

Rychlost komunikace nastupující generace

- *Internet je místem zkratk. Tečka.* -

Nedávno mne zaujal projev Jan Krause, úspěšného matadora českého show businessu, který se v rámci diskuzního formátu [Lidé z praxe](#) rozpovídal nad otázkou:

Vliv internetu a sociálních sítí na show business?

“Ten vliv je zásadní ve všem, televize končí podobně jako pevná telefonní linka. To, že budou dávat něco v osm hodin večer a lidi to budou sledovat, to je absurdní. Ve výsledku pořad shlédnou jen někteří lidé, hlavně tedy ti starší. Od pevné telefonní linky se televize liší v tom smyslu, že na ni existuje návyk, na telefon návyk nebyl.”



Změní to všechno, problém je, že zatím není obchodní model, který se ale jistě objeví. Podle mého názoru bude základní rozdělení buď s reklamou pro všechny nebo formou předplatného pro ty, co reklamu nesnáší, u tohoto modelu ještě asi bude spojen další produkt.

Televize dnes z hlediska objemu dává dvakrát tolik reklam, že sledovaný film trvá tři hodiny. To dnes nedovolí dát do televize kvalitní produkt, protože bude zničen reklamou.”

Postupný přechod z televize na internet

Takto se Jan Kraus velmi věcně vyjádřil k trendu, kdy je běžný divák lákán od televize k internetu. Lépe řečeno, divák pozvolna odchází na internet sám a dobrovolně. Nejen že to postihuje televize, kterým mizí sponzoři jinam, obecně, změny nastávají také sekundárně. Například v důrazu na formu vyprávění, na kterou si především starší divák bude teprve zvykat. Podívejme se na základní rozdíly, vznikající z tohoto trendu.

Předmět	Televizní divák	Internetový divák
Věkové rozhraní	Spíše starší generace	Mladší generace
Poznávací znamení	<p>Přispůsobují se televiznímu programu.</p> <p>Jsou ochotni věnovat čas reklamním sdělením.</p>	<p>Chtějí mít obsahový program ve vlastní režii.</p> <p>Ve velké míře nevlastní televizní přijímač, používají chytré telefony nebo počítače.</p>
Prognóza	<p>Postupný, ne-li až úplný přechod na internet, probíhající v průběhu několika dalších let.</p> <p>Postupné přivyknutí si na nový formát pořadů, nabízených na internetu.</p>	<p>Oproti starším generacím budou obecně více přizpůsobiví vůči trendům, které nastanou.</p> <p>Sledovaný obsah bude více diverzifikovaný a také založen na alternativním obsahu (Youtubeři).</p> <p>Díky tomu tak může častokrát nastat situace, kdy je divák zároveň tvůrcem obsahu..</p>
Ukázka formátů	<p><i>Bota jménem Melichar</i>-ukázkový formát pro současnost až zdlouhavého vyprávění děje, (film, 1983, 71minut)</p> <p>Život na zámku (TV seriál, 1995, 48minut)</p> <p>Proč bychom se netopili (TV seriál, 2009, 55minut)</p>	<p>Děj má rychlý spád, mnoho obsahu zpracováno v náznacích, které si divák domyslí.</p> <p>Semestr (2016, 20minut)</p> <p>Pěstírna (2017, 13minut)</p>

Televize x internetová televize	Televize typu Nova a Prima rozšiřuje svou nabídku formou dalších kanálů. Např. Prima Cool, Prima Zoom apod.	Silní hráči na internetu vytvářejí své vlastní online televize. Např. se jedná o Stream.cz, Playtvak.cz apod. Budou vznikat nejen celoplošné, ale také lokální formáty. Např. Slovácký gen.
--	---	--

Youtubeři. Co to prosím je?

Youtuber je osoba, která na internetovém serveru YouTube nahrává videa, ale také dlouhodobě sleduje nahrávky ostatních. Pro významné youtubery s mnoha fanoušky je tato platforma díky příjmům z reklamy i živností.

Influenceri. Co to prosím je?

Mezi influencers jsou Youtubeři s významným množstvím odběratelů. Názory těchto Youtuberů tak mohou významně ovlivnit veřejné mínění. Jejich vliv využívají pro osobní komerční využití či názorové vyjádření postojů či něčí podpory.

Přechod na internet nás učí:

- Přechod z televize na internet je neměnný stav, masivně se projevující především u generace Milleniens. Neopomínejme také starší generaci, taktéž se přesunují se na internet, ale ne v takové míře.
- Internet nastavuje trendy především z hlediska formy předávaného sdělení. Předávaný obsah musí být jasný a výstižný jedině tak udržíme divákovu pozornost, z hlediska konkurenčních sdělení nejpodstatnější věc.
- Rychlost předávaného sdělení je klíčový faktor. Čím rychleji, tím lépe.
- Každodenní prostředí, ve kterém se mileniáni pohybují, vytvářejí komunikační standarty, které budou vyhledávat i mimo své zaběhlé kanály, které sledují.
- Tuto formu sdělení můžeme čím dál intenzivněji považovat za precedens pro plošné předávání informace.
- Dopad je patrný také pro pracovní trh (předávání myšlenek u náborů nebo například v interní firemní kultuře apod.)

Rychlost komunikace u nastupující se projevuje jak ve formě sdělení, také také svým obsahem. Nastává doba zkratk, nezbytně nutné kriterium pro udržení pozornosti a zájmu nastupující generace.

autor článku

Aleš Durdák

www.alesdurdak.cz