

PROGRAMOVÁ STRATEGIE ČT
25.9.2002

PROGRAMOVÁ STRATEGIE ČESKÉ TELEVIZE

ZÁKLADNÍ TEZE¹

Při formulování své programové strategie na léta 2003 - 2006 vychází Česká televize především z poslání, které jí ukládají § 2 a § 3 zákona č. 483/1991 Sb., o České televizi, v platném znění. Využívá však také zkušeností, které získala v letech 1992 – 2002 a zejména po roce 1994, kdy v rámci duálního systému televizního vysílání v České republice hledala a našla optimální podobu programové nabídky televize veřejné služby, výrazně odlišné od komerčního televizního vysílání. Ve své programové strategii zohledňuje nejnovější vývoj české mediální scény a světového trhu televizních pořadů, dlouhodobé trendy v programové nabídce televizních stanic veřejné služby v zemích Evropské unie a v neposlední řadě inovace, které v nejbližších letech přinese zavádění nových technologií, především pozemního digitálního televizního vysílání.

Česká televize svou programovou strategií směřuje k tomu, aby byla v letech 2003 – 2006 schopna plnit požadavky, které mohou televizní diváci v České republice oprávněně klást na televizní vysílání veřejné služby. V závislosti na ekonomických podmínkách svého působení chce nadále rozšiřovat škálu poskytovaných služeb, posilovat zpravodajství a publicistiku s důrazem na kvalitní a proporcionálně vyvážené pokrytí agendy jednotlivých regionů České republiky, udržovat tradici české filmové a televizní tvorby, a to nejen dramatické, ale také dokumentární, vzdělávací a animované, a nabízet to nejlepší z kvalitní světové filmové a televizní produkce, co je slučitelné s posláním a charakterem veřejné služby televizním vysíláním.

Programová strategie České televize je stanovena tak, aby po zpřesnění v podobě periodicky inovovaných vysílacích schémat a programových plánů umožňovala vysílateli veřejné služby na jednu stranu oslovovat v hlavním vysílacím čase alespoň na jednom programu statisticky významné procento českých televizních diváků všech věkových kategorií, ale zároveň na druhém programu (a eventuálně na dalších programech, vysílaných v rámci digitálního multiplexu) nabízet zřetelně odlišné programové alternativy těm, jimž pořady orientované na většinového diváka nepřinášejí uspokojení. Prostřednictvím této strategie si současně vytváří prostor k tomu, aby byla schopna průběžně, v dostatečném rozsahu a ve vysoké kvalitě poskytovat službu příslušníkům menšin definovaných osudem.

Programová strategie České televize popisuje hlavní programové typy, s nimiž management počítá pro televizní vysílání v letech 2003 – 2006, a nároky na ně kladené.² Zároveň stanovuje především rozsah premiérové tvorby v investičně nejnáročnějších oblastech, a to v ročním průměru. Je postavena tak, aby producentským centřům České televize i nezávislým výrobcům televizních pořadů dávala dobrou představu, jakým směrem se bude rozvíjet poptávka televize veřejné služby po pořadech a televizních formátech, a tím podporovala konkurenční prostředí v české filmové a televizní tvorbě. Spolu s marketingovou strategií, která definuje principy nasazování jednotlivých typů pořadů do vysílání tak, aby umožnila optimálně využít jejich potenciál a umožnila České televizi oslovit nejvyšší

¹ Tímto dokumentem naplňuje Česká televize usnesení Rady České televize č. 306/18/02 ze dne 26. června 2002, které generálnímu řediteli České televize ukládá předložit Radě České televize do 30. září 2002 „základní návrh dlouhodobého plánu programového rozvoje České televize“.

² Tato strategie se primárně zabývá rozvojem programové nabídky existujících televizních kanálů ČT1 a ČT2. Programové otázky rozšíření počtu televizních kanálů České televize v rámci přechodu na pozemní digitální vysílání řeší samostatný dokument.

dosažitelné procento diváků, tvoří základní východisko pro střednědobé a krátkodobé plánování výroby a vysílání pořadů v České televizi.

V programové strategii rozeznává Česká televize dvě základní kategorie filmové a televizní produkce s rozdílným postavením. První představuje vlastní tvorba a domácí tvorba, vznikající v nezávislých produkčních firmách ve spolupráci s Českou televizí či na její objednávku, druhou nákup vysílacích práv k dílům zahraniční a české kinematografické, dokumentární a animované tvorby volně dostupných na trhu a nevzniklých na základě požadavku České televize. Obě tyto složky – a obě mají v programové nabídce televize veřejné služby své nezastupitelné místo - plní ve vysílaném programu rozdílné úlohy. Ze systémového hlediska k nim Česká televize zaujímá odlišný přístup. Tomu odpovídá základní členění programové strategie na složky:

- vlastní výroba a výroba na zakázku České televize;
- akvizice.

Jednotící rámec, v němž tyto složky své programové nabídky Česká televize divákům poskytuje, tvoří koncepční dramaturgie vysílaného programu, která klade na oba druhy produkce v jednotlivých žánrech srovnatelná měřítko kvality a vkusu. Toto kritérium zůstává nezměněno a Česká televize je bude i v letech 2003 - 2006 důsledně uplatňovat. Takový přístup zaručuje, že Česká televize ve snaze obstát v soutěži se soukromými televizními vysílateli nepřekročí hranice, které jí stanovují tradice a zvyklosti limitující po formální i obsahové stránce programovou nabídku evropských televizních stanic veřejné služby.

