

učinit diváka nezávislým na manipulativních či narkotizujících účincích hodnotově „zprůměrněných“ televizních programů, museli bychom jeho přístupy k tomuto médiu velmi intenzívním způsobem a po dlouhou dobu výchovně formovat (viz II./3.6.2). Hudbu jakkoliv figurující v televizních programech může přitom televizní divák přijímat nejrůznějším způsobem: realizuje (ba dokonce rozšiřuje a doplňuje) se tu celá Adornem připomenutá škála receptivních typů počínaje postojem „experta“ a konče příjmem hudby jako pouhého dotvářejícího pozadí obrazových dějů. Všem těmto přístupům je ovšem jedno společné: v divákově mysli (ve sluchové i vizuální představivosti) se formuje „závazné“ spojování hudby s obrazovým děním (viz II./3.1). **Na hudebně nejspecifičtějším pólu i v protikladné pozici** (tam, kde je v podstatě lhostejné, jaká hudba daný kontext provází) **se historicky profiluje a upevňuje korelace audiálního a vizuálního faktoru**. Jedno tu doplňuje a podporuje druhé, receptce jednoho „aktivizuje“ přinejmenším jistým elementárním způsobem receptci druhého. Vzniká tak **zcela nová modalita receptivního přístupu k hudbě**: zazněním hudby se implikuje očekávání viditelných dějů, ať již je jejich syntaktická a sémantická korespondence s hudebním průběhem maximálně „závazná“ či naopak zcela volná. A kupodivu se z jedné kooperující složky do složky druhé indukuje i „estetická hodnota“: začíná platit, že **co se líbí oku, líbí se i uchu (a naopak)**.

Výzkumy prováděné v polovině 80. let, při nichž byly pokusným osobám předváděny videozáznamy hudby, přinesly takovýto poměrný výsledek (BEHNE 1994, s. 10):

	Dojem z poslechu	
	Pozitivní	Negativní
Pozitivní vizuální vjem	8	1
Negativní vizuální vjem	1	7

Dokonce se zdá, že „zralejší“ či odborně vyhraněnější hudební jedinci přijímají vizuální prezentaci hudby s větší vstřícností než vyložení laikové (srovnej BEHNE 1994, s. 40).

	Experti	Zájemci o hudbu	Laikové	
Video hodnoceno				
negativně	10	15	22	= 47
ambivalentně	11	21	13	= 45
pozitivně	16	17	10	= 43
	---	---	---	---
	37	53	45	135

S typem hudebního recipienta nárokovajícího „vizuální prezentaci hudby“ je tedy třeba počítat (ať se to tradicionalisticky uvažujícím hudebním odborníkům líbí či nelíbí). Televize má na zrodu takového typu receptce hudby hlavní zásluhu: přispěla k jeho zmasovění, zároveň však umožnila jeho kvalitativní diferenciaci. Přinejmenším onen druhý trend je nadějný, neboť umožňuje i do budoucna přirozený rozvoj (a nikoliv stagnaci či typologické zúžení) receptivních přístupů k hudbě.

4.1 Od dramaturga k „diskžokejovi“

Skutečnost, že se nejen v rozhlasovém (viz I./4.3), ale i v televizním provozu hovoří o **dramaturgovi a dramaturgii**, si nesporně zasluhuje stručné terminologické objasnění.

Slovo „dramaturgos“ označovalo v antickém Řecku spisovatele dramatu, tedy - moderně řečeno - tvůrčího umělce. V novodobé divadelní terminologii byl ovšem význam přeživšího slovního tvaru „dramaturg“ posunut: za dramaturga začal být totiž považován ten člen (respektive spolupracovník) divadelního tělesa, který měl pečovat o herní plán a jeho koncepci, uvažovat o kvalitě, obsahu a inscenačních nárocích té které hry z hlediska jejího vřazení do repertoáru, připravovat (ale třeba i upravovat a literárně dotvářet) dramatické texty tak, aby mohlo dojít k jejich nastudování a inscenaci, atd. atd. O této nyní již spíše kritické, analytické a koncepčně plánovací nežli umělecko-tvůrčí práci (z ní tu vlastně zbyly jen dramaturgovy literární - v případě přípravy hudebně dramatických děl pak i hudebně kompoziční - vstupy do textů pocházejících od jiných autorů) se pak hovoří jako o dramaturgii. Dodejme ještě, že tam, kde dramaturg dokončí „přípravou kusu k inscenaci“ svou práci, předává štafetu dalším divadelním činitelům, zejména režisérovi.

