

Jedeme dál – tentokrát i s obrazem

Magazín ■ Karel Oprchal

Hudba není zdaleka jediný digitální obsah, který se dá streamovat – mnohem větší byznys je streamování videa. Netflix, Disney+, Apple TV+, Amazon Prime Video, (HBO) Max a samozřejmě gigantický YouTube či třeba české Voyo, to jsou jen vybrané platformy pro streamování videa, z nichž mnohé si všichni předplácíme a koukáme na ně už častěji než na televizi. Po rozboru streamování hudby se zaměříme na byznys streamování videa a vysvětlíme si, proč je tak populární a proč se i velké platformy mohou potýkat s velkými finančními problémy.



Může se to možná zdát zvláštní, ale mezi streamováním hudby a videa je i přes mnoho podobností několik zásadních rozdílů, které aktérům v tomto odvětví hází velmi specifickým způsobem klacky pod nohy. Kdybych měl navázat na svůj nečekaně dlouhý seriál o streamování hudby, který se nezabýval tím, jaká streamovací platforma je nejlepší, ale naopak vlivem streamovacích platform na dávno zaběhlý hudební průmysl, zopakoval bych hlavně, že streamování hudby rozhodně nevydělává tolik peněz, kolik by člověk na první pohled možná čekal.

Streamování, a tedy poskytování obsahu kdykoli a kdekoli prostřednictvím internetu, nabouralo desítky let funkční systém fyzické distribuce hudby a způsobilo velmi nejisté finanční prostředí jak pro hudební vydavatelství, tak pro samotné umělce, byť je dnes hudba všem lidem mnohem dostupnější než kdy dřív. Posun je to sice všeobecně pozitivní, ale rozhodně není jen veselý a svět se na něj musí ještě pořádně adaptovat.

BEZ STREAMOVÁNÍ TO UŽ NEJDE

S filmy a seriály je to z tohoto pohledu úplně stejně – místo chození do kina nebo nakupování DVD lidé streamují filmy po cestě do práce za pravidelný měsíční poplatek, s nímž pak daná streamovací

platforma nějakým způsobem nakládá. Zdražováním vstupenek do kina i promítáním filmů před jejich zveřejněním na streamovacích platformách se tvůrcům samozřejmě stále daří vydělat obrovské peníze, ale s tím, že si dnes stále více lidí je ochotno počkat, až se konkrétní film nebo seriál objeví na streamovací platformě, se obraty (např. z prodeje vstupenek) musejí mnohem hůře předpovídat.

Rozpočty moderní audiovizuální tvorby neustále rostou, a i když se z návštěvnosti kin dá vydělat balík (prodej DVD můžeme jako v případě CD úplně zavrhnout), tvůrci na svých projektech mohou vydělávat i dlouho po jejich odložení na streamovací platformy.

Na rozdíl od streamování hudby se toho ale o fungování platform pro streamování videa nedá zjistit tolik, tudíž budeme muset vycházet z toho, co víme z minulých článků o streamování hudby. Nejsme schopni zjistit, kolik peněz dostane konkrétní studio nebo tvůrčí skupina ze streamů na té či oné streamovací platformě, protože to je ukotveno ve smlouvách, které mají tyto subjekty mezi sebou uzavřeny, a nikdo zvenčí do nich nevidí. Všichni se akorát shodnou na tom, že streamování je tak zásadní prvek v propagaci a prodeji obsahu, že na něj nelze nereagovat, ba dokonce ho úplně přehlížet.



Lidé dnes z logiky věci chtějí mít k promítanému nebo jednou odvysílanému obsahu přístup i zpětně, protože proč by se měli omezovat na nějaký konkrétní čas nebo televizní program, když to jde dělat i jinak. Klasický koncept toho, že jdete do kina, kde v rámci projekce filmu zhlédnete i reklamy sponzorů, které se ten film či to kino rozhodli finančně podpořit, či vysílání epizody nějaké show v nějakém konkrétním čase na tom či onom kanále, které je též protkáno placenou propagací, je sám o sobě nefunkční. Dnes je potřeba do toho nějak zahrnout i streaming.

