

# Komunikace na síti OnlyFans

Bc. Filip Berčík

---

Diplomová práce  
2023

 Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta multimediálních komunikací

---

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta multimediálních komunikací  
Ústav marketingových komunikací

Akademický rok: 2022/2023

# ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: Bc. Filip Berčík  
Osobní číslo: K21003  
Studijní program: N0414P180005 Marketingová komunikace  
Forma studia: Prezenční  
Téma práce: Komunikace na síti OnlyFans

## Zásady pro vypracování

1. Sestavte teoretická východiska k vybranému tématu a možnostem jeho analýzy.
2. Stanovte cíl, metody a výzkumné otázky práce.
3. Charakterizujte vybranou síť OnlyFans a její specifika.
4. Na základě výzkumů analyzujte komunikaci na síti OnlyFans.
5. Vyvodte závěry a zodpovězte výzkumné otázky.

Forma zpracování diplomové práce: **tištěná/elektronická**

**Seznam doporučené literatury:**

TAHAL, Radek, 2022. *Marketingový výzkum: postupy, metody, trendy*. 2. vyd. Praha: Grada Publishing, 293 s. Expert. ISBN 978-80-271-3535-6.

LOSEKOOT, Michelle a Eliška VYHNÁNKOVÁ, 2019. *Jak na síť: ovládněte čtyři principy úspěchu na sociálních sítích*. Brno: Jan Melvil Publishing, 325 s. Žádná velká věda. ISBN 978-80-7555-084-2.

BLINKA, Lukáš, 2015. *Online závislost: jednání jako droga? : online hry, sex a sociální síť : diagnostika závislosti na internetu: prevence a léčba*. Praha: ve spolupráci s Masarykovou univerzitou vydala Grada Publishing, 198 s. Psyché. ISBN 978-80-210-7975-5.

SPITZER, Manfred, 2016. *Kybernemoc!: jak nám digitalizovaný život ničí zdraví*. Brno: Host – vydavatelství, 388 s. ISBN 978-80-7491-792-9.

KELLY, David [2016]. *Social media: strategies to mastering your brand – Facebook, Instagram, Twitter, Snapchat*. [Spojené státy americké?]: [nakladatel není známý], 156 s. ISBN 978-1537268033.

Vedoucí diplomové práce: **doc. Ing. Mgr. Radim Bačuvčík, Ph.D.**  
Ústav marketingových komunikací

Datum zadání diplomové práce: **31. ledna 2023**

Termín odevzdání diplomové práce: **14. dubna 2023**



---

**Mgr. Josef Kocourek, Ph.D.**  
děkan

**doc. Ing. Mgr. Radim Bačuvčík, Ph.D.**  
ředitel ústavu

Ve Zlíně dne 3. dubna 2023

## PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ / DIPLOMOVÉ PRÁCE

### Beru na vědomí, že

- bakalářská/diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému a bude dostupná k nahlédnutí;
- na moji bakalářskou/diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3;
- podle § 60 odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – bakalářskou/diplomovou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské/diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské/diplomové práce využít ke komerčním účelům;
- pokud je výstupem bakalářské/diplomové práce jakýkoliv softwarový produkt, považuji se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá. Neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

### Prohlašuji, že:

- jsem na bakalářské/diplomové práci pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.

Ve Zlíně dne: 14. dubna 2023

Jméno a příjmení studenta: Bc. Filip Berčík

.....  
podpis studenta

## **ABSTRAKT**

Tato diplomová práce se zaměřuje na komunikaci na sociální síti OnlyFans, konkrétně na profily se sexuálně explicitním obsahem, který je možné na ni nahrávat a monetizovat. Teoretická část se věnuje druhům sexuálního chování na internetu, popisu pojmu sexfluencer, činnosti influencera a sociálním sítím v kontextu sexuálně explicitního obsahu. Praktická část blíže představuje síť OnlyFans a je užito metody pozorování s následnou analýzou množství zpoplatněných online profilů tvůrců OnlyFans a jejich obsahu, stejně jako jejich komunikace. Pozorování je doplněno o individuální rozhovory vedené se skutečnými tvůrci OnlyFans a také s konzumenty tohoto obsahu. Výsledky poslouží jako základ k dalšímu zkoumání sítě a vzhled do tohoto neprobádaného prostředí.

Klíčová slova: OnlyFans, sexfluencer, sex business, sexuální chování na internetu, sociální síť

## **ABSTRACT**

This diploma thesis focuses on the communication of the OnlyFans social media, specifically on profiles with sexually explicit content which can be uploaded and monetized there. The theoretical part deals with types of sexual behavior on the internet, describing the term sexfluencer, influencer activity, and the use of social networks in the context of sexual explicit content. The practical part introduces the OnlyFans in more detail and by critical observation and extensive analysis of a multitude of paid online profiles of OnlyFans creators and their public marketing content; and their communication behavior. Observation is complemented by the interviews conducted with actual OnlyFans creators, and content consumers. The results will serve as a basis for further research of OnlyFans and as an insight into this unexplored environment.

Keywords: OnlyFans, sexfluencer, sex business, sexual behavior on the internet, social media

Jedno velké poděkování patří mému vedoucímu práce panu doc. Ing. Mgr. Radimu Bačuvčíkovi, Ph.D. za jeho optimistický přístup, rychlé odepisování na emaily, podporu a trefné rady (nebo smích) na společných konzultacích. A děkuji všem, kteří překonali své obavy a poskytli mi rozhovor do výzkumu.

„Sex je náš, dělá dobře mně i tobě.“

- Text z písně Černí andělé od kapely Lucie

Prohlašuji, že odevzdaná verze bakalářské/diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně dne. 14. 4. 2023

podpis: .....

# OBSAH

<b>ÚVOD</b> .....	<b>8</b>
<b>I TEORETICKÁ ČÁST</b> .....	<b>9</b>
<b>1 SEXUÁLNÍ CHOVÁNÍ NA INTERNETU</b> .....	<b>10</b>
1.1 NEVÝDĚLEČNÉ SEXUÁLNÍ CHOVÁNÍ .....	11
1.1.1 Konzumace pornografie .....	11
1.1.2 Interakce se sexshopy .....	12
1.1.3 Využívání sexuální práce .....	12
1.1.4 Sexuální výchova .....	13
1.1.5 Navozování sexuálních kontaktů .....	13
1.1.6 Sexuální subkultury.....	14
1.2 VÝDĚLEČNÉ SEXUÁLNÍ CHOVÁNÍ (SEX BUSINESS).....	15
1.2.1 Pornoherci a pornoherečky .....	16
1.2.2 Prostituce.....	17
1.2.3 Webcam model.....	17
1.2.4 Operátor erotické linky .....	18
1.2.5 Sexfluenceři.....	18
<b>2 INFLUENCER JAKO PODNIKATEL</b> .....	<b>20</b>
2.1 MONETIZACE ČINNOSTI INFLUENCERA .....	20
2.2 ZVYŠOVÁNÍ POČTU SLEDUJÍCÍCH.....	21
2.3 LEGISLATIVNĚ PRÁVNÍ RÁMEC ČINNOSTI .....	21
<b>3 SOCIÁLNÍ SÍTĚ A SEXUÁLNÍ OBSAH</b> .....	<b>23</b>
3.1 FACEBOOK .....	23
3.2 INSTAGRAM.....	24
3.3 TWITTER .....	24
3.4 TIKTOK .....	25
3.5 SNAPCHAT.....	25
<b>4 METODIKA</b> .....	<b>27</b>
4.1 CÍL A ÚČEL PRÁCE .....	27
4.2 VÝZKUMNÉ OTÁZKY .....	27
4.3 ZVOLENÉ METODY .....	28
<b>II PRAKTICKÁ ČÁST</b> .....	<b>30</b>
<b>5 ONLYFANS</b> .....	<b>31</b>
5.1 HISTORIE .....	31
5.2 VÝHODY A NEVÝHODY SÍTĚ .....	32
5.3 KOMUNIKACE NA SÍTI.....	33
<b>6 POZOROVÁNÍ PROFILŮ TVŮRCŮ</b> .....	<b>34</b>
6.1 ZKOUMANÉ PROFILY .....	34
6.2 VÝSLEDKY VÝZKUMU .....	42
6.3 SHRNUÍ.....	44
<b>7 INDIVIDUÁLNÍ ROZHOVORY SE SLEDUJÍCÍMI</b> .....	<b>46</b>

7.1	PARTICIPANTI A JEJICH VÝBĚR.....	46
7.2	PRŮBĚH ROZHOVORU .....	46
7.3	VÝSLEDKY VÝZKUMU .....	47
7.3.1	Obsah na OF.....	47
7.3.2	Propagace OF účtů .....	49
7.3.3	Komunity týkající se OF .....	51
7.3.4	Cena.....	53
7.4	SHRnutí.....	53
<b>8</b>	<b>EXPERTNÍ ROZHOVORY S TVŮRCI.....</b>	<b>55</b>
8.1	PARTICIPANTI A JEJICH VÝBĚR.....	55
8.2	PRŮBĚH ROZHOVORU .....	55
8.3	VÝSLEDKY VÝZKUMU .....	56
8.3.1	Obsah na OF.....	56
8.3.2	Propagace OF účtů .....	58
8.3.3	Tvůrci a fanoušci.....	60
8.3.4	Specifika českého prostředí.....	61
8.4	SHRnutí.....	62
<b>9</b>	<b>ODPOVĚDI NA VÝZKUMNÉ OTÁZKY.....</b>	<b>64</b>
	<b>ZÁVĚR .....</b>	<b>66</b>
	<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....</b>	<b>68</b>
	<b>SEZNAM OBRÁZKŮ .....</b>	<b>75</b>
	<b>SEZNAM TABULEK.....</b>	<b>76</b>
	<b>SEZNAM PŘÍLOH.....</b>	<b>77</b>



## ÚVOD

Sexuální práce, jako oblast obživy či výděлку, je s lidskou historií již od pradávna. Dokonce se polemizuje o samotné Máří Magdaléně, slavné Ježíšově následovnici, zda se také neživila svým tělem. A přestože se jedná o „nejstarší řemeslo“, stejně jako ostatní oblasti života i sex a sexuální práce se inovují a adaptují na nové technologie. V našem případě na internet. Sex a témata s ním spojená ovládli internet. Pornografické stránky se často umísťují na předních příčkách nejnavštěvovanějších stránek. A s vývojem je spojená i nová sociální síť OnlyFans, která dala vzniknout čerstvému pojmu v sexuální práci – sexfluencer.

Tato magisterská práce popisuje poměrně nové téma, na které v zahraničí bylo provedeno malé množství výzkumů (např. ve Spojených státech amerických), avšak v Česku ještě zkoumáno nebylo. Jedná se o téma sociální sítě OnlyFans a v tomto případě konkrétně komunikace na zkoumané sociální síti. Často se výzkumy zaměřují na negativní vliv platformy na uživatele i na tvůrce. Naopak práce se zaměřuje na komunikaci a propagaci účtů těchto sexfluencerů na sociální síti OnlyFans, jejichž snahou je získávat nové platící sledující na základě sdílení sexuálně explicitního obsahu. V zahraničí je podnikání v oblasti sdílení sexuálně explicitního obsahu velkým fenoménem, veřejnost jej vnímá jako snadný prostředek výděлку. Do Česka se teprve dostává a nabírá na popularitě, především u mladší populace. Zmíněnou oblast jsem si zvolil, protože rád řeším kontroverzní témata a líbilo se mi, že v tuzemsku nebylo ještě zkoumáno.

Cílem práce je tedy popsat prostředí, které je často schované na části internetu, za kterou je nutné si zaplatit, a také analyzovat způsob komunikace tvůrců na sociální síti OnlyFans, pomocí které pak získávají nové předplatitele a udržují si stávající.

Teoretická část seznámí čtenáře se sexuálním chováním na internetu a s chováním, které má za cíl zisk. Do tohoto kontextu bude možné zasadit nový pojem sexfluencer, vymezit ho a popsat odlišnosti od jiných výdělečných činností, jakými jsou např. pornoherectví či prostituce. Další část práce podá definici influencera (ze kterého pojem sexfluencer vychází), jak rozšířit fanouškovskou základnu, jak se dá činnost monetizovat a jaké legislativně právní kroky musí tvůrce dodržovat. Nezbytné bude také popsat sociální síť, které jsou polem působnosti influencerů (a tedy i sexfluencerů), a jak se populární síť na trhu staví k sexuálně explicitnímu obsahu.

Praktická část pak bude analyzovat, jak tvůrce komunikují se svými platícími fanoušky na síti OnlyFans a také, jak propagují svůj účet pro získání většího počtu předplatitelů.

## **I. TEORETICKÁ ČÁST**

## 1 SEXUÁLNÍ CHOVÁNÍ NA INTERNETU

Pro lepší pochopení tématu je nejprve nutné si stanovit, co to ono sexuální chování je. Sexuální chování se dá velmi obecně popsat jako souhrn aktivit vedoucí k reprodukci. Řadí se mezi ně námluvy, na které navazuje výběr partnera až po samotné páření. Uvedená definice ovšem platí, pokud se bavíme o zvířecím světě, poněvadž ve světě lidí tento pojem nabírá mnohem větší pestrosti a není jednoznačný a snadno uchopitelný. Chápání sexuálního chování u lidí není omezeno pouze na fyzické aktivity vedoucí k reprodukci, ale jeho součástí jsou hlavně emoce, postoje, zkušenosti, touhy, také preference a další psychologické a sociální fenomény, do kterých spadají jakékoliv sexuální aktivity. Nejenom tedy ty, které mají za cíl reprodukci, nýbrž i další příjemné aktivity (sexuální vzrušení, psychické uspokojení, pocit bezpečí) - veškeré aktivity týkající se sexu a reprodukce vyjma samotného početí. Na sexuální chování má vliv nejenom kultura, které je jedinec součástí, nýbrž i praktické zkušenosti, stejně tak jako jeho vlastní poznatky získané pozorováním. Uvedené aktivity, které jsou součástí sexuálního chování, mohou být prováděny jak v páru, tak i o samotě (např. fantazírování, masturbace, ...). Navíc, určité nekoncepční sexuální chování vůbec nevyžaduje ani přímou stimulaci těla (sex přes telefon nebo pozorování filmu s erotickým motivem; VandenBos, 2015, s. 972, 973; Burešová, 2018). Dá se tedy říct, že sexuálním chováním se rozumí všechny aktivity související se sexem, sexuálním vzrušením nebo i uspokojením. Pokud pro tyto aktivity využijeme internet, jedná se pak o sexuální chování na internetu.

Zrod internetu byl revoluční pro řadu odvětví, stejně tak i pro oblast sexu. Zájem o sexuální témata na internetu sahá až do druhé poloviny 90. let 20. století. V té době rapidně rostl počet uživatelů a uživatelů internetu a s tím se pojilo i zvýšené sexuální chování skrze online prostředí. Je pochopitelné, že s vývojem internetu, aplikací a technologií dochází rovněž k proměně sexuálního obsahu, který je zde dostupný, ale i aktivit, které jsou provozovány v online světě (Blinka, 2015, s. 131).

Pro účely této práce budeme sexuální chování na internetu dále členit z hlediska nevýdělečného sexuálního chování (motivem není zisk ani odměna) a výdělečného sexuálního chování (tzv. sex businessu).

## 1.1 Nevýdělečné sexuální chování

Do sexuálního chování na internetu spadá velmi široké spektrum aktivit a činností. Proto veškeré projevy sexuálního chování na internetu mohou být rozděleny do několika kategorií. Následující dělení se tradičně využívá pro zkoumání sexuálního chování jedince v online prostředí (Döring, 2009). Tato část popisuje sexuální chování uživatele internetu z pohledu cíle, který svým chováním sleduje. V tomto případě jeho motivem není zisk ani odměna. Sexuální chování, jehož cílem je získat hmotnou odměnu, bude pro svou komplexnost více popsáno v kapitole 1.2.

### 1.1.1 Konzumace pornografie

Prvním druhem sexuálního chování je konzumace pornografie. Jak píše Spitzer (2016, s. 243): „Kdykoliv se u nějakého nového média výrazně rozšíří okruh uživatelů, začne se využívat i k šíření pornografického materiálu. Stalo se to již u knižtisku a ani s internetem tomu není jinak“. Je nutné uvést, že neexistuje jednoznačná definice pornografie a pohledy na ni se různí (Spitzer, 2016, s. 247). Psychologický pohled nabídli Hartl a Hartlová (2015, s. 421), kteří definují pornografii jako „text či vizuální výtvar obscénního charakteru, jehož jediným účelem je sex. vzrušení“. Chmelík (2003, s. 17) uvádí, že „pornografie je jakýkoliv předmět, zobrazení pohlavních orgánů, pohlavního nebo jiného sexuálního styku“ a jako cíl má ovlivnit a podnítit sexuální pud. Další definicí do této komplexní mozaiky přispívá VandenBos (2015, s. 808), který na ni pohlíží jako na „texty nebo snímky (např. ilustrace, filmy) s hrubým, často surovým sexuálním obsahem určeným výhradně k vyvolání sexuální reakce a uspokojení sexuálních potřeb pozorovatele“. Pomocí uvedených definic je možno usoudit, že pornografie je tedy produkt, který má za cíl u jedince sexuální vzrušení až uspokojení.

Pornografii se dělí na měkkou (předkládá běžný sex a je téměř neškodná) a tvrdou (zobrazující sexuální úchytky až sadismus; Hartl a Hartlová, 2015, s. 421). Stránky nabízející pornografický materiál jsou buď zdarma, nebo zobrazují obsah za poplatek. Na otázku, proč je pornografie ve společnosti tak oblíbená, dobře odpovídá model Tripple-A – anonymity, affordability, and accessibility (anonymita, cenová dostupnost a snadný přístup; Döring, 2009). I Spitzer, (2016, s. 247) s výše uvedeným modelem souhlasí: „internet je dnes kvůli své anonymitě a volné dostupnosti převažujícím způsobem šíření pornografie“. Tomu nahrává i fakt, že mnoho stránek je bezplatných. Současná pornografie je cenově dostupná, je k ní snadný přístup (není složité ji i díky dostupnosti

internetu najít), ale přitom všem je uživatel stále anonymní. Právě díky uvedeným důvodům je tento druh produktu u veřejnosti tak oblíbený (Döring, 2009; Spitzer, 2016, s. 247). Celou zmíněnou problematiku popularity pornografického materiálu doplňuje model ACE – Anonymita (anonymity), Convenience (pohodlí/bezpečí), a Escape (útěk). Jádrem tohoto modelu je myšlenka, že v bezpečném prostředí a pod anonymitou mohou lidé utéct od každodenních problémů, alespoň dočasně zapomenout na tíživou životní situaci. Prezentované chování se pak jeví jako zvládací strategie neboli coping mechanism (Blinka, 2015, s. 133, 134). Pornografie je tedy oblíbená z důvodu, že je cenově dostupná, je k ní snadný přístup, uživatel zůstává v anonymitě, a navíc její užívání pomáhá lidem utéct od problémů.

Zmíněnou vysokou popularitu pornografie na internetu dokresluje i oblíbenost pornostránek mezi ostatními webovými stránkami. Porno stránky xvideos.com a pornhub.com zaujímají 10. a 12. místo v žebříčku nejnavštěvovanějších webových stránek na světě a průměrně zde uživatelé stráví mezi 8 až 9 minutami. Na předních příčkách před stránkami s obsahem pro dospělé se nacházejí stránky jako Youtube, Wikipedie, internetové vyhledávače (jako např. Google, Yandex, Baidu, Yahoo) a sociální sítě (typicky Facebook, Instagram, Twitter; SimilarWeb, © 2023).

### 1.1.2 Interakce se sexshopy

Druhý typ sexuálního chování na internetu souvisí se sexshopy. Cílem takového chování, v souvislosti s erotickým obchodem, je získat informace o sexuálních pomůckách, hračkách nebo diskrétně tyto předměty nakupovat z pohodlí domova. Zatímco pornografie na internetu se soustředí především na digitální (nehmotný) produkt, sexshopy se zaměřují na produkty hmotné povahy. Může se jednat například o vibrátory, kondomy, afrodisiaka, spodní prádlo a mnohé další produkty (Döring, 2009). Velké tržby, příliv nových zákazníků a zájem o sexuální pomůcky zaznamenaly sexshopy především v období pandemie. V té době investice do reklamy u segmentu erotických pomůcek vzrostly o více než 100 % (Špačková, 2020).

### 1.1.3 Využívání sexuální práce

Sexuální práce (anglicky sex work) jsou dalším druhem sexuálního chování na internetu. Pojem zastřešuje veškeré práce, které poskytují nějakou formu sexuální nebo erotické aktivity či služby s cílem výtěžku. Nutné je upozornit na fakt, že výjimku tvoří profese,

jejichž obsahem jsou sexuální a erotická témata, nicméně neposkytují sexuální ukojení (např. sexuolog). V rámci sexuální práce je záměrem u příjemce těchto služeb sexuální vzrušení, vyvrcholení či uspokojení sexuálních potřeb (Křivánková, Špásová A Ducháčová, [b.r.], s. 11). Na jedné straně slouží prostředí internetu jako nástroj k získání kontaktu na klasické off-line sexuální práce (prostituce, nevěstinců, eskort služeb, sex turismu, ...) a na straně druhé umožňuje internet konzumovat novější formy sexuální práce (např. živé vysílání erotického představení skrze webkameru; Döring, 2009). Záměrem tohoto sexuálního chování je tedy užití služeb od lidí spadajících do oblasti sexuální práce. Sexuální práce je velmi specifická tím, že nenabízí produkt. Nabízení produktů je typické např. právě pro sexshopy. Konzumace pornografie spočívá ve spotřebě produktu s úmyslem sexuálního vzrušení. Sexuální práce se nezaměřuje na produkt. Naopak se zaměřuje na službu, kterou nabízí s cílem sexuálního vzrušení či uspokojení potřeb. Avšak podmínkou je nabízení této služby za nějaký druh kompenzace.

