

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Diplomová práce

2017

Vladimír Zikmund

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Vladimír Zikmund

**Česká politická satira v éře nových médií na
příkladu pořadu Kancelář Blaník**

Diplomová práce

Praha 2017

Autor práce: **Bc. Vladimír Zikmund**

Vedoucí práce: **PhDr. Petr Bednařík, Ph.D.**

Oponent práce:

Datum obhajoby:

Hodnocení:

Bibliografický záznam

ZIKMUND, Vladimír. *Česká politická satira v éře nových médií na příkladu pořadu Kancelář Blaník*. Praha, 2017. 92 s. Diplomová práce (Mgr.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce PhDr. Petr Bednařík, Ph.D.

Anotace (abstrakt)

V této práci předkládám pojednání o politické satíře, aktualizované z hlediska formy i obsahu pro éru nových médií, která je specifická svou rychlostí, tekutostí v baumanovském významu slova a potenciální kvantitou na straně podavatele, jakožto stěžejního mediálního kanálu především pro mladou generaci. Proliferace satiry v tomto prostředí poukazuje na fakt, že podávání informací o politické sféře skrze humornou rovinu vede k zaujetí publika. V případě pořadu *Kancelář Blaník* potom dochází ke kombinaci technologických výhod garantovaných prostředím nových médií a hrané tvorby z hlediska dlouhodobosti konceptu a seriálových prvků, přispívajících k retenci diváků. Hlavním jednotícím faktorem je hlavní postava lobbisty Tondy Blaníka, který zpoza opony tahá za nitky české politické scény. Mezi jeho klienty patří všichni významní politici a mezi jeho práci můžeme zařadit všechny významné kauzy posledních let. To umožňuje tvůrcům rozmanitost ve volbě témat a zároveň garantuje udržení politické nestrannosti, protože kritizování jsou prostřednictvím satiry všichni. Právě svobodné a v zásadě deregulované prostředí internetu umožňuje tvůrcům nastavit humor kontroverzní a společensky nekorektní, což při jeho současné sofistikovanosti můžeme považovat za stěžejní rys úspěchu tohoto internetového seriálu.

Abstract

This thesis aims to describe the term political satire in the era of new media, which transformed the human communication on many levels, mostly in terms of speed, liquidity and diversity of submitters. Proliferation of satire in this environment approves, that distribution of information about the political sphere through the humorous form leads to the attraction of the audience. In concrete, the show *Kancelář Blaník* combines the technical benefits of the new media with a conceptual serial approach, that allows to build a long-term storyline, plastic characters and a specific sense of humour, which all contributes to audience retention. The main representation of these qualities is through the leading character, lobbyist *Tonda Blaník*, collaborating with all the politicians and responsible for all the important issues. That allows the creators wide choice of topics and political neutrality at the same time, because everybody and everything gets criticised at some point. Thanks to the internet TV platform, there are almost none regulations for the writers, which allows the show to be controversial and to develop a very expressive sense of humour, that combined with its sophisticated background is believed to be the main reason of success.

Klíčová slova

politika, politická satira, nová média, sociální síť, internetová televize, Kancelář Blaník

Keywords

politics, satire, new media, social media, internet TV, Kancelář Blaník

Rozsah práce: 163 656 znaků

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracoval/a samostatně a použil/a jen uvedené prameny a literaturu.
2. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne 15. května 2017	Vladimír Zikmund

Poděkování

Děkuji panu doktoru Bednaříkovi za jeho odvahu vést tuto práci, stejně jako za pozdější trpělivost a přínosné poznatky při konzultacích.

Děkuji všem, kteří během osmnácti let od prvního zasednutí do školní lavice byli mými kantory, spolužáky, přáteli, rodinou, blízkými a kolegy, za každou lekci během těch let získanou.

Nejvíce však děkuji svému tátovi, který mě naučil chápat, že dosažené vzdělání

nedefinuje rozum a přesto udělal první i poslední, abych já za svým vzděláním mohl jít.

Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK	
Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce	
TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:	
Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta: ZIKMUND Vladimír	Razítko podatelny:
Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta: 2015/2016	
E-mail diplomantky/diplomanta: vladimirzikmund3@seznam.cz	
Studijní obor/typ studia: 7202T Mediální studia, prezenční	
Předpokládaný název práce v češtině: Česká politická satira v éře nových médií na příkladu pořadu Kancelář Blaník	
Předpokládaný název práce v angličtině: Czech political satire in new media based on the example of Kancelář Blaník	
Předpokládaný termín dokončení (semestr, školní rok – vzor: <i>ZS 2012</i>) (diplomovou práci je možné odevzdat <u>nejdříve</u> po dvou semestrech od schválení tezí, tedy teze schválené v LS 2010/2011 umožňují obhajovat práci <u>nejdříve</u> v LS 2011/2012): LS 2016/2017	
Charakteristika tématu a jeho dosavadní zpracování (max. 1800 znaků): Politická satira představuje specifický přístup médií k politické komunikaci. Po jejím boku se objevuje takřka od nepaměti a tak, jako se vyvíjí politická komunikace, vyvíjí se satira s ní. V současné době pokročilých komunikačních technologií je pak její podoba formována především novými médii. Internetový seriál Kancelář Blaník patří mezi nejúspěšnější formáty svého druhu v České republice, s průměrnou sledovaností téměř půl milionu diváků na díl. Pořad vysílaný na internetové televizi Stream.cz prostřednictvím osoby fiktivního lobbisty Tondy Blaníka satirizuje aktuální témata české politické scény, vedle tohoto vytváří jeho tvůrci též komplementární obsah na sociálních sítích jako Facebook či Twitter. Zatímco téma politické satiry bylo pojímáno převážně z hlediska historického, žánrového či komparativního, jeho koherentní zpracování věnující se éře nových médií, navážené na reprezentaci konkrétním pořadem, akademické půdě doposud chybí.	
Předpokládaný cíl práce, případně formulace problému, výzkumné otázky nebo hypotézy (max. 1800 znaků): Cílem této práce je teoreticky aktualizovat formát domácí politické satiry v éře nových médií na vzorovém příkladu pořadu Kancelář Blaník a postihnout tak její současnou formu i obsah. K tématu neoddelitelně náleží sekundární kanály pořadu na sociálních sítích, které tvůrci využívají jako marketingový nástroj komunikace s diváky, ale též jako prostředek k maximálně aktuální reakci na politické dění. Vedle samotných epizod pořadu proto budou předmětem zkoumání i doprovodné aktivity na sociálních médiích. Pozornost bude upřena na výběr	

politických témat, jejich kritické zpracování a navázání na vybrané politické aktéry.

Hypotézou této práce je, že z normativního hlediska můžeme na politickou satiru nahlížet jako na prostředek schopný populární formou upozorňovat na společenské problémy a tím k nim přivádět pozornost.

Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu):

2. Úvod

3. Metodologie

Kvalitativní obsahová analýza

Vymezení zkoumaného vzorku

• **Současná politická komunikace**

- Politická komunikace jako obor a politická komunikace jako praxe
- Politická komunikace v době nových médií
- Politická komunikace na sociálních médiích

• **Politická satira u nás**

- Rekapitulace vývoje politické satiry po roce 1989 do současnosti
- Aktuální politická satira na sociálních médiích

• **Kancelář Blaník**

- Představení pořadu
- Tvůrci
- Ocenění
- Ukotvení v rámci současné české hrané tvorby na internetu
- Kancelář Blaník na sociálních médiích a význam těchto kanálů pro pořad z hlediska obsahového i marketingového

• **Analýza**

- Zobrazení významných politických kauz v pořadu Kancelář Blaník
- Zobrazení významných politických aktérů v pořadu Kancelář Blaník
- Předpoklady a důvody úspěchu pořadu Kancelář Blaník

• **Závěr**

• **Shrnutí**

• **Seznam použité literatury**

• **Seznam příloh**

• **Přílohy**

Vymezení podkladového materiálu (např. tituly a období, za které budou analyzovány):

- Epizody pořadu Kancelář Blaník z let 2014 - 2016
- Stránka pořadu na sociální síti Facebook (<https://www.facebook.com/kancelarblanik/?fref=ts>), příspěvky z let 2014 - 2016
- Stránka pořadu na sociální síti Twitter (<https://twitter.com/tondablanik>), příspěvky z let 2014 - 2016

Metody (techniky) zpracování materiálu:

Kvalitativní obsahová analýza jednotlivých epizod pořadu a komunikátů publikovaných prostřednictvím sociálních médií, deskriptivní metoda

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

- LINDLOF, Thomas R a Bryan C TAYLOR. Qualitative communication research methods. 3rd ed. Thousand Oaks, Calif.: SAGE, c2011, xvi, 377 p. ISBN 1412974739.

Autoři se v díle věnují kvalitativním výzkumným metodám v komunikaci, přičemž vedle samotné teorie předkládají též praktické zásady pro vytváření a zpracovávání kvalitativně orientovaného výzkumu.

- SCHREIER, Margrit. *Qualitative content analysis in practice*. London: SAGE, 2012, viii, 272 s. ISBN 978-1-84920-593-1.

Autorka specifikuje obecné metodologické zásady kvalitativního výzkumu do oblasti výzkumu obsahů se zaměřením na samotný analytický proces.

- KŘEČEK, Jan. *Politická komunikace: od res publica po public relations*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2013. *Politologie (Grada)*. ISBN 978-80-247-3536-8.

Komplexní dílo, které se věnuje popisu politické komunikace včetně toho, jak ji ovlivňují nové trendy, komunikační technologie či politický marketing.

- GRAY, Jonathan, Jeffrey P JONES a Ethan THOMPSON (eds.). *Satire TV: politics and comedy in the post-network era*. New York: NYU Press, c2009. ISBN 978-0-8147-3199-4.

Autoři se zaměřují na satirické televizní pořady, jejichž hlavním předmět humoru se stávají političtí aktéři či politické strany a které mají dlouhou tradici a bohatou současnost.

- POSTMAN, Neil. *Ubavit se k smrti: veřejná komunikace ve věku zábavy*. 2., opr. vyd. Překlad Irena Reifová. Praha: Mladá fronta, 2010, 204 s. ISBN 978-802-0422-064.

Klasické dílo reprezentující kritický pohled na média, která preferují enterteinizaci před vzdělávacími a informativními hodnotami, čímž podle autora, amerického mediálního teoretika, přispívají k degenerování úrovně komunikace, včetně té politické.

Diplomové a disertační 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)

- JELÍNKOVÁ, Karolína. *Česká politická satira na televizních obrazovkách v porovnání s americkými pořady* [online]. 2015 [cit. 2016-05-14]. Dostupné z: <https://is.cuni.cz/webapps/zzp/detail/139290>. Vedoucí práce Petr Bednařík.
- ZAMOUŘILOVÁ, Klára. *Obrazová politická satira v českých médiích* [online]. Praha, 2015 [cit. 2016-05-15]. Dostupné z: <https://is.cuni.cz/webapps/zzp/detail/152127>. Vedoucí práce Alena Lábová.
- STÁREK, Ondřej. *Politická satira v pořadu Saturday Night Live* [online]. 2016 [cit. 2016-05-15]. Dostupné z: <https://is.cuni.cz/webapps/zzp/detail/162591>. Vedoucí práce Milan Kruml.

Datum / Podpis studenta/ky

.....

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 m
a oblasti odborné práce, kterou na UK FSV vykonávám.**

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

Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga

.....
Datum / Podpis pedagožky/pedagoga

Obsah

4. Úvod

5. 1. Metodologie

- 1.1 Kvalitativní obsahová analýza jako metoda práce
- 1.2 Vymezení zkoumaného vzorku

6. 2. Současná politická komunikace

- 2.1 Politická komunikace jako obor a politická komunikace jako praxe
- 2.2 Politická komunikace v době nových médií
 - 2.2.1 Politická komunikace na sociálních sítích

7. 3. Politická satira u nás

- 3.1 Rekapitulace vývoje politické satiry po roce 1989 do současnosti
- 3.2 Aktuální politická satira na sociálních médiích
 - 3.2.1 TMBK
 - 3.2.2 Dominik Feri
 - 3.2.3 Nevím
 - 3.2.4 Politická satira jako projev participace

8. 4. Kancelář Blaník

- 4.1 Představení pořadu
- 4.2 Tvůrci
- 4.3 Ocenění
- 4.4 Ukotvení v rámci současné české hrané tvorby na internetu
- 4.5 Kancelář Blaník na sociálních médiích a význam těchto kanálů pro pořad z hlediska obsahového i marketingového
 - 4.5.1 Facebook
 - 4.5.2 Twitter

9. 5. Analýza

- 5.1 Charakteristiky postav
 - 5.1.1 Vedlejší postavy a jejich role v ději
 - 5.1.2 Tonda Blaník
 - 5.1.3 Asistent Žížala
 - 5.1.4 Sekretářka Lenka
- 5.2 Formální aspekty pořadu
 - 5.2.1 Ustálené dějové prostředky
 - 5.2.2 Vizuální stránka
 - 5.2.3 Hudební stránka
- 5.3 Zobrazení významných politických kauz v pořadu Kancelář Blaník
 - 5.3.1 Nákup letounů SAAB JAS-39 Gripen
 - 5.3.2 Opencard
 - 5.3.3 Tunelový komplex Blanka
 - 5.3.4 Ptačí hnízdo
- 5.4 Zobrazení významných politických aktérů v pořadu Kancelář Blaník
 - 5.4.1 Miloš Zeman
 - 5.4.1.1 Alkoholismus
 - 5.4.1.2 Přiklon k Rusku a Číně
 - 5.4.1.3 Blízcí spolupracovníci
 - 5.4.2 Andrej Babiš
 - 5.4.3 Adriana Krnáčová

5.5 Předpoklady a důvody úspěchu pořadu Kancelář Blaník

3. **Závěr**
4. **Shrnutí**
5. **Seznam použité literatury**

Úvod

Text této práce je věnován tématu politické satiry, kterou kontextualizuje s využitím a rostoucí konzumací prostřednictvím internetu, a to na příkladu pořadu *Kancelář Blaník*.

Abychom mohli v této práci popsat zkoumaný fenomén, je třeba dekonstruovat název této práce a definovat dva stěžejní pojmy, tedy *nová média* jako technologický a především společenský faktor působící na podobu komunikace, a *politickou satiru*. Prostor jim budeme věnovat v rámci druhé a třetí kapitoly.

Politická satira obecně představuje konstruktivně kritický přístup k aktuálnímu politickému dění, přičemž využívá prvek humoru. Jejím cílem by mělo být na dané jevy poukázat a přispívat k jejich negování.

Nová média potom můžeme považovat za prostředí, které maximalizuje svobodný charakter komunikace tím, že umožňuje zapojení se každému s náležitým technologickým vybavením. Pro politickou satiru v demokratickém světě to představuje příležitost k jejímu rozvoji a šíření.

Mou osobní motivací pro volbu tématu bylo přesvědčení, že právě poukázání na problémy společenského charakteru humornou formou představuje způsob, jakým doručovat informace o nežádoucích jevech na politické úrovni širší veřejnosti, která o ně často sama o sobě nemá zájem. Pořad *Kancelář Blaník* jsem pro praktickou složku práce zvolil jako výrazného zástupce aktuální politické satiry na české scéně, který se zároveň vymyká svým dlouhodobým charakterem a hranou formou zbytku tvorby podobného zaměření. Seriál představující českou politickou scénu z pohledu lobbisty, který ze zákulisí tahá za nitky veškerého veřejného dění, vzniká pro internetovou televizi Stream.cz od roku 2014 a v současné době již probíhá jeho pátá řada. Kulminovaný počet zhlédnutí potom dosahuje téměř 40 000 000¹, což v případě tohoto kanálu znamená bezprecedentní výsledek.

¹ Data vychází z údaje uvedeného na domácí stránce pořadu na stránce Stream.cz, dostupné z <https://www.stream.cz/porady/blanik> a později v práci odkazované pod číslem [25]

Rozbor dějové a formální složky pořadu má za úkol identifikovat a popsat prostředky, které tvůrci pořadu využívají ke kritice veřejného dění, a to jak z hlediska stěžejních témat, tak z hlediska specifické práce s jazykem či kamerového snímání. Vzhledem k přehlednosti a zároveň komplexitě práce jsem k rozboru přistoupil prizmatem zkoumání dílů, zaměřujících se na významné politické kauzy a představitele.

Cíl, forma i obsah práce budou zpracovány v souladu s odevzdanou tezí. V poznámkách pod čarou jsou dovysvětlující popisky pro čtenáře a znění citací v cizím jazyce. Odkazy na primární a sekundární literaturu jsou uvedeny za daným textem v kulatých závorkách, odkazy na internetové zdroje pořadovým číslem v závorkách hranatých. Jazyk postav je záměrně podán v nezměněné podobě, tedy často nespisovně.

1. Metodologie

Pro tuto práci jsem zvolil výzkumnou metodu založenou na kvalitativní obsahové analýze, která z podstaty své povahy nejlépe odpovídá logice práce, založené na pozorování a deskripci.

1.1 Kvalitativní obsahová analýza jako metoda práce

Kvalitativní výzkum obecně se vyznačuje několika specifiky, jež můžeme nejlépe ilustrovat v opozici k výzkumu kvantitativnímu. Na rozdíl od něj totiž „pracuje s nestandardizovanými daty, která vyžadují interpretaci na straně výzkumníka².“ (Schreier, 2012: 20) Z této definice zároveň vyplývá chybějící intersubjektivita³

² „Data in qualitative research is not standardized, but requires an active effort at interpretation on researcher’s side.“ Přeloženo autorem.

³ Jako intersubjektivitu označujeme takovou vlastnost výzkumu, která má za cíl vyloučit faktor subjektivního pojetí problému jednotlivcem. Je typickou vlastností pro standardizované kvantitativní

kvalitativního výzkumu. Za další vlastnosti můžeme považovat měkkost dat, jejich nečíslnou formu či intertextualitu⁴. Zpravidla též zpracovává menší vzorek dat, a to kvůli hloubkovému charakteru jejich zkoumání. *James Carey* uvádí, že hlavním posláním kvalitativní analýzy je „odhalení jevů, jejich interpretace a systematizace tak, aby byly přístupné dalším uživatelům⁵.“ (*Carey, 1975: 190*) Pojem *obsahová* potom odkazuje k faktu, že samotným předmětem zkoumání jsou médií vytvářená a distribuovaná sdělení. (*Lindlof & Taylor, 2011*)

Výše zmíněná interpretativnost a chybějící intersubjektivia nicméně samozřejmě neznamenaají, že by kvalitativní metody analýzy ponechávaly vše na výzkumníkově zvuči a že by takový výzkum mohla provádět jakákoliv nahodilá osoba. Před samotnou aplikací metody, která je podpořena teoretickým základem z primární a sekundární odborné literatury, je důležité vzít v potaz komplexní znalost pozadí zkoumaného problému, tedy interdisciplinární⁶ přehled autora, jeho historické povědomí a též základní filozofická východiska, s nimiž ke zkoumání přistupujeme. Prizmatem této práce je *sociální konstruktivismus*⁷, který můžeme označit za myšlenkové schéma postavené na víře v to, že významy jsou vytvářeny činností společnosti jako celku, a tudíž existuje mnohost pohledů na *fakt a pravdu*, nikoliv tedy jediný objektivní význam či interpretativní rámec, ke kterému bychom byli nuceni se vztahovat. Naopak, „význam není singularní, stabilní nebo pasivně přijímaný. Místo toho závisí na lidech jako jeho tvůrcích, kteří využívají své kulturní vědomosti k tomu, aby významy přizpůsobovali svým představám a potřebám⁸.“ (*Lindlof & Taylor, 2011: 45*)

výzkumy, které jsou konstruovány tak, aby poskytly výsledek nezávisle na osobě výzkumníka. Naopak kvalitativní výzkum je od svého realizátora neoddělitelný.

⁴ Intertextualita zastupuje v kontextu kvalitativní obsahové analýzy zkoumání nezjevných (latentních) obsahů.

⁵ „[To seize upon the...] interpretations people place on existence and to systematize them so they are more readily available to us.“ Přeloženo autorem.

⁶ V našem případě jsou nejrelevantnějšími obory, které se prolínají, sociologie, politologie, filozofie a psychologie.

