

## 1. ZAMĚŘENÍ A STRATEGIE TPS

---

Chci usilovat o TPS, která přináší z vlastní dílny nebo spoluprací s externími producenty projekty, které v sobě snoubí poznání se zábavou. Projekty, o kterých se mluví, které vyvolají společenskou diskusi. Služba veřejnosti musí být vidět a slyšet. Co není vidět a slyšet, neexistuje. Rád bych vyvíjel projekty, které sdílejí stejnou, již zmíněnou, filosofii **poznání a zábavy**, ale volí různé prostředky sdělení - fiction, nonfiction, licencované, vlastní či koprodukované. Chtěl bych, aby projekty měly promyšlenou ekonomiku realizace. Chci usilovat o to, aby byla Česká televize diváckým i tvůrčím magnetem.

Chtěl bych, aby talentovaní lidé věděli, že TPS je místo, kam své nápady CHTĚJÍ nosit. Producent by měl umět vyvěsit vlajku.

### Vyvěšení vlajky Tvůrčí Produčenské Skupiny

5 parametrů optiky, kterou chci posuzovat a vyhledávat projekty:

1. **Hodnotné sdělení** – kultivovat mezilidské vztahy, vzdělávat, provokovat, vyvolávat společenskou diskusi, popularizovat. Nesmí stačit jen bavit, vyhovět diváckému vkusu.
2. **Vysoká sledovanost** – prostředek k předání hodnotného sdělení
3. **Prvotřídní balení** – usnadnit divákovi výběr, být progresivní
4. **Efektivní výroba**
5. **Transparentní výroba**

Esencí všech výše uvedených parametrů je

## DENNÍ DRAMATICKÝ SERIÁL VEŘEJNÉ SLUŽBY

Je to společensky nejvlivnější žánr, je pro všechny, týká se archetypálních situací i důležitých sociálních jevů, má zásadní normotvorný efekt napříč celou společností a zcela prakticky ovlivňuje život v dané zemi.

V četnosti 4x týdně, ve stopáži 30 minut a v hlavním vysílacím čase vykazuje v mnoha zemích Evropy dlouhodobé a vysoké sledovanosti, resp. společenského vlivu (viz kapitola Denní seriál v Evropě).

---

Každý z 5 zahraničních projektů, které uvádím níže, otevírá okno do jiné části našich životů, nabízí jinou perspektivu. První dva mají ambici pozměnit pohled většinové společnosti na okrajová nebo vytěsňovaná témata. Třetí projekt (National Treasures) je nezvyklou příležitostí nechat se obohatit viděním světa optikou výjimečných lidí ve výjimečné kombinaci. Zbývající dva projekty zábavnou formou přibližují dva odlišné světy. Všechny projekty jsou cyklické, jejich výroba je možná na základě licence.

## EL CORO DE LA CARTEL



Vězeňský sbor, realityshow, Španělsko, vysíláno RTVE  
Zkuste změnit své šance na život.

12 rozsudků, 12 osudů, 12 vězňů. Ambiciózní sociální experiment chce změnit zažitý obraz většiny. Sbormistr a psycholog se vypraví do vězení, aby sestavil 12 členný pěvecký sbor. Stráví dva měsíce s 12 vězni různého pohlaví a věkových kategorií. V průběhu příprav, pilování repertoáru, se seznamujeme s jednotlivými účastníky experimentu, dozvídáme více o jejich minulosti, rodinných vazbách, obavách i tužbách. Projekt je završen velkým open air koncertem před spoluvězni.

<http://www.rtve.es/television/el-coro-de-la-carcel/2009/>

V tomto formátu není podstatná míra talentu odsouzených. Ocenil bych, kdyby talent hrál v cestě za jejich novým začátkem větší roli. Dar zpěvu je něco, co na trajektorii života „kriminálního“ nejspíš nebude mít bez dopomoci žádný vliv. Sbormistr by měl chtít najít a rozsvěcet jejich talent. Něco, co do té doby považovali za nepotřebné, zbytečné. Objevit pro ně novou životní perspektivu, až vyjdou z vězení. Dlouhodobá práce s 12 talenty bude očekávatelně nepředvídatelná, strhující a emotivní, se vším, co každý má za sebou, čeho se bojí, v co doufá. Jako divák bych se chtěl dívat.