Řečené se samozřejmě týká všech divadelních druhů a žánrů: vedle dramaturgů činoherních existují tedy rovněž dramaturgové operní, operetní apod. Naproti tomu se nestalo zvykem přisuzovat status a úroveň dramaturga činiteli, který připravuje programovou koncepci a skladbu méně integrovaných druhů scénické tvorby (revue, varieté apod.): snad proto, že východiskem inscenace tu není autorský dramatický text, nýbrž spíše obrysový či bodový slovní scénář. Tím více udivuje lehkost, s jakou se v posledních desetiletích ujaly výrazy „dramaturg“ a „dramaturgie“ ve výpovědích o programové přípravě i výstavbě koncertů, koncertních cyklů a hudebních festivalů. V češtině to pokládáme za jazykový nešvar a za důsledek myšlenkové a označovací

ledabylosti, nicméně tuto vžitou praxi lze těžko revidovat: ostatně nevíme, jakým jiným jednoslovným výrazem by se tato nepřipadná, leč konec konců přece jen obecně srozumitelná slovní výpůjčka dala nahradit (máme tu snad raději hovořit o „programátorovi“???)

Vezmeme-li v úvahu provoz masových médií typu rozhlasu a televize, a to i hudební složku jejich produkce, zjistíme, že slovo „dramaturg“ si našlo cestu také do této sféry, přičemž jeho aplikace není ani tu prosta rozporů (srovnej FISCHER 1942). Novodobý divadelní pojem „dramaturg“ by byl v obou případech plně adekvátní, pokud by byl vztažen na činitele připravujícího řečeným způsobem (tj. od tvorby koncepce až po rozhodování o uvedení jednotlivého díla) tvorbu dramatického charakteru pro potřeby vysílání. V rozhlasu by tak do „popisu dramaturgovy práce“ spadala starost o to, které přenosy a rozhlasové realizace činoher, oper či zpěvoher mají být zařazeny do programů a jaké místo tu mají zaujmout specificky rozhlasové hry nejrůznějšího typu; dramaturgovým úkolem by rovněž bylo od počátku výběrově rozhodovacího procesu střežit zvláštnosti rozhlasové prezentace všech těchto dramatických útvarů (musel by tedy počítat s absencí vizuálního momentu a s jeho substitucí zvukovými prostředky; srovnej I./1.3.3). V audiovizuálním televizním médiu by se pak dramaturgova práce takřka ničím nelišila od činnosti „tradičního“ divadelního dramaturga. V rozhlasu i v televizi samozřejmě někdo takovouto práci opravdu vykonávat musí, avšak výraz „dramaturg“ se tu vžil ve značně širším, ještě spíše pak rozmlženém a vlastně značně odlišném významu: **podobně jako ve zmíněné „ledabylé“ komunikaci o hudbě se i zde za dramaturga prohlašuje ten, kdo tvoří a prosazuje programovou koncepci vysílání, a to bez ohledu na to, zda má tato koncepce něco společného s dramatickou tvorbou či nikoliv** (dalo by se i tady hovořit o „programátorovi“, nebo - jelikož jsme na mediální půdě pracující s úpravou textů - o „starém dobrém redaktorovi“???) . V rozhlasové praxi se sice slovo „dramaturg“ jako takto významově odkloněný terminus technicus uplatňuje poměrně zřídka (srovnej I./4.3), o to větší je však jeho frekvence v komunikaci televizních pracovníků: snad k tomu přispívá i skutečnost, že fenomén „televize vůbec“ se přece jen může jevit jako určitá substituce divadla a s ním spjatého provozního typu.

Leč i kdybychom se sebevíce snažili vnést do sémantického pole slova „dramaturg“ pořádek, danou zvyklost tím nezvrátíme. Smířme se tudíž s existencí televizního dramaturga jako činitele, který nemusí mít s dramatickou tvorbou nic společného, avšak jemuž může připadnout třeba i úkol pečovat o prezentaci hudby v tomto médiu, a raději se ptejme, odkud se takovýto činitel vzal, kým se vlastně stal, jaké jsou jeho úkoly a jak by měl být na jejich plnění připravován.

Při formování náplně televizního vysílání vyvstává pochopitelně potřeba **koncepčního plánování a rozhodování**, a to jak vzhledem k celkovému programu a jeho proporcím, tak zejména ve vztahu k jednotlivým tematickým odvětvím. Na tuto činnost se zprvu pohlíží jako na specifickou modifikaci tradiční a v různých médiích zabydlené aktivity **redaktora** (viz I./4.3), postupně však převládne mínění, že osoba, jež se dlouhodobě zabývá takovouto koncepční prací, připomíná spíše „vznešenějšího“ **dramaturga**: jejím posláním je přece dát základním směrnícím určeným vedením té které televizní instituce „tělo“ a vtisknout jim „duši“. Televizní redaktori měnící se takto postupně - hlavně ve svých vlastních očích - v televizní dramaturgy (a pyšníčí se touto metamorfózou) tedy uvažují o tom, čím by se dalo vysílací schéma (či nějaké jeho tematické odvětví) naplnit a rozhodují tak fakticky i o zařazení či nezařazení jednotlivých položek. V pokračujícím pracovním procesu pak přebírá od dramaturga štafetu takzvaný **producent**; disponuje-li ovšem instituce malým počtem pracovníků, může vzniknout personální unie dramaturga a producenta: v tom případě jedna a táž osoba vše v obecnosti promýšlí a pak sama konkrétně zrealizuje (blíže viz II./4.3).

