehdejší společnosti, která hudební scénu výrazným způsobem ovlivňovala a měla markantní podíl na jejím formování.

V první řadě je třeba zmínit, že Československo bylo v porovnání se Západem, odkud se do země dostávaly nové hudební trendy, ve značném zpoždění. Klasickou ukázkou je příklad provokativního rokenrolu, jež se ve Spojených státech amerických poprvé objevil v polovině 50. let 20. století. (Vaněk, 2010) Tento hudební styl zahájil vývoj rockové hudby. Jednalo se o spojení hudebních žánrů jako blues, jazz a gospel společně s prvky swingu a country hudby. (Nosálek, ©2012) Rokenrol však nebyl pouze žánrem jako takovým. Pro početnou mládež znamenal i životní styl, který je samotné svým oblékáním či chováním diferencoval od starší generace rodičů. Na konci 50. let našel zmiňovaný žánr cestu i do socialistického Československa, kde získal představiteli moci status úpadkového umění, jež se k nám dostalo z kapitalistického Západu. (Vaněk, 2010) Samotné slovo rokenrol bylo ve sféře státní moci nežádoucím pojmem. Později ho u nás nahradil český výraz bigbít, vycházející z anglického spojení „big beat“. (Nosálek, ©2012) Z důvodu nedostatečné znalosti angličtiny si českoslovenští hudebníci mysleli, že se jedná o synonymum právě slova rokenrol. Výraz bigbít se mezi veřejností vžil a toto označení se používá dodnes. (Bigbít, 1998) Navzdory nadšení a vlně úspěchu, který rokenrol u veřejnosti vyvolával, byla jeho distribuce v Československu skrz masové sdělovací prostředky a gramofonový průmysl zredukována na okraj hudební scény, přesněji řečeno do malých sálů a divadel. (Vaněk, 2010)



Kultura měla být pro komunismus pomocníkem a příkladnou ukázkou režimu. Zakořeněným a přetrvávajícím programem, který po několik dekád stanovoval umělecké ideály, se stal socialistický realismus. (Alan, 2001) Hnutí, které se po dlouhou dobu v mírnějších či silnějších podobách, snažilo udržovat kulturní nátlak a zároveň vytvářet literární, výtvarný a hudební obsah vyhovující tématům komunismu. V častých případech se nejednalo o kvalitní umění a jeho hodnota byla minimální. (Socialistický realismus, @1999-2015)

Příkladnou ukázkou smýšlení politické moci Sovětského svazu je projev Andreje Ždanova na konferenci představitelů sovětské hudby, kde vyzdvihuje její důležitost.

*Úkol je i v tom, abyste upevnili převahu sovětské hudby, stvořili mocnou hudbu sovětskou, zahrnující všechno nejlepší z minulého hudebního rozvoje, která by odrážela dnešní sovětskou společnost a mohla ještě výše pozvednout kulturu našeho lidu a jeho komunistické uvědomění.“ (Ždanov, 1949, s. 31)*

Nespočetněkrát se Andrej Ždanov (1949) v proslovu zmínil o buržoazní hudbě Západu, která by neměla pohlit seriózní a tradiční hudební scénu socialismu.

## **1. 2. Dlouhé vlasy**

I přes nevoli socialistického systému, získávaly nové hudební žánry početnou skupinu fanoušků a tehdejší Československo poměrně rychlým způsobem propadalo Západu. Údery a represe, které byly proti mládeži vedené, měly veřejnosti ukázat, jak blízko má rocková scéna k té kriminální. Tyto zásahy, často publikované v tisku, byly však jen marnými pokusy, jak odradit mladou generaci od jednotlivých žánrů, bez ohledu na to, zda je jednalo o rokenrol, rock 60. a 70. let či alternativní scénu.

Skupiny osob, jež sympatizovaly se společností angloamerické kultury, byly Státní bezpečností označovány jako „volná mládež“. Jednalo se o jedince, které dobová charakteristika definovala jako alkoholiky, drogově závislé a ty, jež netolerují stávající režim. (Vaněk, 2010)

Každý nový hudební styl sebou již od 50. let přinášel novou ideologii, životní postoj a změnu v oblékání, která nebyla, ani v jinak demokratických státech,

přijímaná jednoduše. Odlišný přístup nevykazovalo ani Československo. Dlouhé vlasy a džínové kalhoty, inspirované stylem hippie, se staly symbolem 70. let i u nás. (Hlaváčková, 2007) Vedené policejní zásahy proti protagonistům tohoto vyznání neměly oporu pouze politické moci. Vítili je také konzervativní rodiče, kteří Veřejné bezpečnosti děkovali za pomoc při výchově svých potomků. Tato iniciativa ze strany režimu došla až k vydání několika zákazů, namířeným proti dlouhovlasým mužům, slangově nazývaným „Máničky“. Nedovolený vstup do některých veřejných prostorů jako jsou kina, restaurace, kavárny, knihovny nebo městské lázně, měla mládež především v Praze nebo Poděbradech. Právě zde vydal městský národní výbor rozhodnutí, jehož předmětem byla dohoda s organizátory kulturních událostí o tom, že „vlasatci“ nebudou během hudebních vystoupení účinkovat. Jako odůvodnění našel úřad v ochraně hostů lázeňského města, před osobami, které jsou nevhledně upraveni a narušují veřejný pořádek. (Vaněk, 2010)

Ani média v podobě novin a magazínů nebyla ze souboje o hudební nadvládu vyřazena. Jak pro konzumenty hudby, tak i pro stát samotný hrála důležitou roli. Od let byl tisk pod přísnou cenzurou hlásající propagandistický a negativní postoj k hudbě Západu a ve prospěch dominantní politické strany. I přes to, že úsilí eliminovat informace o subkulturách, hudbě i trendech Západu bylo velké, do televize a tištěných periodik stejně takové zprávy pronikaly. (Pospíšil, Blažek, 2010)

Období normalizace přineslo uměle vytvořené disco hvězdy, které zaplavily oficiální scénu líbivými melodiemi, jež se v prostředí mainstreamové veřejnosti staly hity a jejich interpreti si náklonnost získali i u komunistické strany. Nepřetržité postihy, represe, nátlaky a degradace, kterou totalitní režim soustavně na hudební scénu vyvíjel, zcela zničil jakékoliv příležitosti pro svobodnou tvorbu, formování vkusu hudebních konzumentů a v neposlední řadě i rozšiřování jejich obzorů v oblasti „buržoazních“ umělců. Jediný možný kontakt s interprety ze Západu byl skrz zahraniční rozhlasové stanice, případně přes nelegálně zakoupené vinylové desky na černých burzách. (Nosálek, ©2012)

Zatímco se angloamerické země snažili plně využít systémů trhu k tomu, aby učinily z hudebních alb a koncertů poptávané zboží, v zemích Východu,

Československa nevyjímaje, se přístup k fanouškovsky úspěšným žánrům, jakým byl například rock, vymezil jen na zákazy, represe a v nejzazších případech i odnětí svobody. (Vaněk, 2010)

### **1. 3. Kontakt s hudební scénou Západu**

Z výše popsané situace, která v totalitním režimu bývalého Československa panovala, je zřejmé, že bližší kontakt s populární hudbou Západu nebyl jednoduchý. I přesto však existovalo několik způsobů, prostřednictvím kterých mohli tehdejší zainteresovaní lidé americkou scénu konzumovat.

#### **1. 3. 1. Rozhlasové vysílání**

Jeden z prvních dostupných a s odstupem času lze říci i velmi vlivných prostředků, skrz který bylo možné navázat spojení s dosud neznámými žánry, se v 50. letech 20. století stalo rockové rádio Luxembourg. Stanice, mladou generací přezdívaná „Laxík“, svou činnost započala již v roce 1924, kdy primárně sloužila pro vysílání vojenské hudby. O sedm let později odkoupila licenci rádia společnost Compagnie Luxembourgeoise de Radiodiffusion a svůj program přenášela ve francouzské i anglickém jazyce. Následné přerušení vysílání v důsledku 2. světové války bylo obnoveno německými okupanty a rozhlas se z neutrálního média stal součástí Velkoněmeckého rozhlasu. Vstupem Američanů do Lucemburska rádio spustilo vysílání pro Němce, jehož hlavní smysl spočíval v mylném informování o neúspěších německého vojska a snahy vědomě docílit postupného ničení morálky německé veřejnosti.

Rádio Luxembourg svou přítomností značně ovlivnilo celý Východní blok a to i navzdory nekvalitnímu signálu, které vysílání mělo. Stejně tak pravidelné ruční ladění radiopřijímačů bylo pro fanoušky jen malá daň za poslech zahraniční hudby vznikající za železnou oponou. *Najednou jsme až do rána poslouchali skladby známých i neznámých kapel ze Západu. (...) Byla to volnost, svoboda, naděje. (...)* *Rádio Luxembourg se stalo neodmyslitelnou ikonou konce padesátých, především pak šedesátých let,* komentuje situaci jeden z posluchačů. (Vaněk, 2010, s. 157) Šumění během přenosu způsobovaly „rozhlasové rušičky“, kterými se Sovětský svaz snažil zabránit poslechu zahraničním stanic. (Mašek, ©2011)

Vlnová délka 208 metrů nesloužila pouze k pasivnímu poslechu. Pro všechny příznivce, kteří Luxembourg pravidelně ladili, znamenala mnohem víc. Rokenroloví fanoušci v Československu přepisovali texty písní z odposlechu ve fonetické podobě. Anglickým jazykem v té době nemluvil nikdo, sepsaná slova nedávala smysl, ale to příliš nevadilo. Tím hlavním cílem bylo vyrovnat se Západu. Příznivci rocku si v tuzemsku vytvářeli poznámkové bloky s informacemi o jednotlivých vydaných deskách, interpretech a kapely napodobovaly písně, které ve vysílání rádia Luxembourg zachytily. (Vaněk, 2010)

Je zřejmé, že na hudebního konzumenta, rozvoj rokenrolové scény a zakládání nových kapel u nás, mělo vysílání rádia Luxembourg podstatný vliv. Mohl za to nepochybně i fakt, že k zahraničním gramofonovým deskám či magnetofonu téměř nikdo přístup neměl. (Bigbít, 1998) Přenos, u kterého někteří trávili i hodiny denně, podával sympatizantům se západní kulturou okamžitou představu o aktuálních trendech a tehdejší hudební scéně.

Živé kapely vznikající v 50. letech u nás, hrály skladby v originálních a později i počestěných verzích. Amatérským muzicirováním nazývá v knize *Byl to jenom rock'n'roll?* Miroslav Vaněk, období masivního zakládání nových kapel, jež se u posluchačů těšily velké slávě a to i přes to, že hudební aparatura převážně bigbítových kapel, nepatřila k profesionálním. Členům stačilo několik kytar a bicí. (2010) Rokenrol patřil k hudebním žánrům, za kterým publikum jezdilo. Příkladnou ukázkou nadměrného zájmu se stal koncert v kulturním sále nádraží Praha – Střed, kde vystoupil Pavel Sedláček se svou kapelou Studijní skupina big beatu. „*Za náma se lidi táhli a nikde to nebylo plakátovaný a stejně bylo plno, protože věděli, že tady budeme hrát. (...) Lezli támhle voknama a všechno možný,*“ vzpomíná hudebník a průkopník českého bigbítu Pavel Sedláček. (Bigbít, 1998, 1. díl)

Rádio Luxembourg však nebylo jediným rozhlasovým vysíláním, které šlo na střední vlnové délce naladit. Americkou stanicí AFN Munich, jež původně cílila především na americké vojsko, mohli v dobré kvalitě poslouchat i lidé v bývalém Československu. Stejně jako u výše uvedené stanice, i zde byly možnosti jako zdokonalování anglického jazyka, přepisování textu písní a sestavování vlastních hitparád, které AFN Munich konzumentům hudby svým vysíláním nabízelo, více

než vítané. Velkou oblíbenost mezi českou a slovenskou veřejností získali i pirátské hudební stanice. Nejznámějšími se stalo Rádio Veronica a Rádio Caroline. Zejména pro vojáky ve službě mělo toto „pirátské“ vysílání zvláštní význam. Poslech stanic jim umožňoval alespoň na chvíli zapomenout na stereotypní dny a pomocí písní plných svobody snadněji vydržet nepopulární základní vojenskou službu. (Vaněk, 2010)

Závěrem roku 1964 vznikl v Československém rozhlasu nový pořad *Dvanáct na houpačce*. Jednalo se o první tuzemskou hitparádu, kde měli příznivci beatové hudby možnost slyšet nejprve zahraniční a později i domácí písně. Jejich umístění v žebříčku měli ve svých rukách právě posluchači, kteří hlasovali zasíláním dopisů do redakce. Obzvláště zahraniční rubrika měla nezanedbatelný význam, protože seznamovala veřejnost se světovou tvorbou. Hitparádou procházeli jak interpreti profesionálové, tak amatérské kapely a umělci, pro které znamenala účast v hitparádě možnost zviditelnit se. (Vaněk, 2010)

Dalším pořadem, jenž se přednostně svou činností snažil seznámit mladé publikum s hudební scénou za hranicemi železné opony, se stala relace *Mikrofórum*. (Pospíšil, Blažek, 2010) Mimo populární a mládeží žádanou hudbou se v Mikrofóru objevovali také hosté či zábavná i vážná témata. To vše na úkor těch propagandistických, které v pořadu chyběly úplně. Poměrně uvolněné vysílání se však s příchodem ruského vojska roku 1968 změnilo. Populární hudba byla obsahem rádia jen minimálně, nahrazovala ji vážná hudba, muzikály, folklór nebo jazz. Náplní rozhlasového hudebního programu se stala převážně domácí tvorba, za ní následovala tvorba Východního bloku a nakonec až hudba z jiných států, trvajícím režimem kritizována a odsuzována pro svou kýčovitost a jednoduchost. Uvolněnější atmosféru přinesla až druhá polovina 80. let, kdy se do vysílání opět dostala rocková hudba Západu. (Kolektiv autorů, 2003)

### **1. 3. 2. Licenční desky**

Určitou charakteristikou socialistického trhu se stala licenční alba. Jednalo se o gramofonové desky zahraničních skupin a hudebníků, od kterých byla československými vydavatelskými firmami převzata licence a alba následně distribuována. Kromě desek konkrétních interpretů vydavatelství často vytvářeli

alba, která byla sestavena z písní z několika alb jednoho, ale i více umělců. Na trhu mohli však fanoušci zakoupit i gramofonové desky, jejichž kompilace se zakládala na specifickém žánru nebo stylu.

Součástí zahraničních desek vydaných u nás byly sleeveoty neboli ediční poznámky, které podávali vlastníkově alba informace o interpretovi a jeho díle. Sleeveoty byly běžně jediným dostupným prostředkem, skrz který se mohl jedinec o autorovi a albu něco dozvědět. Licenční nahrávky často obsahovaly přílohy v podobě překladu textů. Nahrávky vydané v Československu se také lišily svým obalem. (Diestler, 2008) Měly jinak zpracovaný design než obaly původní a ti, kteří o vydané licenční desce jako celku rozhodovali, proto často čelili kritice z řad fanoušků. Příznivcům populární hudby nešlo jen o hudební náplň alba. Přidanou hodnotu viděli také v obalu či dokumentaci. (Vaněk, 2010)

V tuzemsku licenční nahrávky vydávaly společnosti Supraphon a Opus. Právě tyto dvě firmy zprostředkovali velkému počtu hudebních příznivců možnost získat špatně dostupná alba z angloamerických zemí a to i navzdory faktu, že z celosvětově nahraných desek, se jich v Československu vydalo jen minimum a povětšinou s velkým zpožděním. Je pochopitelné, že výrobní a schvalovací proces byl v tuzemsku časově náročný, nikdo by však neočekával, že se například album *With The Beatles* dostane do prodejen až po čtyřiaadvaceti letech od vydání v zahraničí. (Diestler, 2008) Na tehdejší situaci s nedostatkovým zbožím vzpomíná český zpěvák Aleš Brichta:

*Vycházelo toho licenčně naprosté minimum a člověk sháněl hlavně v prodejnách maďarské a polské kultury, kde toho bylo přece jen o něco víc, nehledě na to, že i tuzemská produkce těchto států měla svojí nepopíratelnou úroveň. Hlavní informační hudební kanál ale tvořily tehdy téměř výhradně burzy desek. (tamtéž, s. 21)*

### **1. 3. 3. Kulturní střediska**

Kulturní střediska se řadila k dalším distributorům hudebních nahrávek. Byly to legální prodejny spřátelených zemí, zejména Maďarska a Polska, kde mohli fanoušci u nás zakoupit žádaná alba. Vydavatelství těchto zemí měla v porovnání s domácím Supraphonem a Opusem značně rozsáhlejší výběr licenčních desek.