Cílová skupina: 15+

## MY LAST WORDS



Holandský dokumentární cyklus, 5 epizod á 30 min  
Zkusme se umět vyrovnat se smrtí

Sledujeme nevyléčitelně nemocné osoby v poslední části jejich života. Jsme svědky bilancování člověka. Co udělal správně, co by chtěl vrátit, udělat lépe. Poznáváme jeho život, sny, jeho nejbližší okolí. Vytváří poslední vzkaz, videodopis, který po sobě chce zanechat. Po jeho smrti je vzkaz předán jeho nejbližším.

Věřím, že tento formát při obratném zpracování může otevřít jednu z 13. komnat české společnosti, otevřít diskusi o přístupu ke smrti jako k něčemu, co je součástí života. Před čím nemáme utíkat. Formát by měl umět nabídnout poznání.

Holandská společnost je tradičně velice otevřená. V otázce smrti obzvlášť. Pro českou společnost, myslím, v neakceptovatelné míře. Je ale velice dráždivé najít správnou míru pro dobrý úmysl. Kdo jiný, než Česká televize, by se o to měl pokusit? Existuje více podobných formátů zabývajících se stejnou či podobnou tematikou.

holandská licence (cena licence 20.000,-€, a za každou epizodu 1.000,-€)

<http://en.palmpius.com/mylastwords/>

Cílová skupina: 35+

## NÁRODNÍ POKLADY / STJÄRNORNA PÅ SLOTTET



Švédská talk show, 5 epizod á 58 min.  
Svět očima celebrit národa

Pět švédských celebrit tráví týden na zámku. Tráví spolu příjemný čas od rána do večera a navzájem si vypráví své životní příběhy. Ve Švédsku dosáhla talkshow obrovskou sledovanost. Klíč k úspěchu, hloubce, provokativnosti i vtipu spočívá ve schopnosti vybrat a získat pro projekt správné osobnosti. Lidé moudří, zkušení, zábavní, každý reprezentuje jedinečnost v odlišných oborech. Každý reprezentuje jiný úhel pohledu. Každého lze označit za součást národního pokladu. Velice příjemný způsob zprostředkování světa lidí, kteří veřejnost zajímají.

[http://svtplay.se/t/104029/stjarnorna\\_pa\\_slottet](http://svtplay.se/t/104029/stjarnorna_pa_slottet)

Cílová skupina: 15+

## NOT BORN FOR ROCK

Vtipná finská realityshow

Studenti klasické hudby mají za úkol vytvořit rockovou kapelu, která vystoupí jako předkapela nejslavnější finské hard rockové kapely Lordi. Show svižně přibližuje vzdálené hudební světy.

Cílová skupina: do 35 let

## GOLDEN OLDIES

Milé a vtipné mezigerační, vlastně obgenerační, téma. Důchodci se seznamují s moderní hudbou (rap atd.). Pomáhá zprostředkovat ob desetiletí vzdálené světy.

Cílová skupina: 15+

---

Rád bych nabízel licencované i původní formáty a projekty. U licencovaných víme hned, s čím můžeme počítat. Je to spíš otázka výběru a postavení vhodného týmu pro adaptaci. Existuje mnoho úspěšných formátů, které dávají vyniknout talentu jednotlivce i skupiny nebo poutavě otevírají pro širokou veřejnost temnější zákoutí našich životů a naší společnosti. S výrobou těchto formátů mám zkušenosti (např. Největší Čech, Česká televize 2005).