Kdo se v televizi naznačeným způsobem stará o specificky hudební složku vysílání, stává se v souladu s tímto chápáním **hudebním (televizním) dramaturgem** (po staru řečeno redaktorem). Tento činitel by měl být dokonale seznámen se vším, co na něj doléhá „shora i zdola“. Od vedení televize může očekávat jak základní obsahové „směrnice“ a výzvy k tvorbě co **nejpřesvědčivější** koncepce, tak striktní sdělení o finančních limitech, které nelze při realizaci smělých plánů překročit. A tak je třeba, aby se hudební dramaturg spolehlivě orientoval ve věcech finančních a autorskoprávních, neboť i ty budou rozhodovat o zařazení či nezařazení určitého titulu do plánu. „Pod patrem“ dramaturgových kompetencí se pak rozprostírá svět konkrétního producentství, televizní techniky a technologie, faktické realizace obrazu i zvuku. Rovněž s tím vším musí být dramaturg dobře seznámen, má-li být jím navržená koncepce vůbec realizovatelná. A nejen to: nejde totiž o realizaci ledasjakou, nýbrž specificky televizní. Hudební dramaturg tedy není jen **plánovač, který do programového skeletu dosadí relevantní tematické návrhy**

titulů, nýbrž i odborník schopný vymyslet či posoudit náměty a číst předložené scénáře z hlediska jejich potenciální estetické působnosti. Nestací tu mít vytríbený literární a hudební vkus: v dramaturgově fantazii se musí předem vybavit představa televizního „tempa“ a specificky audiovizuální sdělovací nosnosti budoucích dokumentů. K hudebním znalostem a k vědomostem o hudební kultuře se musí připojit i „heuristické“ nadání, postřehnost a schopnost predikce estetických hodnot: je přece dramaturgovým úkolem koncipovat náplň hudebně televizního vysílání tak, aby mohlo být využito nejlepších dostupných interpretů, aby se dostaly ke slovu aktuální repertoárové směry, aby se vedle tradičně etablovaných hudebně kulturních vzorců prosazovaly i fenomény nové, ba novinkové. Vzhledem k těmto nárokům i ve světle dosavadních zkušeností se zdá být jisté, že **funkci či pozici hudebního dramaturga v televizi by měli zaujímat především erudovaní muzikologové**. Skladatelé a hudební interpreti bez muzikologické přípravy mohou snad vnést do televizního dramaturgického řemesla leckterý moment osobitosti (vyloženou nectností je ovšem jejich občasná nutkávná snaha dosáhnout osobitosti tím, že prosazují v rámci vysílání vlastní tvorbu či výkony), bývají však při posuzování hodnot příliš subjektivní a málokdy uplatní potřebný historický nadhled i dostatečně široký systematický pohled, jehož je třeba při reflexi celku hudební kultury.

Jakkoliv je televizní dramaturg dramaturgem spíše v přeneseném nežli v pravém smyslu slova (klidně bychom mohli jeho profesi i nadále považovat za povolání redaktorské), přiznejme mu, že při splnění všech uvedených úkolů a podmínek vykonává obdobně významnou činnost jako skutečný dramaturg v uměleckém organismu tradiční divadelní instituce. Řekli jsme však, že funkce dramaturga se „vytrácí“ tam, kde divadlo jako médium dramatické tvorby přechází do sfér „mimodramatického“ scénična. Per analogiam pak platí - neboť není televize jako televize -, že **o dramaturgovi, zejména pak o hudebním dramaturgovi, nemá smyslu hovořit v případech, kdy se obsahová koncepce televize rovná mechanicky vyplňované programové šabloně, kdy se kulturní funkce televizního vysílání redukuje na zábavné působení, kdy se uvádění hudby rovná prezentaci nepřetržitého proudu hitů, kdy se rozhodování o hodnotové hierarchii přenechává mechanismu hitparád atp.** Na mysl máme samozřejmě televize komerční povahy a dnes ovšem již i značnou část zábavně zaměřeného programu veřejnoprávních televizí: působí tu sice činitel vybírající hudební projevy, sestavující z nich větší programové celky a projevující též individuální záliby či preference, namísto jeho esteticky aktivního myšlení se však při tvorbě pořadů ujímají vlády jiné instance: vžitá a striktně normativní programová schémata, kulturní vzorce vznikající právě v procesu masové komunikace a tržní distribuce esteticko-uměleckých produktů, faktor „masové“ poptávky a zpětnovazební tlak recipientů navyklých právě na tento typ redukované kulturní komunikace (srovnej II./4.0.1). Osoba, která tu rozhoduje o proporcích a náplni hudební složky vysílání, plní vlastně funkci nikoliv nepodobnou úkolům **diskžokeje** (k rozhlasové analogii tohoto fenoménu viz I./4.3.1; srovnej též POSCHARDT 1997). Leč ani „diskžokejská“ role nemusí být vždy dehonestující: také tuto práci lze vykonávat lépe nebo hůře, s **hlubokým vnitřním angažmá** nebo pod diktátem nejotřelejších uzancí, s **poučeným nadhledem** nebo „fachidiotsky“, s **láskou k věci** nebo s profesionálním cynismem. I k takové práci může být někdy přinucen muzikolog hledající obživu či toužící po popularitě, jakou mu může zaručit komerční televizní stanice s vysokou sledovaností. V tom případě mu lze dát jedinou radu, totiž aby pokud možno inklinoval k prvním alternativám právě uvedených polarit a podržel si schopnost kritické sebereflexe.

