

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

Bakalářská práce

2020

Jaroslav Vondrák

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

**Mediální obraz seriálu Most! ve vybraných českých
médiích**

Bakalářská práce

Autor práce: Jaroslav Vondrák

Studijní program: Mediální studia

Vedoucí práce: Mgr. Zbyněk Vlasák

Rok obhajoby: 2020

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracoval samostatně a použil jen uvedené prameny a literaturu.
2. Prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného titulu.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne 15. května 2020

Jaroslav Vondrák

Bibliografický záznam

VONDRÁK, Jaroslav. *Mediální obraz seriálu Most! ve vybraných českých médiích*. Praha, 2020. Bakalářská práce (Bc.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí práce Mgr. Zbyněk Vlasák.

Rozsah práce: 64 535 znaků

Anotace

Tato bakalářská práce se zabývá mediálním obrazem seriálu Most!. Divácky jde o jeden z nejúspěšnějších projektů České televize a také zájem médií o něj byl velký. Seriál byl výjimečný vysokou sledovaností, ale hlavně tématy, která prezentoval, jako například xenofobie, rasismus nebo problematika změny pohlaví. Děj se odehrává v severočeském městě Most. V práci bude stručně představen seriál samotný, jeho děj, tvůrci a herci. Hlavní část práce ale tvoří kvantitativní a kvalitativní obsahová analýza vybraných médií. Cílem kvantitativní obsahové analýzy je získat data o tom, jak média o seriálu psala, jak často a v jakém rozsahu, jakým tématům se média v souvislosti se seriálem nejčastěji věnovala a podobně. Cílem kvalitativní obsahové analýzy je detailněji analyzovat vybrané texty. Součástí práce je také vyjádření tvůrce seriálu.

Annotation

This bachelor's thesis deals with the media image of the television series Most! It is one of the most successful projects of Czech Television in terms of the number of viewers and the media interest in the series was great. The series was exceptional not only for its viewership but mainly for the topics it presented, such as xenophobia, racism, and gender issues. The story takes place in the North Bohemian town of Most. This thesis will briefly introduce the series itself, its plot, creators, and actors. However, the main part of the thesis consists of quantitative and qualitative content analysis of selected media. The aim of quantitative content analysis is to obtain data on how often and to what extent media wrote about the series, what topics the media most often addressed in connection to the series, and so on. The aim of qualitative content analysis is to analyze selected texts in more detail. Part of the work is also the statement of the creator of the series.

Klíčová slova

Česká televize, seriál, Most!, televizní tvorba, xenofobie, rasismus, transgender

Keywords

Czech Television, TV series, TV production, Most!, xenophobia, racism, transgender

Title/název práce

Media image of Most! series in selected Czech media

Poděkování

Na tomto místě bych rád poděkoval panu Zbyňku Vlasákovi, vedoucímu práce, za cenné připomínky a rady při psaní práce. Dále bych chtěl poděkovat rodině za dlouhodobou podporu při studiu, zejména pak mámě. Kamarádům Aničce a Jirkovi děkuji za pomoc při korektuře práce a zpětnou vazbu, kterou mi poskytli.

SCHVÁLENO

18.6. 2019

Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK Teze BAKALÁŘSKÉ diplomové práce									
TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:									
Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta: Jaroslav Vondrák	Razítko podatelny: <table border="1"><tr><td colspan="2">Univerzita Karlova Fakulta sociálních věd</td></tr><tr><td>Došlo dne: 27-05-2019</td><td>-1-</td></tr><tr><td>Čj: 126</td><td>Příloh:</td></tr><tr><td>Přiděleno:</td><td></td></tr></table>	Univerzita Karlova Fakulta sociálních věd		Došlo dne: 27-05-2019	-1-	Čj: 126	Příloh:	Přiděleno:	
Univerzita Karlova Fakulta sociálních věd									
Došlo dne: 27-05-2019		-1-							
Čj: 126		Příloh:							
Přiděleno:									
Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta: 2017/2018									
E-mail diplomantky/diplomanta: jar.vondrak@seznam.cz									
Studijní obor/forma studia: Mediální studia – kombinovaně									
Předpokládaný název práce v češtině: Mediální obraz seriálu Most ve vybraných českých médiích									
Předpokládaný název práce v angličtině: Media image of the Most series in selected Czech media									
Předpokládaný termín dokončení (semestr, akademický rok – vzor: ZS 2012/2013): (diplomovou práci je možné odevzdat <u>nejdříve po dvou semestrech</u> od schválení tezí) LS 2019/2020									
Základní charakteristika tématu a předpokládaný cíl práce (max. 1000 znaků): Hlavním cílem práce je zmapovat reakci vybraných českých médií na seriál Most, který byl Českou televizí vysílán v lednu a únoru 2019. Dílčími cíli jsou pak zařazení seriálu do kontextu seriálové tvorby České televize a seriálové tvorby v ČR obecně. Samotná analýza vybraných médií bude prováděna jak kvantitativně, tak kvalitativně. Práce bude rozdělena na dvě poloviny. První část bude teoretická a bude obsahovat informace o seriálu, jeho postavení v rámci tvorby České televize a o zkoumaných médiích. A také mediálně-teoretický základ pro analýzu. Druhá část bude věnována analýze samotné. Bude zde vymezena metodologie a uvedeny výsledky kvalitativní i kvantitativní analýzy s tím, že bude kladen důraz na analýzu širších společenských témat, která byla se seriálem v médiích spojována.									
Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu): <ol style="list-style-type: none">1. Úvod2. <u>Teoretická část</u><ol style="list-style-type: none">2.1. Seriálová tvorba České televize (vymezení historie a kontextu seriálové tvorby ČT)2.2. Seriál Most (vzhled do průběhu tvorby seriálu a personálního obsazení, představení tvůrců)2.3. Mediální obraz – teoretické vymezení2.4. Stručná historie a současnost vybraných médií3. <u>Praktická část</u><ol style="list-style-type: none">3.1. Metodologie3.2. Kvantitativní analýza3.3. Kvalitativní analýza3.4. Interpretace výsledků4. Závěr									
Vymezení zpracovávaného materiálu (např. konkrétní titul periodika a období jeho analýzy): Analyzována budou následující periodika: A2larm, Aha, Blesk, Deník, Deník N, Deník Referendum, Echo, Hospodářské noviny, Lidové noviny, Mladá fronta DNES, Právo, Reflex, Respekt a Týden v období od 15. října 2018 do 15. dubna 2019.									

Postup (technika) při zpracování materiálu:

Kombinovaná kvantitativní a kvalitativní obsahová analýza všech článků týkajících se seriálu Most ve zmíněných periodikách a ve vymezeném časovém období.

Základní literatura (nejméně 5 nejdůležitějších titulů k tématu a způsobu jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2-5 řádků):

BEDNAŘÍK, Petr, JIRÁK, Jan a KÖPPOVÁ, Barbara. Dějiny českých médií: od počátku do současnosti. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3028-8.

Obsáhlá kniha, která mapuje vývoj českých médií jak v minulém, tak v současném století. Nabízí vhled do problematiky v dobovém kontextu.

HENDL, Jan. Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace. Vyd. 1. Praha: Portál, 2005. ISBN 80-7367-040-2.

Autor se v publikaci věnuje problematice kvalitativního výzkumu. Představuje základní postupy a metody kvalitativní analýzy, a to včetně metod sběru dat nebo jejich správného vyhodnocení.

MOC, Jiří. Seriály od A do Z: lexikon českých seriálů. Praha: Česká televize, 2009. Edice České televize. ISBN 978-80-7404-036-8.

Komplexní publikace, která mapuje českou, respektive československou, seriálovou tvorbu od roku 1959 do roku 2009.

SEDLÁKOVÁ, Renáta. Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky. Praha: Grada, 2014. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3568-9.

Publikace mapuje nejpoužívanější postupy při analýze mediálních obsahů, včetně konkrétních pravidel a při jejich aplikaci v praxi. Zmíněny jsou jak kvalitativní, tak kvantitativní postupy.

TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. Metody výzkumu médií. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-683-4.

Publikace se věnuje metodám, které jsou k výzkumu médií užívány nejčastěji. Tyto metody autoři představují, uvádí, na jakém principu fungují a zmiňují také jejich využití v praxi.

TRAMPOTA, Tomáš, ed. Česká média a Evropská unie: 20 let smazávání hranic: soubor vědeckých statí. Praha: Metropolitní univerzita Praha, 2009. ISBN 978-80-86855-50-9.

Publikace obsahuje deset odborných statí od různých autorů na téma českých médií a jejich vývoje po roce 1989. Pro účely bakalářské práce jsou cenné zejména texty PhDr. Petra Bednařka, Ph.D. a PhDr. Ireny Reifové, Ph.D., ve kterých se autoři věnují seriálové tvorbě.

Diplomové práce k tématu (seznam bakalářských, magisterských a doktorských prací, které byly k tématu obhájeny na UK, případně dalších oborově blízkých fakultách či vysokých školách za posledních pět let)

VIČAROVÁ, Barbora. Mediální obraz českého výtvarného umění v denním tisku. Praha, 2017. 50 s. Bakalářská práce (Bc.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce Mgr. Zbyněk Vlasák.

VLČEK, Matěj. Presentace vybraných seriálů v časopisech Československá televize a Televízia v období normalizace. Praha, 2013. 57 s. Bakalářská práce (Mgr.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce PhDr. Petr Bednařík, Ph. D.

Datum / Podpis studenta/ky

27.5.2019



TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:

Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:

Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:

Potvrzuji, že výše uvedené teze jsem s jejich autorem/kou konzultoval(a) a že téma odpovídá mému oborovému zaměření a oblasti odborné práce, kterou na FSV UK vykonávám.

Souhlasím s tím, že budu vedoucí(m) této práce.

VLASÁK ZBYNĚK

Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga

27.5.2019

Datum / Podpis pedagožky/pedagoga

TEZE JE NUTNO ODEVZDAT VYTIŠTĚNÉ, PODEPSANÉ A VE DVOU VYHOTOVENÍCH DO TERMÍNU UVEDENÉHO V HARMONOGRAMU PŘÍSLUŠNÉHO AKADEMICKÉHO ROKU, A TO PROSTŘEDNICTVÍM PODATELNY FSV UK. PŘIJATÉ TEZE JE NUTNÉ SI VYZVEDNOUT V SEKRETARIÁTU PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY A NECHAT VEVÁZAT DO OBOU VÝTISKU DIPLOMOVÉ PRÁCE.

TEZE SCHVALUJE NA IKSŽ VEDOUCÍ PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY.

Obsah	
Úvod	1
1. Seriál Most!	4
1.1 Herecké obsazení	5
1.2 Lokace	6
1.3 Dvojice Prušinovský – Kolečko	7
1.4 Vysílání a divácký ohlas seriálu	7
1.5 Současná seriálová tvorba v ČR	8
2. Teoretická část	10
2.1 Mediální konstrukce reality	10
2.2 Mediální obraz	11
2.3 Agenda-setting a framing	12
2.4 Cíl práce, výzkumné otázky, hypotézy	14
2.5 Vymezení zdrojů	15
2.6 Metodologie	16
3. Stručná historie a současnost vybraných médií	20
4. Kvantitativní analýza	25
5. Kvalitativní analýza	41
5.1 Virtuální bitva o Most! na stránkách Deníku Referendum a A2larmu	44
5.2 Korektnost, gender a vulgarity	47
5.3 Kontroverze pohledem tvůrce seriálu	50
Závěr	53
Summary	56
Použité zdroje	58
Literatura	58
Tištěná periodika	58
Internetové zdroje	59
Ostatní zdroje	62
Seznam příloh	63
Rozhovor s Michalem Reitlerem, kreativním producentem seriálu Most!	63

Úvod

Česká seriálová scéna zažila na začátku roku 2019 rázný vstup seriálu *Most!* na televizní obrazovky. Projekt České televize byl ze strany diváků přijat velmi vřele, což dokládají data o sledovanosti. Ta dosáhla rekordních hodnot. V průměru seriál v premiérovém vysílání sledovalo téměř jeden a půl milionu diváků. V odloženém vysílání pak další statisíce.¹

Vedení České televize se tak vyplatilo angažování režiséra Jana Prušinovského a scenáristy Petra Kolečka, kteří společně s kreativním producentem Michalem Reitlerem stojí za jeho realizací. *Most!* není výjimečným počinem pouze z hlediska vysoké sledovanosti. Seriál nabídl velmi neortodoxní děj, postavy i přístup k problematickým tématům. Nechyběla ani vulgarita. To vše v kulisách severočeského Mostu. Ústřední dějovou linkou je příběh Dáši, která se narodila jako muž. Podstoupila změnu pohlaví a nyní se vrací do rodného Mostu. Zde naráží na nepochopení a posměšky. Dalším tématem seriálu je rasismus a vztah bílé většiny s romskou menšinou. *Most!* přinesl do českého televizního prostředí něco nového, za což byl odměněn velkým zájmem diváků i médií. Cílem bakalářské práce je analýza právě toho, jak média na seriál nahlížela.

Na následujících stranách bude provedena kvantitativní a kvalitativní analýza toho, jak vybraná média seriál *Most!* prezentovala. Kvantitativní část obsahové analýzy je zaměřena na získání kvantifikovatelných dat, tedy počtu mediálních výstupů v jednotlivých médiích, dále pak data o jejich rozsahu, publicistickému stylu a podobně. Kvalitativní část práce prezentuje vybrané texty, dává je do kontextu, rozebírá hlavní důvody kritiky seriálu a současně také nabízí vyjádření jednoho z tvůrců seriálu.

Bakalářská práce vychází z výše uvedených tezí. Oproti těmto tezím se text práce odchyluje ve třech bodech. Nebylo striktně dodrženo členění kapitol, tak jak je uvedeno tezích. Dále byl z médií vybraných k analýze vyřazen *Deník*, kvůli svému regionálnímu

¹ BLINKOVÁ, Karolína. *Lamač internetových rekordů: MOST!* [online]. [cit. 2020-03-13]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/press/tiskove-zpravy/?id=8808>

charakteru. Kvalitativní analýza byla provedena pouze u vybrané části mediálních výstupů (dle jejich tématu), nikoli u všech.

1. Seriál Most!

Osmidílný komediální seriál se odehrává v severočeském městě Most, kde byla také naprostá většina záběrů natočena. Děj seriálu se točí okolo hlavního hrdiny Lud'ka. Česká televize jej charakterizuje takto: „*Lud'ka právě vyhodili z práce, bydlí v polorozpadlé barabizně, má vypnutou elektřinu, dluží peníze mlátičce Romanovi, jeho bývalá žena si vzala 'němčoura' a jeho syn se za něj stydí.*“²

Kromě Lud'ka se v seriálu představuje také parta jeho kamarádů, kteří se schází v hospodě Severka. Diváci tak poznávají bývalého faráře – nyní alkoholika, dále pracujícího Roma Frantu, který je terčem rasistických vtipů, ztroskotance Čočkina, který se snaží podnikat, nebo hospodského Edu, který nemá rád Romy a Frantovu přítomnost toleruje pouze za podmínky, že Frantu nebude zvenku vidět. Důležitou postavou je Dáša, která se do Mostu vrací po čase stráveném v Praze. Dříve se Dáša jmenovala Pavel a byla bratrem Lud'ka, poté ovšem podstoupila změnu pohlaví, což Luděk a jeho přátelé velmi těžce nesou.

Již výčet nejdůležitějších postav ukazuje, že zápletka seriálu je poměrně komplikovaná a odehrává se na více úrovních. Seriál i díky tomu nabízí velké množství vtipných, až absurdních situací a dotýká se také témat, která se v komediální seriálové tvorbě vyskytují zřídka. Pomocí humoru se tak probírají záležitosti jako soužití bílé většiny s Romy, otázka genderu a změny pohlaví, kriminalita i každodenní problémy obyvatel severočeského města. Je ovšem nutno zmínit, že typ humoru, který je v seriálu používán, by mohl některými být označen jako nekorektní. Stejně tak míra vulgarit, které se v seriálu objevují, je vysoká. Patrně i právě proto získal seriál takovou publicitu, popularitu a také sledovanost.

² *Mají se rádi, ale ještě o tom nevědí. Česká televize v lednu uvede komediální seriál Most!* [online]. [cit. 2020-03-13]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/press/tiskove-zpravy/?id=8743>

1.1 Herecké obsazení

V hlavních rolích se objevili herci, které již tvůrci znali z dřívějších projektů, ale i veřejnosti úplně neznámí herci. Pro hlavní roli byl vybrán Martin Hofmann, divadelní i filmový herec, který navázal na spolupráci s tvůrčí dvojicí Prušinovský – Kolečko, se kterou spolupracoval již na seriálu Trpaslík.

Do role hospodského Edy, který stojí za výčepem v restauraci Severka, byl obsazen Michal Isteník. I ten se objevil v seriálu Trpaslík, s Hofmannem spolu hráli také v seriálu Rédl. Postavu Dáši, transsexuálky, která se dříve jmenovala Pavel, ztvárnila herečka Erika Stárková, která byla před vysíláním Mostu známá z několika rolí v seriálech nebo filmech, případně z divadla. Role Dáši jí přinesla velkou publicitu. Na ztvárnění této postavy se kromě Stárkové podílel také Jan Cina, který postavu nadaboval. Důvodem k tomuto kroku byla autenticita postavy, která dle scénáře prodělala změnu pohlaví z muže na ženu, a hlas by tomuto měl odpovídat.

Rom Franta, pracovník mosteckých technických služeb, našel svého představitele ve Zdeňku Godlovi. Herec se zajímavým životním příběhem se k filmu dostal spíše náhodou, přesto před natáčením Mostu již několik zkušeností před kamerou měl. Role Franty v Mostu! mu vyhovovala a jeho tvář se v médiích objevovala v době vysílání seriálu i poté velmi často.

Častým návštěvníkem hospody Severka je exkomunikovaný farář, který má problémy s nadměrným pitím alkoholu. Je ztvárněn zkušeným hercem Cyrilem Drozdou. Dalším štamgastem je Ivan Čočka, zvaný Čočkin, nezaměstnaný, který se snaží rozjet podnikání, ale moc se mu to nedaří. Hraje ho Vladimír Škultéty.

1.2 Lokace

Seriál je názvem i dějem pevně spojen s místem svého vzniku, naprostá většina scén tak vznikla v Mostě a jeho okolí. Děj se odehrává v různých částech města, ústředním místem je hospoda Severka, která se po vysílání seriálu stala cílem seriálových fanoušků – turistů. Mimo ni se natáčelo například na mosteckém autodromu, vrchu Hněvín, ve zdejších kostele Nanebevzetí Panny Marie nebo na romském sídlišti Chánov. Místo seriálu je pro děj zásadní. V tomto ohledu je Most unikátní lokací, která některé problémy ze seriálu řeší i v každodenním životě, jako například soužití většiny s romskou menšinou, i když v seriálu jsou samozřejmě určité věci umocněny, jak potvrzuje režisér Jan Prušinovský: „*Most je ryze dělnické město, a proto má svou nezaměnitelnou filozofii. Vizually je naprosto unikátní, protože vyrostlo na zelené louce během několika let jako náhrada za zbořený starý Most. Když jsem tam přijel poprvé, zarazilo mě, jakou má člověk o tom městě představu a jaká je skutečnost. Není moc měst, kde se snoubí krásná příroda s ryze socrealistickou architekturou. (...) To, co se odehrává v seriálu, ale není každodenní realita, ale pokus ji nějak vypravěčsky a stylisticky uchopit. Tak jako se ve městě Fargo ve skutečnosti nenahánějí nájemní vrazi, v Midsomeru neumírá každý den člověk, ani v Mostě se v takové míře neděje to, co v této sérii.*“³

Umístění děje seriálu nahrává trendu posledních let, kdy je v televizní tvorbě často zobrazováno prostředí severních a severozápadních Čech, což potvrzují například další seriály České televize Sever, Rapl, Rapl II nebo Svět pod hlavou.⁴

Režisér a scénárista Jan Prušinovský již v minulosti natočil film z podobného prostředí, i když zápletkou byla jiná než u seriálu Most. Jde o film Kobry a užovky z roku 2015, který se natáčel v Kralupech nad Vltavou a v Kladně a vypráví příběh dvou bratrů, z

³ *Most!* [online]. [cit. 2020-03-13]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/porady/10995220806-most/>

⁴ SPÁČILOVÁ, Mirka. *RECENZE: Blbým se blbě žije, vzkazuje nekorektně korektní seriál Most!* [online]. [cit. 2020-03-13]. Dostupné z:

https://www.idnes.cz/kultura/film-televize/recenze-most-petr-kolecko-jan-prusinovsky.A190104_448525_fil_mvideo_spm

nichž jeden je na okraji společnosti. Atmosféra filmu, zobrazované prostředí a poukázání na sociální problémy místa jsou seriálu Most! v určitých ohledech podobné.⁵

1.3 Dvojice Prušinovský – Kolečko

V seriálu Most se zhodnotila spolupráce tvůrčí dvojice Jan Prušinovský – Petr Kolečko. Do povědomí české scény se tvůrci dostali v roce 2010, kdy spolu napsali scénář k oblíbenému seriálu Okresní přebor. Jejich spolupráce pak pokračovala v projektech Čtvrtá hvězda, Trpaslík nebo Nevinné lži. Kromě toho se oba individuálně účastnili dalších filmů nebo seriálů, Kolečko se podílel například na filmech Masaryk nebo Přes prsty, Prušinovský na filmech Raffáci, František je děvkař nebo Kobry a užovky. Lze tak říci, že jde o zkušenou a ověřenou dvojici, což v seriálu Most! dokázali přetavit v neotřelý scénář. Ten psali oba, Prušinovský seriál navíc i režíroval.^{6 7}

1.4 Vysílání a divácký ohlas seriálu

Ohlas, jaký vyvolal seriál Most! v médiích, souvisí se sledovaností, jaké se mu dostalo. První díl byl odvysílán v pondělí 7. 1. 2019, finální osmý díl pak 25. 2. 2019. Šlo o velký divácký úspěch, který s dějovým postupem seriálu gradoval. *„Komedialnímu seriálu MOST! tvůrčího dua Prušinovský – Kolečko stačilo pouhých osm pondělních večerů k tomu, aby se stal fenoménem v televizi i na internetu. Každý díl přivedl k obrazovkám průměrně 1,35 milionu diváků a do týdne po odvysílání jej odloženě, na webu nebo v televizi, vidělo dalších 680 tisíc lidí, což je dalších více než 50 % diváků. Jde o první komediální seriál na českém televizním trhu, který v popularitě dokázal překonat nejen sledovanost večerní zpravodajské relace, ale i pořadů vysílaných v hlavním vysílacím čase od 20 hodin, jež se jinak pravidelně drží na špici zájmu.“*⁸

⁵ NOVOTNÝ, Ondřej. *10 dalších seriálů od tvůrců aktuální pecky Most!* [online]. [cit. 2020-03-13].