#### **1.1.4 Sexuální výchova**

Sexuální chování se může týkat výchovy či vzdělávání v oblasti sexu. Cílem takového sexuálního chování je diskrétní získání informací a rad zaměřených na sexuální zdraví, povědomí, postoje a chování z internetu. Kromě toho se uživatelé mohou stát aktivními účastníky diskuse, šířit informace, ale i radit jiným lidem s jejich otázkami, obtížemi a sdílet své názory s ostatními na internetu. Sexuální výchova se stará jak o psychologický, tak i fyziologický aspekt sexuálního chování. Podle svých zájmů mohou uživatelé vyhledávat a přistupovat k informacím, které považují za vhodné, relevantní a důvěryhodné. Z formátů sexuální výchovy to mohou být např. online poradny (Döring, 2009; VandenBos, 2015, s. 971).

#### **1.1.5 Navozování sexuálních kontaktů**

Existují dvě formy sexuálního kontaktu na internetu. První z nich jsou kontakty iniciované za účelem internetem zprostředkované sexuální výměny, např. sexting. Tím je myšlena výměna sexuálních a erotických zpráv. Může se jednat o intimní nebo pornografické textové zprávy, fotografie, hlasové zprávy, ale i videa, která pocházejí z vlastní produkce samotných aktérů. Využívají se k tomu počítače nebo chytré telefony, příslušné sociálních sítí nebo programy. Fenomén sextingu nabral na oblibě ve chvíli, kdy se zkombinoval fotoaparát, telefon a internet, který umožnil obsah okamžitě sdílet (Döring, 2009; Spitzer, 2016, s. 243, 244; Blinka, 2015, s. 132). Uvedený typ chování se dá nazvat také jako

kybersex, což je původně (v užším významu) výměna sugestivních eroticky, ale i sexuálně laděných vzkazů mezi dvěma uživateli na internetu (Blinka, 2015, s. 132).

Druhou formou je navazování kontaktů vedoucích k reálným sexuálním setkáním. Na rozdíl od „komerční“ sexuální práce, toto navazování kontaktů mezi aktéry probíhá bez jakéhokoliv nároku na odměnu. Sexuální kontakt na internetu může spočívat v jednorázových, letných stycích, ale může mít podobu dlouhodobých osobních vztahů (Döring, 2009).

Poměrně novým fenoménem v oblasti navazování reálných sexuálních kontaktů je Sex on demand (tj. sex na vyžádání). Moderní technologie umožnily vznik seznamovacích a chatovacích aplikací, které s přesností až na jeden metr dokáží říct, jak daleko jsou od vás další uživatelé. To je velmi žádaná vlastnost hlavně v situacích, kdy je cílem rychle najít někoho, kdo je uživateli sympatický, vyskytuje se nedaleko a projevuje ochotu ke kontaktu. Velmi dobře k tomu slouží aplikace typu Tinder a Grindr. Tindr je u široké veřejnosti velice oblíbená aplikace. Druhá zmíněná, méně známá, existuje již od roku 2009 a je určená pro homosexuální a bisexuální muže (Spitzer, 2016, s. 252, 253).

Díky těmto specifickým online platformám může uživatel internetu iniciovat sexuální kontakt mnohem jednodušeji a může lépe cílit na oblast svého zájmu než v reálném světě (Döring, 2009).

### 1.1.6 Sexuální subkultury

Poslední typ sexuálního chování, který se tradičně zkoumá, jsou sexuální subkultury. Pojmem subkultura se rozumí skupina lidí, která má charakteristické zvyky, chování, zájmy nebo hodnoty, díky kterým se dá rozeznat od větší kultury, ve které členové žijí (VandenBos, 2015, s. 1042). Osoby s menšinovou sexuální orientací či preferencemi mají často problémy najít podobně smýšlející osobu. Díky internetu zmíněný problém odpadá, protože jde o snadný a levný způsob. Členové subkultur pak internet využívají k sebevyjádření, což může zahrnovat výměnu informací, podporu či politický aktivismus. Mohou také informovat o kulturách, zapojit se do diskusí, ve kterých mohou vyjádřit svůj nesouhlas. Online platformy pro tyto menšiny jsou často rozšířením komunit, které fungují v reálném, off-line světě (Döring, 2009). Například počet lidí, kteří se identifikují jako součást sexuální menšiny se dlouhodobě zvětšuje a očekává se nárůst i do budoucna. Ve Spojených státech amerických se takto roku 2022 definovalo 7,2 % populace a lidí

z generace Z (osoby narozené mezi lety 1997 a 2004) se takto označilo dokonce 19,7 % (Jones, 2023).

Je ještě nutné dodat, že všechny předchozí typy aktivit mohou uspokojovat také speciální potřeby pro sexuální subkultury (pornografie, sex shopy, sexuální výchova pro menšiny, sexuální pracovníci a kontakty na míru potřebám menšin). Tradičně se zkoumají zvláště díky specifickým, které tyto subkultury a menšiny mají (Döring, 2009).

## 1.2 Výdělečné sexuální chování (Sex business)

Zatímco předchozí text se věnoval sexuálnímu chování na internetu, které nemá za cíl zisk, tato kapitola se zaměřuje na takové chování na internetu, jehož cílem naopak zisk je. Dosavadní text nahlížel na chování z perspektivy „běžného uživatele“ a nyní se podíváme na chování z pohledu „podnikatele“.

Jedno ze slov užívaných pro sexuální chování s cílem zisku je sex business. Ten se může snadno plést s pojmem sex work (sexuální práce). Sex business je organizovaná sexuální či erotická činnost/chování s cílem zisku. Dá se říct, že se jedná o obchod se sexuálním uspokojením. Sex business je určitá cílená, promyšlená činnost, kdy motivací je především finanční odměna, zatímco sexuální práce je spíše pojmem obecným. Motivů k této činnosti může být mnoho: odměna finančního i nefinančního charakteru (např. drogy), nízká životní úroveň, zoufalství atd. (Křivánková, Špásová a Ducháčová, [b.r.], s. 11-13).

Mezi sexuální práci je možné zařadit erotické tanečnice, striptérky, ženy a muže pracující přes telefon, na erotických linkách, na internetu, ale i skrze webové kamery, pornoherce, pornoherčky až po prostitutky a prostitutky. Jak bylo uvedeno v předchozí kapitole, nutná je podmínka odměny. Ovšem do sex businessu patří i samotný management a zaměstnanci organizací poskytující tyto služby nebo prodejci produktů se sexuální tematikou. Nejedná se však o přímou sexuální práci (Křivánková, Špásová a Ducháčová, [b.r.], s. 11-13).

Jak bylo uvedeno, prostředí internetu umožnilo klasickým sexuálním pracím se propagovat a získat větší množství zákazníků (jako např. propagace prostitutek, prostitutek, zvětšení povědomí o eskort službách i sex turismu). Na straně druhé poskytlo nástroj dělat tyto sexuální práce i v prostředí internetu (živé vysílání přes webkameru nebo erotické online chaty za peníze; Döring, 2009). Další část se zaměří na vybrané sexuální práce a rozdíly mezi nimi.



### 1.2.1 Pornoherci a pornoherečky

První skupinou lidí z oblasti sexuální práce jsou pornoherci, tedy herci (účinkující) v pornografickém filmu. Přestože vnímání pornografie pro účely této práce již bylo stanoveno, je vhodné dodat, že typickým znakem, který je i podstatou tvorby pornografického filmu, je absence vztahu pornografického díla ke skutečnému životu. Vylučují se ostatní lidské faktory, do popředí se staví samotný sexuální akt, a to drsným až vtíravým způsobem, s jediným cílem: dráždit pohlavní pud (Chmelík, 2003, s. 43).

Pornoherci nejčastěji zobrazují klasický penetrativní sex a felaci. Zobrazení extrémního násilí je užíváno poměrně zřídka. Avšak méně extrémní formy (jako plácání a fackování) patří mezi velmi běžné praktiky. Přesto porno průmysl není jednoduché prostředí. Je děsivé, plné bolesti a ponižování (Millward, 2013). Ženy v něm v průměru vydrží 3 roky a poté odcházejí. Oproti snímkům zobrazujícím sexuální akt mezi dvěma muži, není kondom při heterosexuálním styku užíván takřka vůbec. Je normou, že herci mají falešná jména. To má strategický účel – aby se dobře propagovali. Využívají k tomu stereotypů. Od mužů se žádá větší maskulinita, od žen zase ženskost. Jak v chování, vzhledu, tak i ve jméně. U žen musí znít více sexy, naopak u mužů drsně. Na tom všem jde vidět, jak pornografie neodráží skutečný život, je to jednoduše pouze fantazie, obraz (Millward, 2013; Carotte, Davis a Lim, 2020).

Dříve bylo nutné pro konzumaci pornografie překonat řadu překážek, neboť nebyla natolik dostupná, jak je tomu dnes. Je zcela patrné, jak se především díky počítačům a internetu bariéra mezi producentem a konzumentem stále zmenšovala, až nakonec s rozšířením smartphonů zmizela úplně. Na internetu je i bezplatná pornografie, přesto více než dvě třetiny stránek mají placený obsah. Asi 25 % všech dotazů na internetových vyhledávacích se vztahuje k pornografickému materiálu. Internet se stal ideálním prostředím pro šíření pornografie. Důležité je zmínit oproti jiným sexuálním pracím jeden fakt. Pornografie má na jedné straně producenta díla a na straně druhé konzumenta onoho materiálu (Spitzer, 2016, s. 247). Konzument nemá běžně sex s pornohercem, pouze konzumuje materiál, na kterém je pornoherce zachycen.

Hartl a Hartlová (2015, s. 421) dodávají, že je téměř nemožné vymýtit pornografii a stejně tak i prostituci. Jediným nástrojem regulace je omezení přístupu k ní (kdy, kde a komu bude přístupná – tedy ovlivnit prvky již dříve popsaného modelu Tripple-A).

### 1.2.2 Prostituce

Když se řekne sexuální práce, veřejnost si tento pojem hned spojí se slovem prostitutka (Křivánková, Špásová a Ducháčová, [b.r.], s. 11). Ovšem jak bylo vysvětleno, prostituce je pouze část z oblasti sexuálních prací. Chmelík (2003, s. 17) na prostituci nahlíží jako na „specifický druh podnikání (obchodu), jehož prostředkem je poskytování sexuálních služeb jiným osobám za úplatu. Jedná se jakýkoliv způsob ukájení pohlavního pudu na těle jiné osoby. Nemusí jít o klasickou soulož, ale o dotýkání se těla jakékoliv části těla jiného, sebeukájení, pokud jsou prováděny za úplatu. Úplata nemusí mít pouze finanční podobu, ale může mít i jinou formu, např. získání určité výhody, poskytnutí protislužby, protekce“. Další pohled na prostituci předkládají Hartl a Hartlová (2015, s. 458) a popisují ji jako „hetero- či homosexuální styk pro finanční n. materiální zisk“. Často je spjata s výskytem pohlavně přenosných chorob a dřívější snaha o vytlačení této činnosti do ilegality je v dnešní době „nahrazena“ snahou o její legalizování z důvodu následné možnosti zdravotní a sociální kontroly (Hartl a Hartlová, 2015, s. 458). VandenBos (2015, s. 847) charakterizuje prostituci jako „sexuální službu, která je založena na platbě penězi nebo směně jiného majetku či cenností. Prostituce může zahrnovat služby heterosexuální nebo stejnopohlavní povahy poskytované prostitutem nebo prostitutkou. Služba může být obyčejná soulož, jiné běžné sexuální praktiky (např. felace, cunnilingus, masturbace) nebo jiné praktiky vedoucí k sexuálnímu uspokojení“. Výklad toho, co prostituce je a není, se různí. Podle předložených definic by měla tato služba zahrnovat pohlavní styk nebo další sexuální praktiky, a to vše za finanční či nefinanční kompenzaci.

Všechny formy prostituce vyžadují přímou sexuální práci (ať v privátech, hotelech, barech, bytech, nebo na ulici) a internet slouží jako katalog o způsobu, formě a rozsahu prostituce (Chmelík, 2003, s. 63-65). Jde o komplexní problematiku a jasný postoj k ní nemají ani sami občané České republiky. Třetina lidí (31 %) si myslí, že by měla být zákonem povolena a uznávána jako živnost. 28 % obyvatel zastává názor, že není třeba upravovat prostituci zákonem, stačí postihovat kriminalitu, která se k ní pojí. 30 % dotazovaných by ji zakázalo a postihovali by minimálně ty, kteří ji nabízejí (Centrum pro výzkum veřejného mínění, 2019).

### 1.2.3 Webcam model

Pro účinkující v živých erotických vysíláních skrze web kameru se dá využít anglického pojmu webcam model. Zrod online sexuálních show pomocí webkamer zajistil bezpečnější

pracovní prostředí pro sexuální pracovníky (Jennings, 2021). Barrett-Ibbaria (2020) popisuje výhody této formy práce oproti jiným sexuálním pracím následovně: „streamovací stránky jako MyFreeCams, Camsoda a Chaturbate umožňují modelkám streamovat živé sexuální show z jejich vlastních ložnic a komunikovat se svými diváky v chatovacích komunitách, což nabízí fanouškům intimní spojení s umělci, kteří zastávají roli pornohvězdy i virtuální přítelkyně“. Vysílání může probíhat v prostředí domova nebo v „kancelářích“ společností v případě, že model je pod agenturou soustředící se právě na erotická online vysílání. Účinkující si při představeních sami stanovují sazbu za soukromé představení (které je pouze jeden na jednoho) nebo cenu za jakékoliv požadavky od sledujících (např. i fetišistické požadavky, „uctívání nohou“, role-play a ponižování). Poplatky těchto streamovacích stránek jsou různé. Modelové tak mohou mít jejich zisk snížen až o 75 %. Webcam model má možnost ze své show vyhodit fanoušky, kteří se chovají hrubě nebo jinak nevhodně, což také napomáhá k bezpečnějšímu a příjemnějšímu pracovnímu prostředí (Barrett-Ibbaria, 2020).

#### 1.2.4 Operátor erotické linky

Jedná se o další podobu sexuální práce. Lidé na erotických linkách mají za úkol komunikovat s volajícími a cílem je jej udržet co nejdéle na lince. Nejčastěji se jedná o komunikaci založenou na něčem, co bychom mohli označovat jako „oplzlé řeči“, „prasečinky“ nebo „sprostárny“, ovšem sexuální tematika není nutností. Práce může mít také podobu např. utěšování a konejšení zákazníka nebo si volající chce pouze povídat o běžných věcech. Za tuto službu platí volající fixní částkou, která se účtuje každou započatou minutu (Powers, 2020; Strathmann, 2020). U operátorů je zachována anonymita. Ovšem je od nich vyžadováno, aby se zákazníci telefonovali co nejdéle a je zcela nežádoucí i velmi nepříjemné hovory předčasně ukončit (Strathmann, 2020).

#### 1.2.5 Sexfluenceři

Dnešní společnost již poměrně dobře rozumí tomu, kdo je influencer, přesto pojem bude definován v následující kapitole. Ovšem mezi úplně novou kategorií influencerů se řadí právě sexfluenceři, kteří jsou zatím neznámým pojmem v oblasti sexuální práce (Worthington, 2022). Význam slova sexfluencer není nijak pevně definován, neboť se jedná o zcela čerstvý fenomén.

Práce sexfluencera se dá popsat jako určitý hybridní model, který kombinuje práci influencera (působení na sociálních sítích, kde má velký dosah) se sdílením sexuálního obsahu, který známe z oblasti sexuální práce. Navíc drtivá většina těchto lidí nikdy neměla styk s klientem v reálném životě, proto se nedá mluvit o prostituci (Miller, 2022). Prodávají NSFW obsah online svým sledujícím z bezpečí svých domovů, což jim umožňuje pracovat jak, kdy a kde sami uznají za vhodné. Přesto by bylo zkratkovité označit tyto osoby jako pornoherce a pornoherčky, protože jedním z aspektů pornografie je absence vztahu mezi pornografickým materiálem a skutečným životem, což se v případě sexfluencerů neděje (Chmelík, 2003, s. 43). Sexfluenceři využívají platformy jako OnlyFans, kde nahrávají sexuálně explicitní obsah (fotografie částečné i úplné nahoty, pornografické texty, ale i erotické a pornografické snímky) a získávají od sledujících peníze. I tito lidé čelí předsudkům jako jiné sexuální práce (Worthington, 2022).

Sexfluenceři, stejně tak jako influenceři, hojně využívají sociální sítě, tvoří si velkou fanouškovskou základnu a hlavně budují brand založený na své vlastní osobě, aby fanoušky následně mohli přetvořit ve své předplatitele (Worthington, 2022). Z uvedených informací pro účely této práce bude pojmem sexfluencer označována osoba, která sdílí vlastní sexuálně explicitní obsah za peníze a zároveň působí na jiných sociálních sítích, kde oslovuje svoji fanouškovskou základnu a propaguje svoji výdělečnou činnost.

Následující kapitola se bude věnovat činnosti influencera, který má se sexfluencerem stejné některé prvky své činnosti.

## 2 INFLUENCER JAKO PODNIKATEL

I OnlyFans, stejně jako jiné sociální sítě, pracuje s tzv. faktorem influencingu. Influencer – pojem nadřazený slovu sexfluencer, který jednoduše definuje McCorquodale (2021, s. 11) jako „osoba, která vybuodovala digitální publikum za pomoci sdílení obsahu z jejich života“. Na rozdíl od klasických celebrit, tyto lidé prezentují život, který je více reálný, pro fanoušky lépe dosažitelný, což je více přitažlivé (McCorquodale, 2021, s. 15, 16). Podmínky, za kterých se uživatel internetu dá označit jako influencer, by se daly shrnout do několika následujících bodů (Burešová, 2022, s. 256):

- Influencer má velkou komunitu lidí, kteří konzumují jeho obsah. Tato komunita může mít různou velikost.
- Komunita se nachází na konkrétní sociální síti nebo i na více sítích zároveň.
- Tvůrce obsahu musí být určitým odborníkem na oblast, o které píše texty a natáčí videa (vaření, móda, hry, ...). Je samozřejmé, že mimo komunitu mohou existovat významnější experti, kteří mohou mít v oboru větší zkušenosti či dokonce vzdělání.
- Tvůrce musí být důvěryhodný, charismatický a mít možnost a schopnost ovlivňovat lidi.
- Působit na internetu musí osoba v současnosti. Stejně tak mít i vliv. Nedá se říci o osobě, která tvořila před několika lety, že je influencer.

### 2.1 Monetizace činnosti influencera

Influencerům přinášejí zisk především aktivity spojené s popularitou – nejčastěji spolupráce, prodej vlastního merche (např. knih, triček, ...) nebo sponzoring (Ševčíková, 2020; McCorquodale, 2021, s. 21, 23). Tvůrci neustále hledají způsoby, jak se oprostit od sponzorovaného obsahu, spoluprací. Je-li tento obsah příliš častý, může být otravný i pro jejich publikum (McCorquodale, 2021, s. 22). Jedná se ovšem o nutné zlo, které musí fanoušci tolerovat, aby se tvůrci mohli věnovat své práci na plný úvazek. Řešení nabízí platformy na podporu tvůrců jako Patreon nebo Twitch, které dávají sledujícím možnost tvůrce finančně podpořit. Pokud se jedná o sexuálně explicitní obsah, ten je zcela dovolen např. na platformě OnlyFans (Ševčíková, 2020). S větším počtem sledujících přirozeně vzniká větší cílová skupina, ze které je možné mít zisk.

Je nutné zajistit, aby obsah sdílený na profilu vzbudil zájem sledujících a ti případně vykonali požadovanou akci (Kelly, [2016], s. 40). To je důvod, proč se snažit o větší počet fanoušků. Následující kapitola se tedy bude zaměřovat právě na to, jak toho lze dosáhnout.

## 2.2 Zvyšování počtu sledujících

Cílem všech influencerů je zvětšovat fanouškovskou základnu, svůj dosah a vliv. Losekoot a Vyhnánková (2019, s. 69) k tomuto tématu přispívají svým stanoviskem: „zajímavý relevantní příspěvek vám přinese vyšší zapojení, čímž dosáhnete většího dosahu, což přiláká nové publikum, a tedy nové relevantní fanoušky. Ti se budou zapojovat u dalších příspěvků“. Je tedy jasné, že základem pro získávání většího počtu fanoušků je hlavně kvalitní obsah.

Každá síť je unikátní a vyžaduje také trochu jiný styl obsahu. Přesto samotné jádro komunikace musí vždy zůstat stejné, konzistentní, nehledě na sociální síť. Důležité je, aby se požadovaná představa o značce či influencerovi, prolínala skrze všechny sítě, což následně vede k budování loajality. Samotný obsah nemusí být vždy úplně dokonalý, musí být ale 100% autentický (Kelly, [2016], s. 41; Burešová, 2022, s. 223).

Je nutné být konzistentní – v psaném projevu, ve způsobu sebe prezentace, ale i ve sdílení materiálů, které by se měly přidávat pravidelně. Vhodné jsou i formáty stories, u kterých nevadí, když se přidávají i několikrát denně. Dalším nástrojem je využívání hashtagů, díky nimž mohou narazit uživatelé sociální sítě na daný obsah. Velmi dobře fungují ankety např. o tom, jaký obsah by chtěli fanoušci vidět. Sledující mají pocit, že jsou součástí rozhodování. Označování osob, značek nebo samotných produktů může rozšířit dosah. Další možností je vyzorovat a následně dávat lidem to, co již bylo úspěšné a co za obsah chtějí od tvůrce vidět (Burešová, 2022, s. 223; McCorquodale, 2021, s. 16, 40).

## 2.3 Legislativně právní rámec činnosti

Influencing je také forma podnikání, ke které by osoba měla mít živnostenské oprávnění. Stejně jako jiné osoby samostatně výdělečně činné, má influencer povinnost odvádět daně, a tedy podávat daňové přiznání. Je nutné odevzdat i přehledy pro odvod sociálního a zdravotního pojištění (INFLUENCER = PODNIKATEL, 2021; Navrátil, 2022).

