

Přežije televize rok 2030?

Konference TV CON 2016

Milan Fridrich – ředitel programu ČT



Co je vlastně televize...

Při diskusi o stavu a vývoji televize se zapomíná na fakt, že jde o komplex vzájemně propojených služeb a pokud máme analyzovat, zda přežije rok 2030, musíme definovat, které její složky přestávají fungovat anebo jsou v ohrožení.

V boji o televizi dnes vedle sebe válčí distributoři signálu, nové platformy jako internet, výrobci přijímačů, počítačů a mobilů, sociální sítě, distributoři obsahu i výrobci obsahu. „Video“ je králem mediální komunikace a jeho množství a podíl na spotřebě všech médií roste. Kdysi uzavřené prostředí televize je rozbito, proto je mobilizace proti televizi totální.

Nástup technologií neradno podceňovat. Současníci se tomu ale mnohdy nevyhnuly...

„Televize se neudrží na žádném trhu déle než 6 měsíců. Lidi se brzy nabaží koukat večer co večer na dřevěnou bedýnku“

1946: šéf studia 20th Century Fox Darryl Zanuck)

„Předpovídám, že internet brzy vybuchne jako supernova a v roce 1996 se zhroutí.“

1995 Zakladatel 3 com Robert Metcalfe

„Není šance, že iPhone získal nějaký podstatnější podíl na trhu.“

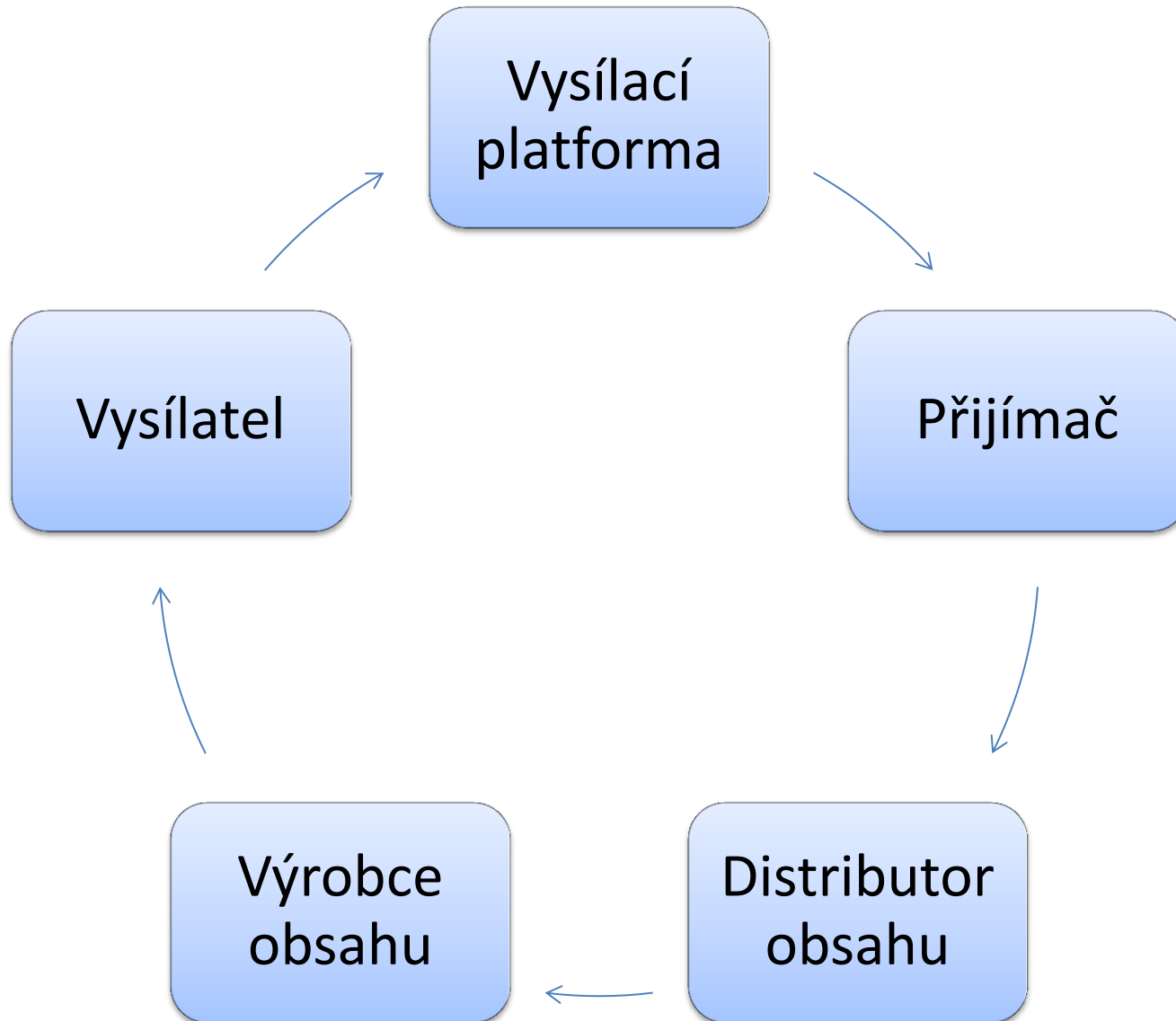
2007: šéf Microsoftu Steve Balmer

Proroctví nám nepomůžou, jen fakta...

Televize stala dominantním médiem 20.století, mobil odstranil pevné linky ze života většiny lidí, počítač je nedílná součást života každého člověka a nové technologie změny automobilismus, bankovníctví, řízení státní správy a nejspíš i chod demokracie. Televize nebude stát mimo a na proroctví se nelze spolehnout. Jen respektovat a sledovat fakta.

V digitálním světě, kde nové technologie v rekordně krátkém čase pohřbívají staré světy, ničí celé sektory a zavedené značky a vítěz bere vše, je situace pro každého hráče včetně televize nejsložitější za celou dobu existence.

Současný stav: Televizní matrix

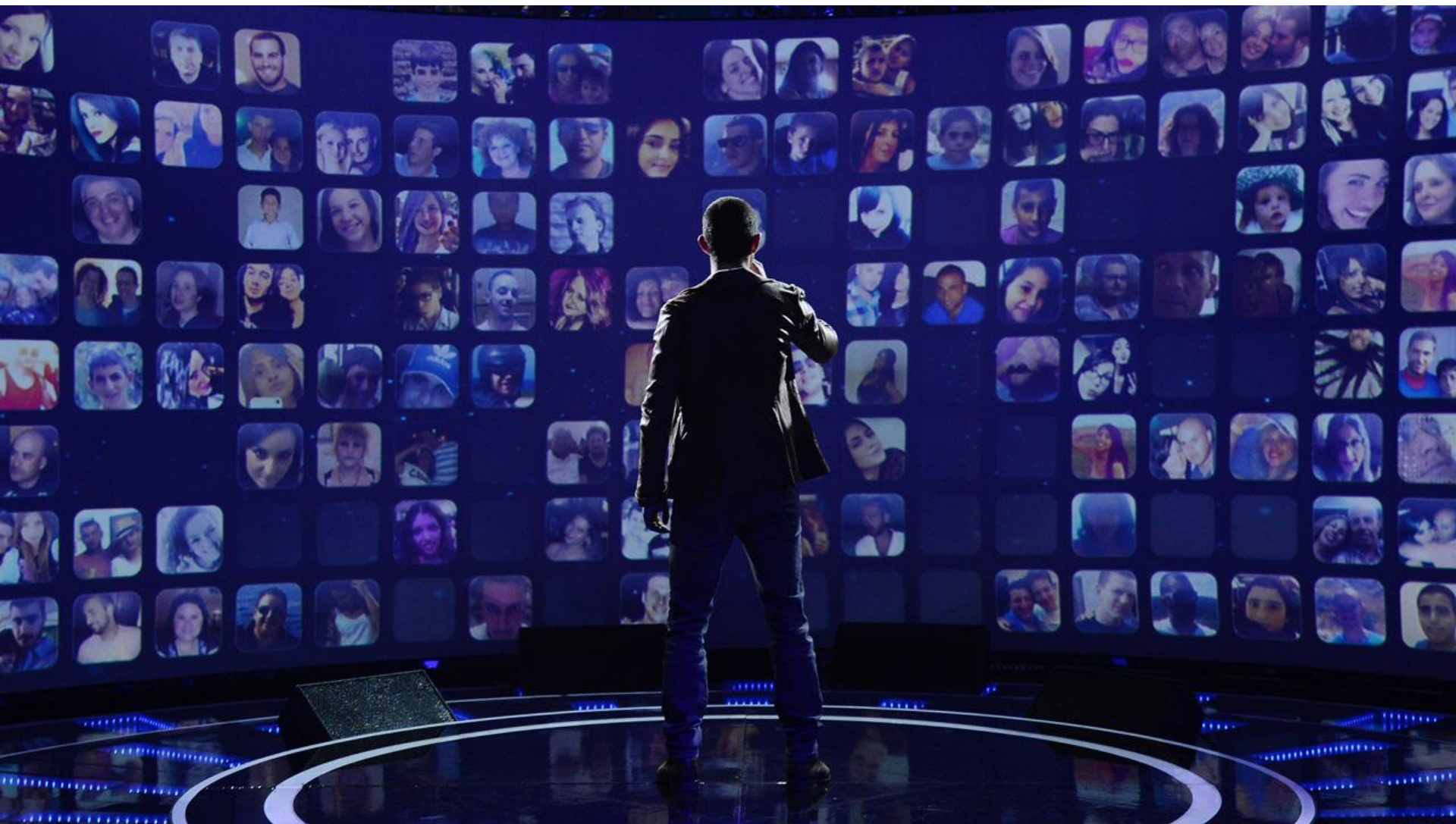


20 století: zlatý věk televizní platformy

TRH MINULOSTI: ŠÍŘENÍ TELEVIZE A RÁDIA BYLO VÍC NEŽ SNADNÉ A VYDĚLÁVÁNÍ PENĚZ TAKÉ.