⁷ Odklon od pozitivismu či objektivismu, založeného na realitě jako objektivní veličině, nastal ve vědeckých kruzích v šedesátých letech, nejznámějším dílem a jedním z výchozích zdrojů sociálního konstruktivismu je kniha *Sociální konstrukce reality* (The Social Construction of Reality) autorů *Petera L. Bergera* a *Thomase Luckmanna* z roku 1966. (*Berger & Luckmann, 1999*)

⁸ „The meaningfulness is not singular, stable, or passively absorbed. Instead, it is dependent on human actors using cultural stocks of knowledge to engage... [an ambiguous and reactive world] ...and to serve their situated, evolving purposes.“ Přeloženo autorem.

Převažující metodou bude *deskripce*⁹, tedy popis zjevného, s přesahy do sémiotické oblasti. Předmětem mého zájmu se stane komunikát jako komplexní jev, tedy jak text - v případě výchozího seriálu v mluvené a v případě rozvíjející komunikace na sociálních sítích v psané formě -, tak vizuální vjemy, které jej zpravidla dokreslují a pro holistické pochopení problematiky jsou nezbytné. Následně budu vybrané úkazy rozvíjet *explanačním přístupem*¹⁰.

Jelikož se tato práce zabývá dekonstrukcí a analýzou komunikátů a nikoliv publik, nemůžeme z ní akademicky validní formou vyvozovat teze o účincích politické satiry v nových médiích na společnost. K takovým závěrům by byly třeba informace získané šetřením formou experimentu¹¹ či hloubkovými rozhovory se stranou podavatele, tedy tvůrci, a stranou příjemce, tedy diváky.

V pozdějších kapitolách této práce ovšem přináším pojednání o možných normativních hodnotách, které by s sebou takováto forma komunikace měla v moderním demokratickém uspořádání nést.

1.2 Vymezení zkoumaného vzorku

Examinovat budu primárně jednotlivé díly internetového seriálu, sekundárně komunikaci prostřednictvím sociálních sítí, přičemž cílem je identifikovat stěžejní rysy politické satiry využívané tvůrci pořadu a popsat je. Souhrn zkoumaného vzorku tedy představují následující položky.

1. seriál *Kancelář Blaník*, vysílaný na internetové televizi Stream.cz, a to první až čtvrtou řadu pořadu, vysílané v rozmezí let 2014 až 2016, celkem 58 dílů.
2. oficiální profily navázané na tento pořad na sociálních sítích Facebook¹² a

⁹ Deskripce je vědecká metoda sloužící k popisu a uspořádání jevů.

¹⁰ Explanace je vědecká metoda rozvíjející informace získané deskripcí, a to především v oblasti hledání příčinných souvislostí mezi jevy.

¹¹ Experiment ve smyslu zkoumání názorové valence publika například před a po vystavení komunikátu.

¹² Oficiální Facebooková stránka pořadu, dostupná z <https://www.facebook.com/kancelarblanik/?fref=ts>.

Twitter¹³, prostřednictvím příspěvků publikovaných v rozmezí let 2014 až 2016.

Každá odkazovaná epizoda je explicitně zmíněna v dané pasáži textu. Z důvodu komplexnosti a dostupnosti materiálu se budu věnovat pouze prvním čtyřem řadám seriálu, přestože tvůrci oznámili vysílání páté řady, a to počínaje 30. prosincem 2016, s celkově 14 díly¹⁴. Jedinou výjimku z tohoto schématu představuje začlenění třetí epizody páté série zvané *Forejtovo video*, která byla nezbytnou složkou pro koherenci pasáže o kritice spolupracovníků prezidenta republiky. (*Viz Kapitola 5.4.1.3*) Stejně tak vědomě pracuji s informací, že první díl pořadu byl odvysílán prostřednictvím Youtube na konci roku 2013, nicméně datování řádných dílů začíná až rokem 2014.

2. Současná politická komunikace

Úlohou této kapitoly je v základních terminologických rysech definovat aktuální politickou komunikaci jako nezbytný prvek toho, abychom se později mohli přesunout k popisu politické satiry. Ta na ni totiž navazuje v kauzálním vztahu co se týče obsahů, zároveň však kopíruje i formy zavedené apriorní politickou komunikací.

2.1 Politická komunikace jako obor a politická komunikace jako praxe

Samotný termín politické komunikace je, v důsledku proliferace jeho užívání v různých sférách lidské činnosti, sám obtížně definovatelný, jak poukazuje i jeden z předních odborníků v této oblasti, Brian McNair. (*McNair, 2003: 3*)

Proto v rámci tohoto textu rozlišujeme dvě úrovně *politické komunikace*. Zaprvé jako obor, který je předmětem regulérního vědeckého zkoumání, zadruhé jako

¹³ Oficiální stránka fiktivní postavy Tondy Blaníka dostupná z <https://twitter.com/tondablanik> a oficiální stránky fiktivní postavy Luboše “Žížaly” Havránka dostupná z <https://twitter.com/blanikz>

¹⁴ Údaj platný k 20. dubnu 2017.

praxi, tedy reálně probíhající společenský jev. (Křeček, 2013: 7)

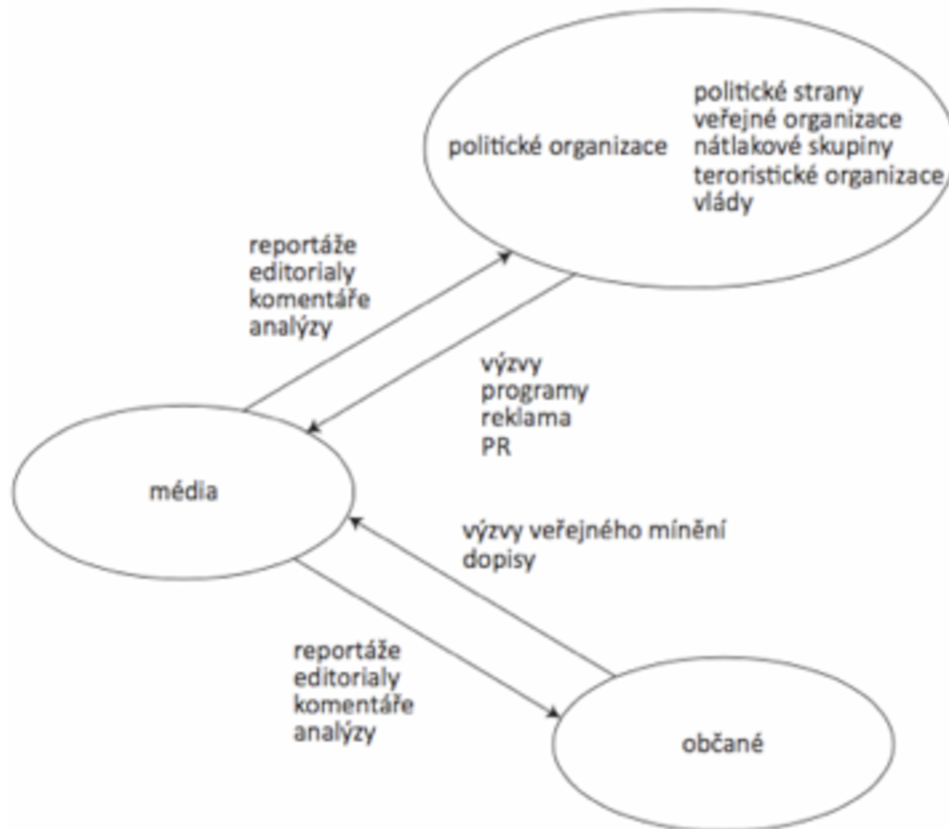
První rovina v sobě skrývá metodiku a témata vlastní dalším vědeckým oblastem, můžeme ji tedy bez pochyb označit za multidisciplinární přístup¹⁵. Předmětem jejího zkoumání jsou zpravidla volební kampaně, mezinárodní vztahy, občanská angažovanost či nová média. Metodologicky potom nachází oporu především v analýzách mediálních obsahů kvalitativního i kvantitativního rázu, výzkumech veřejného mínění, focus group¹⁶ či sekundární analýze dat. (Křeček, 2013: 8) Jakkoliv se jedná o velmi zajímavé zkoumání, pro rozvoj naší práce je stěžejnější věnovat se druhé rovině pojmu, tedy *politické komunikaci jako praxi*, kterou můžeme označit za zájem a primárně zkoumaný jev výše popsaného teoretického přístupu.

K tomu, abychom mohli definovat specifičnost politické komunikace mezi jinými, paralelně probíhajícími formami předávání informací ve společnosti, je třeba nejprve vymezit *politické aktéry*. Od jiných praktických forem komunikace ji totiž odlišuje především to, kdo ji provádí. Podle McNaira můžeme *politické aktéry* demokraticky fungujících systémů rozdělit do tří oblastí. První z nich jsou *politické organizace*, kam řadíme politické strany, veřejné organizace a další potenciálně vlivné nátlakové skupiny. Druhým pilířem jsou *media* jako institucionalizovaný nositel a šířitel informací a třetím *občané*. Mezi jednotlivými aktéry panují pevně dané vztahy, charakterizované absencí přímého informačního kontaktu mezi *politickými organizacemi* a *občany*. (McNair, 2003 in Křeček, 2013:11)

¹⁵ *Multidisciplinarita* označuje takovou vlastnost oboru, která je charakteristická přesahem do jiných disciplín, z nichž si často vypůjčuje teoretické a metodologické prvky. Například oblast politické komunikace má takové přesahy s politologií, sociologií, psychologií nebo mediálními studii.

¹⁶ *Focus groups*, česky též ohniskové skupiny, je označení pro kvalitativní výzkumnou metodu, kdy zpravidla 6 - 12 osob vede na dané téma společnou diskuzi, jež je rozvíjena právě skupinovou dynamikou. Debata je moderovaná.

Obr. 1: Schéma vztahů mezi politickými aktéry podle Briana McNaira



S akvírovanou znalostí toho, že se jedná o jedince či organizace nacházející se ve vzájemném vztahu politických aktérů proto politickou komunikaci můžeme považovat za

1. všechny formy komunikace realizované politiky a dalšími politickými aktéry pro dosažení určitých cílů;
2. komunikace adresovaná těmto politickým aktérům od aktérů nepolitických (např. komentátorů nebo voličů);
3. komunikace o těchto aktérech a jejich aktivitách (zejména ve zpravodajství, komentářích a jiných formách mediálních diskusí o politice. *(McNair, 2003: 4)*)

2.2 Politická komunikace v éře nových médií

Technologické predispozice nových médií¹⁷ a paralelně s nimi probíhající společenské změny v oblasti konzumace a vytváření mediálních sdělení, proměnily politickou komunikaci jako obor i jako praxi. Znamenaly paradigmatickou změnu její formy, proto éru po jejich nástupu označujeme jako *třetí věk politické komunikace*¹⁸. (Blumler & Kavanagh, 1999)

Ilustrovat onu proměnu můžeme například pomocí oponentury schématu navrženému *McNairem*, které zachycuje průběh politické komunikace, u nějž mezi *politickými organizacemi* a *občany* figurují *média* jako institucionalizovaný zprostředkovatel informačního toku. (*McNair, 2003 in Křeček, 2013:11*) Poukázat je třeba především na otevření přímé cesty (byť některé způsoby vzájemné a nezprostředkované komunikace jako například veřejné projevy existovaly samozřejmě už předtím) mezi *politickými aktéry* a *občany*, umožněné technologií a konvencemi v užívání nových médií. Pokud by *McNair* vnímal *média* z technologického, a nikoliv institucionálního pohledu, jak činil, mohla by platnost základních vztahů v jeho schématu zůstat zachována.

Ve třetím věku politické komunikace se její praxe stala „více diverzifikovanou, fragmentovanou i komplexní, přičemž se zároveň redefinovaly vztahy mezi podavateli a příjemci informace, se souběžnou proměnou kultury politického žurnalismu¹⁹.“ (Blumler & Kavanagh, 1999: 209) To s sebou v širším kontextu přináší zkoumání platnosti termínů *demokracie* či *občanství* a přerod jejich významu. (Brants, 1998)

¹⁷ Ve výčtu toho, co technologicky zahrnuje definice termínu *nová média*, se odkazují na Pavlíčka, tedy 1. jsou založena na elektronické/digitální platformě, 2. využívají výpočetní výkon (procesor), 3. jsou interaktivní (reagují na podněty uživatele), 4. podporují komunikaci, nebo přinejmenším přímou zpětnou vazbu. (Pavlíček, 2010: 11)

¹⁸ Jako *první věk politické komunikace* bývá označována doba dvou dekad po 2. světové válce typická masovým členstvím ve stranách, svázaností strany se sociální vrstvou, stabilním programem a voličskou loajalitou. Jako *druhý věk* je známa etapa od roku 1960, kdy docházelo se zpřetrhání pout mezi stranou a voličem, mimo jiné v důsledku rozvoje politického marketingu a rostoucího vlivu televize jako média. (Blumler & Kavanagh, 1999)

¹⁹ ... „process that is becoming more diverse, fragmented, and complex, but also, at a deeper level, power relations among key message providers and receivers are being rearranged; the culture of political journalism is being transformed.“ Přeloženo autorem.

Je třeba poukázat též na zmnožení informací spojených s politickou sférou, které se nadto staly snáze dostupnými a dohledatelnými. Jejich šíření je akcelerováno, což může znamenat například tlak na politické subjekty vyjadřovat se k aktuálním problémům bez dostatečné předchozí průpravy či znalosti tématu. (*Blumler & Kavanagh, 1999*) Takto vzniklé chyby či nepřesnosti se mohou stát jedním ze zdrojů pro zhumornění a satirická vyobrazení.

2.2.1 Politická komunikace na sociálních sítích

Specifickou pro oblast sociálních medií²⁰ je potenciální vysoká míra interaktivity vztahu mezi politickým činitelem, ať už jedincem či organizací, a občanem, daná přímou zpětnou vazbou, důrazem na aktualitu a zrovnoprávněním²¹ rolí v komunikačním procesu. Tyto tendence se společně s aktuálním geopolitickým vývojem odrážejí ve třech základních rysech, jimiž sociální sítě rozvíjejí praxi politické komunikace. Jedná se o *personalizaci*, *zezábavnění* a *kontinuitu*.

Personalizaci můžeme považovat za projev úspěšné implementace marketingových technik do politiky, neboť se osobní příběhy a celebritizace jednotlivých aktérů²² stávají mnohdy důležitějším rozhodovacím faktorem pro voliče než samotná politická koncepce. Jejím projevem na sociálních sítích je především nivelizace obou komunikátorů, která vnáší autenticitu a lidskost do jednání politických aktérů jak díky pohledu do zákulisí života politiků, tak díky možnosti přímé interakce. Za příklad takové snahy o zlidštění můžeme považovat fotku *Andreje Babiše* u pisoáru na festivalu *Votvírák*, který doprovodil popiskem „Frontu jsem poctivě vystál #votvírák.” [1] Z textového hlediska tedy můžeme dekódovat autorův zájem předat

²⁰ *Sociální média* můžeme vnímat jako takovou podoblast Webu 2.0, ve které je „umožňováno vytvářet a udržovat seznam vzájemně propojených kontaktů, přátel.” (*Pavlíček, 2010: 125*) V českém jazyce je v rámci úzu pojem sociální média vnímán jako synonymum pojmu sociální sítě. Toto označení původně sociologického jevu představuje též propojenou a navzájem se ovlivňující skupinu lidí. (*Pavlíček, 2010: 125*)

²¹ Zpravidla spíše částečným než úplným, na základě přetrvávajících mocenských vztahů.

²² Zastupování politických organizací celebritizovanými politickými aktéry, či dokonce celebritami samotnými, dává veřejnosti možnost seznámit se s nimi prostřednictvím narativu, který je pro ni snáze vstřebatelný.

informaci *jsem jedním z vás, také chodím na pisoár a také předtím stojím ve frontě*. Jakkoliv je dle morálního hlediska vhodnost uveřejňování takového sdělení polemická, můžeme označit za příznakové, že není představitelná mimo prostředí sociálních sítí.

Zezábavnění politické komunikace je dlouhodobým tématem, jemuž se již v osmdesátých letech věnoval mediální teoretik *Neil Postman*. Stěžejní tvrzení jeho tvorby představuje teze, že publikum touží konzumovat fakta zabalená v triviálním hávu a mediální organizace mu jej tak předkládají. Bez toho, aby poukazoval na kauzalitu v tomto vztahu. Postmanovy úvahy jsou vázané na masová média, a především potom televizi, ergo je nutné uvažovat je v kontextu toho, že vztahy podavatele a příjemce byly nástupem nových médií výrazně redefinovány. (*Postman, 2010*) V prostředí sociálních médií se totiž podavatelem staly samy politické organizace, které potřebují pomocí svých obsahů zaujmout potenciální voliče. *Zezábavnění* v jejich komunikaci tak lze pozorovat v zaměření se na osobnosti a jejich soukromí, na akcentaci aktuálních témat, na vizualizaci problémů, negativitu či konfrontaci. Těmito mechanismy je v obecné rovině jejich komunikace depolitizována. (*Křeček, 2003*)

Kontinuita představuje signifikantní prvek rázu současné politické komunikace, reprezentovaný důrazem na neustálý kontakt s elektorátem a nahrazení komunikace eskalované pouze v předvolebním období takzvanou *nepřetržitou kampaní*. (*Norris, 2004*) Důvodem je především snaha udržet voliče a lépe předcházet potenciální krizové komunikaci. Byť se tedy jedná o přístup, který pro svou efektivitu vyžaduje zapojení více komunikačních kanálů, sociální média jsou vhodná zejména z hlediska své nenákladnosti²³ a potenciálně velkého informačního dosahu. Zároveň se jedná o prostředí, které je uživateli přirozeně navštěvované. Podle monitoringu agentury Influencer.cz na sociálních sítích „na jednoho oprávněného voliče v průměru připadá skoro 8 impresí o stranách a hnutích měsíčně“. [2]

V této kapitole jsme postihli základní specifika, které do politické komunikace vneslo využívání sociálních médií. Jedná se především o usnadnění přímého kontaktu

²³ Porovnáváme-li je s tradičními médii, výhodou politických organizací je, že vlastní přímo zdroj informace a není proto třeba platit jeho zprostředkování pomocí kampaně umístěné ve vybraném

s voličem díky interaktivní platformě a prohloubení projevů *personalizace*, *zezábavnění* obsahů a *kontinuity* doručování informací.

3. Politická satira u nás

Abychom se mohli zodpovědně přemostit od teoretických východisek politické komunikace jakožto prvotního článku v rámci kauzálního vztahu politické komunikace a politické satiry k čistě praktickým projevům v rámci zkoumání pořadu *Kancelář Blaník*, je třeba definovat onen mostní oblouk. Tím je kontext. V této kapitole se tedy budu zabývat stručnou definicí politické satiry a jejím domácím vývojem od konce roku 1989²⁴, stejně jako její aktuální podobou primárně na poli sociálních médiích. Mým cílem naopak rozhodně není zodpovídat otázku, zda jsou možnosti české satiry naplňovány po kvantitativní i kvalitativní stránce.

Vývoj samotného pojmu *satira* bývá spojován s latinským termínem *lanx satira*, nesoucím význam obětní mísy naplněné plody jakožto oběť bohům, přeneseně potom označující *smíšené básně*. Prvotní užití pojmu *saturae* je připisováno básníkovi *Enniusovi* ve sbírce básní určených k pobavení, jež byly vydány kolem roku 200 před naším letopočtem. (*Mocná, Peterka a kolektiv, 2004*)

Též v případě novodobé satiry se můžeme setkat s řadou definic. Budeme-li se jimi zabývat chronologicky, na prvním místě se nabízí výklad *Františka Buriánka* z roku 1959, který hovoří o tom, že autor pomocí satirického díla vyjadřuje odmítavý postoj k jistému společenskému tématu a jeho záměrem je onen jev paralyzovat či negovat. K tomu využívá komických prvků zobrazení a vyprávění. (*Buriánek, 1959*) Jedná se tak o formu, kterou do významné míry předurčuje obsah. Podle současných autorů *Mocné, Peterky a kolektivu* představuje satira „výsměšně kompromitující demaskování nežádoucích jevů.“ (*Mocná, Peterka a kol., 2004: 612*) Přičemž

mediatypu. V minulosti do jisté míry plnily podobnou funkci *stranické noviny*, které sice v rozličných formách přetrvaly dodnes, avšak nemají svůj masový význam.