Jedna strana věci jsou nastavené zákony, které se musí dodržovat a druhá je samotná realita. Generální finanční ředitelství ze své analýzy v říjnu roku 2022 zjistilo,

že jen v Moravskoslezském kraji zdanění unikly příjmy v řádech desítek milionů. Nejvíce unikají daně tvůrců na platformách YouTube a Twitch. Přesto se Finanční správa ke tvůrcům chová mírně, umožňuje vše zpětně doplatit. Další kontroly jsou naplánovány na 1. polovinu roku 2023 a zaměřeny mají být na větší množství internetových platforem (Navrátil, 2022; Influenceri a daně, 2023).

Poslední část se soustředí na téma sociálních sítí, protože se jedná o místo kde influenceri, a tedy i sexfluenceri, působí.

### 3 SOCIÁLNÍ SÍTĚ A SEXUÁLNÍ OBSAH

V lednu roku 2023 bylo v České republice 9,61 milionů uživatelů internetu (Mark, 2023). Díky dostupnosti internetového připojení a mobilních dat jsou sociální sítě již zcela běžně používanou komunikační platformou a jsou součástí každodenního života (Bednář, 2011, s. 7). Mezi nejnavštěvovanější stránky na internetu, hned po Google a YouTube, patří právě sociální sítě. Na třetím až pátém místě jsou stránky jako Facebook, Twitter a Instagram (SimilarWeb, © 2023). Internet v prvním měsíci roku 2023 užilo celkem 91,6 % lidí a 79,6 % má profil na sociálních sítích (Kemp, 2023). Nejedná se tedy o nijak malé číslo lidí, kteří na nich tráví svůj čas.

Sociální sítě jsou platformy, které umožňují sdílet takřka všechno: fotografie, odkazy, videa, ale také informace osobní, až intimní povahy, nálady, nápady nebo pocity. Dají se charakterizovat jako místo na internetu, kde se schází uživatelé, kteří pomocí svých profilů sdílejí a přijímají obsah (Burešová, 2022, s. 184). Typické prvky sociálních sítí se dají popsat především jako (Bednář, 2011, s. 10):

- Vztahy mezi uživateli, vzájemné komentáře, odkazy, hodnocení (např. v podobě palců a srdíček).
- Minimální zásah provozovatelů do chodu a samotného obsahu.
- Identita uživatelů sociálních sítí je totožná s jejich vlastní (reálnou) identitou.
- Obsah je tvořený samotnými uživateli.

Pro účely této práce bylo vybráno několik sociálních sítí, popsáno jejich fungování a samotná specifika ohledně sdílení erotického nebo sexuálního obsahu.

#### 3.1 Facebook

První a nejpoužívanější sociální síť v České republice je Facebook. Na této síti je skoro každý druhý obyvatel Česka (konkrétně 45,8 %; Kemp, 2023), nejčastěji ji využívají lidé mezi 13 a 35 lety (Burešová, 2022, s. 202).

Facebook v sobě kombinuje několik komunikačních prostředků. Základem je sdílení textových zpráv (tzv. statusů), odkazů a multimediálního obsahu (např. fotografie a videa), samozřejmostí je posílání textových zpráv mezi jednotlivými uživateli. Vše se odehrává mezi „přáteli“ (jak se říká vztahu na této sociální síti) nebo mezi uživatelem a stránkou (Bednář, 2011, s. 11). Trendem jsou v současné době stories (sdělení audiovizuální



nebo textové povahy, která jsou dostupná k zobrazení pouze 24 hodin) a skupiny (lidé sdružení do jedné online komunity; Losekoot a Vyhnánková, 2019, s. 129).

Na Facebook není možné sdílet obrázky zobrazující genitálie a fotky, na kterých je ústřední motiv zcela odhalené pozadí. Omezen je také obsah zobrazující ženské poprsí, pokud jsou na nich vidět bradavky. Povolena jsou naopak média s poprsím, na kterých lze vidět jizvy po mastektomii nebo kojení. Stejně tak lze sdílet materiál zobrazující sochy, obrazy či umělecké předměty zobrazující nahotu. Omezen je i jakýkoliv obsah zobrazující sexuální aktivity, který není zveřejněný se vzdělávacím eventuelně humoristickým účelem nebo se nejedná o satiru (Meta, © 2023a).

### 3.2 Instagram

Na Instagramu se uživatelé vyjadřují především obrázky. Slouží ke sdílení fotografií, obrázků a krátkých videí, ke kterým je možné přidat texty a „hashtagy“ (tzn. klíčová slova, pomocí kterých je pak možné najít každý obsah, který je takto značen). Používá se především skrze mobilní telefony a 70 % jeho uživatelů má do 35 let. Obsah lze sdílet jako běžný příspěvek (fotografie či video s popisem), reels (až 60vteřinová videa s hudebním podtextem, případně filtry) nebo stories (text, vizuální nebo audiovizuální obsah dostupný pouze po 24 hodin od uveřejnění; Burešová, 2022, s. 222-228; Losekoot a Vyhnánková, 2019, s. 132).

Instagram, stejně jako Facebook, je vlastněn společností Meta. Proto i zde jsou podmínky sdílení sexuálně explicitního obsahu velmi obdobné. Nahota, sexuální styk, ženské bradavky nejsou povoleny. Povolena jsou umělecká díla zobrazující nahotu, situace týkající se zdravotního stavu, šíření povědomí o společenských tématech a protesty. Facebook i Instagram zakazuje nabízet sexuální služby (Meta, © 2023b).

### 3.3 Twitter

Twitter se využívá k okamžitému sdílení nápadů, názorů, či médií mezi publikum (Kelly, [2006], s. 63). Základem je publikování krátkých textových zpráv až o délce 280 znaků včetně hashtagů (Losekoot a Vyhnánková, 2019, s. 134), ke kterým lze vložit odkazy, fotografie nebo videa. Uživatelé pak mohou na příspěvky vzájemně reagovat, odpovídat na dotazy, zapojovat se do tematických konverzací, sdílet cizí příspěvky pro své publikum a posílat je tak dál. Celý systém funguje jako určité virální šíření (Bednář, 2011, s. 29; Losekoot a Vyhnánková, 2019, s. 134).

Twitter zakazuje zobrazování nahoty pouze na velmi exponovaných místech, které definuje jako živé vysílání, záhlaví, profilové fotografie nebo úvodní fotografie. V případě sdílení takového obsahu mimo uvedená místa je nutné jej při nahrávání označit jako obsah, který může být citlivý. Tento obsah musí být pořízen a sdílen se souhlasem všech účastníků a případný nesouhlas v něm nesmí být ani hrán, či předstírán. Citlivý obsah se následně zobrazí pouze těm, kteří mají nad 18 let a v nastavení si povolí zobrazení citlivého obsahu. Jako citlivý obsah se nepovažuje zobrazování kojení a obsah sdílený pro umělecký, lékařský, zdravotní nebo vzdělávací účel (Twitter, © 2023).

### 3.4 TikTok

TikTok je poměrně nováčkem mezi ostatními sociálními sítěmi, avšak jeho oblíbenost mezi Čechy stále roste (Kemp, 2023). Oblíbený je především mezi mladistvými.

Principem této sítě je sdílení a konzumace krátkých videí s hudebním nebo jiným audio podtextem. Oproti ostatním sítím TikTok nabízí obsah od jiných uživatelů na hlavní stránce For You, a to i když uživatel vůbec nikoho nesleduje. Uživatel tak snáze narazí na populární videa a dostane se skrze ně k ostatním tvůrcům, které může začít sledovat. Algoritmus na základě chování dokáže velmi přesně předpovídat, jaký typ obsahu by se mohl konkrétnímu sledujícímu líbit, a ten je mu i následně nabídnut. Princip fungování hlavní stránky a algoritmu jsou důvody popularity této sítě (Burešová, 2022, s. 246-247).

Na TikToku je zobrazování nahoty a sexuálně explicitního obsahu zakázáno ve všech formách. Navíc obsah s pouhým erotickým podtextem se nezobrazuje na For You stránce uživatelům mladším 18 let. To vše se záměrem omezit přístup dětí k sexuálnímu obsahu. Nově však mohou tvůrci nastavit svá živá vysílání pro uživatele, kteří dovršili věku 18 let (TikTok, © 2023).

### 3.5 Snapchat

Poslední vybranou sociální sítí je Snapchat. Přestože není takovým nováčkem, jako TikTok, jeho popularita je na vzestupu (Kemp, 2023). Nejvíce uživatelů této sítě má mezi 18 až 34 lety (Kelly, [2016], s. 87).

Podstata platformy tkví ve sdílení fotek, videí a textů, které ovšem jsou omezeny dobou, po kterou je možné je zobrazit. Uživatelé se mohou rozhodnout, zda je nahrají do stories, kde si je mohou sledující zobrazit až 24 hodin od nahrání nebo zda je pošlou přímo

do soukromých zpráv. Zprávy po předem určené době zmiznou, obsah se sám neukládá. (Kelly, [2016], s. 87-89).

Stejně jako v případech ostatních sociálních sítí (s výjimkou Twiterru) i Snapchat nedovoluje sdílení sexuálně explicitních materiálů. Výjimkou jsou vzdělávací a zdravotní účely. Zakázána je propagace online i offline sexuálních služeb a nabízení sexuálního kontaktu (sexting). Uživatelé tento obsah musí nahlásit a následně jej Snapchat vyhodnotí. Dotyčný tak bude upozorněn a po několika upozorněních mu může být účet odstraněn (Snap Inc., © 2023).

## 4 METODIKA

Teoretická část se zabývala sexuálním chováním na internetu, a to na jedné straně nevýdělečným chováním (kdy primární smyslem je osobní potěšení nebo užitek nefinančního charakteru) a na straně druhé chováním, jehož cílem je zisk. Tato kapitola byla důležitá pro zasazení pojmu sexfluencer do kontextu stávající teorie a odlišností od jiného sexuálního chování na internetu. Následně se pozornost ubrala k samotnému povolání influencera, způsobům komunikace a propagace jeho profilu. Popsáno bylo, že pozice influencera a sexfluencera je velmi podobná, influencer je pojem nadřazený slovu sexfluencer. Pozornost je zaměřená také na monetizaci jeho činnosti a legislativně právním požadavkům. Třetí kapitola se věnuje sociálním sítím, jejich konkrétním představitelům a způsobům, jak se jejich pravidla staví k sexuálnímu či erotickému obsahu. Tato teoretická východiska jsou nutná k lepšímu pochopení tématu, ale i sítě OnlyFans.

OnlyFans je poměrně nová sociální síť, na kterou není zakázáno umisťovat sexuálně explicitní obsah. Část populace ji proto vnímá jako jednoduchý zdroj příjmů. Stačí nahrát fotografie nebo videa zobrazující nahotu nebo sexuální aktivity a čekat, kdo bude ochoten za přístup k tomuto obsahu zaplatit. Tito tvůrci se mohou označovat jako sexfluenceři, neboť využívají principů influencerů nejen ke sdílení sexuálně explicitního obsahu ze svého života. K získání většího počtu platících fanoušků si musí udržet stávající a oslovit nové. K tomu využívají jiných sociálních sítí.

### 4.1 Cíl a účel práce

Cílem práce je analyzovat jednak komunikaci na sociální síti OnlyFans u účtů se sexuálně explicitním obsahem jednak způsob, jak se dají tyto účty propagovat.

Účel práce je vědecký. Popsat prostředí této sítě, způsob komunikace a propagace, kdy tyto poznatky poslouží jako základ k dalšímu zkoumání. Vzhledem k neprobádanosti tématu je nutné jej prvně popsat a analyzovat.

Vzhledem k záměru práce nebude tato diplomová práce obsahovat projektovou část. Důvod je prostý: práce je popisného charakteru, a i samotný cíl se soustředí pouze na analýzu a popis komunikace na platformě.

### 4.2 Výzkumné otázky

Vzhledem k cíli práce a jejímu naplnění byly stanoveny tyto výzkumné otázky:

**VO1:** Jakými způsoby tvůrci sexuálně explicitního obsahu komunikují se svými předplatiteli na sociální síti OnlyFans?

**VO2:** Jak se propagují účty OnlyFans se sexuálně explicitním obsahem, aby získali nové sledující?

### 4.3 Zvolené metody

Pro naplnění cíle byly vybrány dvě metody výzkumu.

První metodou, která se přímo nabízí, je pozorování. Konkrétně pozorování, při kterém objekty zkoumání budou profily OnlyFans tvůrců. Jedná se o nástroj sběru dat s cílem sledovat záměrně, plánovaně a cílevědomě probíhající skutečnosti. Výhodou je fakt, že tato metoda není závislá na ochotě pozorovaných objektů spolupracovat (Kozel, Mynářová, Svobodová, 2011, s. 179). Hendl (2005, s. 191) k této metodě říká: „Používá se i jako hlavní metoda výzkumu, především když výzkum má popisný charakter“. Příhodné je doplnit pozorování individuálními rozhovory. Obzvláště je praktická pro situace, kdy zkoumaný jev je málo prozkoumaný a jev není pro osoby mimo členy skupiny přístupný (Hendl, 2005, s. 192, 193). Tyto důvody podporují vhodnost zvolené metody vzhledem k tématu, jeho specifikám a samotnému cíli.

Další metodou jsou individuální rozhovory s tvůrci a s konzumenty obsahu. Rozhovory vhodně doplňují pozorování. Využívají se v případech, kdy jsou respondenti koncoví uživatelé. Volen bývá zejména v případech, kdy jsou zjišťovány postoje k citlivému tématu, o kterém by se jim mohlo těžko mluvit ve skupině (Tahal, 2022, s. 46). Jako alternativa se jeví focus group, tedy skupinový rozhovor. Vhodný je pro sdílení nápadů a skupinová interakce může přinést pozitivní výsledek v podobě nových podnětů a připomínek (Kozel, Mynářová, Svobodová, 2011, s. 168). V tomto případě ovšem nevýhody metody převažují pozitivita. Konkrétně sociálně nepřírozené prostředí (neznámí lidé), může být natolik nepříjemné, že vzhledem ke zkoumanému tématu by někteří participanti mohli mít problém odpovídat otevřeně či vůbec mluvit.

S tvůrci budou provedeny expertní rozhovory. Dané prostředí důkladně znají a jsou to právě oni, kdo vytvářejí a nastavují komunikaci na síti OnlyFans. Expertní rozhovory jsou formou individuálních rozhovorů, kdy participanti jsou právě experti z dané oblasti. Nejedná se o koncové spotřebitele, ale o např. zástupce firem, podnikatelé, kdy je předmět zkoumání součástí jejich podnikání. Důvod pro volbu tohoto způsobu výzkumu oproti

focus group je jednoduchý: bývá obtížné pozvat větší množství těchto účastníků na jedno místo v jeden stanovený čas. Navíc jim může být nepříjemné otevřeně rozebírat ve skupině lidi své know-how (Tahal, 2022, s. 46, 49; Kozel, Mynářová, Svobodová, 2011, s. 168).

Přesná jména tvůrců a jejich účtů nebudou prozrazena kvůli ochraně práv duševního vlastnictví a autorská práva. Samotní tvůrci zakazují záznam, reprodukci, sdílení a šíření mezi veřejnost obsahu a informací z profilu bez povolení tvůrce. Z toho důvodu budou jejich jména a potenciální citlivé informace zakódovány.

## **II. PRAKTICKÁ ČÁST**

## 5 ONLYFANS

Jedná se o sociální síť, na které tvůrci nahrávají obsah a za přístup k němu mohou od uživatelů požadovat poplatek. Celé jedno procento nejúspěšnějších sexfluencerů na OF má na svědomí 33 % všech zisků. Nejpopulárnější si vydělají kolem 100 000 dolarů za měsíc, ovšem medián je výrazně nižší a to přibližně 180 dolarů za měsíc (to vše před odečtením provize pro síť samotnou; Hollands, 2020).



Obrázek 1 – logo sítě OnlyFans (Zdroj: OnlyFans, ©2023).

Konkrétněji platforma funguje jako sociální síť založená na platebním modelu měsíčního předplatného (pro zobrazení obsahu je ve většině případů nutné zaplatit měsíční poplatek). Lidé zde mohou prodávat, ale i nakupovat umělecký a zábavní obsah z vlastní produkce tvůrců (Worthington, 2022). Sama platforma se pyšní tím, že je skvělým nástrojem k rozvíjení autentických vztahů tvůrců s jejich fanoušky (OnlyFans, ©2023). OF si pak bere 20% provizi ze všech transakcí (Ševčíková, 2020; Hollands, 2020) a po odečtení všech nákladů na provoz služby je podíl pro společnost přibližně 12 % (Rosulek, 2022). Tvůrci, mezi které se řadí fitness trenéři, modelky, ale především amatérští pornoherci, zde nahrávají exkluzivní obsah, ke kterému mají přístup pouze jejich platící fanoušci. Nachází se zde i obsah, který lze navštívit zdarma (Ševčíková, 2020). Síť se stala populárním místem pro šíření pornografického materiálu z vlastní produkce tvůrců (Hollands, 2020).

### 5.1 Historie

V roce 2016 založil Tim Stokely sociální síť, jejíž podstatou bylo umožnit tvůrcům monetizovat svůj obsah na místě, na kterém nebude žádná reklama od třetích osob (OnlyFans, ©2023). V roce 2018 Stokely prodal 75 % podílů Leonidu Radvinskému, vlastníkovvi stránky MyFreeCams (erotické online vysílání skrze web kameru), což předurčilo budoucí směřování platformy k erotickému obsahu (Rosulek, 2022). Síť rostla a největší popularitu zaznamenala během pandemie koronaviru (Hollands, 2020; Ševčíková, 2020). V říjnu 2021 chtěla síť OF kvůli tlaku bankovních partnerů stáhnout a zakázat veškerý sexuální obsah. Následovala však obrovská vlna kritiky od uživatelů, kteří byli proti a žádali, aby OnlyFans zůstalo otevřeno i pro tvůrce pornografického materiálu. O 6 dní později OnlyFans



prohlásilo, že žádný obsah zakazovat nebude (Rosulek, 2022). V současné době má společnost přibližně 200 zaměstnanců, nachází se na ní 150 milionů uživatelů a přes jeden a půl milionu tvůrců (OnlyFans, ©2023).

## 5.2 Výhody a nevýhody sítě

Největší odlišnosti od jiných sociálních sítí je možnost nahrávání sexuálně explicitního obsahu pro dospělé (Worthington, 2022) a také fakt, že se zde nenacházejí reklamy třetích stran (OnlyFans, © 2023).

Výhodou oproti jiným sítím je i skutečnost, že tvůrci si nechávají 80 % zisků, kdežto na ostatních sítích, je to pouze kolem 50 % (Youth Zone, © 2020). Vedení účtu je zdarma (Rosulek, 2022). Společnost Uber byla schopná ve světě zcela rozbít taxi služby a Airbnb zase ovlivnila způsob, jak vnímáme ubytování na našich dovolených. Platforma OnlyFans změnila tradiční vnímání porno průmyslu, včetně jeho fungování. Velké pornografické společnosti často vydělávaly na mladých dívkách. OnlyFans vrací kontrolu nad aspekty sexuální práce zpět do rukou samotného tvůrce (Hollands, 2020). OF zcela rozbil tradiční distribuční systém, ve kterém nově mezi tvůrcem a příjemcem již nestojí „prostředník“. Věci jako tvorba, distribuce, platební podmínky a propagace jsou více méně v rukou tvůrce a je nyní na něm, jak si výše uvedené parametry nastaví (Lawless, 2021).

Mezi negativa z pohledu tvůrců je nutné uvést psychickou stránku věci – sexfluenceri cítí neustálý tlak na tvorbu dalšího nového obsahu, udržení si stávajících odběratelů a získávání těch nových. Problémem je, že nelze „utéct“ od této práce, která se může stát povinností na 24 hodin denně, 7 dní v týdnu. Bohužel, určitou samozřejmostí, se kterou musí tvůrce počítat, je fakt, že jeho nahé fotky mohou uniknout i mimo tuto stránku (Youth Zone, © 2020). V minulosti již došlo k velkému úniku dat, konkrétně videí a fotografií od tvůrců (Rosulek, 2022). Není výjimkou, že díky této síti se tvůrci příliš soustředí na to, co si o nich ostatní, a především fanoušci, myslí. To má negativní vliv na psychiku a klade velké nároky na nový obsah, který do budoucna nemusí být udržitelný (Youth Zone, © 2020).

Z pohledu uživatelů je největší výhodou převažující kvalita obsahu nad kvantitou. Samotný obsah pak může být přímo zaměřen na to, co se uživateli líbí (Youth Zone, © 2020). Handicapem OF je nemožnost na platformě „narazit“ na erotické tvůrce „jen tak“. Konkrétního tvůrce je možné najít pouze zadáním jeho uživatelského jména anebo tím, že se fanoušek proklikne skrze odkaz na jeho profilech na sociální síti. Na OnlyFans není

žádný způsob, jak objevovat nové účty s citlivým obsahem. Jediná možnost, je začít někde jinde, než na samotné stránce, např. na Instagramu nebo Twitteru (Jennings, 2021). Jako rizika OF je nutné zmínit závislost na pornografickém materiálu, negativní vliv uvedené závislosti na finanční prostředky sledujícího a také na potenciální nespokojenost s vlastním prožíváním sexuality v reálném životě (Youth Zone, © 2020).

### 5.3 Komunikace na síti

Komunikace probíhá skrze fotografie, videa, živá vysílání a další. Za zobrazení obsahu je nutné zaplatit podle podmínek tvůrce: měsíčním předplatným nebo jinou částkou, kterou je možné označit jako spropitné. Běžná je také komunikace skrze chat (Vachková, 2022).