Programová strategie vychází z toho, v jaké podobě chce a ze zákona musí Česká televize v letech 2003 – 2006 službu televizním divákům v České republice poskytovat. Je postavena na analýze programové nabídky všech českých celoplošných televizních stanic a důsledně respektuje zájem televizních diváků. Proto ve své struktuře nesleduje organizační schéma České televize, které je podřízeno především provozním a logistickým požadavkům na výrobu a vysílání televizních pořadů, ale je členěna podle druhu služby poskytované televizním vysíláním. Kompatibilitu obou struktur a konkrétní naplnění programové a marketingové strategie zaručuje plánování v standardním ročním plánovacím cyklu. Výstup tohoto cyklu tvoří dokumenty vysílací schéma a výrobní úkol na kalendářní rok a jejich pravidelné sezónní aktualizace.

I. VLASTNÍ VÝROBA A VÝROBA NA ZAKÁZKU ČESKÉ TELEVIZE

OBECNÁ ČÁST

Rozsahem největší objem vlastní výroby a vysílání České televize představují zpravodajské, publicistické a diskusní pořady. Televize veřejné služby jimi naplňuje významnou část svého zákonem stanoveného poslání. Zároveň jejich prostřednictvím vytváří svůj profil instituce veřejné služby. V této oblasti půjde Česká televize pro další zlepšení služby divákům dvojitou cestou: na jednu stranu zvyšováním počtu a všeobecné dostupnosti krátkých zpravodajských pořadů v průběhu dne, na druhou stranu důrazem na specializaci doplňujících zpravodajských relací, a to zejména regionálních, ekonomických a kulturních. V oblasti publicistiky a diskusních pořadů bude nadále usilovat o důsledné odstraňování duplicitních formátů a o vývoj a zřetelné profilování perspektivních titulů pořadů.

K dramatické a animované tvorbě a částečně i k produkci zábavných pořadů přistupuje Česká televize jako k investici s dlouhodobou návratností. Tato strategie, která má své dramaturgické, ekonomické a právní aspekty, je založena na systematickém obohacování archivních fondů, zaměřeném na produkci takových pořadů, u nichž při uvážlivém zacházení s jednotlivými tituly lze předpokládat divácky atraktivní reprízy v hlavním vysílacím čase, respektive v podvečer či v druhém večerním pásmu, po řadu let. Přijetí a důsledné dodržování této strategie je pro Českou televizi jako vysílatele zdrojem významných úspor a současně znamená udržování a rozvoj tradice české dramatické a animované tvorby a původní televizní zábavy. Obdobný přístup, založený zejména na kvalitní dramaturgii, je součástí programové strategie České televize ve vztahu k záznamům významných koncertů a divadelních představení.

Televizní dokumentární tvorba zaplnila v průběhu 90. let 20. století vakuum, způsobené v předchozích letech tabuizací či ideologickým zkreslováním klíčových námětů zejména ze sféry novodobých českých a světových dějin, české a světové kultury a umění a vývoje humanitních disciplín obecně. Po splacení podstatné části tohoto dluhu vůči veřejnosti přistupuje Česká televize při formulaci své programové strategie v této oblasti ke standardům, jichž se drží vysílatelé veřejné služby v zemích Evropské unie. Znamená to sjednocování formátů televizních dokumentů, důraz na opakovaně vysílatelné tematizované řady dokumentů, respektujících přirozený týdenní rytmus televizního vysílání a soustředění pozornosti na témata veřejného zájmu. Také v oblasti dokumentu se důležitým kritériem při posuzování jednotlivých projektů stává jejich potenciální hodnota pro archiv.

Programová strategie České televize je založena na systematickém zhodnocování vložených finančních prostředků a jejich ekonomické návratnosti. Důsledně respektuje toto hledisko, protože Česká televize nese odpovědnost za zacházení s výnosem televizních poplatků ve prospěch veřejnosti a musí veškeré vynaložené prostředky vynakládat podle jasných kritérií a dobře kontrolovatelným způsobem. Přes přirozený konzervativismus, který z takového postavení v zásadě vyplývá, však Česká televize v duchu svého poslání nemůže rezignovat na významné programové inovace, ani na prostor, vyhrazený v programové nabídce experimentální tvorbě. Vytváření prostředí přátelského k vývoji nových formátů televizních pořadů je proto – nad rámec striktně formulovaných záměrů – nedílnou součástí programové strategie České televize.

SPECIÁLNÍ ČÁST

1) Zpravodajství a publicistika

Poskytování objektivních, ověřených, ve svém celku vyvážených a všestranných informací pro svobodné vytváření názorů je jedním ze základních úkolů televize veřejné služby. Plní jej prostřednictvím strukturované škály zpravodajských, publicistických a diskusních pořadů, z nichž každý typ má odlišné určení.