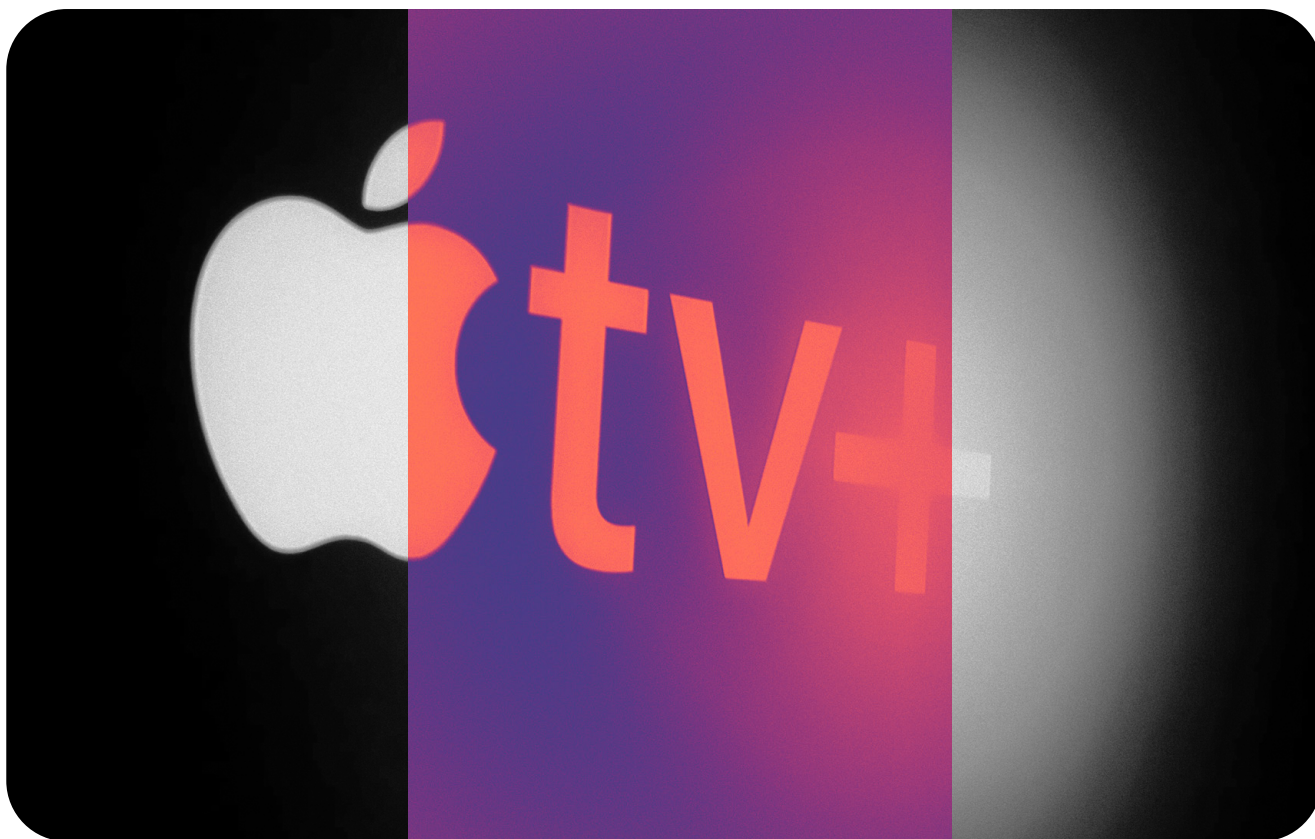
TLAK NA TVORBU OBSAHU

To je důvod, proč každý zpravodajský kanál, každá televizní show, každý film, každé filmové studio, každý seriál, prostě všechno, co se někde promítá a vysílá nebo teprve má promítat a vysílat, má svůj kanál na YouTube a stránku na Instagramu, protože

to jsou místa, kde se dnes nachází nejvíce lidí. Skrze streamování necelých epizod, nejlepších částí, trailerů, výběru nejlepších scén, dodatečného obsahu a mnohého dalšího se podporuje zapojení diváků, aby si našli čas a šli do kina, pustili si televizi nebo pak zaplatili předplatné na nějaké streamovací platformě a podívali se na zbytek.

Na to, co vám naservíruje televize, nebo co přijde do kina, dnes již nikdo tolik nečeká, lidé jednoduše mají možnost být vybíravější. To je doposud dost podobné světu hudby, kdy lidé nečekají na to, co jim pustí v rádiu, nečekají ve frontách prodej CD a vinylů, ani tolik nedychtí po navštěvování živých vystoupení, protože se prostě mohou ke své oblíbené hudbě dostat i jinak, a tím si splnit, po čem touží. Jsou jako konzumenti méně proaktivní, je to svět méně osobní a mnohem více konzumní – lidé čekají, co se jim naservíruje, a oni jen natáhnou ruku. Protože to je pohodlné a protože to vůbec jde.