I pro tuto síť platí, že úspěšní jsou jen ti, kteří se dokážou odlišit od ostatních. Je nutné, aby se každý fanoušek cítil výjimečně. Jen tak budou opakovat svoji platbu (Jennings, 2021; Hollands, 2020). Tvůrci, kteří nemají velkou fanouškovskou základnu, často plní roli e-partnerů pro své nejoddanější fanoušky a poskytují vzájemnou intimitu. Samozřejmě výměnou za finanční odměnu. Fanoušci cítí, že se o ně někdo zajímá, zvyšuje se jejich spokojenost a tvůrci tím budují vztah se zákazníkem (Jennings, 2021). Vachková (2022) dodává: „máte možnost přímo podpořit konkrétního tvůrce, dostat se s ním do kontaktu přes zprávy a sdělit mu svá přání (kterým může nebo nemusí vyhovět). Je to tak mnohem osobnější forma pro fanoušky této kategorie, což dělá tuto platformu zajímavou.“

Kvalitní komunikace pak vede k přeměně sledujících na platící předplatitele. Cílem komunikace je dostat lidi z Instagramu nebo Twitteru, kde mají tvůrci mnoho fanoušků, na OF a další placené platformy. Běžná marketingová praxe – nalákat a „zobchodovat“ (Vachková, 2022). To může s pomocí jiných sociálních sítí vypadat následovně: tvůrce přidá na sociální síť příspěvek s větou „odkaz v bio“, kde se fanoušek jednoduše proklikne např. právě na profil OF (Jennings, 2021). Využívá se k němu optimalizátorů odkazů, jako je stránka LinkTree. Do tohoto jednoho odkazu s využitím stránky LinkTree, který umístí na svůj profil, může tvůrce vložit další odkazy na různé aplikace pro zasílání peněz (Venmo, CashApp) ale i na svůj účet OnlyFans (Jennings, 2021). Když se fanoušci dostanou na placenou platformu a zaplatí, je nutné, aby je samotná komunikace tvůrce na síti udržela a platící fanoušek neměl důvod odcházet. Vachková (2022) ji jednoduše shrnuje následovně: „Buďte originální a osobití, dbejte na kvalitu, přidávejte pravidelně, starejte se o své fanoušky, komunikujte, nebuďte ani příliš levní ani příliš drazí, dejte o sobě vědět, využijte i ostatní sociální síť“.

## 6 POZOROVÁNÍ PROFILŮ TVŮRCŮ

Pro účely tohoto výzkumu bylo z webu OnlyFinder.com vybráno 12 profilů, které byly objekty pozorování. Úspěšnost profilů se vyhodnocuje podle počtu srdíček (obdobě To se mi líbí známé z Facebooku), která získali od svých sledujících. Předplatitelé u tvůrců často nejdou zjistit, jejich počet tvůrci obvykle skrývají. Podmínkou výběru profilů byla cena a to max. 5 dolarů za měsíc, což je minimální cena předplatného, která může být ale ještě nižší kvůli zvýhodněným nabídkám tvůrců. Vybráno tedy bylo 6 nejlepších OF tvůrkyň a 6 nejlepších OF tvůrců, jejichž účet bylo možné ke 14. 3. 2023 zakoupit za 5 dolarů a méně. Následně tyto profily byly pro účely pozorování předplaceny na jeden měsíc. Jména a některé další informace byly zakódovány z důvodu ochrany duševního vlastnictví tvůrců. Ke kódování byla použita nejpoužívanější jména v České republice.

U tvůrců a jejich profilů byly pozorovány následující oblasti: popis profilu a informace v něm, dále také jejich uvedené sociální sítě, cena předplatného, a obsah. Konverzace ve zprávách, fotky, videa byly pozorovány po dobu 3 týdnů od doby předplacení. V tomto období byly zjišťovány i příspěvky propagace jiných profilů a nabízení zpoplatněného vlastního obsahu. 3 týdny jsou tři čtvrtiny doby, na kterou je možné si přeplatit účet. Uživatel totiž postupně vyhodnocuje, jestli si jej předplatí znova, nebo odběr zruší. Společné prvky v obsahu (náměty a tematika) pak byly zjišťovány ze všech dostupných materiálů na jejich OF. Předmětem pozorování byl pouze obsah, k němuž se uživatel dostane zaplacením předplatného a který není třeba dodatečně doplácet. Tabulky obsažené v této kapitole slouží jako jeden ze způsobů záznamu pozorování a demonstrují přehledně výsledky.

### 6.1 Zkoumané profily

V následujících tabulkách jsou základní informace o zkoumaných profilech a ty jsou detailněji popsány níže.

Objekt pozorování Kódování	Tvůrce č. 1 Eliška	Tvůrce č. 2 Anna	Tvůrce č. 3 Adéla	Tvůrce č. 4 Tereza	Tvůrce č. 5 Sofie	Tvůrce č. 6 Viktorie
Pořadí v seznamu	5.	6.	9.	13.	23.	28.
Cena/měsíc (dolarů)	4,90	5,00	4,90	3,15	5,00	3,25
Běžná cena/měsíc (dolarů)	49,00	25,00	49,00	9,00	24,99	12,99
Počet předplatitelů	x	x	x	x	x	x
Počet fotografií	880	3 800	250	832	14 800	8 400
Počet videí	59	435	77	111	772	368

Tabulka 1 – Základní informace o zkoumaných profilech (kategorie ženy; zdroj: vlastní zpracování)

Objekt pozorování Kódování	Objekt č. 7 Jakub	Objekt č. 8 Jan	Objekt č. 9 Tomáš	Objekt č. 10 Matyáš	Objekt č. 11 Adam	Objekt č. 12 Filip
Pořadí v seznamu	304.	327.	360.	393.	522.	532.
Cena/měsíc (dolarů)	4,80	3,48	5,00	4,70	4,20	4,99
Běžná cena/měsíc (dolarů)	15,99	9,95	9,99	5,95	7,00	4,99
Počet předplatitelů	x	7 100	x	x	x	4 200
Počet fotografií	496	579	1 100	3 900	1 500	2 800
Počet videí	299	182	817	999	161	1 000

Tabulka 2 – Základní informace o zkoumaných profilech (kategorie muži; zdroj: vlastní zpracování)

### Tvůrce č. 1 - Eliška

Tvůrkyně Eliška patří mezi neúspěšnější ze všech vybraných profilů, zároveň je na páté příčce ve světě. Mimo slevové akce její měsíční předplatné patří jednoznačně k nejdražším. V době pozorování měla na profilu největší množství srdíček (obdoba pro like) ze všech sledovaných tvůrců. V popisku profilu sama tvůrkyně vysvětluje, že patří mezi 0,01 % nejlepších sexfluencerů na platformě OF. Podle slov v popisku profilu se soustředí na BDSM.

Zajímavostí je, že často nabádá své sledující, aby označovali srdíčky její příspěvky. V případě, že srdíčky označí 50 % všech příspěvků, může si sledující „zatočit kolem štěstí“, a získat tak výhru jako např. přístup k soukromému Snapchatu, videohovor skrze Snapchat, nebo video, v překladu „sólo dildo sténání“, které je běžně za 30 dolarů. V případě, že srdíčkem označí všechny její příspěvky, dostane možnost zatočit kolem štěstí podruhé, a získat tak dvě ceny. Toto může být jeden z důvodů jejího úspěchu a velkého množství srdíček na profilu. Velké množství srdíček neznámá, že má největší počet předplatitelů. Může mít pouze komunitu, která je naučená označovat všechny příspěvky srdíčkem.

Naopak sama příliš nevyvíjí aktivitu v soukromých zprávách. V první automatické zprávě tvůrkyně zmiňuje, že pokud by s ní chtěl uživatel chatovat, musí si nejprve pořídit balíček jejích videí za 50 dolarů, v němž jedno z videí obsahuje návod, jak s ní komunikovat. Přestože si je, dle jejích slov, vědoma dlouhé čekací doby na odpověď, jde zařídit rychlejší odpovědi i jiným způsobem: poslat spopitné ke zprávě.

Mezi příspěvky na jejím profilu se neobjevují žádné placené spolupráce. Po zaplacení předplatného má uživatel k dispozici především fotografie, nejčastěji selfie s vyzývavým oblečením, z oblasti sexuálně explicitního obsahu pak selfie s odhalenými nadry. Genitálie jsou na fotografiích zachyceny velmi výjimečně. Videá na profilu jsou také výjimkou.

Eliška je mimo OF aktivní pouze na Snapchatu.

### **Tvůrce č. 2 – Anna**

Anna je druhou nejúspěšnější tvůrkyní ve výběru a v době provádění pozorování byla 6. nejúspěšnější tvůrkyní na světě. Stěžejním tématem jejího profilu je fitness obsah a cosplaye (stylizace do postavy z filmu, hry,...). Samotný obsah obsahuje v drtivé většině pouze vyzývavé fotografie, na nichž je Anna plně oblečena, či má na sobě spodní prádlo. Často se objevuje motiv přímého pohledu, úsměvu a „vyšpulených“ ňader. Na všech zkoumaných fotografiích je zřetelně vidět její obličej a je na nich sama. V pozorovaném období průměrně vycházelo necelých 7 příspěvků (v jejím případě fotografií) denně. Čistá nahota se na jejím profilu nenachází. Za tu je nutné si připlatit. Pravděpodobně proto Anna pravidelně posílá soukromé zprávy s nabídkou ke koupi. Svým sledujícím píše i zprávy, kterými se snaží navázat konverzaci. Dvě třetiny zaslanych zpráv nebyly prodejního ani reklamního charakteru. Přesto nabídce jejích videí skrze soukromé zprávy chybí lepší popis, co si za obsah uživatel může koupit. Popisky jsou vcelku vágní. Některé ze zpráv ve volném překladu znamenají: „Jsem v náladě. 🍷 Kup si toto peprné video v HD“, nebo „Dobře vím, že ti tohle zůstane v hlavě po celý den“. Z toho se uživatel nedozví, co je obsahem videa či fotografií.

Mimo Facebook a Snapchat je možné dohledat její další zkoumané sociální sítě. Dokonce užívá i Wishlistu od Amazonu. Zde je možné Anně koupit z nabídky, kterou si sama vytvořila, dárek. Ten se následně automaticky zašle na její adresu.

### **Tvůrce č. 3 – Adéla**

Adéla je třetí nejlepší tvůrkyní ze všech zkoumaných a zároveň je 9. tvůrkyní s největším počtem srdíček na světě. Společně s Eliškou mají nejdražší předplatné za měsíc, mimo slevové akce. V době jejího zkoumání bylo měsíční předplatné zlevněno o 90 %. Ze všech pozorovaných tvůrců má na svém profilu nejméně fotografií. Naopak její komunikace je zřetelná v soukromých zprávách, kde je ze všech nejaktivnější. Většina ze zpráv obsahuje pouze pobídku k nákupu dalšího obsahu. Necelá polovina příspěvků na zdi jsou sponzorované příspěvky na jiné tvůrkyně. Součástí nich je krátké video zobrazující propagovanou tvůrkyni „v akci“ a popis, který má za cíl přesvědčit uživatele k předplacení uvedeného profilu. Součástí zdi jsou i příspěvky bez textu. Ty oznamují sledujícím, kdy bude možné zapnout její živé vysílání. Materiál z její vlastní produkce je na profilu výjimečně,

avšak vždy se jednalo o nahé fotografie pohlavních orgánů či poprsí. Ústředním motivem jejího obsahu jsou především její ňadra.

Je běžné, že po zaplacení tvůrce oplatí sledování profilu i samotnému uživateli. Adéla byla jedna z mála, která po zaplacení předplatného nezačala sledovat profil platicího nazpět.

Je možné dohledat její další sociální sítě, a to konkrétně Instagramu, Twitteru a TikToku.

#### **Tvůrce č. 4. – Tereza**

V pořadí čtvrtou nejúspěšnější zkoumanou tvůrkyní je Tereza. Ve světové příčce se drží na 13. místě. Její měsíční předplatné bylo nejnižší mezi pozorovanými profily. Co se komunikace týče, Tereza je velmi aktivní v soukromých zprávách. Posílá nabídky na nákup jejího obsahu, který je detailně popsán, aby zákazník věděl, co si kupuje. Občas posílá také fotografie nebo krátká videa, které nemají prodejní charakter.

Tereza se na OnlyFans stylizuje do role „tátova malá holčička“. Její obsah je pak především o provokativních, zřídka i nahých fotografiích. Zachycena je na nich v kostýmech, které se označují jako cosplay. Je na nich sama a je jí zcela vidět tvář. Výjimečně se objevují i videa, na nichž jsou genitálie zcela cenzurované. Jedná se o cenzurovaný penetrativní sex, felaci nebo sebeukájení. Na videích je v občas kromě ní i další osoba. Podle popisku je zřejmé, že se jedná o trailery a slouží k pobídnutí předplatitelů, aby si tato videa zakoupili skrze soukromé zprávy. Stačí si o ně napsat.

Tereza má své další sociální sítě označené přímo v popisku profilu. Působí na Instagramu, Twitteru a TikToku.

#### **Tvůrce č. 5 – Sofie**

V pořadí pátou vybranou tvůrkyní je Sofie. Ta se nachází na 23. místě nejpopulárnějších sexfluencerů na OF. Sleva na měsíční předplatné činila 80 %, oproti normálu. Nikdo jiný neměl více fotografií na profilu než právě Sofie. Avšak za poslední 3 týdny jich nebylo tolik, jako u jiných tvůrců. To může ukazovat např. na skutečnost, že její profil je starší, než že by na něj vkládala pravidelně tolik příspěvků. Sama se v profilu označuje pojmem „slut“ (viz Seznam použitých symbolů a zkratk). Ústřední motiv jejího obsahu tomuto popisu odpovídá. Zaměřuje se také na záběry ze zákulisí tvorby pornografického materiálu, ve kterém účinkuje.

První zpráva od Sofie byla ve formě děkovného videa, ve kterém je polonahá a postupně přejde k sebeuspokojování. Velká část jejích zpráv má cíl prodat další materiál (videa

a fotografie), zprávy jsou ale chytře doplněné o výstižný popis obsahu a jsou vždy doprovázeny fotografií či krátkým trailerem z obsahu.

Na fotografiích zobrazuje nahotu a velmi zřetelně cílí na sexuální pud recipienta. Ve videích nejčastěji zobrazuje různé sexuální praktiky (např. felaci, cunnilingus, penetrativní i anální sex) a vždy je zcela odkryto poprsí či genitálie. Vyjma OnlyFans působí také jako pornoherečka.

Sofie je aktivní na Instagramu a Twitteru. Živí se jako profesionální pornoherečka a je možné tedy najít obsah s ní i na jiných stránkách.

### **Tvůrce č. 6 – Viktorie**

Poslední zkoumanou ženou je Viktorie, která se drží ve světovém žebříčku na 28. místě. Její profil se soustředí na vyzývavé fotografie, a ústředním motivem bývají často její křivky (a také poprsí a pozadí). Viktorie přidává příspěvky několikrát denně. Přibližně každá třetí fotografie je s další osobou. Na nich je nejčastěji nahá a ukazuje ňadra. Co se videí týče, má jich velké množství a jsou i poměrně dlouhá. Jedná se ovšem o zpomalené záběry třesoucího se poprsí, nadskakujícího pozadí či hlazení těla. A přestože videa mohou být vcelku dlouhá, po čase se uvedený scénář nudně opakuje.

V první zprávě Viktorie děkuje za předplatné a v případě, že jí uživatel napíše, kde na její profil přišel, jako odměnu nabízí jedno video zdarma. Zpráv od ní nepřicházelo mnoho a pokud ano, byly prodejní povahy nebo upozorňovaly na blížící se živé vysílání.

Mimo Instagram a Twitter má Viktorie v nabídce i Wishlist, skrze který ji mohou její předplatitelé koupit produkty z webu Amazon a poslat jí je jako dárek.

### **Tvůrce č. 7 – Jakub**

Nejúspěšnějším mužem ve výběru je Jakub. Mezi muži je 4. neúspěšnějším sexfluencerem na OF, avšak celkově je až na 304. místě. Obsah by se dal popsat jako bisexuální – zaměřuje se homosexuální muže, avšak někdy se objevuje i materiál, na kterém je s ženou. Celkově je kladen důraz na vzhled, svaly a dokonalé tělo. Ve zkoumaném období nepřidal jediný příspěvek, fotografii ani video. Na fotografiích je zachycena kombinace nahoty, ztopořeného údu za doprovodu přímého pohledu do foťáku. Video pak působí jako trailery na obsah, který je možné si dokoupit. Součástí těchto ukázek jsou prostřihy zachycující felaci, onanii, samotný pohlavní styk či různé formy sebeuspokojování.

Soukromé zprávy využívá pouze k nabídce dalšího materiálu k nákupu. Neposílá žádný neplacený obsah navíc, není vidět snaha ani pokus o navázání kontaktu.

Ze sociálních sítí působí pouze na Instagramu.

### **Tvůrce č. 8 – Jan**

V žebříčku se v době pozorování nacházel na 327. místě. Je jedním ze dvou zkoumaných účtů, který má uveden také počet předplatitelů. Těch bylo na 7 tisíc. Z popisku je patrné, že Jan se stylizuje do role dominantního, sebevědomého muže. Jeho tvorba zahrnuje jak obsah homosexuálního, tak i heterosexuálního charakteru. Za předplatné uživatel ale dostane obsah, na kterém je Jan sám. Za příplatek nabízí videa v páru s mužem či ženou nebo také záznam felace.

Mezi vybranými muži patří mezi ty, kteří jsou v komunikaci skrze soukromé zprávy aktivnější. Velká většina z nich je prodejního charakteru, kde nabízí za poplatek svá další videa. Velmi detailně popisuje, co je jejich obsahem. Stalo se ale také, že poslal zprávy vybízející ke komunikaci a vyjadřující zájem o ni.

Jan přidává příspěvky spíše sporadicky. Na fotografiích je často sám a ústředním motivem je upřený pohled do foťáku a „boule“, což by se dalo popsat jako ztopořený pyj ve spodním prádle či šortkách. Video jsou točená nejčastěji jako „selfie“, bez obličeje, s dotyky po těle a na svém přirození.

Jan mimo OF působí také na Instagramu a Twitteru.

### **Tvůrce č. 9 – Tomáš**

Tomáš, 360. nejlepší tvůrce na OF, který patří mezi top 0,2 % profilů. Cílí na homosexuální uživatele a samotná tvorba se zaměřuje na vzhled, svaly, velmi běžné je zobrazování nahoty. Tomáš často na svém obsahu spolupracuje s ostatními tvůrci a jinými muži.

Tomáš s uživateli komunikuje nejčastěji skrze fotografie. Jak bylo řečeno, spolupracuje mnohdy s jinými muži a v průměru jsou na fotce alespoň 2 osoby. Prezентuje na nich především své pozadí, genitál a svaly. V jeho videích ze všech uvedených profilů účinkuje průměrně nejvíce lidí a ve všech je zobrazen zcela nahý. Na jeho profilu nejsou žádné placené spolupráce ve formě videí od cizích tvůrců a popisku. Spolupráce jsou tu ve formě, kterou představuje jako „rozhodl jsem se, že natočím video se začínajícím tvůrcem“, a nejsou označené ani jako reklama, ani anglickým synonymem „ad“.



Tvůrce využívá zprávy jako další kanál, kde inzerovat obsah z vlastní tvorby. Ovšem každý obsah mimo popis obsahuje také trailer nebo několik fotografií z balíčku, který nabízí. Mimo to zde posílá zprávy reklamního charakteru, ve kterých propaguje účty jiných tvůrců. Iniciuje konverzace a snaží se s předplatitelem navázat kontakt.

Twitterové účty má Tomáš dokonce 2, jeden z nich slouží jako záložní v případě smazání druhého účtu. Mimo to má Tomáš zvlášť profil na OF, který se zaměřuje na různé druhy fetišů a BDSM. Tomáš je také webcam modelem a uživatelé s ním mohou interagovat také na stránce Cameliveflirt, která se zaměřuje na živé online sexuální show skrze web kameru. Z jeho odkazů za zmínku stojí i ten, na kterém je možné koupit jeho použité spodní prádlo.

### **Tvůrce č. 10 – Matyáš**

Desátým pozorovaným účtem je profil Matyáše, který je ve světovém žebříčku na 393. místě. Mezi muži je 8. nejlepší sexfluencer na světě. Matyáš vytváří obsah zaměřený na homosexuální publikum a cílí na předplatitele, kteří mají rádi obsah, jenž jde proti proudu (tzn. fetiš). Již ve svém popisu profilu oznamuje, že na jeho profilu uživatelé nenajdou reklamní příspěvky na jiné OF účty. Dodává, že většina videí je ke zhlédnutí pouze za předplatné a mimo několik málo videí není třeba utrácet žádné další peníze. Píše také, že některá videa zasílá přímo do zpráv. Matyáš nemá nijak vypracované svaly, nezaměřuje se na vzhled. Sám sebe popisuje jako „normálního týpka“. Obsahem příspěvků jsou různé sexuální praktiky (sebeukájení, felace, anální styk) a nahota.

Je jedním z mála uvedených tvůrců, kteří neposílají automatickou zprávu po zaplacení předplatného. Soukromé zprávy opravdu neobsahovaly žádné reklamní nabídky ani spolupráce. Neprobíhala avšak ani snaha o navázání konverzace. Ovšem všechny zprávy obsahovaly videa navíc či ze zákulisí.

Nový obsah nahrává Matyáš na profil takřka denně. Buď se jedná o fotografii nebo videa, která jsou poměrně dlouhá, v průměru kolem čtyř a půl minuty. V nich využívá různých sexuálních hraček a sebeukáží se. Fotografie běžně vyobrazují postavu Matyáše a ztopořený úd.

Matyáš se vyskytuje na síti Twitter a má přístupný Wishlist od Amazonu. Mimo to vkládá trailery na stránku Pornhub a mezi odkazy je možné narazit na jeho profil na platformě určené pro escort (tzn. poskytování sex. aktivit za úplatu).

