

# Podrobný profesní životopis kandidáta z oblasti audiovizí

Profesní životopis bude zveřejněn na webu Fondu.  
Neuvádějte citlivé osobní údaje své ani blízkých osob.

<b>jméno a příjmení kandidáta</b>	Marek Loskot	
<b>profesní zkušenosti</b> (v případě potřeby přidejte řádky)		
zaměstnavatel (firma/organizace/instituce apod.)	stručný popis pozice	od–do
TV NOVA	marketingový specialista v oddělení vývoje	2023-doteď
Jimoravský filmový nadační fond	člen správní rady	2018-doteď
Státní fond kinematografie	vedoucí oddělení výzkumu	2013-2018
Bionaut	marketingový specialista	2018-2021
Boardcubator	creative director, majitel studia	2016-doteď
Negativ Film	crowdfunding campaign director projektu Prezident Blaník	2017-2018
Athanor	crowdfunding campaign director projektu Jan Švankmajer: Hmyz	2015-2017
Masarykova Univerzita	projektový koordinátor na projektu ESF FIND Partnerství univerzit a filmového průmyslu	2013-2014
TIC Brno	ředitel festivalu BRNO16	2010-2011
FILMOCHOD	majitel kreativního studia	2007-2016
Film Festival Zlín	dramaturg festivalu Zlínský pes	2007
<b>vzdělání</b> (v případě potřeby přidejte řádky)		
název školy/instituce apod.	obor/název kurzu apod.	od–do
Masarykova Univerzita	Teorie a dějiny filmu a audiovizuální kultury	2004-2009
Gymnázium Matyáše Lercha	všeobecné gymnázium s výukou ve francouzském jazyce	1996-2004

# Koncepce kandidáta na člena Rady Státního fondu audiovize

Marek Loskot

Small screen industry je u nás stále v procesu digitální transformace, která dramaticky mění jeho podobu i ekonomické modely. Snižující se sledovanost lineární televize je trend, který se již nezastaví. Poskytovatelé obsahu v tomto nejistém čase sází především na jistotu a nechávají si vyrábět formáty, které oslovují především jejich stávající publikum. Prostor pro zkoušení nových formátů a způsobů vyprávění je velmi malý. Kombinace těchto výchozích podmínek vede k izolaci českého trhu a z důvodu nižší odvahy k rizikovým investicím také ke ztrátě mladé generace, která od lineárního vysílání odchází. Přesto jsou small screen formáty relevantní kulturně a ekonomicky jako nikdy předtím.

Pozici čerstvě transformovaného Státního fondu audiovize vidím především v podpoře hledání riskantnějších nových formátů, podpoře stability nezávislých producentů, kteří je budou schopni vyrábět i vyvážen, podpoře v hledání nových talentů, a hlavně pak cest k mladému divákovi, bez kterého nebude nejen pro koho vyrábět, ale především za co, protože financování Fondu je na platících a aktivních divácích založeno z většinové části.

## Klíč k udržitelnosti

Lokální poskytovatelé obsahu zůstanou i do budoucna hlavními zadavateli obsahu. Budoucnost sektoru bude víc a víc závislá na poptávce VOD platform. Nepůjde jen o "quality TV", ale i o pestrost žánrů a formátů. Nástup AI změní produkci, kde průměrné projekty postupně zvládne technologie, zatímco nadprůměrná tvorba bude vyžadovat investice do lidské kreativity a schopností excelentního audiovizuálního storytellingu.

Více zdroje financování small screen formátů by pak mělo vést nejen k posílení pozice nezávislých producentů, ale i ke snížení rizika poskytovatelů obsahu, kteří budou mít větší prostor zkoušet nové formáty, které se můžou ukázat jako nečekaně životaschopné nebo klíčové pro akvizici nových diváků.

## Bez schopnosti oslovit mladou generaci to můžeme zabalit

Hledání formátů pro mladé diváky je dlouhodobě podceňované. Poskytovatelé obsahu se v tomto náročném období zaměřují na jistotu a snaží se udržet stávající cílové skupiny, což ale neoslovuje mladé generace. Přestože je to ekonomicky jasně pochopitelné, z dlouhodobé perspektivy je to neudržitelné. Nastupující ekonomicky aktivní generace Gen Z je zvyklá vybírat si mezi širším spektrem trávení volného času než generace předchozí. Neuznává zaběhané kategorizace typu mainstream vs. arthouse. Konzumuje audiovizuální obsah dramaticky jinak a víc než předchozí generace. Vyžaduje významně větší sociální "engagement", kdy obsah musí

být zároveň společenská událost, jinak se o něm v záplavě jiného obsahu ani nedozvídají nebo ho ignorují. Jejich divácká zkušenost je ale zároveň vysoká. Jsou schopni rozeznat a vyhledávat kvalitní obsah. Nepopiratelným důkazem je významný nárůst návštěvnosti nezávislých filmů v kinech v USA nebo Německu. Tento trend ukazuje jejich chuť po tématech, která jsou hlubší a událostního charakteru.

Fond by měl podporovat formáty, které zapojují mladé diváky, a spolupracovat nejen s producenty, ale i poskytovateli obsahu na hledání inovativních způsobů, jak tuto skupinu získat. Kromě kvality jde i o celkový zážitek a engagement, které mladé diváky vtáhnou.

## Na co nezapomenout

Vyprávění příběhů zůstává klíčovou formou lidské komunikace a sdílení zážitků. Fond by se měl starat o to, aby se jeho hodnota nezredukovala na pouhé finanční a marketingové ukazatele. Fond by měl tvořit prostor pro alternativy a podporovat odvahu, aby mohl audiovizuální průmysl zůstat relevantní nejen dnes, ale i v budoucnu.

### **Klíčové cíle kandidáta**

- Zvýšit kvalitu a mezinárodní konkurenceschopnost českých televizních a online formátů.
- Oslovit nové generace diváků prostřednictvím inovativního a relevantního obsahu.
- Usnadnit vstup mladých tvůrců a talentů do průmyslu.
- Podpořit udržitelnou a diverzifikovanou produkci v souladu s evropskými standardy.
- Vytvořit pevnější most mezi českou audiovizí a globálním trhem.