Dostupné z: <https://filmtoro.cz/blog/10-dalsich-serialu-od-tvurcu-aktualni-pecky-most>

⁶ Petr Kolečko [online]. [cit. 2020-03-13]. Dostupné z: <https://www.csfd.cz/tvurce/88014-petr-kolecko/>

⁷ Jan Prušinovský [online]. [cit. 2020-03-13]. Dostupné z:

<https://www.csfd.cz/tvurce/26213-jan-prusinovsky/>

⁸ BLINKOVÁ, Karolína. *Lamač internetových rekordů: MOST!* [online]. [cit. 2020-03-13]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/press/tiskove-zpravy/?id=8808>

O růstu diváckého zájmu o seriál svědčí to, že první díl sledoval každý třetí divák, který byl v době vysílání u přijímače, poslední díl pak sledoval každý druhý. Nejsledovanější byl sedmý díl, který vidělo 1,9 milionu diváků. Zajímavých čísel dosáhl seriál také v odložené sledovanosti. Diváci seriálu byli nejčastěji ze severozápadních Čech, Prahy a obecně větších měst.⁹

1.5 Současná seriálová tvorba v ČR

V současné době dodávají seriály na český mediální trh, mimo jiné, tři největší televize: Česká televize, FTV Prima a TV Nova. Česká televize z nich produkuje nejvíce původních českých seriálů – v období od 1. 1. 2016 do 1. 1. 2019 šlo o sedmáct původních českých seriálů. FTV Prima jich za toto období produkovala deset, TV Nova pět.¹⁰

Mimo těchto tří producentů hrají na českém trhu stále větší roli také internetové televize.

Českou seriálovou tvorbu lze rozdělit do tří základních skupin. Jde o seriály vztahové, komediální a kriminálky.¹¹

Mezi vztahové seriály můžeme zařadit například seriály *Ulice* nebo *Ordinace v růžové zahradě*. Tato produkce je charakteristická dlouhodobostí, větším počtem dílů a velkým počtem postav, vysílá se zpravidla vícekrát v týdnu. Jeden díl trvá obvykle okolo čtyřiceti minut.

⁹ BLINKOVÁ, Karolína. *Lamač internetových rekordů: MOST!* [online]. [cit. 2020-03-13]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/press/tiskove-zpravy/?id=8808>

¹⁰ KNÉBLOVÁ, Michaela. *Současný český dramatický seriál: metody využívané při vývoji scénáře*. Praha, 2019. Diplomová práce. Univerzita Karlova v Praze. Vedoucí práce PhDr. Václav Moravec, Ph.D., Ph.D., str. 41.

¹¹ KNÉBLOVÁ, Michaela. *Současný český dramatický seriál: metody využívané při vývoji scénáře*. Praha, 2019. Diplomová práce. Univerzita Karlova v Praze. Vedoucí práce PhDr. Václav Moravec, Ph.D., Ph.D., str. 42–43.

Seriály s kriminální tematikou jsou v České republice divácky oblíbené, čemuž odpovídá i vysílání televizí. V posledních letech se tak na obrazovkách objevily seriály Rapl, Rapl II, Svět pod hlavou, Polda, Dáma a Král, Policie Modrava, Rédl, Vzteklna, Temný kraj a další. Tyto seriály mají zpravidla šest až osm dílů, i když některé ze zmiňovaných, Dáma a Král nebo Policie Modrava, mají více sérií.

Komediálních seriálů vzniká v českých televizích méně než kriminálek a v jejich výrobě hrají výraznější roli také internetové televize a platformy. A často úspěšně, což lze vidět například na populárních sériích ze sportovního prostředí Vyšehrad, Lajna a Lajna II nebo na dlouhodobé sérii zaměřené na politickou satiru Kancelář Blaník.

V rámci čistě televizních komediálních seriálů hraje prim Česká televize, která s pravidelností nabízí komediální seriály vlastní produkce, kam spadá i zkoumaný Most!. Ve vysílacím okně na ČT 1, vyhrazeném pro české komediální seriály, se tak mimo série ze severu Čech objevily například seriály Zkáza Dejvického divadla, Dabing street, Čtvrtá hvězda nebo Trpaslík. Zmíněné vysílací okno je stanoveno na pondělí od 21 hodin, ČT jej označuje názvem „*Komediální seriál / sitcom – ČT1 – druhý prime time*.“ V popisu jej specifikuje takto: „*Autorské komediální seriály nebo sitcom, které se opírají o českou realitu. Minisérie eventového charakteru, výrazné a originální obsahem i formou.*“ Seriály vysílané v tomto okně mají stopáž třicet minut. V tomto se seriál Most! odlišuje, protože jeho stopáž se pohybovala okolo padesáti minut.¹²

Zařadit seriál Most! do kontextu české seriálové tvorby je složitým úkolem. V podstatě neexistuje dějově podobný počín a Most! vybočuje v řadě aspektů běžné seriálové tvorby. Určitou shodu s aktuální seriálovou tvorbou můžeme sledovat ve dvou rovinách. Tou první je místo děje, tedy severní Čechy. Most! navazuje na několik seriálů, které se v této části České republiky odehrávají, jako například drama Pustina, kriminálky Rapl, Sever nebo Svět pod hlavou. Druhou rovinu nabízí autorská dvojice Prušinovský a Kolečko, která se na realizaci Mostu! sešla po vzájemné spolupráci na řadě jiných projektů.

¹² Detail vysílacího okna [online]. [cit. 2020-03-13]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/podavani-nametu-a-projektu/programova-poptavka/podle-vysilacich-oken/panel/?detail=125>

2. Teoretická část

Bakalářská práce hledá otázku na to, jaký obraz seriálu *Most!* vytvářela vybraná česká média. Zkoumá také, jaká témata v souvislosti se seriálem akcentovala. Zaměřuje se na to, jak se v tomto projevovala jednotlivá média, ale také jaký obraz vytvářela média dohromady. Tato kapitola má za cíl vymezit termín mediální obraz a také související teoretické výrazy.

2.1 Mediální konstrukce reality

Teoretickým východiskem práce je princip mediální konstrukce reality. Ten vychází z teorie sociální konstrukce reality od amerických sociologů Petera L. Bergera a Thomase Luckmanna a jejich knihy *Sociální konstrukce reality*. Autoři stanovují teorii, která říká, že realita je vytvářena sociálně. Společnost je tvůrcem i produktem sociálního světa. Symbolické systémy pak tedy svět neodrážejí, ale přímo ho vytvářejí. Společnost je výtvozem člověka a také objektivní realitou. Bezprostřední realitou je dle autorů realita každodenního života.¹³

Z této teorie vychází teorie mediální konstrukce reality. Dle ní se média podílejí na konstrukci reality prostřednictvím mediálních produktů. Těžko uchopitelný termín mediální produkt můžeme charakterizovat jako „jednorázově zveřejněný či opakovaně zveřejňovaný celek,“ který je vnitřně uspořádaný a hierarchizovaný. Může tak jít například o film, televizní pořad, číslo novin, fotografii nebo hudební nahrávku.¹⁴

Konstrukce reality médií je závislá na hodnotě mediálních produktů. Vykonstruovaný svět se pro konzumenta stává faktickou realitou. Nemá totiž přímý přístup

¹³ BERGER, Peter L. a Thomas LUCKMANN. *Sociální konstrukce reality: pojednání o sociologii vědění*. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 1999. ISBN 80-85959-46-1, str. 22-25.

¹⁴ JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPOVÁ. *Média a společnost*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-80-7367-287-4, str. 119.

ke většině věcí, o kterých ho média informují. Příjemci tak mediální produkty zpravidla považují za zaručené svědectví o skutečném. Za to, jaké zprávy jsou označovány jako důležité a hodné zpravodajství zodpovídá selektivní rozhodování žurnalistů.¹⁵

2.2 Mediální obraz

Termín mediální obraz je často používán, ovšem jeho vymezení není nijak striktně stanoveno. Literatura uvádí, že mediální obraz „*má povahu typyfikovaného, zjednodušeného symbolu či přesněji znakové sestavy jako reprezentací konkrétních objektů a událostí, do kterých se promítají představy, postoje, názory a zkušenosti jejich tvůrců a skrze ně i jejich konzumentů.*“¹⁶

Zjednodušeně můžeme říci, že mediální obraz je označení pro celkové vyznění mediálních výstupů, které zveřejnila média o dané události či subjektu. Skládá se z řady dílčích ukazatelů, jako je počet zpráv, jejich rozložení v čase a frekvence vydávání, hodnotové vyznění, rozsah, struktura a podobně.¹⁷

¹⁵ KUNCZIK, Michael. *Základy masové komunikace*. Přeložil Štěpánka KUDRNÁČOVÁ, přeložil Milan ŠMÍD. Praha: Karolinum, 1995. ISBN 80-7184-134-X, str. 125

¹⁶ VOLEK, Jaromír. *Mediální obraz ve volební kampani. Prezidentská volba v médiích jako ritualizované (melo)drama o hledání aristokrata plebejce*. Praha: Konference: Člověk a média. Fokoláre, Pontes, 2013, str. 2.

¹⁷ VOLFOVÁ, Štěpánka. *Mediální obraz brexitu v českém tisku*. Praha, 2018. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut Mediálních studií a žurnalistiky. Katedra Mediálních studií. Vedoucí diplomové práce PhDr. Ulrike Notarp, Ph.D., str. 15.

2.3 Agenda-setting a framing

Média svými mediálními produkty ovlivňují to, o čem lidé přemýšlejí. To je východisko konceptu nastolování agendy, tedy anglicky agenda-setting. Ta předpokládá, že média vybírají a prezentují určitá témata, kterým věnují různě velký prostor, což následně ovlivňuje vnímání důležitosti těchto témat konečnými příjemci.¹⁸ Cílem teorie nastolování agendy je hledat odpověď na otázku, proč se určité informace stanou součástí veřejné debaty a jiné ne. A také to, proč jsou některá témata společností vnímána jako závažnější než jiná.¹⁹

Dějiny teorie nastolování agendy sahají do roku 1922, kdy Walter Lippmann ve své knize *Public Opinion* zmínil to, že média se podílí na tom, o čem lidé přemýšlejí. Výraz agenda-setting se poprvé objevil v článku Maxwella E. McCombse a Donalda L. Shawa v roce 1972. McCombs a Shaw jej použili v souvislosti s výzkumem, který prováděli v městečku Chapel Hill Severní Karolíně v roce 1968. Výzkum se týkal vývoje postojů nerozhodných voličů v prezidentské volbě vzhledem k mediálním výstupům publikovaným v místních médiích. Byla dokázána korelace mezi tématy nastolovanými médii a tématy připomínanými nerozhodnými voliči.²⁰

Pro účely práce je důležitá také takzvaná druhá fáze nastolování agendy, neboli nastolování agendy atributů, zejména pak framing. Framing, neboli rámcování, zkoumá, jak jsou jednotlivé události v médiích zarámovány. Rámcování znamená, že jsou vybrány určité aspekty reality, jejichž významnost je zvýšena tak, že se prosazuje určitá definice problému, jeho hodnocení a také jeho doporučené řešení. Je tedy důležité sledovat nejen to, jaká témata si média vybírají a následně prezentují jako důležitá, ale také to, jakým způsobem je prezentují a co zdůrazňují (rámcují).^{21 22}

¹⁸ TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-683-4, str. 242.

¹⁹ JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPOVÁ. *Média a společnost*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-80-7367-287-4, str. 182.

²⁰ Tamtéž.

²¹ MCCOMBS, Maxwell E. *Agenda setting: nastolování agendy: masová média a veřejné mínění*. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-591-2, str. 133.

Bakalářská práce v rámci své praktické části vychází z teorie nastolování agendy i z teorie framingu. V rámci kvantitativní analýzy mapuje, která témata byla v souvislosti se seriálem Most! prezentována a jak často. V kvalitativní analýze pak analyzuje to, jak byla tato témata prezentována.

²² TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-683-4, str. 243.

2.4 Cíl práce, výzkumné otázky, hypotézy

Cílem praktické části této bakalářské práce je charakterizovat mediální obraz seriálu *Most!*, který byl Českou televizí premiérově vysílán od 7. ledna 2019 do 25. února 2019. Analyzovány budou mediální výstupy vybraných médií, které byly publikovány ve stanoveném časovém období a splňují podmínky pro analýzu. Za pomoci kvantitativních výzkumných metod bude provedena analýza kvantifikovatelných ukazatelů, jako například počtu mediálních výstupů v jednotlivých médiích, frekvenci jejich vydávání, jejich publicistického stylu nebo primárních témat. Součástí praktické části bakalářské práce je také kvalitativní analýza. V té budou zkoumány otázky související zejména s tématy mediálních výstupů a názorovými rozpory v rámci analyzovaných médií.

Hlavní výzkumná otázka této bakalářské práce je tedy tato:

Jak vybraná média prezentovala seriál *Most!*?

Doplňující výzkumné otázky a hypotézy, jejichž zodpovězení je podstatné jako kontext pro odpověď na hlavní výzkumnou otázku jsou tyto:

VO1: Jak se vyvíjela četnost publikování mediálních výstupů ve zkoumaném období?

H1: Četnost publikování mediálních výstupů gradovala s vysíláním seriálu.

VO2: Zaměřovaly se mediální výstupy výhradně na seriál samotný, nebo také na témata s ním spojená?

H2: Mimo samotného seriálu se mediální výstupy ve značné míře zaměřovaly také na témata obsažená v seriálu, tedy na problematiku korektnosti, menšin, sociálního vyloučení, změny pohlaví a další.

VO3: Hodnotily mediální výstupy seriál Most! spíše kladně, či záporně?

H3: Mediální výstupy do určité míry kopírovaly pozitivní reakce diváků, vyjádřené například výraznou sledovaností. Pozitivní hodnocení seriálu tedy převažuje nad tím negativním.

2.5 Vymezení zdrojů

Zkoumaným obdobím byla stanovena doba od 15. října 2018 a 15. dubna 2019. Analyzovány byly mediální výstupy publikované v následujících médiích: Aha!, A2larm, Blesk, Deník N, Deník Referendum, Týdeník Echo, Hospodářské noviny, Lidové noviny, Mladá fronta DNES, Právo, Reflex, Respekt a Týden.

Předmětem analýzy jsou tištěné verze výše uvedených periodik. Výjimkou je Deník Referendum, který vychází pouze elektronicky na portálu www.denikreferendum.cz, a také A2larm, dostupný na adrese www.a2larm.cz. Tištěná verze Deníku N nevycházela po celé vymezené období, první tištěné číslo tohoto perioda vyšlo 7. ledna 2019, tedy shodou okolností v den premiéry prvního dílu seriálu.

V rámci výše uvedených médií byly analyzovány všechny mediální výstupy týkající se seriálu Most!. Mediální výstupy, které se seriálu Most! věnují okrajově nebo jej pouze velmi krátce zmiňují, byly vyřazeny a nejsou součástí analýzy.

2.6 Metodologie

Jak již bylo zmíněno, cílem této bakalářské práce je pomocí kvantitativní a kvalitativní obsahové analýzy popsat mediální obraz seriálu *Most!* ve vybraných médiích. Pro vyjádření kvantifikovatelných ukazatelů bude použita metoda kvantitativní obsahové analýzy.

Tu odborná literatura označuje jako kvantitativní výzkumnou metodu pro systematický a intersubjektivně ověřitelný popis komunikačních obsahů. „*Systematický znamená, že se všechny mediální obsahy zpracují stejným způsobem. Intersubjektivně ověřitelný znamená, že všichni ostatní – alespoň v zásadě – budou schopni při aplikaci našich výzkumných metod reprodukovat naše výsledky.*“²³

Metodu kvantitativní obsahové analýzy dále charakterizuje vysoká míra strukturovanosti a selektivity. Strukturovanost metody je spojena s její dobrou ověřitelností. „*Tento postup vychází ze sociálněvědních metod měření a kvantifikace a při jeho použití se mediované obsahy zkoumají s ohledem na několik vybraných znaků.*“²⁴

„*Výhodou této metody je kromě zmíněné systematickosti a intersubjektivnosti také možnost aplikovat ji na velké množství mediálních výstupů. Výsledky v podobě dat je pak možno přehledně znázornit v podobě grafů či tabulek.*“²⁵

„*Jedná se o metodu, která dovoluje dosti přesně popsat zkoumaný materiál, vymezit proporce mezi jeho jednotlivými aspekty, zpochybnit rychlé a falešné soudy a dovést pozorovatele k úvahám o věcech, které mu vůbec nepřišly na mysl.*“²⁶

²³ SCHULZ, Winfried a Irena REIFOVÁ. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. 3., nezměn. vyd. Přeložil Barbara KÖPPLOVÁ. Praha: Karolinum, 2011. ISBN 978-80-246-1980-4, str. 34.

²⁴ Tamtéž.

²⁵ Tamtéž, str. 30.

²⁶ BURTON, Graeme a Jan JIRÁK. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister & Principal, 2001. Studium (Barrister & Principal). ISBN 80-85947-67-6, str. 34.

Výzkumný proces se skládá z několika po sobě jdoucích kroků. Prvním z nich je stanovení výzkumného tématu. Následuje operacionalizace, což znamená stanovení výběrového souboru, určení kódovací jednotky a tvorba kódovací knihy. Třetím krokem je plánování a organizace. Tato fáze slouží k rozvržení práce a vyjasnění časového harmonogramu, případně personálního zajištění výzkumu. Následně navazuje fáze přípravná a ověřovací, v rámci které je ověřena vhodnost zvolených metod. Dalším krokem je již samotný sběr dat, po kterém následuje jejich vyhodnocení a interpretace. V praxi se jednotlivé kroky prolínají a nelze je od sebe přísně oddělit.²⁷

Pro získání detailnějších a nekvantifikovatelných informací, které mediální výstupy obsahují bude použita také metoda kvalitativní analýzy. Ta je sama o sobě těžko jednoznačně charakterizovatelná, což dokazuje i akademická diskuse, která nedokázala kvalitativní výzkum jednoznačně vymezit.²⁸

Například dle metodologů Glasera a Corbinové je kvalitativní výzkum jakýmkoliv výzkumem, jehož výsledků se nedosahuje pomocí statistických metod nebo jiných způsobů kvantifikace.²⁹

Metodolog Creswell charakterizuje kvalitativní analýzu následujícím způsobem: *„Kvalitativní výzkum je proces hledání porozumění založený na různých metodologických tradicích zkoumání daného sociálního nebo lidského problému. Výzkumník vytváří komplexní, holistický obraz, analyzuje různé typy textů, informuje o názorech účastníků výzkumu a provádí zkoumání v přirozených podmínkách.“*³⁰

Cílem kvalitativního výzkumu mediálních sdělení je rozbor významu, organizace a použití, přičemž samotné provedení je mnohem více subjektivní než například u

²⁷ SCHULZ, Winfried a Irena REIFOVÁ. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. 3., nezměn. vyd. Přeložil Barbara KÖPPLOVÁ. Praha: Karolinum, 2011. ISBN 978-80-246-1980-4, str. 32.

²⁸ HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. Čtvrté, přepracované a rozšířené vydání. Praha: Portál, 2016. ISBN 978-80-262-0982-9, str 51.

²⁹ Tamtéž, str 45.

³⁰ HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. Čtvrté, přepracované a rozšířené vydání. Praha: Portál, 2016. ISBN 978-80-262-0982-9, str 46.

kvantitativní obsahové analýzy. V souvislosti s tím je kvalitativní analýza kritizována jako sbírka subjektivních dojmů, které lze replikovat jen velmi těžko. Naopak mezi hlavní výhody kvalitativního výzkumu patří to, že získává podrobný vhled do zkoumaného, hledá souvislosti, zkoumá v přirozeném prostředí a může pružně reagovat na zjištěná fakta.³¹

Pro účely práce bylo tedy vymezeno téma, stanovena média, jejichž texty budou analyzovány a také období, které bude zkoumáno (15. 10. 2018 – 15. 4. 2019). Pro účely kvantitativní analýzy byla následně vytvořena kódovací kniha, přičemž kódovací jednotkou byl stanoven jeden článek. Zaznamenávány byly následující proměnné: periodikum, ve kterém text vyšel, období vydání dle stanovených period, den vydání, rozsah textu, rubrika, zařazení: zpravodajství/publicistika, publicistický styl textu, citace: ano/ne, seriál Most! primárním tématem textu: ano/ne, téma článku, vyznění článku, pokud rozhovor, tak s jakým respondentem.