²⁴ Vzhledem k úzké provázanosti forem a obsahů satirických projevů s danou dobovou situací by zodpovědná deskripce vývoje celého historického fenoménu satiry v českých zemích vyžadovala prostor

předpokladem takového vyjádření je podle nich dojem morální a mentální převahy nad kritizovaným objektem. Podle *Graye, Jones a Thompsona*, kteří se věnují především americké satíře v televizním prostředí, je cílem producentů satirických sdělení nejen samotná kritika, ale především rozpróudění společenské debaty a podnícení zájmu diváků. (*Gray, Jones & Thompson, 2009*)

Na základě výše zmíněných explikací o satíře můžeme tedy extrahovat dva základní poznávací rysy, které sdílejí. Tím prvním je *angažovanost*, tedy zájem autora na řešení jistého společenského jevu, který považuje za nežádoucí, nebo minimálně jeho odhalení kritickou perspektivou. Druhým důležitým bodem je, že využívá *komických prvků* k zesměšnění daného stavu. Toho bývá často dosahováno pomocí hyperboly, kontrastu ideálu a reality, karikatury zjevovaného obrazu, ironie a parodie. (*Mocná, Peterka a kol., 2004*) Právě proto je její síla determinována dobovou společenskou a politickou realitou, neboť ta vytváří, především v situacích intenzivních rozkolů, živnou půdu pro vznik a šíření satiry.

Zároveň na tomto základu můžeme říct, že se vymyká z postmanovské teze o komičnosti a komických prvcích jako pouhých nástrojích k prvoplánovému pobavení publika při současné anestezizaci vůči důležitým tématům společenského a politického rázu²⁵. (*Postman, 2010*) Jejím posláním totiž je skrze humor ona témata vynášet na povrch a předkládat tak ke kritickému prověření a zhodnocení příjemci. (*Jones & Baym, 2010*)

odpovídající minimálně vlastní práce, což s radostí badatelům s případným zájmem postoupím. Zaměřuji se pouze na satiru televizní, která je svou formou *Kanceláři Blaník* nejbližší.

²⁵ *Postman* ve své knize z roku 1985 samozřejmě na problematiku poukazuje v širším měřítku a usouvztáží ji s historickým vývojem médií a publik. (*Viz Kapitola 2.2.1*) Druhou poznámkou budiž fakt, že *Postmanova* práce nestojí na datech, ale úvahách a subjektivitě autora.

3.1 Rekapitulace vývoje politické satiry po roce 1989 do současnosti

Protože politický vývoj společnosti od roku 1948 nezávislé²⁶ satirické produkci logicky nepřál, lze tehdejší protirežimní kritiku považovat za deviantní rys z hlediska vedení státu, který byl přítomný ve tvorbě zakázaných či exilových autorů jako *Josef Škvorecký* nebo *Miloslav Švandrlík*, popřípadě malých divadelních scén²⁷. Po období aktivní a represivní snahy o potírání satirických projevů bylo proto Československo po roce 1989 a později od roku 1993 samostatná Česká republika prostředím vyzývajícím k saturování málo přítomného žánru.

K nejvýraznějším projevům v rámci televizní satiry této doby patřily televizní pořady jako *Česká soda*, *S politiky netančím* nebo *Politické harašení*, které se chronologicky objevovaly na obrazovkách od 90. let, proto bude prostor v této kapitole věnován především jim.

Česká soda byl původní pořad, jež vysílala Česká televize v letech 1993 až 1997. „V tomto období se na obrazovkách ČT objevilo celkem 14 původních děl, a navíc dva silvestrovské sestřihy toho nejlepšího, obohacené ale i o některé nové scénky.“ (*Jelínková, 2015: 25*) Pořad, který pro veřejnoprávní televizi produkčně zajišťovala společnost *Febio*, inicioval její ředitel *Fero Fenič*. „Měl jsem dojem, že politická satira je a musí být přirozenou součástí demokracie, ale vůbec jsem nevěděl, jak by takový satirický magazín měl vypadat, protože jsem žádný nikdy neviděl“ (*Sedláček, 2012, s. 185 in Jelínková, 2015*)

Politická satira se projevovala především v bloku s formou televizního vysílání, kterým provázeli *Vlastimil Zavřel* a *Viktorie Kařková*, později pak *Petr Čtvrtníček*. Autoři využívali imitace, parodie a mystifikace, u níž dotvářela komickou

²⁶ *Satira* jako žánr byla žádoucí pouze ke kritice Západu, kapitalismu a tamějšího způsobu života. (*Mocná, Peterka a kol., 2004*)

²⁷ Tento pohled na satiru za socialistického režimu je samozřejmě a zcela záměrně výsostně zjednodušující. Formát satiry je totiž velmi dobře komplementární i s využíváním jinotaje (alegorie), oblíbené metody mnoha tvůrců k obelstění cenzurních mechanismů. Není však v možnostech ani cílech této práce obsáhnout tuto pozoruhodnou etapu politické satiry, proto je pouze načrtnuta v rámci narativu kapitoly.

složku kontextualizace reálných výroků aranžovaným vizuálním doprovodem či střihem do rozhovoru s moderátorem v rámci fingovaných televizních debat²⁸. Na *České sodě* se tvůrčím způsobem podílela řada herců i režisérů jako *Fero Fenič, Petr Čtvrtníček, Jan Hřebejk, Igor Chaun, Milan Šteindler, David Vávra, Ján Sebechlebský, Vlastimil Zavřel, Václav Křístek, Petr Zelenka, Petr Vacek* a mnoho dalších. (*Jelínková, 2015*) Použití jimi aplikovaného uměleckého přístupu, jenž vycházel z praktik rekontextualizace výroků či jejich parodie, můžeme vypořádat též v rámci aktuální politické satiry v prostředí nových médií.

Dobová absence podobného formátu na televizních obrazovkách - a přeneseně v masových médiích vůbec -, společně s odvážným a detabuizujícím humorem vedla k tomu, že se přes relativně málo vyprodukovaných dílů stala *Česká soda* kultovním pořadem. To můžeme ilustrovat například existencí stejnojmenné facebookové stránky²⁹, která přebírá původní koncepci humorizace tabuizovaných témat, nebo vysokým počtem zhlédnutí videí na Youtub³⁰e. V obou případech se jedná o projevy autorsky nezávislé na původním produkčním týmu a tudíž neoficiální.

Milan Šteindler s Davidem Vávrou pro internetovou televizi *Stream.cz*, jež je domovem nosném pořadu této práce, *Kanceláře Blaník*, navázali v rolích Karla a Egona na rubriku s výukou německého jazyka v *České sodě* dvanáctidílným seriálem *Alles Gute*³¹.

S politiky netančím a Politické harašení aneb S politiky stále netančíme představuje dvojici pořadů, které byly na politickou satiru orientovány apriorně. Tvůrčím způsobem je formovala především dvojice *Miloslav Šimek* a *Zuzana Bubílková*, a to nejprve pod názvem *S politiky netančím*³² pro Českou televizi a

²⁸ Jako příklad zde můžeme uvést fiktivní debatu Václava Klause, Michaela Žantovského, Miloše Zemana a Jaroslava Bašty. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=mcnZ4-VH0d8>

²⁹ Dostupné z: <https://www.facebook.com/Česká-soda-33867191723/?fref=ts>

³⁰ Nejsledovanější video s názvem ČESKÁ SODA - BEST OF, které je antologií nejlepších scén podle autora ZenitZero666 dosáhlo 470 252 zhlédnutí. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=Dpq0ewyzPFY>

³¹ Dvanáct řádných dílů vzniklo během roku 2009, přičemž v roce 2014 navázali tvůrci bonusovou charitativní epizodou. Dostupné z: <https://www.stream.cz/porady/alles-gute>

³² Pořad vznikl od roku 1995 do roku 2000, celkem bylo na České televizi odvysíláno 52 dílů. (*Jelínková, 2015*)

později *Politické harašení aneb S politiky stále netančíme*³³ pro televizi Nova. Typickým rysem společným pro oba pořady byly dialogové promluvy obou aktérů, kteří k politickému dění přistupovali formou glosy³⁴. Význam pro předání správné emoce přikládali též improvizaci, proto upravovali scénáře pro televizní natáčení na základě předchozí interakce s publikem v rámci zájezdních vystoupení. (Jelínková, 2015) „Improvizace je šlehačkou na napsaném základu. Právě proto s každým čerstvě napsaným pořadem jezdíme před televizním vysíláním na týdenní zájezd, abychom večer co večer před zaplněným sálem pilovali naučený základ a zdobili ho dalšími nápady.“ (Bubílková a Šimek, 1999: 91) Zuzana Bubílková potom reinkarovala na televizní stanici Barrandov pořad v roce 2009 pod názvem *Politická střelnice*. Jeho ambicí bylo „s ironií a nadsázkou nastavit nekompromisní zrcadlo českým politikům. Vedle glosování aktuálních událostí uplynulého týdne si Zuzana Bubílková zve do každého pořadu jednoho hosta, kterého podrobí takřka křížovému výslechu.“ [3] Ohlasu původního konceptu ale nedosáhla, o čemž vypovídá i hodnocení 15 % na portálu ČSFD³⁵.

Závěrem této kapitoly proto můžeme říct, že přes vývoj technologických možností médií zůstávají v oblasti politické satiry od těchto pořadů funkční stejná východiska pro zhumornění a přístupy, které nynější autoři využívají ve tvorbě satiry v nových médiích.

3.2 Aktuální politická satira na sociálních médiích

Budeme-li vycházet z předpokladu, že pro rezonanci politické satiry je stěžejní její aktuálnost a obsahová kvalita, sociální média se zdají být ideálním prostředím k jejímu uplatnění.

Požadavek aktuálnosti je v prostředí sociálních médií naplněn nejen díky technologii internetového spojení, které v této oblasti předčí všechny prostředky

³³ Pořad byl vysílán od roku 2001 do roku 2003, kdy zemřel *Miloslav Šimek*. V mírně upravené formě pokračoval do roku 2004 se *Zuzanou Bubílkovou* jako jedinou hlavní protagonistkou, doprovázenou *Martinem Maxou*. (Jelínková, 2015)

³⁴ Glosa je krátký polemický komentář s osobním pohledem, obvykle věnovaný jedinému základnímu tématu, naznačenému v úvodu jejího textu.

komunikace, jež nejsou určeny pouze k výhradně interpersonální komunikaci, ale též způsobem konzumace informací v rámci vybudovaných sítí kontaktů. Jinými slovy, sociální sítě umožňují nejen vytvoření a publikování reakce na daný mimomediální podnět v krátkém čase, ale zároveň skýtají efektivní kanál jejího šíření pomocí sdílení mezi jednotlivými uživateli.

Obsahovou kvalitu oproti tomu sociální sítě nejsou technologicky schopné garantovat. Zároveň v souvislosti s požadavkem na aktuálnost, ergo tedy rychlost exekuce, nelze očekávat řemeslnou kvalitu obsahu na úrovni televizního sdělení či článku v tisku. V našem vnímání se ovšem jedná více o podání informace takovým způsobem, aby byla pro konzumenta srozumitelná. Tento požadavek dokáže do jisté míry splnit právě ona kvantita na straně podavatelů. Jestliže vznikne nezávisle na sobě několik obsahů, předpokládáme, že se prosadí ty, které budou u příjemce informace rezonovat³⁶. Osoba podavatele nicméně stále zůstává důležitá, neboť vliv jednotlivých uživatelů sociálních sítí můžeme hierarchizovat podle úrovně spojení, která mají. Obsah vytvořený vlivnými uživateli, kteří si dlouhodobě budují síť kontaktů, a tudíž prostředí pro šíření svých sdělení, má vyšší šanci prosadit se.

Shrneme-li oba výše načrtnuté požadavky, největší vliv má politická satira na sociálních sítích ve chvíli, kdy je vytvořena vlivným uživatelem a naplňuje předpoklad aktuálnosti³⁷. V té chvíli je zároveň největší pravděpodobnost, že dojde k virálnímu šíření, tedy situaci, kdy uživatelé dobrovolně a aktivně³⁸ sdílí obsah dál a ten se tak dostává k novým kontaktům. Díky konvergenci mediálních obsahů³⁹ se navíc toto

³⁵ Údaj platný k datu 20. dubna 2017.

³⁶ Tuto premisu můžeme připodobnit k myšlence klasického liberalismu "*laissez-faire*", která předpokládá, že při ponechání volného průběhu věcem trh sám provede selekci a zůstanou pouze ti nejschopnější.

³⁷ Aktuálnost v prostředí sociálních sítí zpravidla znamená jen minuty až jednotky hodin, než téma překryje nová agenda.

³⁸ Poukázáním na aktivitu šířitelů se odvolávám především na článek *Henryho Jenkinse If It Doesn't Spread, It's Dead* z roku 2009. Ten odporuje biologické metafoře virálního šíření obsahů především tím, že uživatelé sdílející onen obsah mu tím vytvářejí nový a specifický kontext, tudíž nemohou být považováni za pasivní. (*Jenkins, 2009*)

³⁹ *Konvergence* neboli sblížení mediálních obsahů je trend jednotného vytváření, popřípadě přebírání jednoho druhu obsahů pro různé mediatypy. Příkladem konvergence v domácím prostředí může být aféra z podzimu roku 2014, kdy se Miloš Zeman explicitně v pořadu Českého rozhlasu vyjádřil na téma ruské hudební skupiny Pussy Riot. Vedle dalších konsekvencí se tím rozbujel politicky satirický obsah s touto tematikou na sociálních sítích. Z nich poté čerpaly obsah mediální organizace pro své webové portály, tisk i televizní reportáže. Na akademické úrovni se teorii konvergence věnuje například již zmíněný Henry Jenkins. (*Jenkins, 2008*)

šíření nemusí omezit pouze na samotné infrastruktury v rámci sociálních sítí, ale může se promítnout i do tradičních médií.

Na základě výše zmíněných tezí věnuji další část této kapitole praktickému představení předních influencerů⁴⁰ v oblasti politické satiry na sociálních sítích v České republice, kteří byli zvoleni na základě velikosti své fanouškovské základny jakožto kvantitativního komparativního prvku.

3.2.1 TMBK

Tomáš Brínek, autor stojící za facebookovou stránkou *TMBK*⁴¹, se specializuje na metodu koláže, vycházející ze všeobecně známých popkulturních symbolů, jež paroduje. Aktuálně v květnu 2017 jej sleduje 30 635 lidí. [4] Využívá polarizující společenská témata s bezprostředními jízlivými komentáři, které jsou často parafrázemi reálných vyjádření aktérů politického života. V pořadu DVTV o své tvorbě prohlásil, že „humor nemá hranic, stejně jako Sovětský svaz.“ [5] Z politického spektra patří mezi jím kritizovaná témata především prezidentská kancelář a Andrej Babiš.

Mezi jeho příspěvky, které vzbudily největší odezvu, můžeme nalézt montáž prezidentského mluvčího Jiřího Ovčáčka do scény z filmu *Forrest Gump*, na níž mluvčí říká přisedící dámě: „... a pak mě ten hodný starý pán vzal k sobě na hrad, abych za něj mluvil...byl to můj úplně nejvíc nejlepší přítel⁴²,“ a který tak výmluvnou paralelou poukazuje na vnímanou nekompetentnost mluvčího prezidenta. Příspěvek publikovaný 20. září 2016 získal 6 782 reakcí, 51 komentářů a byl 2 221 sdílen. [6]

⁴⁰ *Influencer* je obecné označení pro jedince, který slouží pro své okolí jako orientátor. Specificky v prostředí sociálních sítí je to jedince s velkou základnou kontaktů, díky které mají jim uveřejněné názory předpoklad většího společenského dopadu než názory publikované uživatelem s menší základnou. Celá tato definice je založená na dichotomii svobody projevu v nových médiích, tedy, že nestačí jen možnost promlouvat, ale je třeba mít též publikum, které bude naslouchat.

⁴¹ Dostupné z: <https://www.facebook.com/TMBKOFFICIAL/?fref=ts>

⁴² Příspěvek dostupný z: <https://www.facebook.com/TMBKOFFICIAL/photos/a.1512983059011772.1073741828.1512968832346528/1667166990260044/?type=3&theater>

Velmi výrazně se z této stránky šířila též montáž⁴³ zobrazující prezidenta Miloše Zemana při slavnostním zahájení XXXI. letních olympijských her v Rio de Janeiru, který si nechává v pestrobarevném a formálně nevhodném oblečení z kolekce oděvní společnosti Alpine Pro připálit cigaretu z pochodně nesoucí olympijský oheň. Nechybí ani vyobrazení připraveného kotle pro olympijský oheň jako „popelníčku“ v nadživotní velikosti a doprovodný popisek „Zahájení olympijských her 2016 narušil otřesně oblečený neznámý výtržník...“ Předloha toho příspěvku vychází jak z módního faux pas prezidentského páru při samotném zahájení olympiády, tak ze silného kuřáckého zvyku Miloše Zemana spjatého s intenzivním hlášením se o popelníček v prostorách České televize krátce po svém zvolení. [7] Zmiňovaný příspěvek byl publikován 6. srpna 2016, získal 3 345 reakcí a sdílen 707krát, tedy v kontextu vysoký počet. [8]

Pokud bychom měli sumarizovat autorův přístup, je třeba akcentovat prvek aktuálnosti tvorby a hledání možností vizuální karikatury pomocí grafické metody koláže.

3.2.2 Dominik Feri

Další významnou postavou aktuální politické satiry je *Dominik Feri*. Jeho status je v mnohém specifický, protože je sám aktivním politickým členem strany TOP09, stejně jako je jedinečné to, že k satirické činnosti využívá svůj osobní profil. Sám označil svou činnost jako shitposting⁴⁴, který je v mnohém oddělený od politické strany, jíž reprezentuje. Na sociální síti Facebook⁴⁵ jej v květnu roku 2017 sledovalo 57 113 uživatelů. [9] Dále je aktivní na Instagramu a Snapchatu. Prvek satiry u něj představuje kontextualizace aktuálních společenských problémů doprovodnými

⁴³ Příspěvek dostupný z:

<https://www.facebook.com/TMBKOFFICIAL/photos/a.1512983059011772.1073741828.1512968832346528/1644210349222375/?type=3&theater>

⁴⁴ „...„Pak sledujte page TOP 09, ne výlučně můj profil sloužící primárně k shitpostingu. Díky.“ zdroj, 29. 12. 2016,

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1527296937282207&set=a.106380672707181.11593.100000057466024&type=3&theater>

⁴⁵ Dostupné z: <https://www.facebook.com/DominikFeri?fref=ts>

komentáři, zpravidla v ironické tonalitě a vymezování se vůči svým názorovým odpůrcům.

Například příspěvek zveřejněný 24. prosince 2016⁴⁶ koncipoval jako printscreen explicitní soukromé zprávy, jejíž autor hanobil Feriho korelaci s politickými stanovisky německé kancléřky Angely Merkelové. Na závěr zprávy ovšem přidal přání hezkých Vánoc. *Dominik Feri* doprovodil tento fakt pouhým komentářem „Vánoce jsou krásný svátky.” Příspěvek získal 6 020 reakcí, 150 komentářů a 47 sdílení. [10] V této souvislosti je třeba připomenout teoretické východisko, že jako satirizující prvek využívá autor své domnělé či faktické morální a mentální převahy nad karikovaným objektem. (*Viz Kapitola 3*)

Oblíbeným předmětem je též kritika prezidenta Miloše Zemana, například v příspěvku z 16. prosince 2016⁴⁷, který pracuje s jednoduchou montáží reálného článku o splácení sedmimiliardového dluhu Kuby vůči České republice rumem a prezidenta zobrazeného v oslavném gestu. Doprovází ji titulek „Konečně návrh, se kterým nebude na Hradě problém!” Naplňuje tedy opět stereotyp náklonnosti zobrazeného objektu k alkoholickým nápojům. Reagovalo na něj 5 195 uživatelů, 84krát byl okomentován a 287krát sdílen. [11]

Hlavním prostředkem činnosti jsou pro *Dominika Feriho* tedy volba silných a aktuálních společenských problémů a kritika jejich aktérů prostřednictvím ironie a karikatury negativních vlastností.