Pro účely programové strategie dělí Česká televize zpravodajské relace na dvě kategorie: všeobecné a specializované. Všeobecné dále dělí na hlavní zpravodajské relace (*Události*) a průběžné informativní zpravodajské relace (*Zprávy*). Specializované zpravodajské relace dělí na rozšířené komentované zpravodajství (*Události, komentáře*), zahraniční (*Události ve světě*), regionální, ekonomické, kulturní a sportovní zpravodajství. Toto členění je založeno na typu poskytované služby a jejím místě a roli ve vysílacím schématu.

Za rozhodující měřítko kvality pro všeobecné zpravodajské pořady pokládá Česká televize úplnost zpravodajské agendy jednotlivých pořadů,³ způsob zpracování témat a aktuálnost přinášených informací. Rozvoj služby, kterou poskytuje prostřednictvím zpravodajských pořadů, posuzuje Česká televize podle tří základních aspektů, jimž podřizuje své strategické záměry v této oblasti. Strategické cíle České televize v rozvoji zpravodajství proto jsou:

- zvýšit počet krátkých zpravodajských relací a zmenšit intervaly mezi nimi (aspekt lepší dostupnosti aktuálních informací v kratším čase);
- zlepšit systematické řízení agendy hlavní zpravodajské relace a specializovaných zpravodajských pořadů (aspekt poskytování úplnějších informací v relevantním kontextu);
- důraz na důkladnější, srozumitelnější a informačně hodnotnější zpracování jednotlivých témat ve specializovaných zpravodajských relacích (aspekt usnadnění orientace diváků v jednotlivých tématech agendy, tj. lepšího zhodnocení poskytovaných informací).

Těmto cílům podřizuje Česká televize vývoj stávajících i nových formátů zpravodajských pořadů. Jsou základem její strategie v tomto segmentu služeb poskytovaných veřejnosti a jim podřizuje dílčí strategie, z nichž podstatné jsou:

- důraz na rozšiřování prostoru a zpestřování tematické škály regionálního zpravodajství;
- důraz na poskytování těch informací zahraničního zpravodajství, které mají a budou mít vliv na vývoj v České republice, zejména otázky evropských integračních procesů, otázky veřejného zájmu ve smyslu judikatury Evropského soudu pro lidská práva ve Štrasburku a otázky dopadů lidské činnosti na životní prostředí;

³ Východiskem pro posuzování úplnosti zpravodajské agendy jednotlivých relací jsou v následujícím pořadí: 1) srovnatelné zpravodajské pořady ostatních českých celoplošných televizních stanic; 2) agenda celostátních tištěných a internetových deníků; 3) agenda zpravodajských agentur. Nelze mechanicky porovnávat agendu tištěných médií a televizního zpravodajství, proto parametry 2) a 3) pokládá Česká televize za orientační.

- důraz na poskytování ekonomických informací v takové struktuře, kontextu a míře podrobnosti, která divákům umožní dobrou orientaci v celkové hospodářské situaci České republiky.

* * *

V oblasti publicistických pořadů je pilířem programové strategie České televize posilování služby veřejnosti ve smyslu poskytování prakticky použitelných informací o právním řádu České republiky a jeho praktických aplikací. K tomu patří také heuristicky důsledné a pečlivé sledování vývoje případů podezření na protiprávní či neetické jednání veřejných činitelů a nezaujaté a nestranné informování veřejnosti o těchto kauzách. Strategií České televize v této složce výroby a vysílání televizního programu je postupné odstraňování duplicitních a zastaralých formátů pořadů a jejich nahrazení dobře strukturovanou škálou přesně definovaných typů (titulů) pořadů s odlišnými rolemi v rámci této služby. V letech 2003 – 2006 Česká televize ve sféře publicistiky posílí úlohu vzdělávacích pořadů, zaměřených na vědu, techniku a technologii, a pořadů s ekologickou a náboženskou tematikou.

Diskusní pořady České televize jsou primárně určeny k tomu, aby jejich prostřednictvím získal divák představu o názorech a postojích představitelů veřejného života, reprezentantů jednotlivých názorových směrů a proudů. Vzhledem k tomu, že tyto pořady zprostředkovávají slovy zákona *informace pro svobodné vytváření názorů*, umísťuje Česká televize zejména politické diskusní pořady tak, aby televizním divákům zajistila jejich všeobecnou dostupnost. Strategie České televize v oblasti diskusních pořadů směřuje k nalezení malého počtu přesně vyprofilovaných formátů pořadů pro tuto službu a k jejich uplatnění v týdenním rytmu. Vedle toho zachovává a bude dále rozvíjet speciální diskusní pořady, určené konkrétním cílovým skupinám diváků, např. divákům do dvaceti čtyř let, tj. tituly, u nichž není týdenní periodičita nezbytností.