21. Století: rozpad platforem a přehlednosti...



KONKURENCE V MÉDIÍCH JDE NAPŘÍČ VŠEMI MEDIATYPY – DŮSLEDEK DIGITALIZACE A MOŽNOSTI „DĚLAT VIDEO“.



Fragmentace – přijímač, distribuce i konzumace.

Fragmentace mediálního trhu je průsečíkem mnoha změn s jedním společným jmenovatelem: digitalizací světa.

Je tažena technologickým rozvojem přijímačů a nástrojů k příjmu mediálního obsahu, internetem jako distributorem i výrobcem obsahu, rozvojem mobility - konzumace skrze chytré telefony s integrovaným příjmem internetu, fotoaparát, rozvojem sociální komunikace s nástrojem sdílení, vznikem nových mediálních forem - youtubingu, vlogerství atd.

Uživatel dostal nástroje, které individualizují a demokratizují spotřebu médií a zahušťují boj o diváckou pozornost a tedy i reklamní balík.

„Nový svět“ vyzyvatelů se šíří extrémně rychle.

Rozhlasu trvalo 38 let než dosáhl 30 milionů počtu uživatelů.

Televizi trvalo 13 let než dosáhla 50 milionů počtu uživatelů.

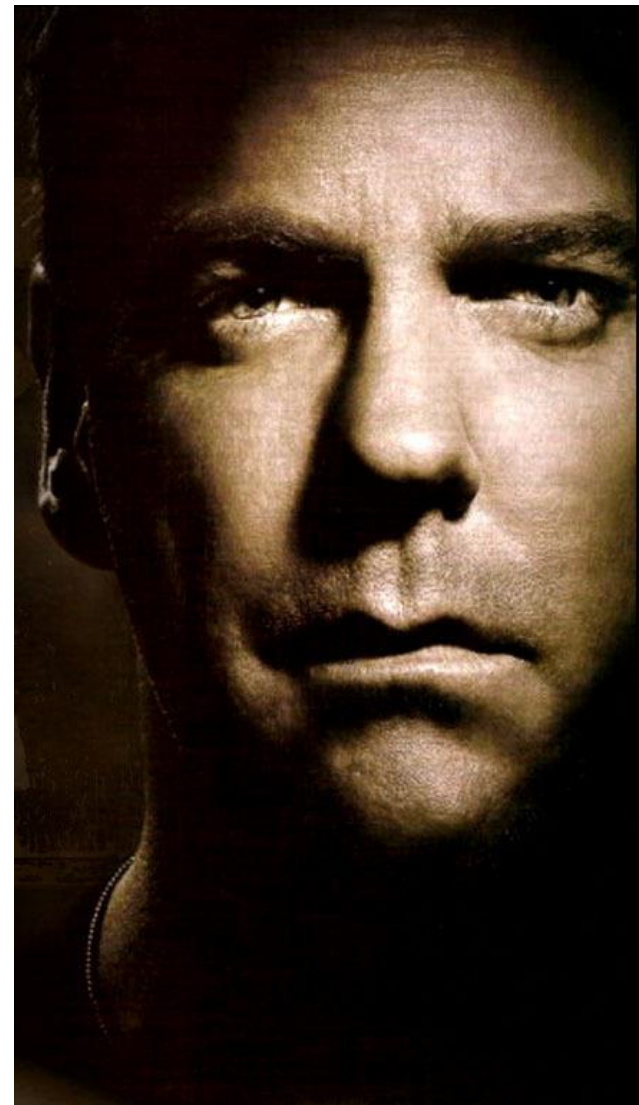
Internetu trvalo 4 roky než dosáhl 50 milionů uživatelů

Facebooku trvalo méně než rok než dosáhl 200 milionů uživatelů.

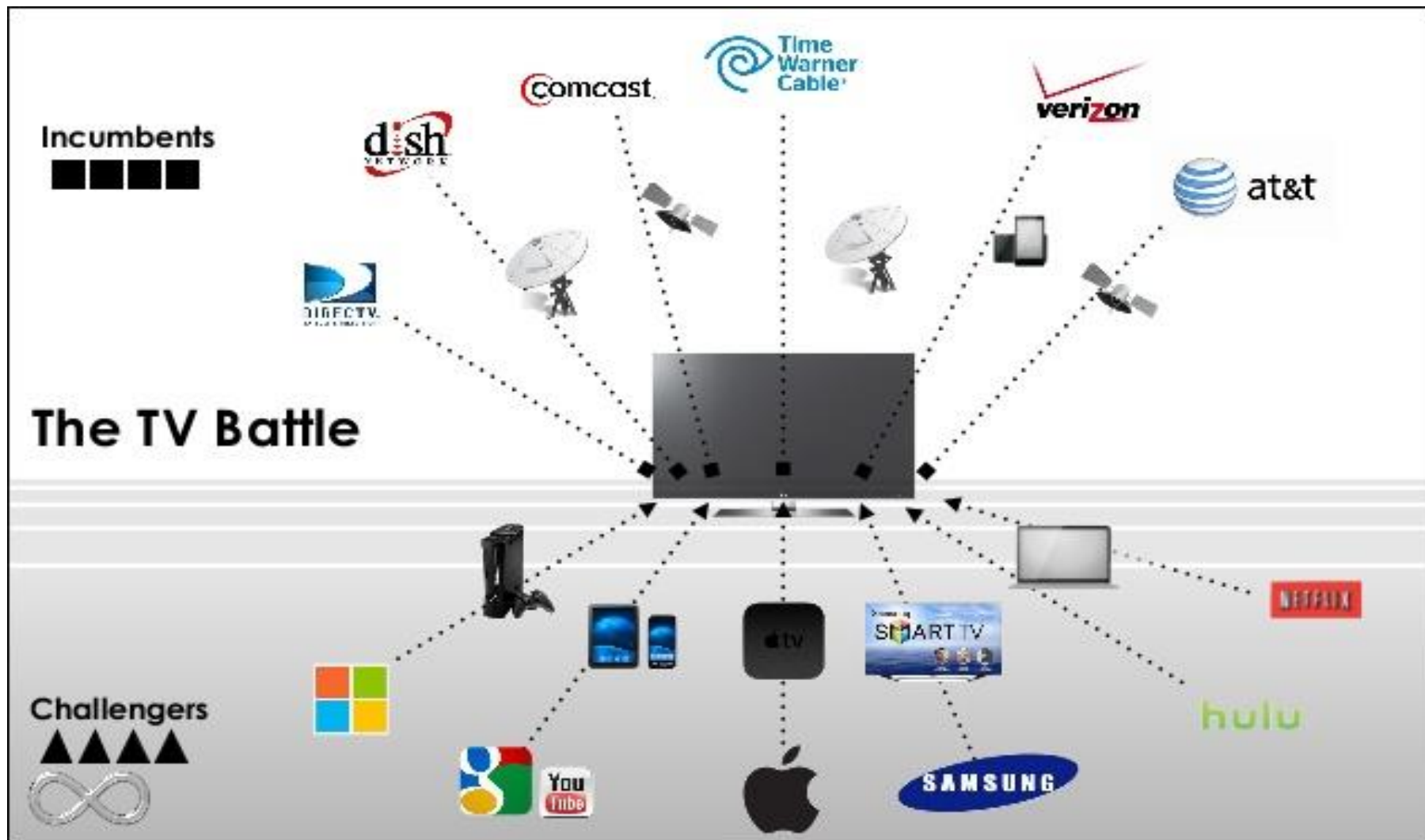
iPhone dosáhl 1 miliardy stažených aplikací za méně než 9 měsíců.

**Takže? Čelíme
konci klasického
televizního
vysílání?**

**Kdo bude vítěz a
kdo poražený?**



Boj o televizi – starý a nový svět, vysílatelé, noví hráči a nové služby.



TELEKOMUNIKACE – BOJ O DISTRIBUCI.



LIBERTY GLOBAL



**Co pohání válku
distributorů signálu,
obsahu, nových platforem
a video-slужeb služeb?**

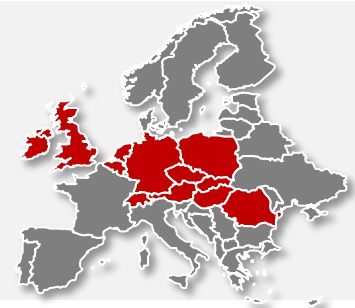
500 miliard USD

KDO KONTROLUJE EVROPSKÝ TV TRH?



