

STREAM PUNKER!

YOUTUBE A MEDIALNÍ REBELOVÉ

ROBERT
KYNCL

MAANY
PEYVAN

HOST



BRNO 2018

STREAM-
PUNKERŮ

YOUTUBE
& MEDIALNÍ
REBELOVÉ

STAR

ROBERT
KYNCL
MAANY
PEYVAN

PUN

EAMM
V
KERI

Streampunks © 2017 by RKapital, LLC

Translation © Julie Tesla, 2018

Czech edition © Host — vydavatelství, s. r. o., 2018 (elektronické vydání)

ISBN 978-80-7577-704-1 (PDF)

ISBN 978-80-7577-705-8 (ePUB)

ISBN 978-80-7577-706-5 (MobiPocket)

**Věnováno tomu rošťákovi, co teď někde natáčí video
na svůj smartphone a ze kterého se jednou
stane nejlepší bavič na světě.**

Obsah

Úvod	13
1 Vzestup streampunkerů	17
Seznamte se s novou kategorií tvůrců	
2 Přijde Superwoman do supermarketu	27
Proč je rozmístění zboží v obchodech klíčem k pochopení dnešního mediálního průmyslu	
3 Nerdové útočí	43
Bratři Greenové a budování online komunity	
4 Svůj až po konečky vlasů	61
Tyler Oakley, autenticita a měnící se status celebrity	
5 Pas klidně zahodte	79
Lilly Singhová, Mr. Bean, k-pop a tavicí kotel globálních médií	
6 Ukaž mi něco, co jsem ještě neviděl	91
Satira, zastoupení a předsudky v internetových videích	
7 Hleď si svého šití	105
Přitažlivost úzkých mezer na trhu	
8 Je to boj	125
Proč musejí hvězdy v současném světě jet na sto deset procent	

9	Zdroje příjmů	145
	Financování kreativity v digitální éře	
10	„Toto právě nahrál...“	165
	Vice, Storyful a noví hráči ve zpravodajském byznysu	
11	Omlouváme se → Díky za přerušení	189
	Casey Neistat vrací slávu reklamám	
12	Streampunk rock!	211
	Pád a zmrtvýchvstání hudebního průmyslu	
13	Na co se dívat dál	233
	Zrovna když jste přišli na kloub mileniálům, přichází generace Z	
	Závěr — Okno do světa	245
	Poděkování	251
	O autorech	255

Úvod

V televizi nic není.

Ne, vážně — tam, kde jsem vyrůstal, v televizi opravdu nic nebylo. Narodil jsem se v roce 1970 za železnou oponou, v komunistickém Československu. Když jsem dorostl do teenager-ských let, byly možnosti, jak se zabavit, mírně řečeno skromné. Knihy cenzuroval Úřad pro tisk a informace, měli jsme jenom jedny noviny, *Rudé právo*, oficiální plátek komunistické strany, a rádio, televizi, kina i symfonické orchestry měl pod kontrolou stát. Soukromé společnosti nesměly nic vydávat ani vysílat. Cokoliv rozmnožovat ve více než jedenácti kopiích bylo zakázáno. A hudební skupiny nesměly hrát bez povolení.

S takovými vyhlídkami jsem měl jedinou možnost: být kreativní.

Knihy jsem získával přes *samizdat*, ilegální distribuční síť, jež vznikla během nacistické okupace (mou oblíbenou knihou tehdy byla *1984*). Na svém tranzistorovém rádiu jsem

opatrně ohnul anténu, abych mohl na kódovaných západo-německých stanicích poslouchat Bon Jovi, Scorpions nebo Tears for Fears. A když jsem měl štěstí, dostala se mi do rukou pirátská VHS kazeta, kterou se mým kamarádům podařilo do Československa propašovat.

Dodnes si vzpomínám na první západní film, který jsem viděl: *Terminátor*. Ale protože nebyly peníze na pořádné titulky ani dabing, namluvil všechny postavy ve filmu jeden člověk. Byl to opravdu příšerný filmový zážitek, ale nám to bylo jedno. S kamarády jsme si ho pustili třikrát za sebou.

Dnes sleduji, jak se baví mé dvě náctileté dcery. Vidím to neomezené množství knih, které si mohou přečíst na tabletu (i když dávají přednost tištěným knihám z Amazonu). Vidím tisíce sdělovacích prostředků, jejichž zpravodajství mohou sledovat na telefonu. Vidím ty miliony písní, které si mohou poslechnout na Spotify, tisíce filmů a pořadů, které mohou sledovat na Netflixu, a stovky satelitních kanálů, na které se mohou dívat z pohodlí domova. Při pohledu na to všechno přemýšlím, jak jejich možnosti zabavit se obrovsky převyšují možnosti mého dospívání. Hrome, vždyť obrovsky převyšují i možnosti, jaké měly děti v Americe ještě před deseti lety. Ale i v té záplavě médií vidím, jak tráví významné množství volného času: sledováním YouTube.