* * *

Programová strategie České televize v oblasti sportovního zpravodajství a publicistiky směřuje k naplnění dvou odlišných, ale vzájemně se doplňujících cílů. Prvním je oslovení statisticky významného počtu diváků zajištěním vysílacích práv a kvalitních přenosů a záznamů z vrcholných soutěží v těch sportovních odvětvích, která vzbuzují nejširší zájem (fotbal, hokej). Zde Česká televize vstupuje do přímé konkurence s komerčními televizními stanicemi. Její postup v této oblasti je legitimní ze dvou důvodů. V první řadě není slučitelné se zákonitostmi, jimiž se řídí vysílání plnoformátových komerčních televizních stanic, vysílat vysoký počet zápasů. Soukromý vysílatel vybere z nabídky jen dvě nebo tři klíčová utkání a ostatní nevysílá. Česká televize vysílá řádově vyšší počet utkání jako službu veřejnosti a nabízí mnohem úplnější obraz dění v daném druhu sportu. Využívá přitom výhody dvou celoplošných televizních kanálů, jimiž disponuje. Je proto logické, že usiluje i o práva k přenosu závěrečných rozhodujících zápasů, o jejichž vysílání mají zájem i soukromí vysílatelé. Kromě toho patří k tradici sportovních přenosů v rámci českého mediálního prostředí vyšší kvalita přenosu i komentářů těchto utkání, kterou garantuje televize veřejné služby. Na zajištění této kvality je – vedle cíleného získávání vysílacích práv – je i do budoucna postavena programová strategie České televize ve vztahu k masovým sportům.

Speciální součástí strategie České televize v oblasti sportu představují přenosy z olympijských her. Komparativní výhoda vysílatelů veřejné služby v Evropě vedla historicky k tomu, že výsadní postavení při nákupu vysílacích práv na přenos olympijských soutěží získaly členské televizní stanice Evropské unie vysílatelů EBU. Na základě zkušenosti Česká

televize vyhradila těmto přenosům vždy po dobu trvání olympijských her celý vysílací kanál a její strategie pro následující léta zůstává v tomto směru neměnná.

Druhým pilířem programové strategie České televize v oblasti sportovního zpravodajství a publicistiky zůstává systematická propagace menšinových sportů. Konkrétní formu dostává v podobě periodických publicistických pořadů i dramaturgie hlavních sportovních relací. Strategickým záměrem České televize v této sféře je vzbudit zájem veřejnosti o menšinové sporty. Důležitou součástí tohoto přístupu je systematické referování o sportovních aktivitách tělesně postižených, o rehabilitační, rekonvalescenční a integrační roli soutěží tělesně a smyslově postižených sportovců.

Pro oblast zpravodajství, publicistiky a sportu v programové nabídce České televize bude mít rozhodující význam rychlé zavedení pozemního digitálního televizního vysílání v systému DVB-T na otevřené platformě MHP. Proto je součástí celkové institucionální strategie České televize intenzivní příprava dramaturgie digitálního televizního kanálu s pracovním názvem ČT 3, jehož obsahem by měly být tyto složky programové nabídky.

2) Dramatická tvorba

Strategii České televize v oblasti dramatické tvorby a především v oblasti produkce a koprodukce kinematografických děl do velké míry předurčuje tradice. Limity tvoří na jedné straně ekonomické možnosti České televize, na druhé straně potenciál filmových a televizních tvůrců, působících v České republice. V prvních letech své existence převzala Česká televize dílem v důsledku konkrétní historické situace, dílem na základě vlastního strategického rozhodnutí, roli českého národního filmového producenta, kterou si dokázala udržet. Původní rozhodnutí, jehož klíčovým aspektem bylo naplnění zjevného veřejného zájmu, získalo pro Českou televizi postupně významný pozitivní ekonomický rozměr.

Ke kinematografické tvorbě přistupuje Česká televize jako ke klíčové investici do programu. Vysílací práva k více než stovce filmových titulů, které Česká televize buď vyrobila, nebo se na jejich výrobě podílela jako koproducent, tvoří důležitou část její programové nabídky. Uvážlivé zacházení s touto knihovnou obohacuje programovou nabídku České televize v hlavních vysílacích časech a přináší významné vyčíslitelné finanční úspory. Základní strategií České televize v oblasti dramatické tvorby je rozvoj a aktualizace tohoto fondu. V jejím rámci jsou rozhodující tři vzájemně se ovlivňující aspekty:

- dramaturgický;
- ekonomický;
- právní.

Strategickým záměrem České televize je rozšiřovat knihovnu kinematografických děl tak, aby umožňovala sestavovat podle rozličných kritérií (žánrového, tematického, autorského, podle hereckého obsazení) řady filmů, využitelných v uvážených intervalech mezi reprízami jednotlivých snímků, k vysílání v *prime time*, o víkendech nebo v druhém večerním časovém pásmu. Z dramaturgického hlediska to znamená dbát nejen na kvalitu jednoho každého snímku, ale také na využitelnost jednotlivých projektů v rámci takto koncipovaných řad.

Ekonomický aspekt zvolené strategie, který s dramaturgií v tomto smyslu úzce souvisí, tkví zejména v tom, že tyto reprízy musejí v střednědobém a dlouhodobém výhledu přinést České televizi takové úspory v nákladech na nákup vysílacích práv českých či zahraničních filmů, aby zaručily při srovnatelné sledovanosti návratnost prostředků, které Česká televize do produkce či koprodukce těchto kinematografických děl vložila. Právní aspekt této strategie tkví v uzavírání smluv koncipovaných tak, aby na dosažitelné minimum omezily dodatečné výdaje, spojené s opakovaným uvedením těchto filmů do vysílání České televize.

