

# Dramaturgie hudebních televizí

## Závěr seriálu rozhovorů s hudebními dramaturgy

Série rozhovorů s hudebními redaktory veřejnoprávního a soukromého vysílání

PŘIPRAVIL: ZDENĚK NEDVĚD

# ÓČKO

MICHAL KLEIN,  
HUDEBNÍ  
ŠÉFDRAMATURG  
TV ÓČKO



Foto: archiv Michala Kleina

**Kolik hudby českých autorů v % vyjádření vysíláte? (Slovensko = zahraničí)**

Bez slovenské je to zhruba 30 % českých klipů.

**Jaké je žánrové složení portfolia, rozlišujete obsahově denní a noční vysílání?**

Spíše odpolední, což je náš prime time zaměřený na teenagery. Zbytek je plánován tak, aby třeba ráno hrála svižnější hudba a pozdě večer i pomalejší.

**Jaký je váš názor na povinné kvóty (Slovensko, Francie...)?**

Rozhodně nejsem jejich příznivcem.

**Jaké jsou požadavky na zařazení skladby do vysílání? A jaké do prvoplánové rotace? Jaký je oficiální postup – komu má autor nebo producent adresovat nabídku?**

Pro televizi nestačí jen dobrá písnička, ale i stejně dobré video. Omezení nejsou prakticky žádná. Videoklip se nám ovšem musí hodit do naší hudební dramaturgie pro naši cílovou skupinu. Tam také mnohdy spousta klipů bohužel končí. Plusem pro klip mohou být i views na YouTube či jiné podobné ukazatele.

**Je tvorba českých autorů konkurenceschopná?**

Někdy rozhodně ano, pokud je otázka míněna směrem k zahraniční tvorbě. To, že většina českých autorů či umělců v zahraničí neuspěje, rozhodně není proto, že by se prezentovali nekvalitní muzikou. Uspěť globálně je prostě jen o dost těžší. A musíte mít asi i trochu štěstí.

**Jak probíhá vzorkování (testy) a kdo je osloven a v jakém**

→



### **množství (mění se složení respondentů)?**

Testy momentálně připravujeme ke spuštění. Zatím je to v počáteční fázi.

### **Jak byste vyvrátil mýtus „Hrajeme jen známé skladby (hity)“? Novinky přece nemohou být známé, hity z nich vytvoří právě jen zařazení do vysílání.**

Hlavní kanál Óčka hraje prakticky výhradně novinky. Takže my hrajeme převážně novinky, které se známými právě stávají.

### **Zařazujete do vysílání instrumentální skladby?**

Instrumentální skladby prakticky nezařazujeme. ☒

kampaň vlastně zadarmo. Jednu dobu jsme byli v poslechovosti dokonce na 4. místě v Praze. Dnes se dle mého názoru při konzumaci muziky doba opět pomalu posouvá k širšímu kosmopolitnímu vnímání. Ale dlouhou dobu, po „vystřízlivění“ z prvotních porevolučních představ, česká a slovenská muzika u průměrné české populace nad 30 let dominovaly. Vlastníme také rockové Radio Čas Rock a rockové hudební televize Rebel a Rebel 2 Slušnej kanál. Tam je podíl české produkce často nižší, kolem 20–25 %. Je to dáno tím, že českého rocku ve vysílatelné

na základě průzkumů, ale i pocitů rozhodli pro výběr živější hudby se zvětšeným podílem soft rocku a českých i slovenských písní. Prostě když jedete autem, musíte být v pohodě a mít chuť „přišlápnout plyn“.

### **Jaké je žánrové složení portfolia, rozlišujete obsahově denní a noční vysílání?**

Určitě. To ani jinak nejde. Hudba je ryze pocitová záležitost. Pokud posloucháte rádio nebo hudební televizi a nemůžete si právě vybrat tu, která by se dobře pojila s vaší momentální náladou, pak by mělo hudební médium suplovat, alespoň částečně, vaše předpokládané citění denní doby. Ráno chce většina lidí obecně slyšet rychlejší a pozitivnější songy. Večer pak (pokud zrovna nejste na párty) něžnější a pohodovější písničky po celodenním shonu. Myslím, že tato pravidla mají hudební média reflektovat.