Na to, co vám naservíruje televize, nebo co přijde do kina, dnes již nikdo tolik nečeká, lidé jednoduše mají možnost být vybíravější.



VIDEO MÁ SVÁ JASNÁ SPECIFIKA

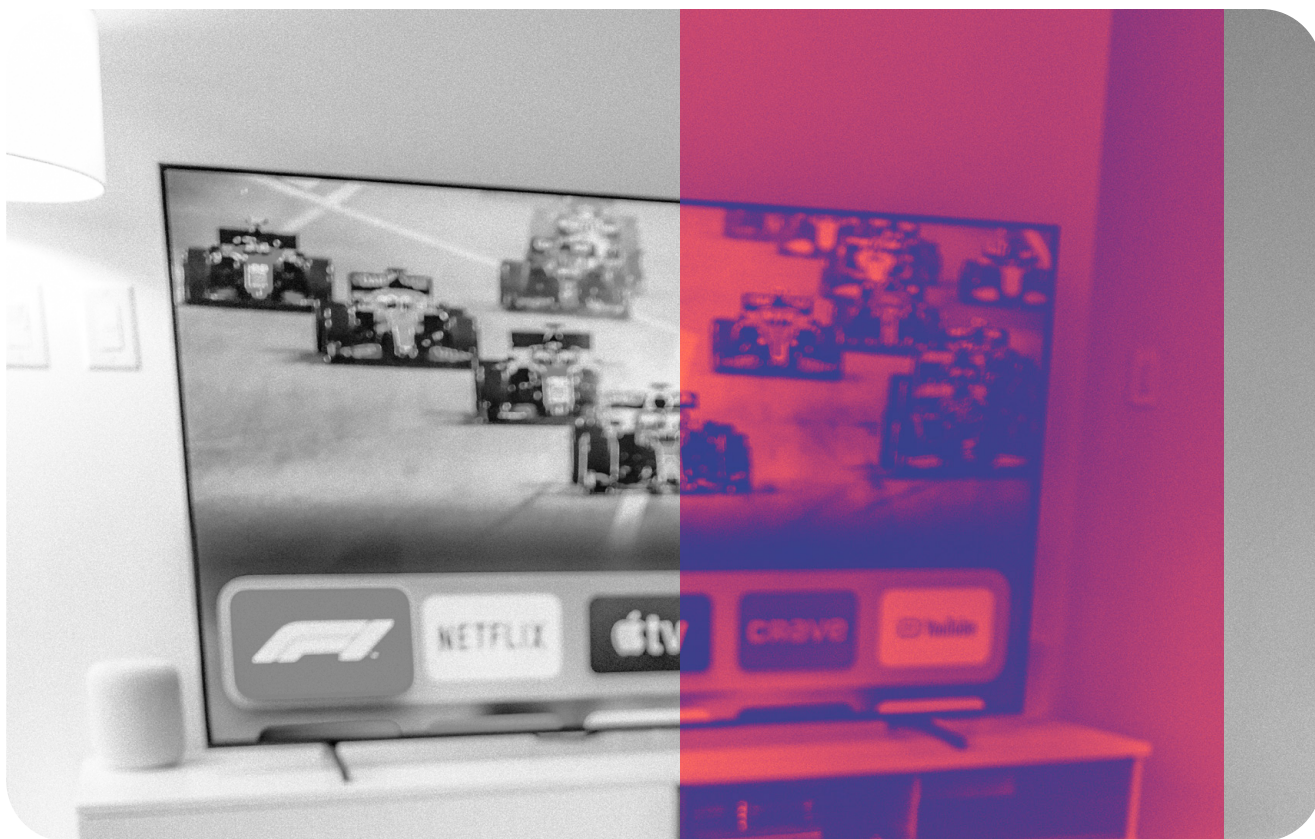
Prvním z rozdílů mezi streamováním hudby od streamování filmů a seriálů je, že udržovat v chodu hudební streamovací platformu je zjevně mnohonásobně levnější, jak je možno vidět z už rozdílných cen předplatného. Jde tu především o to, že na rozdíl od hudby si lidé seriály a filmy tak často nepouští opakovaně po sobě, což se asi dá jednoduše pochopit, tudíž jsou platformy nuceny neustále produkovat něco dalšího, aby měli předplatitelé na co koukat, jinými slovy důvod platit předplatné.

