ČESKÁ TELEVIZE

Zpráva o stavu příprav programu pro děti, mládež a vzdělávání

Po schválení Dlouhodobých plánů programového, technického a ekonomického rozvoje ČT v letech 2013-2017, byla zahájena příprava realizačního projektu ČT3. Zodpovědným projektovým manažerem byl jmenován pan Petr Koliha, dosavadní umělecký ředitel Mezinárodního filmového festivalu pro děti a mládež ve Zlíně, který byl zároveň s účinností od 1. 9. 2012 jmenován do funkce výkonného ředitele ČT3. Pod jeho vedením byly zahájeny přípravné práce směřující k zahájení vysílání dětského programu ČT – ČT3 :

- Za účelem detailní specifikace programového schématu byla 3. 9. 2012 zahájena detailní dramaturgická a ekonomická inventura stávajících pořadů a programů pro děti na ČT1 a ČT2, tak aby po zahájení vysílání ČT3 mohlo plynule pokračovat vysílání pro děti jak v oblasti vlastní tvorby, tak převzatých pořadů.

- Bude zahájena modelace zahajovacího vysílacího schématu za účelem naplánování rozpočtu 2013 a s cílem vytvořit objednávku výroby za daných ekonomických limitů stanovených ve Studii proveditelnosti ČT3 a na základě Dlouhodobých plánů programového, technického a ekonomického rozvoje ČT v letech 2013 - 2017 schváleného Radou ČT.

- V nejbližších dnech bude vyhlášeno výběrové řízení na pozici kreativního producenta v oblasti tvorby pro děti a mládež. Nejpozději v listopadu vznikne i TPS pro dětskou tvorbu.

- Pracuje se na vývoji konkrétních pořadů. Snahou je především rozšířit paletu žánrů.

- Na počátku října 2012 bude již pracovat projektový tým (projektový manažer Petr Koliha), který se stane garantem ekonomického, technického, provozního, marketingového a programového zabezpečení náběhu a samotného startu vysílání ČT3. Garantem celého projektu je generální ředitel ČT Petr Dvořák. Koordinaci všech činností bude zajišťovat projektová kancelář ČT.

- Probíhá finální předprojektová příprava a zpracování realizačního projektu ČT3. Kompletní projektový plán realizace ČT3 bude k dispozici v průběhu ledna 2013 a bude obsahovat i definitivní termín spuštění vysílání ČT3. Rozhodnutí bude vycházet z vyhodnocení přípravné fáze celého realizačního projektu. Prioritou je perfektní příprava vysílání a od toho bude odvozen i vlastní termín spuštění vysílání. Nejprve dojde k technickému spuštění a pak bude navazovat zkušební, nicméně již pravidelný provoz ČT3. Po dobu zkušebního provozu budou všechny činnosti spojené s vysílání ČT3 pod

zvýšenou kontrolou. V této chvíli lze konstatovat, že je možno uvažovat o spuštění ČT3 v intervalu červen až prosinec 2013. Nicméně termín bude přizpůsoben nejen technickým možnostem ČT, ale i možnostem skutečně kvalitní dramaturgické a realizační přípravy jednotlivých pořadů.

Realizační projekt (základní východiska)
Od 1. 9. 2012 probíhají práce na přípravě realizačního projektu ČT3.Ten bude vycházet ze studie proveditelnosti, která definovala maximálně dosažitelný rámec vysílání ČT3 a to jak z pohledu výroby pořadů, tak i z hlediska technických a ekonomických možností České televize a z vyhodnocení přípravné fáze, která právě probíhá. Kompletní projekt realizace ČT3 bude k dispozici v průběhu ledna 2013 a bude zahrnovat:

1. **Detailní specifikaci programového schématu na roky 2013 a 2014 a jednotlivých programových žánrů**

   Východiska pro zpracování:

   - Programové schéma připravované pro zahájení vysílání bude primárně zaměřeno v denních časech od 06:00 do 21:00 na děti 4 – 12 let (4 – 8; 8 – 12),(od 20:00 do 21:00 s přesahem 13+); od 21:00 pak na věkovou skupinu 15+; po 22:00 na mladé diváky 18+.