### **Tvůrce č. 11 – Adam**

Předposlední tvůrce je Adam. V celkovém seznamu nejlepších tvůrců je na 522 místě, mezi muži ovšem zaujímá 12. příčku. Adam je profesionálním modelem a fitness nadšencem. Vytváří obsah, který je atraktivní především pro homosexuální populaci. Ve svých příspěvcích komunikuje skrze nahé tělo s důrazem na svalstvo, objevuje se v nich výhradně sám. Jeho fotografie jsou profesionálně pořízeny.

Stejně jako Matyáš a Adéla, ani Adam neposlal žádost o sledování.

Na fotografiích je Adam běžně zobrazen bez oblečení, nebo má spodní prádlo. Zachycen je v provokativních pozicích, opakuje se motiv vyšpuleného zadku a pohledu zespodu. Tvář na fotkách většinou není vidět, pozornost je zaměřena na svalstvo na zádech, kde ústředním motivem je jeho pozadí, nebo na torso a genitál. V pozorovaném období nepřidal Adam na účet jediné video. Video přístupná za předplatné byla pouze určitým detailním záznamem jeho pozadí a zad v různorodých situacích, avšak zcela bez obličeje.

V úvodní zprávě seznamuje uživatele s fungováním profilu (frekvence živých vysílání a nahrávání obsahu, podmínky odepisování na zprávy,...), a také přidává seznam všech videí, která je možné u něj koupit. Všechny jeho zprávy byly prodejního charakteru a žádná nepodněcovala ke konverzaci.

Adam působí na Instagramu, Twitteru a TikToku. Možné je ho sledovat i na OF účtu modelingové agentury, které je součástí.

### **Tvůrce č. 12 – Filip**

Posledním tvůrcem je Filip. Je na 532. příčce a mezi muži je hned za Adamem, na 13. místě. Předplatné Filipa jako jediného tvůrce nebylo ve slevě, a jedná se tak o nejnižší předplatné ze všech zkoumaných tvůrců, mimo akce. Navíc má, stejně jako Jan, na svém profilu uvedený počet předplatitelů – 4,2 tisíc. Disponuje největším množstvím videí ze všech uvedených tvůrců, která jsou dostupná na jeho profilu.

Filip v úvodní zprávě poslal video zdarma jako poděkování za odběr. Všechny jeho další zprávy jsou prodejní povahy a ve zkratce popisuje, co je obsahem nabízených videí. Za příplatek jsou dostupná videa, na kterých provozuje sexuální praktiky s jedním či více lidmi.

Sám Filip uvádí, že obsah přidává každý den, což je pravdou. Ve zkoumaném období dokonce několikrát denně. Běžné jsou také sponzorované příspěvky na profily jiných tvůrců.

Poznat je lze tak, že Filip k obsahu, který pochází z jeho produkce, nepřidává žádné emotikony. Což je taky jedna z odlišností, oproti všem ostatním zkoumaným tvůrcům. Na fotografiích je vždy sám a v drtivé většině případů zcela nahý. Jsou to snímky, na kterých Filip masturbuje. Filip neukazuje obličej. Na dostupných videích je Filip vždy sám a jeho záznamy patří mezi ty s delší stopáží. V popiscích videí také vždy píše, ve které minutě a sekundě přichází k vyvrcholení.

Filipa, stejně jako Jakuba, je možné najít pouze na jediné sociální síti a to na Twitteru.

## 6.2 Výsledky výzkumu

Číslo objektu pozorování	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Kódování	Eliška	Anna	Adéla	Tereza	Sofie	Viktorie	Jakub	Jan	Tomáš	Matyáš	Adam	Filip
Sponzorované příspěvky na další tvůrce	0	0	9	0	2	0	0	0	0	0	0	3
Příspěvky pouze s textem	1	0	5	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Fotografie celkem	9	139	3	55	46	74	0	5	12	17	4	93
V oblečení	2	77	0	7	7	0	0	0	0	1	0	0
Zahalené pouze genitálie nebo prsa	1	62	0	42	16	25	0	4	1	1	2	5
Obnažené genitálie nebo prsa	6	0	3	6	23	49	0	1	11	15	2	88
Počet fotografií s tvářemi	8	139	2	51	35	74	0	3	11	12	2	0
Počet fotografií osamotě	9	139	3	52	43	50	0	5	6	17	4	93
Průměrně lidí na snímku	1,0	1,0	1,0	1,1	1,1	1,3	0,0	1,0	2,3	1,0	1,0	1,0
Videa celkem	5	1	0	4	10	23	0	1	3	11	0	16
V oblečení	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Zahalené pouze genitálie nebo prsa	1	0	0	0	0	11	0	1	0	0	0	0
Obnažené genitálie nebo prsa	2	0	0	4	10	12	0	0	3	11	0	16
Počet videí s tvářemi	5	1	0	4	10	23	0	1	3	11	0	0
Počet videí osamotě	4	1	0	2	2	16	0	2	2	11	0	16
Průměrně lidí na videu	1,2	1,0	0,0	2,0	2,5	1,3	0,0	1,0	2,3	1,0	0,0	1,0
Maximální délka videa	0:16	0:38	0:00	0:08	0:22	1:30	0:00	0:29	3:58	8:56	0:00	8:11
Průměrná délka videa	0:09	0:38	0:00	0:75	0:18	0:22	0:00	0:16	2:26	4:15	0:00	2:43
<b>Příspěvky celkem</b>	<b>15</b>	<b>140</b>	<b>17</b>	<b>59</b>	<b>58</b>	<b>97</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>15</b>	<b>28</b>	<b>5</b>	<b>112</b>

Tabulka 3 – Záznam pozorování vybraných parametrů u zvolených tvůrců po dobu 3 týdnů (od 14. 3. do 4. 4. 2023; zdroj: vlastní zpracování)

Záměr komunikace profilů je prostý. Navnadit zákazníka, aby utratil i přes počáteční investici další peníze, nebo aby alespoň neměl snahu odcházet. Pochopitelně existuje velké množství strategií pro tvorbu na OF a každý tvůrce ke komunikaci na svém profilu přistupuje adekvátně podle zvolené cílové skupině. Je evidentní, že je běžnou praktikou cílit především na muže, a to jak homosexuální, tak heterosexuální. Cílení na ženy nebylo u zkoumaných profilů zjevné. Nutno zmínit, že ženy jsou všeobecně úspěšnější na OF. Nejúspěšnější muž ze všech tvůrců na OF se nachází až na 159. místě. Před ním jsou samé ženy. Někteří muži

se orientují na homosexuální klientelu, přestože obsah, který by se dal označit za homosexuální, nemají.

Velká část komunikace na síti OnlyFans probíhá skrze soukromé zprávy. Obvykle po zaplacení předplatného dostane uživatel automatickou zprávu. Celkově se jedná o seznámení s fungováním profilu. Jejím obsahem je běžně poděkování a také připomenutí, že v případě zájmu o jakékoliv video stačí si o něj napsat a poslat příslušnou částku. Další postup se liší. Součástí může být i uvítací video či obsah zdarma, jako poděkování.

Další postup bývá podobný. Tvůrce zasílá zprávy, které jsou totožné, všem uživatelům. Videá či fotografie jsou opatřeny částkou, kterou je nutné zaplatit pro jejich shlédnutí. Doprovází je různě dlouhý a detailní popis toho, co se na nich nachází, aby si uživatel mohl udělat představu a nekupoval tak „zajíce v pytli“. Někteří tvůrci posílají i propagační zprávy podobného charakteru, jejichž cílem je nabídnout a případně přimět recipienta k předplacení tohoto profilu. Jiní tvůrci zase iniciují komunikaci. Cíl tohoto jednání může být snaha projevit zájem o předplatitele.

Rozdílný přístup mají tvůrci ke sponzorovaným příspěvkům na další tvůrce. Někteří se tomuto chování vyhýbají a upozorňují na to ve svém profilu, jiní na svou zeď nahrávají reklamní příspěvky na jiné tvůrce. Vcelku běžně bylo, že tvůrce začne na oplátku sledovat profil uživatele, který si jej předplatil.

Z obsahu byly fotografie nejpoužívanějším nástrojem komunikace. Pozorované profily žen obsahovaly obecně materiál méně explicitní, často i v oblečení a pokud zobrazují nahotu, týká se poprsí. Obsah mužů byl často o úplné nahotě a co se týče sexuálně explicitního obsahu, jdou dál, než ženy. Bylo obvyklé zobrazovat tvář na materiálech pořízených pro své předplatitele. U zkoumaného vzorku bylo běžnou praxí mít část obsahu dostupnou po zaplacení předplatného, zbytek se ale musí dokupovat. Výjimkou byl Matyáš, jehož profil byl plný obsahu a za další nebylo nutné si předplácet. Sám to zdůrazňuje i ve svém popisu. Příspěvky mohou tvořit ve spolupráci s jinými tvůrci a poté se společně označovat. Sledující mají možnost příspěvky komentovat či přidávat k nim spropitné pro daného tvůrce.

Videa tvůrci na zeď nepřidávali tak často, jako fotografie. Nahota je v nich běžnější a u zkoumaných mužů se v nich vyskytovalo častěji i více lidí. Videá mužů měla obvykle delší stopáž. U žen se jednalo o cenzurovaný koitus nebo záběry na jejich ňadra, u mužů byl obsah více pornografický. Zobrazeno na nich bylo sebeuspokojování, penetrativní sex nebo i záběry orgasmů.

Mix užívaných sociálních sítí byl různý, nejčastější kombinací byl ovšem Twitter a Instagram. Aktivní Facebook nebyl zjištěn ani u jednoho z tvůrců. Variantou je také mít účtů více, a to pro případ, že díky obsahu, který může být na hraně pravidel, bude účet smazán. Někteří tvůrci využívají např. Wishlistu od Amazonu, skrze který mohou od fanoušků získat dárky. Tvůrci mohou mít i více účtů na OF, jeden za peníze a druhý zdarma. Jiní tvůrci figurují na klasických pornografických stránkách, na stránkách určených pro escort, dělají online živá vystoupení nebo prodávají použité spodní prádlo. Činností mimo OF mohou mít mnoho.

Důležitým zjištěním pozorování bylo, že nelze hodnotit úspěch profilu podle parametru celkového počtu srdíček. Někteří tvůrci vyzývají uživatele a odměňují je za to, že označí jejich příspěvky srdíčky. Vhodným parametrem by mohl být výdělek, který ale tvůrci nezveřejňují. Není běžné, že by tvůrci uváděli počet sledujících jejich profilu, ze kterých by se dal zisk alespoň hrubě odhadnout.

### 6.3 Shrnutí

Komunikace na síti OnlyFans probíhá především na dvou místech. Cíl je donutit zákazníka, aby poslal další peníze kromě předplatného. Prvním z nich jsou soukromé zprávy. Po přihlášení často tvůrce pošle přednastavenou zprávou, která může být děkovného charakteru nebo informačního. Další zprávy tvůrce posílá v případě, že se snaží prodat část svého obsahu, propagovat účty jiných tvůrců nebo mu poslat obsah zdarma navíc. Někteří sexfluenceři také posílají zprávy s cílem iniciovat konverzaci. Sledující mají samozřejmě možnost si dopisovat s tvůrci. Komunikace tedy může být oboustranná.

Druhé místo je zeď uživatele, kam směřují příspěvky všech účtů, které sleduje. Tvůrci nejčastěji přidávají vyzývavé fotografie a provokativní videa. Běžné je zobrazování tváře tvůrce na fotografiích. Muži obvykle sdílejí více pornografický materiál a videa s delší stopáží, zatímco ženy se zaměřují na méně sexuálně explicitní obsah. Většina tvůrců nabízí pornografický obsah za příplatek, popsán byl i případ, kdy tvůrce zahrnuje vše v ceně předplatného.

Nejvíce tvůrců na svých účtech uvádí sociální síť Twitter a Instagram. Jiní přidávají i své další OF účty, které jsou zdarma, nebo Wishlist od Amazonu. Jsou případy, kdy je možné narazit na odkaz tvůrce, který poskytuje escort služby nebo prodává použité spodní

prádlo. Doprovodných aktivit mohou mít tvůrci nepřehledné množství. Výjimkou na profilech nejsou ani sponzorované příspěvky na jiné tvůrce nebo příspěvky zcela bez vizuálu, které mohou oznamovat různé skutečnosti.

## 7 INDIVIDUÁLNÍ ROZHOVORY SE SLEDUJÍCÍMI

Další zvolenou metodou jsou individuální rozhovory s uživateli, kteří sledují tvůrce na síti OnlyFans. Cílem je doplnit metodu pozorování, kterou je vhodné obohatit o individuální rozhovory. Individuální rozhovory hlubší informace k problematice, než pouhé pozorování.

### 7.1 Participanti a jejich výběr

Kritériem pro výběr participantů byl věk (alespoň 18 let), který je nutný z právního hlediska pro sledování pornografického materiálu. Bylo nutné, aby participant měl zkušenost se sledováním sexuálně explicitní materiálu na této síti. Poslední podmínka byla české státní občanství. Vybráno bylo 12 participantů, kteří souhlasili s účastí na výzkumu. Z důvodu poskytnutí co největšího pocitu bezpečí a anonymity nebyly od participantů požadovány jakékoliv osobní informace, hlavně kvůli citlivosti zkoumaného materiálu. To kvůli citlivosti zkoumaného tématu. Díky anonymitě mohli účastníci výzkumu být otevřenější v odpovědích a podávat pravdivé informace nezkreslené obavami z jejich zneužití.

Participantů byli sbíráni skrze platformy Reddit a Nakluky.cz, kde do diskusí byly vloženy příspěvky s výzvou k zapojení se do výzkumu. Na těchto dvou sítích byli dále přímo oslovovali uživatelé, u kterých dle předchozí aktivity bylo zřejmé, že účet na OnlyFans mají a sledují zde obsah. Dalšími kanály pro sběr participantů byly Grindr, Facebook, Instagram a Twitter. Na tyto sítě byla umístěna výzva. Výběr byl obohacen i o metodu snowball.

Participant č.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Kódování	U1	U2	U3	U4	U5	U6	U7	U8	U9	U10	U11	U12
Pohlaví	muž	muž	muž	muž	muž	muž	muž	muž	muž	muž	muž	muž

Tabulka 4 – Přehled a kódování participantů individuálních rozhovorů (zdroj: vlastní zpracování)

### 7.2 Průběh rozhovoru

Rozhovor byl prováděn skrze platformu Google meet, pro zachování soukromí nebyla vyžadována kamera participanta. Respondenti souhlasili s nahráváním, ovšem někteří z obav ze zveřejnění nahrávky nesouhlasili s jejím publikováním k práci. Z toho důvodu u některých respondentů byl pořízen doslovný přepis. Všechny záznamy je možné nalézt na odkaze v příloze P1 této práce.

Kompletní scénář využitý při individuálních rozhovorech se sledujícími je součástí této práce, konkrétně příloha P 2.

## 7.3 Výsledky výzkumu

### První zkušenost s OF

První otázka se věnovala prvotní zkušenosti s OnlyFans. Jejím smyslem bylo zjistit, jak se mohou lidé dostat k účtům tvůrců, přestože o OnlyFans nemají ani ponětí. Nejvíce se mezi účastníky objevovala odpověď týkající se sociálních sítí, skrze které se proklikli na OnlyFans profil. Mezi nimi nejvíce dominoval Twitter (U1, U5, U6, U8 a U11) a poté Instagram (U4, U7 a U12).

Mimo sociální síť, uživatelé (U7 a U9) popisovali, že slyšeli podcast, kde vystupovala tvůrkyně z této sítě. Rozhovor s ní v nich vzbudil zvědavost natolik, že si její profil vyhledali a následně předplatili. Naopak jiní (U2, U3 a U10) zmiňovali faktor okolního vlivu. U2 se o existenci sítě OnlyFans dozvěděl na základě toho, že na ní tvořila osoba z okolí, a proto tam zavítal. Společně s kamarádkou si jej předplatili, aby viděli, co tam dotyčný nahrává za obsah. U10 na ni taky zavítal z důvodu, že se zde jako tvůrce vyskytovala osoba z okolí a chtěl zjistit, co tam přidává. Proti tomu U3 dostal přímo doporučení od známého. Štípek do této mozaiky poskytl U7, který ilustroval nekonvenční způsob, pomocí kterého se dostal na účet tvůrce OnlyFans a to skrze pornografické stránky.

#### 7.3.1 Obsah na OF

Všichni účastníci souhlasí s tím, že vzhled je klíčovým faktorem při rozhodování o tom, kterého tvůrce na OnlyFans budou sledovat. I ti tvůrci, kteří neodpovídají standardům krásy, mohou stále dosáhnout úspěchu na této platformě (U4, U2). Někteří uživatelé dokonce upřednostňují tvůrce s odlišným vzhledem. U5 navrhuje, aby se tito tvůrci zaměřili na obsah, který není mainstreamový, jako například tvrdší fetiše.

Samotný obsah zveřejněný tvůrci musí být autentický (U4, U6 a U8), exklusivní (tzn. že jej nejde najít nikde jinde; U2, U4, U5, U7 a U9), originální a prémiový (U6) plus všeobecně zajímavý (U4, U5, U6, U9 a U11). Nejlépe problematiku shrnul U2, který řekl: „Je to takový právě lákavý že je to něco jiného, než můžou vidět všichni ostatní, protože to vlastně není přístupný všem“. K autenticitě se vyjádřil U8, který ji považuje přímo za nejdůležitější prvek při výběru tvůrce. Z obsahu musí být patrné, že si zobrazenou aktivitu všichni účastníci užívají. Vadí mu, když se heterosexuální muži označují za homosexuální jen s cílem



zapůsobit na publikum, které tento obsah vyhledává. Uvedenou praktiku označil jako „gay bating“. V praxi to pak, dle jeho slov, může vypadat tak, že stojí dva muži vedle sebe a sotva se dotknou. Největší výhodou spatřuje U5 v tom, že „Na tom OnlyFans bývají jako ty lidi, který normálně můžeš potkat. Nejsou to pornoherci, jsou to normální lidi“. Proti tomu stojí U10, který s názorem nesouhlasí, protože na OF tvoří i lidé, kteří jsou profesionálními pornoherci.

Participant uváděli, že předplatit si OF znamená mít přístup k obsahu, který je kvalitní (U4, U7, U8 a U11). Pro představu, U4 si pod kvalitním obsahem představuje zaostřené fotografie a videa. U7 naopak za kvalitní obsah považuje fotky od profesionálních fotografů a videa v dobré kvalitě. Proti tomuto stojí názor U5 a U6, kteří od OnlyFans očekávají obsah, který bude působit amatérsky, ze kterého nebude cítit, že za nimi stojí nějakí profesionálové. Vadit předplatitelům může i přehnaná strojenost na fotkách či skutečnost, že jsou pořízeny profesionálními fotografy (U4). Všechno se odvíjí od cílové skupiny, na kterou se snaží tvůrce cílit. Někdo může cílit právě na fanoušky, kterým se líbí profesionální fotografie, jiným naopak, že obsah je tvořen amatéry a stejně tak i působí.

Je důležité specifikovat, jaký obsah se nachází na účtu, aby fanoušci věděli, co od něj mohou očekávat. Pokud je v popisku účtu uvedeno málo informací nebo žádné, může to vést k neuspokojivým zkušenostem fanoušků, kteří si na základě nedostatečných informací předplatí účet (U6, U7, U10 a U12). Další potenciální problémy mohou nastat v případě, kdy je část obsahu na účtu uzamčená a fanoušci dopředu neví, co mohou očekávat (U1 a U5), když je přidávání obsahu nepravidelné (U8) nebo když se tvůrce odmlčí a přestane tvořit (U11). V dnešní době je důležité, aby tvůrce obsahu byli transparentní ohledně toho, co fanoušci mohou očekávat a bez jasných informací mohou fanoušci být zklamáni a nespokojeni. Proto je dobré tomuto předcházet.

Do mozaiky přidávají U11 a U12 důležitý aspekt: možnost dopisovat si s tvůrci, kteří odepisují, což se na jiných sítích neděje. U2 jako výhodou uvádí i to, že je možné požádat tvůrce o fotografie či videa podle přání. To se děje samozřejmě za úplatu.

Důležitý je především tedy takový obsah, který naláká ty správné fanoušky a udrží je u daného tvůrce.

### 7.3.2 Propagace OF účtů

Jak je tedy možné narazit na nové tvůrce, které uživatel ještě nezná? Úplně všichni participanti zmínili znovu sociální sítě jako nejúčinnější nástroj propagace. Princip úspěšné propagace mimo OF je dát na podpůrnou sociální síť pouze část obsahu. Může jít o fotku z videa, polonahou fotku, fotografii. U4 vystihl podstatu propagace NSFW tvůrců. Dle něj je třeba sdílet: „Vyzývavé fotky, které tě jako donutí abys toho člověka začal odebírat“. Konkrétně tyto příspěvky mohou mít formu fotografie, na které má tvůrkyně povolený horní díl nebo může být vidět část poprsí (U4). K obsahu na běžných sítích U4 dodává důležitou myšlenku, že je „hodně na hraně vlastně ta komunikace“. A to z toho důvodu, že je nutné přidat provokativní fotku, která zároveň nebude porušovat pravidla. V praxi tvůrce nahrává pouze určitou část obsahu (U1, U4 a U7), ukázkou (U8) nebo ochutnávku toho, co uživatele čeká na jeho profilu na OF (U10). Podoba tohoto obsahu může být např. ve formě videa, které slouží pouze jako intro k delšímu a kompletnímu videu (U5).

U5 poznamenal, že seznamky mohou být taky vhodným nástrojem propagace tvůrců. Například Grindr za nástroj propagace označili U1 i U6, který se takto dokonce jednou proklikl na účet samotného tvůrce. Propagaci participanti zaznamenali i na pornostránkách (U12, U7, U6) a skrze YouTube (U2).