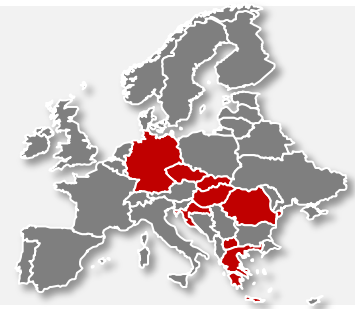
Liberty Global

CABLE & SATELLITE VE 12 EVROPSKÝCH ZEMÍCH



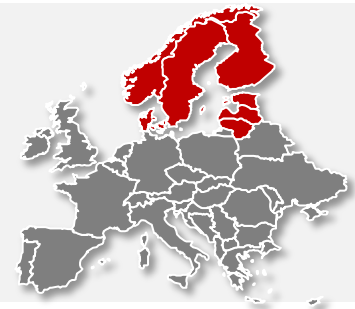
Deutsche Telekom

SATELLITE & IPTV V 9 EVROPSKÝCH ZEMÍCH



TeliaSonera

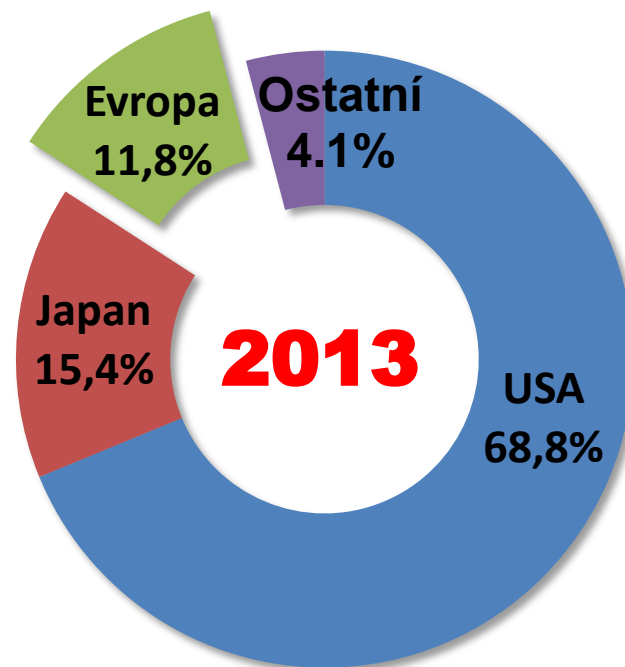
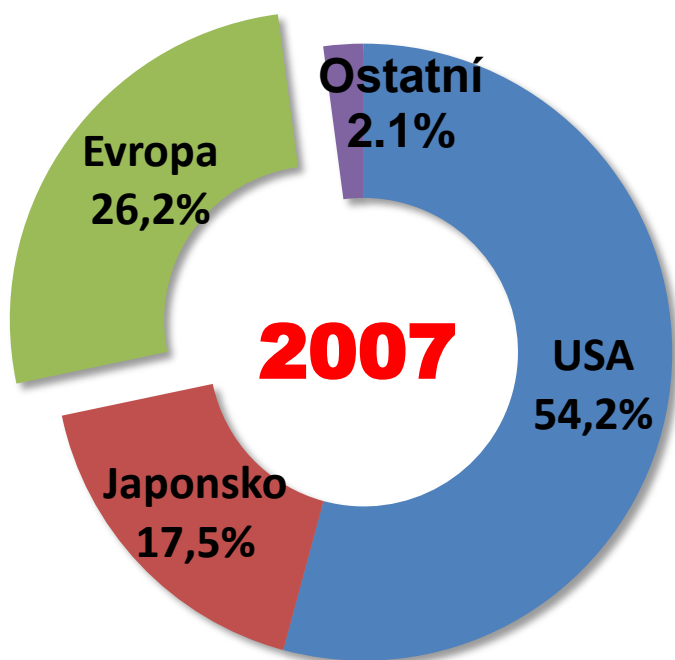
POZEMNÍ, KABELOVÉ & IPTV IN 7 EVROPSKÝCH ZEMÍCH



KDO OVLÁDÁ SVĚTOVÝ OBSAHOVÝ TRH?

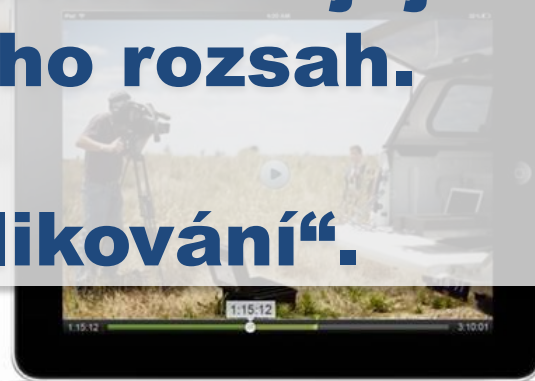
Analýza světové audiovizuálního trhu

(založeno na analýze objemu a obrazu audiovizuálních společností dle národní příslušnosti společností, in %)



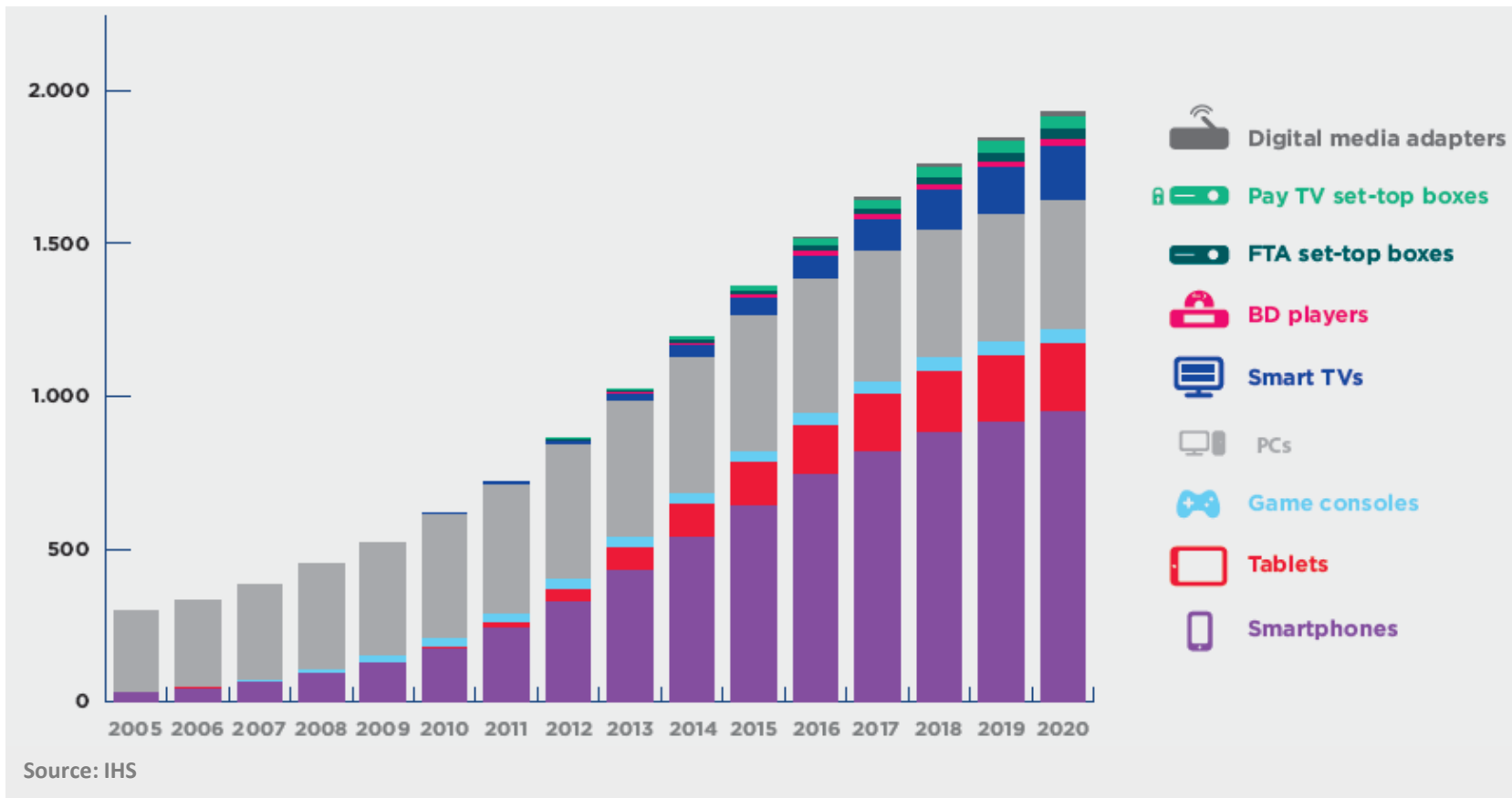
Technologické inovace mění prostředí jednoduchého vysílání na komplexní mediální mix – mění se přijímače a jejich počet i mediální obsah a jeho rozsah.

Od vysílání směrem k „publikování“.



MNOŽENÍ PŘIJÍMAČŮ

Připojené přístroje na internet v milionech



V roce 2020 bude v Evropě téměř 2 miliardy připojených přístrojů, což znamená 8 přístrojů na jednu „televizní“ domácnost.

MNOŽENÍ PŘIJÍMAČŮ

2007

2014

Počet připojených přijímačů

1.7	Na domácnost	4.7
0.7	Na osobu	2

Podíl chytrých tv v rámci domácností

0%	11%
----	-----

SAMSUNG

přibližně 30%
Z chytrých tv v Evropě



MÝTUS ČÍSLO 1

Na televizi se dívá méně a méně lidí a její vliv upadá na úkor internetu!