Během necelé jedné generace jsme došli do bodu, kdy to, co sledujeme, čteme a posloucháme, už neurčují výhradně státy a korporátní monopoly, nýbrž my. Vznik YouTube vůbec poprvé lidem umožnil bezplatně a okamžitě celosvětově distribuovat videa. I když se o nové způsoby distribuce tradičního obsahu obrovsky zasadily streamovací služby jako Netflix, Hulu nebo Spotify, právě otevřené platformy jako YouTube v zásadě změnily to, kdo může vytvářet, distribuovat a konzumovat média. Video může najednou sdílet *kdokoliv* s *kýmkoliv* na světě.

Tato svoboda během deseti let způsobila v mediálním průmyslu dalekosáhlé změny. Předefinovala, co znamená být celebritou a kdo se jí může stát. Vrhla do světel reflektorů

nové osobnosti, které pochopily, že se sláva změnila. Vyzdvihla důležitost přímé, nezprostředkované interakce s fanoušky. A vedla k objevu mnohem rozmanitější a průbojnější kategorie hvězd, odlišujících se od neškodných, neautentických idolů minulých generací.

Tato volnost také změnila naši představu o tom, jak může zábava vypadat. Dala vzniknout zcela novým, a přesto neuvěřitelně populárním obsahovým žánrům od beauty vlogů přes komentované hraní videoher až po videa s rozbalováním nových výrobků. Scvrkla náš svět a odhalila nám média dlouho schovaná za hranicemi. A miliardám lidí nabídla možnost sledovat videa, která se týkala jejich individuálních zájmů — už se nemuseli spokojit se zábavou pro masy.

A změnila i pravidla odvětví vzniklých pro to, aby nás bavila a informovala. Změnila způsob sledování zpráv a amatérským novinářům od Fergusonu až po Sýrii dala šanci zdokumentovat bezpráví a ukázat ho světu. Pomohla povýšit reklamu na umění a reklamní klipy proměnila ve videa, která prostě musíte vidět. A vzkřísila hudební klipy, což začínajícím hudebníkům otevřelo novou cestu, jak proniknout do mainstreamu.

Když se zamyslím nad svým současným životem, nemůže být mému mládí strávenému za železnou oponou vzdálenější. Tehdy jsem snil o Západě, ale jen zřídka se mi ho podařilo zahlédnout bez cenzury. Dnes mám jako obchodní ředitel YouTube za úkol pomáhat poskytovat informace a zábavu víc než miliardě lidí po celém světě včetně zemí, jejichž vlády se přístup k nim snaží omezit. A místo letného nahlédnutí do světa YouTube podpírá zrcadlo veškeré lidské zkušenosti a odráží všechny naše radosti, útrapy, novinky i celé naše dějiny.

K YouTube se v současnosti každý měsíc obrací jeden a půl miliardy lidí, kteří sledují největší videoknihovnu, jaká kdy byla shromážděna — kdykoliv, kdekoliv a na jakémkoliv zařízení chtějí. Někteří se sem jdou podívat na nejnovější virální hit, hudební video nebo záznam z předchozí noci. Další sem chodí za zprávami či sportem. Jiní se chtějí dozvědět něco nového nebo sledují videa týkající se jejich koníčku. Někteří

se tu dokonce dívají na reklamy. Většina lidí ovšem chodí na YouTube kvůli něčemu, co nikde jinde nenajde: kvůli generaci osobitých filmařů a bavičů, které inspirovala výzva sdílet své umění s celým světem a kteří na této platformě vybudovali svůj úspěch.

Těmto průkopníkům říkám *streampunkeři*.

Tuto knihu jsem nenapsal proto, abych vám mohl předložit příběh o vzniku YouTube. Nenapsal jsem ji proto, abych mohl namalovat další firemní portrét povýšence ze Silicon Valley, který se snaží „rozložit průmysl na prvočinitele“ nebo „přepsat pravidla“. Napsal jsem ji proto, že jsem se chtěl podělit o příběh neuvěřitelně talentované party tvůrců a bavičů, kteří využívají YouTube k úžasným cílům. Někteří z nich mají větší publikum než ty nejúspěšnější televizní pořady. Někteří vybudovali prosperující firmy. A všichni dohromady od základů přetvářejí způsob fungování médií.