⁴⁶ Dostupné z:

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1515184558493445&set=a.272072532804660.74613.100000057466024&type=3&theater>

⁴⁷ Dostupné z:

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1501969783148256&set=a.272072532804660.74613.100000057466024&type=3&theater>

3.2.3 Nevím

Třetím subjektem, který chci na tomto místě zmínit, je fiktivní politické hnutí *Nevím*⁴⁸. Samotnou etymologii názvu můžeme vnímat jako parodii na aktuálně vládní politickou stranu ANO. Facebookovou stránku *Nevím* aktuálně v měsíci květnu roku 2017 sleduje 22 000 uživatelů. [12] Přestože na stránce jako takové nejsou administrátoři uvedeni, k autorství se otevřeně hlásí *Jakub Horák* a *Martin Jaroš*. K satirizaci dochází především poukazováním na nevědomost aktérů v politicky více či méně závažných momentech. Významnou část obsahu totiž vedle politické satiry tvoří obrázky či videa koček, doprovázená různorodými komentáři spojenými pouze použitím #hnutinevim.

Mezi nejvíce rezonující příspěvky patří ten umístěný krátce po zvolení Donalda Trumpa americkým prezidentem a následném blahopřání prezidentské kanceláře⁴⁹. Publikován byl 14. listopadu 2016 a zobrazuje na jedné straně prezidenta Miloše Zemana, který mává a doprovází jej text: „Tady, Donalde! Jsem Miloš a jsem vlastně takový český Trump,” na druhé straně potom Donalda Trumpa s textem: „Panebože, to je ještě horší, než jsem čekal.” Komentář autora říká „Donald už taky neví, co čekat. #hnutinevim” Na příspěvek poukazující na okamžitou inklinaci českého prezidenta k nově zvolené americké hlavě státu reagovalo 371 uživatelů, 5 jej komentovalo a 19 sdílelo. [13]

Další z úspěšných příspěvků je složen ze záběru pocházejícího z diskuzního pořadu České televize *Máte slovo* a zobrazuje moderátorku Michaelu Jílkovou otočenou směrem na Andreje Babiše ve vyčítavě působící póze. V obrázku⁵⁰ je vložen text: „Andreji, už se koukej chovat slušně” a komentář autorem k příspěvku je: „Kdy už Andrej konečně poslechne, nevíme. #hnutinevim.” Jako prostředek objektivizace zde můžeme označit známou nekázeň ministra financí Andreje Babiše v televizních

⁴⁸ Dostupné z: <https://www.facebook.com/hnuti.nevim/?fref=ts>

⁴⁹ Dostupné z: <https://www.facebook.com/hnuti.nevim/photos/a.797687647015916.1073741829.797653860352628/1071856909598987/?type=3&theater>

debatách, reprezentovanou například častým přerušováním moderátorů i protivníků. Příspěvek z 8. listopadu dosáhl 318 reakcí, jednoho komentáře a dvou sdílení. [14]

Prvek humoru v působení *Nevím* je tedy založen především na textové úrovni a doprovázení reálných snímků fiktivními citáty, včetně popisků poukazujících na nevědomost jako prostředek či dokonce nástroj k vyřešení problému. Kriticky se tak vymezuje především vůči étosu populismu v politické komunikace, jenž často provází tendence předkládání a nabízení lákavých a jednoduchých změn bez propracované koncepce uskutečnitelného řešení.

3.2.4 Politická satira v nových médiích jako projev participace

Satiru v prostředí nových médií můžeme vnímat jako prostředek mediální participace členů společnosti ve smyslu práce Nico Carpentiera, a zároveň politické participace, neboť se jedná aktivní tvůrčí činnost kriticky se vymezující vůči aktuálnímu politickému establishmentu. „Politickým elementem občanství myslím právo participovat v examinaci politické síly⁵¹.“ (*Dahlgren, 2009 in Carpentier, 2011: 13*) Carpentier spolu s *Dahlgrem* tedy nahlíží na možnost aktivně se podílet na mediálních obsazích jako na jeden ze stěžejních demokratických prvků, protože „pojem aktivity publika může být použit k otevření debat o participaci v médiích a skrze média⁵².“ (*Carpentier, 2011: 64*) Vývoj možností v rámci konceptu participace procházel společně s vývojem médií dynamickými proměnami. Autor rovněž odkazuje na fakt, že každý mediatyp s sebou nesl specifický přístup k zapojení publik a vytváření interaktivity či alespoň jejího zdání. V tištěných médiích to byly především dopisy uživatelů, často uveřejňované prostřednictvím zvláštních rubrik, u rozhlasu podobnou roli nesly hovory posluchačů do studia za účelem debat, vzkazů nebo hudby na přání a v televizi kupříkladu pořady typu *Volejte řediteli*, tedy přímé konfrontace diváka s televizním činitelem. Ze samotného výčtu těchto možností vyplývá poznatek,

⁵⁰ Dostupné z:

<https://www.facebook.com/hnuti.nevim/photos/a.797687647015916.1073741829.797653860352628/1064820420302636/?type=3&theater>

⁵¹ „By the political element of citizenship I mean the right to participate in the exercise of political power.“ Přeloženo autorem.

že evoluce participačních příležitostí neprobíhala na lineární ose, ale oscillovala mezi minimální a maximální úrovní na základě aktuální politické situace a jejího přístupu k demokracii spíše, než z důvodu technologických možností či limitů jednotlivých mediatypů. (*Carpentier, 2011*)

Společenské představy i technologická podstata internetu jako nově utvářeného média potom přinesly maximalizaci participace reprezentovanou především požadavkem na zrovnoprávnění uživatelů, spojené vedle zmíněné konceptualizace Webu 2.0 například s termínem *prosument*⁵³. Podle vizí spojených s Webem 2.0⁵⁴ by měl být aktivní přístup k tvorbě obsahu či interakci s ním vlastní všem uživatelům. Alespoň částečné naplnění této vize můžeme ilustrovat na prezidentských volbách ve Spojených státech amerických, které proběhly v roce 2012⁵⁵, při nichž si uživatelé na Youtube přehráli videa s tematikou věnující se jednomu z kandidátů⁵⁶ více než dvoumiliardkrát, přičemž pouze 5 % zhlédnutí vygenerovala oficiální videa umístěná jejich štáby, zatímco zbylou část představoval uživatelsky vytvářený obsah⁵⁷. (*Waxman, 2012*)

Jak ovšem dodávají *Van Dijck* a *Nieborg*, každý z uživatelů má jakožto potenciální tvůrce hodnoty jinou motivaci, a především poukazují na to, že ve skutečnosti je aktivní jen malá část uživatelů⁵⁸. (*Van Dijck & Nieborg, 2009*) Jejich závěr, že nelze přes nepopíratelně existující technologickou možnost vztahovat požadavek aktivní participace⁵⁹ stejnou měrou na všechny uživatele, tedy

⁵² „The notion of audience activity can be used to open up debates on participation in and through the media.” Přeloženo autorem.

⁵³ Termín *prosument* vznikl spojením pojmů *producer* a *konzument*, aby odkazoval ke stírání rozdílů mezi stranou podavatele a příjemce informace.

⁵⁴ *Web 2.0* je termín označující etapu vývoje internetu založenou na společné tvorbě obsahu uživateli a jeho sdílení, například prostřednictvím blogů či sociálních sítí. Přestože původ slova je ještě starší, běžně označuje období od roku 2004. Mezi jeho teoretiky patří například *Tim O'Reilly*. Podle jiných autorů, například *Kirbyho*, nic jako tento pojem nemá smysl, neboť jeho premisy byly obsaženy již v původních úvahách o internetu jako takovém. (*Kirby, 2009*) Pevně věřím, že z hlediska zažitého názvosloví nicméně jeho používání ulehčí konzumaci tohoto textu.

⁵⁵ Vzhledem k do té doby nebyvalému vlivu komunikace prostřednictvím sociálních médií se vysloužily přízvisko *social media elections*. (*Rill & Cardiel, 2013*)

⁵⁶ O prezidentský úřad se ucházeli *Barack Obama* a *Mitt Romney*.

⁵⁷ *User generated content*, neboli UGC, odkazuje na takovou produkci obsahů, za níž nejsou zodpovědní mediální pracovníci, ale amatérští tvůrci z řad uživatelů.

⁵⁸ Z pravidelných uživatelů je 52 % neaktivních, dalších 33 % pasivních pozorovatelů a pouze 13 % tvůrců. Údaj pochází z roku 2007. (*Li, 2007 in Van Dijck & Nieborg, 2009: 861*)

⁵⁹ Participace mediální, ergo potenciálně politické.

koresponduje s výše naznačenou myšlenkou hierarchizace jedinců vytvářejících a konzumujících politickou satiru. Každý z nás může participovat prostřednictvím vytváření či sdílení obsahů spjatých s politickou satirou, každý s jinou a unikátní motivací a každý s jiným sociálním dopadem. (*Viz Kapitola 3.2*) Společným jmenovatelem by nicméně měla být schopnost satiry aktivovat kritické myšlení, neboť jak podotýká *McClennen*, „humornou podstatu politické satiry považujeme nejen za předmět pobavení, ale také nástroj posílení politického uvažování mezi diváky⁶⁰.“ (*McClennen, 2011 in Rill & Cardiel, 2013: 1739*)

Jak bylo naznačeno v metodické části, cílem této práce není examinovat účinky na publika vystavená politické satire. K tomuto účelu proto pro kompletizaci kontextu doplňuji studie provedené několika autory, například *Brewer & Cao, 2006; Brewer & Marquardt, 2007; Hoffman & Young, 2011*, jejichž závěry „indikují, že sledování politické satiry může u publik vést ke zvýšení míry politických znalostí, stejně jako nárůstu politického cynismu⁶¹.“ (*Rill & Cardiel, 2013: 1741*) Naopak studie dvojice *Rill & Cardiel*, která se týkala vlivů uživatelsky vytvářené satiry v prostředí Youtube na uvažování voličů v americké prezidentské kampani z roku 2012, nepotvrdila, že by konzumace takových obsahů vedla k těmto změnám, přisoudila ovšem tomuto druhu satiry moc ovlivňovat volitelnost⁶² a důvěryhodnost⁶³ jednotlivých kandidátů. (*Rill & Cardiel, 2013*)

⁶⁰ „The humorous palpability of political satire not only is entertaining but also can encourage political empowerment among viewers.“ Přeloženo autorem.

⁶¹ Pojmem *politický cynismus* označují autoři například tvrzení, že se vláda nestará o přání a potřeby svých občanů a obecnou nedůvěru v systém. Tedy stanoviska negativního rázu směrem k politickému establishmentu. (*Rill & Cardiel, 2013*)

⁶² Původní termín *favorability* přeložen autorem.

⁶³ Původní termín *credibility* přeložen autorem.

4. Kancelář Blaník

V této kapitole se seznámíme se samotným pořadem, genezí jeho vzniku i odezvou mezi odbornou a laickou veřejností, reprezentovanou sledovaností a oceněními.

4.1 Představení pořadu

Kancelář Blaník je pořad vysílaný na internetové televizi *Stream.cz*⁶⁴. Pilotní díl byl představen na konci roku 2013, řádné díly první řady pak diváci mohli sledovat právě na *Stream.cz* od dubna 2014. [15] Od té doby seriál dočkal čtyř kompletních řad, přičemž pátá řada se začala vysílat na sklonku roku 2016. Stopáž jednotlivých dílů se pohybuje okolo 6 až 7 minut, dohromady ve čtyřech sériích vzniklo 58 dílů, dalších 26 videí potom jako bonusy či upoutávky na nové řady. Celkový počet jejich zhlédnutí je potom 35 700 658. [16] Jednotlivým seriálovým prvkem jsou především postavy. Hlavní roli fiktivního lobbisty Tondy Blaníka, kterého samotná synopse seriálu představuje takto: „Nebere si servítky a nekompromisně řídí politické dění – to je lobbista Tonda Blaník,“ ztvárnil *Marek Daniel*. Jeho základními poznávacími rysy, jenž zároveň samy o sobě slouží jako forma parodie na reálné postavy pohybující se v oblasti českého lobbingu, jsou extravagantní společenské boty, enormní množství mobilních telefonů a závislost na kávě jako laxativu. Pravidelně se v pořadu vyskytuje dvojice jeho spolupracovníků, Luboš Havránek (*Michal Dalecký*), kterého Blaník přezdívá Žížala a Lenka (*Halka Třešňáková*). Ostatní postavy vystupují v ději nefigurálně, pouze na druhé straně telefonického hovoru, s nimiž vede některá z postav fiktivní dialog. Takto je divákům prezentována Blaníkova matka, další lobbista Libor, s nímž Blaník chodí telefonovat výhradně na záchod, i většina politiků. Ty lobbista Blaník oslovuje výhradně křestním jménem či familiární přezdívkou, aby tak vynikl jeho blízký vztah s nimi. (*Jelínková, 2015*) Výjimkou z tohoto schématu jsou hostující herci a osobnosti veřejného života, například Pavel Liška, Tomáš Matonoha, Sandra Nováková či Martin C. Putna, kteří se objevili i ve fyzické roli před kamerou.

⁶⁴ Internetová televize *Stream.cz* byla založena v roce 2006. Testovací vysílání bylo spuštěno 21. prosince 2006. Vlastníkem je společnost portál *Seznam.cz*, na jehož domácí stránce se televize objevuje.

Dějová struktura každého dílu vychází z kauzy aktuální politické nebo společenské scény, za níž je odhalován „nějaký velký zákulisní plán, ale ten ne vždy velkému stratégovi Blaníkovi vychází.“ (*Fila, 2014 in Jelínková, 2015*) Oporu nachází tento tvůrčí přístup v kombinaci reálných a fiktivních novinových článků, které se objevují jako intro nebo outro explikující politický kontext.

Signifikantním jsou pro seriál též dynamický střih a práce s kamerou, které střídá záběry na celky s velkými detaily, přechody přitom nejsou nutně řešeny střihem, ale často naopak též rychlým přibližováním či oddalováním⁶⁵. Výsledná vizuální eklektičnost může na jedné straně na diváka působit rušivým dojmem, na té druhé je však dokonalým odrazem likvidity moderní doby, typické neustálým bojem o těkající divákovou pozornost⁶⁶. Především ovšem podporuje významným způsobem dojem autenticity.

4.2 Tvůrci

Seriál vznikl v koprodukcí se společností *Negativ* a produkčně za nim stojí trojice scenáristů *Benjamin Tuček*, *Robert Geisler* a *Tomáš Hodan*, režisér *Marek Najbrt* a producent *Milan Kuchynka*.

Benjamin Tuček se narodil v roce 1972. Vystudoval na pražské FAMU obor scénaristika a dramaturgie. Jeho celovečerním hraným debutem je komediální drama se surrealistickými prvky zvané *Děvčátko*. To získalo za herecký výkon Jany Hrubinské ocenění Českým lvem. Podílel se na scénáři celovečerních snímků *Mistři (2004)*, *Protektor (2009)* a *Polski Film (2012)*. Věnuje se též dokumentární tvorbě, z níž můžeme zmínit například filmy *Tantra (2011)* nebo *Plán (2014)*. [17]

Robert Geisler, který je narozen v roce 1969, se zabývá scénaristickou tvorbou

Známými pořady z její nabídky jsou například *Alles Gute!*, *ONE MAN SHOW*, *Slavné dny* nebo *Gebrian versus*. Dostupné z <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.stream.cz.app>

⁶⁵ Pro ilustraci můžeme zvolit například typický záběr na zastavující auto, které nejprve vidíme v celku, následně se kamera přibližuje na dveře vozu a po jejich otevření zobrazuje v detailu boty vystupujícího řidiče, *Viz Kapitola 5.2.1.*

⁶⁶ K její demonstraci můžeme poukázat například na *second screen fenomén*, který popisuje paralelní užívání několika technologických zařízení, například televize a mobilního telefonu.

pro filmové a divadelní projekty. Na počátku devadesátých let se zabýval experimentální multimediální tvorbou, od té doby také autorsky spolupracuje s *Benjaminem Tučkem* a *Markem Najbrtem*. V roce 1999 společně pro Českou televizi vytvořili pořad *Kinetická encyklopedie všehomíra*. S oběma se podílel rovněž na snímcích *Mistři (2004)* a *Protektor (2009)*. Mimo to je spoluautorem seriálu *Terapie* z produkce HBO. [18]

Marek Najbrt, narozený též v roce 1969, je absolventem katedry dokumentární tvorby na pražské FAMU. V devadesátých letech realizoval převážně divadelní, multimediální a dokumentární projekty, například *Vynález Krásky (1994)* či *Akce člověk (1996)*. Poté se začal věnovat celovečerní tvorbě, z nichž stojí za zmínku stejně jako u předcházející dvojice především *Mistři (2004)*, *Protektor (2009)* a *Polski Film (2012)*, která sklídily celkem devět Českých lvů. Režisérsky se vedle toho podílel na pořadu HBO *Terapie*. [19]

Celá tvůrčí trojice *Benjamin Tuček*, *Robert Geisler* a *Marek Najbrt* si říká *The Dietls*⁶⁷.

Tomáš Hodan se narodil v roce 1980. Absolvoval Vyšší odbornou školu filmovou ve Zlíně a věnoval se především dokumentární tvorbě v zahraničí. Stěžejním tématem jeho rané tvorby byla Zakarpatská Ukrajina, kde se odehrává dokument *Rachovský rajon (2003)* i celovečerní dokumentární snímek *Půl čtvrté (2006)*. V roce 2015 měl premiéru jeho celovečerní dokument *Filmový dobrodruh Karel Zeman*. [20]

Milan Kuchynka je narozen v roce 1977. Jako výkonný producent se podílel na několika celovečerních filmových projektech, například *Ztraceni v Mnichově (2015)*, *Alois Nebel (2011)*, *Horem Pádem (2004)* nebo *Pupendo (2003)*. Jako producent potom spolupracoval s trojicí *The Dietls* na filmech *Mistři (2004)*, *Protektor (2009)* a *Polski Film (2012)*. [21]

Původně tvůrci projekt nabídli k vysílání České televizi, jejíž programová rada jej ovšem odmítla z důvodu nedostatku místa pro podobný formát ve vysílacím schématu a možného nepochopení diváky ČT. (*Fila, 2014*) Producent *Milan Kuchynka*

⁶⁷ Označení je odkazem na scénáristu a dramaturga *Jaroslava Dietla (1929 - 1985)*, který je považován za českou špičku v této oblasti a zároveň za jednoho z neplodnějších scénáristů. Tvořil především v období normalizace, ergo je mnoho z jeho televizních děl je výrazně ideologicky poznamenáno.

to v důsledku označil za šťastné rozhodnutí i pro samotné tvůrce, neboť jim internetová platforma skýtá menší míru omezení. (*Fila, 2014*) Ilustrovat to můžeme na kontrastu vůči satirickému sitcomu *Kosmo*, který Česká televize vysílala na podzim roku 2016 a jehož scénárista *Tomáš Baldýnský* v rozhovoru pro DVTV prohlásil, že podmínkou odvysílání na veřejnoprávní televizi bylo například nasazení pořadu až po krajských a senátních volbách. [22]

Inspirací tvůrcům *Kanceláře Blaník* byly britské politické sitcomy, především pak *The Thick Of It*⁶⁸, vzniklý v roce 2005 pro BBC Four. (*Fila, 2014*)

Hudební složku pořadu zkomponovala elektronická kapela *Midi Lidi*⁶⁹, která s Markem Najbrtem spolupracovala již v minulosti, a to na soundtracku k celovečerním filmům *Protektor*, *Polski Film* či dokument *Český mír*. Za snímek *Protektor* obdržela v roce 2009 Českého lva v kategorii Nejlepší hudba. O rok později pak zvítězila ve stejné kategorii díky *Českému míru* i na Cenách české filmové kritiky. [23]

4.3 Ocenění

Neoddělitelnou složkou hmatatelné reflexe na danou tvorbu je vedle diváckého ohlasu též zpětná vazba ze strany kritiky. V této podkapitole se proto nejprve budeme věnovat institucionalizovanému přijetí a později i ohlasu mezi diváky.

Chronologicky prvním oceněním signifikantního charakteru bylo pro tvůrce vítězství v anketě *Křišťálová lupa 2014*, která se věnuje „nejoblíbenějším a nejzajímavějším projektům a službám českého Internetu.“ [24] Pořadatelem je portál *Lupa.cz*⁷⁰, přičemž část kategorií je vyhodnocována internetovou veřejností a část odbornou porotou. Segment *Obsahová inspirace*, v němž *Kancelář Blaník* zvítězila, patří mezi ty, jenž jsou hodnoceny odborníky.