   - Fáze tvorby schématu bude ukončena ve dvou krocích, a to z hlediska ekonomického plánování výroby do poloviny měsíce října 2012 a z hlediska finálního stanovení samotného vysílacího schématu do konce měsíce listopadu s případnou možností jeho aktuálního upgrade.

   - Strategie budování schématu je postavena několika výchozích premisách:

     - ČT3 musí být vysíláním pro děti a mládež, nikoli o dětech a mládeži;

     - Program ČT3 musí být bezpečný, předvídatelný; diváci, resp. rodiče se musí snadně orientovat v nabídce, pro kterou věkovou skupinu je vysílání v daném času určené.

     - Program musí být hodnotný, sdělný a pro mladé diváky atraktivní. Zároveň musí mít ambici přinášet programy hodnotné z hlediska hodnotové orientace, morálky, s akcentem na vzdělávání a informace užitečné pro děti a mládež.

     - Program by měl mladým divákům paradoxně podsouvat myšlenku, že volný čas lze trávit i jiným zajímavým způsobem, nejen pasivním koukáním na televizi.

     - ČT3 by měl být informačním servisem o kulturních, sportovních, charitativních a dalších aktivitách.

     - Technologicky je pak naší ambicí vytvořit službu, která bude kombinací televizního vysílání a dalších forem nových médií (web., mobilní aplikace, VOD,

stream, HbbTV), včetně spolupráce s dalšími médii, jako je např. veřejnoprávní Český rozhlas, včetně kooperace s některými vydavatelstvími a nakladatelstvími.

- Po vlastním zahájení vysílání a po ukončení zkušebního provozu se předpokládá další postupný rozvoj v korelaci s finančními možnostmi ČT. Přičemž prioritou bude postupné rozšiřování žánrů – hudební, hraná tvorba, divadelní tvorba, včetně sportu a informačního servisu o všech zajímavých novinkách pro mladé lidi. Z tohoto hlediska nebude program ČT3 jakýmsi uzavřeným dětským ghettem, ale bude synergicky těžit z možností a potenciálu celé veřejnoprávní televize.

- Programovým fundamentem bude převzetí stávajících dětských programů z ČT1 a ČT2 a jejich doplnění další vlastní tvorbou, dále pak výběrem té nejlepší akvizice, kterou poskytuje mezinárodní trh. Zde bychom pak rádi představili produkci řady úspěšných producentů, jako je např. tvorba ze Skandinávie, Velké Británie, Holandska, Německa, Francie a dalších.

2. Specifikaci vývoje, výroby a akvizice pořadů v letech 2013 a 2014

Východiska pro zpracování:

- Koncept ČT3 postupně umožní opět se vrátit k systematické původní tvorbě pořadů pro děti a mládež v České televizi. Právě systematičnost poptávky programu ČT3 umožní renesanci průběžné dramaturgie a produkce, která je základem úspěšné tvorby a výroby pořadů pro děti a mládež.

- Koncept ČT3 může znovu pomoci vrátit se řadě žánrů na mezinárodní úroveň, kde kdysi již bývaly, ale v posledních letech zaostávaly. V současnosti se již připravuje systém vývoje pořadů pro děti a mládež, jenž bude využívat specifika ČT3:

    - Žánrové rozpětí kanálu ČT3 musí být, z pohledu diváků, velice široké. Od dramatických pořadů, zábavných pořadů, dokumentární tvorby, animované tvorby, sportovních pořadů, vzdělávacích pořadů, publicistiky, převzatých pořadů, archivních pořadů až po určitou formu zpravodajství a diskusních pořadů pro děti.