Pro zjištění, jak se vyvíjely počty publikovaných textů, byly vytvořeny časové periody, do kterých byly články zařazovány: druhá polovina října, listopad, prosinec, první polovina ledna, druhá polovina ledna, první polovina února, druhá polovina února, první polovina března, druhá polovina března, první polovina dubna. Rozsah textů byl analyzován na základě počtu normostran, které text měl. Za normostranu se považuje 1 800 znaků včetně mezer. Výstupy byly tříděny do kategorií: méně než 1 NS, 1 - 1,9 NS, 2 - 2,9 NS, 3 - 3,9 NS, 4 NS a více.

Publicistický styl článků je pro účely práce dělen na následující kategorie: zpráva, článek, komentář, rozhovor, recenze, reportáž a ostatní. Kategorie ostatní byla tvořena publicistickými styly, které byly zastoupeny v řádu jednotek. Šlo o úvodník, glosu, anketu a noticku.

Zpráva je zpravodajský útvar, který je aktuální, přináší konkrétní informace, je stručný a výstižný. Článek je v práci řazen k publicistickým útvarům. Je vyjádřením

³¹ HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. Čtvrté, přepracované a rozšířené vydání. Praha: Portál, 2016. ISBN 978-80-262-0982-9, str 48.

myšlenky nebo popisem události. Taktéž publicistický komentář je útvarem, který mimo faktů prezentuje především osobní postoj autora k problematice. Rozhovor plní sdělnou, uvědomovací a získávací funkci publicistického útvaru. Má za cíl prezentovat názory zpovídané osoby a také získat informace. Reportáž je v rámci práce řazena mezi publicistické styly. Jejím cílem je popsat a zhodnotit událost, na základě přímého svědectví. Recenzí se rozumí publicistický posudek, který má za cíl zhodnotit úroveň díla.

32

V rámci kvalitativní analýzy byly analyzovány texty, které se věnují problematice korektnosti a stereotypů, problematice soužití a menšin a také texty o změně pohlaví. Ty byly interpretovány a zasazeny do celkového kontextu toho, jaký obraz média o seriálu vytvářela. Kvalitativní analýza obsahuje také vyjádření kreativního producenta seriálu Michala Reitlera k problematickým tématům seriálu, která rezonovala také v reakcích na seriál v médiích.

³² ČECHOVÁ, Marie, Marie KRČMOVÁ a Eva MINÁŘOVÁ. *Současná stylistika*. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2008. ISBN 978-80-7106-961-4, str. 264 - 268.

3. Stručná historie a současnost vybraných médií

Aha!

Deník Aha! patří mezi tradiční bulvární média. Jeho obsah tvoří zpravidla zprávy ze společnosti, částečně i politika, sport a krimi. V průběhu let se deník propracoval k poměrně vysoké čtenosti. Ta sice v průběhu posledních let klesla, i tak ale průměrný denní náklad v lednu 2019, tedy na začátku zkoumaného období, přesahoval šedesát tisíc výtisků. Šéfredaktorem Aha! je Radek Lain. Od roku 2007 patří Aha! společnosti Czech News Center (do roku 2014 Ringier), tedy vydavateli nejčtenějšího bulvárního listu Blesk.^{33 34}

A2larm

A2larm je komentářový web kulturního periodika A2 na webové doméně www.a2larm.cz. Vznikl v roce 2013, zaměřuje se na témata mimo hlavní mediální proud. Dle svých slov A2larm tvoří protiváhu konzervativním nebo oligarchizovaným médiím. Šéfredaktorem je Jan Bělíček.³⁵

Blesk

Blesk je pevnou součástí českého bulvárního periodického tisku. Je to nejčtenější deník v České republice, dle dat z ledna 2019 je jeho průměrný denní náklad přes dvě stě třicet tisíc výtisků. Obsahově nabízí aktuální zpravodajství, dění ve společnosti a zajímavosti z domova i ze světa, často s obrazovou přílohou. Stejně jako Aha! i Blesk patří do skupiny Czech News Center a oba tituly mají i stejného šéfredaktora, již zmiňovaného Radka Laina. Společně s Bleskem vychází také nejrůznější suplementy jako například Blesk magazín nebo Nedělní BLESK.^{36 37}

³³ VOJTĚCHOVSKÁ, Martina. *Vydavatel Blesku koupil Aha!* [online]. [cit. 2020-03-13]. Dostupné z: <https://web.archive.org/web/20160415185500/http://mam.ihned.cz/c1-22264130-vydavatel-blesku-koupil-aha>

³⁴ *Periodický tisk - ověřovaná data* [online]. [cit. 2020-03-13]. Dostupné z: <http://www.abccr.cz/overovana-data/periodicky-tisk-1/?filterMonth=1&filterYear=2019&filterNamePublisher=&filterNameTitleExact=0&filterNameTitle=Aha%21&filterType=&filterGenre=>

³⁵ *O nás* [online]. [cit. 2020-03-25]. Dostupné z: <https://a2larm.cz/o-nas/>

³⁶ *Základní informace - Blesk* [online]. [cit. 2020-03-13]. Dostupné z: <https://www.cncenter.cz/clanek/1270/blesk>

Deník N

Deník N je poměrně nové médium, na tuzemském mediálním trhu se objevilo na podzim roku 2018. Jeho vzniku výrazně přispěla crowdfundingová akce, v rámci které se podařilo získat přes pět tisíc předplatitelů, a získat tak sedm milionů korun na začátek fungování. Jde o první český digitální deník, i když v současné době vychází již i v malém nákladu v tištěné podobě. Šéfredaktorem Deníku N je Pavel Tomášek. Zdrojem finančních prostředků jsou především předplatitelé, v současné době jich je přibližně čtyřicet tisíc. Finanční i novinářská nezávislost jsou pro Deník N klíčové, většinovým vlastníkem listu je společnost Independent Press, jíž vlastní akcionáři spojení s Nadačním fondem nezávislé žurnalistiky.^{38 39}

Deník Referendum

Deník Referendum je nezávislý internetový deník, který funguje již od roku 2009. Sídlí na doméně www.denikreferendum.cz Jeho zakladatelem a dodnes také šéfredaktorem je Jakub Patočka. Ten před lety stál u vzniku Hnutí Duha, což se odráží i v tématech, kterými se Deník Referendum zabývá, jde například o ekologii, lidská práva, tuzemskou i zahraniční politiku. Deník je financován zejména z příspěvků čtenářů. Sám sebe deník označuje jako levicově liberální.⁴⁰

³⁷ *Periodický tisk - ověřovaná data* [online]. [cit. 2020-03-13]. Dostupné z: <http://www.abccr.cz/overovana-data/periodicky-tisk-1/?filterMonth=1&filterYear=2019&filterNamePublisher=&filterNameTitleExact=0&filterNameTitle=Blesk&filterType=&filterGenre=>

³⁸ *O nás* [online]. [cit. 2020-03-13]. Dostupné z: <https://denikn.cz/o-nas/>

³⁹ *Redakce* [online]. [cit. 2020-03-25]. Dostupné z: https://denikn.cz/redakce/?gclid=CjwKCAjwguzzBRBiEiwAgU0FT2PRr3NR5KOZeunkX9_i69KC6h0E4xLPfBGhqt35PbDTD5YLI2jVdhoC4KUQAvD_BwE

⁴⁰ *Náš osud ve vašich rukou* [online]. [cit. 2020-03-13]. Dostupné z: <https://denikreferendum.cz/clanek/12010-nas-osud-ve-vasich-rukou>

Týdeník Echo

Šéfredaktorem a současně většinovým majitelem Týdeníku Echo je Dalibor Balšínek, který tento projekt zahájil v roce 2014. Věnuje se zejména událostem ve světě i v tuzemsku, změnám ve společnosti. Sámo sebe Echo označuje jako spíše pravicově zaměřené. Současně uvádí, že chce být protiváhou oligarchizovaných českých médií.^{41 42}

Hospodářské noviny

Stabilní český celostátní deník, zaměřený zejména na ekonomiku, hospodářství a politiku. Průměrný denní náklad se pohybuje nad třiceti tisíci výtisky. Hospodářské noviny vede šéfredaktor Marek Jašminský a patří pod vydavatelství Economia, které vydává také týdeníky Ekonom nebo Respekt a provozuje webové domény www.ihned.cz a www.aktuálně.cz.^{43 44}

Lidové noviny

Lidové noviny, deník s bohatou historií, píšící se již od konce 19. století. Přestože ve druhé polovině minulého století se jeho vydávání přerušilo, od roku 1987 je opět publikován. Za dobu jeho novodobé existence do něj přispívaly i osobnosti jako Václav Havel, Jiří Dienstbier, Petr Pithart a další. Vydavatelem Lidových novin je skupina Mafra, průměrný denní náklad činí více než čtyřicet tisíc výtisků. Šéfredaktorem je István Léko.⁴⁵

46

⁴¹ BALŠÍNEK, Dalibor. *Chceme být protiváhou oligarchizovaným českým médiím* [online]. [cit. 2020-03-13]. Dostupné z: <https://echo24.cz/p/o-nas>

⁴² BALŠÍNEK, Dalibor. *Nevíte si rady a nechcete medvídku mývala? Darujte Týdeník Echo* [online]. [cit. 2020-03-13]. Dostupné z: <https://echo24.cz/a/ifvhZ/nevite-si-rady-a-nehcete-medvidka-myvala-darujte-tydenik-echo>

⁴³ *O nás* [online]. [cit. 2020-03-13]. Dostupné z: <https://www.economia.cz/o-nas/>

⁴⁴ *Periodický tisk - ověřovaná data* [online]. [cit. 2020-03-13]. Dostupné z: <http://www.abccr.cz/overovana-data/periodicky-tisk-1/?filterMonth=1&filterYear=2019&filterNamePublisher=&filterNameTitleExact=1&filterNameTitle=Hospod%C3%A1%C5%99sk%C3%A9+noviny&filterType=&filterGenre=>

⁴⁵ *Samizdatové LN* [online]. [cit. 2020-03-13]. Dostupné z: <https://www.lidovky.cz/historie-obrazem>

⁴⁶ *Periodický tisk - ověřovaná data* [online]. [cit. 2020-03-13]. Dostupné z: <http://www.abccr.cz/overovana-data/periodicky-tisk-1/?filterMonth=1&filterYear=2019&filterNamePublisher=&filterNameTitleExact=1&filterNameTitle=Lidov%C3%A9+noviny&filterType=&filterGenre=>

Mladá fronta DNES

Vydavatelem Mladé fronty DNES je stejně jako u Lidových novin nakladatelství Mafra. S průměrným denním nákladem přesahujícím sto třicet tisíc výtisků se MfD řadí k nejčtenějším deníkům. Svým čtenářům nabízí zprávy z politiky, informuje o dění v tuzemsku i v zahraničí. Šéfredaktorem je Jaroslav Plesl.^{47 48}

Právo

V čele deníku Právo stojí již od jeho vzniku v roce 1991 Zdeněk Porybný, který působil již v deníku Rudé právo. Vlastníkem Práva je Zdeněk Porybný a menšinově společnost Seznam.cz. Deník částečně navazuje na dříve vycházející Rudé Právo, avšak spíše personálně, nikoliv ideově nebo právně. V současné době jde o levicový deník, jeho průměrný denní náklad se pohybuje okolo sto dvaceti tisíc výtisků.⁴⁹

Reflex

Týdeník Reflex vznikl nedlouho po sametové revoluci z iniciativy Petra Hájka a jeho spolupracovníků, kteří vytvořili jádro redakce. Již od začátku se Reflex profiloval jako liberální médium. Věnuje se nejružnějším politickým i společenským tématům. Sám sebe označuje za svobodomyšlné periodikum, který se nebojí provokovat, odhalovat předstírání a hledat syrovou pravdu. Vychází nákladem přesahujícím šedesát tisíc výtisků. V současné době patří do skupiny Czech News Center a vede jej šéfredaktor Marek Stoniš.

50 51

⁴⁷ *Periodický tisk - ověřovaná data* [online]. [cit. 2020-03-13]. Dostupné z: <http://www.abccr.cz/overovana-data/periodicky-tisk-1/?filterMonth=1&filterYear=2019&filterNamePublisher=&filterNameTitleExact=1&filterNameTitle=Mlad%C3%A1+fronta+DNES&filterType=&filterGenre=>

⁴⁸ *O společnosti* [online]. [cit. 2020-03-13]. Dostupné z: <https://www.mafra.cz/o-spolecnosti.aspx>

⁴⁹ *Periodický tisk - ověřovaná data* [online]. [cit. 2020-03-13]. Dostupné z: <http://www.abccr.cz/overovana-data/periodicky-tisk-1/?filterMonth=1&filterYear=2019&filterNamePublisher=&filterNameTitleExact=0&filterNameTitle=pr%C3%A1vo&filterType=&filterGenre=>

⁵⁰ *O Reflexu* [online]. [cit. 2020-03-13]. Dostupné z: <https://www.reflex.cz/o-reflexu>

⁵¹ *Periodický tisk - ověřovaná data* [online]. [cit. 2020-03-25]. Dostupné z: <http://www.abccr.cz/overovana-data/periodicky-tisk-1/?filterMonth=1&filterYear=2019&filterNamePublisher=&filterNameTitleExact=1&filterNameTitle=Reflex&filterType=&filterGenre=>

Respekt

Historie týdeníku Respekt se také píše již od období sametové revoluce. Nabízí investigativní žurnalistiku, komentuje dění v politice, ekonomice i společnosti. Prezentuje se jako médium zaměřené na kvalitu a serióznost. Šéfredaktorem je Erik Tabery, vydavatelem je nakladatelství Economia. V roce 2019 měl Respekt přes devatenáct tisíc předplatitelů, vychází v nákladu přibližně třicet tisíc výtisků.^{52 53}

Týden

Časopis Týden je zpravodajským týdeníkem, který vychází v nákladu přes padesát tisíc výtisků. Spadá pod akciovou společnost Empresa Media. Redakci řídí Daniel Köppl.

54 55

⁵² *Respekt Mediakit 2019* [online]. [cit. 2020-03-13]. Dostupné z:

https://www.economia.cz/wp-content/uploads/2019/09/respekt_mediakit_cz-2.pdf

⁵³ *Periodický tisk - ověřovaná data* [online]. [cit. 2020-03-25]. Dostupné z:

<http://www.abccr.cz/overovana-data/periodicky-tisk-1/?filterMonth=1&filterYear=2019&filterNamePublisher=&filterNameTitleExact=1&filterNameTitle=Respekt&filterType=&filterGenre=>

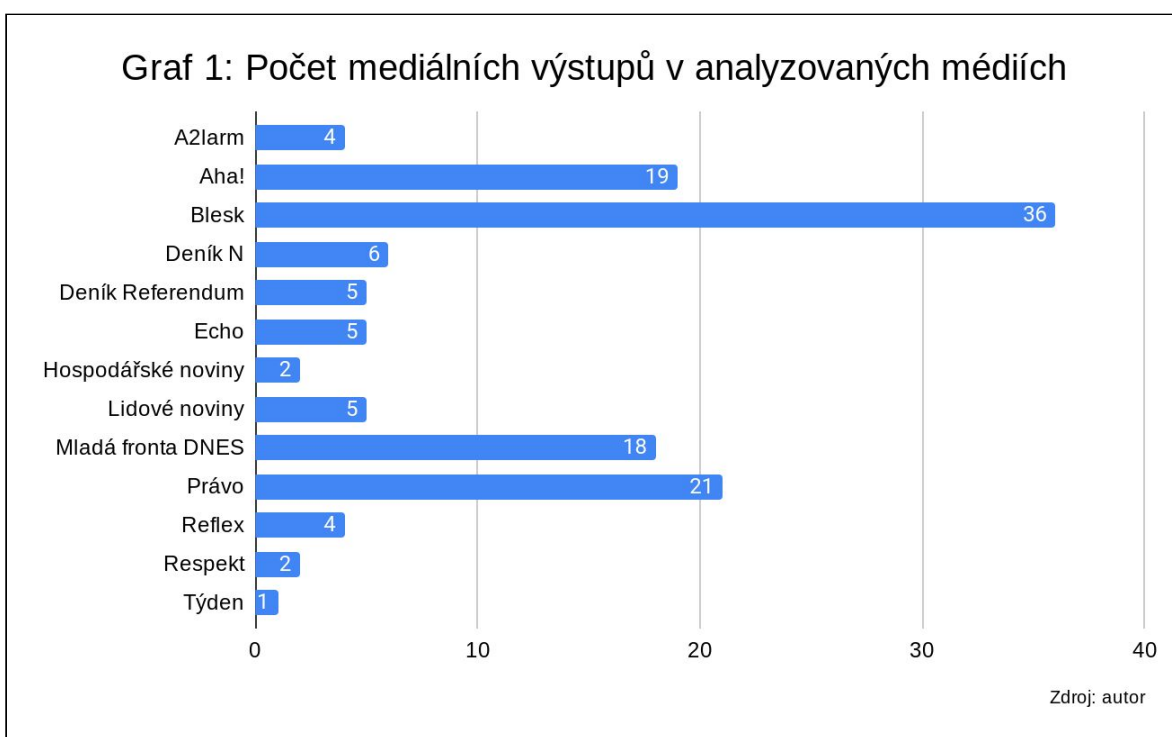
⁵⁴ *Redakce* [online]. [cit. 2020-03-25]. Dostupné z: https://www.tyden.cz/redakce_1000_stranka.html

⁵⁵ *Periodický tisk - ověřovaná data* [online]. [cit. 2020-03-25]. Dostupné z:

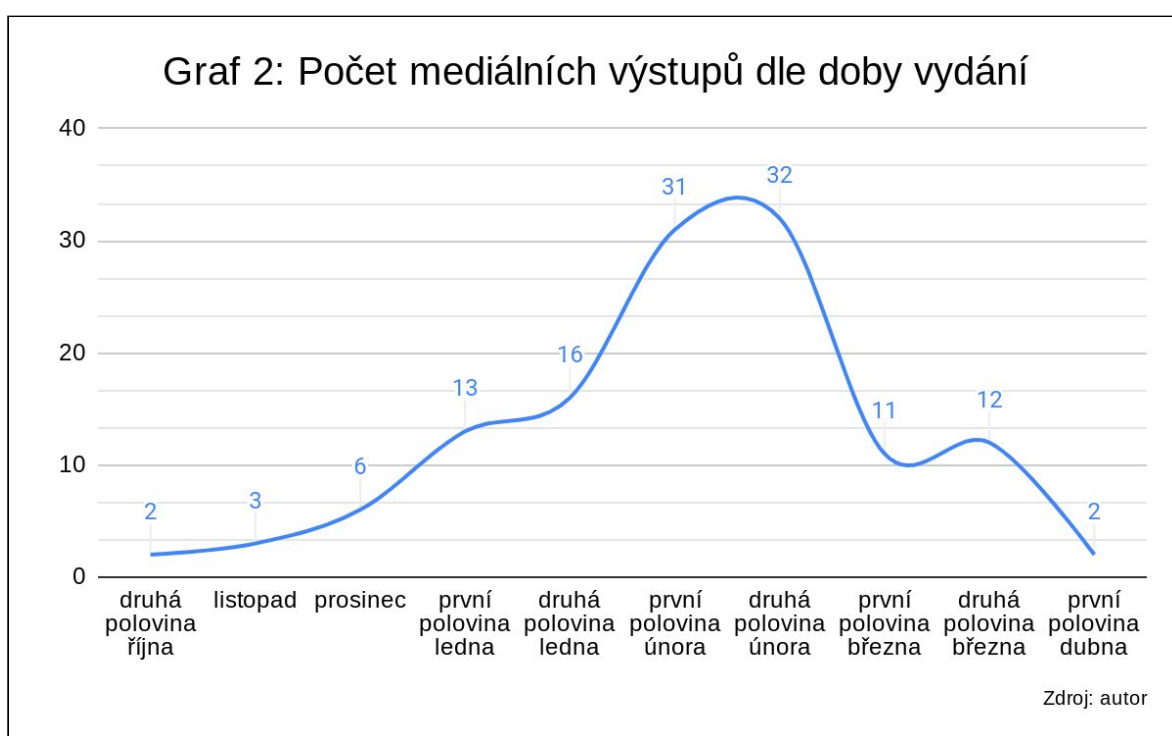
<http://www.abccr.cz/overovana-data/periodicky-tisk-1/?filterMonth=1&filterYear=2019&filterNamePublisher=&filterNameTitleExact=1&filterNameTitle=T%C3%BDden&filterType=&filterGenre=>

4. Kvantitativní analýza

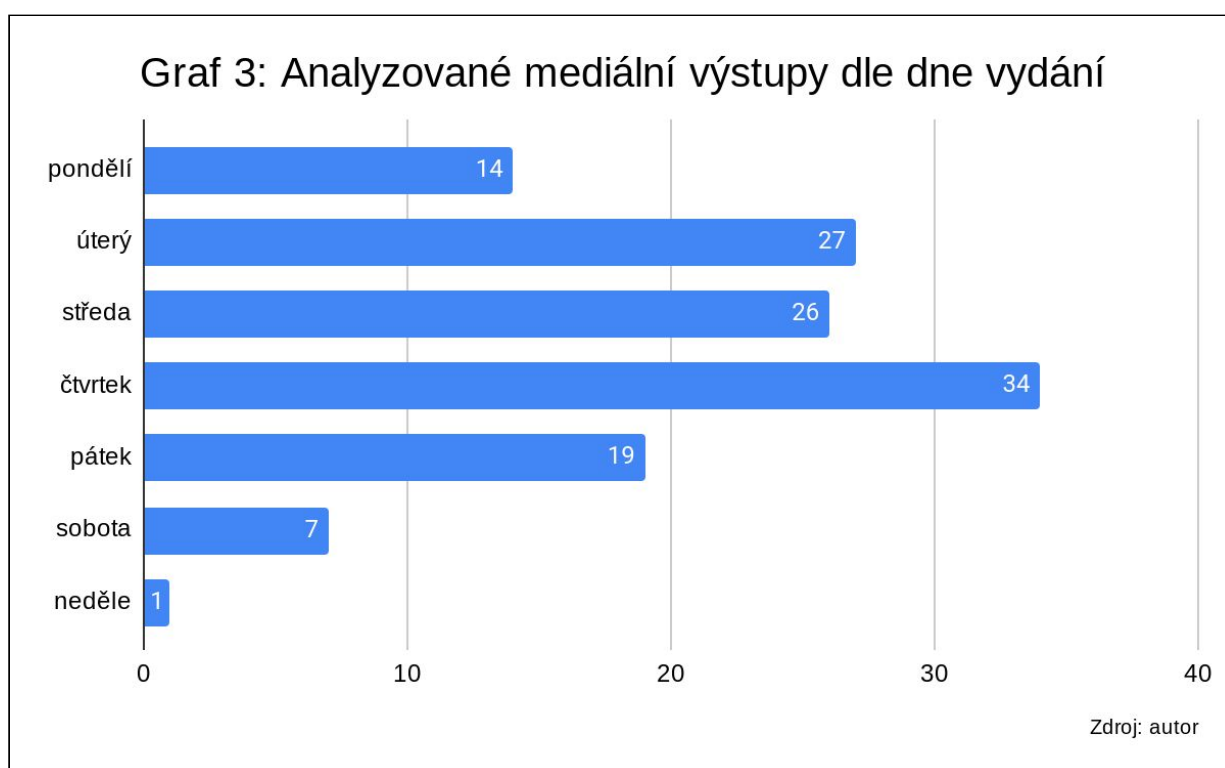
Mediálních výstupů, splňujících výše uvedená kritéria, bylo analyzováno celkem 128. Nejvýrazněji zastoupeným médiem ve statistice celkového počtu publikovaných výstupů je Blesk (36 výstupů), dále Právo (21 výstupů) a Aha! (19 výstupů). Z vybraných médií nejméně výstupů publikoval Týden (1 výstup), Respekt a Hospodářské noviny (v obou případech 2 výstupy).