Za svůj přesah v oblasti vykreslování zákulisních praktik a popularizaci

⁶⁸ V České republice vysílané pod názvem *Je to soda*. (*Jelínková, 2015*)

⁶⁹ V současné době má tři členy, jimiž jsou Petr Marek, Prokop Holoubek a Tomáš Kelar.

⁷⁰ Jedná se o nezávislý internetový projekt, založený v roce 1998, který se věnuje populárně-odborným článkům z oblasti internetových technologií a trendů.

diskuze o tomto tématu byl seriál na počátku roku 2015 odměněn *Cenou Václava Havla*, udílenou *Českým filmovým a televizním svazem*, známým též pod zkratkou FITES. Takové ocenění získal jako historicky první projekt, který byl uváděn pouze v prostředí internetu. Naopak kvůli svému původu se později v tomtéž roce nemohl ucházet o cenu TýTý.

V tomtéž roce byla Kancelář Blaník vyznamenána *Zvláštním uznáním* na filmovém festivalu *Finále Plzeň 2015* a též *Cenou asociace režisérů a scénaristů* (ARAS). Roku 2016 pak třetí řada seriálu obdržela *Českého lva* za kategorii *Mimořádný počín v oblasti audiovize*.

Je tedy na tomto místě bezpochyby možné shrnout, že profesionální veřejnost je sitcomu nakloněna.

Odezvu široké veřejnosti můžeme nejlépe kvantifikovat pomocí měřítka sledovanosti. Nejsledovanějším dílem první řady se stal pilotní díl *Narozeniny* s premiérou 13. dubna 2014, který k aktuálnímu datu zhlédlo 611 710 diváků. [25] Průměrná sledovanost této série potom překračuje hranici 450 000 zhlédnutí na každý díl. Nejúspěšnějším dílem druhé řady se stala epizoda *Krtek a kurva*, jež byla prvně vysílána 21. listopadu 2014, s celkovým počtem 776 563 zhlédnutí. [26] Zároveň zůstává druhým nejsledovanějším dílem ze všech dosud uveřejněných. Ve třetí sérii nejvíce upoutala epizoda *Biobabiš* s 759 113 zhlédnutími. [27] Zatímco průměrná sledovanost nevykazovala s přibývajícemi řadami růstový, a dokonce ani výrazně kolísavý trend, vrchol sledovanosti jednoho dílu skutečně ve čtvrté řadě kulminoval. Díl zvaný *Čapí hnízdo*, odvysílaný 26. března 2016, vidělo celkem 880 567 diváků. [28] Veškerý uváděný počet zhlédnutí pochází z oficiálního kanálu *Stream.cz*, kumulovaná čísla, která jsou bohužel akademicky relevantním způsobem nedohledatelná a nezměřitelná, nasbíraná za pomoci ostatních oficiálních kanálů⁷¹ či neautorizované distribuce, budou zajisté ještě vyšší.

Detailnějšímu rozboru toho, jaké dílčí součásti přispěly popularitě právě těchto dílů, se budeme věnovat v páté kapitole této práce. Jeden společný charakterový rys je ovšem patrný již na první pohled, a to fakt, že se věnovaly osobnostem Miloše Zemana nebo Andreje Babiše.

⁷¹ Především těch na sociálních sítích Facebook či Twitter.

Vedle údaje o sledovanosti můžeme za významný orientátor považovat též kvalitativní ukazatel, kterým je 85% hodnocení seriálu uživateli portálu csfd.cz⁷², největšího svého druhu v České republice. Celkově tento seriál hodnotilo 5 340 uživatelů. [29]

4.4 Ukotvení v rámci současné české hrané tvorby na internetu

V souladu s generačním trendem přesunu pozornosti od televizních obrazovek k monitorům počítačů a mobilních zařízení můžeme v minulých letech pozorovat proliferaci projektů, které přenášejí funkční mechanismy televizní zábavy do prostředí internetu. To mimo jiné vede k vytváření platformů fúzujících výhody obou mediatypů, především z hlediska možnosti kustomizace a svobody sledování obsahu na straně jedné, doprovázené však cíleně cyklickou tvorbou⁷³ na straně druhé. Výhodou pořadů určených pro online prostředí oproti těm televizním jsou zpravidla menší náklady na výrobu, které znamenají větší prostor pro nezávislé tvůrce a souběžně s jednodušším procesem tvorby také rychlejší možnost reakce na aktuální společenská témata v hrané tvorbě.

Největší takovou platformou na českém trhu je služba *Stream.cz*, která produkuje desítky rozmanitých pořadů. Mezi nejreflektovanější z její tvorby patří seriál *Autobazar Monte Karlo*, který vytváří stejná tvůrčí skupina jako v případě *Kanceláře Blaník*, v němž účinkuje „vykutálený podvodníček Karel Čížek a jeho čachry s auty v lokálním autobazaru.” [30] V hlavní roli vystupuje *Petr Čtvrtníček*, jemuž sekundují *Jaroslav Plesl* v roli automechanika a *Lucie Polišenská* jako sekretářka. Autoři opět využili zprofanovaného prostředí, ve kterém poukazují humornou a satirickou formou na nekalé obchodní praktiky. Ve dvou řadách vzniklo celkem 24 dílů, přičemž jejich kumulovaná sledovanost dosahuje hodnoty 21 604 555.

⁷² Portál Česko-Slovenská filmová databáze sdružuje uživatele se zájmem o filmovou a seriálovou produkci. Provozovatelem projektu je POMO Media Group s.r.o.

⁷³ Důležitým rysem je především seriálovost, tedy opakování zažitých postav, stylu vyprávění, ale také pravidelná publikace.

[31]

Svou formou i obsahem se oběma výše zmíněným schématům seriálů vymyká *Semestr* režiséra *Adama Sedláka*, který mapuje život mladého páru rozděleného studijním pobytem v zahraničí. Všechny díly se odehrávají pouze na plochách počítačů a telefonů, které hlavní postavy *Anna Linhartová* a *Jan Hofman* využívají k veškeré komunikaci. Na rozdíl od satirizujících počinů *Autobazar Monte Karlo* či *Kancelář Blaník* je v tomto případě vzhled do cílové skupiny postaven především na sepejetí generace Z⁷⁴ s moderními technologiemi. Šest dílů pořadu zhlédlo celkem 2 260 341 diváků. [32]

Na platformě *Obbod.cz* se na konci roku 2016 objevil sitcom *Vyšehrad*, který připravuje režisérské duo *Martin Kopp* a *Jakub Štáfek*. Ten zároveň vystupuje v hlavní roli ztroskotaného fotbalisty Juliuse Lavického, kterému „večírky, alkohol, kouření, holky a eskapáda za eskapádou ničí slibně rozjetou kariéru. Už dokonce nehraje za Spartu, ze které byl stylově odejit, ale pouze za Vyšehrad.“ Přes velmi jednoduchou stylizaci a výrazně expresivní slovní zásobu tvůrci zajímavě přibližují sportovní prostředí jako místo bujení korupce, dopingu a alkoholismu. Využívají přitom dramaturgie reálných afér českých sportovců z uplynulých let, přičemž někteří v seriálu vystupují v roli sebe sama⁷⁵. Ve vedlejších rolích hrají *Jakub Prachař*, sportovní komentátor *Jaromír Bosák* či *Monika Timková*. Aktuálně vzniklo pět dílů pořadu. [33]

Tyto tři počiny se dají především z hlediska kvantifikovatelné podstaty, tedy počtu diváků, považovat spolu s *Kancelář Bláník* za hlavní pilíře české hrané internetové tvorby v roce 2016. Celý ekosystém nabídky internetových televizí je nicméně mnohem rozmanitější a jeho obšírnější popis by mohl být nosným tématem samostatné akademické práce. Samotnou tvorbu ovšem zároveň nemůžeme považovat za separovanou od tvorby apriorně televizní, neboť i ta vykazuje v souladu s teorií konvergence mediálních obsahů výrazné přesahy do digitálních médií, ať v prosté formě pouhého zrcadlení na online platformách televizních stanic, jako kupříkladu

⁷⁴ Generace Z je souhrnné označení lidí narozených od poloviny 90. let, kteří tudíž prožili celý svůj život s digitálními technologiemi.

⁷⁵ Například 3. díl zvaný *Roman*, jehož zápletkou je neschopnost hlavního hrdiny absolvovat fyzické testy vyřešené kokainem od bývalého fotbalisty Romana Bednáře. Ten musel kvůli užívání drog přerušit svou kariéru.

iVysílání, Prima Play nebo Voyo.cz, po sofistikovanější využití v rámci vytváření bonusového obsahu či interaktivních soutěží na profilech v rámci sociálních sítí.

4.5 Kancelář Blaník na sociálních médiích a význam těchto kanálů pro pořad z hlediska obsahového i marketingového

Nepopíratelný význam sociálních médií v prostředí aktuální politické satiry popisujeme v *Kapitole 3.2*. Na onom místě zmínění autoři je využívají jako primární kanál své komunikace směrem navenek, což je ovšem situace odlišná od autorů pořadu *Kancelář Blaník*.

V jejich pojetí totiž komunikace na sociálních sítích představuje pouhou extenzi možností apriorního formátu, tedy internetového seriálu. Proto vykazuje na rozdíl od výše zmíněných satiriků distinktivní rysy, které můžeme vnímat především jako odraz marketingového charakteru. V této části kapitoly si proto představíme, jak s profily na sociálních sítích *Facebook* a *Twitter* tým okolo *Kanceláře Blaník* nakládá.

4.5.1 Facebook

Facebook představuje na globální i lokální úrovni kanál s největším počtem uživatelů, z čehož vyplývá i jeho silné postavení v komunikaci vedené za marketingovým účelem. Dle současných údajů je na této sociální síti alespoň jednou měsíčně aktivní 4,5 milionu obyvatel České republiky⁷⁶, tedy přibližně 40 % z celkového počtu⁷⁷. Pro tvůrce pořadu představuje aktuálních 45 923 fanoušků cennou komunitu okolo značky, se kterou se snaží, byť s výrazně nižší frekvencí, komunikovat i ve chvílích, kdy nové díly nevychází. [34] Cílem je totiž udržet uživatele v aktivním vztahu. Obsah na základě tohoto východiska můžeme rozdělit do

⁷⁶ Data pocházející přímo ze studie společnosti Facebook.

tří základních pilířů.

1. Publikace nových dílů pořadu, včetně teasingu⁷⁸ a making of⁷⁹,
2. Publikace krátkých videí či gifů vycházejících ze scén v seriálu s aktuálním kontextem,
3. Publikace doplňkového satirického obsahu z oblasti veřejného života

První z těchto pilířů má prostý smysl vzbudit v uživatelích očekávání, doručit jim nové díly v prostředí, kde se přirozeně vyskytují a popřípadě je pobavit pohledem do zákulisí příprav či tvorby. Jako přidaná motivace pro sledování facebookového profilu potom slouží fakt, že jsou zde díly uveřejňovány s jednodenním předstihem oproti publikaci v rámci samotné internetové televize *Stream.cz*, což vnáší na scénu marketingově atraktivní prvek exkluzivity. Poměrově představuje komunikace samotných dílů pořadů největší podíl z naznačených témat.

Druhý obsahový pilíř můžeme pokládat za nejbližší a nejlépe přizpůsobený aktuálnímu vývoji této sociální sítě podle digitálních uživatelských trendů. Ty definuje především rostoucí konzumace skrze mobilní zařízení⁸⁰, která předurčuje to, že většina sdělení je vnímána instantně s krátkým udržením pozornosti, s čímž musí korespondovat stopáž obsahu, a zároveň s vypnutým zvukem. Tomu by tedy měla odpovídat srozumitelnost i bez přehrání audiální stopy⁸¹. Obecně tak můžeme říct, že právě formát gif., který představuje velmi krátký videosestřih přehrávaný ve smyčce, těmto požadavkům perfektně odpovídá. Přesto se ovšem na profilu Kanceláře Blaník vyskytuje tento druh obsahu spíše v menšině.

Za třetí stěžejní oblast potom můžeme označit sumu různorodých témat, které se svým předmětem zájmu váží na pořad Kancelář Blaník, ovšem nejsou s ním spjaty na úrovni obsahu. Například se jedná o články na webových portálech třetích stran

⁷⁷ Propočet vycházející z údaje Českého statistického úřadu, jenž uvádí počet obyvatel České republiky k 1. 1. 2016 10 553 843. [35]

⁷⁸ *Teasing* je označení obsahu, jehož cílem je uživatele nalákat na hlavní aktivitu. Můžeme jej považovat za simplifikovaný ekvivalent traileru.

⁷⁹ *Making of* je takový formát obsahu, který vzniká při samotné produkci jako vedlejší výstup. Může se jednat o fotografie ze zákulisí natáčení, výběr nepovedených záběrů etc.

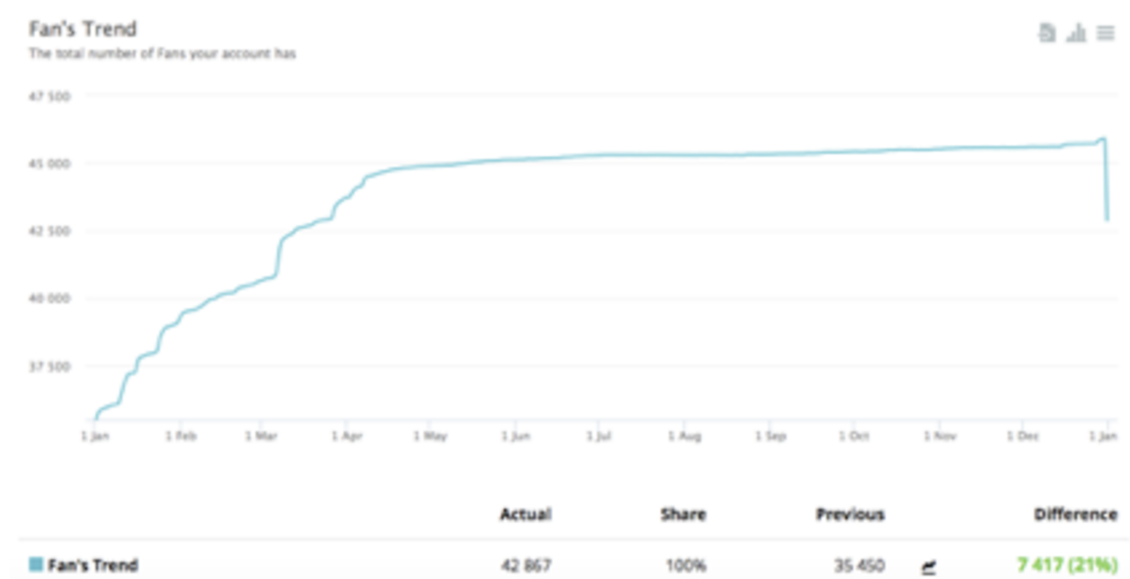
⁸⁰ Úroveň konzumace sociálních sítí skrze mobilní zařízení neustále exponenciálně roste.

⁸¹ Aktuálně je bez zapnutého zvuku konzumováno přibližně 90 % videí v prostředí sociální sítě Facebook.

(vzhledem ke komerčnímu zázemí jsou to zpravidla ty z portfolia společnosti Seznam⁸²), která jsou kontextualizovány až tím, že je k nim doplněn satirický popis. Tím správci profilu dodržují tonalitu komunikace nastavenou samotným pořadem. Práce s takovýmto druhem obsahu je pro ně typická především v obdobích, kdy nevychází nové díly pořadu, neboť umožňují udržovat kontinuitu komunikace.

Za rok 2016 získala stránka 7 417 nových fanoušků, čímž zvýšila svůj dosah i marketingový potenciál. [36] Vedle oficiální stránky existují i neautorizované profily⁸³, které můžeme na jedné straně považovat za podpůrný argument dokazující popularitu pořadu i tématu v prostředí sociálních sítí, na straně druhé však nejsou aktivitou tvůrců pořadu, a proto by nebylo žádoucí zahrnovat jejich obsah do této kapitoly.

Obr. 2: Vývoj počtu fanoušků facebookové stránky Kancelář Blaník



⁸² Do portfolia společnosti založené v roce 1996 Ivo Lukačovičem patří například portál Novinky.cz, dále pak Mapy.cz, Firmy.cz či Email.cz. Z hlediska výše zmíněného kritéria představuje stěžejní zdroj zpravodajský portál Novinky.cz.

⁸³ Vybrané příklady dostupné z <https://www.facebook.com/TBlanik/?fref=ts>, <https://www.facebook.com/Tonda-Blan%C3%ADk-FanPage-1539688449596207/?fref=ts>, nebo <https://www.facebook.com/Tonda-Blan%C3%ADk-387741608247679/?fref=ts>

4.5.2 Twitter

Z hlediska celkového počtu uživatelů⁸⁴ této platformy můžeme *Twitter* v České republice považovat za kanál spíše komplementární, nicméně významem pro námi zkoumaný pořad v mnohém převyšuje facebookový profil. Můžeme to tvrdit především z důvodu, že kumulovaný počet uživatelů⁸⁵, kteří sledují twitterové účty náležící oficiálně pod Kancelář Blaník, činí 63,8 tisíce, a tudíž o více než 17 000 převažuje nad počtem facebookových fanoušků. [37] [38]

Důvod můžeme hledat především v odlišném přístupu k této sociální síti, kde tvůrci založili hlavní postavě Tondovi Blaníkovi a jeho asistentovi Žížalovi imaginární profily⁸⁶, jejichž prostřednictvím glosují aktuální politické dění. Specifikum *Twitteru*, spočívající v možnosti publikovat příspěvky o maximální délce 140 znaků, zároveň vede k tomu, že podporuje častější publikaci. Porovnáme-li obě platformy pořadu Kancelář Blaník z hlediska četnosti příspěvků, na facebookové stránce bylo za první dva měsíce roku 2017 umístěno 9 statusů, přičemž na twitterový účtech to bylo 295 statusů. [40] Výrazně frekventovanější je pak přispívání prostřednictvím profilu asistenta Žížaly, z nějž vzešlo 269 statusů v daném období. [41]

Typologicky se u jednotlivých příspěvků jedná o formu krátké glosy, která využívá 1. osoby a tonality řeči respektující charakter v seriálu.

Profil *Tondy Blanika* je aktivní od dubna 2014, přičemž jeho popis⁸⁷: „Narozen: 1968⁸⁸, Všenory. Titul: Ing. Republiku spoluovládá od r. 1997,“ slouží jako krátká expozice samotné postavy. Od té doby uveřejnil 765 tweetů a sleduje jej 53 400 uživatelů. Na rozdíl od facebookové stránky není jeho obsahem explicitní promování seriálu, ale spíše budování samostatného charakteru, který se pravidelně vyjadřuje k

⁸⁴ Ačkoliv samotný provozovatel sociální sítě *Twitter* oficiální počet uživatelů neuvádí, předpokládá se hodnota okolo 300 000, která je kvalifikovaným odhadem odborníků. [39]

⁸⁵ Kumulovaný počet sledujících uživatelů je součtem hodnot profilu <https://twitter.com/BlanikZ> a <https://twitter.com/tondablanik>, přičemž můžeme předpokládat, že mezi oběma dochází k průniku sledujících uživatelů. Ten však není možné zanalyzovat s pomocí nástrojů dostupných v rámci platformy *Twitter Analytics*.

⁸⁶ Dostupné z <https://twitter.com/BlanikZ> a <https://twitter.com/tondablanik>

⁸⁷ V terminologii sociální sítě *Twitter* označovaný jako *bio*. Jeho cílem je v několika větách uvést hlavní informace o daném uživateli.