    - V oblasti dramatické tvorby je zde příležitost vrátit na obrazovky žánry a témata, která v poslední době z obrazovek zcela vymizela. Například hrané příběhy ze současnosti s dětskými hrdiny, které by měly reflektovat současná aktuální témata; téma školní šikany, témata rasových předsudků, nejrůznějších menšin, imigrace, drog, korupce, domácího násilí, lásky a sexu, přátelství, touhy pomáhat a chránit…. Tento žánr navíc nepatří k příliš drahým v porovnání např. s klasickou výpravnou pohádkou, nebo žánrem fantasy. Z takovýchto cíleně objednaných témat by bylo možné připravit minisérie a propojit je s interaktivní reakcí publika.

- Zábavné pořady a soutěže lze propojovat s nejrůznějšími vzdělávacími a populárně naučnými informacemi.

- Dokumentární pořady za aktivní účasti přímo dětí (např. dokumenty točené dětmi) by mohly přitáhnout mladé diváky k současným problémům, o kterých se často ani v rodinách nehovoří. Samostatnou kapitolou pak jsou populární dokumenty o vědeckých otázkách, vzdělávací dokumenty všech žánrů.

- Publicistika by vedle již fungujících žánrů měla prohloubit i formu veřejných diskuzí, dětských parlamentů, interaktivních debat a aktivovat tak zájem mladých lidí o naši realitu, do které dorůstají.

- Animovaná tvorba, která v posledních letech snad nejvíce trpěla čím dál omezenější poptávkou, by mohla nalít novou energii českým tvůrcům, kteří jsou i přes existenční potíže stále na špičkové úrovni. A nové generace tvůrců stále dorůstají (!). Nabízí se spolupráce i s řadou vysokých filmových škol věnujících se výuce animace, s FAMU, UMPRUM, UTB, grafickými školami a též s nově ustanovenou Asociací animovaného filmu.

- Existuje synergie mezi sportovním vysíláním ČT a vysíláním ČT3. Jde zejména o menšinové sporty a mládežnické sporty. Je potřeba právě sport učinit pro mladé lidi atraktivním.

- Převzaté pořady budou nutně představovat významnou součást programu ČT3. U převzatých pořadů je však nutné využívat určité programové niky, mezery, o které komerční televize nemají zájem, ať už jde o nákupy vynikajících dětských filmů ze Skandinávie, Holandska, Německa, Británie, Jižní Koreje, Austrálie, Kanady a celé řady dalších zemí. Zde jde o alternativní distribuční sféru mimo hlavní televizní trhy (Cannes, LA), jenž by mohla být programovým osvěžením ČT3.

- Oblast hudby je příležitostí k představení jak vážné (přístupnou a zábavnou formou), tak současné a populární hudby všech žánrů. Zde je nepochybně velký prostor pro spolupráci s Českým rozhlasem.

- Obrovskou výhodou je obsáhlý archiv České televize, který je zdrojem dosud málo uváděných pořadů, z kterých se budou vytvářet atraktivní a přitom levné cykly, často s edukativním podtextem.

- V neposlední řadě je nutné v programu tlačit na rozvoj jazykových schopností našich mladých diváků. Ve srovnání s ostatními evropskými zeměmi je právě jazyková nedostatečnost v Česku alarmující. Např. skandinávské televize dělají pro jazykovou kultivaci mládeže obrovský kus práce. Vezměme si z toho příklad. Zde je šance i na hlubší spolupráci s BBC.

3. Plán náběhu vysílání ČT3

Východiska pro zpracování:

Harmonogram spuštění vysílání ČT3 bude vycházet z následujících podmínek:

- Devět měsíců před zamýšleným startem mít hotový programový, finanční, technický, organizační, výrobní a marketingový projekt programu ČT3. Musí být vytvořen a koučován projektový realizační tým. Musejí být spuštěny zahraniční akvizice. Musejí být zadána grafická řešení znělek a grafiky. Musejí se rezervovat výrobní kapacity. Musejí být zadány práce rozšířenému týmu internetové podpory.