Zásobovat streamovací platformu novým obsahem, na který se dá koukat, se tak pořádně prodraží, protože hudba je úplně jiné médium. Hudbu člověk poslouchá pro zlepšení nálady, jako podkres či motivaci ke cvičení nebo prostě pro radost a často si pouští tytéž písničky dokola, což se v případě filmů a seriálů neděje. Příběhy většinou

fungují na bázi překvapení, práce s pozorností diváků atp., a jakmile jednou příběh poznáte, chce to pořádný důvod k tomu, abyste si ho pustili ještě jednou, nehledě na to, kolik času si na to zase musíte vyčlenit. Tlak na nový obsah je zde tedy neporovnatelný.

Druhým zásadním rozdílem na poli streamování videa je, že ve světě streamování videa jsou mezi největšími hráči i ti, kteří na dané streamovací platformě poskytovaný obsah sami tvoří, díky čemuž jsou oproti platformám pro streamování hudby ve značné výhodě – nemusí nikomu dalšímu nic platit. Oproti filmovým studiím neexistuje žádné hudební vydavatelství, které by hudbu, na niž vlastní hudební práva, poskytovalo přes vlastní streamovací platformu. Veškerá hudba je za licenční poplatky poskytována veřejnosti skrze prostředníka, streamovací platformu, což u filmů a seriálů vždy pravidlem není.

Jakmile jednou příběh poznáte, chce to pořádný důvod k tomu, abyste si ho pustili ještě jednou, nehledě na to, kolik času si na to zase musíte vyčlenit.



STREAMOVACÍ VÁLKY

Z největších platform pro streamování videa je to např. Netflix, který původně poskytoval pouze katalog licencovaného obsahu, než se rozhodl z důvodu nedostatku nových filmů a seriálů sám natáčet. Tím se však slušně vydělávající společnost dostala tak trochu do dluhové pasti, protože si ve snaze si aspoň udržet počet předplatitelů musí neustále půjčovat peníze na tvorbu nového obsahu. Financovat natáčení a produkci je ale šíleně nákladné, a tak se k prodlužování stávajících a pořizování nových licencí na streaming různých pořadů a filmů rok co rok přidává další obrovská částka, která sice zvyšuje tok peněz Netflixu, což je pozitivní, ale společnost zároveň končí permanentně v mínusu.

Mimo Netflix tu však máme např. již výše zmíněné Apple TV+, Disney+, Amazon Prime Video nebo Max, které se zaměřují právě zejména na vlastní produkci, což je důvod, proč si lidé pro co nejširší knihovnu předplácejí Netflix, ale pro konkrétní seriály a filmy musejí už navštívit jiné platformy. Tím se logicky dostáváme do stavu, v němž se mnozí z nás nacházejí, že měsíčně stále či přerušovaně platíme za několik předplatných najednou, protože není možné vše, co chceme sledovat, získat z jednoho místa, což nás může přijít na dost vysokou částku.

Vtipné nicméně je, že dle dostupných informací žádná z těchto platform – jak vidíme, pro Netflix to již platí také – není výdělečná; všechny jsou ve ztrátě včetně Disney+, protože se i tyto společnosti chtěly účastnit „streamovacích válek“, kvůli čemuž investovaly obrovské peníze a doufají, že se jim to začne vracet. Je otázka, jak je na tom Apple TV+, protože Apple tato čísla nikdy nezveřejní, ale já jsem o tom vlastně psal už posledně – Amazonu, Applu či Googlu je jedno, zda je jejich streamovací platforma výdělečná, protože jejich příjem plyne odjinud a jde jim primárně o to, aby mohli uživatelům svých zařízení a ostatních služeb nabídnout více.

Apple i Amazon si klidně mohou dovolit své platformy dotovat a v podstatě je to nebude nic stát. Apple navíc při tvorbě vlastního obsahu spolupracuje s proslulými studií, čímž v podstatě pomáhá i jim a podílí se na přežití Hollywoodu, což je pozitivní. Králem všeho streamingu nicméně neoddiskovatelně zůstává YouTube, protože ten nemusí do svého obsahu investovat zhora nic – je tam pouze uživatelé tvořící obsah, který YouTube pouze posílá dál. Geniální projekt, nejpoužívanější platforma tohoto druhu na světě a jediná perfektně profitující, bez níž by se všechny ostatní nikdy neobešly. Takových už tu víc nebude. 