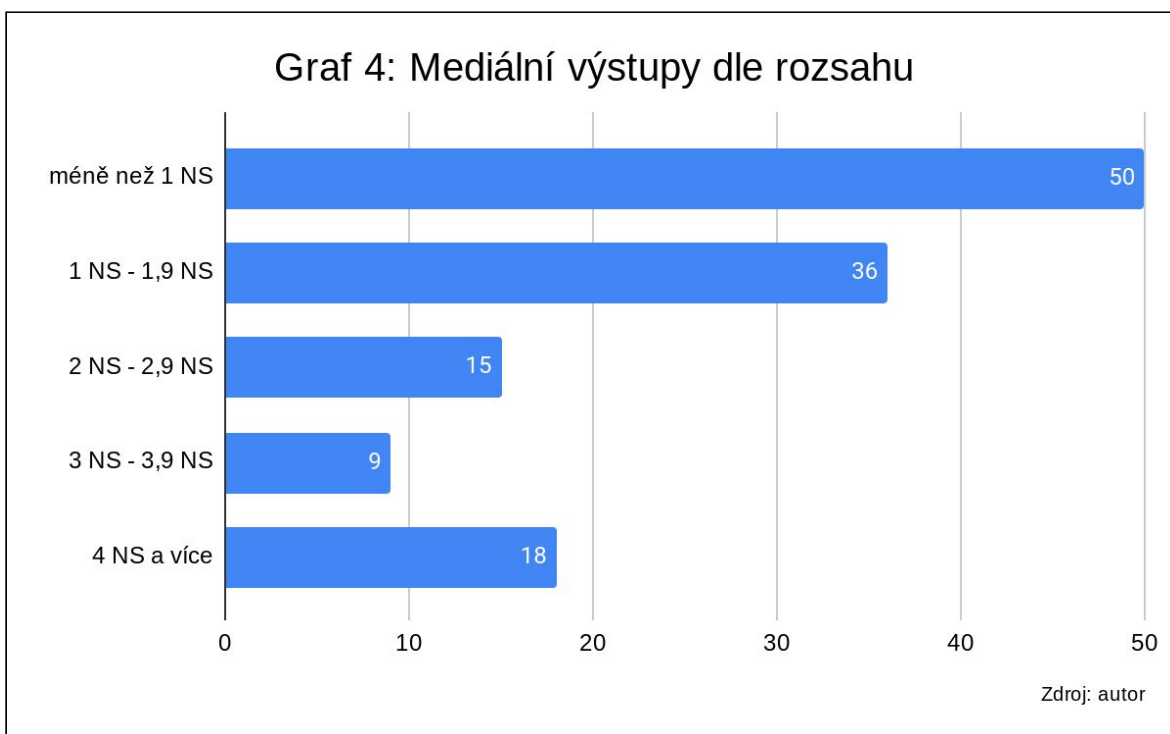
Analýza rozložení výstupů v rámci vymezených period jasně ukázala trend vydávání výstupů. Ten přímo souvisí s vysíláním seriálu v televizi. V říjnu, listopadu a prosinci šlo o jednotky výstupů. Následoval leden a premiéra prvního dílu seriálu dne 7. ledna. Od začátku ledna až do konce února počet mediálních výstupů stoupal. To ukazuje na rostoucí publicitu, kterou seriál s pokračujícím vysíláním dílů měl. Měsícem s největším počtem mediálních výstupů byl jednoznačně únor, celkem šlo o 63 výstupů v rámci celého měsíce. Poslední díl byl odvysílán 25. února. Od března je již možné sledovat výrazně slábnoucí tendenci, v první polovině dubna již byly publikovány pouze 2 výstupy.



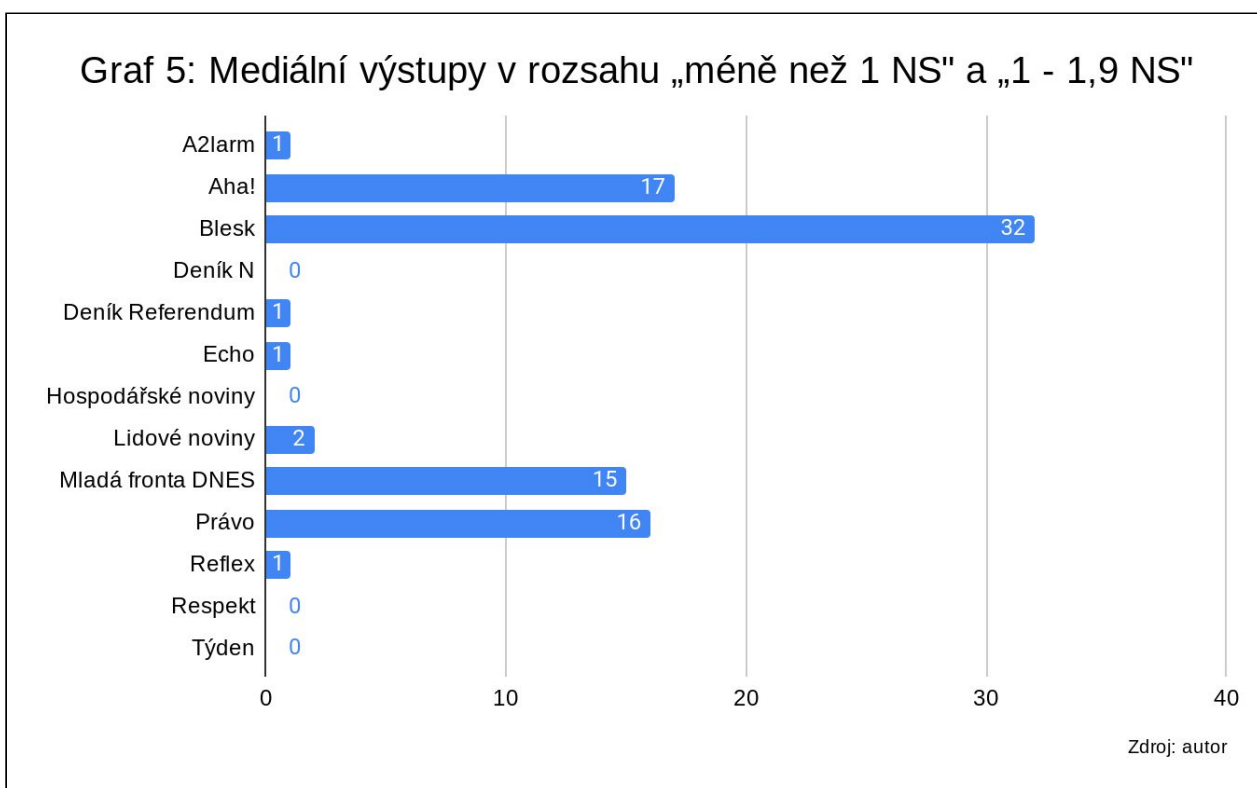
Na rozdělení výstupů dle dne jejich vydání je zřejmé, že média se seriálu Most! věnovala prakticky celý týden, přičemž nejčastěji se o seriálu psalo ve čtvrtek (celkem 34 případů), nejméně o víkendu. Je ovšem nutno přihlídnout k tomu, že ve prospěch četnosti čtvrtečního vydání výrazně hovoří fakt, že týdeníky Reflex a Týdeník Echo vycházejí pravidelně právě ve čtvrtek. Vzhledem k tomu, že vysílacím dnem seriálu bylo pondělí, tak můžeme konstatovat, že média reagovala na seriál v průběhu zbytku pracovního týdne, o víkendu již minimálně a další týden se situace opakovala.



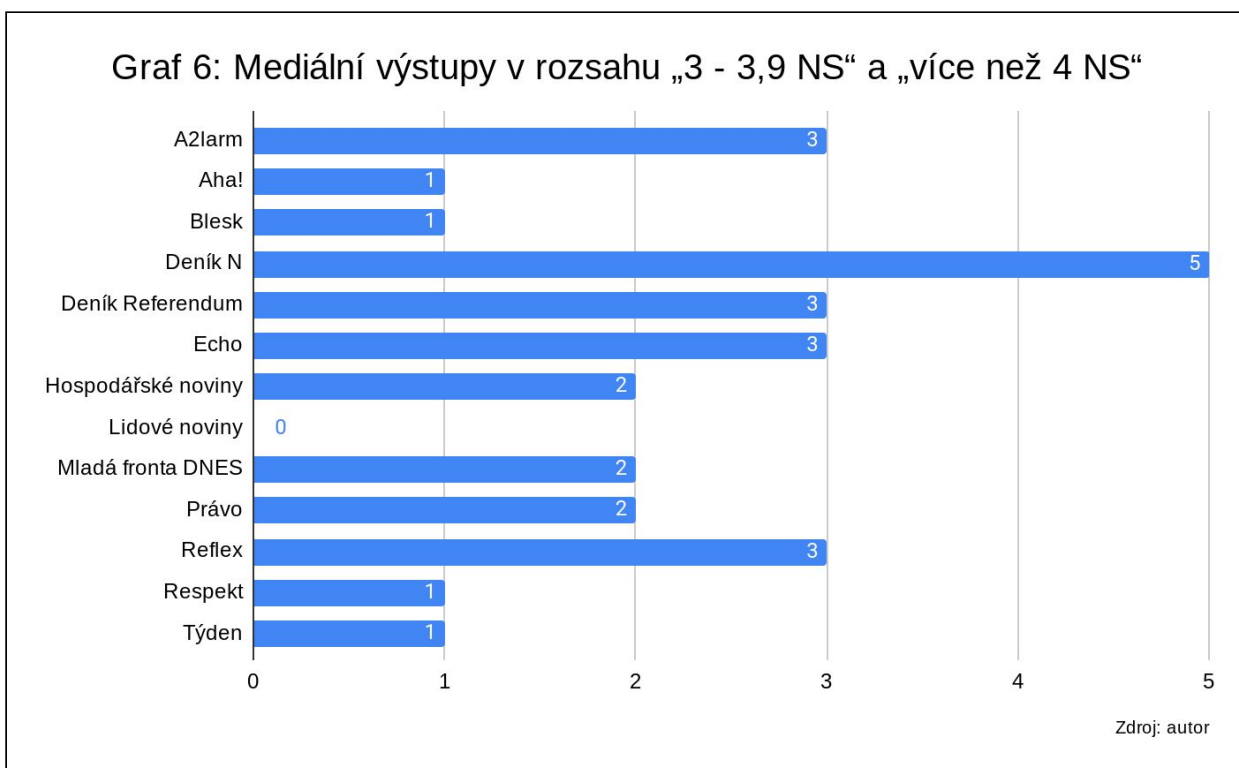
Rozsah analyzovaných mediálních výstupů byl nejčastěji v rozsahu méně než jedna normostrana (50 výstupů). Dále pak jedna normostrana až necelé dvě normostrany (36 případů). Rozsáhlejší texty byly zastoupeny méně často.



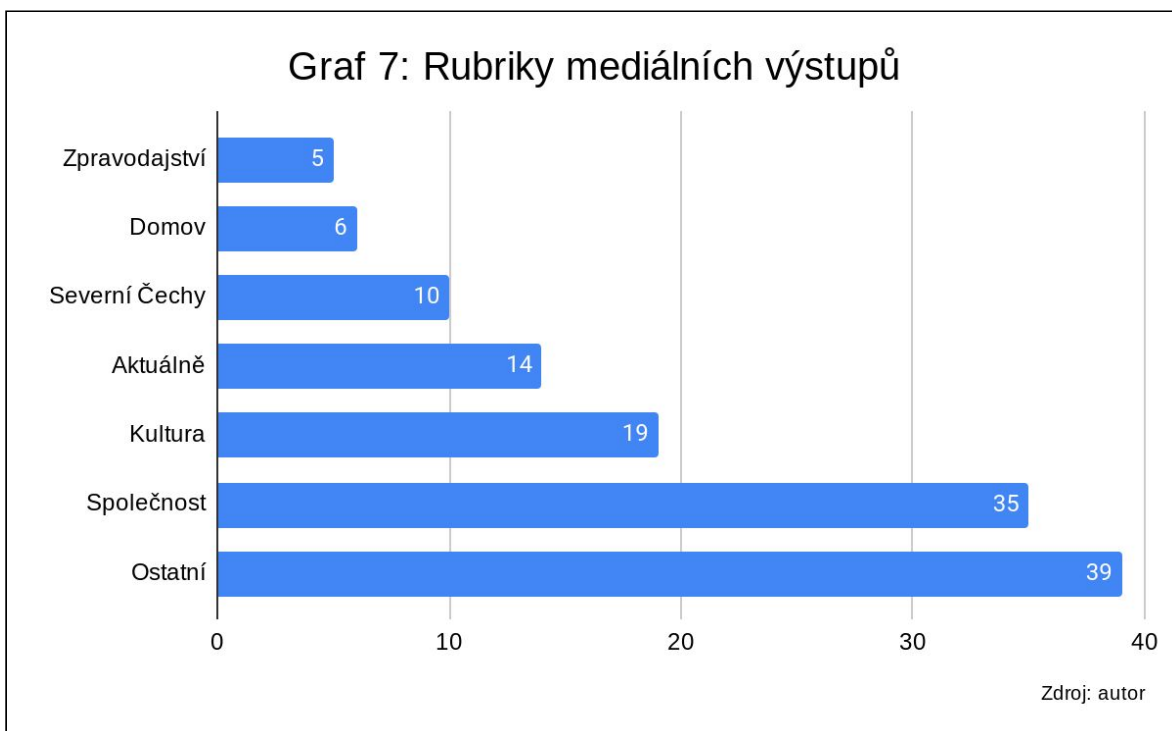
Rozsah vydaných textů dle jednotlivých médií prezentují následující grafy. Ukazují, jaká média nejčastěji vydávala krátké texty, a která naopak rozsáhlejší. Výstupy rozsahu méně než jedna normostrana a jedna až necelé dvě normostrany se nejčastěji objevovaly v bulvárních denících Blesk a Aha!, dále pak v Mladé frontě DNES a v Právu. Velmi zjednodušeně tak lze říct, že v médiích, která o seriálu publikovala více textů, byly tyto texty zpravidla kratší.



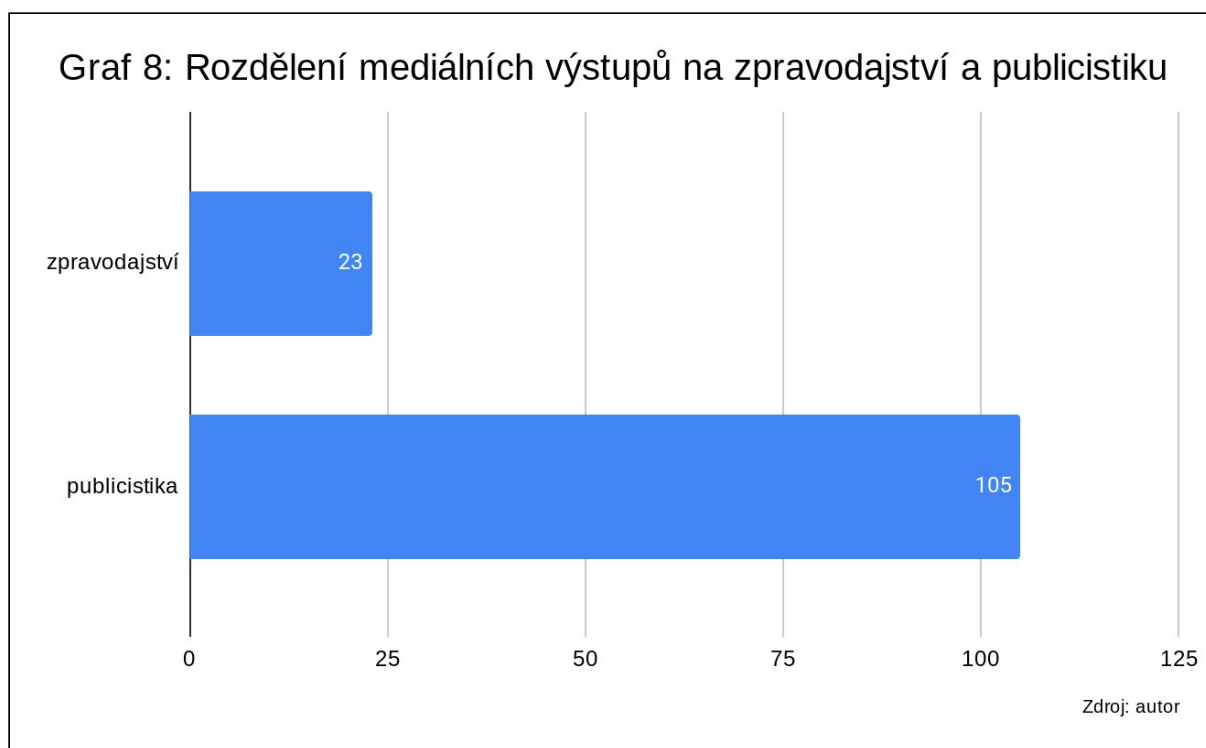
Mezi médii, která publikovala delší texty, konkrétně v rozsahu jedna strana a více než jedna normostrana jsou nejčastěji Deník N (5 výstupů), Deník Referendum, Týdeník Echo, A2larm a Reflex (ve všech případech 3 výstupy).



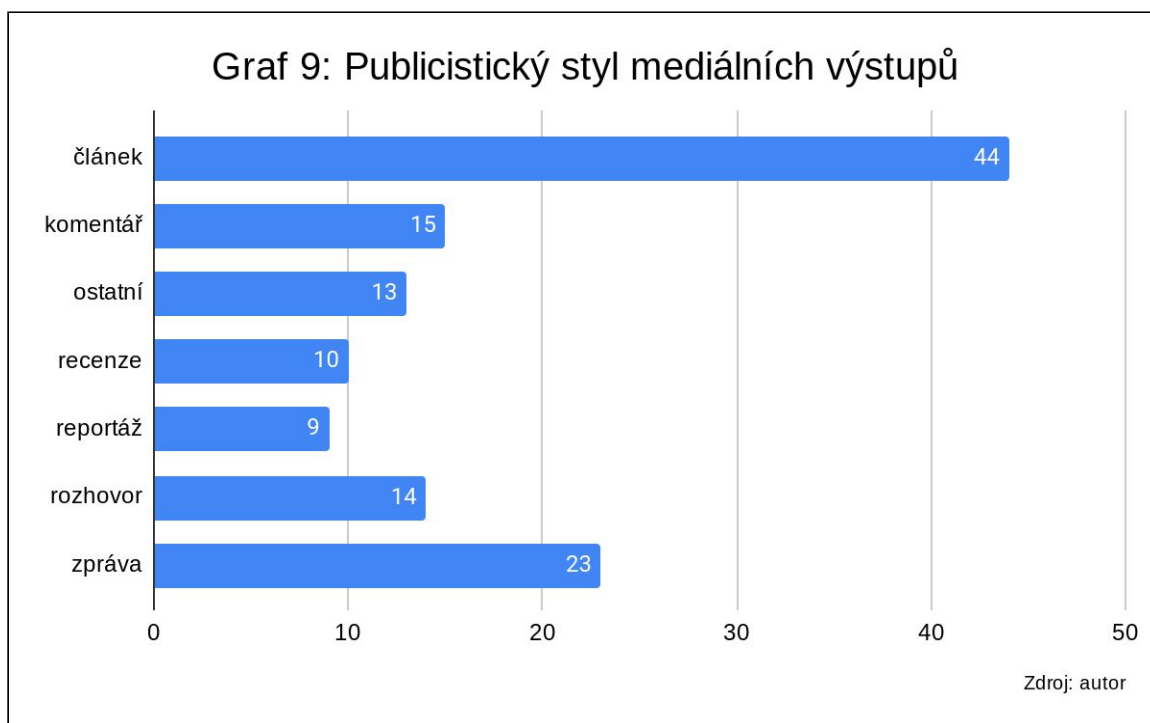
Co se týká zařazení do rubrik, tak analyzované články byly zařazovány do následujících z nich: společnost (35 případů), dále kultura (19 případů) a aktuálně (14 případů). Nejvýraznější zastoupení má však rubrika, pro účely práce označená jako „ostatní“, která zahrnuje více jednotlivých rubrik, kam byly články zařazovány zřídka. Dohromady však tato skupina čítá 39 výstupů.



