

6 DRAMATURGIE, ROLE DRAMATURGA A KREATIVNÍHO PRODUCENTA V UMĚNÍ

ÚVOD



Dramaturgie, role dramaturga a kreativního producenta v umění.

CÍLE



Rozšířit povědomí o práci a úkolech dramaturga v umění a prodiskutovat příklady v umělecké praxi. Uvědomit si problematiku a odlišnosti dramaturgie ve filmu a divadle.

KLÍČOVÁ SLOVA



Dramaturgie, role dramaturga a kreativního producenta v umění. Specifikace filmového a divadelního umění. Kreativní producent. Filmový marketing.

1.1 Divadelní prostředí:

Dramaturg je tvůrčí pracovník zabývající se přípravnou uměleckou činností zvanou dramaturgie. Jedná se o literárního či hudebního odborníka, pracovníka v divadle, rozhlasu, televizi apod., který je pověřen výběrem a sestavováním repertoáru. Repertoár bývá dramaturgy sestavován často s velkým časovým předstihem leckdy i na mnoho let dopředu. Ve filmu se jedná o odpovědného pracovníka za literární přípravu filmu a sestavení dramaturgického plánu.

Dramaturgický plán v divadle - tvoří dramaturg podle uměleckého plánu celého divadla, v němž je angažován. Program je tvořen s určitým cílem, zaměřením, tématem. Vše je však

vymezeno vnějšími a vnitřními faktory. Vnější okolnosti, jimiž jsou doba, místo a společenská situace, v nichž divadlo existuje, předurčují finanční situaci, návštěvnost divadla a očekávání společnosti. Vnitřními okolnostmi jsou možnosti divadla – finanční, umělecké, provozní, personální atd. Tyto dva druhy faktorů také určují specializaci divadla – na druh divadelní činnosti, na typ diváků, dramaturgický plán a způsoby inscenací. Dopad uměleckého programu na dramaturgický plán definuje Hořínek v Úvodu do praktické dramaturgie takto: “Umělecký program je vnitřní osou dramaturgie a dramaturgie je aplikací uměleckého programu ve sféře dramatických textů.” Tvorba dramaturgického plánu se tedy odvíjí od směru uměleckého programu divadla. Ten může být dynamický, jelikož každé divadlo se určitým způsobem a směrem vyvíjí.

Sestavování dramaturgického plánu musí souhlasit s profilem divadla a jeho uměleckým plánem. Je třeba se na něj dívat jako na celek, jehož části do sebe zapadají (výpadek jednoho dramatu z plánu často bývá těžce nahraditelný) a tvoří určitý jednotný komplex, jdoucí za určitým cílem. Dramaturg nesmí zohledňovat osobní zájmy, je třeba k tvorbě plánu přistupovat objektivně. Stejně podmínky však platí nejen pro jeho tvorbu, ale také pro posuzování.

1.2 Rozbor díla

Další prací dramaturga je, poté co vybere konkrétní titul, připravit pro režiséra a ostatní inscenátory podklady a materiály vybraného dramatu. To znamená, že text, jenž se bude inscenovat, se musí řádně rozebrat, a to nejen ze stylistického, literárního a poetického hlediska, ale také z hlediska dobových společenských kontextů.

Musí se rozebrat fabule, psychologie postav a nalézt hlubší význam textu. Text je posuzován z hlediska literární a divadelní kvality textu a historického a aktuálního kontextu a významu. Při rozboru musí dramaturg určit také konkrétní žánr, ve kterém bude text prezentován – některá dramata mohou být jak komická, tak tragikomická.

Hlavním cílem tohoto rozboru je dopátrat se základních myšlenek a významů dramatu. Je to příprava podkladů pro další práci inscenátorů, kteří drama zpracují a interpretují po svém. Pokud tedy má být dramatikova práce inscenátory ocenitelná, měla by být vypracována objektivně.

Po takovém dramatickém objektivním rozboru následuje určení dramaturgicko-režijní koncepce, která je již subjektivnější. Dochází tu k určení interpretace textu, hierarchizaci významů, motivace činů postav, rozhoduje se způsob, koncepce, téma a stylizace ztvárnění. Dokazuje to vzájemnou souvislost s potřebou spolupráce režie a dramaturgie. Je tedy jasné, že zde již dochází k přerodu mezi režijní a dramaturgickou prací. V této fázi zrodu inscenace už nemusí jít o práci jediného člověka. Režisér může s dramaturgem spolupracovat, nebo tuto funkci splňuje sám.

Další dovednosti dramaturga

Jedna z posledních věcí, které má dramaturg při přípravě inscenace na starost je revize dramatického textu. Herci musí dostat před začátkem zkoušek již upravený text, není to však pravidlem, při tvorbě některých inscenací dochází k úpravám teprve během zkoušek. Při takové revizi je třeba tolerovat umělecké a stylové hodnoty textu. Jazyk dramatického textu má dvě roviny. Je to stylová rovina dramatického textu, dramatikův styl, a styl promluv jednotlivých postav, které ji charakterizují. Všechny úpravy sledují dosáhnoutí optimální

jazykové úrovni. Jejich nejběžnější formou jsou škrty. Vězí za tím nadměrná délka textu, mnohomluvnost, nadbytečnost a změna významu. Nesmí se však zapomenout na výstavbu a řád uměleckého díla, škrty musí mít dostatečně pádný důvod a musí odpovídat dramaticko-režijní koncepci.