### **Jaký je váš názor na povinné kvóty (Slovensko, Francie...)?**

Pokud vím, povinné jsou jen podíly evropských a také vlastních pořadů. To není dle mě nic proti ničemu. Navíc každá písnička je programový prvek, takže na ni se to nevztahuje. Ani na jakýkoliv v Evropě vytvořený pořad, klidně může být o americkém metalu, inuitské hudební tvorbě nebo rozmarech prezidenta USA. Něco jiného ale je, pokud se některé médium zaváže ve své licenci k podílu čehokoliv. Závazek pak musí pochopitelně dodržovat.

### **Je rozdíl v obsahu portfolia u soukromých rozhlasových stanic a veřejnoprávního rozhlasu a jaký?**

Po sametové revoluci se začala rozjíždět soukromá rádia. Pak i televize. Noví vlastníci utráceli své peníze, a aby své investice ochránili, museli se rychle naučit, jak se to dělá, a jít do toho naplno. Právě tím rychle předešli veřejnoprávní média. A až tato veřejnoprávní média chytla „druhý dech“, rychle se od těch soukromých stanic a ze světa začala učit. Dnes mezi nimi dle mého názoru prakticky není rozdíl.

# REBEL

**RADIM PAŘÍZEK,  
ŠÉFDRAMATURG  
TV POHODA  
A RADIA ČAS**



Foto: Jakub Ludvík

### **Kolik hudby českých autorů v % vyjádření vysíláte? (Slovensko = zahraničí)**

V Radiu Čas hodně, je to rádio hlavně českých a slovenských písniček. Těch českých hrajeme cca 35–40 %, slovenských 10–15 %. Dle našich průzkumů mezi posluchači je to pro ně tak nějak optimální. Chtějí slyšet i cizí známé písničky. V minulosti jsme v Praze provozovali Radio Hey jen s českými a slovenskými písněmi a založili na tom image rádia. Fungovalo to bezvadně, navíc se to rychle rozneslo mezi posluchači a udělalo to dobrou propagační

kvalitě, co se textů a občas i typů aranží týče, tolik není. Vezměte v potaz, že na každý jednotlivý den potřebujete až 350 songů. A nesmí se v průběhu dní často opakovat. Alespoň tedy u našich ne až tak „hitových“ médií.

Dramaturgie rozhlasových a hudebních televizních stanic je podobná. Měla by vycházet ze stejných principů, logicky je obecná hudební dramaturgie vždy jen jedna. Jen respektuje dané žánry.

Právě v této době ještě rozjíždíme další zajímavý projekt, specializované dopravní Radio Dálnice. Tady jsme se

Vždy záleží hlavně na tom, kolik zapálení pro věc a peněz do toho dáte.

**Jaké jsou požadavky na zařazení skladby do vysílání? A jaké do prvoplánové rotace? Jaký je oficiální postup – komu má autor nebo producent adresovat nabídku?**

Říká se, že píseň musí být dobrá. Co to ale znamená v praxi? Rozdělovat skladby na kvalitní a nekvalitní je podle mě nesmysl. I jednoduchý triviální popěvek na tři akordy může být velkým hitem. A dokonce se to i stává. Je kvalitní? Těžko. Je dobrý? Nevíme. Určitě ale v každém případě bude hezký, líbivý, deroucí se pod kůži, něčím lidmi hodně oslovující.

Myslím si, že cesta písničků do médií je nastavena správně. Má jít primárně přes hudebního dramaturga. Každá jiná cesta je jeho obcházení. On bývá tím základním sítem. Včetně jeho schopnosti rozeznávat hity, určovat četnost hraní v rotacích atd. Pochopitelně nasazování skladeb konfrontuje s dalšími informacemi z branže, od kolegů, z internetu apod. Záleží na tom, jak je interpret slavný, kolik na jeho koncerty chodí lidí, a na dalších faktorech. Lepší cestu v dané chvíli neznám. Bytí je v ní hodně subjektivní, ale jinak to asi nejde.

**Je tvorba českých autorů konkurenceschopná?**

Jistěže ano, v českých médiích má a bude mít vždy neochvějné místo. Češi chtějí mít své idoly a zpívat si písně s nimi. A navíc se stále zvyšuje i jejich zvuková a profesní úroveň. V Česku vždy bylo dost výrazných talentů. Takže o českou muziku určitě strach nemám. Pořekadlo „co Čech, to muzikant“ platí do posledního písmene.