Nevýhodou, především bulharských a sovětských kompilací, se stala nevyhovující zvuková kvalita vydaných nahrávek. Výjimkou v polovině 80. let nebyly ani cesty do výše uvedených zemí a Jugoslávie. Opravdoví fanoušci je podnikali za účelem koupě originálních a aktuálních alb, které v tuzemsku dostupné nebyly. (Vaněk, 2010)

### **1. 3. 4 Černé burzy**

Nelegálním, avšak naprosto běžným způsobem, jak získat populární, ale i alternativní nahrávky Západu, se stalo směřování a prodej na černých burzách. Kromě toho byla tato setkání komunikačním kanálem, který fungoval k distribuci a případně i následného rozmnožování a šíření jinak nepřístupných alb. Lokality burz se pravidelně měnily. Čím se stávalo jedno místo známější, tím početnější dav lidí se tam objevoval a tím rychleji se o události dozvěděla také policie. I přesto, že na některých místech jako například Slovanský dům dostala burza polooficiální status, zbylá setkání probíhala v tajnosti. V účastnících tyto srazy vyvolávaly pocity dobrodružství a rizik a svou přítomností vyjadřovali negativní postoj proti socialistickému režimu. (Alan, 2001) Zprvu burza začínala čistě na výměnném principu a s deskami lidé zacházeli velmi opatrně. I po páté až desáté výměně, vypadala vinylová deska velmi zachovale. (Bigbít, 1998) Jak popisuje v rozhovoru pro webovou stránku vinyls.cz (Tácha, 2015) Miroslav Vodička, koncept burzy byl v 70. letech založen na myšlence se k hudbě vůbec dostat. Motivace prodeje vinylových desek a později i dalších předmětů za účelem zisku nastala až o jednu dekádu později s nástupem období hudebního žánru metal. Obzvláště na východě země, v Ostravě a Brně byla po tomto zboží velká poptávka. „*Těm jsme prodávali desky, které stály v Praze 400 klidně i za 800 až 900 korun,*“ popisuje Miroslav Vodička (tamtéž). Kromě samotného prodeje desek, plakátů či knížek, se na burzách také rozdávaly seznamy s nadcházejícími koncerty nebo překlady textů. (Vaněk, 2010)

Černá burza se pro veřejnost stala důležitým mezníkem doby. Měla charakter boje proti tehdejšímu režimu, komunikačního kanálu, který umožnil distribuovat a konzumovat nekonformní hudbu a v neposlední řadě nemalého přivýdělku, kterého prodeji dosahovali.

### 1. 3. 5. Domácí nahrávání

Směňování desek mezi přáteli nebo na černé burze nemělo hlavní myšlenku v krátkodobém poslechu alba, přesněji jednotýdenním, než se uskutečnila další burza. Lidé měli hlavní zájem na tom, si v ideálním případě udělat kopii celé gramofonové nahrávky, aby ji mohli opětovně poslouchat.

První metodou zaznamenávání se v Československu staly „rentgeny“.

*Vzal se vyřazený rentgenový snímek, nůžkami se vystříhlo kolečko a uprostřed se udělal otvor. Pomocí ryčky, napojené na rozhlasový přijímač, se do rentgenu vyryl záznam a „české médium“ pro šíření americké kultury bylo na světě,*“ popisuje detailně Aleš Opekar v rozhovoru vedeném Miroslavem Vaňkem. (2010, s. 164)

Na jednu desku bylo možné oboustranně nahrát až šest skladeb. Ačkoli životnost okopírovaného média nelze s originálem vůbec porovnávat, kvalita po stránce technické za vinylovou deskou o mnoho nezaostávala. (Vaněk, 2010) Kromě Československa se výroba rentgenových kopií rozšířila i v dalších východních zemích. Jen Sovětský svaz vyprodukoval v 50. letech touto technikou miliony desek. (Pospíšil, Blažek, 2010) Tento materiál byl později nahrazen kvalitnějším.

Gramofonové desky patřily mezi 50. a 60. lety zcela jistě k nejdostupnějším hudebním nosičům u nás. Magnetofony byly v té době drahé a těžce dostupné. Šíření kopií jednotlivých alb považovalo spoustu nadšenců čistě za druh zábavy, kterou si rozšiřují vlastní sbírku hudebního repertoáru. Jiní v této činnosti našli i vidinu finančního výtěžku.

Příchod cívkového magnetofonu v 60. letech pro mnohé znamenal možnost kvalitnějšího a hlavně dostupnějšího přístroje pro zaznamenávání zvuku. Nejpopulárnější se stala značka Sonet Duo. Svobodě v nahrávání, která nastala s narůstajícím zájmem o magnetofony, už se komunistický režim plně postavit nedokázal. Vzniklé situaci se proto v ekonomické sféře přizpůsobil a zahájil prodej této techniky. Potenciální zákazníci začali být detailně informováni o parametrech, které přístroj má.



Právní úprava se snažila po celém světě redukovat nahrávání a stanovit pro kopírování jasné hranice. I přesto byla svoboda v šíření hudebních kopií velká. Jediná podmínka, kterou zákon ukládal, spočívala v tom, že „*se tak musí dít výhradně pro vlastní potěchu a získané kulturní statky se nesmějí žádným způsobem poskytnout uchu druhé osoby (vyjma příslušníků rodiny).*“ (Franc, 1970, s. 21) Legislativa volného kopírování nahrávek umožňovala a v rozsahu, v jakém se hudba duplikovala, by její náhlá úprava změnu pravděpodobně nepřinesla. (Vaněk, 2010) Většina veřejnosti si magnetofon pořizovala právě proto, aby mohla poslouchat hudbu, kterou chtěla a to bez ohledu na sdělovací prostředky či aktuálnosti dostupných gramofonových desek. (Melodie, 1970, č. 5) „*Život rockerů je svým způsobem i „životem ve vzpouře“, a co víc si k soukromé vzpouře přát než se postavit autoritativním nařízením.*“ (Vaněk, 2010, s. 167) Neopomenutelnými postavami, především ve sféře undergroundu<sup>1</sup>, které se na distribuci hudebních nahrávek také podíleli, byli tzv. točiči. Tímto pojmem lze označit osoby, které zaznamenávaly živé koncerty přímo na kotoučové magnetofony a tím umožňovali jejich další poslech a distribuci.

Domácí nahrávání poskytovalo sdílení zkušeností mezi jednotlivými fanoušky a možnost prepisovat texty či názvy alb. Díky těmto setkáním získala tuzemská společnost možnost poznat alternativní kultury v protikladu k té oficiální. Magnetofony umožnily volný poslech hudby a to bez časového omezení. Kvalita nahrávek byla závislá především na tom, z kolikátého duplikátu si jedinec záznam kopíroval. Byť měl zvuk na magnetofonové pásce po technické stránce vyšší kvalitu než nahrávky z rozhlasových zahraničních stanic, gramofonové desce se nevyrovnal. (Vaněk, 2010)

### **1. 3. 6. Tištěná média**

Černé burzy nebo prostředí domovů, kam se hudební fanoušci ubírali za kopírováním alb, nebyly jedinými místy, kde bylo možné se seznámit novými informacemi či je dál předat. Navzdory politické situaci, jaká v Československu

---

<sup>1</sup> Pojem označující skupinu lidí vyznávající nekomerční a od roku 1969 i režimem zakazovanou rockovou hudbu. V Československu se jednalo o neoficiální a rovněž ilegální činnost. Symbolem hudební scény undergroundu u nás se stala skupina The Plastic People of Universe. (ALAN, 2001)

převládala, existovalo několik tištěných médií, která o nových zprávách ze světa hudebního Západu mluvila. Interpretace této kultury byla však především ze strany moci označována jako úpadková. (Pospíšil, Blažek, 2010)

Časopis *Melodie* patřil od svého vzniku v roce 1963 k předním tiskovinám, který obsahem přinášel rozhled o hudební scéně a snažil se ji zachytit v ekonomickém, uměleckém a kulturním kontextu.

*Vážení čtenáři, neznáme vás ještě, proto před vás předstupujeme s prvním číslem Melodie trochu s obavami. Víme sice, co chceme, aspoň pro začátek. Tušíme vaše zájmy i co od nás očekáváte. Hodláme vám pomoci orientovat se co nejlépe ve složitých otázkách hudby, hlavně v malých hudebních žánrech, s nimiž nejčastěji přicházíte do styku, přáli bychom si s vámi co nejužěji spolupracovat hned od začátku....* (Kuna, 1963, s. 1)

Jako oficiálnímu periodiku byla Melodii předurčena ideologická témata socialistického režimu. Obsah časopisu tak vyplňovaly rozhovory s vedoucími hudebních vydavatelství či funkcionáři kulturní sféry KSČ. I přes to, zde však bylo dostatek prostoru pro aktuality z hudebního světa, informace o nových žánrech či interpretech. Druhý ročník měsíčníku *Melodie* pevně poukázal na to, že není v jeho zájmu vydávat pouze články ovlivněné tehdejšími režimem, ale především mapovat oblast od bigbitu po moderní formu jazzu, amatérské měřítko nevyjímaje.

Uvolněná atmosféra 60. let pozvedla měsíčník na úroveň tiskoviny, která přicházela s informacemi bez většího zpoždění. Získal si zasloužený respekt u čtenářů a s ním i zvýšený náklad výtisků. Kvůli co možná nejpravidelnějšímu přehledu o hudebním dění v tuzemsku i ve světě, vznikl doplňkový čtrnáctideník *Aktuality Melodie*, který tuto funkci zastával. Jeho vydávání bylo zastaveno v roce 1970 s příchodem okupační armády. S obdobím normalizace nastala také změna v obsahu časopisu *Melodie*. Český úřad pro tisk a informace začal směřovat měsíčník k ideologii socialismu. Objevily se i názory, že se periodikum samo začalo režimu podbízet. Pokud však měl v tehdejší výčtu tiskovin zůstat alespoň nějaký oficiální zdroj, který by popisoval hudební trendy a žánry, bylo třeba z pozice *Melodie* občasných ústupků a kompromisů. I přesto se touha hudebních fanoušků po nových

informacích zvyšovala a předplatit si nebo koupit měsíčník na stánku bylo často nemožné. Z Melodie se na určitou dobu stalo podpultové zboží.

V roce 1984 získaly články povahy bez nápadu a profesionality, za to naplněné socialistickými frázemi. Odůvodnění náhlé změny přineslo vyjádření Ideologické komise Ústavního výboru KSČ. (Vaněk, 2010)

*Časopis Melodie neúměrně propagoval populární hudbu, přičemž se zaměřoval na propagaci extrémních skupin a interpretů. (...) Vyzdvihoval autory a zpěváky napodobující západní „vzory“. Kritické připomínky oddělení kultury ÚV KSČ, tlumočené mnohokrát prostřednictvím ředitele Panoramy, redakce Melodie nerespektovala. Proto bylo překročeno ke kádrovým změnám. (ÚV KSČ, cit. dle Vaněk, 2010, s.514)*

Dopisy do redakce s dotazy, proč najednou měsíčník obsahoval témata týkající se podprůměrného středního proudu a ne bigbitu, jako tomu bylo doposud, posílali především nespokojení fanoušci. Po tomto nepopulárním období, jímž si Melodie prošla a po proměně redakčního týmu v čele s novým šéfredaktorem Janem Dobiášem, se roku 1987 kvalita měsíčníku opět zvedla. Hned v prvním inovovaném vydání redakce čtenáře upozornila, že interakce s nimi je pro kvalitní fungování periodika velmi důležitá. (Vaněk, 2010)

Hudební témata byla předmětem i dalších oficiálních publikací. Vydavatelství Supraphon začalo roku 1965 tisknout šestnáctistránkový měsíčník *Gramorevue*. Informoval veřejnost o nově distribuovaných gramofonových deskách, přinášel rozhovory s interprety či hudební recenze. (Hudební měsíčník *Gramorevue*, © 2015) Nechyběly zde ani soupisy československých desek ze všech tuzemských vydavatelství. Významným tištěným médiem zabývající se hudebními tématy byl také *Mladý svět*. (Vaněk, 2010)

Samizdatový výtisk *Vokno* byl vůbec prvním neoficiálním časopisem tohoto typu. Od roku 1979 se až do pádu komunismu u nás, stal hlavním informačním zdrojem undergroundové kultury. (*Vokno*, ©2015) Od poezie, povídek až k hudebním trendům alternativní sféry. Tento nepravidelně vycházející časopis si kladl za cíl informovat o uplynulých, nikoli nadcházejících událostech. Komunikovat se čtenáři a kritiky prostřednictvím diskuzí a zasílaných příspěvků a v

neposlední řadě překládat pro československého čtenáře zajímavé zprávy ze zahraničí. (Jirous, 1979, s. 1)

Hudební tištěné sdělovací prostředky, ať již oficiální nebo nikoliv, měly v době komunistického režimu velký význam a to zejména pro příznivce alternativních či západních žánrů, popřípadě bigbítových interpretů u nás. Poskytovaly kontakt se svobodným světem, nové informace a všeobecný přehled týkající se hudební scény. O tom, že pro lidi v bývalém Československu znamenala hudba a vše kolem ní opravdu hodně svědčí i skutečnost, že tuzemští hudební příznivci byli znalci v tomto oboru. Okamžité reakce na kvalitu jednotlivých ročníků *Melodie*, jejíž obsah se v průběhu let střídavě proměňoval z propagandistických a mainstreamových článků na kvalitně zpracované recenze nebo rozhovory, jsou typickým příkladem zainteresovanosti nadšenců do západní kultury.

Z pohledu hudební tematiky československá společnost, během období stráveného v socialistické moci, prošla složitými i snazšími fázemi. Vliv zahraničního rozhlasového vysílání přinesl první bližší kontakt s nedostupnými nahrávkami. Pravidelná zpětná vazba fanoušků směrem k tištěným médiím pomáhala ke zvyšování kvality jednotlivých tiskovin. Nedosažitelnost většiny zahraničních alb měla za následek jedno z prvních masovějších sdílení a šíření hudby mezi konzumenty v Československu. To však nebylo primárně regulované právní stránkou, jak by se mohlo na první pohled zdát, ale samotnou politikou. Snaha o získání nekonformního zboží vytvořila z příznivců západní hudby komunitu, která upevňovala odpor k tehdejší ideologii a vidinu boje za svobodu. Miroslav Vaněk sám ve své knize (2010) zmiňuje, že mnoho studentských prací zastává stanovisko, že právě společenská situace 60. a 80. let má podstatný podíl na hudebním nadšení mládeže, kterou v dnešní době jedinci již nezažívají. Participace ve sdílení nahrávek či informací jednoznačně upevnila spotřebitelko-fanouškovskou základnu.

## 2. Od analogových zařízení k digitálním

Na základě sumarizace období Československa je patrné, že tehdejší situace neměla zásadní dopad pouze na omezenou nabídku zboží, ale pro Východní blok to také znamenalo značné zpoždění ve vývoji a dostupnosti zařízení a nosičů, na které se hudba zaznamenávala. Značný progres v technologickém postupu a revoluci hudebního průmyslu byl vždy nejzřetelnější v západních zemích, zejména v USA. Po výrazném nárůstu prodeje gramofonových desek, jenž byl ve velké míře zapříčiněn oblibou v rockové hudbě, dosáhl hudební průmysl vysokého profitu z nahrávek ještě několikrát. Hned podruhé s nástupem audiokazety.

### 2. 1. Audiokazeta

S první ukázkou tohoto malého nosiče záznamu přišla firma *Philips* na výstavě v Berlíně roku 1963. Kazetu tvoří dvě malé cívky uzavřené v plastovém obalu, který je pokrytý magnetickou vrstvou. Základní princip nahrávání spočívá v magnetizaci.

