

Komplexní strategie zaměření a činnosti TPS

(solitérní dramatika nebo historická dramatika)

mgr. Jan Lekeš

1. zaměření a strategie TPS

Česká televize je televizí veřejnoprávní. Tento statut chápu jako závazek ve dvou hlavních směrech - poskytovat služby kompletnímu spektru diváků a působit jako médium s vysokým etickým a kulturním kreditem. Pro oblast hrané tvorby z toho vyplývají následující závěry:

- 1) nezaměřovat se úzce na konkrétní skupinu diváků, která je z nějakého důvodu (ekonomického či politického) v centru našeho zájmu
- 2) udržet široké spektrum dramatických pořadů se zachováním dostatečné tematické i žánrové pestrosti.

Označení „veřejnoprávní“ pro mě znamená kvalitní, vkusný, důvěryhodný a s určitým společenským nebo filozofickým přesahem. Preferuji látky, které se vyjadřují k současným tématům a které tak činí dramaticky nosnou formou. (K současným tématům se mohou vyjadřovat i látky historické.) Dramaticky nosnou formu pak má příběh založený na psychologicky věrohodných charakterech, vystavěný na dobře fungujícím základě, který ctí, popřípadě funkčně porušuje klasická pravidla dramatiky.

V současné české televizní produkci je možno pozorovat dva do značné míry protikladné tvůrčí postupy. První z nich pracuje s principem nekonečného seriálu (různé druhy „soap oper“, ale i solitéry psané stejným stylem). Příběhy nemají katarzi, jejich hrdinové se vnitřně nevyvíjejí, pracuje se v převážné míře pouze s vnějškovými atributy příběhu. Vznikají prefabrikované výrobky, které se dají vyrábět levně a jsou navíc divácky vděčné, neboť všichni tak trochu tíhneme ke stereotypu a pohodlnosti. Tento typ dramatiky nás v těchto vlastnostech podporuje, pomáhá vytvářet z diváka konzumenta a z lidí masu. Komerční televize mohou v rámci pravidel volné soutěže postupovat tímto směrem, protože jejich zájmem je maximalizace zisku (z reklamy svázané s těmito produkty). Pro televizi veřejnoprávní je však tento přístup poněkud neetický. Rovněž z ekonomického hlediska

postrádá význam, protože tato televize nemá reklamní bloky, takže není existenčně závislá na kritériu sledovanosti.

Druhý typ dramatiky vychází z premisy, že tvorba by měla mít hlubší smysl, než jen poskytnout rozptýlení, zabít nudu a čas. Film by měl obsahovat skrytý, ale pocitově jasný impuls - sdělení, jak se vymanit ze zvykových šablon, pohnout se svým životem a učinit sebe i své okolí šťastnější. Nemusí obsahovat návod, ale měl by v každém případě klást otázky a provokovat k aktivitě.

Dnešní svět je v dynamickém pohybu. Pokud nejsme dostatečně pružní v přijímání nových podnětů, uzavíráme se v zaběhaném stereotypu a vytváříme si tím určitou ochranu. Tato rezistence ale vede ke vzrůstajícímu napětí mezi takto vytvářenou virtuální pohodou a nároky, které před nás život staví. Veřejnoprávní televize má mnohem vyšší míru odpovědnosti, protože je v určitém smyslu televizí státní. Měla by si uvědomovat, že charakterem svého vysílání ovlivňuje diváky (ať chce či ne), vychovává je a programuje. Tak jako televize Nova v devadesátých letech pomohla přetvořit diváky v konzumenty a snížila laťku obecného (mediálního) vkusu a požadavků na formální úroveň, tak by Česká televize měla působit v přesně opačném směru. Nemůžeme se zříkat odpovědnosti podobným způsobem, jako když Vladimír Železný zdůvodňoval svá rozhodnutí slovy, že přeci „vysílá jen to, co si diváci přejí“. V tomto ohledu je někdy třeba vysílat i to, co si diváci nepřejí.

Současnost je dobou počínající hospodářské recese. Nemusíme být pesimisté, abychom viděli, že situace se v dohledné době rozhodně nezlepší, spíše naopak. V nadcházejících letech budeme muset pravděpodobně hodně slevit ze svých nároků na pohodlí a dost možná, že budeme muset zcela změnit své hodnotové žebříčky. Česká televize by se měla snažit přispět svým dílem k tomu, abychom byli co nejpřípravenější a co nejméně zpohodlnělí. Věčné omílání pseudoproblémů a nekonečné obměňování vztahových vzorců nám příliš nepomůže. Veřejnoprávní televize by se měla hlásit k hlubším hodnotám a být tak v dobrém slova smyslu konzervativní. Na druhé straně by se ale neměla bát působit provokativně a měla by mít sílu útočit na přežití či účelově udržované konvence.