Vývoj původních formátů je nejvyšší úroveň obtížnosti. Je to dobrodružství a radost. Jsem schopen pro spolupráci na vývoji nových projektů získat zkušené scénáristy, novináře, historiky, vůbec odborníky, kteří touží svou odbornost přitažlivě zprostředkovat široké veřejnosti, jak se bravurně podařilo v dnes již legenárních cyklech Ano, Masaryk pana Zdeňka Mahlera, Po Karlově mostě pana prof. Františka Dvořáka nebo Šumná města pánů Radovana Lipuse a Davida Vávry. V kapitolách Strategie vyhledávání, hodnocení a výběru programových projektů a Strategie jednání s autory nastíním systém, který vytvoří podmínky pro budoucí dílnu původních pořadů.

Pro účely tohoto projektu, pro představu o mém vhledu do seriálové tvorby a vůbec způsobu mého uvažování, jsem se rozhodl prezentovat pouze jeden původní formát - pro jeho velký celospolečenský vliv, šanci uspět multidisciplinárně a i pro jeho značnou obtížnost - DENNÍ SERIÁL.

## PRVNÍ PŮVODNÍ DENNÍ DRAMATICKÝ SERIÁL VEŘEJNÉ SLUŽBY

Česká televize by měla chtít denní seriál především proto, že to je společensky nejvlivnější žánr, je pro všechny, týká se archetypálních situací i důležitých sociálních jevů, má zásadní normotvorný efekt napříč celou společností a zcela prakticky ovlivňuje život v dané zemi.

5 otázek, na které dám v této kapitole odpovědi:

1. Co denní seriál charakterizuje?
2. Další vztahový seriál?
3. Je denní seriál běžný ve veřejnoprávních televizích v Evropě?
4. Proč by měla chtít Česká televize denní seriál?
5. Jaké jsou podmínky pro úspěšnou realizaci?

### 1. CHARAKTERISTIKA DENNÍHO SERIÁLU

Denní seriál obsahuje rejstřík postav představujících hlavní lidské typy. Základem je nekonečná sada archetypálních lidských konfliktů vyprávěných přes osobní příběhy, dramata, melodramata.

#### 1.a. Archetypální postavy

Každá postava je reprezentantem nějakého sociálního statutu, hlavního lidského typu. Sít postav musí obsahovat zástupce všech hlavních skupiny obyvatel, dle pohlaví, věku, příjmu, vzdělání, zdraví a osobnostních rysů a životních očekávání (Needscope). Přesným a pestrým nastavením charakterů vytvoříme věrohodný ne/lad, který stvoří skvělý simulační prostor pro „život, jaký denně žijeme/te“.

#### 1.b. Archetypální situace, tématizace

Denní seriál je především o cestě vedoucí k rozhodnutí a následcích tohoto rozhodnutí, méně o rozhodnutí samotném. Je strhující v tom, že dává nahlédnout na obě nebo všechny strany konfliktu, jejich postoje činí srozumitelnými, a proto dilematickými. To život málokdy a málokdy umožní. Seriál pomáhá porozumět druhému prostřednictvím běžných každodenních situací (chtějí mě vyhodit z práce; propadám z matiky a bojím se to doma říct; nejsem single, protože chci, ale protože mi nic jiného nezbývá ...), **vyvolává společenskou diskusi a odstraňuje předsudky otevíráním závažných společenských fenoménů** (žiji a mám děti s alkoholikem; chci pracovat, ale nemůžu sehnat práci; jak snadno jsem se stal drogově závislým; mám AIDS a chci otěhotnět; homosexuální / lesbický pár – chceme vychovávat naše dítě...)

#### 1.c. Struktura

Na rozdíl od všech ostatních dramatických žánrů je pro realističnost vyznění potřeba definovat více paralelních dějových linek a najít optimální způsob jejich kombinací, hierarchizaci postav, témat, příběhů, v rámci jedné epizody, týdne, měsíce, roku. Algoritmus má zásadní vliv na dynamiku, rytmus a věrohodnost detailu i celku.



