

ČESKÁ TELEVIZE

## VÝBĚROVÉ ŘÍZENÍ NA POZICI KREATIVNÍ PRODUCENT/PRODUCENT TVŮRČÍ SKUPINY

Zaměření: Tvůrčí skupiny publicistické a dokumentární tvorby

### TPS alternativní publicistiky a dokumentaristiky

## KOMPLEXNÍ ZAMĚŘENÍ STRATEGIE A ČINNOSTI TPS

### 1. Zaměření a strategie TPS

#### a. programové priority

Alternativa a experiment patřily odjakživa k hybným silám nových vynálezů, postupů, žánrů a forem.

Jasným důkazem je fakt, že to, co bylo včera alternativní, je dnes mnohdy běžné a mnohdy také překonané. Ovšem – kdyby to včera nebylo alternativní...

Proto je třeba alternativu podporovat, vyhledávat a – jakkoli to může znít paradoxně – cíleně s ní pracovat. Hlavně proto, že mnohdy mají autoři tendenci myslet si, že za alternativu se dá skrýt cokoli. Nedá. I tzv. „pocitový“ dokument, nevede-li odněkud někam, ztrácí na síle.

Obecně řečeno, programová priorita této TPS by se dala vyjádřit sloganem: „Žít se dá i jinak aneb Průvodce odlišným světem.“

Produkce této TPS by měla zahrnovat především projekty nezvyklé, inspirativní, překvapivé, projekty k zamyšlení nad nezvyklými souvislostmi, ale také projekty v nejlepší slova smyslu divácké – tedy chytré a atraktivní zároveň.

Jednou z takových priorit by měl být v širším smyslu odlišný způsob života.

Například: Evropou poslední dobou obchází strašidlo multikulturalismu. Koncept multikulti se prý neosvědčil, hlásí lídři politické scény zemí, kde se jim vymyká z rukou. Jako by nepochopili, že svět je různorodý ve své podstatě a naším úkolem není tuto podstatu odmítat, ale pochopit ji, naučit se s ní žít a těžit z ní to nejlepší.

Bohužel, tuto zdánlivou trivialitu je potřeba znovu a znovu připomínat.

Jde ovšem o to, JAK ji připomínat. Málo zmůžou rádobyhumanistická tvrzení, že všichni jsou si rovni, černý nebo bílý, že máme všichni stejnou krev. Nemáme. To by nebylo třeba zvláštních registrů kostní dřeně pro různá etnika.

Média často ve jménu falešné korektnosti a vyváženosti zapomínají na realitu. Ale jejich konzument ji dnes a denně vidí kolem sebe a celkem logicky se cítí být médii podváděn.

Tuto situaci nesmíme nadále podporovat. Multikulturalismus je dnes téměř opovržením hodné slovo s vyprázdněným obsahem. Proto také došlo v rámci EBU k dohodě a používá se termín „intercultural“, poslední dobou spíše „diversity“. Úplný název příslušné programové skupiny EBU zní: „IDG - Intercultural and Diversity Group.“

ČT je členem této skupiny a každoroční pravidelný výstup konkrétní programové spolupráce je cyklus **City folk**, kterého se účastní cca 10 – 13 evropských stanic, včetně Turecka.

Stačí jenom použít české slovo „různorodost“ a je jasné, že mnohými médii zprofanovaná koncepce „multikulti“ právem neobstojí. Je prostě načase vzít různorodost vážně a být stejně kritičtí ke všem. Dělat si legraci ze všech. Dát stejné šance na obhajobu všem. Nedělat modlu z pozitivní diskriminace.

## **b. charakteristika původní tvorby**

Původní tvorba by měla především respektovat a reflektovat realitu.

Což samozřejmě nemůže znamenat, že musí být jen realistická. Naopak, musí používat také humor, hravou nadsázku, mystifikaci...

Velmi žádoucí bude dostat do vysílacího schématu tomu odpovídající nové formáty - takové, které budou zábavné a budou se ucházet o primetime.

## **c. cílové skupiny**

Všichni

## **2. Strategie vyhledávání, hodnocení a výběru programových projektů**

Dramaturgická práce musí být postavena na aktivním přístupu. Nelze jen chodit do kanceláře, trávit v ní pracovní dobu a čekat, co kdo přinese za téma. Stejně tak dramaturg nemůže suplovat autorskou práci a nosit si náměty sám.

Globálně znamená aktivní dramaturgie především stanovení cílů a priorit – a to zdaleka ne jen na základě divácké poptávky, ale v televizi veřejné služby především na základě společenské potřeby. Tu musí dramaturg v první fázi citlivě odhadnout a ve fázi druhé (protože společenská potřeba se zdaleka nemusí krýt s diváckou poptávkou) neméně

citlivě najít způsob, jak z ní diváckou poptávku vytvořit. Markantní je to zejména u oborů, jako např. vzdělávání, osvěta... a podobné zdánlivě nezáživné obory. Takže je nad slunce jasnější, že dosáhnout toho lze za použití odpovídacích žánrů.

### **3. Strategie komunikace s autory**

Po stanovení základní strategie (priority a cíle) by měla přijít fáze dramaturgické taktiky, tzn. jaké typy tvůrců vyzvat ke zpracování jaké tematiky, jaké navrhnout žánry atp.

U instituce veřejné služby je také důležité, aby její aktivita nekončila odvysíláním vyrobeného pořadu, ale pokud to povaha tématu dovoluje, aby se jednotlivé pořady stávaly součástí větších projektů se společenským přesahem. Proto je důležité od samého počátku přemýšlet také nad tím, jaké instituce zapojit do spolupráce ohledně rešerší, jaké do propagační kampaně, jak projekt podpořit využitím různých druhů médií atd.

Na druhé straně musí dramaturgie aktivně přistupovat i k volné autorské tvorbě, nejen elementárním dramaturgováním konkrétní látky, ale např. hledáním uplatnění pro důležitá témata, pro něž momentálně není ve vysílacím schématu odpovídající okénko.

(Vyhledávání nových talentů, autorských a dramaturgických, spolupráce s filmovými školami, festivaly atp. považují za samozřejmost aktivní dramaturgie, proto se o nich zvláště nešířím).