TREND V KONZUMACI TELEVIZE

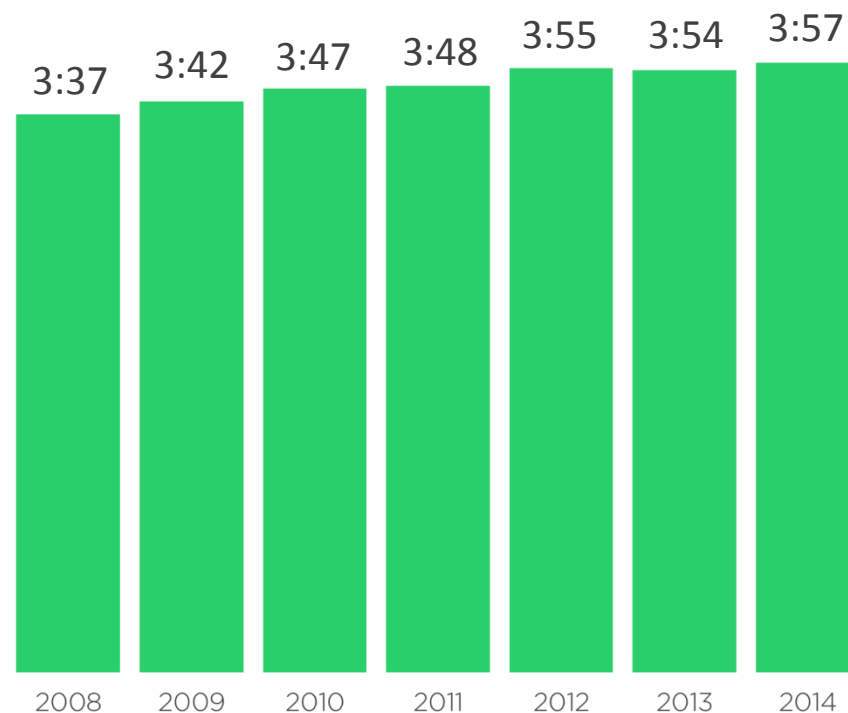
V roce 2014,
Průměr evropské sledovanosti

3:57

TV za den

(O 20 minut více než v roce 2008)

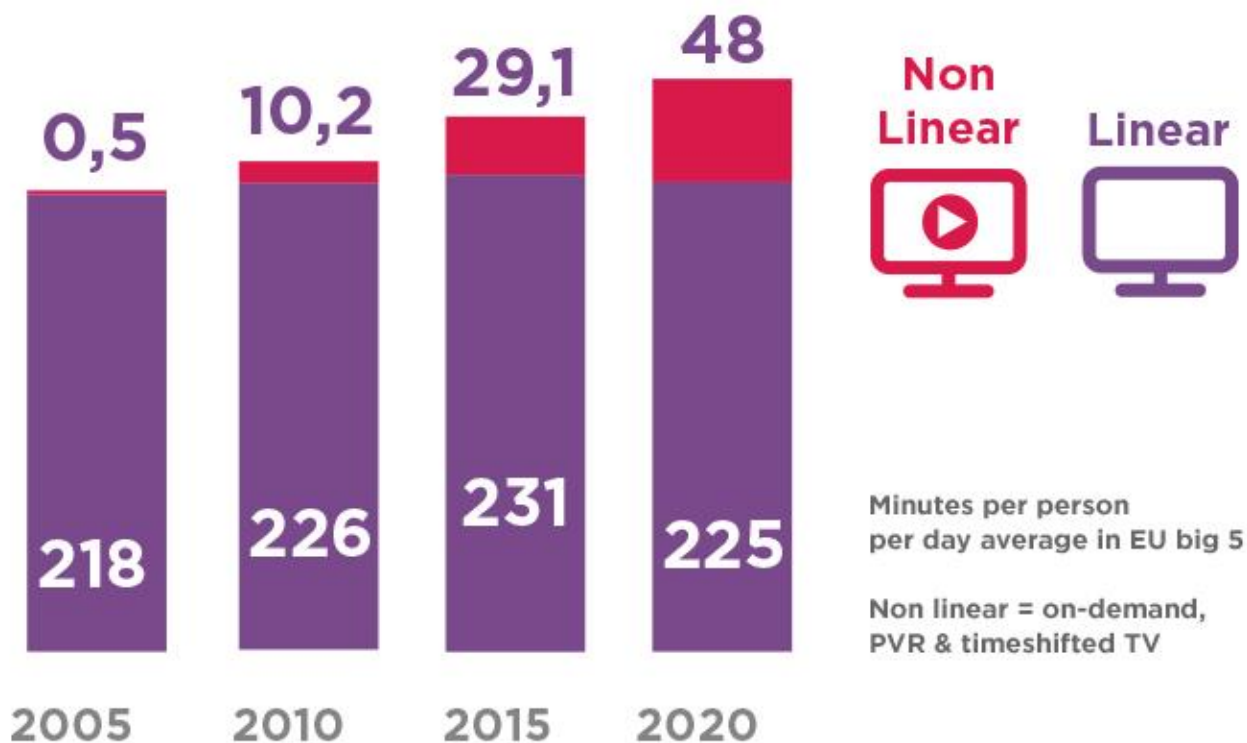
Vývoj denní sledovanosti televize za Evropu



SLEDOVANOST TV A „VIDEA NA VYŽÁDÁNÍ“ - 5 NEJVĚTŠÍCH TRHŮ EU (Velká Británie, Německo, Francie, Itálie, Španělsko).

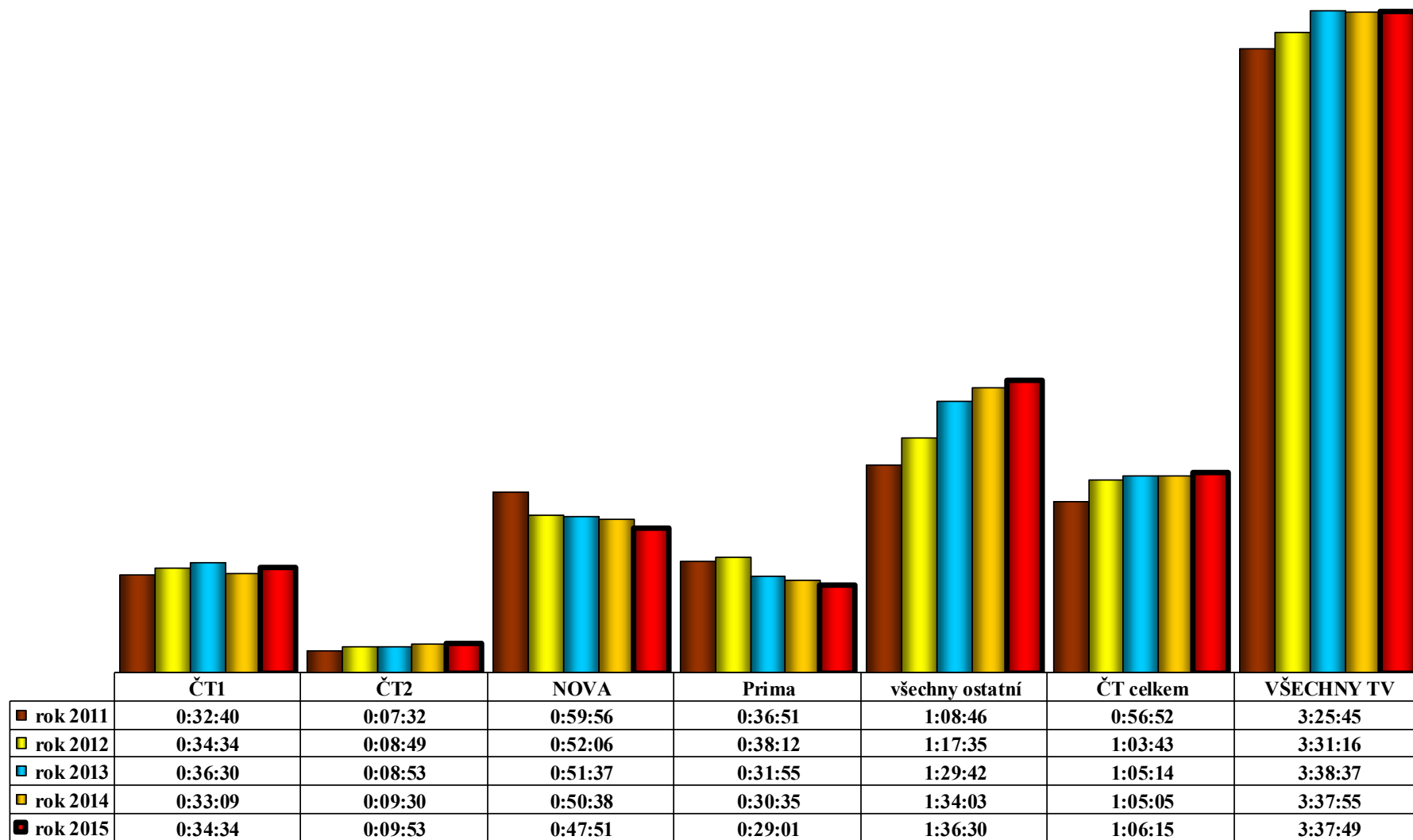
TV sledovanost 2015 – 3 hodiny a 51 minut denně.

EVOLUCE LINEÁRNÍ A NELINEÁRNÍ TV KONZUMACE



SLEDOVANOST TV NA ČLOVĚKA živě v televizoru

Trend ROK 2011 – 2015



Jaká je česká mediální realita (Crossmediální průzkum 2015)

Průměrný Čech...