- Šest měsíců před zamýšleným startem mít vytvořenu a obsazeno oddělení řízení programu ČT3, ustaveny tvůrčí skupiny Vývoje. Potvrzeno technické řešení šíření programu smlouvami s operátory. Připraveny nové formy původních pořadů. Mít kompletní marketingový projekt.

- Tři měsíce před zamýšleným startem musíme spustit výrobu nových pořadů. Připravovat a plně mít rozběhnutou výrobu internetové podpory. Musíme mít dokončenu a schválenu finální verzi vysílacího schématu. Musíme mít převzatu první grafiku a dokončeny první vzorové pořady, které pak poslouží k prezentacím v rámci Marketingového projektu implementace ČT3.

- Šest týdnů před datem vysílání musejí být vytvořeny vysílací plány, aktivováno musí být páté odbavovací pracoviště (nyní slouží jako záložní). Dokončen musí být koncept masky selfu a musí se rozjet testovací vysílání do zdi, včetně off line testování WEBu dětského kanálu s aktivitami nových médií.

- Tři týdny před startem by měla proběhnout tisková konference + další marketingové aktivity před spuštěním. Spuštěno by mělo být vysílání promo smyčky.

- Vysílání by mělo být zahájeno v sobotu, v 06,00 hod.

- **Součástí přípravy projektu budou i konzultace a diskuse s odbornou veřejností.**

4. Plán komunikační a marketingové podpory ČT3

Východiska pro zpracování:

Komunikační podpora musí být aktivní a dynamická a musí využívat všech dostupných komunikačních kanálů, které současná mladá generace využívá.

- Samozřejmě v první řadě je nutné diváky orientovat v nabídce kanálu, dále pak je nutné silné self-promo a další extenzivní formy komunikace. Zde se kreativitě musí dát naprosto volná ruka.

- Je nutné vytvořit i zcela svébytný výtvarný styl kanálu, který bude blízký mladým divákům, dětem (identifikace). Obdobně pak vytvoření tzv. tváří kanálu – od animovaných postaviček pro nejmenší přes moderátory související s věkem diváků až po dětské „herecké hvězdy“ ČT3. Nebát se mediálních mixů a nových překvapujících forem a nápadů pro prezentaci ČT3. V dobrém slova smyslu se pak dá tento takřka klubový svět ČT3 využít i marketingově (e-shop ČT, Edice ČT) a získávat tak určité finanční zdroje pro další rozvíjení ČT3 a vylepšování vlastního programu. Byť nelze samozřejmě očekávat jeho ekonomickou soběstačnost.

- Snem a dobrou vizitkou produkce ČT3 by pak měl být případný prodej formátů zahraničním partnerům.

- Náběh marketingové komunikace programu ČT3 bude probíhat synchronně s přípravou vysílání a bude mít několik rovin.
    - Především komunikaci směrem k dětskému divákovi.
    - Dále oslovení rodičů a široké veřejnosti.
    - Komunikaci s marketingovými partnery a odbornou veřejností.
    - Komunikaci do zahraničí. Je nutné nový kanál představit zahraničním partnerům, prodejcům a distributorům. Zde využijeme nejen mezinárodní organizace EBU, ECFA, EFA, ale i prezentace na mezinárodních akcích, jako je například Berlinale a další.

5. **Přípravu a zajištění distribuce vysílání ČT3 a specifikaci způsobu testování vysílacích technologií a harmonogram náběhu vysílání včetně testovacího provozu.**

    Východiska pro zpracování:

    V průběhu měsíce října a listopadu budou probíhat konkrétní jednání o způsobu zabezpečení terestrického vysílání a technická příprava satelitního vysílání programu ČT3. Finální řešení by mělo být dispozici v lednu 2013.