*Vinutím cívky prochází elektrický proud s časovým průběhem odpovídajícím průběhu zaznamenávané akustické zprávy. Magnetické siločáry, vybuzené elektrickým polem, se v místě štěrbiny uzavírají přes magnetofonový pásek, čímž ho magnetizují.* (Multimediální technologie, ©2015)

Díky pomalé rychlosti, kterou se páska navíjela, a její délce, neměl zvuk zprvu příliš dobrou kvalitu. (Digital to Analog: History of the cassette tape, ©2015) Pomocí dokonalejší technologie začali výrobci produkovat audiokazety se zvýšenou kvalitou poslechu bez šumu a věrnou reprodukcí zvuku. K tomu přispělo několik společností, mezi nimi i chemických, a spojením oxidu chromitého a kobaltu došlo ke zdokonalení úrovně kazet zvaných „chrome“, v češtině „chromky“. Spojením těchto o třídu vyšších audiokazet s výkonným přehrávacím zařízením mohl nosič bezproblémově konkurovat gramofonové desce. (Nývlt, ©2003)

Od původní kapacity audiokazety dvakrát 30 minut se výrobci dostali na 90 minutovou stopáž, což bylo o polovinu více než u vinylového nosiče. Na jednu pásku o této délce bylo možné nahrát až dvě úplná alba. (Digital to Analog: History

of the cassette tape, ©2015) To, jak kvalitní byla kazeta samotná, se stalo zásadní pro úroveň zvuku. K nejlepším a zároveň i nejdražším kazetám patřila značka Maxell. V komunistickém Československu byla její dostupnost ojedinělá. Posluchači proto využívali levných verzí značky Emgeton. Kromě prázdných kazet si mohli fanoušci koupit i MC kazetu<sup>2</sup> s již předem nahraným obsahem. Součástí krabičky byl mimo samotné médium také booklet<sup>3</sup>, který obsahoval texty a názvy písní, fotografie či sdělení konkrétního interpreta. (Nývlt, 2003)

Přístup k levným a prázdným kazetám pomohl snadněji nahrávat hudebním interpretům své skladby, ale hlavně umožnil mladé veřejnosti sestavovat své vlastní kompilace nezávisle na žánru či interpretovi. Domácí nahrávání vytvořilo z hudby fenomén dostupný pro široké masy lidí, což mělo za následek výrazné snížení zisku nahrávacích společností.

### **2. 2. 1. Walkman**

Rozvoj a popularita audiokazet také zásadně ovlivnila dostupnost přenosných hudebních zařízení. Tím nejvýznamnějším osobním typem přehrávače, který byl založen na baterii jako zdroji energie, se stal Walkman. Mobilní hudební přehrávač na trh přinesla firma Sony Corporation v roce 1977. (Digital to Analog: History of the cassette tape, ©2015) Zařízení bylo velmi snadné na ovládání a kvalita zvuku, jakou Walkman zprostředkoval, překonala většinu stolních přehrávačů. Nevýhodou byla jeho cena, která se pro většinu potenciálních spotřebitelů stala nedosažitelná. Úplně první typ TC-D5 stál přibližně 1 000 dolarů. (Hornby, 2013)

Hlavní myšlenka Walkmanu jako produktu spočívala ve volném poslechu hudby na jakémkoli místě a kteroukoli dobu. Omezen byl pouze výdrží baterie. Přes prvotní nedůvěru veřejnosti, se však přehrávač brzy stal žádaným a během měsíce vyprodaným zbožím a započal tak novou revoluční dobu v poslechu hudby. (Kasík, 2007)

Po roce 1982 se výroba kompaktních kazet zastavila, mohl za to příchod nového média na trh, který společnosti Sony a Philips představily – kompaktní disk. (Digital to Analog: History of the cassette tape, ©2015)

---

<sup>2</sup> Musicassette – kazeta s předem nahraným obsahem

<sup>3</sup> Brožura, která je součástí každé MC kazety. Slouží jako doplňující informace pro posluchače

## 2. 2. Kompaktní disk

S nástupem období kompaktních disků, zkráceně CD, se spotřebitelé dočkali nového způsobu distribuce hudby a to digitální. Cílem výrobců záznamových nosičů bylo vytvořit médium, které by v sobě bylo schopné uložit velké množství informací. Spoluprací firmy Sony a Philips se technologický progres výrazně posunul až k vyvinutí optického disku. Roku 1980 tyto dvě společnosti rozhodly o univerzální verzi CD a veřejnosti dostupné se první kompaktní disky staly o dva roky později. (Peek, 2010) Následoval rozsáhlý prodej hudebních alb, jež stejně jako CD přehrávače ovládla hudební světový trh. Dominovaly mu vydavatelské společnosti *Universal/Polygram*, *Sony Music Entertainment*, *EMI*, *Warner Music Group* a *Bertelsmann Group*.

Už v polovině 90. let však došlo k obratu a hudební průmysl se ocitl v krizové situaci. Prodej nahrávek výrazně klesal. Mohl za to především vývoj technologie, který dosavadní formy nosičů zastínil. Digitální hudbu bylo možné opakovaně kopírovat, aniž by došlo ke ztrátě její kvality a díky komprimaci<sup>4</sup> jednotlivé nahrávky snadněji šířit a stahovat. Problematiku nelegálního kopírování řeší průmyslový trh dlouhá léta, avšak s nástupem internetu, který se stal téměř okamžitě ideálním médiem pro šíření tohoto druhu produktu, bylo třeba, aby tuto situaci vyřešil ve svůj prospěch. Pro konzumenty se souhra těchto faktorů stala klíčovou ve vývoji preferencí, které hudební příznivci, zejména mladé generace, získali.

Distribuce skrz internetové prostředí, jež přispělo k tak razantnímu poklesu prodeje CD, bylo značnou částí způsobeno i nezodpovědným jednáním trhu. Protože součástí kompaktních disků nebyla žádná ochrana proti kopírování, bylo možné na dostupné prázdné kompaktní disky, za pomoci vypalovacích mechanik, vytvářet velké množství kopií s nezhoršující se kvalitou. (Dolata, 2011)

## 2. 3. Formát MP3

Poté, co se ve druhé polovině 90. let objevil software pro kompresi hudebního souboru do podoby MP3 formátu, došlo k ještě většímu prohloubení

---

<sup>4</sup> zhušťování dat

problematiky veřejného online sdílení hudby. Ani zde hudební průmysl neočekával, jaký dopad bude mít příchod tohoto zpočátku podceňovaného formátu. (Dolata, 2011) Motion Picture Experts Group-Layer 3, zkrácené MP3, je audio komprimovaný formát vytvořený německou společností Fraunhofer Gesellschaft, jenž napomohl ke změně dosavadního způsobu ukládání a zacházení s hudbou. Zatímco jedna minuta hudebního záznamu na CD vyžaduje v počítači úložný prostor o velikosti 10 megabytů, u MP3 formátu se stejnou délkou stopáže stačí pouze 1 megabyte a méně. (Alexander, 2002, s. 153)

K rozšíření MP3 přispěl také způsob, jakým se počítače nově začaly připojovat k internetu. Kabelovým připojením se data přenášela rychleji než zastaralejším způsobem přes modem. MP3 model byl ojedinělým v tom, že na rozdíl od jiných hudebních formátů, měl náklady na distribuci i výrobu téměř nulové. (Alexander, 2002)

Reakce nahrávacích společností na tehdejší situaci přišla s velkým zpožděním. I přes to se snažily podniknout základní kroky proti dalšímu nelegálnímu šíření hudby. V druhé polovině 90. let společnosti vyvíjely nátlak na úpravu právních předpisů v oblasti duševního vlastnictví. Základní verze zákona o ochraně autorských práv, na kterou se firmy začaly okamžitě odkazovat, vznikla roku 1998. Avšak další krok, jakým byl pokus o vytvoření bezpečnostních technologií ve spolupráci s výrobcí spotřební elektroniky, které ilegální distribuci zabránil, účel nesplnil. Většina hudebních nahrávek měla v té době již podobu nechráněných MP3 formátů a mohla se tak volně šířit online. (Dolata, 2011)

## **2. 4. Napster**

Pokusy o vznik stahovacích serverů přišly také ze strany hudebních společností. První legální obchod byl Music on Demand, který vznikl v Německu roku 1997. Jeho neúspěch zapříčinily dva hlavní nedostatky - vysoké ceny a dlouhá doba stahovaného souboru. Zcela opačným směrem se vyvíjela síť Napster. (Dolata, 2011) Koncept tohoto serveru, jež vytvořil americký student Shawn Fenning, byl založen na přímé výměně souborů mezi hudebními příznivci skrz jednu centrální síť. Během půl roku začalo tento peer-to-peer systém využívat 10 milionů uživatelů.



Napster zkombinoval funkci sdílení, nahrávání a stahování hudebních MP3 souborů s možností chatování a vytvořil tak jednotnou komunitu, která má volný přístup ke 2 milionům autorsky chráněných skladeb. V roce 2001 byla činnost Napsteru zastavena na základě žaloby, kterou proti němu podala Asociace amerického nahrávacího průmyslu, za porušování autorských práv. (Giesler, Pohlmann, 2003, s. 4-6) Začátkem milénia se ještě hudební společnosti pokusily upravit model Napsteru do legální podoby, za kterou měl uživatel platit, avšak bez výsledku. Soudní jednání vedené proti Napsteru volné šíření hudby nezastavilo, naopak. Začala vznikat druhá vlna ilegálních služeb, která byla na rozdíl od těch předchozích centralizovaných jako Napster nebo MP3.com, založená na principu decentralizace. Neexistoval zde jeden hlavní počítač se soubory, ale složitá síť. Uživatel se připojil k tomu počítači, který požadovaný obsah měl. Proto bylo daleko složitější vysledovat viníka, jenž hudbu šířil a byl za nelegální distribuci zodpovědný. Tento způsob využívali například služby jako Gnutella, FreeNet nebo Kazaa.

Fenomén volného šíření hudby nastal již před obdobím internetu. Jednalo se ale spíše o aktivitu mezi přáteli, která umožňovala se k hudbě prostřednictvím fyzických kopií vůbec dostat. Služby jako Napster nebo Kazaa však přispěly ke změnám v přístupu k hudbě a chování uživatelů. S připojením k internetu nebyl problém si ji kdykoliv stáhnout. Kupovat ji už nebylo nutné. Rychlý technologický pokrok a nepřipravenost hudebního průmyslu na něj aktivně reagovat, přivedly hudbu do situace, ve které přestala být komoditou a stala se volným kulturním dědictvím pro všechny.

## **2. 5. iTunes**

Přes dosavadní neúspěšné pokusy o utlumení masivního sdílení, se i hudební společnosti pokusily o vytvoření vlastního modelu distribuce. Společnosti BMG, Warner a EMI začaly spolupracovat na nové stahovací službě MusicNet, které se souběžně vytvořila konkurence v podobě služby Pressplay, jež měly na svědomí firmy Universal a Sony. Pro svou nepříliš velkou oblíbenost a neshody mezi společnostmi skončily oba koncepty po dvou letech od spuštění.

Neschopnost uspět na komerčním trhu s digitální hudbou se podařilo překonat až v roce 2003 firmě Apple. Služba iTunes Store se uchytila v USA, následně i v Německu, Francii a Velké Británii a postupně se rozšiřovala a oblíbenost získávala i v dalších zemích. Mezi vydavatelstvími i hudebními fanoušky patřil iTunes k nejpoblárnějším komerčním službám. Tato, po technologické stránce, uživatelsky jednoduchá platforma prodala během čtyř let přes 3 miliardy skladeb a souběžně s nimi na 100 milionů přehrávačů iPod od firmy Apple. (Dolata, 2011)

## **2. 6. Sociální sítě**

Internet sám o sobě je velmi interaktivním prostředím, avšak se vznikem sociálních sítí se jeho podstata stala daleko osobnější. Důvodem byl především vznik sociálních sítí, kde mohou uživatelé pod svými vytvořenými účty vyjadřovat své názory, sdílet fotografie nebo komunikovat s dalšími lidmi. V posledních letech byl nárůst těchto typů sítí obrovský. Mezi ty nejpoblárnější patří dnes Facebook, Twitter nebo Instagram. Navzdory tomu, že jsou založené na shodných technologických vlastnostech, aktivitami a zájmy, kvůli kterým je lidé používají, se liší. Hudební sférou ovlivněná se stala především sociální síť MySpace. Interpreti si zde vytvářeli oficiální profily, které využívali ke komunikaci se svými fanoušky. Mohli sem přidávat své nahrávky a dalšími způsoby oslovovat své příznivce, informovat je o nových událostech a zapojovat do přímé interakce, díky které měli fanoušci možnost budovat si svou vlastní identitu a příslušnost k dané fanouškovské skupině. Sociální síť MySpace se odlišovala také tím, že pravidelně uživatelům poskytovala funkce na základě jejich poptávky a umožnila jim stránku personalizovat. Jediným problémem, se kterým se síť potýkala, bylo slabé bezpečnostní opatření. MySpace se díky tomu dostala do nepříjemné situace a v roce 2005 byla odkoupena společností News Corporation, které se v dosavadním úspěchu pokračovat nepodařilo. Stagnace a špatná strategie vedly k tomu, že Facebook nahradil MySpace jak nárůstem aktivních uživatelů, tak i zabezpečenějším systémem a stal se dominantní sociální sítí. Druh této interakce

přijali uživatelé jako součást jejich každodenního života. Dannah Boyd tvrdí, že prostor těchto sítí podporuje socializaci stejně jako veřejné prostředí. (Boyd, 2008)

Díky neustálému progresu, jakým technologie prochází, máme v dnešní době možnost konzumovat hudbu přes počítač či jiné digitální přístroje, jakými jsou například mobilní telefony nebo tablety. Fyzická média jsou používána stále méně. Nejnovější vývojovou fází je v současné době uchovávání hudby v „cloudu“ a službách na tomto principu založených. Cloud computing, jak se celým názvem model označuje, neukládá soubory na fyzických nosičích, ale ve volném síťovém prostoru, ke kterému má uživatel přístup z různých elektronických zařízení, jež podporují připojení k internetu.

Hudební průmysl tohoto modelu využívá ve formě streamovacích služeb, které dávají uživateli přístup k velkému hudebnímu obsahu. (Morris, 2011) Takto založené služby umožňují především poslouchat neomezeně kdykoliv a kdekoliv širokou nabídku hudebních interpretů. Ačkoli se první služby tohoto typu staly součástí trhu již v roce 2007, úspěch mezi hudebními příznivci zajistil až příchod švédské značky Spotify. Vývoj a problematiku této nejnovější formy distribuce hudby, která se v poslední době stala velmi diskutovaným fenoménem, popíšu v další části práce.

Audiokazeta zpřístupnila hudební obsah široké veřejnosti a podnítila tvorbu a participaci v podobě fanouškem vytvořených kompilací. S příchodem Walkmanu přestali být jeho vlastníci omezeni na poslech hudby na jednom místě. Hudba se pro ně stala všudypřítomným prvkem. Digitální doba zdůraznila problematiku nelegálního sdílení a vznik sítě Napsteru zcela zničil význam hudby jako komodity. Lidé už za nahrávky nebyli ochotni platit. Situace se částečně podařila vyřešit až službě iTunes, jejíž strategii si oblíbilo velké množství hudebních posluchačů. Ti mohli skrz internetové prostředí nejen stahovat a nakupovat hudební skladby, ale také být v kontaktu se svými oblíbenými interprety. Právě přes sociální sítě se začala budovat nová forma komunikace mezi umělcem a fanouškem a inspirovala k dalšímu vývoji distribuce hudby.

### 3. Teoretické zakotvení

Jak bylo patrné z první části této práce, na vývoj, jakým se distribuce hudby ubírala, měl velký vliv technologický pokrok. Nebojím se tvrdit, že k těm nejmarkantnějším a nejrychlejším změnám docházelo s nástupem digitalizace. V dlouhé historii jen stěží najdeme etapu, která by se podobala posledním třiceti letem. Hudební průmysl se projevil velmi dynamickým způsobem. Mechanismy distribuce měly dopad na fungování hudebního trhu a v neposlední řadě také na chování hudebních fanoušků a jejich konzumaci hudby jako takové.