Touto strategií Česká televize sleduje jako jeden z nejdůležitějších cílů také systematické obohacování národního kulturního dědictví. Proto preferuje díla na základě původních českých literárních předloh s důrazem na vysokou kvalitu jejich zpracování. V rámci této strategie Česká televize aspiruje na to, uchovat si i do budoucna neformální postavení hlavního českého národního filmového producenta. Podle kvality nabízených scénářů a podle svých ekonomických možností počítá s produkcí či koprodukcí osmi až dvanácti celovečerních filmů ročně, z čehož alespoň jeden by měl reprezentovat atraktivní tvorbu pro děti.

Nejcharakterističtějším tvarem dramatické tvorby uplatňovaným v televizním vysílání je televizní seriál. Podobně jako v kinematografické produkci i zde existuje desítky let vznikající tradice původní české seriálové tvorby, která má své zákonitosti a svá specifika. Ve své programové strategii Česká televize akceptuje skutečnost, že tato tvorba je zpravidla založena na výpravném zpracování mnohdy náročných literárních látek, má složitější dramatickou výstavbu, obvykle gradovanou v průběhu řady dílů, a není založena jen na sledu epizod volně pospojovaných osobami a prostředím. V tomto smyslu se tradiční český televizní seriál výrazně liší tzv. soap oper a sitcomů s mnohonásobně vyšším počtem dílů, postavených na relativně samostatných epizodách bez propojení hlubších linií příběhu. Programová strategie České televize tuto tradici respektuje a rozvíjí, respektive ji modernizuje a adaptuje na potřeby televizního vysílání let 2003 – 2006 a následujících.

Pokud 90. léta 20. století přinesla stopážové sjednocení jednotlivých dílů seriálů a tím jejich lepší využitelnost v rámci standardního vysílacího schématu plnoformátové televizní stanice, pak současná programová strategie České televize posouvá formální nároky diktované potřebami přirozeného rytmu televizního vysílání dále. Produkci a koprodukcí televizních seriálů chápe Česká televize v rámci své programové strategie jako střednědobou až dlouhodobou investici a posuzuje ji kritériem návratnosti vložených finančních prostředků. Preferuje projekty, navazující na úspěšné řady již existujících seriálů tak, aby vznikaly celky, využitelné v týdenním rytmu vysílání po dobu šesti měsíců či roku, podporuje návaznost nových titulů seriálů na kinematografickou produkci.

Ambicí České televize v oblasti produkce nových seriálů je postupně nahradit reprízové české seriály z 70. a 80. let z archivu bývalé Československé televize a průběžně vytvářet a obohacovat nové programové fondy. Ty tvoří jednu z nejdůležitějších komparativních výhod České televize v soutěži o zájem diváků s komerčními vysíláči, jimž podobné dlouhodobě a systematicky budované zázemí chybí.

Uváživým využívání repríz děl vzniklých v 90. letech minulého století, řízeným s ohledem na to, aby nedošlo k devalvací hodnoty těchto seriálů, Česká televize šetří významné finanční prostředky, které může efektivně investovat do výroby, zaměřené na metodické rozšiřování a obohacování těchto fondů. Kritériem dlouhodobé využitelnosti takto vzniklých děl dramatické tvorby je z dramaturgického hlediska u seriálů rozhodující.

Nezbytnou součástí strategie České televize v této oblasti je důraz na kvalitu scénářů a jejich zpracování, na slučitelnost vyrobených děl s posláním televize veřejné služby v evropském pojetí. V závislosti na nabídce kvalitních scénářů a na ekonomických limitech je součástí programové strategie České televize vyrábět ročně minimálně 26 dílů výpravných seriálů pro hlavní večerní vysílací čas a 13 děl dramatické tvorby (seriálů, minisérií i jednotlivých televizních filmů či inscenací) pro děti a mládež.

* * *

Přístup České televize k původní české animované tvorbě vychází v její dlouhodobé programové strategii ze dvou faktorů:

- je v současnosti jediným garantem zachování tradice původní české animované tvorby a jako taková je nezpochybnitelnou nositelkou veřejného zájmu v této oblasti;
- disponuje pouze limitovaným prostorem k uplatnění této tvorby za ekonomicky přijatelných podmínek.

V rámci programové nabídky adresované dětem existuje ve vysílání České televize tradiční příležitost pro uplatnění animované tvorby v podobě večerníčků. Formát je striktně

dán tradicí a veškeré nové tituly jsou jím vázány. Programová strategie České televize počítá s jeho rozvojem ve třech směrech:

- navázáním na úspěšné řady večerníků tam, kde to dramaturgie umožňuje;
- rozšíření řady titulů vhodnými adaptacemi klasických a úspěšných novějších literárních děl pro děti;
- založení nových řad na základě původních scénářů vzniklých za tímto účelem.

Nezbytnou podmínkou je důraz na kvalitu literárních předloh a scénářů a nejvyšší dosažitelnou úroveň výtvarného a režijního zpracování animovaných cyklů určených k tomuto účelu. Další podmínku tvoří slučitelnost nových řad s dosavadním historicky vzniklým charakterem vysílání v tomto čase. Česká televize na výrobu animovaných snímků pro tento účel pohlíží jako na dlouhodobou investici, která jí umožní zhodnotit nejen novou tvorbu, ale i snímky, které již jsou součástí jejich archivních fondů, a to především prodloužením doby, která uplyne mezi jejich reprízami a snížením frekvence nasazování jednotlivých titulů opakovaně do vysílání. Součástí strategického záměru České televize je v závislosti na kvalitě nabízených projektů a ekonomických možnostech vyrábět nebo koprodukovat minimálně 13 nových děl a cyklů večerníků ročně.

