

Moje osobní motivace k výkonu funkce generálního ředitele ČT

Českou televizi vnímám jako veřejnoprávní médium, které má diváka seriózně a objektivně informovat, vzdělávat a zároveň i bavit. S tímto výkladem se zcela ztotožňuji, neboť rozšiřování obzorů a vědomostí diváka i přinášení pravidelného servisu aktuálního dění z domova i ze světa považuji za jednu z hlavních priorit, které má televize veřejné služby splňovat. Z mého pohledu to ovšem neznamena, že by se Česká televize měla tvářit přísně mentorsky – a nebojím se to říci – až nudně.

V médiích pracuji od roku 1998 a přiznávám, že doposud jsem se potýkal převážně s problematikou komerčních televizních studií. Všichni se jistě shodneme na faktu, že televize, ať už soukromá, nebo veřejnoprávní, by neměla smysl bez diváků. Domnívám se, že právě z komerční sféry, v níž jsem působil a stále působím – naposledy ve funkci generálního ředitele btv - dokáží dobře odhadnout, jak a čím o diváka bojovat a jak si ho získat. Komerce se ne vždy rovná kvalitě, kterou byste chtěli prostřednictvím obrazovek přinášet - obvykle jde o úlitbu bohům a snahu dobře prodat i dobře koupit – výsledný produkt se musí líbit nejen klientům, ale i divákům. Klient může být náročný, divák nikoliv – nebo naopak. V případě České televize bych však v tomto směru nepřipouštěl žádné ústupky a jediným a hlavním měřítkem a kritériem by pro mě byla kvalita a dodržování etického kodexu. Zároveň bych rád nabízel serióznost, nezaujatost a korektnost. Právě veřejnoprávní médium si může dovolit všechny tyto atributy splňovat a nepodléhat žádným komerčním vlivům. Na mém stávajícím pracovišti naplňujeme programem krédo btv „váš dobrý společník a rádce“ a snažíme se být vítaným hostem v každé domácnosti. Veřejnoprávní televizi si cením ještě více – může být zároveň umírněná, přísná a sofistikovaná, nebojí se být konfliktní, a právě pro tyto vlastnosti je ještě víc ceněná. Především z tohoto hlediska vnímám pozici generálního ředitele České televize jako velkou výzvu a zároveň příležitost, jak jistý nepoměr mezi smyslem pro povinnost a zábavou naplnit. Jednu z možností, jak dostat oběmu, ostatně naskýtá dobré vyprofilování jednotlivých kanálů, jejichž dramaturgii, popř. rozšíření bych se rád důsledněji věnoval. Velký potenciál vidím např. v novém kanálu pro děti a mládež, který by se profiloval nejen jako zábavný a nabízel pouze hranou tvorbu tzv. „pro volný čas“ (tj. pohádky, seriály pro mládež atd.), ale zároveň i publicistiku, v níž by se zabýval problematikou rodičovství či dospívání, popř. by dal vzniknout novým pořadům, které by rozvíjely kreativitu „-náctiletých“ a nasměrovaly je dále do života. Není třeba zvlášť podotýkat, že právě v nejmladší generaci vyrůstá České televizi nové divácké podhoubí.

Rozhodně bych však nerad, abyste vnímali mou vizi České televize jako univerzální zábavy pro všechny bez ladu a skladu - jde o to zacílit vždy přesně na konkrétní skupinu diváků. Již zmíněnou variantou jsou jednotlivé kanály se zaměřením např. na náročnější publikum nebo milovníky sportu, další je přesná koncepce a harmonogram denního vysílání s časovými pásmy pro jednotlivé věkové kategorie. Své pevné místo musí mít objektivní a nezaujaté zpravodajství, vzdělávací pořady i zábavná tvorba, především s důrazem na tu původní.

V závěru považuji za neopominutelné vyzdvihnout, že práce v České televizi znamená v mých očích vysoký kredit, neboť tuto instituci ctím jako nanejvýš prezicní a profesionální mediální prostředí. Jako manažer mám vždy vysoké požadavky na svůj tým a předpokládám, že Česká televize odpovídající struktury nabízí. Pokud si to situace vyžádá, nebál bych se ani radikálnějších změn na některých postech a inovace tvůrčích týmů. Rovněž jsem za léta praxe poznal řadu profesionálů (redaktorů, režisérů, dramaturgů atd.), jejichž schopností si velice vážím a mohl bych je ke spolupráci s veřejnoprávní televizí oslovit, neboť věřím, že by byli – i popř. jako externí spolupracovníci – pro image České televize přínosem.

Ing. Petr Bakus