Tato část práce je zaměřená na konvergenci médií a její dopad na distribuci a konzumování hudby, hudební průmysl a samotné posluchače. Pokusím se pomocí odborné literatury vysvětlit, jak technologie ovlivňuje distribuci, poukážu na základní charakteristiky posluchače a jeho formování v závislosti na technologiích, které hudbu šíří. Dále vysvětlím pojem konzumace v hédonistickém pojetí a typologii toho, jak jedinec konzumaci vnímá.

#### 3. 1. Konvergence médií

Zejména s větší dostupností internetového připojení a příchodem digitalizace máme možnost být svědky nových způsobů distribuce neboli šíření hudby. Zatímco před několika desítkami let bylo možné album oblíbené interpreta přehrát jen na gramofonové desce, dnešní doba nám díky zdokonalující se technologii umožňuje tuto činnost zprostředkovat hned několika způsoby. Mediální terminologie o tomto procesu mluví jako o konvergenci.

Výraz konvergence označuje „*sbližování médií z hlediska přípravy, distribuce a vnímání obsahů, jehož výsledkem má být výskyt stejných mediovaných sdělení v různých technologických formách.*“ (Reifová, 2004, s. 111) Henry Jenkins tento pojem ve své knize *Convergence culture where old and new media collide* zmiňuje ve významu obsahu, který se prolíná napříč mediálními platformami, a to ve spolupráci s jak hudebním průmyslem, tak publikem a jejich chováním. (2006, s. 2) Právě veřejnost, v našem případě můžeme pro lepší orientaci používat výrazu posluchači, je zásadní. Pro získání žádaného produktu dokážou být konzumenti

vynalézaví a proto i šíření mediálního obsahu závisí z velké části na jejich aktivní participaci. Sami propojují jinak nesourodé platformy, zajímají se o nové informace a vzájemnou interakcí s dalšími spotřebiteli konvergenci vytváří. (Jenkins, 2006)

Jak bylo možné vypořádat v první části práce, nejviditelnějším se tento jev stal v internetovém prostředí. Upevnění právní stránky a úprav zákona o duševním vlastnictví způsobilo rozšíření nelegálních stahovacích serverů, kde posluchači relativně snadným způsobem získali přístup k hudebním položkám. Ty se začaly transformovat do podoby volně přístupného produktu, a tudíž bylo a stále je v hlavním zájmu velkých společností hudebního průmyslu na tuto situaci efektivně reagovat. Přesněji řečeno přizpůsobovat modely distribuce novým trendům, technologickému pokroku a v neposlední řadě vlivnému faktoru, kterým je samotný hudební fanoušek. Je proto logické, že vydavatelé a další jednotky s touto problematikou spojené, chtějí sféru internetu využít.

Provozování online služeb bychom ještě před pár lety mohli, v porovnání s fyzickými formáty, jakými byly kompaktní disky považovat za okrajový produkt. V roce 2014 však streamovaná hudba překonala výdělek 1,87 bilionů dolarů a převýšila tak zisk z prodeje CD. Je třeba zmínit, že se na příjmu pro hudební průmysl i přesto podílí fyzické nosiče ve větším měřítku než streamování samotné. I tak lze tvrdit, že se jedná o službu, která má v současné době vedle kompaktních disků a digitálního stahování pevné místo mezi způsoby hudební distribuce. (Geslani, 2015)

Internetové prostředí je stvořené pro interakci a aktivní participaci. Je možné zde šířit své názory a zkušenosti a pomocí zpětné vazby inovovat a řešit problémy, které vznikají nejen v hudební sféře. Je zřejmé, že pokud se hudební společnosti a vydavatelství nebudou o tento druh fanouškovského chování zajímat, mohou očekávat sníženou popularitu svých služeb, horší pověst a nižší zisk z prodeje produktů. (Jenkins, 2006, s. 24)

### **3. 2. Konzumace a typologie**

Pojem konzumace můžeme definovat jako proces využívání či spotřeby zdrojů. (Oxford Dictionaries, ©2015) Vzhledem k tomu, že hlavními konzumenty

hudby jsou fanoušci, je pro naše účely třeba vnímat tento výraz ve významu hédonické konzumace, čili spotřeby produktů, které jsou primárně založeny na touze radování se a štěstí. (KamCity, ©2015) Poslech hudby či její šíření emocionálně ovlivňuje její spotřebitele už od dávných dob.

Způsobů, jak může posluchač hudbu konzumovat a být s ní v interakci je několik. Douglas Holt vytvořil typologii konzumace, která výše uvedené tvrzení vysvětluje. Ve své práci popisuje její čtyři metafory:

**Konzumování jako zkušenost:** Tato metafora ukazuje, jakým způsobem si spotřebitel užívá daného předmětu ve svém běžném sociálním životě. U spotřebitele je v tomto případě kladen důraz na emocionální stavy během konzumace. Konzumenti interpretují, vyhodnocují a oceňují předmět spotřeby.

**Konzumování jako integrace:** Metafora popisuje, jak podstatnou se pro identitu člověka může stát spotřeba daného objektu. Jedinec se začlení do součásti výrobního procesu spotřebovávaného předmětu například tím, že ho přeměňuje. V případě hudební sféry může jít o úpravu stávající hudby, vytvoření vlastní kompilace nebo remixu.

**Konzumování jako hra:** Zde metafora ukazuje, jak je možné využívat konzumaci k zábavě, hrám a interakci s ostatními. Spotřebitel zde využívá objektu jako prostředníka pro komunikaci s dalšími konzumenty. Přehrávání hudebních skladeb se tak stává zdrojem interakcí a zábavy mezi jednotlivými posluchači.

**Konzumování jako třídění:** Metafora odkazuje na to, jak třídít sebe ve vztahu k ostatním na základě spotřeby konkrétního produktu. Jak budovat vztah skrze společné symboly participujících, které je spojují. Fanoušci daného umělce budou nosit oblečení s názvem interpreta nebo jeho fotografií. (Holt, 1995)

Proces konzumu hudby neznačí pouze její poslech. Hudební fanoušek vnímá tento jev v širším měřítku společně s dalšími atributy, které s procesem digitalizace hudby narůstají a upevňují nadhodnoty mimo poslech samotný. Konzumenti sdílejí společnou symboliku a zájmy, využívají hudbu ke komunikaci s dalšími konzumenty, interpretují a hodnotí předmět spotřeby a jsou tvůrci, šířiteli a účastníky, kteří se podílejí v různém rozsahu na výrobě hudebního obsahu. Lze tedy tvrdit, že jedinec, který je konzumentem hudby, bude nepochybně i aktivním

spotřebitelem-participantem a to i v případě, že se zasadí o pouhé vytvoření vlastního playlistu nebo remixu.

Navzdory výraznému poklesu prodeje alb umělců, který v předchozích 15 letech trh zaznamenal, nelze tvrdit, že by lidé poslouchali hudbu méně. Zatímco v období před digitalizací byly hudební nahrávky drahé a fanoušci si pečlivě vybírali, které album si koupí, díky otevřenému prostředí internetu a šíření souborů nelegální cestou je možné získat velké množství nahrávek téměř kdekoliv. Vlastnictvím hudebních fyzických sbírek si fanoušek budoval svou identitu, nastává otázka, zda je toho schopný i jedinec dnešní doby. (Wikström, 2014, s. 19-21)

### **3. 3. Vliv digitalizace na distribuci hudby**

Proces převodu analogového signálu, ať již zvukového či obrazového, do podoby binární soustavy nazýváme digitalizací. (UNIVERSUM, 2002, s. 533) Patří k jednomu z nejdůležitějších faktorů, které pozměňují způsob, jakým jsou data, v našem případě hudba, tvořena, šířena a sdílána. Digitalizace umožnila propojit jednotlivé sítě komunikace, které spolu nepřetržitě a okamžitě interagují. (Wikström, 2011)

Přechod na nový formát umožňuje umělcům inovovat způsoby prodeje jejich alb a spotřebitelům dává nové možnosti, jak přístup k hudbě získat. Marius Carboni ve své práci *The digitization of music and the accessibility of the artist* popisuje několik cest. Od nákupu fyzického či digitálního média přes streamování celých alb či pouze jednotlivých skladeb. (2014, s. 150) Je třeba mít na paměti, že paralelně s legální cestou se vytváří i ta nelegální, která má ke spotřebitelům často o krok blíž a markantně se podílí na vývoji modelů online služeb. Peer-to-peer software Napster dal svým ilegálním modelem záminku hudebnímu průmyslu vyvinout alternativní způsob distribuce, který bude po právní stránce v pořádku. Tato služba také ukázala, že pokud dostatečný počet lidí souhlasí se sdílením hudby v kontextu pirátství, online prostor se může přiblížit k hudebními konzumenty často diskutovanému pojmu „nebeský jukebox“. (Condry, 2004) Jedná se o službu, která bude posluchači umožňovat konzumaci hudby na jeho vyžádání. (Raven, 2006)

S příchodem online distribuce nastala změna i v náhledu na koupi alba jako celku. Ilegální servery umožnili stahovat písně jednotlivě a jejich uživatelé tuto možnost přijali kladně. Existují teorie, že peer-to-peer sítě se staly částečně i službami, které prodej originálních nahrávek podporovaly. Uživatelé často nemají zájem na tom, kupovat si celé album, pokud neznají obsah. První jejich kroky proto směřují ke stažení písně daného interpreta a k procesu „vzorkování“<sup>5</sup>, kterým získal konzument o obsahu přehled a následně si album zakoupil. (Peitz, Waelbroeck, 2004)

Patrik Wikström ve své práci (2011) uvádí, že požadavky spotřebitelů se již tolik nezakládají na skutečnosti vlastnit své oblíbené písně, jako možnost mít přístup k hudbě v jakýkoliv čas a na jakémkoliv místě. Nahrávky ztrácejí svou významnost vlastnictví a nahrazují je faktory neomezeného přístupu a přijímání hudebních zážitků či zkušeností. Z těchto důvodů se na online distribuci hudby pohlíží především jako na službu a již nikoli jako na produkt. Jednotlivé služby na sebe vzájemně působí, ovlivňují se a vytváří nové a společné charakteristiky. Jednou takovou je i model Freemium, který se stal běžnou součástí velké většiny online služeb. Jedná se o obchodní model zavedený hlavně v internetovém prostředí, který nabízí základní poskytované služby zdarma a následně pokročilé funkce, za něž si už musí uživatel zaplatit. (Oxford Dictionaries, ©2015) V závislosti na typu služby se jedná o jednorázové částky či paušální poplatky.

Pro udržení příznivců je zásadní, aby hudební legální online služby byly svou kvalitou alespoň srovnatelné s nelegálními a mohly s nimi o hudební příznivce soutěžit. Wikström (2011) si pokládá otázku, kde je hranice právě této kompetitivnosti? Klíčovým atributem bývala rozsáhlá databáze, kterou může uživatel konzumovat. S větším obsahem roste i oblíbenost. Dnes jsou však kapacity hudebních databází velmi podobné a jejich množství není pro uživatele již příliš podstatným faktorem.

Tím se dostáváme k jevu komodita. Žijeme v době, kdy hudební průmysl nemá zájem na tom znovu podcenit vývoj technologie a přichází s alternativním

---

<sup>5</sup> Při vzorkování neboli samplingu dochází k rozdávaní určitého produktu zdarma. Vzorek poslouží jako ukázka pro potenciální spotřebitele (Peitz, Waelbroeck, 2004)



řešením, které by mohlo být kompromisem pro vydavatelství, umělce i spotřebitele. Hudební online služby sjednotili svou cenu za poskytování, případně za prodej nahrávek a pokračují tak po iTunes v utváření komoditního hudebního trhu. Tím, že došlo k unifikaci těchto služeb, je v jejich vlastním zájmu najít další oblasti, ve kterých mohou svými funkcemi dominovat a získat početnou základnu příznivců, kteří budou ochotni tyto služby využívat a případně za ně i platit. Typickou ukázkou tohoto procesu komodifikace jsou streamovací servery, které kromě přehrávání skladeb nabízí ještě další funkce a dodatkové služby. (Wikström, 2011)

### **3. 4. Streamovací služba**

Streamovací služby se staly hlavním modelem distribuce hudebního průmyslu posledních let. Samotný pojem streaming je založený na systému plynulého přenosu hudebního či video obsahu mezi konkrétní službou a uživatelem. Veškerý obsah, ke kterému mají konzumenti přístup, není uchováván na fyzickém úložišti například osobního počítače či nosiče, ale v prostředí „cloudu“ neboli virtuálním prostoru, odkud je možné ho stáhnout. Uživatel není vázaný pouze na jedno zařízení, na kterém soubory využívá a může s nimi pracovat podle své potřeby kdekoliv.

Streamovací služby ukazují, na jakém principu by mohla distribuce hudby fungovat v dnešní i budoucí digitální době a konkurovat ilegálním podobám. O tom, zda se tento model stane dlouhodobou záležitostí, rozhodnou s největší pravděpodobností držitelé hudebních práv, uživatelé služeb a technologický vývoj. (Wikström, 2011) Platforem tohoto typu, které se snaží svým konceptem upoutat pozornost hudebních fanoušků a zároveň uspokojit požadavky umělců a držitelů autorských práv, je velké množství. Jako příklad představím tři z nich, které budu v následující části práce analyzovat.

#### **3. 4. 1. Spotify**

Jednou z nejúspěšnějších je švédská služba Spotify. V roce 2006 ji založil Daniel Ek a Martin Lorentzon s cílem vytvořit právně ošetřenou službu, která by mohla být zdarma pro posluchače a zároveň vydělávala peníze pro umělce, kteří Spotify svým hudebním obsahem podporují. Dva roky po založení podepsali přední

držitelé autorských práv se Spotify smlouvu o distribuci jejich nahrávek v několika evropských zemích. Původní koncept založený na financování služby čistě ze zisku z reklamy nestačil a byla proto vytvořena prémiová verze Spotify za poplatek. Strategie celého systému spočívá v tom, že uživatel nejprve vyzkouší službu zdarma a přejde sám na verzi předplatného modelu. (Wikström, 2011) Můžeme zde vidět paralelu, jaká probíhala u „vzorkování“ písní předtím, než si konzument zakoupil album, a o které jsem se zmiňovala v předchozí podkapitole.

V současné době poskytuje Spotify své služby 75 milionům uživatelům, z nichž je 20 milionů předplatitelů. Od roku 2008 se jim podařilo vytvořit přes 1,5 bilionu playlistů a přibližný počet skladeb, jež služba k poslechu nabízí je přes 30 milionů. (Spotify, ©2007-2015) Spotify nabízí také aplikace pro chytré mobilní telefony, odkud je možné hudbu konzumovat a pro osobní počítače vytvořil desktopový program na přehrávání hudby a další interakci.