Domnívám se, že stačí přihlásit se k těmto tezím a pokusit se jim prakticky dostat. Soutěžení s komerčními televizemi o to, kdo vyrobí sledovanější, delší a levnější seriál je scestné. Televize veřejné služby by měla hrát úplně jinou ligu a na jiném hřišti. Je to médium, kde bychom měli uvažovat v dlouhodobé perspektivě.

Z právě řečeného vyplývá, že těžiště dramatické tvorby vidím v solitérech, protože právě tam je možno jít hlouběji k jádru problému a vytvořit dílo s delší působností. Neraď bych ale vyvolal dojem, že mám v úmyslu podporovat jen vážné projekty. V rámci žánru (ať už jde o komedii, detektivku nebo popřípadě sci-fi) je možné dosáhnout stejného sdělení nebo společenského přesahu jako v klasickém, psychologičtěji laděném dramatu, jen jiným způsobem. V případě čistě žánrového filmu, který si neklade žádné další cíle, než pobavit, považuji za nutné, aby byl alespoň nějakým způsobem originální v přístupu, dobře napsaný a vkusný.

V oblasti vícedílných projektů bych se chtěl zaměřit na volné série, které by z hlediska formy přiznávaly televizní „poetiku“ (převaha interiérů, zaměření na dialog - tedy v důsledku nižší rozpočet), ale byly by propracovanější obsahem (společensky aktuální téma, reálné charaktery). Takové projekty jsou náročnější ve fázi přípravy, vyžadují delší čas a intenzivnější práci nad scénářem, ale realizačně jsou mnohem vstřícnější. Příkladem takového seriálu by mohla být nedávno uváděná *Terapie* kanálu HBO (i když tam šlo o úpravu původně zahraničního formátu).

Dnešní svět je přeplněn produkty a mediální sféra není výjimkou. Je tedy logické, že se televize snaží zaujmout diváka něčím, co nejde v programu přehlédnout, tedy cykly a seriály. Dalším způsobem, jak upoutat pozornost, je vzbudit dojem výjimečné události. To je v první řadě záležitostí vhodně zvoleného a podaného tématu, ale neméně důležitou roli zde hraje PR. Typickým příkladem je nedávno uvedený film *Lidice*. Samotný fakt, že jde o dramatické zpracování jednoho zcela výjimečného a přitom autentického lidského osudu ani okolnost, že u zrodu stál Zdeněk Mahler, by asi mnoho lidí do kina nepřivedla. Diváci dnes vyhledávají především bezproblémovou zábavu a je dost malá pravděpodobnost, že by se šli do kina trápit příběhem z naší historie, o kterém předem ví, jak dopadne, a ze kterého bude nutně číšet smutek, bezvýchodnost a pocit křivdy. V rámci propagace tohoto filmu se ale podařilo vzbudit dojem, že jde o dílo „které je třeba vidět“, protože vzbudí společenskou diskuzi, do které se bude možné zapojit. (Někdy prostě patří k dobrému tónu zajít do kina...)

V televizní produkci lze rovněž vyhledávat projekty, které svým tématem (aktuálností, kontroverzností nebo výlučností) přitáhnou větší okruh pozornosti. Na podzim 2011 bylo uvedeno televizně filmové zpracování románu Miloše Urbana *Santiniho jazyk*, které jsme připravovali společně s režisérem Jiřím Strachem. Tento projekt splňoval kritéria výlučnosti hned v několika směrech. Šlo o první filmové zpracování knihy předního současného autora, který má vybudovanou pevnou čtenářskou základnu a jehož knihy jsou vydávány i v zahraničí. Podstatná část příběhu se odehrává v interiérech a exteriérech staveb našeho světově proslulého architekta Jana Blažeje Santiniho, který jako jediný dokázal zcela originálním způsobem propojit baroko s gotikou. A v neposlední řadě film přinášel opravdu hluboká témata zabalená v atraktivním obalu mysteriózního thrilleru. Podobné projekty jsou určitým počinem, který má šanci vyvolat ve společnosti odezvu a nezapadnout. Vhodně zvoleným PR na nich pak lze postavit celkovou prezentaci vysílacího schématu.

2. Strategie vyhledávání, hodnocení a výběru programových projektů

Při vyhledávání projektů budu spoléhat především na spolupráci s autory, se kterými mám dobrou osobní zkušenost.

Kritéria hodnocení a priority výběru byly popsány v rámci bodu 1.