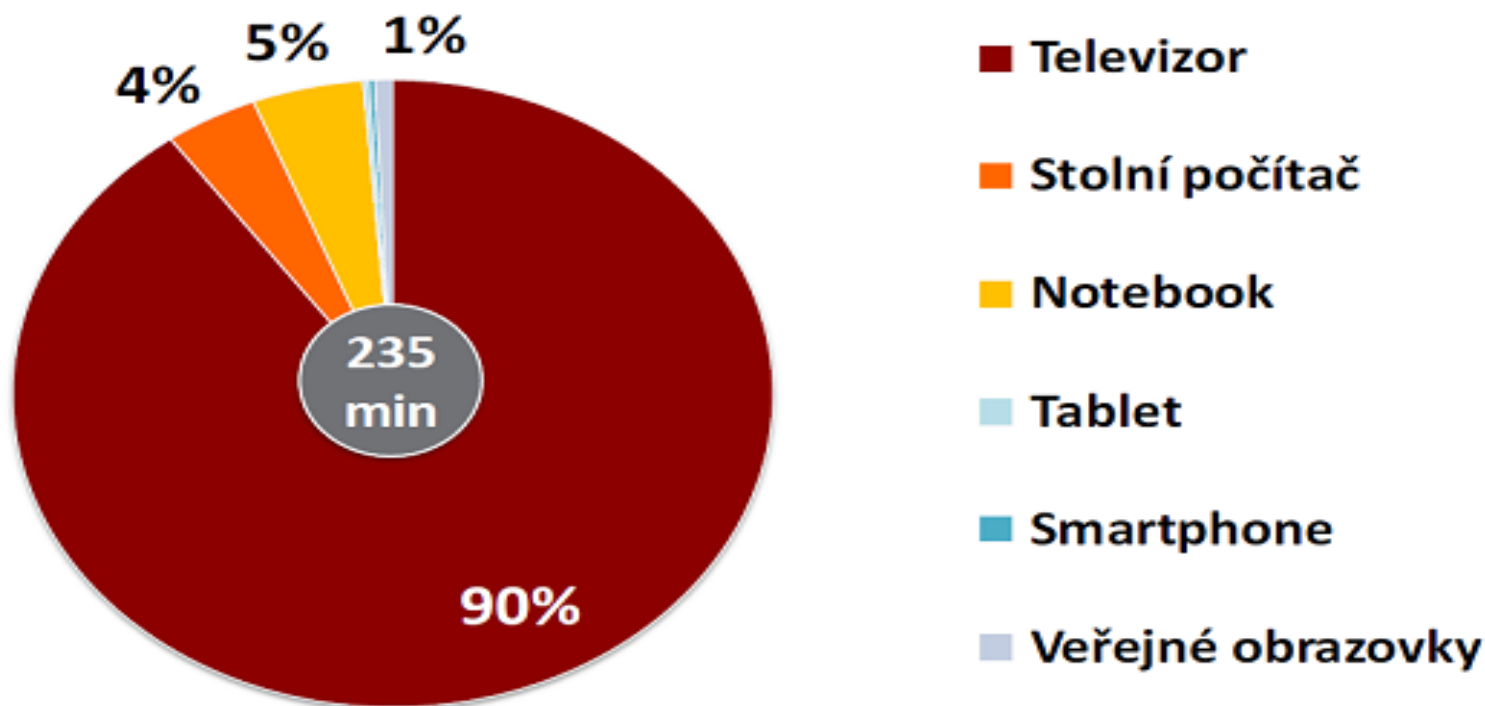
- Stráví více než **polovinu dne s nějakým zařízením** či nosičem
- **8 hodin 20 minut denně sleduje** média + komunikuje
- 43 % z toho televize, **15 % mediální multitasking**
- Nejvíce času - **živé televizní vysílání**, doma a na televizoru
- Struktura konzumace mladé a starší **generace se významně liší!**
- **Poslech a sledování** audiovizuálního obsahu stále převážně **klasicky = offline + tradiční nosiče.**
- Četba zpráv a článků - „klasický“ mediální nosič papír postupně nahrazován online konzumací.

Trendy v konzumaci televize - ČR

Mobilní zařízení se podílejí zatím velice málo!



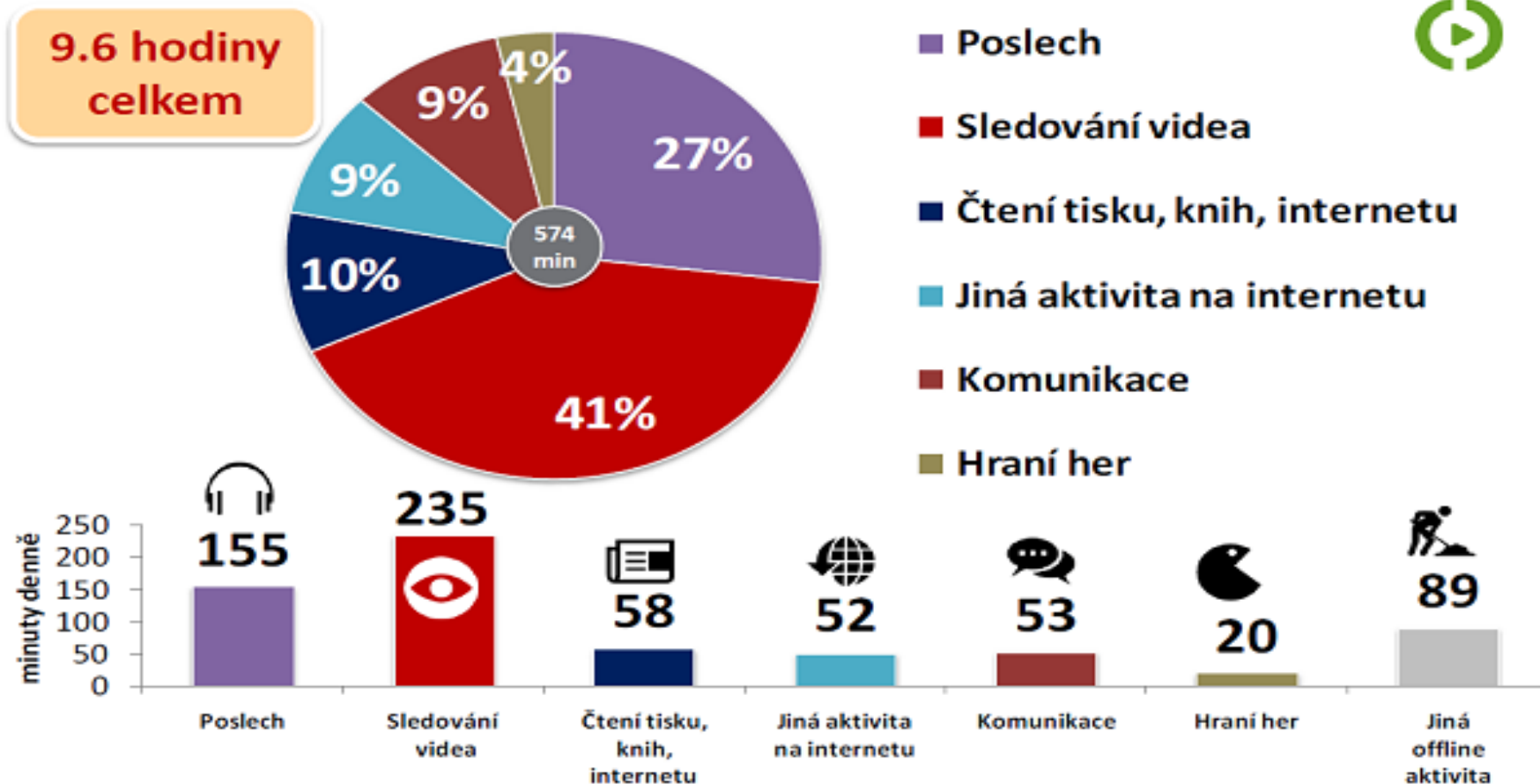
Sledování audiovizuálního obsahu



Pokud jsou v některý čas dvě aktivity současně, jsou započteny obě.

Kontext – podíl videa na mediích

Celková mediální konzumace kumulovaná



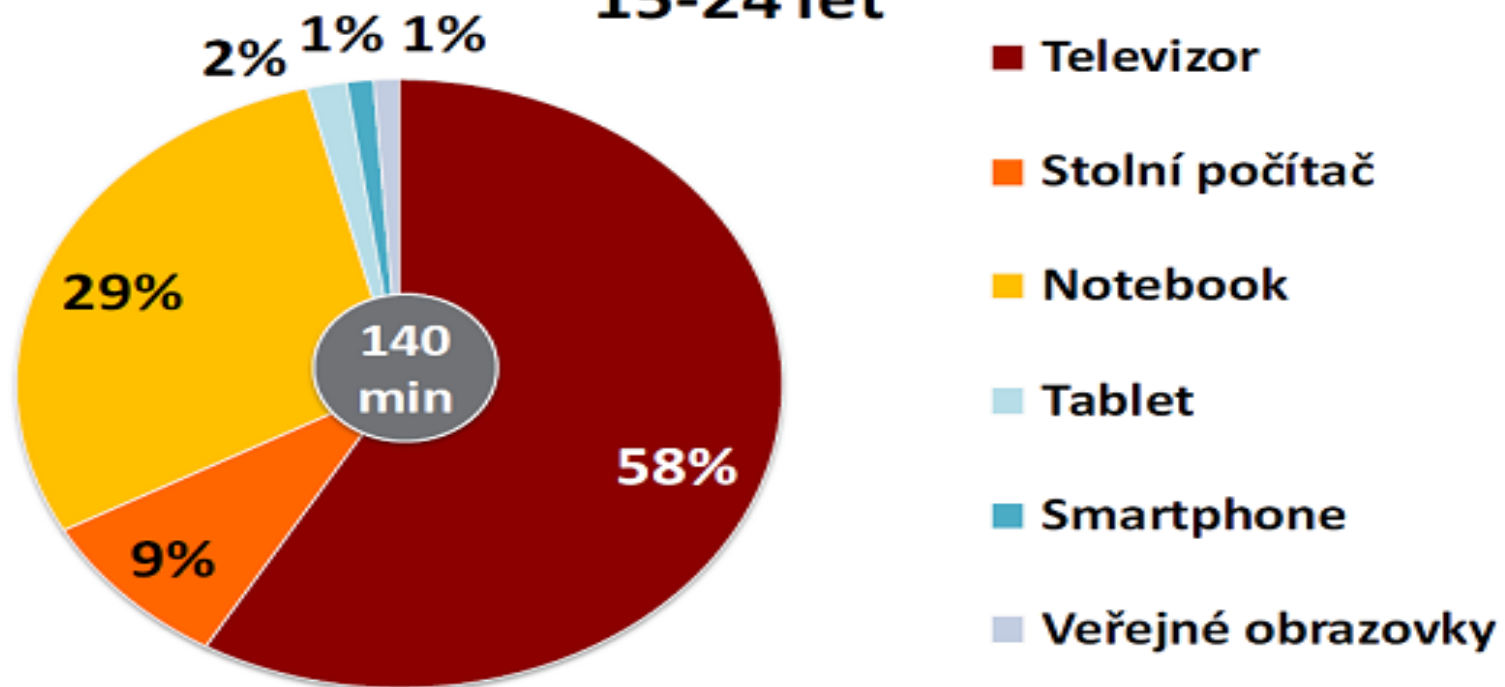
Pokud jsou v některý čas dvě aktivity současně, jsou započteny obě.