Česká televize mimo to bude i nadále – v případě, že v České republice budou vznikat projekty, které snesou srovnání se špičkovou zahraniční produkcí v této oblasti – podporovat animovanou tvorbu pro dospělé, a to v rámci prostoru, který obecně vyhrazuje české nezávislé a experimentální televizní tvorbě.

3) Dokumentární tvorba

Ve vlastní a zakázkové dokumentární tvorbě naplňuje Česká televize veřejný zájem. Svou programovou strategií v této oblasti usiluje o to, aby tento zájem, daný několika odlišnými hledisky, dokázala skloubit s požadavky na programovou náplň televize veřejné služby počátku 21. století. Z tematického hlediska usiluje o to, podávat prostřednictvím dokumentů zejména obraz:

- české a evropské historie související s vývojem regionu, a to bez ideologických deformací a zjevné podjatosti, tj. plnit pro české televizní diváky úlohu, kterou jiný producent a vysílatel než národní televizní stanice veřejné služby plnit nemůže;
- současné společnosti České republiky v celé její mnohotvárnosti, se všemi problémy, plynoucími z proměnlivosti moderního světa, jeho hodnotových stupnic a civilizačních střetů;
- české a světové vědy a vývoje vědeckého poznání, techniky a technologií;
- české a světové kultury a umění;
- významných českých a světových osobností, tj. zachycovat jejich názory a postoje a uchovávat je pro budoucnost.

Formáty dokumentárních pořadů k tomuto účelu vyvíjela Česká televize od poloviny 90. let 20. století. Disponuje obsáhlými a ve vysílání dobře použitelnými archivními fondy těchto dokumentů a systematicky je využívá. Základním dramaturgickým požadavkem na současnou produkci dokumentárních cyklů je proto formální slučitelnost nových řad dokumentů s těmito fondy, aby s nimi Česká televize mohla vhodným způsobem pracovat při sestavování vysílacích schémat a uspokojování stejné cílové skupiny diváků v pravidelných schématových časech. Cílem České televize v této oblasti je produkovat v závislosti na ekonomických možnostech v rámci ucelených řad s jednotnou a dobře koordinovanou dramaturgií ročně minimálně 26 hodinových dokumentů, a to řazených do tematických cyklů i soliterních, 26 kratších monotematických dokumentů a 26 portrétních snímků.

Filmové a televizní dokumenty zachycují i nepředvídatelné události, které významným způsobem ovlivňují život lidí v České republice. Tuto reflexi lze očekávat od českých tvůrců. Proto je nedílnou součástí programové strategie České televize v této oblasti pohotovost a schopnost aktuálně využít ve vysílání i pro obohacení archivních fondů neplánované monotematické soliterní dokumenty, které nesplňují výše popsané požadavky. Česká televize tím přijímá odpovědnost, která jí plyne z přirozené povinnosti národní televizní stanice veřejné služby uchovávat vrstevnatý a mnohotvárný obraz současného života české společnosti se všemi jeho pozitivními a negativními aspekty pro budoucnost.

4) Zábava

Programová strategie České televize na roky 2003 – 2006 vychází z předpokladu, že ani s nástupem pozemního digitálního televizního vysílání nezaniknou plnoformátové televizní kanály a přinejmenším po dobu souběhu analogového a digitálního televizního vysílání v České republice budou hrát významnou roli v celkové programové nabídce všech celoplošných televizních vysílatelů. Plnoformátový televizní kanál bez zábavných pořadů nelze koncipovat.

Významná tradice zábavných televizních pořadů je v České republice paradoxně v mnohém svazující; mechanická návaznost na ni vede ke stagnaci. Komerční stanice často převzaly schéma estrád, příznačných pro produkci někdejší Československé televize, a po strukturálně bezvýznamných formálních inovacích je využívají v několika základních podobách dosud. Není posláním České televize soutěžit s těmito stanicemi prostřednictvím dalšího snižování laťky vkusu, obhroublostí, pokleslostí a lacinou lascivitou.

Pokud má televize veřejné služby obhájit legitimitu svých pořadů v rámci zábavných pořadů, musí být nositelkou inovací, předkládat invenčnější a dramaturgicky náročnější formáty zábavných pořadů a aspirovat na to, aby odstraňovala stereotypy a stanovovala měřítko kvality a vkusu. Součástí strategie České televize proto je vyvíjet v této oblasti nové formáty, respektive pokračovat ve výrobě a vysílání těch, které měly a mají nepochybnou kulturní úroveň a určitou informační hodnotu. Vedle zachování dosavadních úspěšných formátů zábavných pořadů je součástí programové strategie České televize v letech 2003 – 2006 klást v této oblasti důraz na:

- nákup a rozvíjení úspěšných evropských formátů zábavných pořadů;
- obnovu tradice mikrokomedí;
- zachování prostoru po alternativní formáty zábavných pořadů.