4.2 Scenáristika a režie hudebních pořadů

O režii a režisérovi, jakož i o scénáři, se hovořilo již dávno před vznikem televizního vysílání v souvislosti se **scénickým (respektive dramatickým) uměním**, jinak řečeno ve spojitosti s tradičním **divadelnictvím**. Víme, že **režisérem** se již od 18. století mnil významný divadelní činitel: zprvu spíše ten, který se měl starat o chod divadla třeba i podnikatelsky, později pak **tvůrce konkrétní inscenace**, tedy umělec vytvářející její komplexní tvar silou své dramatické a scénické imaginace a prostřednictvím detailní práce s herci v procesu „nastudování“ (scénické konkretizace) textu té které hry. Východiskem režisérový umělecké práce, tj. **divadelní režie**, je tedy zpravidla (jak jinak?) **písemná forma dramatu**, v případě hudebního divadla pak příslušná **partitura**. V textu hry i v partituru se ovšem často nacházejí autorovy explicitní či implicitní pokyny k inscenaci hry: režisér tyto pokyny bere v úvahu, pokouší se je realizovat a často je i domýšlí či nahrazuje svými vlastními řešeními. Za **scénář** byla pak v divadelní praxi považována nikoliv komplexní písemná forma dramatického textu, nýbrž psaná **skica** dramatického a současně již i scénického tvaru, tedy něco, co bylo s to fungovat jako **obrysový plán budoucí inscenace**. Takovéto scénáře si mohl pořádit například právě sám divadelní režisér, nejčastěji však existovaly pouze v jeho mysli. Situace se podstatně změnila se vznikem **filmu**. Režie se tu stala snad ještě potřebnější než při divadelní práci, neboť na rozdíl od divadla, kde

„v okamžiku ohrožení“. Rovněž osvojení podobné pružnosti reakcí patří tedy k tréninku českého hudebně televizního profesionála na přelomu tisíciletí.

5.2 Muzikologovo televizní desatero

Podobně jako ve výkladu rozhlasové hudební problematiky si ani na závěr úvah o vztahu „hudba - televize“ neodpustíme formulaci některých základních (spíše empirií ověřených než teoreticky zdůvodnitelných) principů, jež shrneme do formy „desatera“.

1. Jakmile zatoužíš po profesi televizního pracovníka, ptej se sama sebe, nakolik jsi motivován momenty vnějšími (například atraktivností televizního prostředí, možností získat pro sebe „sociální kapitál“ apod.) a vnitřními (přetlakem kreativních ambicí): pokud tu převládají ony druhé prvky, realizuj svou touhu bez rozpaků a co nejambiciózněji.

2. Nestačí být zkušeným, vědoucím a kritickým posluchačem hudby: staň se i zkušeným, vědoucím a kriticky analyzujícím televizním divákem. V televizi totiž nemůžeš hrát roli pouhého hudebního experta, nýbrž tu musíš působit jako odborník na specificky vizualizované televizní „jinobyí hudby“.

3. Věz, že hudbě v televizi můžeš napomáhat či dobře posloužit obrazem i slovem a že mnohdy budeš muset obrazu i slovu napomáhat či účinně sloužit právě hudbou. V prvním případě zachovej vždy rozumnou míru, v druhém chraň důstojnost hudby (neboť „sloužit“ neznamená „posluhovat“).

4. Nauč se myslet v základních ekonomických kategoriích, neboť při tvorbě náplně vysílacího času bezzbytku platí, že „čas jsou - v tomto případě opravdu obrovské - peníze“.

5. Zvykej si na tvrdé konkurenční prostředí, jaké existuje vně i uvnitř každé televizní instituce, avšak právě proto si osvojuj též pro televizi tak příznačná pravidla týmového chování a jednání.