### 3. DENNÍ SERIÁL NA VEŘEJNOPRÁVNÍ TELEVIZI? NIC NEOBVYKLÉHO.



#### ZEMĚ S VEŘEJNOPRÁVNÍM DENNÍM SERIÁLEM

##### **Belgie (od 1995)**

Thuis (Doma) vysílána denně ve 20:10 na veřejnoprávní stanici VRT. Dnes jde o nejoblíbenější fikci ve vlámské části země s průměrnými 900 000 diváků na epizodu. V květnu 2011 odvysílána 3000. epizoda, v lednu 2012 vstoupil seriál do 18. řady.

##### **Británie (od 1985)**

Eastenders – vysílá BBC One čtyřikrát týdně ve 20:00, o víkendech shrnutí – tzv. omnibus. Seriál běží od roku 1985 a zabývá se soukromým i profesním životem lidí, kteří žijí a pracují ve fiktivní části Londýna, situované do East Endu. Hlavní postavy bydlí či chodí do práce do oblasti kolem náměstí Albert Square. BBC začala původně vysílat půlhodinové epizody jednou týdně, od roku 2001 jejich počet rozšířila na čtyři týdně. Denní epizoda se opakuje na BBC 3 ve 22:00. Eastenders patří v Británii k pořadům s nejvyšší sledovaností a také s největším mediálním pokrytím – DS je znám mimo jiné tím, že se odvážně pouští do témat, která ostatní televizní tvorba, ale i jiná média rozebírají jen opatrně (alkoholismus žen, vztah okolí k pedofilům, AIDS atd.). EastEnders jsou pověstní bořením tabu. Série je téměř pravidelně oceňována cenami BAFTA nebo NTA.

##### **Estonsko (od 1993)**

Õnne 13 – vysílá veřejnoprávní ETV.

##### **Francie (od 2004)**

Plus bella la vie vysílána veřejnoprávní France 3 (dosud 1900 epizod). Denní verze se vysílá pětikrát týdně ve 20:10 + 5 primetimeových filmů ročně (svátky atd.). Hlavními hrdiny jsou obyvatelé fiktivního městečka la Mistrail blízko Marseille, kde se usídlila řada boháčů a mnozí z nich komplikují život místní komunitě. Seriál má v průměru na epizodu 5,3 milionu diváků a podíl na trhu 23,2 procenta.

**Irsko (od 1989)**

Fair City – ověřená řadou cen, vysílá veřejnoprávní stanici RTÉ One. Vysílají se čtyři epizody týdně a víkendový omnibus. S průměrnou sledovaností 500 – 600 tisíc diváků na epizodu, jde o nejsledovanější dramatický seriál v Irsku.

**Itálie (od 1996)**

Un posto al sole – primetimeový DS na státním kanále Rai 3. Vzorem pro tuto daily, která má více než 3000 epizod, se stal v roce 1996 australský seriál Neighbours. Děj italské verze se odehrává mezi obyvateli jedné ulice v Neapoli.

**Německo**

Marienhof – vysílána veřejnoprávní stanicí Erste od 1. října 1992 do 15. června 2011. Děj se točil kolem obyvatel fiktivní čtvrti v Kolíně nad Rýnem, zvané Marienhof. Velice úspěšná série nasazená do accesu dosáhla přes 4 000 dílů.

Verbotene Liebe – nasazená v accesu veřejnoprávní Erste.

Herzflimmern – Klinika u jezera – vysílána veřejnoprávní ZDF od listopadu 2010. Jde o typ takzvané medical daily – první pokus o tento žánr v německé televizi.

Dahoam is Dahoam – bavorská televize, vysíláný od roku 2007, dosud odvysíláno téměř 900 epizod, vznikl také film a každou neděli jsou některé postavy ze seriálu hosty zvláštní talkshow, vysílané z „místní“ hospody.

**Nizozemí (od 2005)**

ONM (Onderweg naar Morgen) – vysílána od roku 2005 do roku 2010 veřejnoprávní stanicí BNN, cílovou skupinou byli mladí lidé ve věku 16 – 26 let, seriál se zabýval dospíváním, stavem školství, drogami, drobnou kriminalitou, pop kulturou atd.

**Polsko**

Klan – vysílá první program veřejnoprávní TVP od pondělí do pátku v 17:55.