#### **3. 4. 2. Deezer**

Koncept založený na velmi podobné principu nabízí také francouzská služba Deezer. Daniel Marhely se snažil o vytvoření projektu, který by umožnil snadnější přístup k hudbě. V roce 2007 začal Deezer plně fungovat a stal se tak první legální streamovací službou. Dnes je služba dostupná ve 180 zemích světa a má 16 milionů aktivních uživatelů, 6 milionů platících a na 35 milionů skladeb. (Žhavé novinky, ©2006-2015)

Hudbu je možné propojit i s dalšími zařízeními jako jsou mobilní telefony, tablety a televize. Od roku 2015 nabízí Deezer třetí typ prémiového účtu, tzv. Deezer Elite, který konzumentům umožňuje poslouchat dostupnou hudební knihovnu ve formátu FLAC. Oproti rozšířené MP3 verzi je jeho kvalita daleko vyšší. Deezer tak chce zacílit na opravdové hudební fanoušky, kteří se zajímají i o parametry, jež nahrávka má. (Deezer Announces, ©2015)

#### **3. 4. 3. Rdio**

Třetí hudební streamovací službou je Rdio. Založil ji Janus Friis v roce 2010 a dnes její databázi 35 miliónů skladeb využívají lidé z 85 zemí. Rdio je služba dostupná pro mobilní telefony v online i offline módu. Vývojáři si kladou za cíl

vytvořit platformu, která bude založená na personalizaci, sociální participaci a algoritmickém programování, které má posluchači přispět k objevení nových interpretů. (Rdio, ©2009-2015)

Streamovací služby ukazují model distribuce hudby, který se stává odlišným, od těch stávajících. Mění se povaha nahrávky a uživatele. Fyzicky hudby nevlastníme, ale přesto máme možnost ji mít kdekoli a kdykoli. Média o tomto systému mluví jako o prostředníkovi, jenž se má vyvinout do podoby nebeského jukeboxu, který bude pod správou hudebních společností. Ty budou mít tak úplnou možnost kontroly nad progresem, jakým by se měla hudba jako komodita ubírat. (Morris, 2011)

## 4. Formální analýza služeb Deezer, Rdio a Spotify

iTunes Music Store byl první legální poskytovatel, který svým modelem prodeje a stahováním změnil principy distribuce a konzumace hudby. Sjednotil ceny všech nahrávek na částku 99 centů a tím vytvořil komoditní trh s hudbou. Příchod streamovacích služeb na trh umožnil uživatelům neomezený přístup k objemné hudební knihovně za měsíční poplatek. (Wikström, 2014) Došlo k unifikaci cen za poslech hudby a lze s jistotou tvrdit, že není daleko od sjednocení hudebního obsahu v databázích online služeb. Hodnota těchto platforem narůstá spíše než přístupem k hudebním skladbám, s nástroji, které uživatelům umožňují s hudbou pracovat. (Wikström, 2011) Díky nim může jednoduše najít konkrétní skladby, inspirovat se a sdílet svou oblíbenou hudbu s ostatními. (Wikström, 2014) Patrik Wikström popisuje tři atributy, v jakých můžeme online služby vnímat:

**Uspořádanost:** V dnešní době není problematický samotný přístup k hudbě jako spíš najít to, co hledáme. A to ať ve vlastní hudební knihovně, v katalogu předplacené online služby nebo jinde na internetu. Jednoduchá služba a její uspořádání může snadnějším způsobem vytvořit například playlist z dostupné hudby pro konkrétní účely uživatele.

**Objevování:** Velké části posluchačů stačí pustit příjemné melodie bez ohledu na to, který konkrétní interpret to je. Funkce „objevuj“ umožňuje uživateli poslouchat hudbu, kterou nezná, ale ztotožňuje se s jeho oblíbeným žánrem. Výběr písní bývá na online službách založen na algoritmu, programování nebo na tom, co poslouchají jeho přátelé, se kterými je skrz hudební službu v kontaktu.

**Komunikace:** Hudba je důležitým nástrojem komunikace a využívají toho právě sociální média, prostřednictvím jejichž platformy se skladby sdílí a mluví o nich. Následkem tohoto procesu je, že se posluchači nechávají inspirovat vkusem svých přátel.

Cílem této stručné formální analýzy je rozbor několika předem určených charakteristik, které mapují nástroje nad rámec poslechu hudby na streamovacích serverech Spotify, Deezer a Rdio. Důvod, proč jsem k analýze zvolila tento typ digitální distribuce hudby, je především v jeho aktuálnosti. Streamování patří k

nejnovějším modelům současného online sdílení a poslechu nahrávek, proto vidím předmět rozboru jako odpovídající.

Zabývat se například hudební databází jednotlivých služeb a podílem žánrů v nich nemá velký význam, a to především díky neustálému růstu počtu nových skladeb, které se na těchto službách objevují. Celá analýza by se na základě tohoto zkoumání stala brzy neaktuální. Stejně tak nebude náplní mé analýzy hodnocení uživatelské přívětivosti, jež tematicky nezasahuje do sféry mediálního diskursu a měla by být předmětem zkoumání adekvátnějšího oboru.

Jako uživatelka třech výše zmíněných serverů se pokusím popsat, možnosti služeb v placených prémiových verzích. Tento typ licence jsem zvolila proto, že mě zajímá maximální rozsah nástrojů, které služby Spotify, Deezer a Rdio nabízí. Na streamovací služby by bylo možné pohlížet ze třech různých úhlů pohledu. Očima umělce, uživatele a držitele nahrávací společnosti. Vzhledem k charakteru, jaký celá tato bakalářská práce má, bude formální analýza pojatá subjektivním způsobem z pohledu uživatele.

Po zanalyzování všech streamovacích služeb, bude pro úplnost kvalitativního výzkumu třeba komparace. Ta porovná přidanou hodnotu zkoumaných charakteristik a následně dojde k vyhodnocení a vyvrácení či potvrzení hypotézy. Ta na základě předešlého zhodnocení doposud potvrzuje, že digitální technologie a online distribuce napomáhají k tomu, jakým způsobem uživatel přistupuje k hudbě. Nabízí se proto otázka, zda tomu tak i u streamovacích služeb. Navíc se pokusím vypořádat, které faktory k tomu vedou.

Při formulaci jednotlivých charakteristik zkoumání budu vycházet z Wikstromových atributů hudebních služeb, které doplním o poznatky zmapované v první části své práce a kapitole 3. První atribut, který je pro uživatele této služby podstatný, je úvodní strana. Ta by měla být pro uživatele přehledná, aby se v ní jednoduše zorientoval, aby rychlým způsobem vyhledal potřebná data a získal základní znalost o dalších rozšířených funkcích, které streamovací služba nabízí.

Druhým podstatným faktorem je interaktivita a participace uživatelů. Internetové prostředí stejně jako to veřejné vyžaduje formy komunikace. Úkolem je zjistit, jaký druh jednotlivé služby nabízejí a jak je mohou uživatelé využívat,

případně komunikovat mezi sebou a vzájemně se tak ovlivňovat. Zároveň popíšu, jaké možnosti nabízí jeho osobní účet a do jaké míry se může uživatel podílet na tvorbě samotného hudebního obsahu.

Třetí kategorie obsahuje speciální a doplňující služby, které tvoří přidanou hodnotu streamovacích služeb a snaží se těmito aplikacemi zvýšit přínos pro uživatele a atraktivnost sebe samých. K rozboru vyberu jen některé a pokusím se je následně zobecnit v rámci celé analýzy.

## **4. 1. Streamovací služba Deezer**

### **4. 1. 1. Hlavní strana<sup>6</sup>**

Hlavní stranu streamovací služby lze rozdělit do několika hlavních částí. V levé nalezneme panel s hlavní nabídkou. První položkou je nástroj pro vyhledávání, který umožňuje na základě napsané části nebo celého slova, vyhledat požadovanou položku. Vyhledávač využívá „našeptávače“, který uživateli usnadňuje nalezení konkrétního výsledku pomocí zadaného hesla. To vše v kategoriích „umělci“, „alba“, „skladby“ a „playlisty“. Pod vyhledávačem jsou tlačítka „poslouchat“, „novinky“, „top playlisty“ a „mix“. Níže se nachází panel, který je tematicky zaměřen na osobní profil uživatele. V levém dolním rohu je umístěný jednoduchý hudební přehrávač se základními funkcemi pro manipulaci s přehrávanými skladbami. Doplňuje ho obrázek a název aktuálně poslouchané písně.

Největší část zaujímá střední informační část plochy s proměnlivým oknem, které uživatele oslovuje poutavým heslem, v mém případě: „*Soustřed'te se na hudbu. My se postaráme o vše ostatní.*“ Pod titulkem se nachází tlačítka „spustit flow“. Flow neboli playlist se utvoří na základě předchozích přehrávaných a oblíbených skladeb. Kromě toho zde také služba nabízí možnost spustit rádio či interpreta, který byl systémem vygenerován. Pod tímto oknem Deezer zobrazuje doporučenou událost či hudební obsah pro dnešní den. Níže jsou pak starší informace o dalších aktualitách a albech.

---

<sup>6</sup> Viz. Příloha č. 1

Třetí a poslední výraznou částí hlavní strany služby Deezer je skrytý postranní panel sloužící k propojení účtu uživatele se sociální sítí Facebook. O možnostech interakce se zmíním v další části analýzy.

#### **4. 1. 2. Interakce a participace na službě Deezer<sup>7</sup>**

Interakce posluchače s dalšími uživatelskými profily se na hudební službě Deezer nejviditelněji projevuje na komentářích, které mohou jednotlivci přidávat ke každému albu, playlistu či skladbě, a tím vyjadřovat své názory k příslušnému obsahu. Samotné komentáře je pak možné i sdílet na sociálních sítích Facebook a Twitter, kam se sami vkládají. Po propojení uživatelského účtu Deezer s facebookovým, dojde k synchronizaci uživatelů.

Jednotlivé osobní účty jsou charakteristické profilovou fotografií posluchače a všudypřítomným tlačítkem „Flow“, díky kterému, při jeho spuštění začne hrát hudba složená z dříve přehrávaných skladeb nebo těch, jež jsou uloženy ve složce „oblíbené“. Uživatel tak nemusí složitě vyhledávat konkrétní umělce. Deezer se o seznam hudby stará za něj. Opakovaným využíváním služby dochází k synchronizaci generovaného playlistu s vkusem uživatele.

Uživatelský profil lze označit za oblast, která hudebního fanouška na této online platformě identifikuje. Tím je myšlený jednak libovolný popis v úvodu osobního profilu, kterým má fanoušek vyjádřit svůj vztah k hudbě a za druhé knihovnu, jež zobrazuje posluchačem nejhranější nahrávky, alba a playlisty. Pro inspiraci ji Deezer doplňuje o návrhy, které by se mohli uživatelé líbit. Profilový účet dále monitoruje historii naposlouchaných skladeb. Jeho neodmyslitelnou součástí je také vkládání vlastních hudebních souborů v podobě MP3 formátu. Další způsob, jak se může jedinec na této službě aktivně projevovat, je tvorba playlistů. Daný seznam skladeb pojmenuje, přiřadí mu podle uvážení vhodný profilový obrázek, stručně playlist popíše dle jeho charakteru a rozhodne, zda je bude jednat o soukromý nebo týmový playlist, který mohou případně dále upravovat i ostatní uživatelé.

---

<sup>7</sup> Viz. Příloha č. 2

Podstatnou část profilu každého umělce tvoří výpis skladeb a alb zařazených v databázi služby Deezer. Pro názornější ukázkou uvedu profil kapely Kodaline. V první řadě se uživateli objeví skladby, které jsou nejvíce přehrávané, dále playlisty, v nichž se kapela objevuje a také nástroj generování podobných umělců jako jsou v případě kapely Kodaline umělci Walk The Moon, The 1975 či Delorentos. Profil doplňuje stručná biografie, která interpreta představuje.

Inspiraci pro poslech nové hudby mohou uživatelé najít v levém panelu v sekci „Novinky“ a „Top playlisty“. Zde může každý podle žánru filtrovat svůj preferovaný a následně si album či seznam stop přehrát nebo přidat do složky „Oblíbené“. Významnou položkou je také „Mix“. Uživatel si vybere hudební styl, který mu vyhovuje a následně je zcela náhodně přehráván seznam stop daného žánru, který služba sama vygenerovala. Protože se Deezer snaží o to, aby si fanoušci užívali hudbu, co nejefektivněji, mohou si kromě hudebního žánru vybrat také formu příležitosti, k jaké se má daná hudba hodit. Pro cvičení například sekci „Workout“ nebo pro klidné posezení u večeře „Candlelight dinner“. Každá přehrávaná píseň dává možnost, aby ji uživatel ohodnotil a tím dal službě informaci o tom, zda si přeje tuto skladbu v budoucnu slyšet znovu či nikoliv.

Uživatel má ve službě Deezer možnost podílet se na tvorbě vlastních seznamů skladeb, přidávat do systému své MP3 nahrávky a dál s nimi operovat. Deezer se snaží prostřednictvím svých mixů a playlistů vytvořit, co možná nejkomfortnější přístup k velkému množství hudby, která by posluchači přesně vyhovovala a to ať již po stránce žánrové, tak po té, která nejvíce vystihuje aktuální náladu či příležitost.

#### **4. 1. 3. Doplnkové služby a aplikace Deezeru**

Prémiový účet služby Deezer nabízí uživatelům nabídku aplikací pro zařízení, na kterých lze hudbu prostřednictvím jejich služby poslouchat. Přehrávač je možný instalovat na vybraná chytrá mobilní zařízení, tablety, televize, HI-FI i do automobilů. Verze pro osobní počítače operačního systému Windows zatím dostupná není. Je zřejmé, že tímto způsobem se služba Deezer snaží propojit jednotlivá digitální zařízení skrz poslech hudby a umožnit posluchačům její konzumaci kdekoliv.



Mimo to, samotný přehrávač dává uživateli prostor k tomu, využívat další aplikace, které jsou součástí služby Deezer a slouží především pro vylepšení možností, jak s hudebním výběrem pracovat a v neposlední řadě vytváří uživateli místo, kde se může bavit. Celé App Studio rozděluje aplikace podle způsobů využití do několika kategorií: editoři, hudební vydavatelství, nástroje, objevování, hry, události. Pro ucelenou představu popíšu z každé kategorie jednu.

**Rock Sound:** Editorická aplikace tvořená stejnojmenným hudebním magazínem, umožňuje uživateli poslouchat alba, playlisty a rádio vytvořené redaktory. Ti dále odkazují na magazíny, u kterých stručně představují obsah každého nového publikovaného vydání.

**Jazz&Blues Experience:** Díky této vydavatelské aplikaci může uživatel testovat své znalosti v oblasti hudebního žánru jazz a blues, stejně tak poslouchat playlisty nebo sledovat hudební vystoupení umělců výše uvedený stylů.

**Chordify:** Nástroj Chordify převádí aktuálně přehrávanou píseň do podoby kytarových akordů.

**Beeblio:** Jedná se o databázi audioknih, které je možné prostřednictvím služby Deezer volně přehrávat.

**World versus:** V této aplikaci uživatelé volí vždy sympatii jednoho ze dvou interpretů. Například kapela Coldplay versus Muse. Následně je možné poslouchat písně umělců v duelu či o nich vést diskuzi s dalšími uživateli aplikace.

**Deezer Session<sup>8</sup>:** Tato služba přehrává videozáznamy ze živých vystoupení interpretů. Jednotlivá videa mohou diváci sdílet na sociálních sítích či je komentovat.

## 4. 2. Streamovací služba Rdio

### 4. 2. 1. Hlavní strana<sup>9</sup>

Rdio nabízí desktopovou verzi v českém jazyce. Úvodní strana služby působí velmi uceleným dojmem. Horní část tvoří panel se základními funkcemi, jakými jsou směrová tlačítka umožňující posun ve službě dopředu a zpět. Dále vyhledávací

---

<sup>8</sup> Viz. Příloha č. 3

<sup>9</sup> Viz. Příloha č. 4

nástroj s „našeptávačem“, ikona upozorňující uživatele na nová oznámení a jméno uživatelského účtu, skrz který si může jedinec upravit osobní údaje a nastavit základní požadavky na druh předplatného, příchozí e-maily, propojení s dalšími sociálními účty, jazyk či kvalitu zvuku.

Ve spodní části se nachází prostý hudební přehrávač, se jménem interpreta a přehrávané skladby a základními tlačítky „přehrát“, „dopředu“, „dozadu“ a nastavením úrovně hlasitosti. Na levé straně desktopové verze je hlavní menu celé služby. Podle potřeb si může uživatel vybrat kategorie přehrávané hudby mezi „populární“, „novinky“ a „doporučení“. Každá kategorie automaticky nabídne seznam alb v závislosti na tom, kterou si jedinec vybere. Následují sekce „lidé“, „stanice“ a složka „sbírka“, ve které se nachází ikona „stahování“ a „oblíbené“. Nechybí zde ani možnost vytvořit si „nový seznam skladeb“.

Hlavní část úvodní strany tvoří uvítací pozdrav, pod kterým se nachází krátký seznam dříve přehrávaných playlistů či alb. Níže Rdio doporučuje alba interpretů nebo stanice, které jsou populární a poslouchají je přátelé, s nimiž je uživatel v kontaktu. Jedná se ve své podstatě o přehled sdělení, které služba vybírá na základě aktivit uživatele a jeho hudebního vkusu.

Rdio nabízí přehlednou úvodní stranu s těmi nejzákladnějšími funkcemi – od hlavního menu přes přehrávač až po funkční část s doporučenou hudbou. Uživatel tak má možnost se snadno zorientovat a rychlým způsobem začít pracovat s potřebným hudebním materiálem.