6. Pozoruj, jak a čím konkurují televiznímu hudebnímu vysílání jiné typy televizních programů, a zjistíš-li to, uvažuj, jak a čím bys jim jako tvůrce zodpovědný za hudbu v televizi mohl úspěšně konkurovat.

7. Ačkoliv televizní činitelé hovoří o své práci způsobem majícím daleko ke „krásné češtině“ a připomínajícím spíše profesní žargon, snaž se v jejich výrazivu odkrýt „moudrost jazyka“: podobně se totiž v minulosti zrodila nejedna odborná terminologie.

8. Televizního diváka chápej jako rovnocenného partnera v rozumné komunikaci, jemuž se není třeba podbízet.

9. Při prezentaci hudby v televizi stále hledej nové formy a prosazuj změny, neboť - aniž bychom to leckdy tušili - permanentně se mění i divák (mění-li se náhodou k horšímu, může to být i tím, že jsme mu dlouho nic nového nenabídli).

10. Nezapomeň, že jsi vědecky erudovaný muzikolog, jehož úkolem je nejen tvořit hudebně televizní pořady, ale i poznávat jejich dobré či špatné působení na stav hudební kultury vůbec.

5.3. Profese dramaturga a producenta

Úkoly a činnostmi televizního dramaturga i producenta jsme se již poměrně důkladně zabývali v kapitolkách II./4.1 a II./4.3. Museli jsme tu ovšem připustit, že leckdy nejsou obě funkce v televizním kontextu náležitě profilovány: myslitelný je dokonce jejich souběh v náplni práce jedné a téže osoby. Přestovšechno lze udělit zástupcům obou funkcí či profesí řadu specifických rad. V případě producenta jsme tak již učinili (viz II./4.3), takže nyní obrátíme pozornost zejména k aktivitě televizního dramaturga. Obecně lze říci, že **vyhraněnost dramaturgovy pozice je dána povahou té které programové sféry televizního vysílání.**

Klasickou doménou dramaturgie zůstává dodnes divadlo, avšak silnou pozici si dramaturgická činnost vydobyla i v oblasti filmu. V inspirativním rozhovoru Jaroslava Vanči s Edgarem Dutkou, vedoucím katedry dramaturgie a scénaristiky FAMU, bylo například uvedeno (viz *Denní Telegraph* z 30. 10. 1996), že v Hollywoodu jsou dnes lepší dramaturgové než scénaristé a že v Evropě vznikla dokonce dvě nadnárodní dramaturgická centra (*Sources a Media*), kam producenti posílají scénaristy s jejich scénářem k dramaturgickému posouzení. Televizně uplatněná filmová i hraná dramatická tvorba se zajisté bez dramaturgického posouzení či zpracování látky neobejde. Televizní dramaturg proto zaujímá pozici činitele, který zásadním způsobem ovlivňuje kvalitu výsledků již před natočením filmu či záznamu (přítom má k dispozici velké množství finančních prostředků); jeho úkolem

je odhadnout, zda výtvar bude dobrý, nebo zda je tu nutno odstranit určité nedostatky, vyřešit rýsuující se problémy atp. Skutečnost, že Američané nazývají tuto dramaturgii „scriptdoctoring“, není ani zdaleka náhodná.

V hudebně zaměřené televizní tvorbě není potřeba dramaturgie pocíťována s takovou naléhavostí a v důsledku toho tu nebývá k dispozici ani nadbytek finančních prostředků. V podobné situaci se ostatně ocitají i sféry televizní publicistiky, dokumentaristiky, tvorby zábavných pořadů i programů pro děti a mládež atp. Nicméně i v těchto uvedených případech se vliv kvalitní dramaturgie projevuje jak v úrovni jednotlivých pořadů, tak v delším časovém horizontu. Pokusme se proto rozčlenit úkoly dramaturga hudebně televizního vysílání na povinnosti krátkodobé a dlouhodobé.