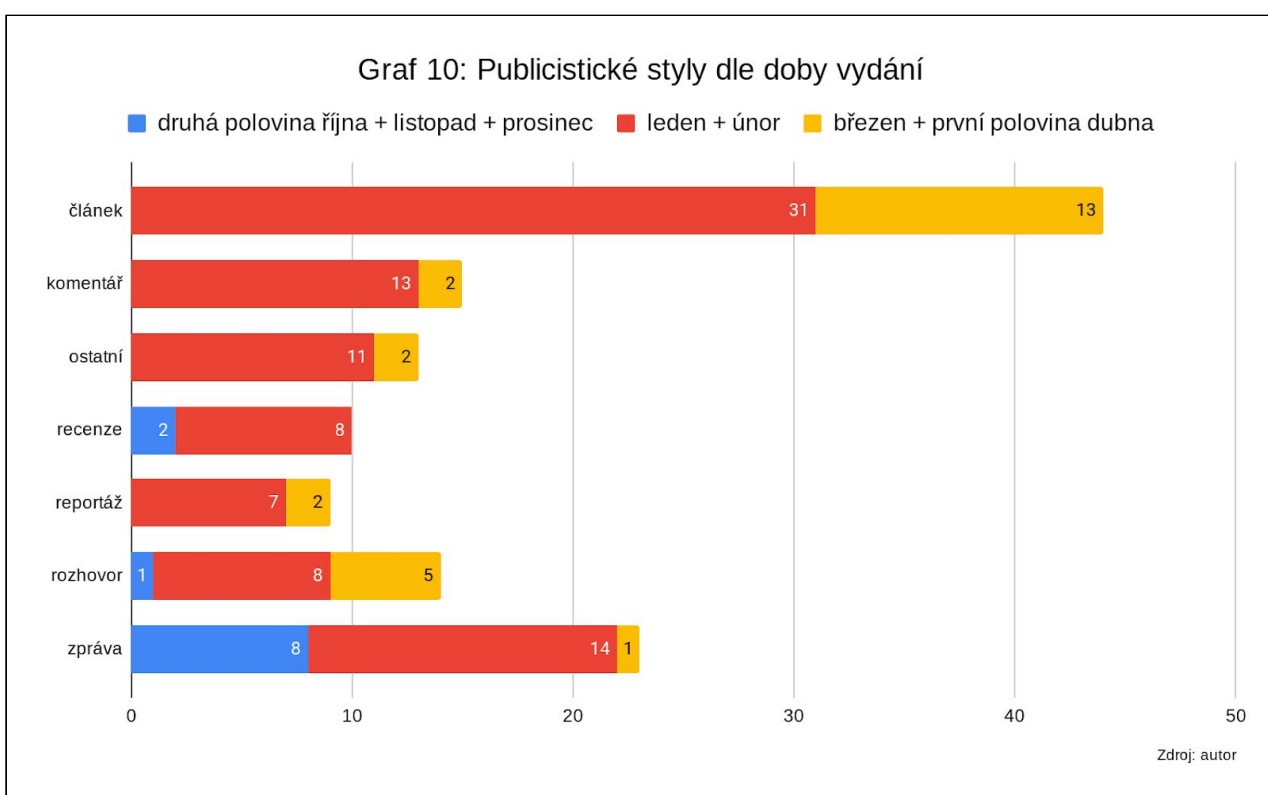
Dalším sledovaným kritériem bylo, zda jsou mediální výstupy zpravodajstvím, či publicistikou. Bylo zjištěno, že většina, konkrétně 105 výstupů z celkových 128, spadá do kategorie publicistika. Zbývajících 23 výstupů je pak zařazeno do kategorie zpravodajství.



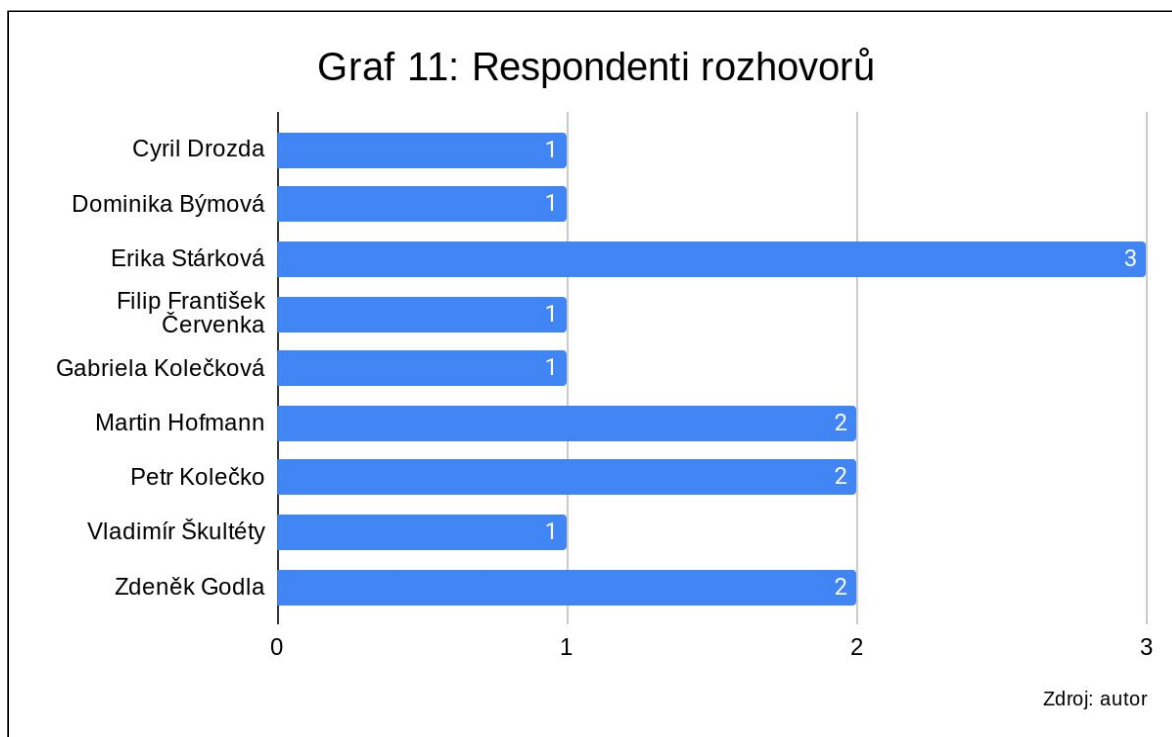
Analyzované texty se také poměrně výrazně dělily mezi více skupin dle publicistického stylu. Nejčastěji byl zastoupen článek (celkem 44 případů), následovaný zprávou (23 případů) a komentářem (15 případů). Ve 13 případech byly analyzované texty zařazeny do kategorie „ostatní“, která obsahuje žánry, které byly zastoupeny v řádech jednotek, tedy glosu, noticku, anketu nebo úvodník.



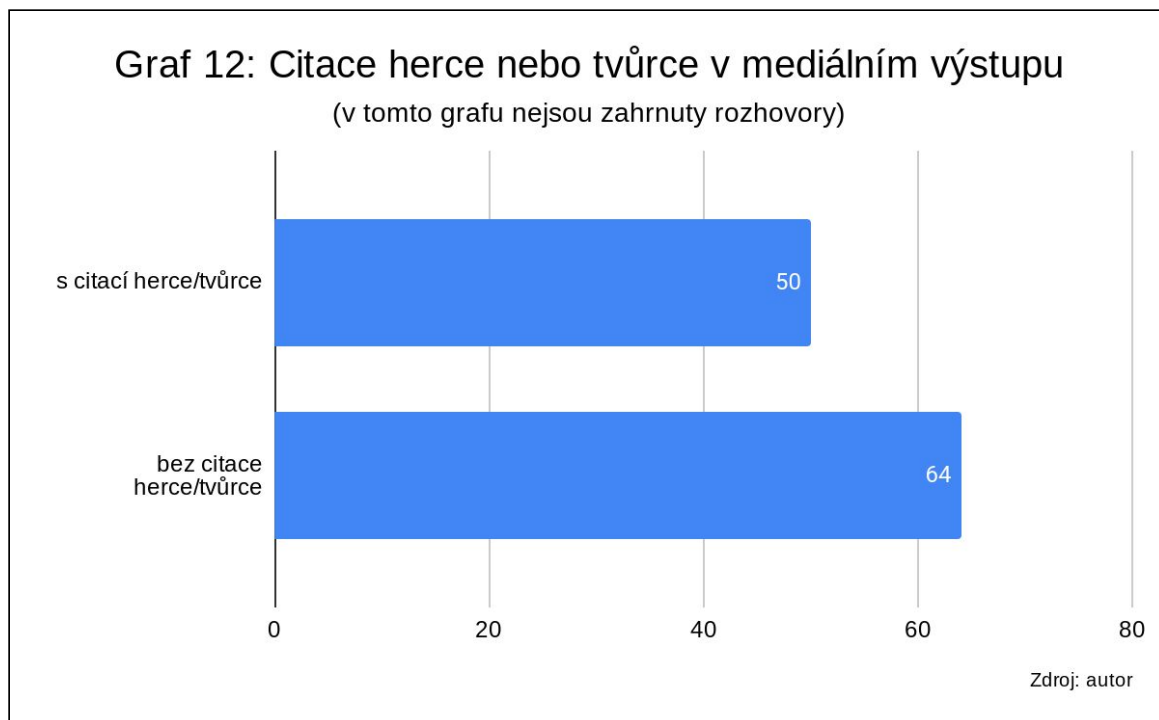
Následující graf zobrazuje, jaké styly textů byly vydávány v závislosti na době. Pro tento účel byla analyzovaná doba rozdělena do tří period – „druhá polovina října + listopad + prosinec“ dále „leden + únor“ a „březen a první polovina dubna.“ Z grafu je možné vyčíst určitý vývoj toho, jak média o seriálu Most! referovala. V první periodě šlo zejména o zprávy, týkající se seriálu samotného a jeho představení. Celkově jich ale byl malý počet. V lednu a únoru, tedy druhé periodě, došlo k výraznému nárůstu mediálních výstupů ve všech sledovaných kategoriích, nejčastěji zastoupeným stylem byl článek. V třetí periodě mediální zájem dozníval, nejvíce bylo ale opět článků.



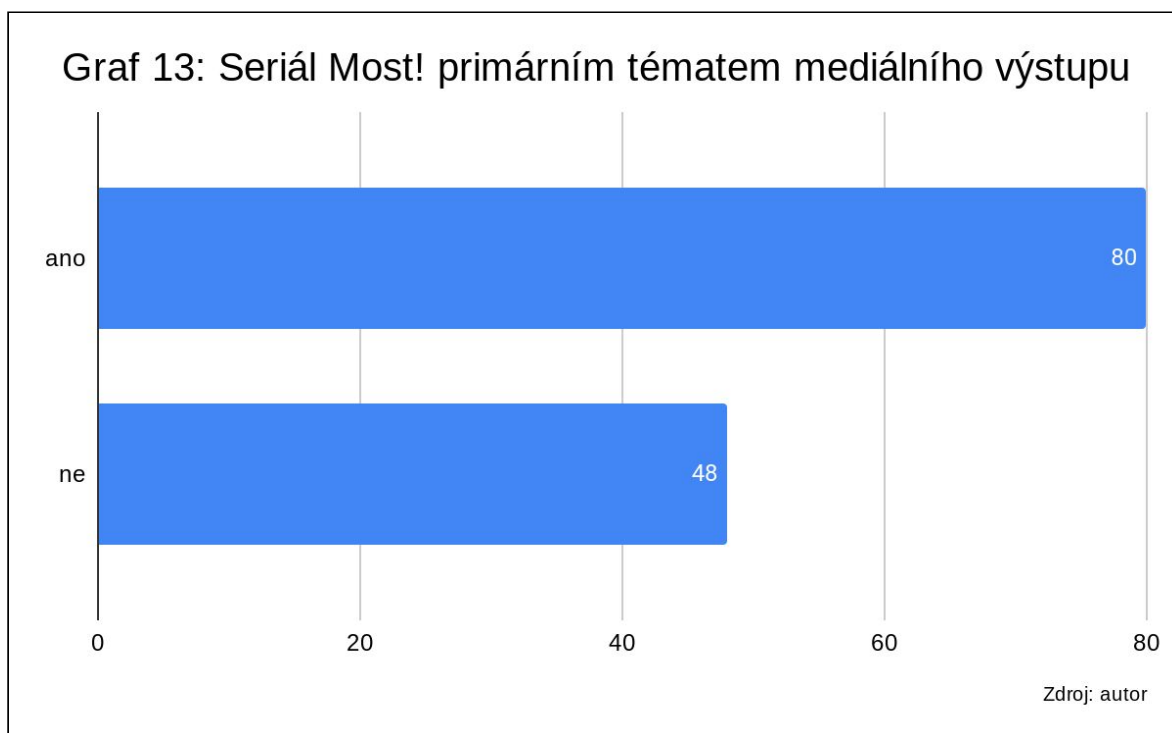
Analyzované mediální výstupy obsahovaly 14 rozhovorů. Jejich respondenty byly zejména herci, nejčastěji Erika Stárková (3 rozhovory), dále pak Martin Hofmann, Petr Kolečko a Zdeněk Godla (ve všech případech 2 rozhovory). V jednom z rozhovorů byla zpovídána i Gabriela Kolečková, která se na tvorbě seriálu přímo nepodílela, ale z Mostu pochází. Rozhovor s ní se věnuje tomu, jak na nápad natočit seriál odehrávající se v Mostě přivedla svého tehdejšího manžela Petra Kolečka.



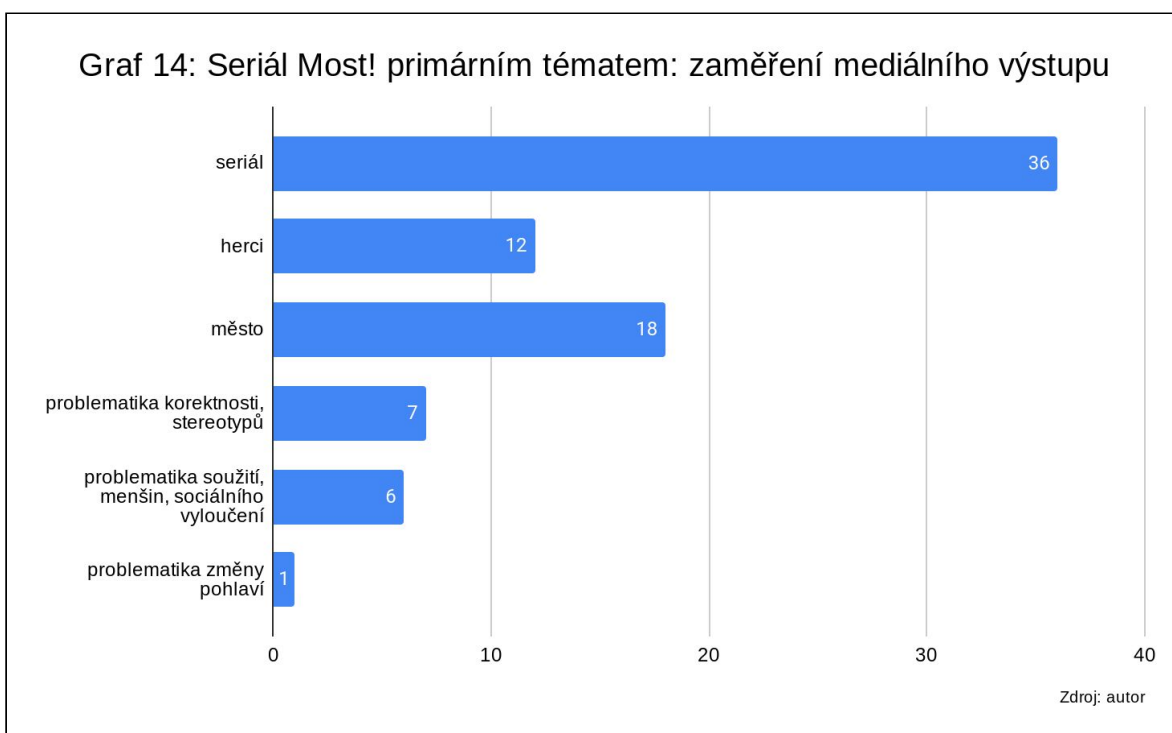
Téměř v polovině textů byla obsažena citace někoho z herců či z tvůrců. Celkem šlo o 50 textů s citací a 64 bez citace. Do této statistiky nejsou započteny rozhovory.



Z celkem 128 analyzovaných mediálních výstupů byl seriál Most! hlavním tématem v 80 z nich. Pokud nebyl hlavním tématem, čemuž tak bylo ve 48 případech, tak byl jedním z témat článku. Jak již bylo řečeno, do výzkumu byly zařazeny texty, které seriál Most! zmiňovaly v určitém rozsahu. Do analýzy tedy nebyly zařazeny texty, které obsahovaly pouze zmínku o seriálu nebo narážku na něj ve velmi malém rozsahu.

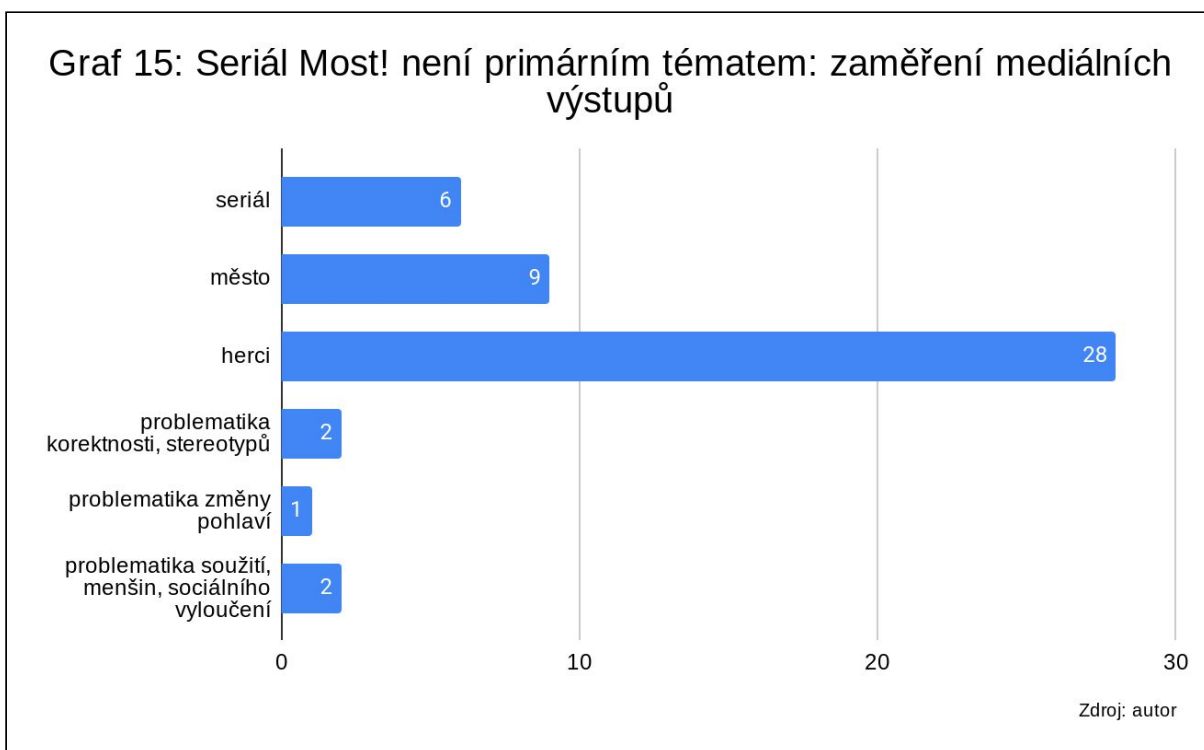


Následující graf analyzuje mediální výstupy, u nichž byl seriál Most! primárním tématem. Graf zobrazuje, na co se tyto výstupy zaměřovaly. Nejčastěji se věnovaly přímo seriálu (36 případů), tedy jeho obecnému ději a postavám. Dále byl seriál prezentován v souvislosti s městem Most, tedy s tím, jaké reakce seriál ve městě vyvolal, jak bylo město v seriálu zobrazováno nebo například s vysíláním závěrečného dílu seriálu v hospodě Severka za účasti tvůrců a herců (18 případů).