Doufám, že se mi tuto proměnu prostřednictvím jejich příběhů podaří zachytit. Doufám, že čtenářům prozradím tajemství jejich úspěchu. Chci se pokusit otevřeně psát o náročných výzvách, jimž na své cestě čelili. A doufám, že dokážu vyjádřit, co znamená jejich úspěch pro budoucnost médií.

V první řadě ale doufám, že se mi podaří vytvořit něco, co oslovuje a baví publikum a dává mu pocit, že je součástí sílicího hnutí.

Streampunkeři to koneckonců dělají každý den.

1

VZESTUP STREAMPUNKERŮ

Seznamte se s novou kategorií tvůrců

Nejdřív se objeví ruce s foťáky.

Dveře nahrávacího studia v newyorské čtvrti Chelsea se rozletí a do místnosti se nahrne víc než stovka nejúspěšnějších bavičů digitální éry s telefony zdviženými nad hlavu, aby tento okamžik zachytili. Z reproduktorů duní skladba „How Deep Is Your Love“ od Calvina Harrise. Vypadá to, že jejich věk (pohybující se v rozmezí několika desítek let) určuje, jak rychle do místnosti vstoupí. Ti nejmladší, ještě teenageři, se valí dovnitř, aby urvali nejlepší místa před širokým pódiem. Za nimi vcházejí starší mileniálové, kteří obětují sedadla v první řadě a raději se mezi sebou baví. Jako poslední přichází generace X, „stařešinové“ YouTube, jichž si všimnete téměř okamžitě — jako jediní totiž mají batohy. Ale ať už mladí, nebo

(relativně) staří, skoro všichni streampunteři svůj příchod natáčejí, aby mohli tento okamžik později sdílet s miliony svých fanoušků po celém světě.

Jsme na YouTube Creator Summit (Summitu tvůrců z YouTube), jednom z nejvýznamnějších shromáždění v zábavním průmyslu. YouTube své nejpopulárnější osobnosti každoročně zve na několik rušných dní do New Yorku, kde mají příležitost si popovídat a poslechnout si inspirativní proslovy několika předních kreativních osobností z této branže. Je to něco jako Davos digitální scény.

Summit je pro tyto tvůrce jedním z mála období volna. Většina z nich celý rok buď pracuje na nových videích pro svůj kanál, nebo se věnuje fanouškům. Někdy na oficiálních akcích, například fanouškovských srazech nebo sjezdech, ale většinou se s nimi náhodně setkají, kdy je nějaký fanoušek zpozoruje a poté o tom napíše tweet. Když se v sociálních médiích rozkřiklo — a tomu nešlo zabránit —, že se na newyorském summitu sešla víc než stovka nejlepších youtuberů, tucty dychtivých teenagerů se shromáždily na ulici u jejich hotelu, aby zkusili ulovit drahocenné selfie. A na rozdíl od mnoha mainstreamových celebrit, které se straní veřejnosti a své fanoušky si drží od těla, to tvůrce z YouTube s lidmi umějí. Jejich úspěch je z velké části důsledkem jejich přístupnosti v digitálním světě, takže se od nich očekává, že budou stejně přístupní i v tom fyzickém.

Oddech v podobě summitu je možná důvodem, proč youtubeři během tohoto dubnového newyorského rána vypadají tak uvolněně, překvapeně tleskají a na tváři se jim objevuje úsměv, když se — často úplně poprvé — setkávají se svými kolegy. Možná proto po úvodním záběru odkládají foťáky a začínají se vítat. Jsou tu lidé z celého světa, a přesto se navzájem poznávají, jako například Tyler Oakley, jeden z nejpopulárnějších tvůrců ve Spojených státech, který se objímá s Brity Danem Howellem a Philem Lesterem (všichni tři jsou velice úspěšnými autory). I když si většina tvůrců nakonec sedá vedle svých krajanů, v těchto prvních pěti minutách během vítání

s kolegy z celého světa vše obklopuje ohromující vzájemná úcta. Je z nich cítit sounáležitost, jako kdyby všichni kopali za jeden tým.