a) **Mikrodramaturgie** - koncentrovaná práce dramaturga nad jedním pořadem, která je podle našeho názoru nezastupitelná. Pracovní proces je zahájen **přijetím prvotního námětu, obsahujícího základní téma, vyzvednutí určitých motivů, návrh na účinkující, udané místo natáčení, eventuálně i poznámky o dekoracích a dalších podrobnostech.** Z této prvotní ideje může posléze vzniknout i značně odlišný tvar, právě od ní se však odvíjejí všechny další postupy. Po poměrně dlouhou dobu, která uplyne od přijetí námětu, zůstává dramaturg v úzkém kontaktu s autorem, popřípadě též s odbornými poradci. Jde-li o složitější a nákladnější projekt, probíhají tu vášnivé diskuse: představy se postupně vyjasňují a zvažují se souvislosti i realizační varianty. V této fázi vstupuje do hry budoucí režisér a přirozeně i producent. Výsledek oněch konfrontací nelze předem odhadnout: je možné, že bude zachována a rozvinuta původní námětová idea, stejně tak může ovšem dojít k její značné transformaci či dokonce - po bolestném rozhodování - k jejímu zavržení. Dramaturg musí zodpovědně zvažovat řadu souvislostí, zvláště **originalitu námětu** (nemá například cenu natáčet v českých podmínkách tradiční portrét Johanna Sebastiana Bacha), **umístění pořadu do vysílání a z toho vyplývající charakter a stopáž** (tzv. diváckou adresu), **vazbu na kulturní identitu zázemí** (přednost by měly mít originální místní projekty), **atraktivnost pro eventuálního zahraničního koproducenta a diváka** (dojde-li ke koprodukcí či k prodeji, vrátí se i část vynaložených nákladů), **vlastní producentské možnosti** (výrobní rozpočet) a **tvůrčí potenciál dalších profesí** (režiséra, kameramana, zvukaře atd.). Právě při takovémto rozhodování dramaturg uplatní veškeré nabyté televizní zkušenosti i znalost tematiky pořadu (zmíněné zkušenosti získává dramaturg průběžným monitoringem celého hudebního vysílání, jakož i sledováním odborného tisku ohlašujícího produkce domácí a zahraniční).

b) **Makrodramaturgie** - činnost související poměrně úzce s tím, co jsme výše (viz II./4.3) charakterizovali jako „nadčasové“ aspekty producentovy aktivity. V tomto případě je brán v úvahu souhrn a výsledný charakter mnoha jednotlivých pořadů (například celé produkce určité tvůrčí skupiny). Tento charakter může být dán zaměřením na komerční úspěšnost (například typ klipové hitparády, kde se sází na jednoduše vykalkulované položky), na intelektuální výlučnost (takto se většinou chová experimentální tvorba začátečníků, která ovšem zřídka pokročí za moment šokující novosti) nebo na vyváženou profesionalitu (formy jsou tu pak spíše střídme a „věcné“; tvorba se pohybuje v rámci daném orientací té které veřejnoprávní nebo soukromé společnosti; ctí se potenciální divák; respektují se vlastní producentské možnosti a přitom se hledají zajímavá témata, jejichž působnost nekončí jediným odvysíláním).

5.3.0.1 Vlastnosti vnější a podstatné

Jen letmo (a značně apodikticky) uvedme vlastnosti, bez nichž nelze úspěšně vykonávat profesi televizního dramaturga a producenta. Slova „vnější“ a „podstatné“ v titulu kapitoly přitom nemají signalizovat rozpor či protiklad: míníme jimi spíše to, že kvality vymezující podstatu televizní profesionality musí právě u pracovníků tohoto typu vždy zřetelně vystupovat na povrch (televizní profesionál si prostě nemůže dovolit luxus pouhé - byť sebedokonalejší - interiorizace, natož introvertnosti). Kýžené vlastnosti nicméně uvádíme ve sledu postupujícím od kvalit, jež je nutno právě vzhledem k povaze televizní práce výrazně exteriorizovat, ke kvalitám, jež mohou přece jen zůstat skrytější infrastrukturou pracovníkova jednání.

- **Komunikativnost.** Médium televize je médiem par excellence komunikačním. Komunikaci tímto médiem zprostředkovávanou je nutno realizovat tak, že se o ní intenzívně komunikuje. Reprezentant televize tedy nemůže vystupovat jako nerudný nemluva. Nemusí být sice mluvku, který rád a dobře mluví (a rád sám sebe poslouchá), měl by však umět navázat kontakt s lidmi činnými vně i uvnitř televizního organismu: ostatně ke komunikativnosti patří i schopnost naslouchat druhým a jejich podněty domýšlet. Nedostatek komunikativnosti může způsobit vážné přehmaty zvláště v dramaturgickém rozhodování (přičemž náprava důsledků bývá zpravidla neřešitelným problémem).

- **Schopnost týmové práce.** Televizní práce spočívá na mnohostranných interindividuálních kooperacích. Individualita silného jedince se tu může prosadit jedině při dobrém fungování mezilidských vztahů. Kdo toto fungování naruší, může být z pracovního kolektivu i vyloučen. Týmovost se nicméně podstatně liší od kolektivistického rovnostářství: jejím základem je respekt k přirozené hierarchii kooperujících profesí (a samozřejmě též komplementární schopnost suplovat v krajních podmínkách výkony ostatních).