M jak miłość – vysílá veřejnoprávní TVP na druhém programu. První epizoda byla odvysílána v roce 2000.

Plebania – vysílá veřejnoprávní TVP 1 od roku 2000 denně od pondělí do pátku v 17:30. Jde o druhý nejdelší DS v Polsku.

**Španělsko (od 1994)**

Goenkale – vysílá baskická veřejnoprávní stanice ETB. Původně pět půlhodinových epizod v prime timu, po třech tisících dílů přešli na čtyřikrát týdně.

#### **4. OSM DŮVODŮ, PROČ DENNÍ SERIÁL NA ČESKOU TELEVIZI**

##### **1. Naplňování parametrů veřejné služby i sledovanost**

Obsah kultivuje, dává pozitivní příklad, otvírá citlivá témata, baví.

##### **2. Aktuálnost**

Lze operativně vyrábět do již hotových dílů aktuální reakce na významné události reálného světa (volba prezidenta, Český lev, zemětřesení, Mistrovství ve fotbale, Olympiáda...). Plánované události – předtočené verze. Nečekané události – dotáčka a do 3 dnů glosa v seriálu. Provokativní i zábavné.

##### **3. Jistota ve vysílacím schématu**

Kontinuita, pravidelnost a dlouhodobost směřují k diváckému návyku – pomáhají zpřehlednit programové schéma, vytvoří jistotu pro programovou skladbu, plánování ročních nákladů, stavbu marketingových i obchodních plánů.

##### **4. Silný nástroj marketingu**

- prostřednictvím děje samotného, crosspromo jiných televizních formátů a filmů České televize
- denní výroba zaměstnává desítky kvalitních herců, dává jim stabilní a kvalitní práci, pomáhá budovat jejich loajalitu k televizi. Zcela přirozeně se desítky hereckých osobností stávají „tvářemi České televize“.

##### **5. Profesionální scénáristé**

Soustředění kvalitních scénáristů z trhu do České televize. Dlouhodobá denní spolupráce na denním seriálu České televize je zbaví existenčního tlaku a uvolní jim ruce pro jejich autorské projekty. Jsem přesvědčen, že to dokáží ocenit. Dá se očekávat (event. je zavázat), že budou ČT oslovovat jako první.

##### **6. Profesionální štábové profese**

Kdo nefunguje v tempu a kvalitě, kdo není ochoten, je-li potřeba, dělat i nad rámec svých povinností a vypomoci kolegovi či projektu, kdo nevnímá tento projekt jako svůj vlastní, nemá v týmu co dělat. Padni komu padni - režiséři, kameramani, herci, stavba, osvětlovači nebo kameroví technici, externisté či internisté. Producenta nevyjímaje. Vůči koncesionářům je prvořadé nakládat se svěřenými prostředky účelně, tedy i dávat práci lidem, kteří jsou profesionální, obětaví a své práce i práce svých kolegů si váží.

##### **7. Líheň talentů, škola řemesla**

Pomáhá objevovat talenty ve všech profesích. Výroba umožňuje stínově nasazovat vedle profesí i elévy. Nabízím vyzkoušený systém postupného začleňování nováčků do procesu. Časem je lze s profesním know-how posunout či doporučit na jiný projekt. Scouting scénaristických talentů – školička scénaristického psaní. Sofistikovaným několika-stupňovým systémem lze v relativně krátké době rozpoznat druh scénaristického talentu a umožnit scénaristovi rozvíjet svůj talent daným směrem a také rozpoznat, zda je schopen týmové autorské práce. Takto připravené scénaristy lze s kvalifikovaným předpokladem buď integrovat do týmu denního seriálu, nebo využít na jiném projektu České televize.



## **2. STRATEGIE VYHLEDÁVÁNÍ, HODNOCENÍ A VÝBĚRU PROGRAMOVÝCH PROJEKTŮ**

Odpočijme si na chvíli od detailů denního seriálu. Jak se dobrat správných projektů efektivní cestou, je klíčová činnost TPS.