⁸⁸ Představitel seriálové postavy, herec Marek Daniel, se narodil v roce 1971.

aktuálním kauzám. K nejúspěšnějším patří kupříkladu reakce na prohlášení premiéra *Bohuslava Sobotky*⁸⁹ k *Andreji Babišovi*, o němž prohlásil, že za pomoci korunových dluhopisů „ojebal český stát“. [42] Následný tweet z účtu Tondy Blaníka ve znění: „Včera jsme s Bohoušem byli u logopeda a učili jsme ho nová slova... Ojebávání je teprve začátek!“ odkazoval na atypický charakter takového prohlášení z úst premiéra. Tento tweet získal 578 favorites a 54 retweetů, čímž jej můžeme považovat za nejúspěšnější publikovaný příspěvek z tohoto profilu v roce 2017. Vývoj kauzy *Viz Obrazová příloha 4*. Klíčovým faktorem úspěchu byla, vedle specifčnosti dané prohlášením postavy v 1. osobě, také rychlost reakce⁹⁰. Právě v prostředí Twitteru je význam faktoru rychlosti akcentován tím, že k dalšímu šíření informace mohou uživatelé využívat formu retweetování⁹¹ v případě, že se s obsahem původního sdělení ztotožňují.

Obr. 3: Příspěvek zveřejněný na facebookovém účtu premiéra Bohuslava Sobotky



⁸⁹ Dostupné z <https://www.facebook.com/sobotka.bohuslav/posts/10154132614850776>

⁹⁰ Původní prohlášení bylo na stránce Bohuslava Sobotky publikováno 3. února 2017 v 8.59, tweet na profilu Tondy Blaníka potom 3. února 2017 v 10.12. [38]

⁹¹ Retweetování představuje sdílení původní statusu dalším uživatelům, díky čemuž podporuje viralitu daného příspěvku. (Pavlíček, 2010)

Obr. 4: Bezprostřední reakce na twitterovém účtu @tondablanik



Podíváme-li se stejnou optikou na druhý ze zmiňovaných profilů, shledáme jej jako výrazně menší s 10 400 sledujícími uživateli, ale také významně aktivnější. Na profilu založeném v lednu 2015 bylo totiž publikováno již přes 28 300 tweetů. [43] Za hlavní důvod můžeme považovat především to, že je v rámci tohoto účtu pokrýváno širší pole témat a vedle těch politických je též věnován prostor událostem společenským. Mnohem častěji jsou také prostřednictvím toho profilu informace retweetovány, což znamená menší náročnost na samotnou tvorbu obsahu.

Působení na sociálních sítích můžeme tedy shrnout jako podpůrnou satirickou činnost, jejímž účelem je rozvíjet témata obsažená v jednotlivých dílech pořadu a promptně se vyjadřovat i k těm, která svým rozsahem nepatří k natolik významným, aby byla pokryta v rámci hrané tvorby. Zatímco profil na sociální síti *Facebook* představuje z marketingového explicitně vějíčku na diváky, která má za cíl přivést je do prostředí internetové televize *Stream.cz*, strategické využití *Twitteru* akcentuje význam *personalizace* jak v prostředí sociálních médií, tak v politické komunikaci jako takové, čímž je podtržena jeho role mínkotvorného média.

Za marketingový přesah, byť a priori mimo samotnou oblast sociálních médií, můžeme považovat několik sloupků v magazínu *Reportér*, které začaly pod jménem Tondy Blaníka vycházet v listopadu roku 2014, byť jejich skutečnými autory byli sami tvůrci pořadu. [44]

5. Analýza

Praktická kapitola této práce má za cíl pomocí konkrétní ukázkové rozkrýt prvky satirické vyobrazení v pořadu *Kancelář Blaník*, a to především s důrazem na souvztažnost s aktuálními politickými kauzami a jednotlivými politickými aktéry. Vzhledem k tomu, že na analytická kritéria můžeme nastavovat z rozmanitých perspektiv, je třeba definovat nejprve rámce.

5.1 Charaktery postav

Základem systematické práce s humorem v seriálové koncepci jsou vypointované charakterové rysy jednotlivých postav. Jak bylo zmíněno v *Kapitole 4.1*, většina děje odehrávajícího se před kamerou je omezena na tři základní postavy a poté postavy komplementární, jejichž úlohou je doplňovat dění a otevírat nové dějové rámce.

5.1.1 Vedlejší postavy a jejich role v ději

Mezi ty pravidelně se vyskytující patří *lobbista Libor* a *Blaníkova matka*, oba však vystupují pouze distančně a nikdy se před kamerou neobjeví. Informace, které podávají Tondovi Blaníkovi, ovšem zásadním způsobem ovlivňují děj jednotlivých epizod, ergo též fiktivně odkrývané pozadí politických kauz.

Telefonické hovory s *Liborem* podléhají utajení, protože je Blaník zpravidla řeší na toaletě, přičemž svým spolupracovníkům oznamuje, že jde kadiť. Tímto specifickým prostředím je v ději jeho role jednoznačně oddělena od politických aktérů, kterým Blaník telefonuje z libovolné lokace. Vztah mezi oběma lobbisty nevykazuje známky podřazenosti a nadřazenosti, přestože *Libor* většinou slouží jako zdroj informací, které Blaník neměl k dispozici⁹², popřípadě stojí v pozadí kauz, které

⁹² Například v epizodě *Zeman je gentleman (S03 E08)* jej informuje o chystaném auditu dotací z Evropské komise nebo v díle *Prověrka pro kancléře (S02 E06)* sděluje Blaníkovi, jaké jsou podmínky udělení prověrky prezidentskému kancléři Vratislavu Mynářovi.

neprošly Kanceláři Blaník⁹³.

Blaníkova matka zasahuje výrazněji do dění až ve sérii, kdy naváže milostný poměr s prezidentem České republiky Milošem Zemanem. Tato dějová linka se rozehrává v epizodě *Krtek a ku**a (S02 E08)*, během níž ji Tonda Blaník zařizuje dovolenou a vyšle ji na státní útraty do Číny s prezidentskou delegací. Tam se matka intimně seznámí s prezidentem, čímž se stává předmětem sváru mezi Tondou Blaníkem a Milošem Zemanem.

Blaník: „Ahoj mami! Kde že jsi? V letadle? Tak to je perfektní! <pomlka> Počkej, počkej, s kým že tam seš? Vždyť jsi tvrdila, že je to hnusák! Cože ti říká? Jakou pandičku? <pomlka> Mami, že ty sis dala do kafe ten cukr co není cukr? Né! Nejses zamilovaná! Seš sjetá!”

Následně Blaník fingovaně volá Zemanovi, přičemž emotivní scénu následně ukončuje bouchnutím telefonem o zem.

Blaník: „Poslechni, co děláš v letadle u Kellnera⁹⁴? Ty máš přece svůj speciál! To není žádná macatá čínská racajda, to je moje matka! Nemá žádný velký šikmý voči, to jsou brejle, ty vole! Jenom? A cos jí říkal? Do hajzlu, víš co to je pussy v angličtině⁹⁵? To je kunda! Takže s prominutím, pane prezidente, seš v letadle, kde je to kunda sem, kunda tam, ale s mojí matkou se kurvit nebudeš! Kurvi se s kurvama! Ne, neukáže ti svojí pandičku a ty nech svého krtečka tam, kde je. Je to moje máma! <pomlka> Cože? Nežlob se, ale Hovory z Lán si tentokrát připrav sám, protože já jsem zasraně nasranej ty pussy-kokote!”

Zakomponování vedlejší postavy matky v tomto případě umožnilo tvůrcům rozehrát příběh navázaný na cestu Miloše Zemana do Číny i vykreslit pozadí známého expresivního rozhlasového vystoupení v pořadu *Hovory z Lán*.

V části třetí řady se objevuje místo Lenky dočasně jako sekretářka její matka v podání *Marie Ludvíkové* a ve čtvrté řadě v roli bachaře Hynka, který střeží Blaníka ve

⁹³ Například nákup letounů Gripen v epizodě *Gripeny (S01 E05)* nebo pojmenování tunelu Blanka v díle *Blanka (S01 E08)*

⁹⁴ Odkazuje na aféru s cestou prezidenta Miloše Zemana ze služební cesty v Číně soukromým letounem.

⁹⁵ Odkaz na následný rozhlasový projev prezidenta, kde ve zmínce o skupině Pussy Riot zmíní v éteru slovo *kunda* jako český ekvivalent anglického pojmu.

vězení, *Tomáš Jeřábek*. Obě tyto postavy dostávají prostor před kamerou, nicméně nestávají se přímým prostředek satirického vyobrazování. Jejich úlohou je pouze rozvoj dlouhodobé dějové linky seriálu ve specifickém prostředí.

Stejně tak ve fyzických rolích, ovšem naopak s apriorním cílem aktuálního kontextu a satirizace současného dění, vystoupilo několik známých hostujících osobností, které zpravidla představují samy sebe⁹⁶. Například jako Pavel Liška v epizodě *Viróza Ovčáček (S03 E14)*, která humorizuje působení tiskového mluvčího prezidenta republiky a jeho vyjadřování do médií.

Blaník: „Tak co vás trápí, Pavle?“

Pavel Liška: „Mě trápí právě pan Ovčáček.“

Blaník: „Ten trápí celou republiku.“

Pavel Liška: „No ale nikomu to neničí osobní život. Vždyť jste to před chvílí viděl⁹⁷. Dokud tady nebyl Ovčáček, tak všichni věděli, že já ty idioty jenom hraju. Ale co je tady von, tak si teď všichni myslí, že já jsem regulérní idiot a že plácám nesmysly jako on. A dokonce už i doma pochybují.“

Angažování vnějšího charakteru do děje umožnilo tvůrcům poukázat satirickým a jízlivým způsobem na vystupování prezidentského mluvčího *Jiřího Ovčáčka* za využití metafor a vizuální stylizace bez toho, aby bylo nutné explicitně vyslovit reprezentovaný názor, že lze mnohá z jeho vystoupení považovat za až úsměvně manipulativní.

⁹⁶ Jedná se o takzvané *cameo*, tedy vedlejší roli, v níž osobnost hraje sebe sama nebo podružnou dějovou roli, ve které se objeví pouze v krátké pasáži. Zřejmě nejznámějším příkladem je vystupování amerického autora komiksů *Stana Lee* ve zfilmovaných verzích příběhů *Marvel Comics*.

⁹⁷ Odkazuje se na zvláštní díl, kdy Pavel Liška vystupuje v roli Jiřího Ovčáčka v pořadu DVTV v rozhovoru s Martinem Veselovským. Dostupné z: <https://www.stream.cz/blanik/10006170-liska-jako-ovcacek-v-dvtv>

5.1.2 Tonda Blaník

Hlavní postavou seriálu a zároveň hybatelem děje je Antonín Blaník, lobbista a majitel po sobě pojmenované kanceláře. Představuje ho herec *Marek Daniel*⁹⁸.

Jeho denním chlebem je žehlit problémy špiček českého politického a hospodářského života⁹⁹, se kterými má navázané velmi pevné kontakty, což se projevuje tím, že je oslovuje zásadně křestním jménem, popřípadě přezdívkou. Tento přístup, který tvůrcům slouží k zachycení blízkosti symbiotického vztahu politiků a lobbistů zároveň klade na diváka nárok na alespoň elementární orientaci v politickém děním a společenském kontextu.

K expozici¹⁰⁰ postavy posloužila tvůrcům první epizoda první řady zvaná *Narozeniny*, která mapuje Blaníkovu oslavu. Na jeho seznamu hostů se nachází veškerá přední politická reprezentace, šíří záběru jeho kontaktů potom demonstruje například fiktivní telefonát Bohuslavu Sobotkovi, během nějž Blaník zmíní vedle něj jakožto premiéra též 1. místopředsedu vlády Andreje Babiše, prezidenta Miloše Zemana a exprezidenta Václava Klause.

Blaník: „No nazdar Bohouši, doražíš, předpokládám? <pomlka> Andrej mi na to řekl jednoznačně ano¹⁰¹, cheche. Ne, Vaška jsem nezval, ale Miloš přijde.”

Postava je typická svým nespisovným až expresivním vyjadřování a rtuřovitým chováním, které se projevuje nejen ve vztahu ke dvojici podřízených, ale též v hovorech s klienty ve chvíli, kdy se věci nevyvíjí podle plánu. Vedle machinací často využívá též různých forem aplikace nátlaku a zastrašování. Přivlastňuje si cizí nápady a úspěchy, jeho chování můžeme označit za egocentrické, což můžeme demonstrovat tím, že o sobě často mluví ve třetí osobě, kdy se označuje jako *legendární Tonda Blaník*.

⁹⁸ *Marek Daniel* se narodil v roce 1971 v Praze, vystudoval však brněnskou JAMU, a to v oboru činoherectví. Působil v HaDivadle, následně v Dejvickém divadle, Divadle Archa a Husa na provázku. Ztvárnil vedlejší role ve filmech *Kolja*, *Nuda v Brně*, *Horem pádem* nebo *Doblba!* V autorském kolektivu The Dietls spolupracoval již před *Kanceláři Blaník*, například na snímku *Polski film*.

⁹⁹ Do mimopolitické oblasti spadá například několikrát zmiňovaný majitel společnosti PPF *Petr Kellner*.

¹⁰⁰ Vycházím zde z terminologie *Gustava Freytaga*, který definoval v rámci výstavby dramatu fázi expozice jako úvodní sekvenci, během níž dochází k uvedení do děje a představení postav divákovi.

¹⁰¹ Dvojsmysl vycházejí z názvu politického hnutí Andreje Babiše, *ANO*.

Ad absurdum exponovanou manažerskou charakteristikou je souběžné vlastnictví několika mobilních telefonů, které Blaník vyměňuje prakticky po každém provedeném hovoru. Vyzváněcí melodie nicméně zůstává až na výjimky¹⁰² neměnná. Motiv mobilního telefonu jako základního poznávacího rysu, jehož prostřednictvím Tonda Blaník realizuje svou činnost, využili tvůrci též ve znělce pořadu (*Viz Kapitola 5.2*).

Jeho vzhled nelze považovat za ukázkou moderního reprezentativního vystupování, neboť chodí často neupravený. Archetypální outfit bychom mohli popsat jako *business casual*, zpravidla se skládá z pastelově barevné košile, společenských kalhot či jeansů a saka, přičemž téměř výhradně nenosí kravaty, ale rozhalenku. Nejvýraznějším vnějším rysem jsou ovšem extravagantní společenské boty, které velmi často střídá, podobně jako výše zmíněné mobilní telefony.

Obr. 5: Představitel Tondy Blaníka, herec Marek Daniel



¹⁰² Těmi jsou například hovory od Blaníkovy matky, které charakterizuje jiný vyzváněcí tón.

5.1.3 Žížala

Oficiální pozice Žížaly, vlastním jménem Luboše Havránka, kterého ztvárnil herec *Michal Dalecký*, je asistent. Jeho úlohu představuje exekuce všech Blaníkových nápadů a potřeb, od pracovních až po osobní. Jeho jazyk se blíží spisovnému využívání češtiny, nedopouští se z vlastní vůle vulgarismů ani expresivních projevů. Ve vztahu vystupuje ve výrazně podřízeném stavu, často je svým šéfem urážen, ponižován a neprávem konfrontován. Také přezdívka Žížala je výsledkem pejorativního pojmenování. Přesto představuje pro chod kanceláře nepostradatelný lidský zdroj.

I v důsledku toho se několikrát svému šéfovi vzepře a ve chvíli, kdy je Blaník na rekreaci či ve vězení přejímá vedení kanceláře a aplikuje stejně razantní styl jako jeho šéf. Po jeho návratu se však vždy pokořeně vrací zpět ke své původní pozici, jako v epizodě *Tony is back (S04 E01)*.

Blaník: „Ty seš jenom druhej level, seš vobyčejná žížala, dešťovka, žížala a zase jenom žížala. Zvopakuj to. Jsem bezcenná, bezvýznamná, zkurvená, vyjebaná, čurácká žížala. Dělej!”

Žížala: „Jsem zkurvená, vobyčejná, čurácká žížala.”

Blaník: „Vítej zpátky ve firmě.”

Stylem oblékání se výrazně neliší od Blaníka, výrazněji ovšem dbá na celkovou úpravu svého vzhledu, nosí lépe padnoucí oblečení a jeho styl se přibližuje formálnímu oblékání.

Obr. 6: Představitel Luboše Havránka, herec Michal Dalecký, na snímku vlevo



5.1.4 Lenka

Sekretářku Lenka hraje *Halka Třešňáková*. Její úlohou je administrativní práce, nezdídko se ale zapojuje i do samotné tvůrčího procesu a vymýšlení řešení aktuálních kauz. V takových chvílích však přichází s naivními a nekoncepčními řešeními, která vedou k osočování ze strany Blánika, jako v díle *Krtek a ku**a* (S02 E08).

Blánik: „Jo ty vole! To je symbolický. Krtek a panda.”

Lenka: „Ale to se jim pak narodí Krnda.”

Blánik: „Lenko, tohle si nechte od cesty. My víme, že vy víte, že se tak na magistrátu říká Krnáčový.”

Její charakteristickou úlohou, která se projevuje takřka v každém dílu, je příprava kávy Blánikovi. Jak můžeme usoudit například z dílu *Tony is Back* (S04 E01), její šéf jí imponuje a možná k němu chová i platonické city, přestože má doma rodinu, které pravidelně nosí přebytky z kanceláře.

Přestože se stylizuje svým oblékáním i vystupováním do role fádni ženy, jako jediná žena v kanceláři se stává občasným objektem Blánikových choutek.

Obr. 7: Představitelka Lenky, herečka Halka Třešňáková



5.2 Formální aspekty pořadu

Stěžejním prvkem seriálové tvorby jsou opakující se formální i dějové postupy, jejichž rolí je ulehčovat orientaci diváka v dramaturgii jednotlivých dílů. V této kapitole se budu věnovat několika základním rysům estetického a jazykového podání zaužívaných přístupů v rámci zkoumaného pořadu.

5.2.1 Ustálené dějové prostředky

Jako nízkonákladový projekt využívá jednoduchých kulis a opakujících se prostředí, v rámci děje jednotlivých dílů je proto jejich fluktuace minimální. Základními dvěma lokacemi, které se vyskytují v každém řádném dílu, jsou exteriérový prostor dvora a interiérový prostor kanceláře, obě se nacházejí na adrese Opatovická 26 v Praze. [45] Komplementárně je doplňují ilustrativní záběry dle aktuálního děje, mezi nimi například Letiště Václava Havla, prostranství Pražského

hradu a sídla významných politických institucí. Setkat se můžeme též se záběry z vozů řízených protagonisty, které projíždějí danými místy. Tento interiérový přístup má z produkčního hlediska výhodu při snímání s kontaktním zvukem. [46]

Rámcování opakujícími se záběry je charakteristické především pro úvodní pasáže výstavbového schématu, které slouží k expozici diváka. Na počátku přichází či přijíždí Blaník skrze dvůr do práce, přičemž ještě v prostorách atria vyřizuje fiktivní telefonický hovor s některým ze svých klientů, určující pro následný vývoj epizody.

Obr. 8: Typizovaná úvodní scéna s Blaníkovým telefonickým rozhovorem



Po příchodu Blaníka do kanceláře se odehrává variovaná scéna se sekretářkou Lenkou. Větví se do tří základních oblastí podle toho, na kolik akutní je situace vzniklá předchozích telefonickým hovorem, ergo vyžaduje okamžité jednání:

1. Lenka se ptá „Kafe?“ a Blaník přitakává. K tomuto vzorci zpravidla dochází, když situace po telefonátu nejeví závažná a děj se rozvíjí pomaleji.
2. Blaník vykřikne „Kafe!“ dřív, než se Lenka stihne zeptat. V takovém případě byl předchozí telefonát zásadní a Blaník potřebuje co nejdříve podniknout další kroky, k nimž patří především volání s Liborem z toalety nebo intenzivní soustředění.

3. Blaník odmítá kafe a svolává poradu. Tato situace nastává ve chvíli, kdy Blaník neví, kterým směrem dál, a potřebuje zapojit ostatní co nejdříve do procesu.

Obr. 9: Příchod Blaníka do kanceláře a vyžadování kafe



Prostředkem pro posun dějové linky jsou potom fiktivní telefonické rozhovory. Ty jsou zpracovány formou monologu jednotlivých postav, nejčastěji Blaníka, který jeho prostřednictvím získává informace od druhého volající tak, aby divák pochopil kontext. Přestože je pořad určen primárně informovanému divákovi, je třeba vycházet vstříc možnostem pochopení situace, proto Blaník častokrát opakuje repliky, které by v rámci standardní dynamiky rozhovoru měly připadat druhému volajícímu. S výjimkou hovorů mezi jednotlivými aktéry nedochází k tomu, že by byl druhý volající vizuálně identifikován. Celou dobu zůstává proto v záběru osazenstvo Kanceláře Blaník a dynamiky je dosaženo pouze přestřihy mezi kamerami, popřípadě zoomováním (*Viz Kapitola 4.1 a 5.2.2*).