- **Myšlenková invence a otevřenost.** Pracovník v oblasti televizní dramaturgie vystupuje v procesu tvorby televizního programu jako někdo, kdo na základě vlastních kreativních impulsů a představ iniciuje všechny další pracovní postupy. Potud se jeví jako „dárce“. Zároveň by však měl hrát i roli „příjemce“, který akceptuje odjinud vyvěrající myšlenky a ve styku s jinými lidmi, skupinami, profesemi atd. je s to intuitivně vycítit přínosné tendence a trendy. Vůbec přitom nejde o to být za každou cenu „nový“ a neotřelý (to by mohlo produkovat pouhou módnost).

- **Odpovědnost a spolehlivost.** Finalizace televizní produkce není myslitelná bez odpovědnosti dramaturga i producenta a spolehlivost je předpokladem týmového partnerství. Nedostatek obou vlastností u jedinců přistupujících k televizní činnosti ležerně či bohémsky může mít tragické důsledky (chaotická příprava, rozvrácení týmu, špatné pořady, rušení výroby).

- **Schopnost permanentního učení (sebevzdělávání).** Jde o vlastnost potřebnou pro úspěšné působení v jakémkoliv odvětví lidské činnosti. Televizní pracovník musí ovšem počítat s tím, že pro činnost v rychle se vyvíjejícím televizním médiu nebude nikdy k dispozici dostatek spolehlivých „didaktik“: je nutno se učit či „doučovat“ sledováním vlastního televizního provozu i ustavičným nahmatáváním toho, co se děje ve všech souvisejících oblastech a v neposlední řadě též ve vědeckém poznání zaměřeném na komunikační problematiku.

- **Pozitivní vztah k novým technologiím.** Význam této vlastnosti snad ani nemusíme komentovat: každý televizní pracovník se během své kariéry vyrovnává s řadou „technických revolucí“ a vždy znovu se bude muset vmýšlet do možností, jaké kterákoliv nová technologie televizní tvorbě kdy nabídne.

A ještě několik vlastností doplňkových a „nadstandardních“: **přímost v jednání s lidmi** (na ní lze založit vlastní komunikativnost i schopnost obstát v týmu); **smysl pro humor** (hodí se vždy a všude, zejména při zvládnání stresových situací, o něž není v televizním provozu nikdy nouze); **schopnost pohybovat se na mezinárodním fóru** (televize bude čím dále tím více faktorem umožňujícím internacionální i transregionální přesahy); **odvaha vystoupit před kamerou a mikrofonem** (dramaturgové a producenti sice nemívají takovouto činnost v „popisu práce“, avšak příklad nejedné soukromé televize ukazuje, že další vývoj vysílání si patrně jejich častější vystupování před kamerou vynutí).

5.3.1 Nástup dramaturga

Mladý muzikolog, jemuž se podařilo projít branami televizní instituce, nemůže počítat s tím, že by byl okamžitě zařazen do funkce „hudebního dramaturga“ (něco takového se může stát snad jen v právě se tvořící soukromé televizní stanici, jejíž hudební profil ovšem nebudou vytvářet samostatně produkovávané hudební pořady, takže tu ani nepůjde o dramaturgii v pravém slova smyslu). Takovou moc vedení stanice začátečníkovi nesvěří. Coby adepti televizní řehole se ovšem staneme činiteli podílejícími se - zprvu v některém z hierarchicky nižších pater - na realizaci záměrů staršího a zkušenějšího dramaturga (přistoupíme-li k této „podřízené“ práci zodpovědně a s elánem, nebudeme pouhým kolečkem v zaběhaném soustrojí, nýbrž členy organického a kreativně se rozvíjejícího týmu). Z této pozice lze dramaturgovo počínání dobře sledovat: je-li neobratné, pocítíme přímo na vlastní kůži důsledky dramaturgových chyb. Již v průběhu takto prožitých učednických let se tedy naučíme kriticky hodnotit dramaturgii jako ideační východisko televizní tvorby. Postoupíme-li v dané institucionální hierarchii poněkud výše, zvýší se i náš podíl na realizaci dramaturgické koncepce (a měla by vzrůst i naše spoluzodpovědnost). Pak snad přijde den, kdy se staneme dramaturgovými poradci či rádci. Může též dojít ke konfliktní „vnitropodnikové“ situaci, v níž budeme moci stávajícímu dramaturgovi říci do očí, co si o jeho koncepci-nekoncepci myslíme. Budeme-li pak k výkonu dramaturgické funkce povoláni (nebo přijdeme-li v důsledku oné konfliktní konfrontace o místo), to záleží na mnoha rozmanitých okolnostech. Jistě tu platí, že vyvolených bude vždy méně než povoláných. Pamatujme si však jedno: **dramaturgické mety nikdy nedosáhne ten, kdo se od počátku svého působení v televizi nebude vmýšlet do role dramaturga a kdo neprojeví odvahu pohrávat si s představou, že „já bych to na jeho místě dělal**

takto“. Každý rozumný, komunikativností obdařený a „makrodramaturgicky“ myslící dramaturg by pak měl takovouto mentalitu nastupujících mladých pracovníků ve svém vlastním zájmu podporovat. Vždyť bez ní by nebylo možno zajistit této tak významné profesi kvalitní následnictví.