### **2.1. Vyhledávání projektů TPS**

1. Vyvěšením vlajky TPS – „kdo jsme, co chceme“
2. Prostřednictvím konzultantů TPS
3. Vlastní tvůrčí brainstorming v TPS
4. Účast na producentských dnech
5. Přímým hledáním – festivaly, reference

TPS musí umět široce rozevřít vstup do ČT tvůrcům a látkám, být schopna vše zodpovědně, transparentně, termínově a odůvodněně vyhodnotit – přijmout, odmítnout, odložit. Jasně závěry chrání obě strany a budují dobré jméno TPS i České televize. Znovu na tomto místě zopakují, že TPS má být místo, kam talentovaní autoři s důvěrou chtějí nosit své náměty.

### **2.2. Hodnocení Projektů TPS**

Mám 5 otázek:

1. otázka: Má projekt téma, které vzdělává, kultivuje, má potenciál vyvolávat společenskou diskusi? Či vše naráz?
2. otázka: Je projekt něčím jedinečný?
3. otázka:: Má projekt divácký potenciál?
4. otázka: Má projekt autora, který dokáže tři předchozí body naplnit?
5. otázka: Vyplatí se projekt České televizi? Jaký je společenský přínos a jaká realizační náročnost?

**5x ANO je vstupenka**

### **2.3. Posuzování kolektivní inteligencí**

Projekty plánuji nechat posuzovat malým okruhem konzultantů / dramaturgů z řad mých kolegů v České televizi, novinářů, profesionálních scénáristů a dramaturgů, režisérů nebo odborníků na předmětné téma s předpoklady být arbitry pro daný žánr či odbornost.

### 3. STRATEGIE KOMUNIKACE S AUTORY

#### KVALIFIKOVANOST. OTEVŘENOST. PŘEHLEDNOST. ZODPOVĚDNOST. SLUŠNOST.

##### 3.1. Česká televize autorská

Projekty budou jen tak chytré a výjimečné, jak chytrí a výjimeční autoři budou ochotni spolupracovat. Investice do vyhledávání, testování a i výcviku autorů je nejlepší investicí České televize. Autoři jsou šémy i pojistkou dramatické i jakékoli jiné tvorby. Kvalitnímu autorovi nemůže být jedno, jak je s jeho scénářem v realizaci nakládáno. Má být samozřejmostí, že jeho účast na projektu nekončí odevzdáním scénáře v některých z kanceláří České televize a inkasováním honoráře. Tak bych i rád koncipoval smlouvy.

##### 3.2. Autoři, vážíme si vás, ceníme si vás

Kvalitní autor přináší osobitost, originalitu, řemeslnou zručnost, je architektem budoucí nákladné stavby. Všechny následné kroky jsou řemeslným naplněním či zhodnocením osobního autorského vkladu, a tak je třeba k autorství přistupovat. Komunikace s autory musí mít svá jasná pravidla. Autor by měl být předem obeznámen, co TPS hledá, očekává a nabízí.

##### 3.3. Investice do autorů je prvním předpokladem efektivity společnosti

Náklady na scénáře činí obvykle 10-15% celkového rozpočtu. O předpokladu úspěchu rozhoduje scénář z 80%. Dobrý hospodář je připraven investovat právě do scénářistické přípravy, aby o výrobě rozhodl nad prokazatelně funkčním konceptem, scénářem. Prostředky investované do literární přípravy jsou nejlépe investované prostředky a to i za předpokladu nerealizace. Umožňují minimalizovat rizika budoucí realizace, event. snížit na minimum výrobu nepodařených projektů.

##### 3.4. Strategie při vývoji žánrového formátu aneb od mnoha možností k té správné

Stojí za to kultivovat autorskou dovednost v různých žánrech dramatické tvorby. Kriminálka, detektivka, rodinná komedie, romantická komedie, sitcom, pohádka a další. Projeví-li ČT zájem o žánr, kterým navíc chce cyklicky obsazovat zvolený slot, je třeba vytvořit autorské podhoubí. Rád bych uvedl do praxe systém, který umožní osvojení základních pravidel, vyškolení a výběr nejvhodnějších autorů, výběr nejvhodnějšího konceptu.