#### Twitter

Participanti se shodli, že nejvíce využívanou sítí je Twitter, ke kterému U8 dodává, že uvedenou sociální síť považuje za dostupný otevřený prostor pro prezentaci OnlyFans účtů. Často se opakoval názor, že Twitter je velmi vhodná platforma k propagaci a U10 se při rozhovoru podívoval nad faktem, kolik volně dostupného pornografického materiálu na této síti je umístěno a jak snadné je na něj narazit. Lidé totiž, mimo jiné, přicházejí na tuto síť, aby sledovali pornografický materiál, nebo nahrávali své vlastní fotografie a videa s pornografickým obsahem. U1 sám dodává, že: „Twitter nemá téměř žádnou cenzuru, což je vhodné pro propagaci OnlyFans“. Podle tohoto uživatele je výhoda sledování účtů tvůrců na Twitteru jednoznačná: je to obsah, který je zdarma.

K tomuto tématu U8 přináší zajímavou poznámku. Zamýšlí se nad tím, co by se stalo v případě, že by Twitter zakázal tento NSFW obsah. Dle jeho názoru by to mělo obrovský vliv na fungování sexfluencerů a pořádně by to s celou touto oblastí zatočilo.

### **Instagram**

Participantů vnímají propagaci tvůrců i na jiných sítích. Využívají TikTok (U1, U2, U4, U6, U10 a U11), Snapchat (U1, U2, U5, U8 a U11) a Instagram, který zmínili všichni participantů kromě U5. U11 popisuje, že se stačí zastavit na lehce erotickém či vyzývavém videu tvůrce na Instagramu a pak mu začne algoritmus nabízet další podobná videa. To je možný způsob, jak se může uživatel sítí dostat k tvůrcům, které ještě nezná.

### **Snapchat**

U5 ke Snapchatu přidává zajímavou poznámku: „Snapchat je ideální na posílání nudesek“ (označení pro nahé fotografie). Podle něj se tato sociální síť používá hlavně pro sexting, což může vést k tomu, že lidé si mezi sebou přidávají i úplně neznámé osoby jako přátele za účelem sextování. Následně se stává, že tyto osoby přidávají odkazy na své profily na OnlyFans do svých Snapchat příběhů. U5 se však také zamýšlí nad tím, zda je tato metoda propagace opravdu účinná. Pravděpodobně může být účinná, protože cílí na segment osob, které by potenciálně mohly mít zájem o další sexuálně explicitní obsah. Otázkou zůstává, zda tito lidé jsou ochotní za tento druh materiálu platit.

### **Facebook**

Podle názoru U4 není Facebook vhodným nástrojem pro propagaci činnosti tvůrce. V průběhu rozhovorů s ostatními účastníky jej nikdo z nich přímo neoznačil jako vhodný prostředek pro propagaci tvůrce. Jediný U2 si vzpomněl, že na Facebooku viděl skupinu, která mezi sebou sdílela profily na OnlyFans. Tento fakt může naznačovat, že se pravděpodobně využívá především ke sdílení profilů mezi fanoušky a nejedná se o aktivity tvůrců.

### **OF účet zdarma**

Někteří tvůrci na OnlyFans mají více účtů, které spravují. Obvykle mají jeden placený účet a jeden další, který je zdarma. Účet zdarma slouží pro „lechtivé“ fotografie a reklamu na placený účet, na kterém se nachází všechny obsah. U1, U2 a U8 si toho všimají a spekulují o tom, že tento model může být úspěšný. Nezodpovězenou otázkou zůstává, zda-li případní zájemci o obsah si nevystačí s verzí zdarma a nemají potřebu pak platit za předplatné u druhého účtu.

### **Propagace mimo internet**

Mimo internet není zcela běžné, že by se mohli lidé dozvědět o profilech na síti OnlyFans. Přestože to není běžné, neznamená to, že propagace tímto způsobem neděje. Jeden z příkladů ilustroval U9, který popsal zajímavou formu, jak zjistil o existenci OF. Jednalo se o amatérské zápasy v bojovém umění, kdy dvě tvůrkyňe ze sítě OF se účastnily amatérského zápasu. Po celou dobu se k této akci tvořil dokument. V něm pak obě tvůrkyňe sdělily, že tvoří obsah na danou síť a v závěru dokonce pro sledující odhalily svá poprsí. V té chvíli navíc oznámily, že v daný moment mají pro sledující slevu na předplatné. To všechno s cílem podpořit svou činnost na OF. U2 se dozvěděl o tvůrci z OF následujícím způsobem: pozoroval v televizi realitní show Výměna manželek, ve které vystupoval tvůrce, který později dal veřejný rozhovor. Následně o něm vyšel článek, v němž bylo zmíněno, že tvoří i na síti OnlyFans. Jednu z možností propagace nastínil i U3, který by propagoval svůj účet na místech, kterým může být např. diskotéka. Dle něj je hlavní se za sebe a za to, co tvoří, nestydět.

Propagovat se mimo internet je možné, tento způsob není ovšem příliš využívaný a pravděpodobně se jedná o složitější formu s nejistým účinkem.

### **7.3.3 Komunity týkající se OF**

Propagace na jiných sítích v souvislosti se sítí OnlyFans má také spojitost se skupinami, které se v okruhu této platformy vytvářejí. V těchto skupinách se také komunikuje o OnlyFans. Uživatelé sítě souhlasí s tím, že existují různé skupiny okolo OnlyFans, ale většina z nich se necítí být součástí žádné z těchto skupin. Uživatelé OnlyFans se sdružují do skupin na základě různých zájmů a cílů, které daná skupina sleduje. Uživatel U9 připouští, že tyto skupiny existují, ale domnívá se, že nejsou příliš velké.

### **Komunita tvůrců**

Okolo skupin rozvíjel myšlenky participant U2, který je spatřuje v rovině tvůrců, nikoliv uživatelů. Tvůrci jsou dle něj součástí skupin, které se tvoří díky různým druhům spoluprací a označování se vzájemně na příspěvcích. To za účelem vzájemné podpory, vzniku kolaborací a společného obsahu. U10 dokonce považuje participaci v těchto skupinách tvůrců za klíčový aspekt úspěchu. Uvádí, že pokud chce být tvůrce úspěšný, musí se bavit s ostatními tvůrci, zůstat s nimi v kontaktu. Navíc toto chování slouží jako skvělý nástroj propagace. Názor U8 spočíval v tom, že je dle něj vhodné předílet obsah a označovat

se na kolaboracích, což může následně pomoci i algoritmům v doporučování. Nutné je, aby tvůrci svůj obsah sdíleli (U2, U7, U8, U11), tweetovali (U5, U6, U8), označovali se navzájem (U2, U10) a komentovali a odpovídali si na komentáře (U1 a U3). Toto chování má pravděpodobně za následek přelévání fanoušků mezi tvůrci a rozšiřování jejich skupin.

### **Komunita odběratelů**

V dalších skupinách se shromažďují odběratelé, kteří si vzájemně sdílejí obsah, doporučují si, koho sledovat, ale také společně masturbují nad tímto obsahem. Jednou takovou skupinou jsou i homosexuální muži na Twitteru, kteří zde chodí za konzumací pornografického materiálu. U6 se přiznal, že síť za uvedeným účelem navštěvuje a tento obsah retweetuje a označuje ho srdíčkem. Z rozpravy U5 bylo taky patrné, že danou síť užívá ke konzumaci pornografického materiálu a poukazuje na možnost užívání funkce Prostory (anglicky Space) pro propagaci. Dané místo slouží i jako místo, kde se určitá skupina okolo OnlyFans schází. U11 se k U5 svým názorem připojuje a také připouští, že Prostory se užívají jako místo pro sex přes telefon. Účastníci tohoto hovoru vydávají různé zvuky napodobující sexuální aktivity, společně masturbují, a pokud toto chování provádějí tvůrci, tak na sebe přitáhnou pozornost a získají tak prokliky na svůj účet. Do tohoto hovoru je možné sdílet i fotografie a videí, pomocí nichž si zde dělají promo nejen tvůrci.

U1 mimo skupiny na Twitteru uvádí skupiny na Telegramu, kde dle jeho slov si je vědom skupin, kde si lidé posílají „superúlovky“ z OnlyFans, na které narazili. Dodává, že součástí skupiny je i admin, který celou diskuzi a skupinu moderuje.

Skupiny mohou vznikat i na různých jiných serverech mimo sociální sítě. U8 zmiňuje server, na kterém se sám setkal s tím, že lidé zde komentují různé profily OnlyFans tvůrců, diskutují nad jejich obsahem či polemizují nad sexuální orientací tvůrců a recenzují jejich tvorbu. Po diskuzi sám zvažuje, zda by nebylo vhodné zpřístupnit tuto funkci oficiálním způsobem, což by umožnilo zákazníkům výběr účtů na základě oficiálních recenzí. Také zmínil, že je možné narazit na tento obsah i na pirátských stránkách, kde fanoušci přímo z OF nahrávají tato videa. Na videích je často vodoznak s odkazem na účet tvůrce a po krátké úvaze dodává, že se může také jednat o způsob, jak nakonec získá nové sledující. U4 a U7 znají případy, kdy se formují skupiny okolo webu Reddit. Na té je možné přidávat i NSFW obsah. Běžně se na Reddit přidává obsah, který sledující pořídí na oficiálních účtech OnlyFans skrze snímek obrazovky.

Zcela opačný přístup má U9, který sdílí sexuálně explicitní obsah se svými přáteli, v reálném životě. Pokud uzná něco zajímavým, rád tento materiál předá ostatním a pochlubí se jim, na co narazil. Sám uvádí, že přibližně třetina lidí, se kterými se o tom baví, si tento obsah nakonec předplatí. To může ukazovat na sílu osobního doporučení, která může fungovat i v oblasti profilů se sexuálně explicitním obsahem.

#### 7.3.4 Cena

Tvrzení, že cena je pro všechny respondenty důležitá při rozhodování, není napříč participanty shodné. Respondent U9 se od tohoto názoru liší a pro něj je důležitější zvažovaný tvůrce jako takový. Je možné, že tato odlišná priorita pramení z jeho osobních zájmů a vkusu, který ho motivuje k výběru konkrétního tvůrce a jeho obsahu. Respondent U10 má vnitřní rozpor ohledně platby za účty na OF kvůli dostupnosti volného pornografického materiálu na internetu. U8 také zvažuje, zda je nutné platit za účty na OF, když je pornografie snadno dostupná zdarma. Respondent U1 se zase rozčiluje nad business modelem některých tvůrců, kteří zamykají některá videa pod poplatek, kvůli čemuž označil tuto strategii za zvrácenou.

K tématu ceny se vztahuje i otázka, zdali uživatelé sledují tvůrce na sociálních sítích a zároveň si neplatí jejich OnlyFans. Všichni participanti sledují tvůrce na jiných sítích až na U9, který je svým chováním výjimkou. Ten sleduje pouze ty, které odebírá na OnlyFans. Nejčastějším důvodem pro sledování mimo OF je obsah od tvůrců, za který není nutné platit. Sledování účtů tvůrců na volně dostupných sítích totiž nic nestojí.

Výše ceny, za jakou by byli ochotní participanti zaplatit, je velmi individuální. Cena je taky vhodný nástroj, který tvůrci využívají k přesvědčení fanoušků ke koupi (U5, U7, U9 a U10). Jeden z participantů důrazně odmítal, že by ho snížená cena předplatného měla ovlivnit. Připomíná mu to situace, kdy se lidé honí za produkty v obchodech, které jsou zrovna v akci (U8).

#### 7.4 Shrnutí

Sledující od tvůrců nejčastěji vyžadují obsah, který je autentický a originální. OnlyFans si předplácí, aby měli přístup k exkluzivnímu obsahu. Obsah musí být zajímavý a kvalitní, přestože někteří vyhledávají účty spíše amatérského charakteru. Vhodné je dodat do popisku účtu, jaký obsah sexfluencer tvoří, aby uživatelé měli při rozhodování jasno.

Propagace probíhá zejména na sociálních sítích. Nejvíce na Twitteru, kde je povolený sexuálně explicitní obsah, dále na Instagramu, Snapchatu. Facebook zcela zřídka. Propagaci mohou sloužit i účty tvůrců, které jsou zdarma a poskytují „ochutnávku“ tvorby, pornografické stránky s ukázkou tvorby, seznamovací aplikace, pirátské weby nebo Reddit. Podcasty s tvůrci šíří také povědomí o jejich tvorbě. Mimo internet je propagace možná, avšak ne tak běžná.

Je možné mluvit o existenci několika druhů komunit. První komunitou by se dali označit tvůrci, kteří se mezi sebou vzájemně podporují, sdílí si obsah a společně jej vytvářejí. To pomáhá oslovovat nové potenciální zákazníky. Skupiny ale také tvoří i samotní odběratelé. Hojně se k tomu využívá Twitteru a jeho funkce Prostory. Lidé zde konzumují pornografický materiál, který vytvářejí i samotní tvůrci. Skupiny se tvoří i v aplikaci Telegram, kde si lidé pod dohledem admina sdílí obsah z OnlyFans. Existují i servery, kam konzumenti obsahu přidávají recenze na tvůrce a diskutují o nich. Komunita okolo určitých pirátských stránek konzumuje uniklý obsah z OF. Někteří předplatitelé diskutují o obsahu z OF i v reálném životě.

Cena je při rozhodování velmi důležitým faktorem. Někteří ji jako důležitý faktor nevnímají. Objevoval se určitý vnitřní odpor, zda je vůbec nutné kupovat si pornografický materiál. Tvůrci mohou měnit cenu předplatného a ta se stává prostředkem ovlivňování nákupního chování.

## 8 EXPERTNÍ ROZHOVORY S TVŮRCI

Poslední metodou byly individuální rozhovory s OnlyFans tvůrci sexuálně explicitního obsahu, kdy při této metodě bylo využito polostrukturovaného scénáře. Ta měla za cíl zjistit informace, které nejsou běžně dostupné pro uživatele a nejsou možné zjistit ani pozorování. Informace z nich napomohou komplexnímu pochopení zkoumané problematiky.

Pro získávání participantů byla využita upravená metoda snowball. První participant byl osloven na základě předešlé známosti, další byl pak vybrán ze seznamu profilů, které tento účastník na sociálních sítích sledoval. U dalších participantů se tato metoda zopakovala, čímž vznikl řetězec účastníků výzkumu, kteří na sebe vzájemně navazovali.

### 8.1 Participantů a jejich výběr

Výběr pěti respondentů na danou problematiku probíhal skrze předem stanovená kritéria. Oslovování byli tvůrci skrze sítě Instagram a Twitter, kteří ve svém profilu měli odkaz na svůj účet OnlyFans, měli vstup na něj zpoplatněný, byli z Česka nebo Slovenska a prokazatelně působili na OnlyFans alespoň po dobu dvou let. Dané prostředí tedy dobře znají, protože v něm působí a jsou nejpovolanějšími v kontextu komunikace na síti OnlyFans. Samozřejmě podmínkou byl i souhlas s účastí ve výzkumu. Tvůrců, kteří by splnili všechny tyto podmínky, není mnoho. Jak bylo zjištěno, počet srdíček na profilu není totiž prokazatelným měřítkem úspěchu, proto tohoto parametru nebylo užito. Stejně tak množství předplatitelů, protože tvůrci jej zveřejňují zřídka. Participantům, vzhledem ke zkoumanému tématu, byla přislíbena naprostá anonymita a nebylo od nich vyžadováno jakýchkoliv osobních informací.

Participant č.	1	2	3	4	5
Kódování	E1	E2	E3	E4	E5
Pohlaví	Žena	Žena	Muž	Muž	Žena

Tabulka 5 – Přehled a kódování participantů expertních rozhovorů (zdroj: vlastní zpracování)

### 8.2 Průběh rozhovoru

Rozhovor byl prováděn skrze platformu Google Meet a pro zachování soukromí nebyla vyžadována kamera respondenta. Respondenti souhlasili s nahráváním, ovšem někteří z obav ze zveřejnění nahrávky nesouhlasili s jejím publikováním. Z toho důvodu u některých respondentů byl pořízen doslovný přepis. Ty je možné najít v odkaze v příloze P1.



Kompletní scénář je součástí této práce, konkrétně příloha P 3.

## 8.3 Výsledky výzkumu

### 8.3.1 Obsah na OF

Participantů se v úvodu nezávisle na sobě shodují v názoru, že OnlyFans není pouze platforma pro pornografický obsah. Všichni uvádí, že se na ni nahrávají fotografie a videa, ale využívají se také živá vysílání (E3, E4 a E5). Nemusí se jednat nutně o erotický obsah (E4). Narazit tu mohou uživatelé na vaření, fitness (E2), ale pornografického obsahu se zde vyskytuje nejvíce.

Příspěvky mohou mít podobu různou podobu: amatérské i profesionální fotografie (E5), videa o samotě (E4), ve více lidech (E4), fotky z cest (E4), v kostýmech (E2, E3), fotky nohou (E1, E5) nebo i JOI (E5). Participantů E2 a E5 nikdy nesdílejí obsah zachycující vlastní sebeuspokojování nebo sexuální akt. Důvodem je snaha o zapojení představitosti u předplatitelů (E5). Pokud by E5 „ukázala všechno“, fanouškům by se mohl obsah časem omrzet. Celkově rozmanitost obsahu na platformě je opravdu velká a každý tvůrce se svým obsahem si najde své publikum (E3). To E1, E3 a E4 považují za základ úspěchu: najít si svou cílovou skupinu. E1 navíc pokládá za základ úspěchu mít kontakty a vytvářet vztahy s ostatními tvůrci.

Obsah na OnlyFans nekonzumují výhradně single muži, ale i páry a ženy (E5). Dle E5 mohou až 5 % sledujících tvořit ženy. E3 uvádí, že konzumenty obsahu jsou hlavně muži a ze svého okolí má informaci, že žen je zde opravdu minimum. Často jsou bisexuální orientace (E3, E5). To je možné vysvětlení, proč tolik obsahu je zaměřeno na mužské publikum.

### Nejoblíbenější příspěvky

Nejoblíbenější příspěvky se zdají být videa (E1, E4). E1 si toto vysvětluje tím, že video dokáže více cílit na smysly a věrněji zobrazuje realitu než fotografie.

E1 uvádí, že velmi oblíbený je i obsah, na kterém je zobrazen obličej zároveň se zbytkem těla. Populární jsou i videa, na kterých tvůrce mluví. Nejúspěšnější obsah se jeví participantovi E5, když se společně tvůrci vyfotí, účinkují společně v živém vysílání, nebo natočí video.

E4 toto téma trefně vystihuje myšlenkou: „Dost oblíbené jsou videa a čím lidí na nich je, tím líp“. Podle něj nejsou materiály o samotě tolik populární, oproti materiálům, na kterých je zobrazen pohlavní styk. E3 s uvedeným názorem souzní a při specifikaci obecně úspěšného obsahu si dovilil být více explicitní: „prsatý holky s roztaženejma nohama, to je asi takovej nejpoblárnější obsah“, a navazuje „obsah venku a ideálně když tam u toho je ženská tak to je úplně top“.

E1 popisuje, že na OnlyFans jsou různé sexuální choutky velmi populární a výběr je rozmanitý. Tuto oblíbenost si vysvětluje určitou anonymitou, kterou sledujícím OF poskytuje a také bezpečným prostředím, ve kterém mohou vyzkoušet, zda by se jim určitá praktika líbila či nikoliv. K tématu přikládá E5 velmi zajímavou myšlenku: „foot fetiš ten je hodně oblíbený, ten se jako hodně rozmohl“, což potvrzuje i E1.

### **Hledání inspirace pro další obsah**

V této oblasti je běžné se inspirovat se u ostatních tvůrců (E1, E2, E3, E4 a E5), ale také sledovat trendy v zahraničí (E4, E5). E5 například jednu z jejich úspěšných technik přebrala od zahraniční pornoherečky. Naopak E4 se inspirovuje od svých fanoušků, co mu píše do zpráv, že by rádi u něj na profilu viděli. Je vidno, že je nutné hledat inspiraci, kde se dá. E1 k předmětu diskuze dodává, že všichni máme tělo, které je podobně vybavené a možnosti, co s ním mohou tvůrci dělat, nejsou nekonečné.

### **Proces tvorby obsahu**

Nutné je pamatovat na fakt, že proces tvorby obsahu je rozdílný jak v případě tvůrkyně, která má tuto platformu jako formu přivýdělnku a tvůrkyně profesionálky (E1). Při procesu tvorby záleží na aktuální náladě (E2, E4), ovšem úspěšnější tvůrci mají přesný plán, kdy budou dané příspěvky vycházet (E1, E2, E4). Všichni participanti uváděli přibližně stejný postup při tvorbě obsahu, který nejlépe shrnul E4: „To se musí vymyslet, naplánovat, nafotit, upravit a přidat do ofka a pak se ti to postuje“.

### **Příplácení obsahu**

S obsahem a jeho dostupností souvisí samotný business model, který opravdu výstižně popisuje E2: „OnlyFans je jako strip klub: fanoušek musí zaplatit vstup a vidí věci co jsou za tu cenu vstupu a pokud chce něco navíc, musí si připlatit“. Znovu se jedná o to, jakou strategii zvolí daný tvůrce a přístup k vedení profilu, což je velmi individuální (E3, E4).

Součástí ceny předplatného je běžně přístup ke zdi, na které se nachází množství fotografií a videí zveřejněných tvůrcem (E1, E2, E3, E5) ale i možnost účastnit se živých vysílání (E2, E4, E5). Jsou případy, kdy tvůrce má dostupný všechnen obsah v ceně jednoho předplatného (E4).