5.3.2 Nástup producenta

Mladému muzikologovi, který ve skrytu duše sní o metě televizního producentství, lze dát podobné rady jako v předchozím případě. Především: vyplatí se pozorovat činnost dobrých i špatných producentů a kriticky o ní přemýšlet. Ostatně je pravděpodobné, že se i jako televizní začátečníci záhy ocitneme v producentově blízkosti. Producenti dnes kolem sebe formují takzvané tvůrčí skupiny (viz II./4.3) a v rámci takovýchto týmů budeme zprvu asistovat reprezentantům různých profesí při tvorbě zcela konkrétních pořadů. Po celé hodiny nám bude dáno sdílet s ostatními činiteli atmosféru plnou opojné radosti i vyčerpávajících stresů. Poznáme tedy, jak pořad vzniká díky vazbě jednotlivých komponent a příslušných aktivit, pochopíme, jakou integrativní silou musí být obdařen kvalitní producent. A osvědčíme-li se v něčem speciálním, zaujmeme možná v týmu stabilnější pozici „experta“: na této úrovni si již lze osvojit i tolik potřebné „nadčasové vědomí“. Mnohem dříve než na cestě za metou dramaturga dostaneme šanci „do toho mluvit“, eventuální kontroverze budou vždy daleko věcnější. Pozici nového „svéprávného“ producenta zaujme ovšem nakonec jen ten, kdo si vytvoří svou vlastní (a velmi kvalitní) kreativní vizi a kdo ji díky své komunikativnosti přesvědčivě vysloví před ostatními. Teprve v tomto okamžiku se ambicióznímu muzikologovi podaří zformovat tým ke všemu odhodlaných partnerů. Televize je prostředí, kde se partnerství a vzájemná konkurence ustavičně prolínají. A producentem se stává ten, kdo se v tvrdé konkurenci prosadí jako individualita schopná vytvořit ve svém bezprostředním okolí optimální partnerské vztahy.

5.4 Aktivity a jejich předpoklady

Činností, jež může muzikolog v televizi vykonávat, je celá řada: počínaje těmi „pomocnými“ až po vrcholně koncepční a integrativní (zadávejte se na tabulku profesí, uvedenou v kapitole II./5.1.2.1). Na několika málo vybraných příkladech se pokusíme ukázat, jak se lze na výkon určité činnosti připravit (jinak řečeno: co si tu máme předem uvědomit). Oblast „anticipačních“ kreativních aktivit zastupuje v následujících výkladech pracovní proces, díky němuž vzniká obecný programový rámec televizního vysílání. Dále ukážeme, jak se při tvorbě zcela konkrétních pořadů uplatní síla krajně individuálního nasazení i princip týmovosti. Konečně si pak povšimneme toho, co zejména dramaturgové a producenti musí vykonávat po veřejné prezentaci tvůrčích výsledků.

5.4.1 Tvoříme vysílací schéma

Sestava programů do vysílání (někdy se hovoří přímo o programování) je záležitostí specialistů, kteří v centrále té které televize připravují takzvané televizní schéma. Jde tu vlastně o „jízdní řád“ celkové televizní produkce, od něhož se pak odvozuje plánování výroby a dokončování pořadů, časový harmonogram práce studia, nasazení pracovníků atd. Směrem ke spotřebiteli-divákovi funguje schéma jako základní „menu“. Programová nabídka bývá strukturována tak, aby dala dnům i týdnům pevný rámec i potřebnou vnitřní varietu. Veřejnoprávní televize je při tvorbě vysílacího schématu omezena tím, že musí ze zákona naplnit určité spektrum programových typů, přičemž leckdy jde o typy výrobně velmi nákladné a divácky nikterak úspěšné: uvedme tu například magazíny pro menšiny, pořady podporující rozvoj národní kultury a některé speciální informační služby. Konec konců je však právě takováto nabídka širší a pestřejší než vysílací schéma komerčních stanic, které v honbě za divácky přitažlivým programem redukuje své vysílání na několik málo „populistických“ typových položek. Pro uplatnění hudební tematiky je tedy vysílací schéma veřejnoprávní televize vcelku výhodné.

Vysílací schéma je dnes alfou a omegou každé televize, tj. **garancí jejího programového profilu**. Díky schématu je struktura vysílání „čitelná“, neboť diváci si mohou snáze vybírat svůj programový typ. V době, kdy mezi televizemi zuří ostrý konkurenční boj, je samozřejmě udržení profilu vysílání zárukou „přežití“. Jednotlivé televize proto berou v potaz i vysílací schémata ostatních konkurenčních subjektů.