Trend v konzumaci televize - ČR

Nejmladší generace sleduje z třetiny na počítačích



Sledování audiovizuálního obsahu 15-24 let



Pokud jsou v některý čas dvě aktivity současně, jsou započteny obě.

TREND V KONZUMACI TV - MLÁDEŽ

Ve Velké Británii,

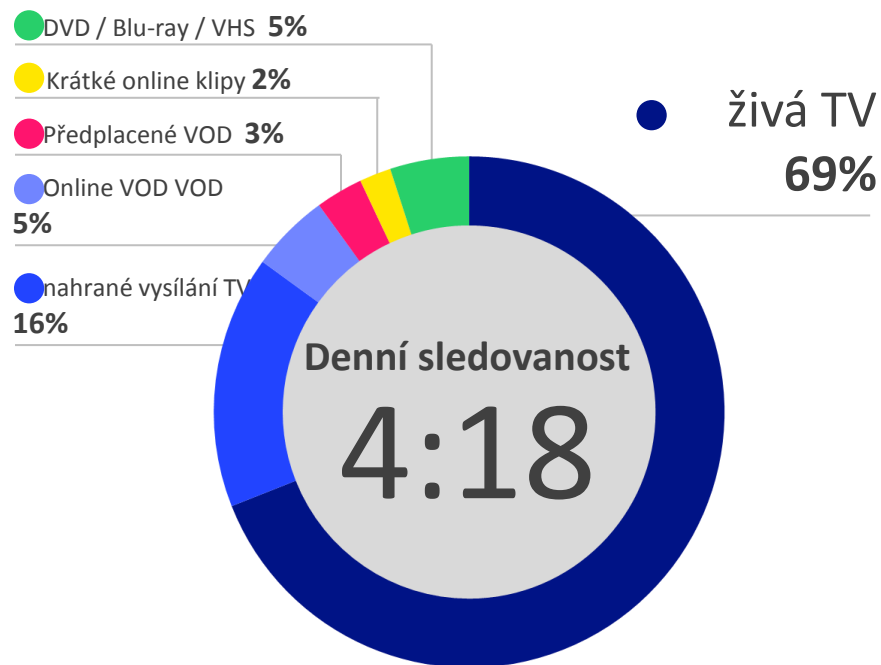
TV obsah*

znamená

90%

z času sledování videa mezi mladými
16 – 24 let (živá tv, stažený obsah)

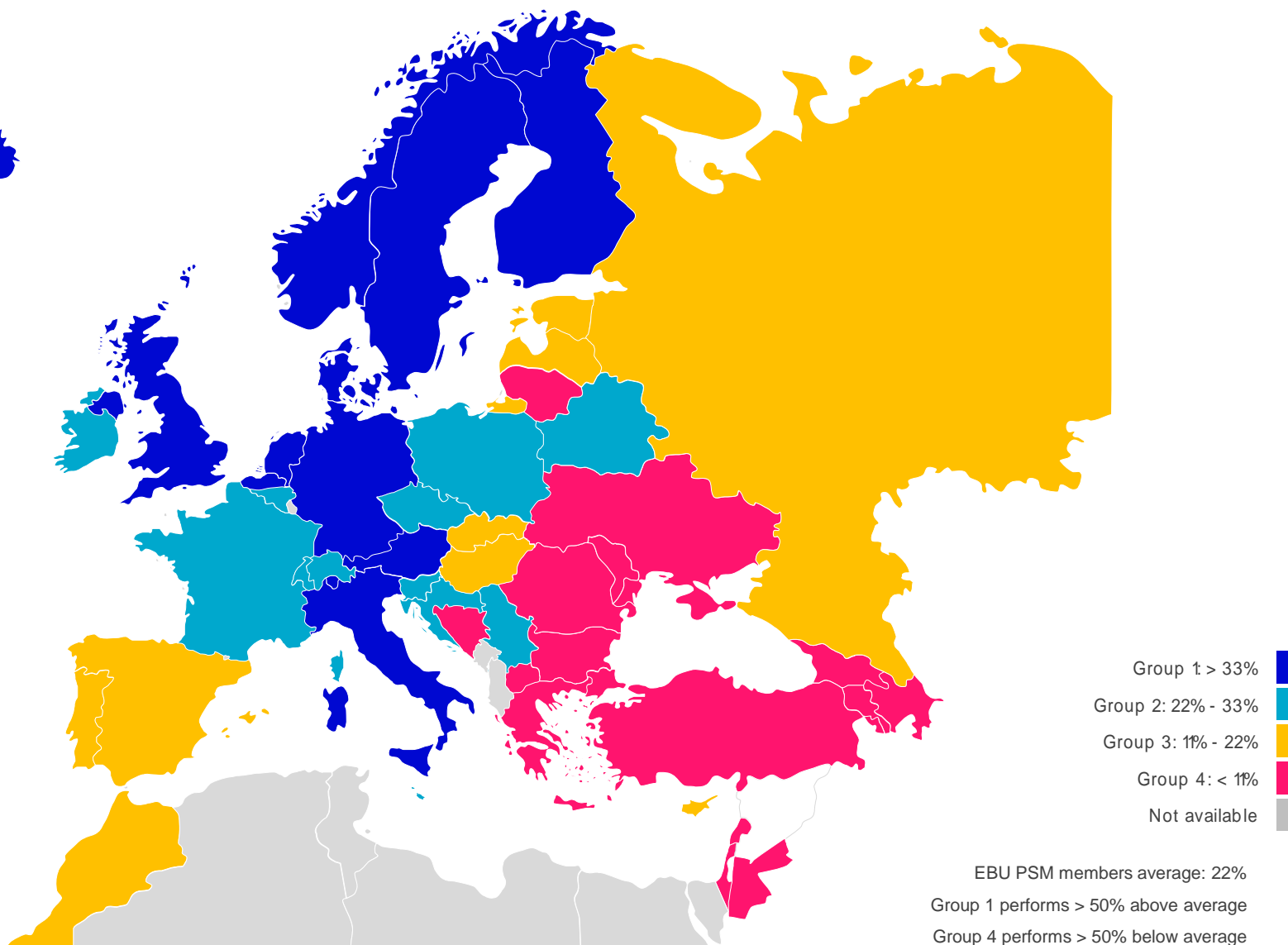
Mediální konzumace televizního obsahu u mladých 16 – 24 let.