Příplatit si sledující může za balíčky fotografií či videí přímo na OF (E2, E4), nebo na Dropboxu, který tvůrce zašle po zaplacení náležité částky (E3). Obsah vytvořený podle požadavků samotného uživatele je za příplatek (E2, E3, E4). Může mít podobu fotografií nohou, či hlasové zprávy (E4). Především u žen je možné si příplatit za tzv. dick rating (E1, E3, E5). Jedná se o velmi populární záležitost, která spočívá ve zhodnocení zasláné fotografie mužského pohlavního údu podle různých kritérií. E1 i E5 se shodují, že nejlepší je hodnocení zasílat ve formě videa, aby zákazník věděl, že se jedná o obsah na míru a daná tvůrkyně jej nikde neopsala či nezkopírovala. Celkově E4 zdařile shrnul strategii oceňování placeného obsahu: „čím tvrdší řekněme ten obsah je, tím dražší bude. Takový orál bude oproti sexu ve čtyřech lidech na veřejnosti výrazně levnější“.

### **Zakázaný obsah**

U některých participantů proběhla i debata ohledně praktik, které jsou na platformě zakázané. Zakázané je umístit obsah, na němž je zachycena krev, fekálie, „fist“, problém je i s močí (E3). E3 dodává, že oříšek je i s obsahem tvořeným na veřejných místech, nebo pokud je na něm zřetelně zobrazen obličej jiné osoby. To z důvodu ochrany osobních údajů. E5 naopak zmiňuje zakázaný obsah jako zoofilii, či pedofilii, a násilnické činy (přestože by byly hrané), což je podle jejích slov zcela pochopitelné. E4 přichází s taktikou, jak pravidla do určité míry obejít. Doporučuje materiál na hraně pravidel zasílat soukromě skrze zprávy.

### **8.3.2 Propagace OF účtů**

Jak uvádí E2, propagovat profil je nutné hodně a často. To z toho důvodu, aby se lidé o účtu dozvěděli a zaplatili za něj. Vždy se k propagaci využívají sociální sítě.

### **Sociální sítě a weby**

Takřka nutností pro tvůrce je práce s ostatními sociálními sítěmi, na čemž se shodují všichni participanté. Všichni nezávisle na sobě uvedli jako příklad Instagram, Twitter, TikTok (E4) a Snapchat, který je dle E1 užíván pro posílání nahých fotografií, takže se na něm zdržuje potenciální cílová skupina. Telegram se užívá k zasílání uniklých fotografií tvůrců.

E2 zná případy, kdy uživatelé stahují nelegálně fotografie z OF a vkládají je do skupin na Telegramu. Uznává, že toto chování není správné, avšak dodává, že po zhlédnutí uniklých fotografií si někteří členové skupiny účet daného tvůrce předplatí. Úplná samozřejmost, co se komunikace týče, je na sociálních sítích upozorňovat popisem „link je v bio“ odkazující na odkaz na OF nebo obdobným upozorněním (E3, E5). Zajímavou praktiku uvádí E4, který popisuje, jak Twitter zakazuje řadu hashtagů a pokud chce někdo užívat hashtagy, může zvolit např. slovo fitness: „Takže dají fotku polonahého těla, napíší provokativní text s tímto hashtagem a někdo, kdo hledá fitness narazí na vysportovaného borce a třeba ho i začne sledovat“.

E3 i E4 zmiňují, že Instagram nechce, aby tvůrci měli v popisku profilu odkaz na OnlyFans, proto tuto možnost silně penalizují tím, že se takto označený profil ostatním uživatelům zobrazuje méně. Twitter zatím není tolik agresivní, ale přesto algoritmy tyto účty tolik neprosazují, jako jiné (E3). Dříve Instagram profily s odkazem na platformu blokoval úplně (E3) a z toho důvodu se začal užívat Linktree, do kterého se schová i ono OnlyFans (E3, E4). Tvůrci často přicházejí o účty (E2, E3, E5), někdy i zcela neprávem (E2, E4).

Seznamky mohou představovat další nástroj propagace (E1), ovšem např. síť Grindr maže celý popisek uživatele v případě, že jeho profil obsahuje odkaz na síť OnlyFans (E3). Podle slov E3 i Facebook zcela blokuje zveřejněné odkazy na OnlyFans. Je možné využít i Reddit (E2, E3), který nedávno povolil NSFW obsah. Ten musí být ale řádně označen (E3).

### **Neplacená propagace**

Jako formu neplacené propagace popisují všichni participanti spolupráce a tvorbu společného obsahu s následným sdílením těchto příspěvků na sociálních sítích. Někdy mohou samotní profesionální fotografové sdílet snímky tvůrce a tím propagovat jeho účet (E1).

### **Placená propagace**

Jako placený způsob propagace mohou být využity sponzorované příspěvky, při níž jeden tvůrce za poplatek sdílí účet druhého tvůrce (E2, E3). To se může dít jak na samotné platformě OF, ale i na běžných sociálních sítích. E2 popisuje, že částka za měsíc zveřejněného profilu u druhého tvůrce může činit 2–10 tisíc korun. Existují avšak profily, které si za tuto službu berou až 30 tisíc korun. Součástí služby je zveřejnění obsahu nahoře na stránce plus soukromá reklamní zpráva dvakrát týdně. Výsledek této investice je ovšem nejasný (E2, E5), k čemuž se vyjadřuje E2: „Riziko je v tom, že nikdy nevíte, zda ti lidi

k vám nějací přijdou a stránka vám klidně může tvrdit, že je zajištěno z toho proma i 500 lidí“.

Existují také profily na sociálních sítích, které se soustředí čistě na sdílení OF tvůrců a jejich účtů za poplatek (E1, E4). Ty jsou oproti předchozí variantě provozovány třetí stranou, „netvůrcem“.

E1 uvádí, že se v Česku začíná mluvit o profesionálních agenturách zajišťující provoz i propagaci účtů tvůrců. E5 tento fakt potvrzuje a je si vědoma, že některé tvůrkyně těchto služeb užívají. Tvůrce odevzdá účet agentuře, ve které zaměstnanci zajišťují komunikaci s fanoušky namísto původní tvůrkyně, mohou ale také nahrávat obsah, který jim tvůrce zašle (E5). Avšak E1 i E5 těmto službám nedůvěřují a považují je za nespolehlivé. Existuje totiž riziko, že po předání účtů agentura tvůrkyni okrade (E5).

### 8.3.3 Tvůrci a fanoušci

Všichni participanti potvrzují, že je zcela běžné, aby tvůrci mezi komunikovali a tvořili určitou komunitu. Jak bylo řečeno, společně vytvářejí obsah a sdílí si jej. Ne všechny tvůrkyně jsou součástí společenství, ale většina úspěšnějších je (E2, E5). Navzájem se podporují, předplácí si účty, komentují si příspěvky, ale také se upozorňují na problémové předplatitele (E2). E1 i E5 odmítají, že by byla mezi nimi rivalita, přestože se vždy najde několik tvůrců, kteří se mezi sebou nemají rádi.

Nové tvůrce nevidí participanti mezi sebou rádi (E2, E4 a E5). Začínající tvůrci totiž přicházejí s vidinou snadného zisku, ovšem realita je odlišná (E2, E3, E4, E5). Noví tvůrci často žádají ty zaběhlé o know-how (E5). Důvod pro určitou nevráživost je fakt, že začátečníci křiví zasetý business model. Nastavením nízké ceny za nízkou kvalitu obsahu (ve kterém zobrazují úplně všechno) způsobí, že lidé pak žádají od zaběhlých tvůrců nižší ceny a obsah zcela bez cenzury (E2, E5) Pokud se chtějí stát tvůrci slavné osobnosti, mají vstup na platformu výrazně jednodušší, protože již mají fanouškovskou základnu a je jednodušší je dostat na OF (E2, E5).

### Komunikace s fanoušky

Všichni participanti si uvědomují, že mimo konzumaci pornografického materiálu chodí na OF lidé s úmyslem dopisovat si s tvůrci. Každý uživatel síť navštěvuje v jinou dobu a proto je vhodné, aby tvůrce byl často online (E1). Tito sledující zde hledají pochopení, pozornost či útěchu od tvůrce, které se jim v soukromých zprávách nakonec dostane (E1).

Aby byli spokojení, je podstatné tvořit zajímavý obsah. Udržování dobrých vztahů probíhá skrze různé dárky navíc, slevy nebo vstupy zdarma pro nejméně z nich (E2). Závěrem E1 dodává osobní zkušenost: „spokojení zákazníci v tomlenctom segmentu jsou moc miloučtí, ale nespokojení dokážou dělat takoví věci až je k tomu, až to jako člověka dokáže dostat k pláči“.

Jediný, kdo zmínil mimo tvůrce i komunitu fanoušků, byla E1. Dodala, že komunita se vždy odvíjí od toho, jaký daný tvůrce je. E2 s fanoušky komunikuje pouze na OF, protože za dopisování na OF je placená. Avšak všichni se shodují, že je nutné s fanoušky udržovat kontakt.

### 8.3.4 Specifika českého prostředí

E1 uvádí, že v Česku je celá scéna okolo OnlyFans v rozmachu, nicméně se kolem ní tvoří poměrně toxická komunita tvořená především mladistvými muži, kteří nenávidějí ženy – tvůrkyně. Tento způsob výdělků jim vadí a odmítají, aby případně jejich partnerka měla účet na OnlyFans. Důvodem uvedeného chování a jeho prezentace nejen na sociálních sítích je prostá: přilákání fanoušků a zvýšení počtu sledujících na svých vlastních sociálních sítích (E1). E1 dodala, že nejhorší názor mají na platformu ti, kteří ji nikdy nevyzkoušeli.

K celému tomuto tématu poskytuje E1 zajímavou myšlenku: „Onlyfans je tady oproti třeba pornu víc jako sprostý slovo, proto že je to jako realistický, že to dělají lidé jako v našem okolí a to si myslím, že se v zahraničí pomaličku začíná dostávat do ústraní že se to bere jako více rovnoprávně“. E4 zastává souhlasné stanovisko a E1 věří, že do budoucna bude OF rozšířenější i mezi ostatními skupinami lidí a česká společnost se dostane do bodu, kdy bude tato práce vnímána společností za plnohodnotnou.

Tvůrci se napříč rozhovory shodují na názoru, že uživatelé z Česka jsou „skrblicí“. Jediný, kdo tento názor přímo neprezentoval, je E1. Avšak ta uvádí související problém týkající se českého prostředí: Češi si OnlyFans zaplatí, shlédnou jej a poté účet poskytnou dalším lidem. Oproti Česku jsou v zahraničí běžné výrazně vyšší částky za předplatné (E2, E3). Všeobecně si čeští tvůrci nastavují nízkou cenu a lidé neradi vidí případné navyšování cen (E3). Tyhle fakta jsou také důvodem, proč se tvůrci snaží svoji tvorbu přesunout k zahraničním uživatelům (E2).

Tvůrci v Česku se zaměřují především na soft porno (E1), ženy zobrazují mnohdy pouze odhalená ňadra či provokativní fotografie (E1, E2, E4, E5), naopak muži zachycují více pornografický obsah (E3, E4).

E3 v závěru rozhovoru dodala, že spousta tvůrců v České republice příjmy z OF nedaní. Zisky mají totiž relativně malé nebo mají takové příjmy, že by pokryly akorát výlohy za daňové služby. Na konci se zamýšlí nad tím, že úprava legislativy by mohla s tímto problémem pomoci.

E5 se závěrem pochlubila, že zná několik slavných českých osobností, kteří mají účet na OnlyFans a konzumují zde obsah tvůrců. Z pochopitelných důvodů ovšem nechtěla sdělit, o koho se jedná. Přesto upozornila, že se jedná o velmi známé české celebrity.

## 8.4 Shrnutí

OnlyFans neslouží pouze pro prezentaci pornografického materiálu, nachází se na zde síti i např. kurzy vaření nebo fitness instruktoři. Prvně je nutné definovat cílovou skupinu, kterou bude chtít tvůrce oslovovat a následně jí připravovat obsah na míru. Ten může mít nekonečné množství podob, ovšem ukazuje se, že je vhodné, aby tvůrce měl určité hranice, za které nepůjde. Zmíněná strategie se jeví jako krok k udržení si zákazníků, kteří nebudou rušit odběr, protože se jim obsah „neokouká“.

Nejoblíbenější jsou videa, ideálně s obličejem a více lidmi najednou. Samotný obsah může mít různou podobu od méně erotických snímků, až po neobvyklé sexuální praktiky. Záleží opět na cílové skupině. Inspiraci na obsah nejčastěji tvůrci přebírají od sebe navzájem. Samotná tvorba obsahu, především u úspěšnějších tvůrců, podléhá někdy až velmi detailnímu scénáři. Existuje i možnost si za obsah navíc či na míru připlatit. Pravidlo je jednoduché: o co sexuálně explicitnější obsah se jedná, tím je jeho cena z pravidla vyšší. Velmi populární placený obsah na platformě je dick rating.

K propagaci se nejvíce využívají všechny druhy sociálních sítí. Některé platformy se ovšem snaží práci tvůrcům zkomplikovat a penalizují jejich účty v podobě snížení dosahů v případě, že je v popisku odkaz na platformu OnlyFans. K dispozici jsou i placené formy propagace. Řeč byla o agenturách, které za provizi propagují účty tvůrců a jejich zaměstnanci mohou odpovídat na zprávy fanouškům namísto tvůrců. Je možné zaplatit i jiným tvůrcům nebo stránkám, kteří sdílí účet jiného tvůrce. Účinnost placených forem propagace je ovšem sporná.

Tvůrci společně tvoří skupiny, ve kterých si pomáhají a vytvářejí další obsah. Neradi ovšem vidí začínající tvůrce, kteří volí cestu rychlého zisku namísto kvalitní a vytrvalé práce. S fanoušky participanti udržují kontakt a starají se o to, aby s nimi měli pozitivní vztahy.

České prostředí vůči OnlyFans není vlídné. Často společnost, v čele s mladými muži, nevnímá sexfluencery vůbec pozitivně. Navíc participanti často označovali české konzumenty obsahu jako „skrblíky“, kteří si často sdílejí účty. Dalším specifickým českého prostředí je tvorba umírněnějšího pornografického obsahu a nižší ceny za předplatné.



## 9 ODPOVĚDI NA VÝZKUMNÉ OTÁZKY

Práce si kladla dvě výzkumné otázky, které nyní budou zodpovězeny.

**VO1:** Jakými způsoby tvůrci sexuálně explicitního obsahu komunikují se svými předplatiteli na sociální síti OnlyFans?

Na OnlyFans tvůrci komunikují skrze dva kanály. Prvním kanálem jsou soukromé zprávy. V těch tvůrci mohou iniciovat konverzace, dopisovat si se sledujícími a zasílat zdarma materiál navíc zdarma (např. fotografie, videa, hlasové zprávy). Kromě aktivit, které jsou v ceně předplatného, jsou tvůrci schopni ve zprávách prodávat jak fotografie, videa a hlasové zprávy, tak i různé balíčky. Všechn materiál k prodeji je často doprovázen popisem nebo krátkým videem, kterým informuje zákazníka, co je obsahem nabízeného produktu. Mimo to je možné si objednat obsah na míru dle přání zákazníka a možností tvůrce. Frekvence zaslaných zpráv se odvíjí od strategií tvůrce a od jeho časových možností.

Druhým způsobem komunikace tvůrců je skrze různorodý obsah a jeho následné sdílení na své profily. Uveřejněný materiál se objeví na zdi předplatitelům. Tvůrci sdílí videa a fotografie s erotickou nebo pornografickou tematikou se snahou útočit na příjemcům sexuální pud a podnítit jeho představivost. Zveřejněný materiál slouží jako upoutávka k obsahu, který je možné koupit skrze soukromé zprávy. Je žádoucí, aby obsah byl autentický a nebyl k vidění nikde jinde. Samotný obsah může mít nekonečné množství podob od amatérských fotografií, přes profesionální snímky až po videa zobrazující sex nebo sexuální fetiše. To se odvíjí od cílové skupiny a hranic, které si tvůrce nastavil.

Celý způsob komunikace tvůrců je veden za účelem vytvoření zájmu o prezentovaný obsah; vytvoření prostředí, ve kterém se budou sledující cítit příjemně, budou mít pocit zájmu ze strany tvůrců a nebudou mít nutkání zrušit odběr. Navíc záměrem uvedené komunikace je získat od fanoušků další peníze mimo platby za předplatné.

**VO2:** Jak se propagují účty OnlyFans se sexuálně explicitním obsahem, aby získali nové sledující?

V základu se dá propagace účtů se sexulním obsahem rozdělit na neplacenou a placenou formu. Základem neplacené propagace je práce se sociálními sítěmi. Využít je možné takřka všechny sítě, je nutné ale upravovat komunikaci a obsah na míru pravidlům i cílové skupině. Na sociální sítě se umísťuje ukázka práce sexfluencera, zkrácená videa, vyzývavé fotografie,

či obsah s cenzurou. Záleží ovšem na strategii každého tvůrce. Nezbytné je pravidelně přidávat zajímavý obsah, upozorňovat na existenci účtů a čerstvého obsahu na OF. Úmyslem je dostat se mimo vlastní dosah skrze různá virální videa nebo příspěvky. Jako nutná se ukazuje i práce s komunitou jak tvůrců, tak i fanoušků. Tvůrci mohou mezi sebou tvořit společný obsah, následně jej sdílet a získávat nové fanoušky skrze toho druhého. Jedná se o velmi populární nástroj u obou stran: jak fanoušků, kteří rádi vidí kolaborace, tak i sexfluencerů, kterým spolupráce přinese oslovení nového publika. Varianta je také založení si druhého účtu na OnlyFans, který bude zdarma a poslouží k prezentování tvůrce a nalákání předplatitelů na placený profil.

Tvůrci mohou využívat stránek a skupin např. na Redditu nebo Telegramu, které se soustředí na sdílení uniklých fotografií. Členové těchto skupin mohou tvůrce z uniklých materiálů vyhledat a předplatit si jej. K oslovení nových sledujících může pomoci i účast v podcastech či na veřejných akcích.

Existují i placené způsoby propagace. Sexfluenceři mohou zaplatit agenturám za propagaci OnlyFans účtu, ale také za jeho spravování včetně odepisování fanouškům na zprávy. Dalším způsobem jsou sponzorované příspěvky na profilech jiných tvůrců nebo stránek, které se specializují na sdílení profilů z OF. Cena za tyto služby je různá a účinnost sporná.

Mimo placenou a neplacenou propagaci stojí manipulace s cenou, kdy je možno měnit cenu předplatného, vytvářet slevy pro nové, stávající, ale i bývalé sledující a přivést je zpět.

## ZÁVĚR

Obsahem diplomové práce byla analýza prostředí OnlyFans u účtů se sexuálně explicitním materiálem. Teoretická část popsala sexuální chování na internetu a do stávající teorie byl zasazen nový pojem v oblasti sexuální práce – sexfluencer. Popsány byly vybrané sociální sítě a jejich vztah k sexuálně explicitnímu obsahu. V závěru byl definován pojem influencer (ke kterému se pojem sexfluencer vztahuje), monetizace jeho činnosti a legislativně právní rámec. Praktická část se zaměřila na prostředí sítě OnlyFans a pomocí kritického pozorování profilů společně s výsledky rozhovorů se sledujícími i tvůrci přinesla komplexní vhled do problematiky tvorby a propagace tvůrců sexuálně explicitního obsahu. Hlavní přínos diplomové práce spočívá v popisu tohoto dosud neprobádaného prostředí, které je pro širokou veřejnost skryté za hranicí, pro jejíž překročení je nutné utratit stovky korun. Navíc přináší poznatky přímo od tvůrců, kteří často nechtějí sdílet své know-how. Cíl práce byl tedy naplněn a výzkumné otázky zodpovězeny.

Mezi hlavní poznatky patří fakt, že zaplacením předplatného tvůrci proces nekončí. Pokud chce uživatel vidět opravdu všechnen obsah, musí si za něj připlatit. Jedná se o propracovaný business, jehož jediným cílem je zisk. Je zřejmé, že se sexfluenceri musí opravdu silně soustředit na propagaci, protože překonávají řadu překážek jak u lidí, tak i u samotných sociálních sítí. Navíc i lidé mají omezené finanční zdroje a vždy se budou rozhodovat, kterému tvůrci zaplatí. S případnou popularitou této sítě bude také mezi sexfluencery větší boj o zákazníky.

Celkově bylo potěšení zpracovávat téma, které je široké veřejnosti skryté. Běžná populace neví, co se za placenou zdí OnlyFans děje a jak celá síť a komunikace na ní funguje. Pro ty, kdo nejsou součástí „komunity“, jsou zjištění určitě překvapivá.

Rád bych přidal ještě několik poznámek k výzkumu a práci s respondenty. Nejtěžší bylo získání respondentů pro výzkum: jak experty, tak uživatele. Není jich mnoho a často jdou velice těžce poznat, zda spadají do vybrané skupiny, či nikoliv. Tvůrci se nesoustředí nikde na jednom místě, kde by je bylo jednoduché vybrat a oslovit. Velkým oříškem bylo získání důvěry respondentů. Bylo potřebné zajistit takové podmínky pro respondenty, které by ani nenaznačovaly možnost zneužití jejich údajů či informací. Mnohdy se stydí, že si kupují sexuálně explicitní materiál. Bylo zcela běžné, že si účast ve výzkumu rozmysleli, nebo na následný kontakt s prosbou o odpověď nereagovali. Nejvíce překvapivé ovšem bylo, že někteří lidé měli tendenci využívat své pozice a za participaci ve výzkumu

požadovali například sexuální styk či nahé fotografie. V případě dalšího zkoumání prezentovaného prostředí bych vřele doporučil využít jiné metody, která nebude vyžadovat přímý kontakt výzkumníka a respondenta.

Práce poslouží jako podklad pro další zkoumání prostředí OnlyFans. Pozornost v dalších výzkumech je možné zaměřit na konkurenční weby, na kterých sexfluenceri působí a na srovnání těchto prostředí. Na práci je možno navázat kvantitativním šetřením, které by dokázalo přijít se zobecnitelnými výsledky. Jako zajímavé se určitě jeví zkoumat další možnosti propagace, ale i činnosti sexfluencerů. Bylo by možné je využít pro propagaci některých druhů služeb, nebo produktů jako např. sexuální pomůcky, nebo tantrické masáže? Závěrem bych chtěl dodat, že sexfluenceri působí na sociálních sítích, které jsou dostupné i dětem. Proto by bylo vhodné zkoumat i případný negativní vliv na děti a mladistvé.

## SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] BARRETT-IBBARIA, Sofia, 2020. *Cam girl reality: an enticing illusion leaves many models poor and defeated*. In. The Guardian [online]. Publikováno 2020-01-14, 06:00 GTM. [cit. 2023-03-07]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2020/jan/14/cam-girl-webcamming-porn-industry>
- [2] BEDNÁŘ, Vojtěch, 2011. *Marketing na sociálních sítích: prosad'te se na Facebooku a Twitteru*. Brno: Computer Press, 197 s. ISBN 9788025133200.
- [3] BLINKA, Lukas, 2015. *Online závislosti: jednání jako droga? : online hry, sex a sociální sítě : diagnostika závislosti na internetu : prevence a léčba*. Praha: ve spolupráci s Masarykovou univerzitou vydala Grada Publishing, 198 s. Psyché. ISBN 9788021079755.
- [4] BUREŠOVÁ, Alexandra, 2018. *Chování sexuální*. In. Sociologická encyklopedie [online]. [cit. 2023-02-24]. Dostupné z: [https://encyklopedie.soc.cas.cz/w/Chov%C3%A1n%C3%AD\\_sexu%C3%A1ln%C3%AD](https://encyklopedie.soc.cas.cz/w/Chov%C3%A1n%C3%AD_sexu%C3%A1ln%C3%AD)
- [5] BUREŠOVÁ, Jitka, 2022. *Online marketing: od webových stránek k sociálním sítím*. Praha: Grada Publishing, 281 s. Expert. ISBN 978-80-271-1680-5.
- [6] CAROTTE, Elise R, Angela C DAVIS a Megan SC LIM, 2020. *Sexual Behaviors and Violence in Pornography: Systematic Review and Narrative Synthesis of Video Content Analyses*. In. Journal of Medical Internet Research [online]. Publikováno 2020-05-14. [cit. 2023-02-24]. Dostupné z: <https://www.jmir.org/2020/5/e16702>
- [7] CENTRUM PRO VÝZKUM VEŘEJNÉHO MÍNĚNÍ, 2019. *Veřejné mínění o interrupci, eutanazii a prostituci – květen 2019*. In. Centrum pro výzkum veřejného mínění [online]. Publikováno 2019-06-17. [cit. 2023-02-24]. Dostupné z: [https://cvvm.soc.cas.cz/media/com\\_form2content/documents/c2/a4954/f9/ov190617.pdf](https://cvvm.soc.cas.cz/media/com_form2content/documents/c2/a4954/f9/ov190617.pdf)
- [8] DÖRING, Nicola, 2009. *The Internet's impact on sexuality: A critical review of 15 years of research*. *Computers In Human Behavior*. In. Computers in Human Behavior [online]. Publikováno 2009-08. [cit. 2023-02-17]. Dostupné z: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563209000442>

- [9] HARTL, Pavel a Helena HARTLOVÁ, 2015. *Psychologický slovník*. Třetí, aktualizované vydání. Praha: Portál, 774 s. ISBN 9788026208730.
- [10] HENDL, Jan, 2005. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. Praha: Portál, 407 s. ISBN 8073670402.
- [11] HOLLANDS, Thomas, 2020. *The Economics of OnlyFans*. In. xsrus.com [online]. Publikováno 2020-04-24. [cit. 2023-03-07]. Dostupné z: <https://xsrus.com/the-economics-of-onlyfans>
- [12] CHMELÍK, Jan, 2003. *Mravnost, pornografie a mravnostní kriminalita*. Praha: Portál, 201 s., [4] s. obr. příl. ISBN 8071787396.
- [13] INFLUENCER = PODNIKATEL... VÍTE, JAK NA DANĚ?, 2021. In. *SOCIALBOA* [online]. Publikováno 2021-02-26. [cit. 2023-03-09]. Dostupné z: <https://www.socialboa.com/blog/influencer-podnikatel-vite-jak-na-dane?fbclid=IwAR3ubjNdFFg4X-MteDni34XAQUIRLGMjgn70U0Q8n-bjVwfMZ5Bc3A-1Rgo>
- [14] INFLUENCERŮ A DANĚ: NA CO NEZAPOMENOUT V PŘIZNÁNÍ?, 2023. In. *Vím, kam klikám* [online]. Publikováno 2023-03-10. [cit. 2023-03-14]. Dostupné z: <https://www.vimkamklikam.cz/nakupy-a-platby/influenceri-a-dane-na-co-nezapomenout-v-priznani>
- [15] JENNINGS, Rebecca, 2021. *The sexfluencers*. In. *Vox* [online]. Publikováno 2021-10-28, 5:30am EDT. [cit. 2023-03-06]. Dostupné z: <https://www.vox.com/the-goods/22749123/onlyfans-influencers-sex-work-instagram-pornography>
- [16] JONES, Jeffrey M., 2023. *U.S. LGBT Identification Steady at 7.2%*. In. *news.gallup.com* [online]. Publikováno 2023-02-22. [cit. 2023-02-23]. Dostupné z: <https://news.gallup.com/poll/470708/lgbt-identification-steady.aspx>
- [17] KELLY, David, [2016]. *Social media: strategies to mastering your brand - Facebook, Instagram, Twitter, Snapchat*. [Spojené státy americké?]: [nakladatel není známý], 156 s. ISBN 978-1537268033.
- [18] KEMP, Simon, 2023. *DIGITAL 2023: CZECHIA*. In. *Global Digital Insights* [online]. Publikováno 2023-01-23. [cit. 2023-03-08]. Dostupné z: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-czechia>

- [19] KOZEL, Roman, Lenka MYNÁŘOVÁ a Hana SVOBODOVÁ, 2011. *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. Praha: Grada, 304 s. Expert. ISBN 9788024735276.
- [20] KŘIVÁNKOVÁ, Lucie, Linda ŠPÁSOVÁ a Aneta DUCHÁČOVÁ, [b.r.]. *Sexuální práce v ČR: vývoj, trendy a výzvy* [online]. Hradec Králové: Gaudemus [cit. 2023-02-21]. 132 s. Dostupné z: [https://www.uhk.cz/file/edee/pedagogicka-fakulta/pdf/pracoviste-fakulty/ustav-socialnich-studii/dokumenty/publikace-ke-stazeni/sexualni-prace-v-cr\\_vyvoj-trendy-vyzvy.pdf](https://www.uhk.cz/file/edee/pedagogicka-fakulta/pdf/pracoviste-fakulty/ustav-socialnich-studii/dokumenty/publikace-ke-stazeni/sexualni-prace-v-cr_vyvoj-trendy-vyzvy.pdf)
- [21] LAWLESS, Tilly, 2021. *OnlyFans isn't revolutionising sex work, and using it ruined things I once did for personal pleasure*. In. The Guardian [online]. Publikováno 2021-08-02, 18:30 BTS. [cit. 2023-02-15]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/books/2021/aug/03/onlyfans-isnt-revolutionising-sex-work-and-using-it-ruined-things-i-once-did-for-personal-pleasure>
- [22] LOSEKOOT, Michelle a Eliška VYHNÁNKOVÁ, 2019. *Jak na síť: ovládněte čtyři principy úspěchu na sociálních sítích*. V Brně: Jan Melvil Publishing, 325 s. Žádná velká věda. ISBN 978-80-7555-084-2.
- [23] MCCORQUODALE, Sara, 2021. *Influence: how social media influencers are shaping out digital future*. London: Bloomsbury business,, xi, 208 s. ISBN 978-1-4729-7956-8.
- [24] META, © 2023a. Nahota a sexuální aktivity: Pokyny pro vydavatele a tvůrce. In. *Meta Centrum nápovědy pro firmy* [online]. [cit. 2023-03-09]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/business/help/725672454452774?id=208060977200861>
- [25] META, © 2023b. Zásady komunity. In. *Centrum nápovědy pro Instagram* [online]. [cit. 2023-03-09]. Dostupné z: <https://help.instagram.com/477434105621119>
- [26] MILLER, Mira, 2022. *The Rise of 'Sexfluencers'*. In. getmegiddy.com [online]. Publikováno 2022-06-09. [cit. 2023-02-23]. Dostupné z: <https://getmegiddy.com/rise-of-sexinfluencers>

- [27] MILLWARD, Jon, 2013. *Deep Inside: A Study of 10,000 Porn Stars*. In. jonmillward.com [online]. Publikováno 2013-02-14. [cit. 2023-02-24]. Dostupné z: <https://jonmillward.com/blog/studies/deep-inside-a-study-of-10000-porn-stars/>
- [28] NAVRÁTIL, Tomáš, 2022. *Influenceri a daně* [online]. Publikováno 2022-11-28. [cit. 2023-03-14]. Dostupné z: <https://www.connectgroup.cz/post/influenceri-a-dane>
- [29] ONLYFANS, ©2023. Our Team and Goals. In. *onlyfans.com* [online]. [cit. 2023-03-08]. Dostupné z: <https://onlyfans.com/about>
- [30] POWERS, Jenny, 2020. *I'm a phone-sex operator who's made more than \$258,000 in a year. I've been able to buy my dream house and start consulting for adult-entertainment brands*. In. businessinsider.com [online]. Publikováno 2020-12-14, 8:38 PM. [cit. 2023-03-07]. Dostupné z: <https://www.businessinsider.com/phone-sex-operator-job-diary-working-during-pandemic-2020-8>
- [31] ROSULEK, Martin, 2022. *OnlyFans – Pravda o tom, jak funguje erotický obsah tvůrců*. In. sitevhrsti.cz [online]. Publikováno 2022-09-23. [cit. 2023-03-10]. Dostupné z: <https://sitevhrsti.cz/onlyfans/>
- [32] SIMILARWEB, © 2023. *Top Websites Ranking – Most Visited Websites in January 2023*. In. SimilarWeb [online]. [cit. 2023-02-21]. Dostupné z: <https://www.similarweb.com/top-websites/>
- [33] SNAP INC., © 2023. Community Guidelines. In. *Snapchat Transparency* [online]. Publikováno 2023-01. [cit. 2023-03-09]. Dostupné z: <https://values.snap.com/privacy/transparency/community-guidelines>
- [34] SPITZER, Manfred, 2016. *Kybernemoc!: jak nám digitalizovaný život ničí zdraví*. Brno: Host - vydavatelství, 388 s. ISBN 9788074917929.
- [35] STRATHMANN, Rosie, 2020. *I Worked At A Phone Sex Hotline. This Is What It's Really Like*. In. HuffPost UK Life [online]. Publikováno 2020-07-29, 06:00am BST. [cit. 2023-03-07]. Dostupné z: [https://www.huffingtonpost.co.uk/entry/phone-sex-hotline\\_uk\\_5f199a1ec5b6f2f6c9f29c3e](https://www.huffingtonpost.co.uk/entry/phone-sex-hotline_uk_5f199a1ec5b6f2f6c9f29c3e)
- [36] ŠEVČÍKOVÁ Karolína, 2020. *Patreon, OnlyFans, Twitch: tvůrčí obsah bez reklam*. In: Marketing [online]. Publikováno 2020-02-10. [cit. 2023-03-07].



- ISSN: 1805 – 4991. Dostupné z: <https://marketing.cz/patreon-onlyfans-twitch>
- [37] ŠPAČKOVÁ, Iva, 2020. *Sexshopy loví nové klienty. Za reklamu utrácejí dvojnásobek*. In. Seznam Zprávy [online]. Publikováno 2020-11-10. [cit. 2023-02-23]. Dostupné z: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/covid-preje-erotice-prodejum-sexualnich-pomucek-pomahaji-i-povidky-128809>
- [38] TAHAL, Radek, 2022. *Marketingový výzkum: postupy, metody, trendy*. 2 vyd. Praha: Grada Publishing, 293 s. Expert. ISBN 978-80-271-3535-6.
- [39] TIKTOK, © 2023. Strengthening enforcement of sexually suggestive content. In. *TikTok Newsroom* [online]. Publikováno 2022-12-30. [cit. 2023-03-05]. Dostupné z: <https://newsroom.tiktok.com/en-us/strengthening-enforcement-of-sexually-suggestive-content>
- [40] TWITTER, © 2023. Sensitive media policy. In. *Twitter Help* [online]. [cit. 2023-03-09]. Dostupné z: <https://help.twitter.com/en/rules-and-policies/media-policy>
- [41] VACHKOVÁ, Eliška, 2022. *Jak funguje a jak se vydělává na OnlyFans? [18+]*. In. ŽijÚspěšně.cz [online]. Publikováno 2022-02-27. [cit. 2023-03-10]. Dostupné z: <https://zijuspesne.cz/jak-funguje-a-jak-se-vydelava-na-onlyfans/>
- [42] VANDENBOS, Gary R., 2015. *APA Dictionary of psychology*. Second edition. Washington: American psychological association, xv, 1204 s. ISBN 9781433819445.
- [43] WORTHINGTON, Jackson, 2022. *How subscription sites and social media are creating 'sexfluencers'*. In. ABC News [online]. Publikováno 2022-06-25. [cit. 2023-02-23]. Dostupné z: <https://www.abc.net.au/news/2022-06-25/rise-of-the-sexfluencers-how-sexworkers-are-becoming-celebrities/101173328>
- [44] YOUTH ZONE, © 2020. *OnlyFans and young people: exploitation or empowerment?* In. VoiceBox [online]. [cit. 2023-03-20]. Dostupné z: <https://voicebox.site/assets/OnlyFansReport.pdf>

**SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK**

BDSM	Zkratka (bondage, dominance, sadismus a masochismus) pro sadistické erotické představy nebo sexuální chování, kterého se lidé účastní dobrovolně.
Cosplay	Jedná se o kostým, v němž se daná osoba snaží vypadat a chovat jako postava např. z filmu, počítačové hry, apod.
Cunnilingus	Dráždění vnějších pohlavních orgánů ženy jazykem.
Dick rating	Detailní ohodnocení mužského pohlavního údu, často na objednávku za úplatu.
Escort	termín označující placené společnice nebo společníky. Ti poskytují různé služby svým klientům za úplatu.
Felace	Stimulování mužského údu ústy.
Fist	Z anglického „pěst“. Sexuální praktika, při níž jsou do pochvy či konečníku zaváděny jedna nebo obě ruce s cílem sexuálního vzrušení.
Gay baiting	Technika užívaná k přitahování pozornosti a zvýšení popularity tím, že je projevováno homosexuální chování, aniž by osoba byla homosexuální orientace.
JOI	Anglicky „jerk off instruction“, jedná se o druh pornografického materiálu (nejčastěji videa nebo audionahrávky), ve které účinkující navádí sledujícího, jak se má sexuálně uspokojit.
Know-how	Soubor vědomostí a zkušeností získaných na základě předchozí praxe nebo studia.
Koitus	Pohlavní styk, soulož.
Linktree	Nástroj, který dokáže pod jeden odkaz schovat vícero různých odkazů, často na sociální síť.
Merch	Anglické slovo označující zboží.
NFSW	Anglicky „not suitable for work“, volně přeloženo jako obsah nevhodný do pracovního prostředí nebo obsah sexuálně explicitní.
OF	Zkratka pro OnlyFans.

- Selfie            Typ fotografie, na níž fotograf svou vlastní rukou zachycuje sami sebe.
- Slut              Volně přeloženo jako „coura“.

## SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1 – logo sítě OnlyFans (Zdroj: OnlyFans, ©2023). .....31

**SEZNAM TABULEK**

Tabulka 1 – Základní informace o zkoumaných profilech (kategorie ženy; zdroj: vlastní zpracování) .....	34
Tabulka 2 – Základní informace o zkoumaných profilech (kategorie muži; zdroj: vlastní zpracování) .....	35
Tabulka 3 – Záznam pozorování vybraných parametrů u zvolených tvůrců po dobu 3 týdnů (od 14. 3. do 4. 4. 2023; zdroj: vlastní zpracování).....	42
Tabulka 4 – Přehled a kódování participantů individuálních rozhovorů (zdroj: vlastní zpracování) .....	46
Tabulka 5 – Přehled a kódování participantů expertních rozhovorů (zdroj: vlastní zpracování) .....	55

## SEZNAM PŘÍLOH

Příloha P 1: Odkaz na úložiště s individuálními a expertními rozhovory

Příloha P 2: Scénář individuálních rozhovorů se sledujícími

Příloha P 3: Scénář expertních rozhovorů s tvůrci

## **PŘÍLOHA P I: ODKAZ NA ÚLOŽIŠTĚ S INDIVIUÁLNÍMI A EXPERTNÍMI ROZHOVORY**

Rozhovory je možné najít na odkaze:

<https://drive.google.com/drive/folders/1hUZNKRnaPUHg5JEiPxOVqW7lZh-KqsyxK?usp=sharing>

## **PŘÍLOHA P 2: SCÉNÁŘ INDIVIDUÁLNÍCH ROZHOVORŮ SE SLEDUJÍCÍMI**

### **Uvítání**

Dobrý den/Ahoj, moc děkuji že sis si na mě udělal\*a čas. Na začátek bych se tě chtěl zeptat, jestli souhlasíš s nahráváním našeho rozhovoru.

Studuji marketingové komunikace, a právě dělám výzkum ohledně komunikace na sociální síti OnlyFans. Spolu se podíváme na to, jak tvůrci komunikují se svými fanoušky na OF, ale i mimo něj, co všechno to obnáší. Cílem je totiž analyzovat komunikaci tvůrců na této síti, ale i to, jak se propagují a jakých nástrojů k tomu využívají. Účelem je pak tyto poznatky představit akademické obci a „rozšířit tak obzory“ v poznatcích o současném marketingu. Požádal jsem tě, protože máš zkušenost s OnlyFans. Tento dotazník je rozdělený do 2 bloků, nejdříve se budeme bavit o tvé zkušenosti a poté se budu ptát na tvé vlastní názory a postřehy.

### **Blok 1 – Vlastní zkušenosti**

- Pamatuješ si, jak a kdy jsi začal sledovat svůj první účet na OF?
- Co máte rádi na OnlyFans?
- Na OF nejde jen tak narazit na nové tvůrce. Pokud je chce člověk vyhledat, musí zadat jejich nick (přezdívku) přímo do vyhledávání. Jak tedy může člověk narazit na nové tvůrce, které nezná?
- Řekl bys, že jsi součástí nějaké skupiny lidí, která je kolem OF?
- Jak tvůrci přesvědčují své fanoušky, aby je začali sledovat na OF?
- Podle čeho si vybíráš lidi, které budeš sledovat na OF?
- Je pro tebe cena důležitá?
- Kolik lidí sleduješ přímo na OF?

### **Blok 2 – Názory a postřehy**

- Co bys řekl, že dělají tvůrci proto, aby se zviditelnili?
- Co podle tebe dělají nejlepší OF tvůrci na světě líp/jinak, než ti méně úspěšní?
- Proč je dobré sledovat/platit lidi na OF, než konzumovat pornografický materiál jinak dostupný na internetu?
- Je něco, co tě na chování tvůrců OF rozčiluje?
- Co bys doporučil začínajícímu tvůrci, aby získal co nejvíce sledujících a ti s ním byli spokojení?

### **Ukončení**

Děkuji moc za odpovědi. Je ještě něco, co bys rád k tématu dodal? Něco, na co nebyla položena otázka a týká se to komunikace a propagace OF?

### **Rozloučení**

Pokud ne, ještě jednou moc děkuji za pomoc při výzkumu.



## **PŘÍLOHA P 3: SCÉNÁŘ EXPERTNÍCH ROZHovorŮ S TVŮRCI**

### **Uvítání**

Ahoj, moc děkuji že sis na mě udělal\* a čas. Chtěl bych se tě zeptat, jestli souhlasíš s nahráváním našeho rozhovoru.

Studuji marketingové komunikace, a právě dělám výzkum ohledně komunikace na sociální síti OnlyFans. Podíváme se spolu na to, jak vy, jako tvůrci, komunikujete se svými fanoušky na OF, ale i mimo něj, co všechno to obnáší. Cílem je nejen analyzovat komunikaci tvůrců na této síti, ale i zjistit, jak se propagují a jakých nástrojů k tomu využívají. Účelem je pak tyto poznatky představit akademické obci a tím „rozšířit obzory“ v poznatcích o současném světě marketingu. Tebe jsem požádal o rozhovor, protože se dá říct, že jsi určitým expertem na tuto oblast. Rozhovor je rozdělený do dvou bloků, nejdříve se budeme bavit o samotném OnlyFans a poté o komunikaci mimo něj.

### **Blok 1 – komunikace na OnlyFans**

- Co všechno činnost tvůrce na OnlyFans obnáší?
- Co je podle tebe základem úspěchu na OF?
- Jaký obsah se obecně dává na OF?
- Kde bereš inspiraci na to, co dělat na OF a jaký obsah přidávat?
- Můžete popsat proces, jak vzniká obsah od začátku po zveřejnění?
- Co všechno uživatel za subscribe obvykle dostane?
- Za co si může připlatit?
- Jaký je podle tebe rozdíl v komunikaci, ceně a obsahu tvůrců na OF v zahraničí oproti česku?
- Co se dá dělat pro to, aby lidé nerušili odběry?

### **Blok 2 – komunikace mimo síť OnlyFans**

- Na OF není žádný způsob, jak by tě mohli noví lidé najít, pokud nezadají přímo tvůj nick. Jak se tedy propaguje takový OF účet?
- Jaké příspěvky jsou všeobecně nejoblíbenější?
- Je možné získat nové fanoušky i mimo své vlastní sociální síť?

### **Ukončení**

Děkuji ti za odpovědi. Je ještě něco, co bys rád k tématu dodal? Něco, na co nebyla položena otázka a týká se to komunikace a propagace na OF?

### **Rozloučení**

Pokud ne, ještě jednou díky za pomoc při výzkumu.