

Základní principy vývoje originálního online obsahu v ČT

Autorem je tým videoplatformy České televize

1. verze • leden 2020

1. Více menších publik

Originální online-only obsah znamená pro ČT možnost cíleně oslovovat nová publika. Nejen obligátně zmiňované mladé diváky, ale i subkultury, minority či jinak ohraničené skupiny napříč společnostmi a s nimi spojené kulturní a zájmové oblasti (žánry, témata, motivy, kauzy atp.).

Zaměřením námětů na konkrétní cílové skupiny nesledujeme samotnou „okrajovost“ či umělecký exhibicionismus, ale obecně příležitost věnovat se paralelně více menším publikům skrze více typů cíleně tvořených obsahů — v součtu pak ideálně českému publiku jako celku. Cílem je tvořit autentický obsah zevnitř různých mikrosvětů pro ně samotné a zároveň do nich dát zvenčí nahlédnout všem ostatním. Nehledáme přitom prostou tematizaci motivů, ale kreativní a inovativní způsoby vyprávění, které mluví jazykem svých publik. Takto vyvíjené koncepce pořadů pak mohou pomáhat bořit kulturní stereotypy, pronikat sociální bubliny a plnit veřejnoprávní poslání ČT.

2. Ústřední kvalitou je autenticita

S užším vymezením témat a žánrů a orientací na nová (ve smyslu jinak a úžeji definovaná, nikoliv pouze doposud neoslovená) publika souvisí i výrazně vyšší důraz na autenticitu námětu, jazyka, sdělení i protagonistů pořadu. Na straně tvůrců to předpokládá znalost prostředí a hlubší zájem o dané téma, které hrají větší roli než předchozí tvůrčí zkušenost. Autenticita je dominantním kritériem kvality, které v mnoha ohledech převažuje kritéria standardní (řemeslné zpracování, předchozí kariérní úspěchy).

Ačkoli je v poslední době autenticita často zmiňovaný termín, který pro komerční subjekty funguje jako zaklínadlo, je na ni potřeba nahlížet jinak než jako na trend — spíše jako na proměnu ve způsobu komunikace. Autentický projev a obsah výrazně prohlubuje důvěru diváka vůči pořadu, jeho sdělení a instituci, která toto sdělení zastřešuje — tedy ČT.

3. **Otevřené formy**

Podporujeme experimenty a vyhledáváme nové způsoby narace. Internet a jeho metatextualita vybízejí k novým asociacím a interakcím. Krom videa lze mluvit textem, statickým obrazem, využívat stávající nebo navrhnout nové interaktivní prvky. Není nutné držet jednu stopáž, zvukovou stopu, pravidelnost premiér, tón vyprávění; proměňovat se může i cílené zaměření na určité publikum (změna nálady vyprávění, prolínání žánrů atd.).

Videoplatforna ČT je novým námětům otevřená, a to i technologicky. Na vyprávění a jeho formě se vedle kameramanů a střihačů mohou podílet také programátoři, UX designéři nebo online datoví analytici. Víta (technicky proveditelné) experimenty, kdykoli se díky nim podaří umocnit nebo rozvinout sdělení.

4. **Sdělení před nákladnou výpravností**

Online obsah je primárně určený pro internet, ne pro kina nebo on-air TV vysílání. Technické požadavky na výrobu jsou proto jiné, v základu nižší. Tyto volnější formální mantinely nabízejí a vyžadují nové přístupy k vývoji formátu i způsobů vyprávění. Nejde primárně o snahu ušetřit, ale o snahu rozvíjet tvůrčí kreativitu a inovace nezávisle na kvalitě vybavení a také mimo rámec klasické televizní a filmové estetiky. Z toho vyplývá i to, že tvůrci online obsahu nemusí být jen absolventi filmových škol a zavedené značky, které se v mediálním prostoru již pohybují. Online tvorba ČT má ambici naplňovat funkci tvůrčího inkubátoru a nalézat potenciál i mimo jeho obvyklé zdroje.

5. **Online = živě**

Online prostředí je živé a umožňuje okamžitě reagovat, aktualizovat a velmi těsně tak svázat pořad s jeho publikem a popřípadě i s aktuálním děním. ČT chce tuto vazbu pěstovat. Koncepce pořadu a jeho základní témata a otázky musí vždy zůstat pevné, ale motivy a formální cesty k jejich vyjádření se mohou libovolně variovat. S časovou linií a jejími body můžeme pracovat nejen uvnitř, ale i kolem pořadu.

Volba interaktivního nebo v čase vznikajícího formátu je však pro tvůrce závazek, znamená nabídku dialogu a ten vyžaduje zprostředkování odpovídající, včasné odezvy.