Blaník neprovádí větší počet telefonických rozhovorů ze stejného zařízení, ale permanentně je obměňuje, a to v pestré škále od aktuálních chytrých telefonů po archaické přístroje. Právě ty potom nejčastěji podléhají destrukci, kdy je Blaník ničí

hodem o zem jako svého součást neurotického vystupování.

Stejně jako scéna rozhovoru, i míra soukromí při jednotlivých hovorech má svůj řád. Zatímco běžné hovory probíhají veřejně, ty s významnými politickými aktéry se odehrávají za zavřenými dveřmi, Blaník proto v takovém případě vyhání své spolupracovníky ze sdílených prostor kanceláře. Výjimkou jsou pak telefonáty s dalším lobbistou, Liborem, které Blaník praktikuje výhradně z prostředí toalety a uvozuje je slovy „Jdu kadiť!“. Tomuto rituálu předchází konzumace kávy.

Poslední výrazný dějový prostředek představují výstřižky novinových článků, které se ve formě vložené grafiky objevují ve chvíli, kdy je dosaženo určitého výsledku jednání. Kromě toho, že slouží jako demonstrace Blaníkovy moci, v přeneseném smyslu tedy moci lobbistů směrem k médiím, fungují rovněž jako dramaturgická zkratka, neboť nahrazují opis toho, co následovalo po Blaníkově konání. Objevují se v reálné i fiktivní podobě, přičemž vždy mají stejnou formu, což může sloužit ke stírání rozdílů a snížení pochopení mezi diváky bez patřičného kontextu. Konkrétní rozlišení ilustrujeme na příkladu v *Kapitole 5.3.1.*

Ustáleným prvkem z hlediska jazykového je potom fakt, že Blaník oslovuje své klienty zásadně křestním jménem, případně přezdívkou. Tento přístup, který na jedné straně evokuje blízký vztah lobbisty k politickým představitelům, však zároveň s tím může rovněž znesnadňovat identifikaci inkriminované osoby. Nezřídka tak celé jméno nebo dodatečný kontext prozrazují asistent Žižala či sekretářka Lenka.

5.2.2 Vizuální stránka

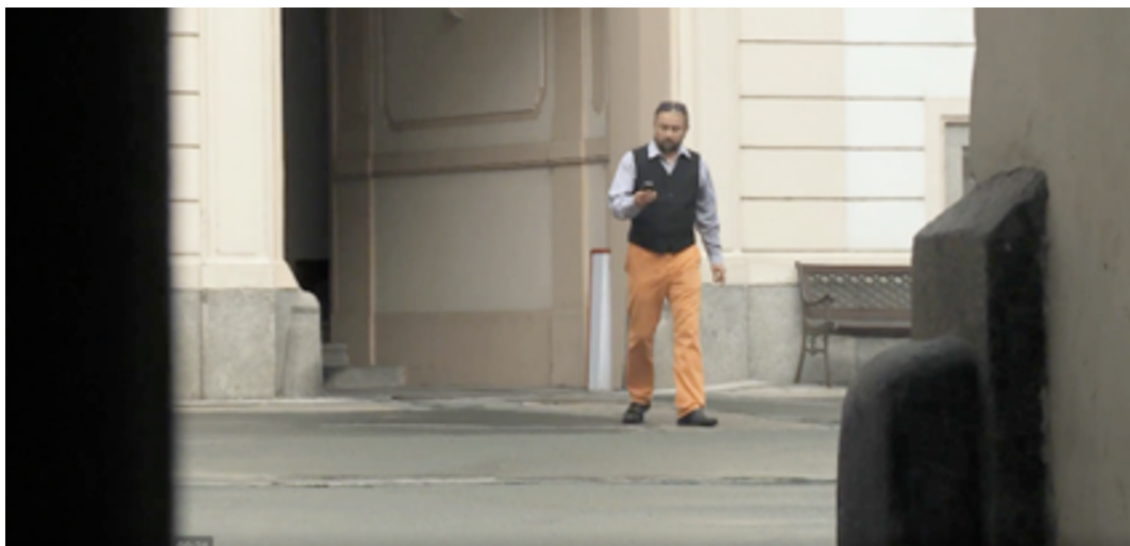
Způsob snímání a obecně práce s obrazovou složkou tvoří na první pohled jasně rozpoznatelný prvek pořadu. Eklektický dojem, který u diváka může vizuální pojetí vyvolávat, je způsobem především velmi dynamickými přechody mezi velikostmi záběrů¹⁰³. Z velkých celků a celků totiž kamera přechází do detailů až velkých detailů nejen pomocí rychlého střihu, ale též samotnou prací s ohniskovou

¹⁰³ Můžeme definovat pět základních velikostí záběrů. *Velký celek* jako nejširší záběr, při němž není identifikovatelná postava, *celek* představuje záběr na celou postavu, *polocelek* snímá postavu od pasu nahoru, *detail* zobrazuje torzo postavy a *velký detail* hlavu a bližší záběry. V terminologii se lze komplementárně setkat s tzv. *americkým plánem* a *polodetailem*.

vzdáleností. Oddalování a přibližování není plynulého charakteru, proto evokuje amatérské záběry snímané na domácí videokameru.

Typické využití velkého celku a celku představují záběry na Tonda Blaníka přicházejícího do práce na dvorku.

Obr. 10: Záběr ve formátu celku v úvodní scéně



Naopak detaily a velké detaily reprezentují charakteristicky záběry na Blaníkovy extravagantní boty či jeho tvář při telefonování.

Obr. 11: Záběr ve formátu detailu při příchodu do kanceláře



Stejně tak kompoziční stavba vybraných záběrů simuluje amatérské snímání skrytou či pouliční kameru, protože postavu zabírá bez dobré možnosti identifikace a přes výraznou překážku.

Obr. 12: Záběr simulující využití pouliční kamery při příchodu přes vnitroblok



5.2.3 Hudební stránka

Podstatnou roli v ději hrají též audiální vjemy, které se svým důsledným opakováním staly rozpoznávacími rysy. Znělku pořadu¹⁰⁴, která připomíná polyfonní vyzváněcí melodie telefonů, k nimž se odkazuje i její grafické provedení, komponovala česká skupina Midi Lidi. Slyšet ji vedle znělky můžeme též v závěrečných titulcích pořadu.

Pomineme-li ruchové zvuky jako přirozenou součást děje, zbylou složku představuje především diegetická hudba¹⁰⁵, jejímž převažujícím zdrojem je vyzvánění Blaníkových telefonů. To je rozděleno podle volajících, například při hovorech Blaníkovy matky se ozývá ústřední melodie z filmu Ghostbusters. Specifický vyzváněcí tón mají též Blaníkův asistent Žízala a sekretářka Lenka.

¹⁰⁴ Dostupné z <https://soundcloud.com/midilidi/midi-lidi-suhove-blanik-soundtrack>

¹⁰⁵ Jako diegetický je označován zvuk, jehož zdroj je umístěn přímo ve světě příběhu. [47]

5.3 Zobrazení významných politických kauz v pořadu Kancelář Blaník

V této podkapitole budeme na pořady pohlížet především prizmatem vztahu k jednotlivým politickým událostem, které jsou z hlediska kauzálního vztahu pravidelným spouštěčem satirické komunikace, *Viz Kapitola 2 a Kapitola 3*. Právě v důsledku toho humornost satirického vyobrazení vychází především z kontextu a vhledu do situace, a následné parodie jednotlivých vyjádření, následkem čehož však s postupujícím čase může klesat její pochopení.

5.3.1 Nákup letounů SAAB JAS-39 Gripen

Vleklé kauze¹⁰⁶ ohledně pronájmu švédských stíhacích letounů SAAB JAS-39 Gripen českou armádou a jejím dlouhosáhlým důsledkům je věnován pátý díl první řady, zveřejněný 10. 5. 2014 a pojmenovaný prostě *Gripeny*. [48]

Za Blaníkem, který se právě vrací do své kanceláře po telefonickém rozhovoru s Jiřím Bartoškou o filmovém festivalu v Karlových Varech, přichází pracovník Speciálního Odboru Tajného Útvary¹⁰⁷. V komunikaci obě postavy významně využívají žargonu¹⁰⁸, což činí jejich dialog bez znalosti souvislostí nesrozumitelným.

Pracovník útvaru: „Jak jistě víte, jezevec se ostře vymezil vůči medvědovi.”

Blaník: „No jistě, to Miloš vode mě. Aby nikdo nepochyboval, že není ruskej agent.”

Pracovník útvaru: „No to je právě to. Tím jste nám způsobil komplikace. Jezevec se stal jestřábem a Omini¹⁰⁹ se tak trochu utrhlo ze řetězu, jak se říká. Kdyby pan ministr

¹⁰⁶ Databáze Newton Media eviduje k 25. 3. 2017 za období posledních pěti let celkem 5 435 výsledků na klíčové slovo *gripen*. [49]

¹⁰⁷ Ztvárnil jej herec *Ladislav Hampl*, jedná se tedy o jednu z hostujících rolí, které tvůrcům slouží k výjimečnému zapojení další osoby do samotného děje seriálu a nikoliv pouze prostřednictvím zmínky, jak bylo naznačeno v *Kapitole 4.1*

¹⁰⁸ *Žargon*, z francouzského výrazu *jargon*, je označení pro profesní mluvu, která obsahuje velké množství specifických výrazů vlastních příslušníkům určité profesní skupiny. Jedná se tedy o slangový způsob vyjadřování.

¹⁰⁹ Zkratkové slovo označující Ministerstvo obrany.

nabídl tři sta gumáků¹¹⁰ bez žihadel, nebyl bych tady. Jakože tady nejsem. Ale problémem jsou právě ty čtyři žihadla¹¹¹.”

Blaník: „Promiňte, já tomu ale vůbec nerozumím. Proč nemůžeme použít naše Gripen... žihadla?”

Pracovník útvaru: „Protože by se mohly při bojové akci poškodit. Vy snad myslíte, že jsme tu slevu vod Švédů dostali zadarmo¹¹²? Cena za pronájem byla snížena supertajnou doložkou, ve které se zavazujeme, že je Švédům vrátíme v nepoškozeném stavu.”

Blaník: „No ale proč s tím jdete za mnou?”

Pracovník útvaru: „No protože to je celý vaše vina. Budete s tím muset něco udělat.”

V tomto rozhovoru je tedy nejprve nutné rozklíčovat pozadí kauzy a krycí jména jednotlivých postav. Označení jezevec, který se mění na jestřába, vychází z prohlášení prezidenta Miloše Zemana v rámci rozhlasového pořadu *Hovory z Lán*, kde obhajuje anexi Krymu, na druhé straně ale podporuje sankce Západu a zásah NATO proti Rusku, pokud by měla tato tendence pokračovat: „Ale i pro mě, a to nejsem žádný jestřáb, je jakási red line anexe nebo pokus o anexi východní části Ukrajiny. Tady bych se skutečně změnil z holubice na člověka, který by volal po velmi tvrdých sankcích” [50] Divákovi je kontext přiblížen pomocí článku ze serveru Novinky.cz, který Pracovník útvaru ukazuje Blaníkovi. Následná reakce Blaníka je narážkou na napojení mnoha blízkých spolupracovníků prezidenta Zemana na politické i byznysové příležitosti v Ruské federaci a jeho příklonu politice Vladimira Putina, který tímto vyjádření částečně popřel.

Dalším aktérem, na nějž se v dialogu dvojice odkazuje, je Ministr obrany Martin Stropnický, který opět není přímo jmenován, ale pochopení diváka je zajištěno

¹¹⁰ Žargonové značení vojáků, které ministr obrany Martin Stropnický nabídl k posílení ochrany zemí NATO v návaznosti na rozpoutání krizové situace na Ukrajině.

¹¹¹ Tímto pojmem označují aktéři zmíněné stíhací letouny Gripen, které byly rovněž součástí výše zmíněné nabídky českého Ministerstva obrany.

¹¹² Tuto repliku můžeme považovat za odkaz na povídku Exkurze do ZOO od dua Šimek a Grossmann, kdy Miloslav Šimek z pohledu žáka vypráví o učiteli biologie doktoru Zelím, který se při exkurzi snaží uplatit vrátěného v zoologické zahradě, kde byli jeho žáci zaměněni za hornické učně, právě se slovy

zobrazením dalšího reálného článku ze serveru Novinky.cz, ve kterém je klarifikována jeho nabídka vojenské podpory směrem k Severoatlantické alianci.

Děj tohoto dílu potom pokračuje tím, že Blaník z toalety volá dalšímu lobbistovi, Liborovi. Tato pasáž zároveň opět slouží divákovi jako orientátor, neboť jsou mu během rozhovoru zopakovány všechny podstatné informace z předcházející scény.

Blaník: „Ty vole, takže ty vo tý doložce víš? Jo tys na tom dělal. Tos mi ty vole, kurva, nemoh něco říct, Libore? NATO má slíbený, že budeme válčit, Švédí maj slíbený, že jim nerozbijeme drahý hračky, po mně jde ňáká rozvědka, nebo co to kurva je... Ty vole, já se z toho poseru.”

Blaník spolu s Žízalou následně hledají řešení, jak vyhovět všem zúčastněným stranám. Tím se má stát přenesení konfliktu na území České republiky, které letouny nemohou opustit. Využít k tomu chtějí Karlovy Vary¹¹³ a založit novou politickou stranu po vzoru SdP¹¹⁴, vzniklé ve 30. letech, která by opět využila nátlaku silné menšiny, tentokrát ruského původu. Nejprve navrhují název SSR, kterým má znamenat Sudetskou Stranu Rusů, poté jej upravují na SSSR¹¹⁵, tedy Sudetskou Stranu Solventních Rusů.

Pasáž podporuje velmi silný audiální vjem, který tvoří kombinace poplašných sirén, které se následně ukážou být pravidelnou zkouškou, a ruské hymny, přičemž v obraze pozorujeme fiktivní článek s vyjádřením ruského prezidenta Vladimira Putina, který nově vytvořené straně slibuje podporu.

Následujícího rána vede Blaník fingovaný telefonický rozhovor s Václavem Klausem, z něž pochopíme, že se uchází o vstup do strany.

„Nechci slevu zadarmo.” Obecně je ale v českém jazyce zaužívaná a její pochopení není navázáno pouze na tuto historickou referenci.

¹¹³ Město je známé významným počtem ruských turistů a obyvatel ruského původu.

¹¹⁴ *Sudentendeutsche Partei*, neboli *Sudetskoněmecká strana*, byla politickým orgánem činným na území Československa v letech 1933 až 1938, která zevnitř přispěla k vytvoření nátlaku na připojení oblasti Sudet k Německé říši a poté, co se tak v důsledku Mnichovské dohody stalo, se sloučila s NSDAP. Jejím zakladatelem byl Konrad Henlein.

Blaník: „Dobrý den, Václave. Cože jste si na mě vzpomněl? Chcete zpátky na Hrad¹¹⁶?
 <pomlka> Jojo, znám tu novou stranu. <pomlka> Nevim, to asi založili Rusové, ne?
 <pomlka> Samozřejmě, vaše názory na situaci na Ukrajině zná každé v tomhle státě.
 <pomlka> To nevím, jestli může být členem někdo, kdo není Rus. Kdybyste se přestěhoval do Varů, to by na situaci nic neměnilo. <pomlka> Jo, to bych pro vás moh’ asi nějak zařídit. Pozdravujte moc paní Livii¹¹⁷.”

Zápletka vyvrcholí telefonátem rozčileného prezidenta Karlovarského filmového festivalu Jiřího Bartošky a zjištěním, že místo mírových sborů vyslali Rusové do Karlových Varů na dobití kulturní soubor Alexandrovci. Tímto hovorem je tak celý díl rámcování, neboť počátek i konec zajišťují právě rozhovory s Jiřím Bartoškou.

Na rozboru této epizody můžeme definovat několik důležitých aspektů, s nimiž tvůrci pracovali. Zaprvé zde signifikantní roli hraje expresivní vyjadřování jednotlivých postav, především pak Tondy Blaníka, kterým graduje napětí v dané situaci. Nadávkami častuje nejen své kolegy v podřízeném stavu, ale používá je i v promluvě s lobbistou Liborem a pracovníkem Speciálního Odboru Tajného Útvary. V závěru se mu ale toto vyjadřování vrátí při telefonátu s prezidentem Karlovarského filmového festivalu, který Blaníkovi spílá za to, že mu na základě proruských aktivit ve městě účast odřekla hlavní hvězda.

Zadruhé do děje výrazně promlouvají insertované informace, které doplňují vyjádření jednotlivých postav. Můžeme je rozdělit na dva druhy:

1. reálné články, jejichž úkolem je kontextualizace tématu divákovi
2. fiktivní články, jejichž úkolem je podpora dějové linie.

Podle tohoto klíče se významně liší úloha obou prvků. Za příklad reálného

¹¹⁵ SSSR je zároveň termínem používaným pro označení Svazu sovětských socialistických republik, který existoval v letech 1922 - 1991 na území dnešní Ruské federace a přidružených států.

¹¹⁶ V kontextu je evidentní, že se postavy baví o Pražském hradu.

¹¹⁷ Zmínka o netradičním jménu chotě na konci rozhovoru slouží k tomu, aby byla postava Václava Klause bezpečně divákem identifikována.

článku v tomto konkrétním případě považuje oba ze scény probíhající mezi Tondou Blaník a pracovníkem Speciálního Odboru Tajného Útvaru. Jejich raison d'être je uvedení diváka do situace a její lepší pochopení. Naopak fiktivní články, které v případě tohoto dílu představuje podpora prezidenta Putina nově zformované straně a dobití Karlových Varů Alexandrovci, umožňují dopovědět dějovou linii a důsledky Blaníkových kroků, aniž by zároveň bylo potřeba měnit lokace. Jedná se tak o prvek dramatizace i produkční simplifikace. Rovněž kriticky odkazují na potenciální význam mediálních výstupů při formování společenského mínění¹¹⁸. Z formálního hlediska zpravidla prací s fontem, zalomením textu i vizuálem připomínají články ze serveru Novinky.cz.

Zatřetí potom můžeme identifikovat implicitní kritiku proruských postojů českých politiků, především pak prezidenta Miloše Zemana a jeho blízkých spolupracovníků, a ruské politické angažovanosti na Ukrajině. Například pojmenování Blaníkem zakládané strany SSSR, tedy stejnou zkratkou, která byla používána pro označení Sovětského svazu, je možné považovat za narážku tvůrců na expanzivní snahy Ruska, která v mnohém připomíná historický vývoj ve východní Evropě právě za epochy existence Sovětského svazu.

¹¹⁸ V dílu *Gripeny* na to poukazuje odřeknutí hlavní hvězdy Karlovarského filmového festivalu kvůli

5.3.2 Opencard

Rovněž dlouhosáhlou aférou¹¹⁹, již tvůrci Kanceláře Blaník reflektují, je zavedení karty Opencard¹²⁰ v Praze. Projekt, jenž byl problematický pro nejednu politickou garnituru v čele hlavního města, se věnuje jedenáctý díl první řady zvaný *Opencrad*. Epizodu vydanou 21. června 2014 zhlédlo 468 028 diváků. [51]

Tento díl začíná telefonickým rozhovorem, který vede Tonda Blaník netradičně z auta s bývalým pražským primátorem Pavlem Bémem, který byl jedním z hlavních aktérů kauzy okolo Opencard. Přestože není přímo identifikován, tvůrci opět využívají několika orientátorů, aby diváka uvedli do dění.

Blaník: „Nazdar Kolibříku¹²¹! Tak už jdeme do finále a poslední tóny zní. Chachacha. Zalejvali jsme, zalejvali, a teď přišla sklizeň. Jasně, trpělivost přináší miliardu. <pomlka> Cože? Seš na horách¹²²? Máš rád nadhled, to ti rozumím, já taky. Ale vzpomínáš si, žes tomu ze začátku nevěřil.”

V následné pasáži se několikrát mění časová osa a střídavě se ocitáme v roce 2005, 2008 a současnosti. Každá z nich zobrazuje fiktivní telefonické hovory Blaníka s Bémem v rozličných stádiích vývoje projektu. První se odehrává před samotným spuštěním, druhá potom ve chvíli před auditem a třetí v momentě, kdy projekt končil a bylo zahajováno trestní řízení.