Dramaturg pracuje s již napsanými texty, ale často mívá na dramaturgickou tvorbu jistý vliv. Například zadává nové překlady, žádá spisovatele o nové původní hry, čímž se podílí svou iniciativou na vznik nových dramat. Také svou kritikou upozorňuje autory na případné nedostatky a chyby a podává návrhy, jak dílo upravit. Dramaturg se může také aktivně podílet na tvorbě nové inscenace, adaptaci, či si dokonce sám napsat nové drama.

Dramaturg také zajišťuje základní zpětnou vazbu. Inscenaci posuzuje jak s hlediska zvolené metody, prostředků a postupů, součinnosti složek, tak v souvislosti s uměleckým programem divadla.

1.3 Filmové prostředí:

Kreativní producent u filmu

Adjektivum kreativní rozšiřuje definici producenta jako takového o tvůrčí zapojení do projektu. U filmu v podstatě nahrazuje původní termín výroba. Definice kreativního producenta není dosud v odborné literatuře přesně vymezena, ale z řady jednotlivých zmínek lze vysledovat převládající názory na práci kreativního producenta a jeho schopnosti.

Dovednostní předpoklady kreativního producenta

Jako osoba se podílí také na výběru hereckého obsazení společně s režisérem. Kreativní producent musí rozumět práci všech kreativních složek. Díky tomu je schopen dohlížet na to, aby vše zapadalo do konceptu filmu. Předností kreativního producenta jsou komunikační dovednosti, neboť jeho pozice je vyjednávací skrz všechny složky štábu. Mnohdy pracuje pod tlakem. Pracovní doba kreativního producenta je nepravidelná, závisí na vývoji projektu. Hlavní talent kreativního producenta je postaven nejen na technologické kreativité, financování, ale i na marketingu. Kreativní producent musí být velmi racionální. Každodenní rutinou kreativního producenta jsou totiž správná rozhodnutí a vyjednávací schopnosti. Kreativní producent se musí obklopovat týmem lidí, na které se může stoprocentně spolehnout a musí být za každou cenu empatický, mnohdy se musí chovat jako psycholog a businessman, který dokáže argumentovat vybavení technických složek. Náplň jeho práce připomíná roli dramaturga, střetává se zde politika, teoretické znalosti a tvůrčí proces. Práce kreativního producenta spočívá v delegování příběhu, získává autorská práva na scénář, pokud se podílí i na vývoji scénáře jako dramaturg. Pozice kreativního producenta je zastoupená již od preprodukce až po fázi distribuce.

Vlastnosti kreativního producenta:

- vášeň
- porozumění (napojit se na fantazii a tvořivé vyjádření umělců)
- zvědavost (všude může být příběh, příběhy jsou všude)
(Producent se dočetl, že v Mexiku zanikl další jazyk, protože jediní dva lidé, kteří tímto jazykem mluvili, se pohádali, našel režiséra pro tento

pozoruhodný příběh a vyhrál Mezinárodní filmový festival v Sundance)

- inspirace (obklopte se nápady, zajímavými kreativními spolupracovníky)
- spolupráce (vztah režisér – producent)
- experiment (neodolatelný pocit toho, že nevíte, co děláte, ale děláte to navzdory tomu...)
- risk

1.4 Principy filmového marketingu:

- umět definovat svůj film
- kdo je divák – demograficky, pohlaví, etnikum, jazyk, lokální nebo mezinárodní zásah
- kde a kdy naplánovat kampaň (filmový trh, festival, lokální distributor)
- kde bude film uvedený – kino, multiplex, artové kino, TV, kabelová TV, Netflix

Správný producent je vizionář, má precizní znalosti filmové tvorby ve všech fázích – od námětu, scénáře, režijní práce, castingu, finančního zajištění, načasování i sociologický přehled a odhad.

Vyrobít film je jedna věc, ale neméně důležité je, co s ním potom udělat, dostat ho ke správným divákům – to je jeho finální úkol.



ÚKOL

Vybrat si literární předlohu, svou oblíbenou knihu a pokusit se vžít se do role dramaturga a vysvětlit, proč by bylo vhodné převést ji do divadelní nebo filmové podoby, zdůvodnit cílovou skupinu, naznačit postup při realizaci.



SHRNUTÍ

Seminární diskuze o zkušenostech studentů z oblasti filmu, divadla, marketingu, výroby a propagace filmu v současných podmínkách.

Praktické ukázky z práce dramaturga multižánrového kulturního festivalu:

Praktické ukázky dramaturgické práce vyučujícího na opavských kulturních festivalech Další břehy a Bezručova Opava.

www.youtube.com film – historie aneb 20 let na Dalším břehu

www.opava-city.cz/dalsibrehy