1.selekce: Workshop na dané téma – za účasti šéfa projektu /kreativního producenta/ prezentace zákonitostí žánru, vyhledání, testování a hrubé třídění autorů + 10 nejlepších námětů zapláceno.

2.selekce: Rozpracování námětů – pokračují slibní, rozpracují vítězné náměty, kultivace námětů a jejich posuzování. Za rozpracovávání jsou autoři placeni. Proces je řízen šéfem projektu.

3. selekce: Posilování funkčního – pokračují nejlepší

Šéf projektu sleduje progresi práce na zvolených námětech. Nechává vyvíjet jen ty zdravé, zastavuje slabší, event. přesouvá šikovné autory ze slabších projektů na silnější. Trychtýř s filtrem. Je úkolem producenta a šéfa projektu, aby na konci tohoto procesu dokázal programové radě předložit alespoň 2 kvalitní projekty pro daný žánr s bytelným autorským zázemím.

Postupnou selekcí slabších autorů a námětů si uvolňujeme prostředky na lepší podmínky pro lepší autory a náměty. Ekonomika procesu se dá shrnout: Na začátku nejvíce lidí s nejasnou prospěšností pro projekt a málo vyplácených peněz. Na konci málo lidí, ale kvalitních a regulérně placených.

### 3.5. Strategie jednání s autory u autorských projektů

Zatímco cílem předchozí strategie je „autorský výrobek“, u autorských projektů je cílem autorské vyjádření. Je třeba ctít autora, jeho poetiku, priority a požadavky. Zásadní rozhodnutí je hned na začátku. Chci tohoto autora se vším, co s tím souvisí? Je právem TPS říci NE. ANO v těchto případech znamená: „Budeme usilovat o co nejlepší podmínky pro naplnění tvého autorského projektu.“ Např. konkrétní dramaturg by neměl být přidělen TPS autorovi autoritativně, ale po dohodě s ním, či dokonce nejlépe na základě jeho konkrétního přání.

### 3.6. A co denní seriál?

Ani jeden z výše zmiňovaných principů není vhodný pro **rozjezd** denního seriálu. Metoda, začít z mnoha možností a dobrat se správné, je prakticky uplatnitelná až po roce fungování, kdy budeme hledat autory, kteří umí projekt v jeho nastavení udržovat. Rozjezd potřebuje silného šéfa autora. Osobnost, která se dokáže obklopit pronikavě chytrými lidmi, často takovými, kteří by spolu, nebýt osobnosti šéfa autora, k jednomu stolu nezasedli. Pravidelně pak dochází k metamorfóze pestrosti osobností do autentické pestrosti příběhů seriálových postav. Tento intelektuální kvas je nezbytný pro rozjezd, tj. první rok denního seriálu.

Musí být plně ambicí šéfa autora projektu postavit invenční, spolehlivý, kolektivní autorské činnosti schopný tým. Doložitelně nejvhodnější kandidát na šéfa autora má zájem se na projektu podílet. Záleží na rozhodném okamžiku České televize. Je připraven přistoupit k rozjezdu prvního denního seriálu České televize s veškerým odhodláním, s plnou odpovědností vůči České televizi i vůči svému dobrému jménu. To druhé budiž naším nejlepším vkladem. Vzhledem k jeho pracovním závazkům jinde, nemohu v tuto chvíli bohužel sdělit jeho jméno.

Rád bych zde také uvedl, že oslovenými není nikdo ze stávajícího týmu seriálu Ulice. Koncept denního seriálu pro Českou televizi má z podstaty televize veřejné služby odlišný koncept. Sleduje jiný cíl, má jinou hierarchii priorit i formu. Vysílací čas, stopáž i četnost kladou zcela jiné nároky. Je nezbytné, aby na jeho konstrukci pracovali autorští architekti se zkušenostmi přesahujícími v České republice zatím jediný známý model denního seriálu.