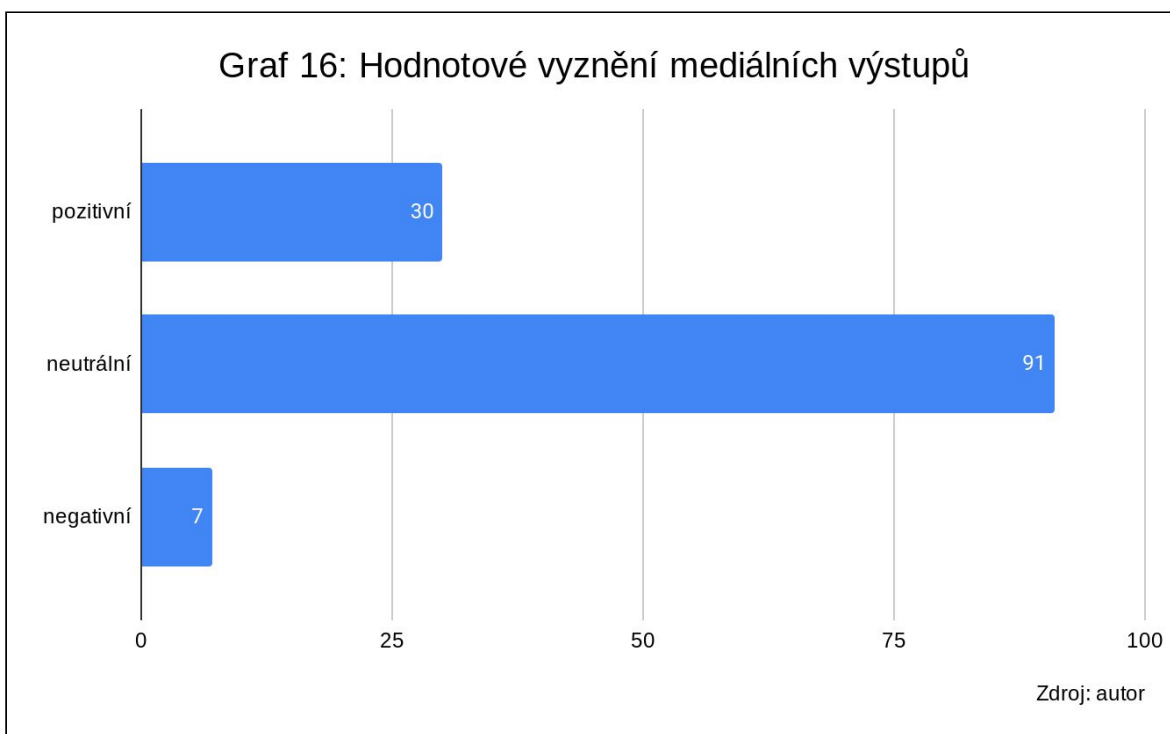


Sami herci byli hlavním tématem textů ve 12 případech. Menší zastoupení měly texty zaměřené na konkrétní problematiku zobrazovanou v seriálu, jako korektnost a stereotypy (7 případů), problematiku menšin a sociálního soužití (6 případů). Publikován byl i text zaměřený na problematiku změny pohlaví.

V případě, že seriál Most nebyl primárním tématem textů, byl tedy jedním z témat textu nebo byl určitým východiskem pro text, tak bylo zaměření výstupů značně odlišné. Nejčastěji se pak text věnoval hercům (28 případů), všem ostatním vymezeným tématům již značně méně.



Závěrečným sledovaným kritériem bylo to, zda bylo vyznění mediálních výstupů pozitivní, neutrální či negativní. Většina výstupů byla neutrální (95 případů). Dále převážily pozitivní výstupy (30 případů) nad těmi negativními (7 případů). Mezi negativně zabarvenými výstupy byly tři vydané Deníkem Referendum. Autoři se v těchto textech vymezili proti seriálu hned v několika rovinách, zejména v otázce korektnosti a menšin.



5. Kvalitativní analýza

Kvalitativní analýza bakalářské práce se zaměřuje na texty, které se věnovaly problematice korektnosti a stereotypů, problematice změny pohlaví a problematice menšin a rasismu. V analyzovaných médiích bylo těchto mediálních výstupů celkem 19. Předmětem kvalitativní analýzy budou především ty z nich, které se některému z témat věnují detailněji a vzájemně na sebe reagují. Zpravidla jde o komentáře. Hlavními přispěvateli v této kategorii byla webová média Deník Referendum a A2larm. Právě v těchto textech se ukázalo, jak rozporuplné emoce seriál v určitých kruzích budil, přestože diváky byl přijat převážně pozitivně.

Mediální výstupy, které se těmto tématům věnují, naráží buď přímo na seriálový děj a promluvy postav, nebo na témata se seriálem spojená. V zásadě se analyzované texty věnují těmto tématům: vulgarity, rasismus a jeho projevy a změna pohlaví. Ta se v seriálu projevují různými způsoby. Vulgarity jsou protkány celým seriálem, do určité míry je používá většina postav, nejvíce zřejmě Luďan. Použity jsou jak mírnější, tak výrazné vulgarity.

Rasismus se objevuje taktéž velmi často, zpravidla v podobě narážek nebo vtipů na osobu Roma Franty. Příkladem za vše může být to, že Franta musí v hospodě „držet úhel“, aby na něj nebylo při pohledu zvenku oknem vidět. Luďan, který se shodou náhod stane koordinátorem organizace Snědá tíseň, která má pomáhat Romům, se v seriálu několikrát vyjádří, že „cikány nesnáší“. Stejně tak hospodský Eda, jenž si zakládá na tom, že má „čistou“ hospodu, čímž se rozumí to, že je do ní zakázán vstup Romům. Přítomnost Franty v hospodě je výjimkou a je podmíněna tím, že „drží úhel“.

Problematika změny pohlaví je v seriálu zosobněna v postavě Dáši. Ta z Mostu odešla před časem jako Pavel a nyní se vrací jako žena. V seriálu je zachyceno, jak obtížné pro ni je se začlenit do známého prostředí, najít si práci i partnera. Většina postav ji vzhledem ke změně pohlaví uráží, největší pochopení pro ni má Franta. Pro ilustraci toho, v jakých intencích se děj odehrává, jsou zde uvedeny přepisy tří scén ze seriálu.

2. díl

Situace: Scéna se odehrává v hospodě. Přítomni jsou všichni štamgasti, tedy Luděk, Franta, farář a Čočkin. Probírají to, že Dáša se nastěhovala do domu k Lud'anovi.

Čočkin: Takže je u tebe?

Lud'an: Co jsem měl dělat? Vždyť půlka baráku je fakt jeho. Jsem ho zkoušel vyhnat, ale nevyšlo to.

Farář: Vyhánět bratra z domu, to není hezké.

Lud'an: Co to melete? Vždyť jste mi to radil.

Farář: Nesmysl.

Lud'an: Ale jistě, jste mi říkal všechno o tom vymetání, vyhánění prostě, se všema detailama.

Farář: Ty mě nesmíš poslouchat, když piju, Lud'ku.

Čočkin: Viděls ho nahýho?

Lud'an: Děláš si prdel?

Franta: Je povedenej, ty vole. Já viděl pár kluků na internetu předělanejch a ty se nepovedli. A Pavel, ty vole, ten má i ženský hlas.

Lud'an: Tak to je kurva skvělý. Až se tohle dozví Eda, tak se z toho určitě posere.

Farář: Nepose se, ale možná už ti nenalije.

Lud'an: Musím sehnat nějakou práci. A dřív než Pavel.

Franta: U nás ve službách nabíraj.

Lud'an: Víš co, oranžovej mundúr, vole, ten se hodí k tvój pleti.

3. díl

Situace: Luďan přijde do hospody a chce hospodskému Edovi, který je homofob, vysvětlit situaci s Dášou. Hospodský Eda ale Luďka neposlouchá, nechce mu nalít a v následující scéně jej vykáže z hospody. Do diskuse se zapojí i Franta, který se Dáši zastane.

Luďan: Ježíšmarja Edo, já jsem ti to chtěl vysvětlit, ale tys mě vůbec neposlouchal. Já jsem ho nepřešil, vole, na ženskou.

Eda: Měl ses k tomu postavit jako chlap, Luďane.

Luďan: Jako chlap? Co to meleš?

Eda: Tobě já už prostě nenaleju. A ty hermafroditě taky ne.

Franta: Ale vždyť se ta Dáša snaží, Edo.

Luďan: Je to Pavel, Franto.

Eda: Co to meleš, hnědko? Jak snaží?

Franta: Si otevřel automyčku a poctivě maká.

Eda: Úhel, Franto, úhel.

6. díl

Situace: Luďan přijde za Frantou do šatny technických služeb a přimáčkne ho k jedné ze skříněk. Vyčítá Frantovi, že byl s Dášou na rande.

Franta: Ty vole!

Luďan: Všechno vím. Takže Franto, ty mi líbáš bráchu, jo?

Franta: Chtěl jsem jít dneska za tebou. Nevěděl jsem, že už o tom víš.

Luďan: Blbečku. Myslíš, že nevím, o co ti jde?

Franta: Sám nevím.

Luďan: Co?

Franta: Hele, dovolíš mi chodit s tvojí ségrou?

Luďan: Ty vole, to myslíš vážně?

Franta: Nechci dělat něco za tvejma žádama.

Lud'an: Ty vole, to je neuvěřitelný.

Franta: Dáša je fajn ženská.

Lud'an: Hmm. A ty ošukáš všechno, co má sukni. A ty víš, že já to vím, vole.

Franta: Dobře, dobře, ale jak cejtím...

Lud'an: Ne ne ne, prosím tě, hlavně necejti. Není to ženská, je to přeoperovanej Pavel, vole, bere hormony a denně se kurva holí. Ser na to. Ser na to.

5.1 Virtuální bitva o Most! na stránkách Deníku Referendum a A2larmu

Debatu zahájily dva příspěvky Deníku Referendum. První z nich s titulkem „*Zbaví nás seriál Most! stereotypů, nebo je spíš podněcuje?*” byl publikován 10. února 2019. Titulek je současně i anketní otázkou, která byl v rámci tohoto textu zodpovídána osobami z redakčního okruhu Deníku Referendum. Konkrétně se k této otázce vyjádřil filmový kritik Jakub Krahulec, spoluzakladatel organizace Trans*parent Viktor Heumann, sociální pracovník Alexander Olah, romistka Adéla Gálová, reportérka Deníku Referendum Zuzana Vlasatá, aktivista Michal Ďord', politoložka Kateřina Smejkalová a publicistka Johanna Nejedlová.

Reakce respondentů byly rozporuplné. Dotazovaní na otázku nazírali z různých perspektiv s ohledem na své specializace. Viktor Heumann například kladně hodnotil to, že seriál je prvním případem kladného zobrazení trans postav v české televizi. Na druhou stranu vyjádřil zklamání nad tím, že seriál trans ženy zbytečně karikuje a zužuje na operace a sexualitu. Sociální pracovník Alexander Olah označil Most! za dobrý komediální seriál, u kterého se dobře baví, ale současně ho vidí jako varování pro celou společnost před tím, co se může stát ve světě stereotypů. Vyloženě negativního hodnocení se seriálu dostalo od reportérky DR Zuzany Vlasaté a politoložky Kateřiny Smejkalové.⁵⁶

První jmenovaná označila Most! jako „*něco tak tupě rasistického*“ a podrobuje celý koncept kritice: „*Opravdu se chceme radovat z toho, že nám veřejnoprávní televize*

⁵⁶ KRULIŠ, Jan. Zbaví nás seriál Most! stereotypů, nebo je spíš podněcuje? *Deník Referendum*. (10.2.2019). Dostupné také z: <http://denikreferendum.cz/clanek/29082...most-stereotypu-nebo-je-spis-podnecuje>

naservírovala seriál, v němž se ukazuje, že za hranicí pražské kavárny jsou lidé rasističtí a nedovzdělání hlupáci? Zdá se mi, že hlavním výsledkem vysílání Mostu! je, že lidé, kteří dosud považovali korektnost za slušnost a projev sociální inteligence, dnes s vědoucím pomrkáváním říkají Romům cikorky. A ti, co měli s Romy problém vždycky, se radují, že o tom konečně i Česká televize přestala mlčet.“⁵⁷

I politoložka Kateřina Smejkalová byla velmi kritická: „*Pokud veřejnoprávní médium nedokáže nabídnout pro tematizaci, rozbor příčin a naznačení možných východisek nic jiného než vykreslení tamějších poměrů jako bizarního obludária jednotlivých ztroskotaných existencí, pak se jedná o totální selhání tváří v tvář bezprecedentnímu rozpadu společnosti, kterému aktuálně čelíme.“⁵⁸*

Celkové vyznění této ankety je tak spíše negativní. Velkou debatu na sociálních sítích i na stránkách médií ale rozpoutal komentář Terezy Zvolské s názvem „*Seriál Most! by mohl být vtipný i bez urážek.*“ Ten byl publikován o den později než výše uvedená anketa, tedy 11. února 2019, opět Deníkem Referendum. Autorka sice chválila exteriéry a zapojení místních herců do seriálu. To je ovšem jediná pochvala, kterou seriálu udělila. Následovala kritika široké škály prvků seriálu, byť autorka přiznala, že zhlédla pouze první díl. Za problém Zvolská označuje nekorektní humor. Dále pak to, že se na tvorbě seriálu nepodílely žádné LGBT osoby a postava Dáši nebyl konzultována s trans osobou. Negativně hodnotila i to, že se v seriálu užívá deadnaming, tedy oslovování trans osoby jménem, kterým si nepřeje být oslovována. Závěrem autorka vyjádřila zklamání z participace Ester Janečkové a Jana Ciny na seriálu, přestože se oba angažují v LG(BT) záležitostech. Vyznění komentáře vzhledem k seriálu je tak jasně negativní.⁵⁹

O tři dny později, 14. února 2019, reaguje na tento text Pavel Šplíchal na stránkách A2larmu s komentářem „*Seriál Most! versus poučky humanitních věd.*“ Ten uvádí, že „*nemá cenu reagovat na levičácké komentáře k fenoménu Most! na Facebooku, ale v*

⁵⁷ KRULIŠ, Jan. Zbaví nás seriál Most! stereotypů, nebo je spíš podněcuje? *Deník Referendum*. (10.2.2019). Dostupné také z: <http://denikreferendum.cz/clanek/29082...most-stereotypu-nebo-je-spis-podnecuje>.

⁵⁸ Tamtéž.

⁵⁹ ZVOLSKÁ, Tereza. Seriál Most! by mohl být vtipný i bez urážek. *Deník Referendum*. (11.2.2019). Dostupné také z: <http://denikreferendum.cz/clanek/29087...l-most-by-mohl-byt-vtipny-i-bez-urazek>

Deníku Referendum vyšly hned dva příspěvky (jedna anketa a jedna recenze), které tento typ výhrad povýšily na novinový text.“⁶⁰

Následně autor podrobuje text Terezy Zvolské ostré kritice v celé řadě aspektů, zejména v otázce genderu a trans problematiky. „*Přemíra genderové expertízy je u Zvolské ‘vyvážena’ absolutním a až neuvěřitelným nepochopením žánru, o kterém píše.*“⁶¹

V závěru Pavel Šplíchal uvádí, že chápe humanitní vzdělání jako prostředek k prohlubování schopnosti rozumět kultuře v sociálním kontextu jejího vzniku i formální stránce tvorby. „*Ale právě text Zvolské a řada odpovědí v anketě Deníku Referendum ukazují, že humanitní vzdělání může fungovat i úplně naopak. Namísto hlubšího porozumění se ‘rozpozná’ nějaký ten stereotyp či rasismus (což u seriálu o rasismu a stereotypech není zas takový intelektuální výkon) a pak se to podle pouček celé hodí přes palubu a označí za sexistické, stereotypní, a tak dále.*“⁶²

Již o den později, 15. února 2019, vyšla v Deníku Referendum reakce na Šplíchalův komentář. Autor Martin Vrba se v textu s názvem „*Most! zatím rozděljuje hlavně levici*“ označuje za nadšeného fanouška seriálu Most!. A současně uvádí, že tak špatnou obhajobu seriálu si jeho fanouškovská základna na levici nezaslouží, čímž naráží na text Pavla Šplíchala. V textu se pak autor věnuje tomu, že se Šplíchal ve svém komentáři snaží zkazit radost a vytvořit na levici neexistující konflikt. „*Autor patrně vychází z blíže nedefinovaných facebookových debat, dvou textů na Deníku Referendum a metodologické dojmologie, s jejichž pomocí vytváří obraz všudypřítomného a otravného protivníka, peskujícího dokonce i Most! za neakceptovatelné rasistické a transfobní stereotypy. Aktivní (i třeba plamenná) debata je tu nahrazena opevňováním se na vlastních pozicích, které protistranu potřebují leda k tomu, aby se na ní vyprofilovaly. Takový protivník má ale*

⁶⁰ ŠPLÍCHAL, Pavel. Seriál Most! versus poučky humanitních věd. *A2larm*. (14.2.2019). Dostupné také z: <https://a2larm.cz/2019/02/serial-most-versus-poucky-humanitnich-ved/>

⁶¹ Tamtéž.

⁶² Tamtéž.

jednu malou vadu: neexistuje.“ Proběhlou mediální přestřelku pak Vrba hodnotí jako zákopovou facebookovou válku, která je ve skutečnosti bouří ve sklenici vody.⁶³

Dne 21. února 2019 uzavírá tuto výměnu názorů Ondřej Štindl a jeho text „*Velká virtuální bitva o Most*“ na stránkách Týdeníku Echo. Štindl ji označuje jako „*interessantní, snad až zábavný konflikt na české levici*“ a rozebírá různé aspekty tohoto sporu. V závěru jej nazývá „*afektovaným tyátrem.*“⁶⁴

5.2 Korektnost, gender a vulgarita

Mimo tuto „virtuální válku“ byly publikovány samozřejmě i další texty, které se věnují korektnosti, genderu, menšinám a stereotypům v souvislosti se seriálem. Jedním z probíraných témat byla míra vulgarit používaných v seriálu. Jazyková lektorka Jana Postlerová vyjádřila v krátkém textu na stránkách Blesku údiv nad tím, že se seriál Most! může vysílat před desátou hodinou. Současně ale dodala, že do seriálu Most! tento slovník patří a že kreativní potřebě tvůrců se nediví.⁶⁵

K vulgaritě se v jednom z rozhovorů vyjádřil představitel Franty Zdeněk Godla. Položil si řečnickou otázku, zda prezident vulgární být může a seriál ne. Tázán byl i na to, co si myslí o tom, jak seriál prezentuje Romy a zda jej neuráží. „*Vůbec ne. Já to bral jinak. Romáci pořád křičí, že nás někdo uráží a že se nesmíme nechat urážet. Každý si o nás myslí, že se jenom urážíme. Tak jsem si řekl, že udělám něco, aby se to trochu změnilo. Aby si lidé nemysleli, že se jenom urážíme, že si ze sebe umíme udělat i srandu. A že Romákům zároveň ukážu, že to nejde se pořád jenom urážet.*“⁶⁶

V rozhovoru Godla také použil slovo cikán. Následovala otázka: „*Jak vás tak poslouchám, používáte slova Romák a cikán. Uraží vás, když vám tak řekne ‘bílý’?*“ na

⁶³ VRBA, Martin. Most! zatím rozděluje hlavně levici. *Deník Referendum*. (15.2.2019). Dostupné také z: <http://denikreferendum.cz/clanek/29116-most-zatim-rozdeluje-hlavne-levici>

⁶⁴ ŠTINDL, Ondřej. Velká virtuální bitva o Most! *Týdeník Echo*. (21.2.2019), str. 53.

⁶⁵ POSTLEROVÁ, Jana. Příliš mnoho VULGARIT! *Blesk*. (30.1.2019), str. 12.

⁶⁶ GORDÍKOVÁ, Monika. Zeman je vulgární a my nemůžeme? *Mladá fronta DNES*. (1.2.2019), str. 6.

kteřou Godla odpověděl: „Ježišmarjá, ne. Já mám oslovení cikán rád. Jsem na něj zvyklý.“

67

To vyvolalo určité kontroverze a Godla se za použití slova cikán následně omluvil na stránkách sdružení Romea.⁶⁸ Tuto situaci následně podrobněji rozebral článek „Dycky tolerance“ z Deníku Referendum, který se zamýšlel nad způsobem oslovování a používání slov Rom a cikán.⁶⁹

Stejně téma rozebrala i Saša Uhlová v textu „Ted' už mají 'kamaráda Cikána' všichni“ na stránkách A2larmu. Autorka uvedla, že debata o používání oslovení Cikán a Rom někdy nabírá groteskních rozměrů a v textu popisuje historické formování označení Rom a jeho používání v dnešní době.⁷⁰

Saša Uhlová vydala ještě jeden text, který se týká problematičké cesty Romů ke vzdělání. V textu pod názvem „Proč chodil Zdeněk Godla do zvláštní školy?“ se zamýšlí nad mechanismem československého a českého školství, který romské děti často začleňoval do zvláštních škol, byť k tomu nebyl objektivní důvod. V této souvislosti Uhlová zmiňuje právě Zdeňka Godlu.⁷¹

Prostor na reakci k otázce korektnosti dostal také režisér Jan Prušinovský. Ten uvedl, že rasismus vystavěný mostecké realitě postrádá logiku a je nepraktikovatelný, protože postavy vlivem událostí neví, zda jsou rasisté nebo liberální humanisté. To je podle něj principem a vtipem seriálu. „Samozřejmě že mě spousta lidí odsoudí a kvůli těm nadávkám a příšernému chování postav ze mě a Petra budou rasisté a homofobové. Ale člověk by si měl uvědomit, že vyprávíme příběh o nějakých lidech, z nějakého prostředí.“⁷²

⁶⁷ Tamtéž.