A pravdou je, že ať už pocházejí odkudkoliv, mají toho hodně společného. Vypadají jako lidé, kteří se žíví tím, co je baví, a nemusejí se zodpovídat nikomu jinému kromě sebe. Mají na sobě ty nejbizarnější tenisky a nejmodernější sportovní oblečení brooklynských a berlínských značek, jež dnes v módním světě znamenají totéž co návrháři z Milána. Nebo prostě nosí celosvětovou uniformu kreativních osobností — džíny a tričko. Tetováním a obarvenými vlasy se chlubí tolik tvůrců, že výjimečně působí spíš ti, kteří ani jedno nemají.

Asi nejlepší vlasy v místnosti mají Mark „Markiplier“ Fischbach (obarvené na zářivě červenou) a Seán „Jacksepticeye“ McLoughlin (mentolově zelené), nejpopulárnější youtuberi ze Spojených států, respektive Irska, kteří se zabývají videohrami. Úspěch Marka a Seána, kteří se natáčejí hlavně při hraní her, je pro mnoho lidí neznalých YouTube záhada. Podle jejich vzoru, v němž fanouškům předkládají své spontánní reakce a komentáře, když paří různé hry, se však chovají tisíce lidí po celém světě. Tito hráči podněcují obrovský zájem: sledováním hráčů videoher stráví stovky milionů lidí každý den stovky milionů minut.

Hráči ovšem nejsou jediní, jejichž obsah byste neočekávali v hlavním vysílacím čase. Dále jsou tady lifestylové vzory jako Bethany Mota, Raye Boycová nebo Dulce Candy Ruizová, které svým divákům nabízejí vlasové a make-up tutoriály a lifestylové tipy. Vlogeri jako Casey Neistat mají stejný počet diváků jako televize, protože sdílejí události ze svého běžného života a vyjadřují na kameru své názory. A odborníci na elektroniku a nejrůznější přístroje a udělátka jako například Lewis Hilsenteger, který na svém kanálu *Unbox Therapy* (Rozbalovací terapie) pravidelně dosahuje kolem milionu zhlédnutí, nabízejí potěšení z nákupů, aniž by fanoušci museli sáhnout do vlastní peněženky — ukazují totiž nejnovější technologické produkty, čemuž se v řeči YouTube říká „unboxing“.

Žánry těchto tvůrců — komentování her, beauty tutoriály, rozbalování produktů — se v televizi nikdy neobjevily. Žádný manažer, ani u nás v YouTube, by nikdy neřekl, že se z těchto a několika dalších nových obsahových kategorií stanou jedny z našich nejpůvodnějších žánrů.

Zkuste se vcítit do ředitele televizního studia. Kdyby za vámi někdo přišel a řekl, že chce natočit pořad o tom, jak skvěle hraje Call of Duty, zaplétá své dceři copánky nebo natáčí cool zpomalené záběry na svou 4K vysokorychlostní kameru, pláclí byste si s ním? Pravděpodobně ne. Ale právě díky tomu získali členové sportovního spolku *Dude Perfect* (Dokonalejší frajer), rodina z *Cute Girls Hairstyles* (Roztomilé holčičí účesy) a tvůrci z *The Slow Mo Guys* (Slow motion týpci) na svých kanálech miliony odběratelů a ocitli se na dnešním summitu.

Hvězdy těchto originálních kanálů doprovázejí i tvůrci, kteří pro moderní publikum přetvářejí známé televizní žánry. Britští šéfkuchaři ze *Sorted Food* (Jídlo pod kontrolou) nejenže uvádějí pořady o vaření, ale také pozorně naslouchají divákům a připravují jídla, jichž se jejich fanoušci dožadují — nikoliv až v další řadě seriálu, ale během příštích pár dní. Inženýr z Alabamy Destin Sandlin moderuje pořad *Smarter Every Day* (Každý den chytřejší), kde vysvětluje fyziku v tak rozmanitých oblastech, jako je cestování do vesmíru nebo laserové odstranění tetování. Jeho show se vysílá mnohem častěji než sobotní vzdělávací pořady na PBS nebo několik relací na TLC, které se rovněž zaměřují na vzdělávání. Jamal Edwards spustil v pouhých šestnácti letech na YouTube digitální hudební stanici SBTV — na níž přibližuje východolondýnskou grimeovou scénu, kterou MTV většinou ignorovala —, a odstartoval tak kariéru Eda Sheerana. A Cenk Uygur, zakladatel *The Young Turks* (Mladí Turkové), začal v roce 2002 vysílat první internetový zpravodajský pořad — a dnes je to největší online zpravodajství na světě.

Kromě obsahu, jaký v televizi neuvidíte, odhalí letmý pohled také tváře, s nimiž se ve vysílání běžně nesetkáte. Zároveň s probíhajícími polemikami o hollywoodské diverzitě, jakou