Specifikem tvorby zábavných pořadů určených pro hlavní vysílací čas je nízká frekvence uvádění jednotlivých titulů a v průběhu roku velmi nepravidelně rozložené požadavky na uvádění konkrétních titulů. Jarní měsíce typického roku zaplňují přímé přenosy a záznamy z udělování výročních cen v nejrůznějších oblastech kinematografie, divadelního a hudebního života a televizní tvorby; naopak zvýšená poptávka po speciálních vydáních profilových zábavných pořadů každého televizního vysílatele přichází zejména s koncem kalendářního roku. Nízká periodicita vysílání jednotlivých formátů zábavných pořadů umožňuje televizní stanici veřejné služby důslednou dramaturgii a důraz na optimální kvalitu jednoho každého vydání každého titulu. Ambicí České televize je, aby nové zábavné pořady byly v letech 2003 - 2006 schopny obstát ve srovnání s divácky atraktivními reprízami řad zábavných pořadů zejména z první poloviny 90. let 20. století.

5) Pořady a služby, určené menšinám definovaným osudem

Důležitou součástí programové strategie České televize je výroba a vysílání pořadů a doprovodných služeb, určených menšinám, definovaným osudem. Jedná se o fyzicky a smyslově postižené, seniory, děti vyrůstající bez rodinného zázemí, osoby postižené důsledky přírodních katastrof atd. Obdobně se Česká televize věnuje též příslušníkům etnických, národnostních, náboženských a kulturních menšin. Zvláštností této služby je nutnost zajistit její poskytování pro statisticky malé sociální skupiny, rozptýlené na celém území státu. V praktické rovině to znamená nutnost zajistit všeobecnou dostupnost těchto služeb, a to i nad rámec zákonem definované celoplošné dostupnosti vysílaného signálu.

Programová strategie České televize však není postavena výhradně na mediální obsluze těchto menšin formou speciálních pořadů určených přednostně jejich příslušníkům. Základním cílem České televize v této oblasti je přispívat k zdárné integraci příslušníků těchto menšin do života většinové společnosti, seznamovat majoritu televizních diváků s problematikou těchto menšin, probouzet a prohlubovat pochopení jejich problémů ve většinové české společnosti. Z toho vychází strategický přístup České televize, diferencovaný do tří rovin:

- přímá služba (poskytovaná prostřednictvím propracované škály speciálních pořadů, určených příslušníkům těchto menšin);
- doplňková služba (poskytovaná např. neslyšícím prostřednictvím skrytých i otevřených titulků k pořadům nebo tlumočením do znakové řeči, služba formou poskytování specializovaných informací příslušníkům těchto menšin na stránkách teletextu atd.);
- služba ve prospěch integrace do většinové společnosti (zastoupení příslušníků těchto menšin mezi zaměstnanci a spolupracovníky České televize pravidelně vystupujícími na obrazovce, cílené uvádění problematiky těchto menšin do zpravodajských, publicistických a dokumentárních pořadů, prezentace příslušníků těchto menšin v dramatických a zábavných pořadech v rolích plnohodnotných členů společnosti).

Tato strategie bude v letech 2003 – 2006 neměnná. Česká televize však bude usilovat o to, pokud jí to ekonomické podmínky její činnosti dovolí, škálu těchto služeb ve všech třech oblastech proti stavu z let 2000 – 2002 dále rozšiřovat.

II. AKVIZICE

OBEČNÁ ČÁST

Z pohledu střednědobé a dlouhodobé programové strategie České televize plní akvizice diametrálně odlišnou úlohu od vlastní a zakázkové výroby. Základní rozdíl je v rovině zvažování potenciální ekonomické návratnosti: pokud na vlastní a zakázkovou výrobu – s důležitou výjimkou zpravodajství a publicistiky – pohlíží Česká televize jako na dlouhodobou investici s návratností v řádu několika let, pak by podstatná část pořadů, k nimž Česká televize nakupuje vysílací práva na volném trhu, měla přinést návratnost během prvních vysílání v hlavním vysílacím čase, v podvečer nebo v druhém večerním časovém pásmu, případně při jedné nebo dvou reprízách. Návratností přitom u televize veřejné služby v České republice nelze vzhledem ke zcela nerovnoprávným podmínkám při vysílání reklamy považovat přímou finanční návratnost v podobě výnosu z prodeje sousedních inzertních časů kolem nakupovaného pořadu, ale dosažení dlouhodobě vysokého podílu na zájmu diváků, odpovídajícího typu pořadu.

Ve smyslu veřejného zájmu je úkolem České televize zprostředkovat televizním divákům v České republice kvalitní světovou kinematografickou a televizní tvorbu všech žánrů, v pravidelných periodách zpřístupňovat ve vysílání díla klasické světové a české filmové a televizní tvorby a seznamovat s nimi nové nastupující generace. Zároveň je součástí její programové strategie v této oblasti uvádět v nejkratší možné době špičková díla aktuální tvorby, a to nejen dramatické, ale také dokumentární. Vedle toho Česká televize systematicky nakupuje vysílací práva zejména k filmům a seriálům tak, aby bez snížení kvality vysílaného programu oslovovala statisticky významné procento českých televizních diváků a udržovala si významný podíl na jejich zájmu. Oslovením významného procenta diváků – plátců televizních poplatků – v hlavním vysílacím čase Česká televize posiluje svou legitimitu a jednoznačně slouží veřejnosti zpestřením programové nabídky volně dostupných plnoformátových televizních stanic.