⁶⁸ (VOJ) a (RYZ). Zdeněk Godla ze seriálu Most! se omluvil za používání slova "cikán" v rozhovoru pro iDNES.cz. *Romea.cz*. Dostupné také z:

<http://www.romea.cz/cz/zpravodajstvi/domaci/zdenek-godla-ze-serialu-most-se-omluvil-za-pouzivani-slova-cikan-v-rozhovoru-pro-idnes.cz>

⁶⁹ KARAS, Matěj. Dycky tolerance! *Deník Referendum*. (14.2.2019). Dostupné také z:

<http://denikreferendum.cz/clanek/29109-dycky-tolerance>

⁷⁰ UHLOVÁ, Saša. Ted' už mají „kamaráda Cikána“ všichni. *A2larm*. (26.2.2019). Dostupné také z:

<https://a2larm.cz/2019/02/ted-uz-maji-kamarada-cikana-vsichni/>

⁷¹ UHLOVÁ, Saša. Proč chodil Zdeněk Godla do zvláštní školy? *A2larm*. (19.2.2019). Dostupné také z:

<https://a2larm.cz/2019/02/proc-chodil-zdenek-godla-do-zvlastni-skoly/>

⁷² ZEJDOVÁ, Hana. Záměr tvůrců: Odhalujeme blbost rasistů! *Blesk*. (9.1.2019), str. 8.

Deník Aha! nabídl svým čtenářům anketu, ve které zjišťoval postoj vybraných českých politiků k seriálu a také to, jestli v něm vidí kontroverze, které na obrazovku nepatří. Většina z dotazovaných seriál hodnotila kladně a kontroverze v něm neviděla. Jedním z nich byl i politik Jaroslav Kubera, který se ale pozastavil nad tím, že se Zdeněk Godla musel omlouvat za použití slova cikán a dodal, že politická korektnost už přesahuje všechny meze. Z politiků se výrazně proti seriálu vymezil Jaroslav Foldyna, který seriál označil za rafinovaný útok na 2000 let zaběhlé principy a transsexualitu za exces.⁷³

Text, který do určité míry shrnuje většinu analyzovaných článků vyšel pod názvem „*Most! je seriál pro sluníčka i rasisty*“ v A2larmu. Autor Jan Bělíček se v něm zamýšlí nad seriálem samotným a jeho různými dějovými linkami. V závěru píše následující: „*Těžko říct, jestli Most! nějak zásadně promění vztah bílé majority a českých Romů a zda všechny strany konfliktu spíše neutvrdí ve svých stereotypech. Proč ale očekávat od komediálního seriálu, že nějak pohne se sociálními problémy, s nimiž nikdo nic efektivního neudělal už desítky let? Už teď je navíc jasné, že Most! otevře dveře romským hercům do české popkultury. A to opravdu není málo. Připravte se na to, že Zdeňka Godlu, Klaudiu Dudovou, Julia Oračka a další budete odted' na obrazovce potkávat mnohem častěji. Pro české Romy to může být docela zásadní změna.*“⁷⁴

Pokud se zaměříme na to, která média se věnovala problematikám obsaženým v seriálu, zjistíme, že pozornost seriál budil zejména v levicově zaměřených médiích. Toho je dokladem právě Deník Referendum a A2larm. Pokud vycházíme z toho, že pro levicový tisk jsou důležitá témata jako svoboda, rovnost, zájmy menšin nebo pokrok, je zřejmé, proč v nich seriál Most! vyvolal takovou odezvu.

⁷³ (HT) a (JKO). Je to útok na děti. *Aha!*. (20.2.2019), str. 2.

⁷⁴ BĚLÍČEK, Jan. *Most! je seriál pro sluníčka i rasisty*. *A2larm*. (12.2.2019). Dostupné také z: <https://a2larm.cz/2019/02/most-je-serial-pro-slunicka-i-rasisty/>

5.3 Kontroverze pohledem tvůrce seriálu

Kvalitativní analýza ukazuje, že seriál vyvolal řadu reakcí, které se názorově lišily. Autoři analyzovaných textů se věnovali poměrně širokému spektru témat, která se seriálem souvisí. Pro zjištění, jak se tyto komentáře shodují nebo liší se záměry tvůrců, je zařazeno vyjádření kreativního producenta seriálu Michala Reitlera. Tato kapitola vychází z rozhovoru autora práce s Michalem Reiterem.⁷⁵

Ten je rád, že seriál otevřel debatu. *„K tomu má komediální seriál sloužit. Alespoň podle mě. Zejména ve veřejnoprávním prostoru. Tam zábava má být prostředek, ne cíl. Seriál Most! míří k něčemu, co se lidí týká, co je bolestivé, společnost to rozděluje. Od toho jsou myslím komediální autoři, aby se snažili s těmi tématy pracovat. Proto takhle dobře funguje třeba Teroristka nebo Teorie tygra. Je tam obsaženo nějaké téma, které lidi stresuje, ale jakmile se o něm hovoří s nadsázkou a zábavně, tak jsou schopni otevřít se debatě.“*

Tvůrci již od vzniku projekt cílili na to, aby seriál prezentoval problém, který je zastoupen v celé veřejnosti. *„U Mostu! jsme usilovali o to najít tabu celospolečenského významu a najít reprezentanty, kteří vytvářejí protipóly definice toho tabu. Ty dostat k sobě a zatížit je tím.“*

Reitler se vyjádřil také k tomu, zda seriály jako Most! patří do vysílání veřejnoprávní stanice. Dle názoru kreativního producenta seriálu je ve spojení tohoto seriálu a veřejnoprávního prostoru hodnota. *„Právě veřejnoprávní televize má používat žánry k tomu, aby jejich prostřednictvím dodala lidem nějakou užitečnou informaci. Most! má přinést uklidnění ve smyslu ‘nebojte, není to tak žhavé, jak si myslíte, nebo jak se tváří média.’ Takže já si naopak myslím, že ve spojení seriálu Most! a veřejnoprávního prostoru je určitá hodnota a jedinečnost.“*

⁷⁵ Interview s Michalem REITLEREM, kreativním producentem seriálu Most! ze dne 6. května 2020.

Seriál Most! navíc pomohl České televizi získat diváky, kteří zpravidla vyhledávají jiné stanice. „*Velice silně to rezonovalo v Ústeckém nebo taky v Moravskoslezském kraji, kde má ČT zpravidla menší dosah. Tam docházelo k rekordním číslům u skupiny lidí, na kterou ČT málokdy dosáhne. V tom je hodnota veřejné služby u tohoto projektu, že jsme se naučili mluvit k těmto lidem v jejich jazyce. To je podobné jako v případě Dukly 61 a Metanolu.*“

V analyzovaných textech se objevila i kritika vulgarity, kterou seriál obsahuje. Na druhou stranu, slovník, který hlavní postavy používají, je v prostředí, kde se děj odehrává, nejspíše běžný. Otázkou ale bylo, jak to, že byl seriál vysílán před desátou hodinou. „*Já jsem už při vzniku přemýšlel, zda to dokážu obhájit, aby to šlo před desátou. U druhého dílu jsem si říkal, že to ještě dokážu, ale u čtvrtého už jsem věděl, že ne. Takže jsem to prezentoval tak, že bych doporučoval to vysílat od deseti. Potom ale proběhla tisková konference předtím, než to šlo do vysílání. A vedení, které už seriál vidělo, na tiskovce uvedlo, že to půjde od devíti. Takže šlo o manažerské rozhodnutí a riziko pana Dvořáka a pana Fridricha.*“⁷⁶

Reakce vyvolalo i ztvárnění Dáši, tedy transgender postavy. Autorka Tereza Zvolská ve svém komentáři v Deníku Referendum uvedla, že tvůrci evidentně postavu Dáši nekonzultovali s nikým z transgender komunity. To Reitler vyvrací. Naopak zmiňuje poctivou přípravu a citlivý přístup režiséra Prušínovského. Uvádí také, že si tvůrci uvědomovali zodpovědnost, kterou ztvárnění transgender osoby znamená. „*Režisér Honza Prušínovský je jedinečný v tom, že se umí postav zastat. On se spojil s odborným poradcem, se kterým postavu Dáši konzultoval. Potkal se zástupci transgender komunity a zajímal se o to, jak žijí, co je trápí, jak působí, aby dokázal postavu Dáši držet v nějaké rovnováze. (...) Uvažovali jsme, že bychom angažovali transgender herečku, ale nikdo takový nebyl k dispozici. Hrozilo, že ta postava nebude fungovat. Ta role je příliš složitá, aby ji hrál neherec. Takže příprava byla pečlivá. Protože kdybychom to neudělali dobře, tak by to bylo zneužití postavy a zneužití těch lidí. Pokud se po něčí složitě životní situaci škrábeme k humoru, tak je to samozřejmě riziko a zodpovědnost.*“

⁷⁶ Petr Dvořák je generálním ředitelem České televize, Milan Fridrich je ředitelem programu České televize.

Stejná autorka se také vyjádřila v tom smyslu, že pochybuje, že seriál pomůže regionu, těžko změni přístup k Romům, těžko zabráni prolomení těžebních limitů a těžko zvýší zaměstnanost. Michal Reitler uvádí, že to nebyl cíl seriálu. *„Pokud někdo kritizuje to, že seriál nezastaví těžbu... My jsme ale nedělali seriál o zastavení těžby. My jsme to ani nedělali s nějakým cílem pomoci Mostu. To není aktivistický projekt. Je to projekt o xenofobii. Podtitul mají se rádi, ale ještě o tom neví, tomu odpovídá. Snažíme se říct: neblbněme, mějme se víc rádi, nebudme žlučovití.“*

Závěr

Analýza mediálních sdělení, která se ve vybraných médiích věnovala seriálu Most!, ukázala, že média měla o seriál velký zájem, stejně jako jeho diváci. Zájem médií, vyjádřený počtem vydaných článků na téma Most!, gradoval společně s vysíláním seriálu a maxima dosáhl v druhé polovině února 2019, kdy vyšlo 32 mediálních výstupů. Nejčastějším přispěvatelem byl deník Blesk, dále deníky Aha! a Právo. Z celkového počtu 128 výstupů jich 50 bylo v rozsahu menším než jedna normostrana a 36 v rozsahu jedna normostrana až necelé dvě normostrany. Tyto texty vydávaly zejména již jmenované deníky Blesk, Aha! a Právo. Naopak textů většího rozsahu, tedy tři normostrany a více bylo celkem 17. Jejich nejčastějšími vydavateli byl A2larm, Deník N, dále Týdeník Echo, Deník Referendum a Reflex.

Analyzované texty většinou spadaly do kategorie publicistika, tak tomu bylo ve 105 případech ze 128. Co se týká publicistického stylu, tak zastoupení bylo pestré. Nejčastěji byl zastoupen článek (44 případů), dále zpráva (23), komentář (15) nebo rozhovor (14). Zkoumáno bylo také to, zda je seriál Most! hlavním tématem analyzovaných textů, nebo zda jde pouze o jedno z jejich témat. Hlavním tématem mediálního výstupu byl seriál Most! v 80 případech, ve 48 šlo o jedno z témat textu.

V případě, že seriál Most! byl ústředním tématem mediálního výstupu, tak se výstup nejčastěji zaměřoval na seriál samotný (36 případů), dále na město Most v souvislosti se seriálem (18) nebo na herce (12). Zastoupeny byly i texty věnující se tématům korektnosti a stereotypů (7), problematice soužití a menšin (6) a také problematice změny pohlaví (1). V případě, že seriál Most! nebyl primárním tématem mediálního výstupu, tak se výstup nejčastěji zaměřoval na herce (28 případů). Na všechny ostatní kategorie pak výrazně méně. Hodnotové vyznění analyzovaných článků bylo nejčastěji neutrální (91 případů) a pozitivně laděné texty (30) převažovaly nad těmi negativními (7).

Kvalitativní část analýzy se zaměřila na mediální výstupy, které se věnovaly otázkám korektnosti, menšin a změně pohlaví. Zpravidla šlo o texty většího rozsahu a také

často o texty, které se k seriálu stavěly kriticky. Kvalitativní analýza dobře ukázala, jak rozdílné reakce seriál vyvolal a jaká témata se v souvislosti s ním začala probírat. Polemizováno tak bylo o tom, zda vulgarity obsažené v seriálu Most! patří do vysílání média veřejné služby, zda byla postava Dáši zobrazena citlivě, zda seriál podněcuje rasismus, nebo jej naopak neutralizuje. Debata se rozhořela mezi autory z Deníku Referendum a A2larmu, tedy v levicově zaměřených médiích.

Tímto je zodpovězena hlavní výzkumná otázka práce „Jak vybraná média prezentovala seriál Most!“ V metodologické části práce byly stanoveny další tři doplňující podotázky s hypotézami.

VO1: Jak se vyvíjela četnost publikování mediálních výstupů ve zkoumaném období?

H1: Četnost publikování mediálních výstupů gradovala s vysíláním seriálu.

Můžeme konstatovat, že stanovená hypotéza se naplno potvrdila. Četnost publikování textů v analyzovaných médiích opravdu gradovala v návaznosti s vysíláním seriálu. Maxima dosáhla v druhé polovině února, kdy seriál finišoval. Po jeho skončení již počet vydaných výstupů výrazně klesal.

VO2: Zaměřovaly se mediální výstupy výhradně na seriál samotný, nebo také na témata s ním spojená?

H2: Mimo samotného seriálu se mediální výstupy ve značné míře zaměřovaly také na témata obsažená v seriálu, tedy na problematiku korektnosti, menšin, sociálního vyloučení, změny pohlaví a další.

I u druhé výzkumné podotázky se hypotéza potvrdila. Textů, které se zaměřovaly na problematiku obsaženou v seriálu, bylo sice méně než v ostatních sledovaných kategoriích, na druhou stranu můžeme konstatovat, že zpravidla šlo o texty rozsáhlejší a názorově rozmanitější, což potvrzuje kvalitativní analýza.

VO3: Hodnotily mediální výstupy seriál Most! spíše kladně, či záporně?

H3: Mediální výstupy do určité míry kopírovaly pozitivní reakce diváků, vyjádřené například výraznou sledovaností. Pozitivní hodnocení seriálu tedy převažuje nad tím negativním.

Hypotéza třetí výzkumné podotázky také odpovídá zjištěným faktům. Většina článků byla názorově neutrální a pozitivní převažovaly nad negativními.

O seriálu Most! tak můžeme s jistotou říct, že vzbudil mimořádnou pozornost médií i diváků. Do mediálního prostoru přinesl debatu, což tvůrci seriálu označili za jeden z hlavních cílů seriálu. Most! tak můžeme označit za projekt úspěšný jak divácky, tak také z hlediska mediálního zájmu.

Summary

Analysis of media messages, which was devoted to the series Most! showed that the media was very interested in the series, as were its viewers. The media interest, expressed by the number of published articles on the topic of Most!, had increased together with the broadcast of the series and reached its maximum in the second half of February 2019, when 32 media outlets were published. The most frequent contributor was the Blesk daily, followed by the Aha! and Právo. Out of the total number of 128 outputs, 50 of them were in the range of less than one standard page and 36 in the range of less than two standard pages. The already mentioned dailies Blesk, Aha! and Právo published most articles to this extent. On the contrary, there were a total of 17 texts of a larger scope, ie three standard pages and more. Their most frequent publishers were Deník N, then Týdeník Echo, Deník Referendum and Reflex.

The analyzed texts mostly fell into the category of journalism, as was the case in 105 cases out of 128. As far as the journalistic style is concerned, the representation was varied. The most frequently represented form was an article (44 cases), followed by a report (23), a commentary (15), or an interview (14). It was also examined whether the series Most! is the main topic of the analyzed texts, or whether it is only one of their topics. The series Most! was the main topic of the media output in 80 cases, while in 48 cases it was one of the topics of the text.

The qualitative part of the analysis focused on media outputs that addressed issues of correctness, minorities, and gender transition. Usually, the texts analyzed were of a larger scope and also critical of the series. Qualitative analysis showed well how different reactions the series evoked and what topics began to be discussed in connection with it. It was debated whether the vulgarities included in the series Most! belongs to the broadcast of the public service media, whether the character of Dáša was portrayed sensitively, whether the series incites racism or, on the contrary, neutralizes it. The debate erupted between authors from Deník Referendum and A2larm.

We can say for sure that the series Most! attracted extraordinary space in media and the attention of the audience. It brought a debate to the media, which the creators of the series identified as one of the main goals of the series. In conclusion, the Most! series can be called as a successful project both in terms of viewership and in terms of media interest.

Použité zdroje

Literatura

BERGER, Peter L. a Thomas LUCKMANN. *Sociální konstrukce reality: pojednání o sociologii vědění*. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 1999. ISBN 80-85959-46-1.

BURTON, Graeme a Jan JIRÁK. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister & Principal, 2001. *Studium (Barrister & Principal)*. ISBN 80-85947-67-6.

ČECHOVÁ, Marie, Marie KRČMOVÁ a Eva MINÁŘOVÁ. *Současná stylistika*. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2008. ISBN 978-80-7106-961-4.

HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. Čtvrté, přepracované a rozšířené vydání. Praha: Portál, 2016. ISBN 978-80-262-0982-9.

JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Média a společnost*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-80-7367-287-4.

MCCOMBS, Maxwell E. *Agenda setting: nastolování agendy: masová média a veřejné mínění*. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-591-2.

KUNCZIK, Michael. *Základy masové komunikace*. Přeložil Štěpánka KUDRNÁČOVÁ, přeložil Milan ŠMÍD. Praha: Karolinum, 1995. ISBN 80-7184-134-X.

SCHULZ, Winfried a Irena REIFOVÁ. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. 3., nezměn. vyd. Přeložil Barbara KÖPPLOVÁ. Praha: Karolinum, 2011. ISBN 978-80-246-1980-4.

TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-683-4.

VOLEK, Jaromír. *Mediální obraz ve volební kampani. Prezidentská volba v médiích jako ritualizované (melo)drama o hledání aristokrata plebejce*. Praha: Konference: Člověk a média. Fokoláre, Pontes, 2013, str. 2.

Tištěná periodika

GORDÍKOVÁ, Monika. *Zeman je vulgární a my nemůžeme? Mladá fronta DNES*. (1.2.2019), str. 06.

POSTLEROVÁ, Jana. *Příliš mnoho VULGARIT! Blesk*. (30.1.2019), str. 12.

ŠTINDL, Ondřej. *Velká virtuální bitva o Most! Týdeník Echo*. (21.2.2019), str. 53.

ZEJDOVÁ, Hana. *Záměr tvůrců: Odhalujeme blbost rasistů! Blesk*. (9.1.2019), str. 8.