#### **4. 2. 2. Interakce a participace na službě Rdio<sup>10</sup>**

Služba Rdio nabízí propojení uživatelského účtu se sociální sítí Twitter a Facebook, kam je také možné sdílet příspěvky o poslouchaných stanicích a informovat tak uživatele jiných sociálních sítí o svém vkusu a o tom, co aktuálně jako uživatel konzumují. Pro lepší socializaci umožňuje Rdio uživateli pozvat k přehrávání své přátele, kteří by se mohli též stát posluchači této streamovací služby. To lze prostřednictvím sítí Facebook, Gmail, Yahoo, Aol či Outlook. Názor na jednotlivá alba nebo skladby lze vyjádřit pomocí komentáře.

---

<sup>10</sup> Viz. Příloha č. 5

Profily uživatelů udávají přehled o tom, která alba nejraději poslouchají nebo jakou aktivitu v poslední době provedli. Tím je myšleno, zda vytvořili nějaký nový playlist, aktualizovali ho či si přidali některou z nahrávek mezi své oblíbené. Účet také ukládá souhrn doposud přehrané hudby. V případě, že se někomu líbí hudební vkus jiného posluchače, je možné využít funkce poslechu stanice u daného uživatele, čímž se spustí skladby charakterizující jeho vkus.

V profilech interpretů se zobrazují alba, která je možné řadit podle popularity, jména a data vydání. Stejně tak je tomu i u skladeb. Rdio navíc prostřednictvím webové stránky songkick.com poskytuje nástroj, který posluchače informuje o nejbližším koncertu daného interpreta v příslušném státě. V případě kapely Imagine Dragons funkce informuje o tom, že je nyní kapela na turné a jejich koncert v České republice se uskuteční 16. ledna 2016 v O2 Aréně v Praze. Na hlavním profilu interpreta nechybí ani životopis kapely a přehled podobných interpretů.

Tvůrčí činnost může posluchač ve službě Rdio projevit sestavením nového seznamu skladeb. Ten je možné libovolně pojmenovat, definovat vlastním popisem, přizvat k podílení se na jeho tvorbě kohokoli nebo jen někoho ze svých přátel, případně nechat celou tvorbu čistě na sobě. Do tohoto seznamu stop je možné vložit jakoukoli skladbu z databáze. Vytvořený playlist se následně objeví mezi ostatními veřejnými a umožní jiným uživatelům objevovat jim doposud neznámé umělce.

Tím hlavní produktem celé streamovací služby Rdio jsou stanice. Aby se v nich posluchač lépe orientoval, jsou rozdělené do kategorií podle hudebního žánru a aktivit. Například se jedná o kategorie „Folk and blues“, „Fitness“ nebo „Mezinárodní“. Spuštěním stanice se začínají přehrávat jednotlivé písně a uživatel má možnost je negativním a pozitivním způsobem hodnotit podle toho, zda o tyto skladby stojí či nikoliv.

#### **4. 2. 3. Doplnkové služby a aplikace na Rdio**

K zařízením, na kterých je možné službu Rdio propojit, patří mobilní telefony, tablety, iPod, iPad a počítače. Pozitivním faktorem je případné stažení požadovaných písní z počítače do mobilního telefonu a jejich následný poslech v offline módu.

Jednoznačnou nevýhodou všech aplikací, které vývojáři služby Rdio nabízí, je, že není možné jejich přímé spuštění z desktopové ani webové verze. Je třeba, aby byly instalovány samostatně a následně se propojily s Rdio. Tato možnost je navíc podporována pouze z mobilních telefonů. Přesto některé aplikace pro lepší představu o rozšířené nabídce, kterou Rdio má, popíšu.

**Shazam:** Aplikace umožňuje vyhledat píseň, kterou uživatel právě slyší a nezná ji. Propojením s Rdio si ji může poslechnout celou a operovat s ní dále podle nástrojů dostupných v této streamovací službě.

**Talk Radio:** Nástroj dokáže na základě hlasového rozpoznání spustit jméno skladby interpreta nebo konkrétního žánru podle toho, jakou možnost si posluchač vybere. Stačí sdělit například: „Play rock music,“ a služba přehraje požadovaný styl.

**Wake up:** Aplikace nabízí alternativní typ budíku. Každé ráno uživatele budí speciální playlist, který si sám vybere či vytvoří.

### 4. 3. Streamovací služba Spotify

#### 4. 3. 1. Hlavní strana<sup>11</sup>

Švédská služba Spotify umožňuje uživateli pracovat v desktopové verzi, která je rozdělena do čtyř oddělených částí. Horní lišta je uzpůsobena pro základní manipulaci se službou. Nechybí směrová tlačítka, vyhledávač, který zadané heslo filtruje v oblasti „nejčastěji hledaný“, „písně“, „umělci“, „alba“, „playlisty“ a „profily“. Dále se zde nachází ikony pro nová upozornění, příchozí zprávy a manipulaci s uživatelským účtem.

Hudebnímu přehrávači byla uzpůsobena dolní část počítačové verze. Kromě tlačítek umožňujících zastavit a posunout nahrávku ještě přehrávač nabízí spustit skladbu opakovaně, pořadí písní poslouchat náhodně a regulovat jejich hlasitost. Na liště se také nachází tlačítko pro zobrazení textu přehrávané skladby a ikona „queqe“, která uživateli zobrazuje, jaké další písně se budou přehrávat, případně již přehrány byly.

---

<sup>11</sup> Viz. Příloha č. 6

Hlavní sociální interakce mezi jednotlivými uživateli je viditelná v pravém sloupci, kde se zobrazuje činnost konzumentů služby, které prostřednictvím svého účtu uživatel sleduje. Součástí každé uvedené činnosti je profilový obrázek a jméno uživatele s dalšími náležitostmi, které informují, co dotyčný poslouchá.

Sloupec v levé části obsahuje poměrně rozsáhlou nabídku klasifikace, která je rozdělena do tří okruhů. V prvním z nich, nazvaném „hlavní“ konzument nalezne tři položky „prohlížeč“, „aktivita“ a „rádio“. Každá cílí na jinou část činností. První z nich odkazuje na hlavní neboli úvodní stránku Spotify. Druhá umožňuje sledovat aktivity jednotlivých profilů a třetí spouští funkci poslechu založenou na principu rádia. Druhý okruh je zaměřen na třídění hudby, kterou uživatel doposud poslouchal podle atributů „písně“, „alba“, „umělci“ a „local files“<sup>12</sup>. Poslední částí tohoto bloku jsou „playlisty“, které jsou tříděny službou Spotify podle žánrů. Pro ilustraci se jedná například o Top 100 popových písní, jež Spotify hraje tento týden nejčastěji. Důležitým prvkem je také možnost vytvoření si nového playlistu. Ta se rovněž nachází v levém sloupci. Poslední položkou je pak informace o aktuálně přehrávané skladbě.

Středovou část služby zaplňují kompilace skladeb, které služba přizpůsobuje konkrétnímu dni či denní době. Pro vysvětlení uvedu příklad. Popisek uvádí: „*Music for any kind of night*“<sup>13</sup> a část playlistů pod ním se tématicky nazývá například „*Night rider*“<sup>14</sup> nebo „*Quiet evening*“<sup>15</sup>. Navíc střední panel doporučuje prostřednictvím dalších playlistů objevovat nové interprety nebo ty, kteří jsou aktuálně v žebříčku různých hitparád či jsou utříděny v kategoriích podle hudebních žánrů nebo nálad.

#### **4. 3. 2. Interakce a participace na službě Spotify<sup>16</sup>**

O tom, že služba Spotify má větší potenciál než jen jako hudební knihovna, svědčí množství komunikačních prostředků, které uživateli umožňují být v kontaktu se svými přáteli, hudební službou samotnou a v neposlední řadě i dalšími sociálními

---

<sup>12</sup> Seznam skladeb, které si uživatel importoval z počítače přímo do služby Spotify

<sup>13</sup> „Hudba pro každý typ noci“

<sup>14</sup> „Noční jezdec“

<sup>15</sup> „Klidný večer“

<sup>16</sup> Viz. Příloha č. 8

sítěmi. Prvním ze způsobů, jak může uživatel komunikovat, je prostřednictvím nástroje „zprávy“. Jedná se soukromá sdělení, která jsou zasílána konkrétnímu uživateli, jehož má jedinec v okruhu svých přátel, respektive daný profil sleduje. Druhou z možností je zaslání zprávy těm uživatelům, kteří naopak sledují můj vlastní profil. Tento druh příspěvku již soukromý není a zobrazuje se v kategorii „Activity“, společně s dalšími takto zaslányi sděleními jiných profilů. Informační obsah zprávy je vždy podmíněn připojením písničky, alba či playlistu. Primárním cílem zaslání zprávy je vést komunikaci o hudební příloze. Stejným způsobem může uživatel komunikovat veřejně, přesněji řečeno je mu umožněno sdílet konkrétní nahrávku albumu či playlistu na některých sociálních sítích, se kterými má uživatel propojený svůj Spotify účet. Tato hudební služba nabízí interakci se sítí Twitter, Tumblr a Facebook, která však dočasně propojení účtů neumožňuje. V případě nasdílení se příspěvek objeví na jedné z uvedených sociálních sítí, jehož součástí je odkaz na danou píseň ve webovém prohlížeči Spotify. Uživatelům jsou také několikrát týdně zasílány na mailovou adresu newslettery neboli zpravodaje. Ty v jednoduché podobě informují především o novinkách a aktualizacích nebo nově přidaných albech kapel, které uživatel sleduje.

Posluchač má také možnost podílet se sám na tvorbě hudebního obsahu Spotify. Respektive kompilovat vlastní hudební playlisty. Pomocí tlačítka „New Playlist“ se v postranním panelu sekce „Playlists“ objeví nová položka, kterou uživatel libovolně pojmenuje. Následně do ní vkládá dle svého uvážení písničky, které chce v dané kompilaci mít. Pokud má uživatel zájem přidávat hudbu hned, služba Spotify ho odkáže na úvodní stranu, do kategorie nově uveřejněných hudebních novinek se slovy: „*This playlist is currently empty. Find more of the music you love among our New Release.*“<sup>17</sup> Jak už jsem popisovala v předchozí podkapitole, na hlavní straně se zobrazují alba a playlisty, které Spotify vybírá na základě skladeb, jež uživatel poslouchal v minulosti. Výsledný seznam skladeb je možné zveřejnit a i nadále ho upravovat podle potřeby. Jejich přehled se zobrazuje na profilu posluchače společně s dalšími údaji o tom, které interprety uživatel poslouchá, koho

---

<sup>17</sup> „Tento seznam skladem je aktuálně prázdný. Najděte více své oblíbené hudby třeba v kategorii nově zveřejněných“

sleduje a naopak. Uživatel může poslouchat také vlastní rádiovou stanicí. Jedná se o písně, které jsou náhodně přehrávány a uživatel každou z nich hodnotí kladně či negativně v závislosti na tom, jak se mu daná skladba líbí. Služba Spotify tak získává lepší přehled o hudebním vkusu posluchače.

Každý playlist umožňuje náhled do seznamu skladeb, které obsahuje, a se kterými je možné dál operovat. Dále informuje posluchače krátkým popisem o jeho charakteru, počtu skladeb v něm, jeho tvůrci a součtu uživatelů, kteří danou kompilaci sledují. Jednotlivé skladby je možné zařadit na seznam právě přehrávaných písní, přidat mezi oblíbené skladby uživatele, přidat do konkrétního playlistu, sdílet a také kopírovat odkazy daných písní, které je možné následně využít pro vložení na webové stránky.

Profily jednotlivých interpretů jsou založené na podobném principu jako uživatelské. Pro názornou ukázkou uvedu příklad profilu kapely Kodaline. Nejvýše má posluchač možnost vidět nově přidané skladby, následně ty nejvíce přehrávané a dále pak soupis všech písní, které má kapela Kodaline v databázi služby Spotify. Kromě toho nás služba odkazuje na podobné umělce, kteří svým hudebním stylem jsou kapele Kodaline podobní. V tomto případě se jedná například o interprety Little Green Cars, The 1975 nebo Hudson Taylor. Kapela na svém profilu uvádí také krátkou biografii doplněnou o několik fotografií.

Tato streamovací služba umožňuje posluchači komunikovat s ostatními pomocí soukromých zpráv, veřejných příspěvků a sociálních sítí Facebook, Twitter a Tumblr. Dále má uživatel možnost vytvářet vlastní playlisty, které jsou funkčně poměrně omezeny a to čistě na pojmenování a přidání dané písně do kompilace. Chybí mi zde větší zapojení uživatelovi identity, například přidáním ilustračního obrázku či popisu. Služba Spotify nabízí posluchači neustále novou hudbu ke konzumaci, ať již prostřednictvím rádia nebo doporučením interpretů. Čím více uživatel se službou komunikuje, tím specifitější výběr interpretů od Spotify dostane.

#### **4. 3. 3. Doplnkové služby a aplikace Spotify**

Kromě počítače je možné hudbu u služby streamovat i z jiných přístrojů. Spotify nabízí uživatelům přenos skrze chytrá zařízení jako mobilní telefon, tablet,

televize nebo herní konzoly Playstation. Smyslem je propojit dostupnou elektroniku a umožnit posluchači přístup k hudbě z co možná nejvíce míst, v jakoukoliv dobu.

Jedinou aplikací, kterou vývojáři ve službě Spotify v tuto chvíli ponechali a kterou může uživatel plně využívat, je Musixmatch. Je součástí služby a není třeba ji instalovat. Aplikace spouští k právě přehrávané písni její text. Ten je možný zvětšovat či zmenšovat podle potřeb posluchače a v případě chybného textu je oprávněný ho upravit. Pokud uživatel nezná název skladby, ale jen část písně, může pomocí této aplikace píseň vyhledat.

Hlavním záměrem Spotify v oblasti doplňkových služeb je cílit na aplikace umožňující konvergenci zařízení umožňujících poslech hudby. Naopak aplikace, kterými by se mohli uživatelé bavit, chybí úplně.

#### **4. 4. Komparace formální analýzy služeb Deezer, Rdio a Spotify**

V analýze jsem porovnála tři streamovací služby, které v současné době patří k předním využívaným hudebním modelům digitální distribuce hudby. Každá z nich zaujímá strategii co možná největšího přizpůsobení se uživateli a nabízí mu proto způsoby, jakými lze pracovat s hudbou nad rámec jeho samotného poslechu. Přesvědčit uživatele o tom, proč by měl využívat právě tu konkrétní službu a ne jinou, díky komodifikaci a zavedení jednotných poplatků za streamování už neleží na důvodech, jakými je například cena. Všechny tři služby staví svůj model především na komunikaci mezi uživateli a službou, procesu poznávání nových hudebních interpretů a jevu konvergence, která umožňuje propojení jednotlivých zařízení mezi sebou a tím i snadnější přístup uživatele k hudbě.

Z první části zkoumání, jež se specializovala na úvodní stranu, je již na první pohled zřejmé, že po vizuální stránce mají všechny tři předměty analýzy mnohé společné. Působí jednoduše a uživatel nemá větší problém se na stránce zorientovat. Umístění, jaké mají jednotlivé nástroje, se liší jen v detailech, a to při používání poměrně nepodstatných. Důležitým poznatkem, který by neměl zůstat nezmníněn, je jednoduchost samotných přehrávačů. Funkce jsou omezeny na nejzákladnější uživatelské nároky, jež nezahrnují o nic víc, než jsou tři řídicí tlačítka, regulace hlasitosti a případná možnost opakování písně nebo náhodné pořadí přehrávání



konkrétního seznamu stop. Z tohoto je možné vyvodit, že primárním zájmem žádné z analyzovaných služeb není důraz na funkce spojené se samotným poslechem hudby, byť by se to u hudebních služeb mohlo předpokládat. Deezer, Rdio i Spotify cílí především na to, jak nejrychlejším způsobem umožnit uživateli přístup k hudbě.