Součástí programové strategie České televize v oblasti akvizice vysílacích práv k zahraničním pořadům je poskytovat divákům reprezentativní přehlídku kvalitní světové a zejména evropské filmové a televizní produkce všech žánrů a typických formátů televizních pořadů. Tím zároveň Česká televize v roli vysílatele veřejné služby nabízí divákům referenční rámec, umožňující zařazení její vlastní produkce do relevantního kontextu. Dává divákům příležitost k porovnání profesní úrovně domácí a zahraniční tvorby v těchto žánrech a typických formátech televizních pořadů a touto cestou současně vyvíjí účinný tlak na zvýšení kvality české filmové a televizní produkce obecně.

SPECIÁLNÍ ČÁST

1) Dramatická tvorba

Akvizice vysílacích práv k dramatické tvorbě zahrnuje především dvě kategorie vysílaných děl, filmy a seriály. U kinematografické produkce (distribučních filmů) přihlíží Česká televize ve své programové strategii zejména k následujícím aspektům, podle nichž vybírá a zařazuje do vysílání jednotlivé kategorie těchto snímků:

- klasická díla světové kinematografie (vysílací práva pořizována opakovaně, filmové řady vysílány v rámci tzv. filmových klubů zpravidla v druhém večerním pásmu);
- špičková díla současné světové kinematografie, slučitelná s uvedením v televizi veřejné služby – tj. nikoli čistě komerčně orientovaná filmová produkce (vysílací práva pořizována s minimálním dosažitelným časovým prodlením od jejich uvolnění pro volně dostupné televizní vysílání);
- díla světové kinematografie, schopná oslovit nejširší kategorii televizních diváků (vysílací práva pořizována podle ekonomických možností kvantitativních požadavků vysílacího schématu);
- klasická díla české kinematografie v přísném dramaturgickém výběru (vysílací práva pořizována v několikaletých periodách opakovaně – službou veřejnosti je periodické zpřístupňování těchto děl příslušníkům nastupujících generací diváků);
- starší díla české kinematografie řazená do tematických řad (vysílací práva pořizována podle ekonomických možností a požadavků vysílacího schématu – filmy pro pamětníky, služba seniorům).

Nákup vysílacích práv ke kinematografickým dílům v přesně stanovených proporcích dané žánrové a typové struktury bezprostředně podléhá požadavkům vysílacího schématu na kalendářní rok. Česká televize klade důraz na silné zastoupení špičkových děl jednotlivých národních kinematografií a dbá na dodržení zákonných kvót evropské produkce v souladu s platným právním řádem.

* * *

V oblasti nákupu vysílacích práv k zahraničním televizním seriálům dbá Česká televize na zřetelnou dramaturgickou odlišnost od akviziční politiky komerčních televizních stanic. Nákup vysílacích práv k televizním seriálům podle dané žánrové a typové struktury podléhá požadavkům vysílacího schématu na kalendářní rok. Česká televize akcentuje uvádění tzv. kultovních televizních seriálů, a dále děl, která významným způsobem zasáhla do vývoje žánru a děl typických pro národní televizní produkce (např. anglických sitcomů). Za nepřijatelné pokládá uvádění tzv. telenovel, soap oper a ostatní produkce, žánrem a kvalitou neslučitelné s profilem televizního vysílání veřejné služby.

2) Dokumentární tvorba

Uváděním dokumentů vstupuje Česká televize do přímé konkurence s provozovateli sítí kabelové televize, kteří svým klientům nabízejí v současné době tři až čtyři čistě dokumentární televizní kanály a jejich počet v budoucnu pravděpodobně znásobí. Znamená to, že Česká televize musí v rámci své programové strategie hledat komparativní výhody ve srovnání s programovou nabídkou těchto televizních kanálů. Těžištěm její nákupní strategie v oblasti vysílacích práv k dokumentům je především:

- vysoká informativní hodnota dokumentárních cyklů (zejména z oblasti přírodních věd, techniky a technologií a světové historie);
- kvalitní a atraktivní zpracování původních verzí;
- slučitelnost formátů těchto cyklů s dosud vysílanými programovými typy.

Při zpracování českých verzí je strategií České televize dosahovat významné odlišnosti od programové nabídky komerčních dokumentárních kanálů

- přísnou dramaturgií, odpovídající charakteru celkové programové nabídky televize veřejné služby;
- kvalitou překladu, korektním odborným jazykem a celkovou vysokou kvalitou profesionálního zpracování českých verzí.

K programové strategii České televize v této oblasti patří systematické uvádění těchto dokumentárních cyklů v hlavních vysílacích časech jako výrazné alternativy k nabídce pořadů ostatních celoplošných plnoformátových televizních stanic. Slouží k diferenciaci obou dosavadních programů České televize a vytvářejí specifický charakter kanálu ČT 2. Strategie České televize bude v letech 2003 – 2006 v této oblasti dále upřesněna v závislosti na skutečném okamžiku zahájení vysílání digitálního dokumentárního kanálu s pracovním označením ČT 4.

* * *