Internetové zdroje

BALŠÍNEK, Dalibor. *Chceme být protiváhou oligarchizovaným českým médiím [online]*. [cit. 2020-03-13]. Dostupné z: <https://echo24.cz/p/o-nas>

BALŠÍNEK, Dalibor. *Nevíte si rady a nechcete medvídko mývala? Darujte Týdeník Echo [online]*. [cit. 2020-03-13]. Dostupné z: <https://echo24.cz/a/ifvhZ/nevite-si-rady-a-nehcete-medvidka-myvala-darujte-tydenik-echo>

BĚLÍČEK, Jan. *Most! je seriál pro sluníčka i rasisty. A2larm*. (12.2.2019). Dostupné také z: <https://a2larm.cz/2019/02/most-je-serial-pro-slunicka-i-rasisty/>

BLINKOVÁ, Karolína. *Lamač internetových rekordů: MOST! [online]*. [cit. 2020-03-13]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/press/tiskove-zpravy/?id=8808>

Detail vysílacího okna [online]. [cit. 2020-03-13]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/podavani-nametu-a-projektu/programova-poptavka/podle-vysilacich-oken/panel/?detail=125>

Empresa Media [online]. [cit. 2020-03-13]. Dostupné z: <https://www.empresamedia.cz/>

Jan Prušinovský [online]. [cit. 2020-03-13]. Dostupné z: <https://www.csfd.cz/tvurce/26213-jan-prusinovsky/>

KARAS, Matěj. *Dycky tolerance! Deník Referendum*. (14.2.2019). Dostupné také z: <http://denikreferendum.cz/clanek/29109-dycky-tolerance>

KRULIŠ, Jan. *Zbaví nás seriál Most! stereotypů, nebo je spíš podněcuje? Deník Referendum*. (10.2.2019). Dostupné také z: <http://denikreferendum.cz/clanek/29082...most-stereotypu-nebo-je-spis-podnecuje>

Mají se rádi, ale ještě o tom nevědí. Česká televize v lednu uvede komediální seriál Most! [online]. [cit. 2020-03-13]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/press/tiskove-zpravy/?id=8743>

Most! [online]. [cit. 2020-03-13]. Dostupné z:

<https://www.ceskatelevize.cz/porady/10995220806-most/>

Náš osud ve vašich rukou [online]. [cit. 2020-03-13]. Dostupné z:
<https://denikreferendum.cz/clanek/12010-nas-osud-ve-vasich-rukou>

NOVOTNÝ, Ondřej. 10 dalších seriálů od tvůrců aktuální pecky Most! [online]. [cit. 2020-03-13]. Dostupné z:
<https://filmtoro.cz/blog/10-dalsich-serialu-od-tvurcu-aktualni-pecky-most>

O nás [online]. [cit. 2020-03-13]. Dostupné z: <https://denikn.cz/o-nas/>

O nás [online]. [cit. 2020-03-13]. Dostupné z: <https://www.economia.cz/o-nas/>

O nás [online]. [cit. 2020-03-25]. Dostupné z: <https://a2larm.cz/o-nas/>

O Reflexu [online]. [cit. 2020-03-13]. Dostupné z: <https://www.reflex.cz/o-reflexu>

O společnosti [online]. [cit. 2020-03-13]. Dostupné z:
<https://www.mafra.cz/o-spolecnosti.aspx>

Periodický tisk - ověřovaná data [online]. [cit. 2020-03-13]. Dostupné z:
<http://www.abccr.cz/overovana-data/periodicky-tisk-1/?filterMonth=1&filterYear=2019&filterNamePublisher=&filterNameTitleExact=0&filterNameTitle=Aha%21&filterType=&filterGenre=>

Petr Kolečko [online]. [cit. 2020-03-13]. Dostupné z:
<https://www.csfd.cz/tvurce/88014-petr-kolecko/>

Redakce [online]. [cit. 2020-03-25]. Dostupné z:
https://denikn.cz/redakce/?gclid=CjwKCAjwguzzBRBiEiwAgU0FT2PRr3NR5KOZeunkX9_i69KC6h0E4xLPfBGhqt35PbDTD5YLI2jVdhoC4KUQAvD_BwE

Redakce [online]. [cit. 2020-03-25]. Dostupné z:
https://www.tyden.cz/redakce_1000_stranka.html

Respekt Mediakit 2019 [online]. [cit. 2020-03-13]. Dostupné z:
https://www.economia.cz/wp-content/uploads/2019/09/respekt_mediakit_cz-2.pdf

Samizdatové LN [online]. [cit. 2020-03-13]. Dostupné z:
<https://www.lidovky.cz/historie-obrazem>

SPÁČILOVÁ, Mirka. RECENZE: Blbým se blbě žije, vzkazuje nekorektně korektní seriál Most! [online]. [cit. 2020-03-13]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/kultura/film-televize/recenze-most-petr-kolecko-jan-prusinovsky.A190104_448525_filmvideo_spm

ŠPLÍCHAL, Pavel. Seriál Most! versus poučky humanitních věd. A2larm. (14.2.2019). Dostupné také z: <https://a2larm.cz/2019/02/serial-most-versus-poucky-humanitnich-ved/>

UHLOVÁ, Saša. Proč chodil Zdeněk Godla do zvláštní školy? A2larm. (19.2.2019). Dostupné také z: <https://a2larm.cz/2019/02/proc-chodil-zdenek-godla-do-zvlastni-skoly/>

UHLOVÁ, Saša. Teď už mají „kamaráda Cikána“ všichni. A2larm. (26.2.2019). Dostupné také z: <https://a2larm.cz/2019/02/ted-uz-maji-kamarada-cikana-vsichni/>

VOJTĚCHOVSKÁ, Martina. Vydavatel Blesku koupil Aha! [online]. [cit. 2020-03-13]. Dostupné z: <https://web.archive.org/web/20160415185500/http://mam.ihned.cz/c1-22264130-vydavatel-blesku-koupil-aha>

VRBA, Martin. Most! zatím rozděluje hlavně levici. Deník Referendum. (15.2.2019). Dostupné také z: <http://denikreferendum.cz/clanek/29116-most-zatim-rozdeluje-hlavne-levici>

Základní informace - Blesk [online]. [cit. 2020-03-13]. Dostupné z: <https://www.cncenter.cz/clanek/1270/blesk>

ZVOLSKÁ, Tereza. Seriál Most! by mohl být vtipný i bez urážek. Deník Referendum. (11.2.2019). Dostupné také z: <http://denikreferendum.cz/clanek/29087...l-most-by-mohl-byt-vtipny-i-bez-urazek>

(HT) a (JKO). Je to útok na děti. Aha!. (20.2.2019), str. 2.

(VOJ) a (RYZ). Zdeněk Godla ze seriálu Most! se omluvil za používání slova "cikán" v rozhovoru pro iDNES.cz. Romea.cz. Dostupné také z: <http://www.romea.cz/cz/zpravodajstvi/domaci/zdenek-godla-ze-serialu-most-se-omluvil-za-pouzivani-slova-cikan-v-rozhovoru-pro-idnes.cz>

Ostatní zdroje

VOLFOVÁ, Štěpánka. Mediální obraz brexitu v českém tisku. Praha, 2018. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut Mediálních studií a žurnalistiky. Katedra Mediálních studií. Vedoucí diplomové práce PhDr. Ulrike Notarp, Ph.D.

KNĚBLOVÁ, Michaela. Současný český dramatický seriál: metody využívané při vývoji scénáře. Praha, 2019. Diplomová práce. Univerzita Karlova v Praze. Vedoucí práce PhDr. Václav Moravec, Ph.D., Ph.D.

Rozhovor autora s kreativním producentem seriálu Most! Michalem Reitlerem ze dne 6. května 2020.

Seznam příloh

Příloha č. 1: Rozhovor s kreativním producentem seriálu Most! Michalem Reitlerem (rozhovor)

Rozhovor s Michalem Reitlerem, kreativním producentem seriálu Most!

Se scenaristou Petrem Kolečkem jste se poznali při natáčení seriálu Marta a Věra. Nechal jste se slyšet, že po tomto seriálu jste hledal nějaký projekt, kde by se naplno projevil Kolečkův talent. Jaký byl vývoj konceptu, ze kterého vznikl Most!?

Věděli jsme, že už nechceme tak vlídnou věc, jako je Marta a Věra. To je takový „feel good“ seriál, který bývá na Nově nebo na Primě. Petr se v tomhle formátu úplně necítil dobře a vlastně ani České televizi to ve vysílacím čase nesvědčí. Naopak poptává něco podvratného. Takže jsme začali hledat nějakou podvratnou rovinu. Podle naší předchozí spolupráce jsem viděl, že mu jde dobře psát ženské figury. Tak jsme začali uvažovat o něčem, kde by byl muž v ženském těle, nebo žena v mužském těle. Měli jsme například projekt Ženodlak, kde se muž na noc měnil v ženu. To se ovšem ukázalo jako dost složitá myšlenka na realizaci, protože ta změna je nutná divákům vysvětlit a je to dost svázané pravidly, nejde o volný styl. Takže jsme se rozhodli, že uděláme něco civilnějšího. A také jsme se zaměřili na nějaké prostředí, které Petr zná. Petrova bývalá žena je z Mostu a on s tím městem má zkušenosti. Když jsme pak přišli na to, že nejlepší princip ženy v mužském těle je transgender, tak pak už jsme se od toho dostali k tomu, že potřebujeme transgender osobu dostat do prostředí, které je pro to nejméně vhodné. A Petr přišel s tím, že nejméně vhodné prostředí je Most. Tak vznikla celá ta myšlenka seriálu Most!

Co na námět říkala Česká televize? Byla po takovém seriálu poptávka?

Česká televize poptává seriály typu Okresní přebor, Čtvrtá hvězda nebo Trpaslík. Tyto seriály se zařazují po kriminálce, protože tam zůstává více mužské publikum, zpravidla s vyšším vzděláním. Takže cílem je na kriminálku navázat seriálem, který publikum zaujme. Zároveň tyto seriály na Nově ani na Primě nevznikají, a asi ani vznikat nebudou. Okresní přebor byl spíše výjimka. Takže ČT tyhle seriály poptává a věděli jsme, že pokud to bude takové nakřivo a podvratné, tak poptávce spíše vyhovujeme. Že to bude až takhle podvratné, to vzniklo až po cestě.

V rámci českého seriálového prostředí jde o dost odvážný projekt, ať už tématem nebo vulgaritami. Byl problém prosadit seriál u programové rady?

Projekt Most! jsme prezentovali docela v zárodku. Protože jsme věděli, že to bude poměrně značně xenofobní a potřebovali jsme na to ČT připravit, tak jsme to zpočátku na programové radě nazývali Kladivo na transky, aby bylo jasné, že to bude divoké. A programová rada řekla, že je to baví, ať na tom pracujeme dál. Takže jsme napsali všech osm dílů a oni to pak znovu posuzovali. Takže tak komplikované prosadit to nebylo. To bylo také tím, že věděli, jaká sestava za tím stojí a co od nás očekávat. Věděli, že to bude tvrdší Okresní přebor nebo tvrdší Čtvrtá hvězda. Spíš se ptali, jak to bude právně. Jak si můžeme dovolit některé hlášky a podobně. Já jsem ale oponoval tím, že každá rasistická hláška má protirasistickou reakci a že to okamžitě neutralizujeme.

Vyjádřila Česká televize nějaké obavy o obsahu seriálu?

Upozornili nás, abychom si hlídali, že dodržíme zákon a že se budeme chovat eticky. My jsme argumentovali tím, že největší klad tohoto projektu je právě etika, takže nějaký vyšší cíl, téma lásky a poznání a současně neznalosti a strachu, který nás všechny omezuje.

Bylo tedy od začátku cílem seriálu rozprout debatu o problematice, která se v seriálu objevuje?

Ano, rozhodně. K tomu má komediální seriál sloužit. Alespoň podle mě. Zejména ve veřejnoprávním prostoru. Tam zábava má být prostředek, ne cíl. Seriál Most! míří k něčemu, co se lidí týká, co je bolestivé, společnost to rozděluje. Od toho jsou myslím komediální autoři, aby se snažili s těmi tématy pracovat. Proto takhle dobře funguje třeba Teroristka nebo Teorie tygra. Je tam obsaženo nějaké téma, které lidi stresuje, ale jakmile se o něm hovoří s nadsázkou a zábavně, tak jsou schopni otevřít se debatě. U Mostu! jsme usilovali o to najít tabu celospolečenského významu a najít reprezentanty, kteří vytvářejí protipóly definice toho tabu. Ty dostat k sobě a zatížit je tím. Ale o to usilujeme u každého projektu.

Jak jde dohromady Most! a veřejnoprávní médium? V rámci kritiky se objevily hlasy, že seriál jako Most! nemá ve veřejnoprávní televizi co dělat.

Lidé, kteří se vyjadřují v tomto smyslu, často zaměňují veřejnoprávní za nevzrušivý, nudný nebo překorektní. Veřejnoprávní televize je něco jako kostel, obsah je něco jako evangelium. A zájem faráře je mít plný kostel. A usilovat i o lidi, které je třeba přivést k víře. Protože ta víra jim přinese nějakou kvalitu života. Právě veřejnoprávní televize má

používat žánry k tomu, aby jejich prostřednictvím dodala lidem nějakou užitečnou informaci. Most! má přinést uklidnění ve smyslu „nebojte, není to tak žhavé, jak si myslíte, nebo jak se tváří média“. Takže já si naopak myslím, že ve spojení seriálu Most! a veřejnoprávního prostoru je určitá hodnota a jedinečnost.

Máte pracovní zkušenosti i z komerčních televizí. V čem by se lišilo, pokud byste seriál Most! dělal na komerční televizi, a ne v ČT?

Jsou tam absolutně jiné mantinely. Komerční televize se řídí pouze poměrem cena/výkon. Za co nejméně prostředků dosáhnout co nejvyššího podílu na trhu, aby rozdíl, který vznikne z příjmů z reklamy a z nákladů, které televize vynaloží na obsah, byl co nejvíce ve prospěch výtěžku. Komerční televize se tudíž z podstaty bojí riskovat. Začít poskytovat divákům jakoukoliv informaci, jakkoliv je poučovat, je vysoké riziko, protože málokdo chce být poučován. Když se vrátím k předchozí otázce, tak možná lidé, kteří vytýkají Mostu!, že neměl být na ČT, ale na komerční televizi, tak možná mají právě rádi pořady, které poučují.

Jaká byla očekávání ČT a tvůrců od sledovanosti?

Komediální seriály v pondělním okně se pohybují přibližně od půl milionu do osmi set tisíc. Doufali jsme, že Most! zopakuje výsledek Čtvrté hvězdy, ačkoliv ta byla více intelektuálnější. Když sledovanost Mostu! šla nad milion, tak to bylo neuvěřitelné. Taky jsme očekávali, že první díl bude mít třeba trochu vyšší sledovanost, protože diváci budou zvědaví, a u druhého a třetího dílu sledovanost klesne a ustálí se. Tak to zpravidla u seriálů bývá. Kdežto u Mostu! sledovanost neklesala a jen rostla.

Jak seriál Most! zařadit do kontextu české seriálové tvorby?

Most! se špatně k něčemu připodobňuje. Asi bych to nezařazoval. V českém prostředí vždy vynikne nějaká žánrová vlna. Objeví se tvůrce, který začne produkovat nějaký formát a chytí se to. Takže byla doba Macourka s Vorlíčkem, potažmo Poláka a díky této malé skupině lidí začaly vznikat zábavné formáty a fantasy typu Arabela, Konec vodníků v Čechách a tak dále. Ale stále šlo o jedny tvůrce. Takže i tady je třeba se dívat spíše na kategorii Kolečko – Prušinovský. Ti jsou schopni vyprávět téměř sociální dramata, ale zábavným typem, což dokázal třeba Okresní přebor i Most!.

Vyplývá pro Českou televizi a českou seriálovou tvorbu obecně něco z úspěchu Mostu!?! Může tohle být začátek nějaké nové vlny?

Rozhodně je to významné. Už jen proto, že se všichni odvoláváme k referencím. To platí v každém oboru. O Mostu! se mluví jako o seriálu, který posunul hranice otevřenosti a

služby veřejnosti. Chodí mi teď náměty, o kterých se říká, že budou jako Most!. Je to nějaký přelomový moment, který autory k něčemu nasměroval. Pokud vznikne něco dostatečně výlučného, tak to strhne lidi k vytváření nějakých nápodob. Na druhou stranu, Most! je opravdu dost specifický a těžko napodobitelný.

Jak jste jakou tvůrci vnímali ohlas, který seriál vzbudil? Reakcí bylo hodně.

Mě překvapilo, že bylo dost málo kritických postojů. Věděli jsme, že otevřeme citlivá témata. Vzhledem k tomu jsme se spojili s představiteli LGBT a transgender komunity a chtěli jsme to s nimi projednat dopředu. Konzultovali jsme to s nimi a řekli jsme, že je možné, že to bude mít docela velký ohlas. Ve fázi, kdy jsme s tím seriálem jezdili po republice, promítali jsme to v Mostě nebo v Ústí, tak tam probíhaly debaty a oni se toho neúčastnili. A ve chvíli, kdy se ten seriál začal vysílat, tak se vůči němu začali vymezovat. To je obrovská škoda a chyba. Místo toho, aby to nějak zhodnotili, tak ten mediální prostor nevyužili tak, jak mohli. My jsme samozřejmě počítali také s tím, že se proti tomu vymezí a budou mít jiný názor. Ale proto ta věc vznikla, aby otevřela debatu. Jinak ten zájem médií byl opravdu velký, pro novináře byl pak zajímavý každý, kdo jen prošel štábem. Já jsem ani nestihl zkoordinovat vyjádření herců, takže jsem jen trnul, kdo co kde řekne, protože my opravdu nechce divákům říkat, co si mají myslet a nechceme moralizovat.

Jak byl seriál po odvysílání hodnocen v rámci České televize? Byly reakce hlavně kladné?

Seriál byl hodnocen absolutně kladně. Trhal rekordy ve všech možných kategoriích. Ve vysílání, v odloženém vysílání na internetu, v mediálních ohlasech. Poslední díl měl podíl na trhu dokonce přes 50 %, což je unikátní. Most! je pro ČT cenný v tom, že dokázal promluvit k lidem, kteří ji obvykle sledují v mnohem menší míře. Mířilo to na lidi do ekonomicky slabších regionů. Velice silně to rezonovalo v Ústeckém nebo taky v Moravskoslezském kraji, kde má ČT zpravidla menší dosah. Tam docházelo k rekordním číslům u skupiny lidí, na kterou ČT málokdy dosáhne. V tom je hodnota veřejné služby u tohoto projektu, že jsme se naučili mluvit k těmto lidem v jejich jazyce. To je podobné jako v případě Dukly 61 a Metanolu.

Ozvali se vám v souvislosti se seriálem kromě výše jmenovaných lidí nebo organizace, které se proti tomu seriálu vyhrazovali?

Ne. Respektive úplně minimálně v řádu jednotlivců. Vždy ale najdete někoho, koho se to dotkne. Třeba proto, že je to příliš vulgární. Spousta lidí si to nebyla schopná pustit do svého světa, protože to bylo natolik vulgární, že se přes tu vulgaritu nedokázali dostat k tomu, o čem to je. Ale to není stížnost, to spíš znamená, že to pro ně není.

Vulgarity byly v diskusi o seriálu na stránkách novin podrobeny kritice. Jak to, že bylo možné seriál vysílat před desátou hodinou večer?

Já jsem už při vzniku přemýšlel, zda to dokážu obhájit, aby to šlo před desátou. U druhého dílu jsem si říkal, že to ještě dokážu, ale u čtvrtého už jsem věděl, že ne. Takže jsem to prezentoval tak, že bych doporučoval to vysílat od deseti. Potom ale proběhla tisková konference předtím, než to šlo do vysílání. A vedení, které už seriál vidělo, na tiskovce uvedlo, že to půjde od devíti. Takže šlo o manažerské rozhodnutí a riziko pana Dvořáka a pana Fridricha.

Postava Dáši nemá v české seriálové tvorbě obdobu. Jak složité bylo ji ztvárnit? Neměli jste obavy, že při tom sklouznete ke karikatuře?

Ke karikatuře může postava sklouznout, pokud se jí scenárista nebo režisér dostatečně nezabývají. Nezabývají se zdrojem. Neudělají si rešerši, čím takoví lidé trpí, pro co žijou, co byla pro ně největší překážka a podobně. Petr Kolečko si ale přípravu udělal a snažili jsme se držet srdce té postavy. Toho, že ona se cítí jako žena, přestože s ní okolí jedná jako s mužem. Nezapomínat na to, že pro takového člověka je velmi těžké se vrátit domů, a ještě větší problém je najít si partnera. Takže jsme se snažili držet vztahové linie. Režisér Honza Prušinovský je jedinečný v tom, že se umí postav zastat. On se spojil s odborným poradcem, se kterým postavu Dáši konzultoval. Potkal se zástupci transgender komunity a zajímal se o to, jak žijí, co je trápí, jak působí, aby dokázal postavu Dáši držet v nějaké rovnováze. Na druhou stranu, tenhle styl přípravy ale probíhá u každého projektu. Například u seriálu Dukla 61 jsme museli zjistit, jak žijí havíři, abychom o nich mohli vyprávět.

V jednom z kritických komentářů na seriál Most! jeho autorka uvádí, že tvůrci evidentně nekonzultovali postavu Dáši s nikým z transgender komunity. Je to tedy mylná kritika?

Ano, mylná. S vědomím toho, že jde o citlivé téma, Honza Prušinovský prováděl ty konzultace. A také si dle toho vybral Eriku Stárkovou pro roli Dáši. Uvažovali jsme, že bychom angažovali transgender herečku, ale nikdo takový nebyl k dispozici. Hrozilo, že ta postava nebude fungovat. Ta role je příliš složitá, aby ji hrál neherec. Takže příprava byla pečlivá. Protože kdybychom to neudělali dobře, tak by to bylo zneužití postavy a zneužití těch lidí. Pokud se po něčí složité životní situaci škrábeme k humoru, tak je to samozřejmě riziko a zodpovědnost.

Ve stejném komentáři autorka uvádí, že se domnívá, že seriál regionu nijak nepomůže. Těžko se díky němu změni přístup k Romům, těžko se zabrání prolomení těžebních limitů, těžko zvýší zaměstnanost... Jak takovou zpětnou vazbu hodnotíte z pohledu tvůrce?

Pokud projekt připravujete dlouhodobě, tak si zpětnou vazbu vyvoláváte od začátku. Už u scénáře chcete odborné poradce, dáváte to někomu číst, řešíte postavy, kontext... Zpětnou vazbu berete pořád. Před natáčením, při natáčení a taky v postprodukcí. Ve chvíli, když čtete reakce, tak je to spíš nějaký sociální vzorek, ze kterého si zařazujete lidi do různých skupin. Buď, že jsme to vyjádřili špatně, nebo to ten člověk nepochopil, nebo je podkategorie „o to nám nešlo“. Pokud někdo kritizuje to, že seriál nezastaví těžbu... My jsme ale nedělali seriál o zastavení těžby. My jsme to ani nedělali s nějakým cílem pomoci Mostu. To není aktivistický projekt. Je to projekt o xenofobii. Podtitul mají se rádi, ale ještě o tom neví, tomu odpovídá. Snažíme se říct: neblbněme, mějme se víc rádi, nebuďme žlučovítí.

Pokračování seriálu se nechystá. Za jakých okolností byste uvažovali o druhé sérii?

Museli bychom být přesvědčení, že by byla lepší. My jsme ale do toho tématu již dali vše, co jsme věděli, vše jsme zúročili. Takže k nějakému novému natáčení by musela uběhnout dlouhá doba, nebo by to možná šlo udělat jako Fargo, tedy s jinými postavami, ale podobným principem. Ale druhé a třetí série jsou velmi často motivované komerčním úspěchem, což v České televizi není prioritou. Téma je pro nás takto ukončené.