Druhá část analýzy byla zaměřena na jednotlivá streamovací média umožňující uživatelům komunikovat, podílet se na tvorbě obsahu a dále s ním operovat. Kooperaci se sociálními sítěmi umožňují v téměř totožné formě všechny ze tří analyzovaných služeb. Spotify dovoluje posluchači navíc propojení se sítí Tumblr a posílání soukromých zpráv. Deezer svou možností vkládání komentářů ve velké míře posiluje formu komunikace a vytváří tak dobrý prostor pro socializaci v uživatelské základně streamovací služby. Podstatným faktorem je také komunikace, která přichází od služby samotné. Ta klade důraz především na zprostředkování toho nejspecifičtějšího druhu hudby, jaký je schopná uživateli nabídnout. Podle mého názoru není ani tak podstatné, zda může uživatel konzumovat playlisty, rádia, stanice či celá alba jako spíš fakt, že jedinec pod množstvím doporučovaných kompilací ztrácí kontrolu nad tím, jaké interprety vlastně poslouchá.

Streamovací služby chtějí uživatelům umožnit, aby poslech vybrané hudby byl pro daný moment, co nejpřesnější. Svědčí o tom i kategorie playlistů jako „Work out“ nebo „Fitness“, které se hodí hlavně pro konkrétní účely a dávají tak uživateli možnost trávit s hudbou každý okamžik dne.

Možnost podílet se aktivně na práci s hudebním obsahem, nalezne posluchač na streamovacích serverech v podobě vytváření nových playlistů či seznamů stop. Přesto je manipulace s tímto nástrojem po funkční stránce poněkud strohá a netvůří. Vytvoření playlistu nezahrnuje nic víc, než vyplnění názvu kompilace, krátkého popisu, vložení úvodního obrázku a přidání jednotlivých skladeb do seznamu. V případě služby Spotify není možné připojit popis ani obrázek.

Třetími a posledními charakteristikami, které jsem sledovala, byly doplňkové služby a aplikace. Nejrozšířenější nabídku zařízení, skrz které je streamovaná hudba možné pouštět, nabízí platformy Deezer a Spotify. Různorodost elektroniky, kde může posluchač hudbu přehrávat, jen potvrzuje, že hudba má jedince provázet doma, na cestě autem či v jiném prostředí. Aplikace, které zprostředkovává služba

Rdio jsou těžko dostupné a jejich samotné spuštění uživatele spíš odradí, než přiměje k jejich pravidelnému používání. Spotify se omezilo pouze na jednu jedinou, jež je zakomponována přímo ve službě. Deezer pak nabízí poměrně rozsáhlou nabídku aplikací, kterými se může uživatel bavit, získávat informace nebo objevovat další hudbu.

Z výše uvedeného jednoznačně vychází, že streamovací služby, stejně jako digitální technologie před ní, definují přístup fanouška k hudbě. Ten přestává být závislý pouze na jednom hudebním zařízení, dostává prostřednictvím sociálních sítí možnost okamžitě reagovat na aktuální situace, získává příležitost podílet se na tvorbě hudebních kompilací a v neposlední řadě objevuje nové interprety, které mu sociální služby nepřetržitě nabízí.

## Závěr

Vývoj hudebního průmyslu představuje dynamickou proměnu distribuce hudby zejména od nástupu digitálních technologií, které díky souhře okolností spojených se vznikem komprimovaného formátu MP3, špatnou strategií nahrávacích společností a vzniku nelegálních stahovacích platforem, transformovalo hudbu do podoby nekomoditního jednotky. Tato změna se projevila i na přístupu hudebních fanoušků k ní. Zatímco vlastnění sbírky vinylových desek populárních interpretů byl pro hudebního příznivce v 60. letech způsob, jak se identifikovat s dobou, dnešní konzumenti vlastnění fyzických nosičů za prioritu nepovažují.

Změny preferencí hudebních fanoušků můžeme díky technologickému progresu sledovat již několik desítek let. Gramofonové desky a magnetofonové pásky umožnily volný poslech hudby bez časového omezení, audiokazeta přispěla k masové konzumaci hudby a tvorbě vlastních kompilací. S Walkmanem se vytvořila myšlenka přehrávat hudbu na jakémkoli místě a kompaktní disk zajistil velký úložný prostor pro uchovávání hudebních souborů.

Založením služeb jako Napster nebo Kazaa přestala být hudba zbožím a stala se předmětem dosud stoprocentně nevyřešených právních postihů. Alternativní řešení, které svými požadavky vyhoví nahrávacím společnostem, držitelům práv i hudebním konzumentům, hledá hudební průmysl tentokrát již ve sféře internetu a konvergovaných medií. Fungujícím příkladem teorie konvergence Henryho Jenkinsona o úloze fanouška jako konzumenta, šířitele i tvůrce potvrzuje i nejaktuálnější model distribuce hudby. Streamovací služby umožňují svým konzumentům neomezeně, v jakýkoliv čas a na jakémkoliv místě poslouchat velké množství hudebního obsahu. Aby mohly tyto služby uspět mezi sebou, ale především v boji s nelegálními službami, musí uživatelé nabídnout přidanou hodnotu nad samotný rámec poslechu.

Provedením stručné formální analýzy streamovacích služeb Deezer, Rdio a Spotify jsem potvrdila, že tím hlavním, co jednotlivé služby nabízí, není postaveno na samotném poslechu hudby. Dokládají to velmi jednoduché a funkčně chudé

přehrávací zařízení, které každá služba má. Rozšířenou působnost může fanoušek najít v interakci s ostatními uživateli, propojením stávajícího účtu s dalšími sociálními sítě, kde je možné sdílet informace, hudbu nebo vlastní seznamy skladeb, které si prostřednictvím streamovacích platforem vytvořil. Všechny tři služby se pokouší uživateli poskytnout opravdový požitek z poslechu hudby, můžu zde využít termínu hédonistické konzumace. Posluchači je dovoleno propojit všechna způsobilá elektronická zařízení se službou tak, aby bylo možné hudbu přehrávat kdekoliv a stejně tak mu poskytnout co nejspecifičtější druh hudby, který se bude rovnat jeho přesnému vkusu. To umožňují všudypřítomné playlisty, které spíše než konkrétní interprety doporučují kompilace z široké nabídky umělců, a které svými názvy a charakteristikami podněcují spuštění při konkrétních příležitostech jako je například cvičení. Fanoušek se stává jedincem, který je ve velké míře oddaný výběru generovaného hudebního obsahu. Z formální analýzy je patrné, že digitální technologie, i v případě streamovacích služeb, nadále formují přístup hudebního příznivce k hudbě a tím se potvrzuje moje hypotéza.

Objevují se zde dvě otázky, které by mohly být předmětem další úvahy nebo akademické práce. Zaprvé, zda těžko kontrolovatelné množství hudebních interpretů není právě kvantitou zastíráno a znehodnocováno a nedochází tak u uživatele k potlačování jeho fanouškovské identity? A za druhé, zda se streamovací služby, které jsou nepochybně spravované hudebními společnostmi, nestanou čistou komerční propagandou mainstreamového konzumu a budou nám uživatelům doporučovat „to nejlepší“ pro náš požitek z hudby a jejich vysoké zisky.

## Seznam použité literatury

- ALEXANDER, Peter, 2002. *Peer-to-Peer File Sharing: The Case of the Music Recording Industry*. Review of Industrial Organization : Kluwer Academic Publishers. 2002, s. 151-161
- BOYD, Danah, 2008. *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*. Journal of Computer-Mediated Communication. University of California-Berkeley. 2008, č. 13, s. 210-230
- CARBONI, Marius, 2014. *The digitization of music and the accessibility of the artist*. Journal of Professional Communication. Velká Británie: University of Hertfordshire. 2014, č. 3, s. 149-164. ISSN 1920-685
- CONDY, Ian, 2004. *Cultures of music piracy: An ethnographic comparison of the US and Japan*. International journal of cultural studies. Londýn: SAGE Publications. 2004, č. 3, 343-364
- DIESTLER, Radek, 2008. *Cizí desky v zemích českých, aneb, Ochutnávka na samém kraji útesu: virtuální katalog k výstavě Muzea a archivu populární hudby Popmuseum, KC Kaštan 15. 12. 2008 - 21.3. 2009*. Praha: Popmuseum.
- DOLATA, Ulrich, 2011. *The music industry and the internet: A decade of disruptive and uncontrolled sectoral change*. ECONSTOR : University of Stuttgart. 2011, č. 2. ISSN 2191-4990
- FRANC, Jaromír. *Magnetofon*. Melodie. Praha: Orbis. 1970, č. 5, s. 21. ISSN 0025-8997
- GIESLER, Markus a Mali Pohlmann, 2003. *The Anthropology of File Sharing: Consuming Napster As a Gift*. Northwestern University, Herdecke University. s. 4-6
- HLAVÁČKOVÁ, Konstantina, 2007. 70 : „Kytky v popelnici“ : společnost a móda v sedmdesátých letech v Československu = „Flowers in the dustbin“ : society and fashion in Czechoslovakia in the seventies. V Praze: UPM. ISBN 978-80-7101-072-2
- HOLT, Douglas, 1995. *How Consumers Consume: A Typology of Consumption Practices*. Journal of Consumer research, Inc. Chicago: University of Chicago press. 1995, č. 1, s. 1-11. ISSN 0093-5301

- JENKINS, Henry, 2006. *Convergence culture : where old and new media collide*. New York: New York University press. ISBN 13: 978-0-8147-4281-5
- JEŠUTOVÁ, Eva a kolektiv autorů, 2003. *Od mikrofonu k posluchačům: Z osmi desetiletí českého rozhlasu*. Praha: Český rozhlas. ISBN 80-86762-00-9
- JIROUS, Ivan a kol, 1979, *Vokno*. 1979, č. 1, s. 1.
- KUNA, Milan. Úvodník. *Melodie*. Praha: Orbis. 1963, č. 1, s. 1. ISSN 0025-8997
- JOSEF, Alan, 2001. *Alternativní kultura: příběh české společnosti 1945 – 1989*. Praha: NLN. ISBN 80-7106-449-1
- PEITZ, Martin a Patrick Waelbroeck, 2004. *File-Sharing, Sampling, and Music Distribution*. International University in Germany, ECARES, Université Libre de Bruxelles, s. 2-4
- POSPÍŠIL, Filip a Petr BLAŽEK, 2010. „*Vraťte nám vlasy!*“ : *první máničky, vlasatci a hippies v komunistickém Československu: studie a edice dokumentů*. Praha: Academia. ISBN 978-80-200-1873-1
- REIFOVÁ, Irena & kolektiv, 2004. *Slovník mediální komunikace*. Praha : Portál. s. 111. ISBN 80-7178-926-7
- PEEK, Hans, 2010. *The emergence of the compact disc*. IEEE Communications Magazine, s. 10
- UNIVERSUM, 2002. Praha: Odeon. ISBN 80-207-1114-7
- VANĚK, Miroslav, 2010. *Byl to jenom rock'n'roll? : hudební alternativa v komunistickém Československu 1956 – 1989*. Praha: Academia. ISBN 978-80-200-1870-0
- WIKSTRÖM, Patrik, 2011. *A typology of music distribution models*. Švédsko: Media Management and Transformation Centre, Jönköping International Business School
- WIKSTRÖM, Patrik, 2014. *The music industry in an age of digital distribution*. Change: 19 Key Essays on How the Internet is Changing Our Lives. Turner Madrid. s. 1-24
- ŽDANOV, Andrej a Tichon CHRENNIKOV, 1949. *Problémy sovětské hudby*. Přel. K. Slavíková-Birulová. Praha: Orbis.

## Internetové zdroje:

*Consumption*. In: Oxford Dictionaries. [online] ©2015. [cit. 2015-06-12]. Dostupné z: <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/consumption>

*Deezer Announces High Definition Streaming on Sonos Globally, Deezer Elite Becomes Largest Global High Definition Streaming service*. [online] ©2015. [cit. 2015-06-19] Dostupné z: <http://blog.deezer.com/press/deezer-elite-goes-global/>

*Digital to Analog: History of the cassette tape*. [online] ©2015. [cit. 2015-06-05]. Dostupné z: <http://www.cassetteculture.com/blog/2014/09/digital-to-analog-history-of-the-cassette/>

*Freemium*. In: Oxford Dictionaries. [online] ©2015. [cit. 2015-06-12]. Dostupné z: <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/freemium>

GESLANI, Michelle, 2015. *Streaming music services made more money than CD sales for the first time ever*. [online] ©2007-2015. [cit. 2015-06-08]. Dostupné z: <http://consequenceofsound.net/2015/03/streaming-music-services-made-more-money-than-cd-sales-for-the-first-time-ever/>

*Hedonic consumption*. In: KamCity. [online] ©1997-2015. [cit. 2015-05-30]. Dostupné z: <http://www.kamcity.com/kamwords/worddesc.asp?WordID=1415>

HORMBY, Tom, 2003. *One thought on "The Story Behind the Sony Walkman"*. [online] ©1997-2014. [cit. 2015-06-05]. Dostupné z: <http://lowendmac.com/2013/the-story-behind-the-sony-walkman/>

*Hudební měsíčník Gramorevue*. [online] ©2015. [cit. 2015-05-30]. Dostupné z: (<http://www.supraphon.cz/historie-spolecnosti/95-hudebni-mesicnik-gramorevue>)

*Information*. [online] ©2007-2015. [cit. 2015-06-19]. Dostupné z: <https://press.spotify.com/au/information/>

KASÍK, Pavel, 2007. *První walkman na světě byl do měsíce vyprodaný*. [online] ©1999-2015. [cit. 2015-06-05]. Dostupné z: [http://technet.idnes.cz/prvni-walkman-na-svete-byl-do-mesice-vyprodany-fqu-tec\\_audio.aspx?c=A070126\\_125103\\_tec\\_audio\\_pka](http://technet.idnes.cz/prvni-walkman-na-svete-byl-do-mesice-vyprodany-fqu-tec_audio.aspx?c=A070126_125103_tec_audio_pka)

MAŠEK, Ivo, 2011. *Historie radiopřijímačů v obrazech*, [online] ©2000-2015. [cit. 2015-05-29]. Dostupné z: <http://www.tvfreak.cz/forum/showthread.php/27029->

[Historie-radioprijimacu-v-obrazech?p=337090&highlight=mluveny.panacek#post337090](#)

MORRIS, Jeremy, 2011. *Sounds in the cloud: Cloud computing and the digital music commodity* [online]. ©1995-2015, [cit. 2015-06-18] Dostupné z:

<http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/3391/2917>

*Multimediální technologie*. [online] ©2015. [cit. 2015-06-07]. Dostupné

z:<http://umt.wikispaces.com/V%C3%BDvoj+technick%C3%BDch+prost%C5%99edk%C5%AF+pro+z%C3%A1znam+zvuku>

NOSÁLEK, Petr. *Propaganda v populární hudbě*. [online] ©2012. [cit. 2015-05-19] Dostupné z:

[https://www.jsns.cz/data/jsns/IMAGES/KNIHY/propaganda\\_ukazka\\_web.pdf](https://www.jsns.cz/data/jsns/IMAGES/KNIHY/propaganda_ukazka_web.pdf)

NÝVLT, Václav, 2003. *Šuměly, trhaly se a měli jsme je všichni. Kazety se točí už 50 let*. [online] ©1999-2015. [cit. 2015-06-05]. Dostupné z:

[http://technet.idnes.cz/magnetofonove-kazety-50-let-ddg-/tec\\_audio.aspx?c=A130910\\_153550\\_tec\\_audio\\_nyv](http://technet.idnes.cz/magnetofonove-kazety-50-let-ddg-/tec_audio.aspx?c=A130910_153550_tec_audio_nyv)

RAVEN, Francis. *Free Culture and Our Public Needs*. [online] ©2012. [cit. 2015-06-24] Dostupné z:

<http://www.electronicbookreview.com/thread/criticalecologies/pervasive>

*Rdio Launches "Rdio Select" Offering Both Ad-Free Radio & On Demand Music Downloads For \$3.99/Month*. [online] ©2009-2015. [cit. 2015-06-19] Dostupné z:

<http://www.rdio.com/press/rdio-launches--rdio-select--offering-both-ad-free-radio--on-demand-music-downloads-for--3-99-month/>

*Socialistický realismus*. [online] ©2015. [cit. 2015-05-19]. Dostupné z:

[http://www.totalita.cz/vysvetlivky/soc\\_real.php](http://www.totalita.cz/vysvetlivky/soc_real.php)