**Jak probíhá vzorkování (testy) a kdo je oslovován a v jakém množství (mění se složení respondentů)?**

To je spíše otázka na renomované agentury zabývající se průzkumy. Je k tomu určena řada metod. Pouštění ukázek sociodemograficky vybraným skupinám lidí – focus groups –, obvolávání náhodně vybraných osob

a následné „statistické vážení“ získaných informací – call centra. Oslovování posluchačů většinou daného média e-mailovou komunikací. Nebo kombinace jednotlivých metod. V poslední době přibývá metod s využitím internetu, třeba u internetových rádií. Tam snadno poznáte na základě zpětných vazeb posluchačů případné odlazení, nezajem o poslech dané skladby. Nebo také využití různých chatových profilů. Když jste na internetu, tak je o vás prostě možné zjistit cokoli. Ať už chcete, či nikoliv.

Aby bylo možné údaje správně statisticky vyhodnotit, většinou potřebujete znát názor stovek až jednotek tisíců respondentů. A musíte vzorek pravidelně obměňovat.

**Jak byste vyvrátil mýtus „Hrajeme jen známé skladby (hity)“? Novinky přece nemohou být známé, hity z nich vytvoří právě jen zařazení do vysílání.**

Jednoduché, ale zároveň nesmírně složité téma. A můj názor? V prvé řadě zde funguje přirozená obrana hudebních dramaturgů. Zbláznili by se ze záplavy dohazovaných „zaručených“ hitů ode všech a neustále. Oni mají právo rozhodovat o eventuálním zařazení skladeb sami, dle svých subjektivních pocitů z poslechu nových písní. A kolik dramaturgů, tolik pocitů. Objektívni pocit a názor u muziky podle mě neexistují. Opravdový hit, myslím si, je ještě něco víc než jen hezká písnička. Má v sobě něco, jakési nepopsatelné fluidum, které zasáhne jako celek posluchače někde uvnitř, v duši. Zkusím tu uvést můj názor na jednu z možných podstat „hitů“ z trochu jiného úhlu pohledu, než bývá obvyklé. Možná se na to hodí teorie psychoanalytika Carla Gustava Junga a jeho pokračovatele Luigiho Zoji. Tvrdí, že všechny mýty historie lidstva vznikají od jeho nepaměti mizely nebo mizí z našeho vědomí, ale nikoliv z našeho podvědomí. A věří-li člověk v kolektivní podvědomí, pak právě skrze něj může píseň svou rezonancí s některými z dávných prožitků uložených v podvědomí lidstva zasáhnout masu lidí.

Prostě je vnitřně oslovuje a stává se vyhledávanou a žádanou – hitovou.

Také se hity častěji stávají písně se zcela aktuální, žhavou tematikou nebo písně od právě zrozených hvězd a hvězdíček. Od těch prvních zmíněných zůstávají vesměs stálicemi. Od těch druhých zmíněných dříve nebo později odezní. Tedy tehdy, až se omrzí. Ale i v tomto případě podle mě platí zásady teorie souznění s kolektivním podvědomím popsané výše. Ta je univerzální.

Já sám preferuji vyhledávání potenciálních hitů na veřejných produkcích. Rychle tady poznáte, jestli nová píseň dav „chytí“ na první dobrou, nebo je jen „neutrální“.

**Zařazujete do vysílání instrumentální skladby?**

Menšinově většinou večer a v noci. Posluchač nebo divák musí mít na poslech víc klidu a možnost zaposlouchat se do tajů, jež v sobě většinou instrumentálky nosí.

**Proč se již mnoho let objevují ve vysílání stejné skladby v hlavní rotaci?**

No to bych i přes mé letité zkušenosti s hudební dramaturgií také rád věděl! Jistě, existují „megahity“, které zdomácněly a zaryly se všem do srdcí. Všude na světě, tedy i u nás, cizí i české. Ty se prostě hrát musí, jinak bychom svou práci a službu lidem dělali špatně. Lidé je chtějí. Jsou na to exaktní průzkumy. Nicméně česká hudební média hrají stále ještě další velký balík takových „nějakých“ songů. Naučila je Čechy poslouchat a teď už je dlouho hrají ze setrvačnosti. Asi alibisticky, aby něco nepokazila. To by je šéf mohl také vyrazit. Přitom existuje nepřeberné množství dalších hezkých a líbivých písní po celém světě i u nás. Písní, které také splňují aspekt, že proud hudby v médiu musí být plynulý, zvukově vyvážený a nemá vyloženě rušit. A rezonují s lidským podvědomím. A mohly by pozměňovat tu jakousi „jednotvárnost“ u většiny, hlavně rádií, hrající max. cca 1500 až 1800 songů v různých obměnách. Jen najít odvahu! ☒