MÝTUS ČÍSLO 2

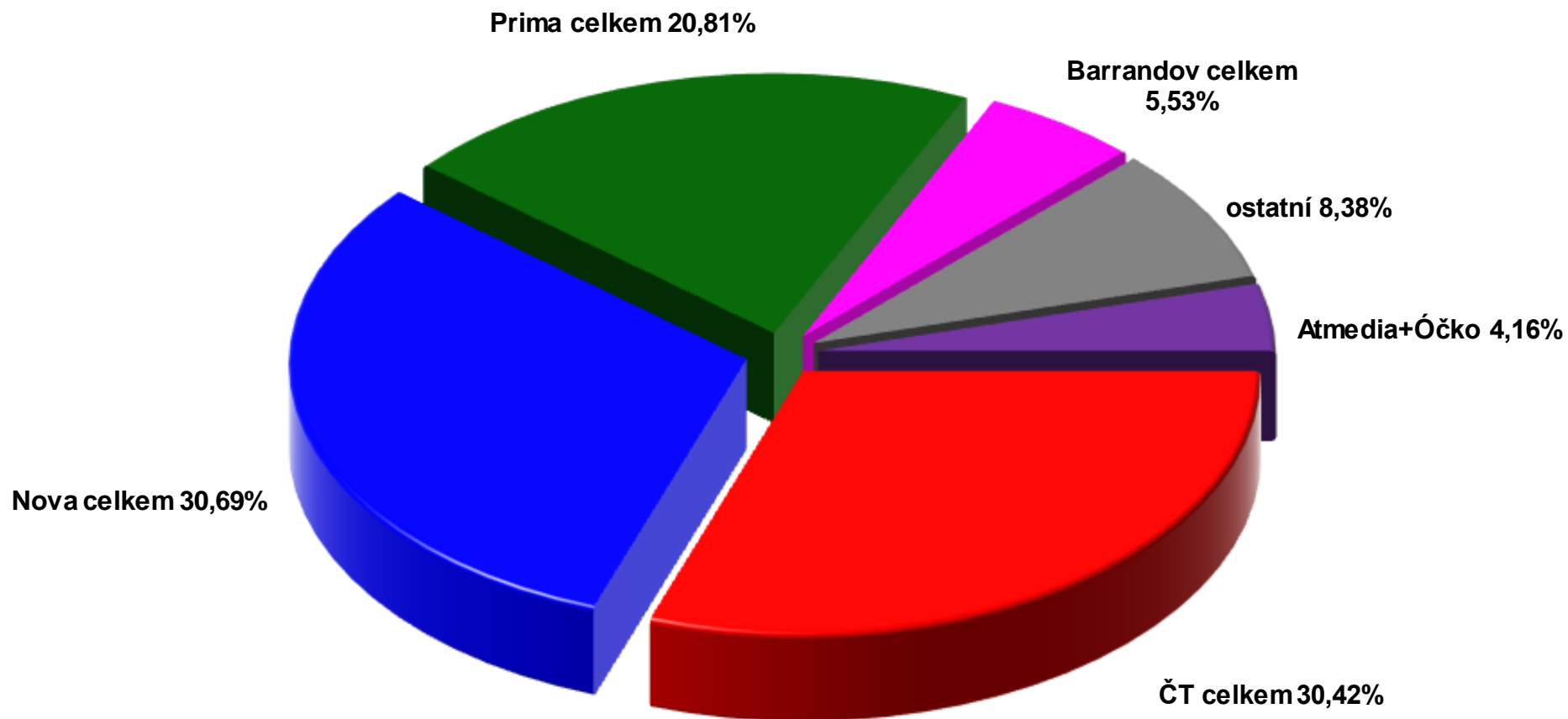
**Veřejnoprávní televizi
ubývají diváci výrazně
rychleji než komerčním.**

TV TRH EVROPA (2014)



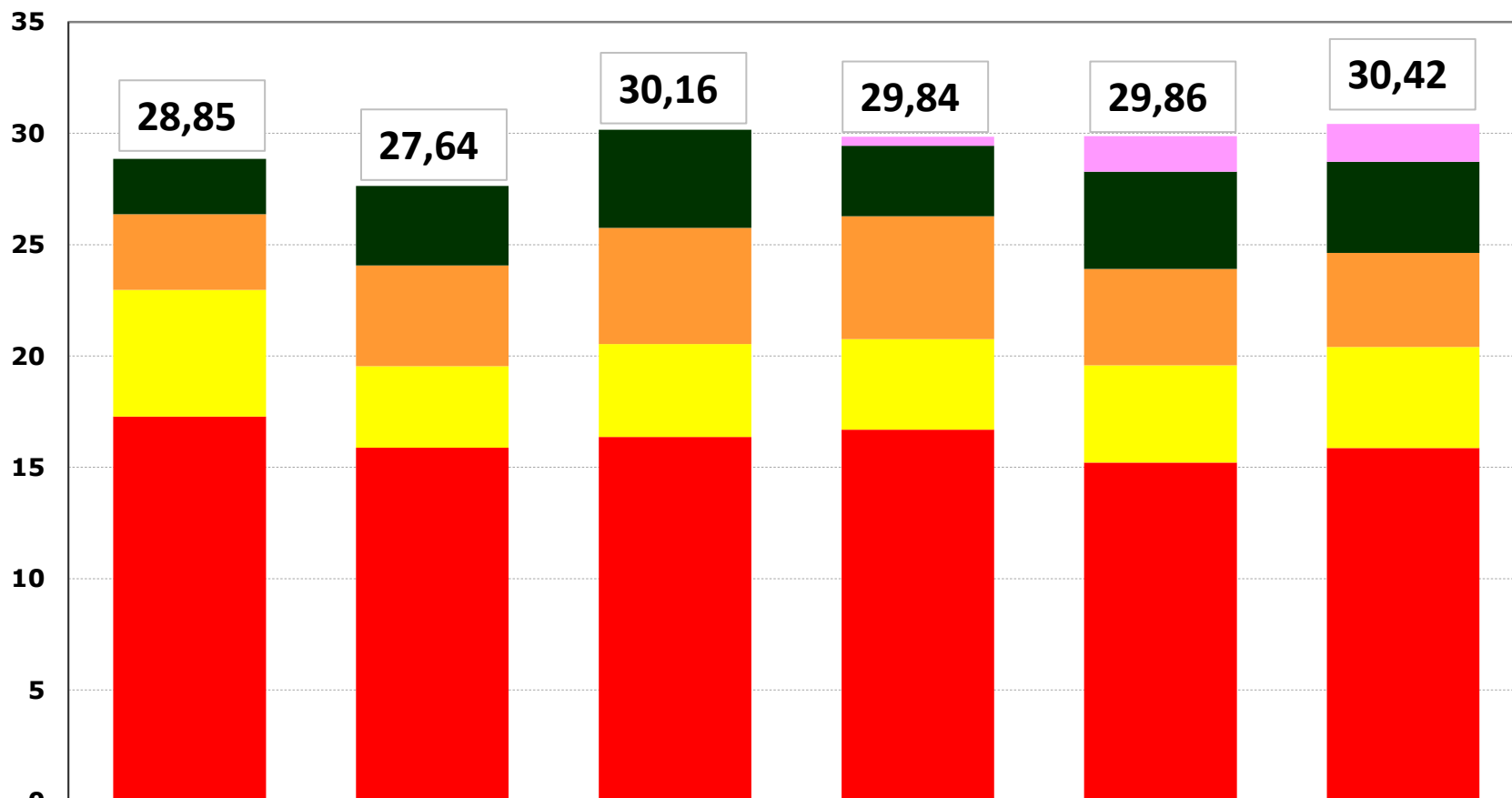
SHARE CELÝ DEN – TV SKUPINY

ROK 2015 (15+)



SHARE CELÝ DEN – ČT KANÁLY

15+

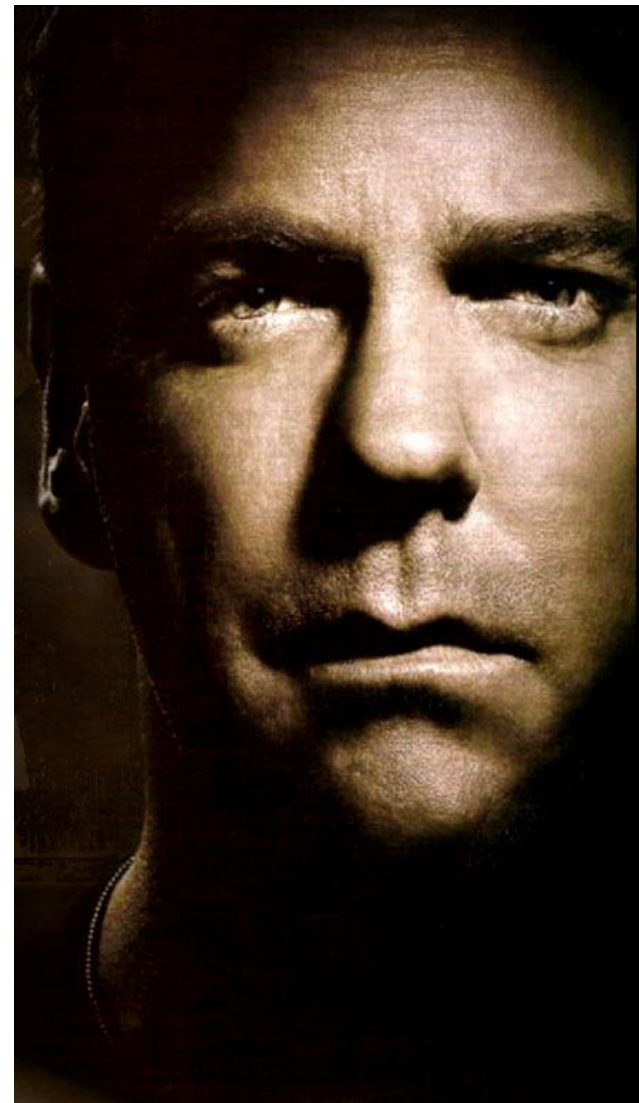


	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ČT :D/ČT art	0,00	0,00	0,00	0,41	1,59	1,70
ČT sport	2,48	3,57	4,41	3,16	4,37	4,09
ČT24	3,40	4,53	5,22	5,52	4,34	4,22
ČT2	5,69	3,66	4,17	4,06	4,36	4,54
ČT1	17,28	15,88	16,36	16,69	15,21	15,87

TRENDY V KONZUMACI TELEVIZE

**Takže má být
televize v klidu?**

**Anebo je klid před
bouří nástupu
Netlixu a jemu
podobných?**



Paradox digitalizace: Televize posiluje a rozvoji platformem jí dává nové možnosti...

Při diskusi o budoucnosti televize se zapomíná že i ona je ve vývoji ve všech svých aspektech a budoucnost a nové technologie ji mohou i posílat, než aby ji ničili... Nelze se televizi dívat jen optikou rozvoje jiných služeb, nýbrž v kontextu audiovizuálního trhu a jeho nových možností.

Inovace se vrší a dále budou vylepšovat jak televizor jako přijímač, tak distribuční MIX a produkci – především pak originální obsah.

Nesporný fakt budoucnosti: Televize bude tlakem společenských změn.