TÁCHA, Daniel. 2015. *Mirek Vodička: „Když dneska vidím mluvit frajery, které jsem na burze nikdy neviděl, protože se báli a posílali za sebe kupovat jiný, tak mi je za ně stydno.*“ [online] ©2014-2015. [cit. 2015-05-24]. Dostupné z:

<http://www.vinyls.cz/mirek-vodicka-kdyz-dneska-vidim-mluvit-frajery-ktere-jsem-na-burze-nikdy-nevidel-protoze-se-bali-a-posilali-za-sebe-kupovat-jiny-tak-mi-je-za-ne-stydno/>

*Vokno*. [online] ©2012. [cit. 2015-05-21] Dostupné z: <http://www.vons.cz/vokno>



*Žhavé novinky*. [online] ©2006-2015. [cit. 2015-06-19] Dostupné z:

<http://www.deezer.com/company/press>

### **Audiovizuální zdroje:**

Česká televize, Bigbít, 1998, díl. 1. In: *Youtube* [online]. 1. 1. 2010 [cit. 2015-05-17]. Dostupné z

[https://www.youtube.com/watch?v=\\_uvGFcHu9Nk&list=PL1CBCFA868352D6C2](https://www.youtube.com/watch?v=_uvGFcHu9Nk&list=PL1CBCFA868352D6C2)

Česká televize, Bigbít, 1998, díl. 3. In: *Youtube* [online]. 16. 1. 2010 [cit. 2015-05-17]. Dostupné z

<https://www.youtube.com/watch?v=XiQHmNjIZmc&list=PL1CBCFA868352D6C2&index=15>

Česká televize, Bigbít, 1998, díl. 19. In: *Youtube* [online]. 25. 6. 2010 [cit. 2015-05-17]. Dostupné z

<https://www.youtube.com/watch?v=YUnJwYM900E&list=PLE2C8311C1C0311E5&index=22>

### **Seznam příloh:**

Příloha č. 1: Hlavní strana služby Deezer

Příloha č. 2: Profilový účet kapely Kodaline

Příloha č. 3: Ukázka aplikace Deezer Session

Příloha č. 4: Hlavní strana služby Rdio

Příloha č. 5: Profilový účet kapely Imagine Dragons

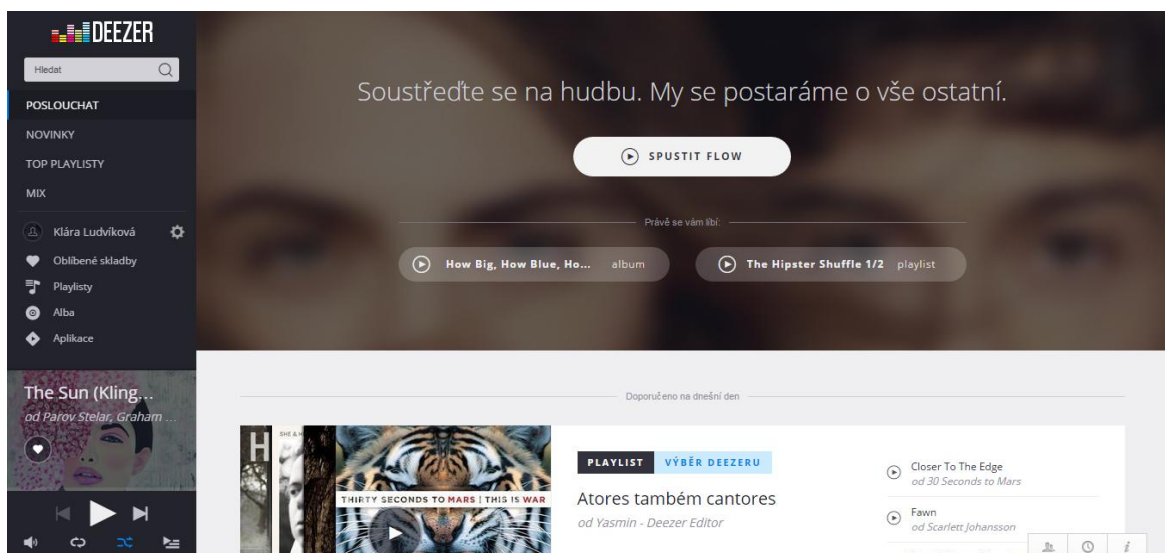
Příloha č. 6: Hlavní strana služby Spotify

Příloha č. 7: Profilový účet kapely Kodaline

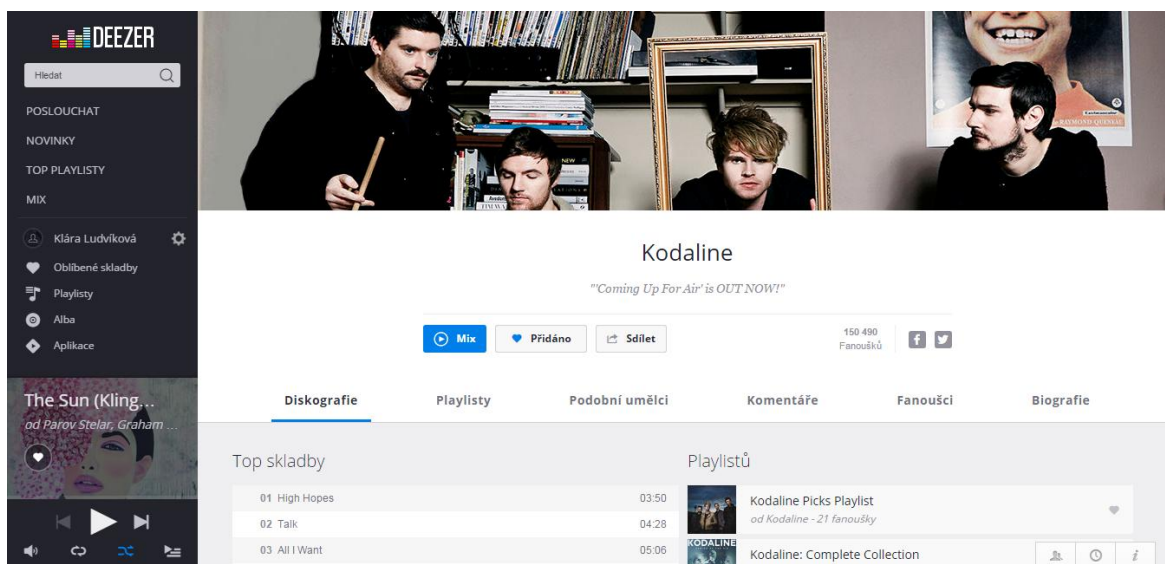
Příloha č. 8: Ukázka aplikace musixmatch

# Přílohy

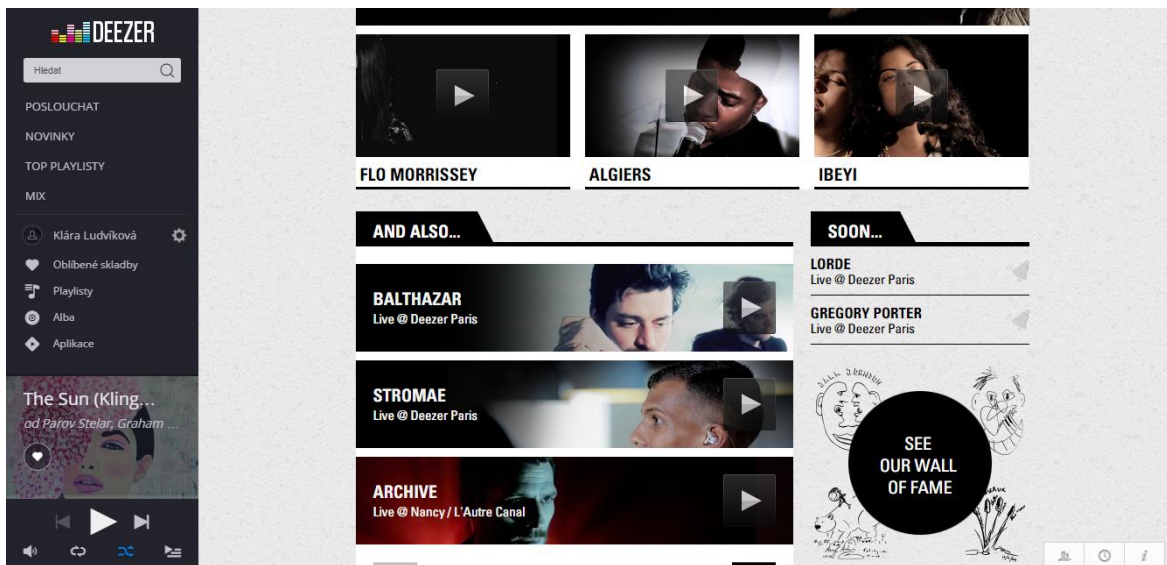
## Příloha č. 1



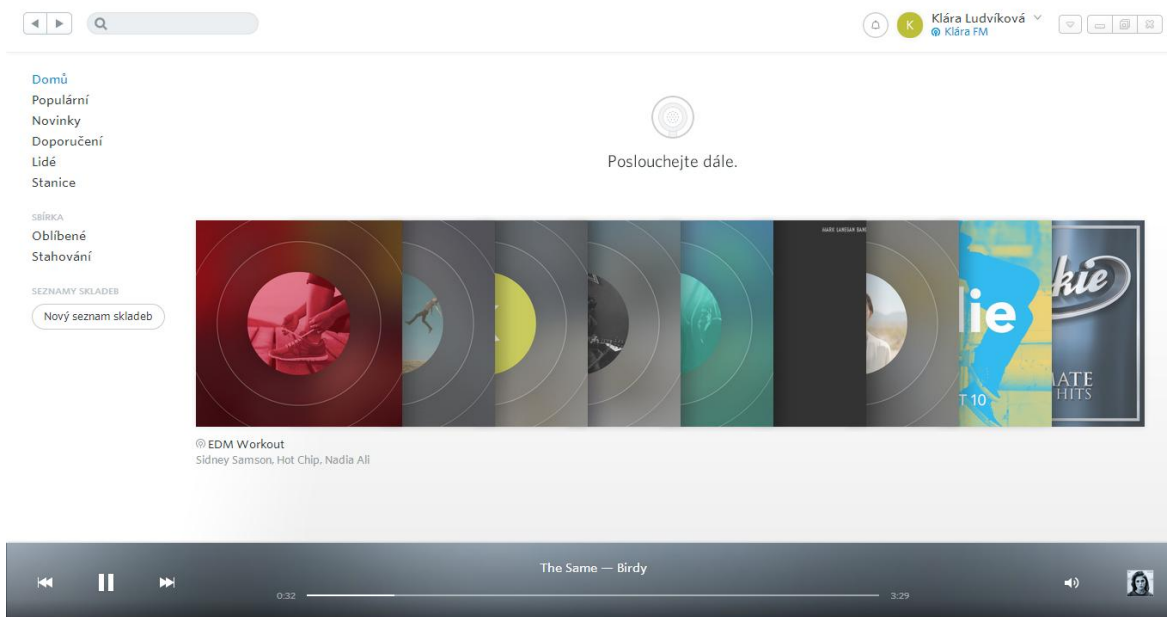
## Příloha č. 2



### Příloha č. 3



### Příloha č. 4



## Příloha č. 5

Domů  
Populární  
Novinky  
Doporučení  
Lidé  
Stanice

SBÍRKA  
Oblíbené  
Stahování

SEZNAMY SKLADEB  
Nový seznam skladeb

### Imagine Dragons

Alba Skladby Životopis Podobní interpreti

A Grammy Award-winning alt-rock outfit with a knack for crafting stylish stadium-ready anthems that are as emotionally charged as they are radio-friendly, Las Vegas-based Imagine Dragons had their genesis in Provo, Utah, where vocalist Dan Reynolds met drummer Andrew Tolman while [Další...](#)

PODOBŇÍ INTERPRETI  
AWOLNATION SomeKindaWonderful Of Monsters And Men Passion Pit  
Vampire Weekend Foster The People Walk The Moon Neon Trees Grouplove  
fun.

NA TURNÉ leden 16 O2 Arena, Prague [by songkick.com](#)

#### Nejlepší alba

Další >

- Night Visions 04. září 2012
- Night Visions (Deluxe) 01. leden 2013
- Smoke + Mirrors (Delux... 15. únor 2015
- The Host: Original Mot... 03. duben 2013
- Warriors 18. září 2014
- Smoke + Mirrors 17. únor 2015

The Same — Birdy  
2:25 3:29

## Příloha č. 6

Spotify Premium

File Edit View Playback Help

Search

MAIN

- Browse
- Activity
- Radio

YOUR MUSIC

- Songs
- Albums
- Artists
- Local Files

PLAYLISTS

- Starred by ludvikova.kl
- Liked from Radio
- Time to lunch
- Hot Country by Spotify
- New Playlist
- The Same by Birdy

PLAYLIST

### Digster HITS - Největší hity ...

Pravidelně aktualizovaný playlist těch největších současných hitů od Maroon 5, Rihanna a dalších. Klikni na follow a už ti neunikne žádný hit.

PLAY FOLLOW

OVERVIEW CHARTS GENRES & MOODS NEW RELEASES NEWS DISCOVER

Music for any kind of night.

- NIGHT RIDER
- Quiet Evening
- 88 Keys
- Hip-Hop Chill Nights

LUKÁŠ PROCHÁZKA  
Feel Good Inc  
Gorillaz  
Gorillaz – The Singles Collect...

VU HOANG ANH  
I Dreamt I Was Old  
Ramin Djawadi  
Game of Thrones (Music from...

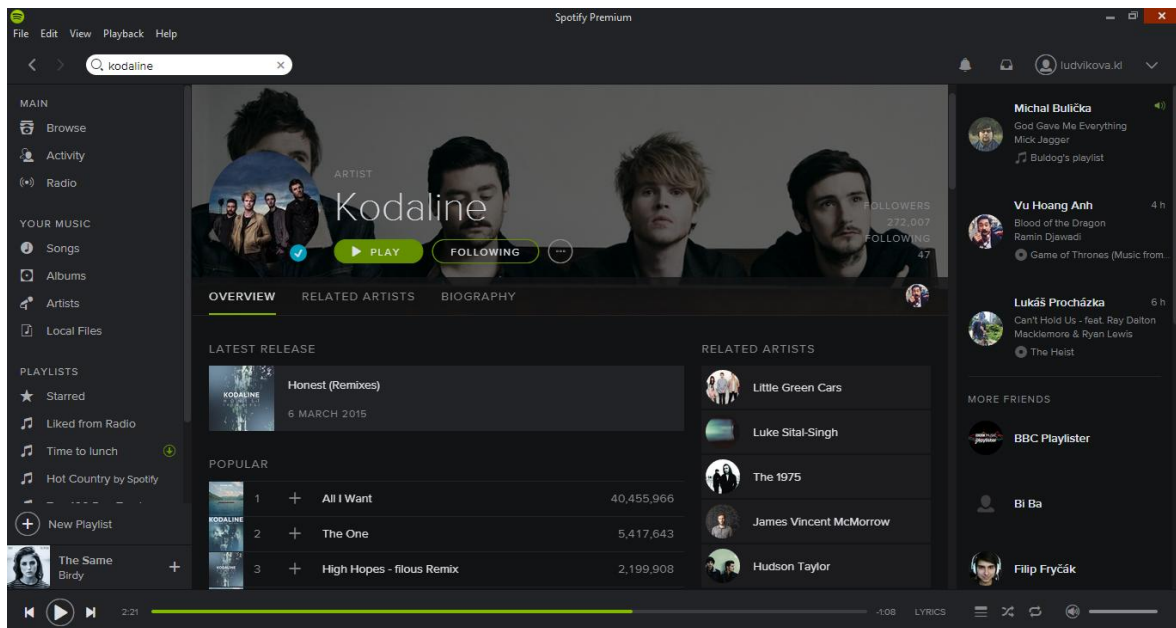
MICHAL BULIČKA  
...To Be Loved  
Papa Roach  
Buldog's playlist

MORE FRIENDS

- BBC Playlist
- Bi Ba
- Filip Fryčák

2:08 -1:21 LYRICS

## Příloha č. 7



## Příloha č. 8