Technologie

- Integrace a další možnosti přijímačů.
- Nové formy zážitků a multitaskingu.

Byznys

- Exploze obsahu, ale času nepřibývá.
- Nové formy monetizace, reklamy.

Divák

- Personalizace, mobilita.
- Sociální televize a změny společnosti.

Co bude rozhodující faktor v budoucnosti televize?

**Originální, původní, nejlépe exkluzivní
národní obsah v případě českého trhu
a exkluzivní práva na živé přenosy a
obsah ze zahraničí a důraz na technické
inovace – využívá všech distribučních
možností a přijímačů HbbTV atd.).**

A další faktory?

**Zachování volně šířeného vysílání.
(Odolání tlaku aby se televizní trh
změnil na placený trh)**

**Schopnost být důvěryhodný a
relevantní pro různé generace,
sociální a vzdělanostní skupiny.**

Chápat změny chování diváků.

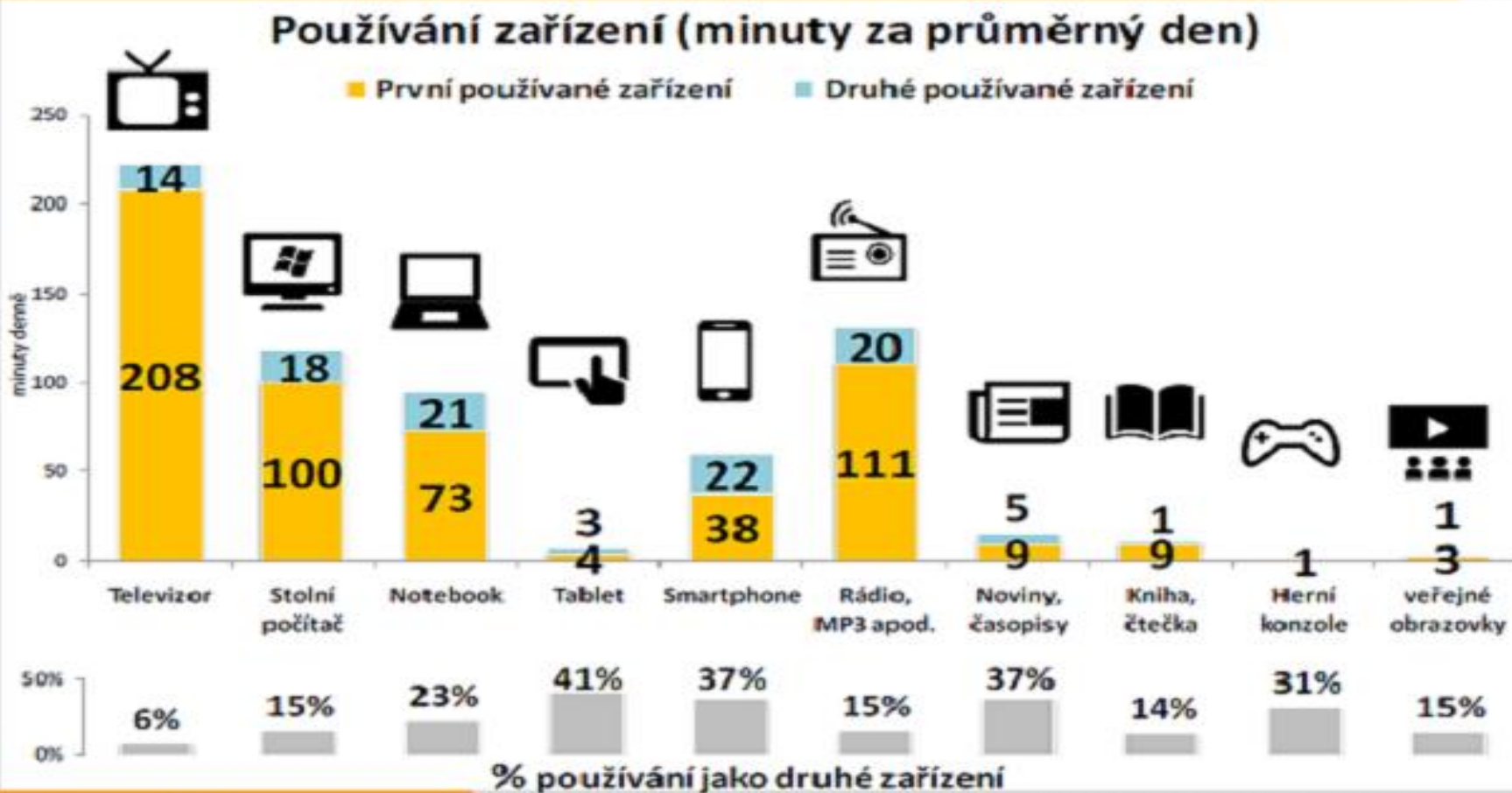
DŮVĚRA V MÉDIA V EVROPĚ



INDEX DŮVĚRY V RŮZNÉ MEDIATYPY

Příklad nového chování diváků: Mobil není nepřítel televize. Doplnuje ji.

Televizor je typicky primární zařízení!



Tablet a mobil budou žít s televizí.



Nové služby internet a HbbTV

The screenshot displays the HbbTV interface for the TV program. At the top, it shows the channel logo and 'TV program', along with the status 'zkušební vysílání' (test broadcast), the day 'pondělí' (Monday), the date '08.07.2013', and the time '17:11:49'. Below this, a row of channel buttons includes 'ČT vysílá', '1', '2' (highlighted), '24', and 'sport'. The main area is a grid of program listings for channel ČT2. Each listing includes a time slot, a thumbnail image, the program title, and a 'celý pořad' (full program) icon. The selected program is 'Kamera na cestách: Zakouma, park slonů' at 08:50. At the bottom, a navigation bar shows dates from '7.' to 'so 13.07.', with 'Dnes' (Today) highlighted. A footer bar contains icons for 'ČT menu', 'Konec' (End), 'Teletext', 'TV program', and 'O HbbTV'.

TV program

zkušební vysílání | pondělí | 08.07.2013 | 17:11:49

ČT vysílá 1 2 24 sport

05:59 ČT2 08:30 ČT2 08:50 ČT2 09:40 ČT2 10:35 ČT2 11:15

Dobré ráno

Zeměpis světa: Pláže a útesy

Kamera na cestách: Zakouma, park slonů

Paní Olga

Vrcholy Aleny Veselé

ČESKOSLOVENSKÉ FILMOVÝ TÝDENÍK

Československý filmový týdeník 1963

celý pořad celý pořad celý pořad celý pořad celý pořad

7. pá 05.07. so 06.07. Včera Dnes Zítřa st 10.07. čt 11.07. pá 12.07. so 13.07.

ČT menu Konec Teletext TV program O HbbTV

Bude to ještě televize?

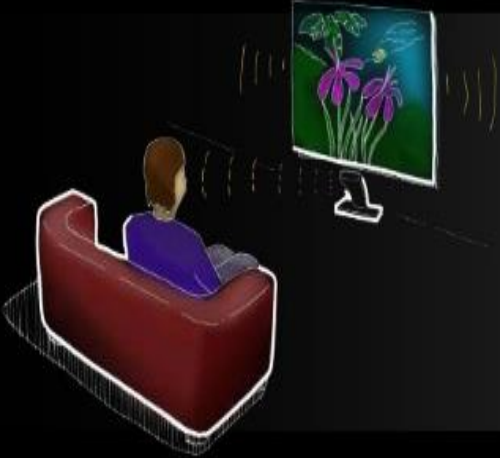
Televizní pořad
nebudete jen
sledovat, ale i cítit,
můžete si přičichnout.

3D bez brýlí..

Dívejte se z různých
úhlů a perspektivy ze
které chcete. Vstupte
do holografického
filmu promítaného ve
skutečné velikosti.

Is It Real, or Is It Television?


Tech advances will bring new sensory elements to programs



- Viewers not only watch shows, but smell, feel, and taste them, too
- More lifelike program images (e.g., "Super HD," life-size holograms)
- Viewers choose their perspective (e.g., via 360-degree camera angles)

Today → Future

• 3D	3D without glasses	8K displays	360° camera angles	Smell reproduction	Life-size, full-motion holograms
• Sensory feedback in games					



O-T-T CON
OVER-THE-TOP TV CONFERENCE

MARCH 1-2, 2011
SAN JOSE, CA

Konec ovladače, ale ne ovládání

Mobilní telefony a tablety nahrazují ovladač, televize je s nimi propojená, stejně jako s přijímači v jiné místnosti, když se přesouváme – neztrácíme kontakt s dějem...

Pohyb očima mění úhly snímání kamer, přibližuje a zoomuje...

Splněný sen: ovládání televize gesty a hlasem.

Ovládání myšlenkou?

Kiss the Remote Goodbye

Words, gestures, and gadgets will control the TV of the future



- Smartphones, tablets replace remote controls
- Viewers use speech, gestures, eye movements to navigate content
- TV follows you from room to room and screen to screen

Today **Future** 

• Free TV control apps for mobile	Gesture-sensing interface	Voice controls	Remotes stop shipping with TVs	Eye-tracking technology	Mind interface
• Kinect, Wii interfaces					



O-T-T CON
OVER-THE-TOP TV CONFERENCE

MARCH 1-2, 2011
SAN JOSE, CA

Demokratizace mediální moci...

**Technologie berou
moc editorům, vydavatelům,
establishmentu a
mediální elitě. Nyní
jsou to lidé, občané,
kdo získávají kontrolu.**

Ruper Murdoch, 2006