V první scéně je Blaník usazen v kavárně, má mírně pozměněnou vizáž a celá scéna je stylizována archivním laptopem a oblečením, které evokuje módu přelomu devadesátých let a nového tisíciletí.

šíření informací o proruské straně prostřednictvím světových médií.

¹¹⁹ Na klíčové slovo *opencard* nalezneme v databázi Newton Media k 25. 3. 2017 za období posledních pěti let celkem 15 082 zpráv. [52]

¹²⁰ „Opencard je systém multifunkční čipové karty pro obyvatele i návštěvníky Prahy. Kartu postupně vydával od roku 2006 pražský magistrát. Na podzim 2009 audit zjistil, že celý projekt je pro Prahu nevýhodný. Od 1. března 2016 proto úředníci vydávají novou pražskou tramvajenku pojmenovanou *Lítačka*.” [53]

¹²¹ Toto oslovení je odkazem na zveřejněné odposlechy BIS mezi Pavlem Bémem a Romanem Janouškem. Přezdívku *Kolibřík* používal Pavel Bém pro Romana Janouška, ale v tomto případě jím Blaník oslovuje právě Béma. [54]

¹²² Druhá narážka sloužící k identifikaci politického aktéra, která odkazuje na zálibu Pavla Béma v horské turistice.

Blaník v roce 2005: „Bude to taková malá červená kartička, rozumíš mi? No přesně, nebude to skoro nic umět, bude to normální tramvajenka. Ale strááášně drahá tramvajenka. Hehe. Hele a mělo by se jmenovat nák anglicky, aby to znělo světově. Opencard? Open jako otevřený. Jasně, otevřenej účet. Přesně tak, bude to takovej otevřenej účet pro nás pro všechny. Jo, dobrý.”

Ve druhé scéně vidíme Blaníka nervózně přecházet ve vnitrobloku domu, oblečeného do sportovní šust'ákové soupravy a s tenisovou raketou v ruce. Typické záběrování na boty v detailu zde výrazně kontrastuje s tím, že na rozdíl od scén v současnosti je obuv sportovní a nikoliv společenská.

Blaník v roce 2008: „Pavle klid, nerozčiluj se! Já vim, že vo tobě píšou hnusně v novinách, ale za to ještě nikdy nikoho nezavřeli. No tak jistě, že někoho zavrou, ale tebe rozhodně né. Samozřejmě, že to je předraženej. Ty prosimtě hlavně nic nevymejšlej. Poslouchej, co ti říkám, ano?”

Následně se Blaník v automobilu přesouvá zpět do své kanceláře a dokončuje hovor s Pavlem Bémem.

Blaník v roce 2014: „To je pořád dokola, prostě se neboj a věř mi. Tys přece nikdy nic nepodepsal, tak ať si s tím poradí ten cucák z Olomouce¹²³, když do toho křesla tak chtěl. Ty můžeš do nekonečna vyprávět, žes to neřídil, blablalba. Nezapomeň, že jsme to měli celý vod začátku vymyšlený. To, že si to voni podepisujou je jejich věc. Vzpomeň si na Svobodu¹²⁴.”

Po příchodu do Kanceláře na Blaník čeká Žížala s Lenkou, kteří s ním chtějí oslavit úspěch ohledně Opencard. Blaník do toho volá primátorovi Tomáši Hudečkovi, aby ho přiměl k vyjednávání s dodavatelem Opencard.

Blaník: „Dobrý den, pane primátore, u telefonu Antonín Blaník, Kanceláře Blaník. Já vám volám, abysme sladili notičky na červenou kartičku. <odmlka> Ahá, vám se nechce spolupracovat. Hmm. Tak podivej se, ty moravskej jelimane, ty seš pro mě úplný hovno, seš hovno na mý botě a vo hovnu rozhoduješ. Rozumíš mi? Zatimco ty si

¹²³ Tímto označením je zamýšlen Tomáš Hudeček, pražský primátor v letech 2013 - 2014.

¹²⁴ Dvojsmysl odkazující na jméno pražského primátora z let 2010 - 2013 Bohuslava Svobody.

někde studoval šutry¹²⁵, já jsem si tady rozjel kšeft, vo kterym se ti v tý vaší prdeli ani nesnilo. Ty máš teď dvě možnosti, ty tanečníku. Buďto podepíšeš a pudeš do tepláků, nebo nepodepíšeš a lidi tě umlátěj klackama. Víš proč, ty čůráku? Protože jim nebude fungovat tramvajenka. A jestli mi ještě jednou řekneš, že se mnou nehodláš spolupracovat, že se se mnou nehodláš bavit, tak ti uříznu koule, narvu ti je do držky a hodim to psům, rozumíš? Já jsem totiž legendární Tonda Blaník!”

Ve výrazném emocionálním výlevu přejde Blaník z přátelské a klidné roviny k výrazně expresivní mluvě, která se svou vulgaritou vymyká dokonce rámci běžnému v seriálu. S ukončením hovoru rozbije telefon hodem o zem. Zatímco by v takovém momentu divák očekával neúspěch Blaníkova konání, v následné animaci vidíme článek, který popisuje, že primátor Hudeček zahájil vyjednávání s dodavatelem eMoneyService. Jedná se o článek vystavěný na reálném základu.

Pokud se budeme zabývat jednotlivými aspekty, které tvůrci prostřednictvím satirického ztvárnění kritizují v této epizodě, je nutné začít u jejího samotného názvu, který má interpretativní charakter, neboť díky přesmyčce z *Opencard* na *Openrad* evokuje slovo *krádež*. Právě finanční úniky byly předmětem policejního vyšetřování v této kauze, ovšem nedošlo k odsouzení jednotlivých podezřelých aktérů.

Hlavní terč kritiky představuje Pavel Bém, který byl primátorem města v době, kdy se o Opencard začalo vyjednávat a kdy byla uvedena do provozu. Je na něj hned několikrát poukázáno jako na osobu, která - dramaturgicky samozřejmě v součinnosti s Blaníkem, ve skutečnosti pak s jinými lobbisty - je duchovním otcem myšlenky a zároveň z karty profituje. Vznesená obvinění mu ovšem nikdy nebyla dokázána, neboť nedošlo k naplnění skutková podstata trestného činu, jak Blaník ve fingoaných rozhovorech několikrát poukazuje.

¹²⁵ Tomáš Hudeček získal doktorát na Přírodovědecké fakultě Univerzity Karlovy v Praze.

5.3.3 Tunelový komplex Blanka

Rozsah¹²⁶ a trvání kauzy okolo otevření tunelu Blanka¹²⁷, která proslula několikerým odložením svého otevření a zároveň násobným nárůstem vynaložených nákladů z veřejných peněz, umožnil tvůrcům, aby se k tomuto tématu několikrát vrátili. Přímo jsou mu pak věnovány epizody zvané *Blanka (S01 E08)* a *Cykloblanka (S03 E06)*.

V dílu *Blanka* dochází k expozici tématu v telefonickém hovoru Blaník s Liborem, kde si Blaník stěžuje na dopravní situaci v Praze, a tak zjišťuje, kdy má být spuštěn provoz tunelového komplexu Blanka.

Blaník: „Hele kdy voni to maj vlastně otevřít? <pomlka> Ááááá? To budou ten tunel tunelovat do soudného dne nebo co? Musíme to popostrčit.”

Podle toho bychom mohli presuponovat Blaníkův osobní zájem na brzké spuštění provozu, který se ovšem změní ve chvíli, kdy mu svůj požadavek ve fiktivním hovoru předloží Tomio Okamura¹²⁸.

Blaník: „No nazdar ty žlutěj démone. Co se děje? Úsvit¹²⁹ dalších voleb je v nedohlednu, ne? A jó vlastně, na podzim jsou ty komunálky. No to sem čet', že seš oblíbenej politik. <pomlka> Fakt? To ti věřim, že si věříš! Byl bys první šikmoovej primátor v dějinách. Jo ty už to máš vymyšlený, ahá. No jasně, ten kdo otevře Blanku, vyžere všechnu slávu, to je logický. Takže jestli to chápu správně, de ti vo tu fotku s nůžkama. U tebe bych spíš čekal, že budeš pásku přetínat samurajským mečem. <pomlka> Promiň. Ale jak to chceš zdržet? Teď jsem mluvil s Liborem a maj to otevřít snad v září. <pomlka> Neboj, něco vymyslíme, vod toho jsme tady. Ale nebude to levný. Zvlášt', když to chceš hodit na Andreje. Hele já se zamyslím a dám

¹²⁶ V databázi Newton Media nalezneme na pojem *tunel Blanka* k 25. 3. 2017 celkem 15 510 výsledků. [55]

¹²⁷ Stavba tunelu byla schválena v roce 2006 tehdejším primátorem Pavlem Bémem. V původní plánu se kalkulovalo s otevřením v roce 2011 a cenou 21 miliard korun českých. K otevření nakonec došlo v září roku 2015 a celková cena dosáhla přes 42 miliard korun českých. [56]

¹²⁸ *Tomio Okamura* je český politik japonského původu, aktuálně stojící v čele hnutí *Strana přímé demokracie*., který mimo jiné ostře vystupuje proti imigraci.

vědět, jo? Čau.”

Následně volá Blaník Liborovi, aby mu sdělil změnu svého stanoviska a zjišťuje od něj genezi názvu tunelového komplexu. Poté, co se dozví, že vychází jako ženské jméno začínající stejným písmem z názvu pražské čtvrti Bubeneč, rozvine svůj nápad, aby se tunel pojmenoval po manželce Andreje Babiše, Monice. Což by nutně znamenalo jeho prodloužení.

Blaník: „No sakra Žížalo kde seš? Máš bejt dávno v práci!”

Žížala: „V zácpě.”

Blaník: „Potřebujeme založit vobčanský sdružení.”

Žížala: „Jaký občanský sdružení? Nechceme Blanku? A co teda chceme? Moniku? A proč? Aby to mohlo vést přes Motol? Vždyť by se to muselo celý přestavět.”

Blaník: „Ale prosimtě, nic se přestavovat nebude, bude se jenom mlžit. Mlžit a zdržovat až do komunálek, to je celý.”

Žížala: „Jeho žena se jmenuje Monika. Takže to chce on? <pomlka> Ahá, má to vypadat, jako že to chce on. Jasně, jasně, chápu.”

Na to se pomocí titulku, který imituje vzhled facebookové stránky, představuje profil iniciativy *Nechceme Blanku, chceme Moniku*. V reakci na to volá Blaníkovi rozzuřený Andrej Babiš, který iniciuje, aby se sdružení přejmenovalo. Blaník mu nabídne přejmenování, ale doporučí mu, aby si mediální servis zařídil sám. Nové hnutí je nazváno *Blanka nikdy, musí to být Jana*, podle manželky Pavla Bělobrádky Jany s tím, že trasa tunelu má vést do Jinonic. Následně si Blaník předvolá prezidentská kancelář ke schůzce na Hradě, ze které se vrací ve výrazně podnapilém stavu a diktuje Žížalovi nové zadání.

¹²⁹ Odkaz na název hnutí *Úsvit přímé demokracie*, které Tomio Okamura jako 1. předseda reprezentoval

Blaník: „No co čumíš jako tele? Základáme nový vobčanský sdružení. Jeho dcera se jmenuje Kačenka, takže si vyber. Bud' Blanka povede do Komořan nebo do Kobylis.”

Vzniká tak třetí varianta názvu sdružení, tentokrát *Jana ani Monika, chceme Katku*.

Vedle bazální kritiky zdražení celého projektu a simultánně probíhajícího odkládání otevření najdeme v tomto díle několik satirickou formou kritizovaných rovin. V případě Tomia Okamury je jí podroben jeho silně nacionalistický přístup, u Andreje Babiše je to poukázání na jeho mediální moc, která mu umožňuje oslovovat prostřednictvím vlastněných titulů významnou část veřejnosti a v případě Miloše Zemana se tvůrci orientují na kritiku touhy po moci a naplňování vlastních cílů za veřejné peníze. Implicitně komunikovaným tématem je také pozitivní vztah hlavy státu k alkoholu.

V epizodě *Cykloblanka* se tvůrci dívají na stejné téma jiným prizmatem. Díl začíná telefonickým hovorem Blaníka s představitelem společnosti Kapsch¹³⁰. Můžeme si povšimnout dvou nestandardních věcí, zaprvé, že mu vyká, a zadruhé, že po příchodu do kanceláře identifikuje telefonujícího. Důvodem k tomu je nutnost jít vstříc pochopení diváka, které by v tomto případě nemohlo vzejít pouze z křestního jména představitele na druhém konci linky

Blaník: „No dobrý den. Jsem si říkal, kdy se vozvete. Já vim, je to strašný, těch deset let uteklo jak voda. No ale to se nedivte, že vás už nechce, když ste si účtovali skoro 135 mega za jednu mýtnou bránu. Já něco vymyslím, nebojte.”

Lenka: „Kafe?”

Blaník: „Porada! Kapsch se bojí, že Ťok¹³¹ vypíše tendr a vodstaví ho vod lizu.”

Řešením, se kterým přijde Blaníkův tým, je obvinít samotného ministra

do roku 2015, tedy i v době vzniku daného dílu pořadu Kancelář Blaník.

¹³⁰ Skupina *Kapsch* je celosvětově působící firma zabývající se provozem mýtných systémů, poskytováním telekomunikačních řešení a ICT služeb. [57]

dopravy Ťoka z korupce ještě za doby, kdy působil ve společnost SAZKA. Negativní obraz v médiích, demonstrováný divákovi standardní technikou insertu fiktivního článku, vyvolá reakci u samotného ministra, který zavolá Blaníkovi s radou o pomoc. Ten se mu rozhodne sehnat kladné body výměnou za to, že nestihne vypsát nový tendr a společnost Kapsch bude moci pokračovat ve své činnosti. Jako nejlepší se k tomu jeví možnost dostavět dálnici D8, a tak, aby odlákali pozornost ekologických aktivistů blokujících pokračování této stavby, uspořádají jim workshop v největší kryté cyklostezce na světě, kterou je tunel Blanka.

Happening se podaří a Blaník tak volá ministru Ťokovi, aby mu sdělil, že může pokračovat se stavbou dálnice D8. Ten mu ovšem sdělí, že tendr nakonec ministerstvo vypíše přímo ve spolupráci s firmou Kapsch.

Blaník: „Ťoky, Ťok, pane ministře. Tak D8 je volná. Jo, vodklonil jsem to z Lovosic do Blanky, teď tady budou jezdit až do zblbnutí dokavad' jim nevypnu světla. <pomlka> Cože? Jak zbytečný? Cože? Di do prdele! Vy ste vypsali s Kapschem tendr? Jo vy si myslíte, že beze mě to bude celý levnější? Ale tak to ste se asi posrali v kině, ne? Haló! Ťoku kurva! Ťoku vole! Nepokládej to ty čuráku!”

Kritice je podroben především klientelismus, reprezentovaný možností, aby se soukromá společnost přímo zainteresovaná v celém procesu podílela na vypsání tendru a definování jeho podmínek. Samotné jednání pak proběhlo i začalo v ten samý den, neděli, což znemožnilo konkurenci jakkoliv participovat na soutěži. To zajistilo společnosti Kapsch možnost provozovat mýto na další tři roky. [58] Co se týče samotné Blanky, tvůrci využili k natáčení reálnou akci, která měla upozornit na málo benevolentní přístup Prahy k cyklistům a během níž projelo dokončeným, ale stále neotevřeným tunelem přibližně 5 000 cyklistů. [59]

Pomocí toho, že Blaník pojmenovává Blanku jako největší krytou cyklostezku na světě, tak dochází k satirické absurdizaci a parodii na její zamýšlený účel, ergo kritice neschopnosti oficialit tunel dokončit a otevřít.

¹³¹ Dan Ťok je od roku 2014 ministrem dopravy České republiky.

Můžeme tedy vidět, že vleklé téma ohledně otevření tunelu Blanka dokázali tvůrci využít k rozdílným zpracováním problematiky a satirizaci odlišných politických jevů.

5.3.4 Čapí hnízdo

Díl věnovaný problematice stavby ubytovacího resortu¹³² ministra financí Andreje Babiše, zvaný prostě Čapí hnízdo, se stal nejsledovanějším dílem čtvrté řady pořadu, který zhlédlo 892 329 diváků. [60] Problematickým bodem celého projektu je žádost o dotaci v hodnotě 50 milionů Kč a její následné schválení Středočeským krajem v roce 2008, a to přes porušení regulí Evropské unie uvedením nepravdivých údajů. Přes otevření kauzy v roce 2015 dosud nepadl pravomocný rozsudek. [61]

V úvodní scéně volá ve fiktivním rozhovoru Blaníkovi sám Andrej Babiš, aby si po něm vyžádal podklady pro chystaný audit okolo stavby. Divákovi je tak představeno téma dílu a zároveň s tím také role Tondy Blaníka v celé aféře.

Blaník: „Nazdar Andreji, jak ti dupou králíci? Jaký čapí? Králíci říkám. Ale to se jenom tak říká. <pomlka> Co potřebuješ? Jo Čapí hnízdo, už tomu rozumím. Ty vole, tam jsem nebyl ani nepamatuju. Audit? No to vím, že jsem ty faktury tenkrát dělal já. <pomlka> Aha, tak to smrdí. Já se na to kouknu a dám vědět. <pomlka> Andreji, říkej rychle za sebou čapí. Hehehe, sám seš piča, vole. Dovi!”

Po příchodu do kanceláře potom Blaník prochází šanon s fakturami a následně fingovaně volá Babišovi, přičemž během hovoru odhaluje divákovi skutkovou podstatu problému a satirizací vystavuje osobu Andreje Babiše.

Blaník: „Zdravstvuj, Andrejko. Tak jsem na to kouknul a vypadá to, že jsme spáchali dotační podvod, ty kluku. No přesně, kdo by to do nás řekl. Hele vo nic moc nejde, my jsme totiž na konci roku 2009 předložili faktury vod tý společnosti, co to stavěla, ale proplatili jsme to až následující rok z těch dotačních peněz. <pomlka> No samozřejmě, že se to nesmí, nedělej, že se nevyznáš v dotacích, ty vole. Voni nám pak dali nákou pokutu, ale já jsem zařídil, že nám ji zase prominuli. <pomlka> No nic, hele máš dvoje noviny, tak tam votiskni, že to bylo v richtigu a vono to usne. Nooo!”

Tvůrci se v této pasáži zaměřují především na demonstraci mlžení ministra financí ohledně samotného vlastnictví i podání žádosti o dotaci, kterou ilustruje Blaník tím, že na jeho domnělou nevědomost ohledně legality využitého postupu poukazuje jako na skutečnost, která musí být osobě v jeho postavení známá. Doplnujícím motivem je pak poukázání na vlastnictví médií v koncernu MAFRA a vyslovené doporučení Blaníka k jejich ovlivňování ve prospěch vlastních zájmů.

Řešením, které nakonec Tonda Blaník vymyslí, je zbudování uprchlického tábora v Čapím hnízdu, na což získá Andrej Babiš další dotace ze zdrojů Evropské unie a následně též Nobelovu cenu míru za řešení uprchlické krize. Tradičně je v ději kataraktické vyústění zakomponováno pomocí falešných novinových článků.

Tenká linie mezi fabulací a realitou, jejichž kombinaci tvůrci využívají, může být u nepoučeného či kontextu neznalého diváka překážkou k pochopení celého sdělení tohoto dílu, neboť mu může bránit v jejich rozlišení, na druhé straně však slouží jako výrazný projev absurdizace, která v ději graduje jasnou hyperbolou. To můžeme považovat za umělecké vyjádření faktu, že tvůrci považují už samotnou výchozí, tedy reálnou, situaci za absurdní *per se*.

5.4 Zobrazení významných politických kauz v pořadu Kancelář Blaník

Vedle soustředění se na jednotlivé kauzy můžeme mezi opakující se rysy počítat též zahrnutí významných politických aktérů, kteří jsou satirizací podrobováni kritice tvůrců. Je třeba podotknout, že takovéto osobnosti jako ústřední motiv přispívají k vysoké sledovanosti daných dílů. Nejsledovanějším dílem první série byl pilotní díl, který nebyl zastřešen konkrétní kauzou či osobností, v druhé série už to ale byla epizoda *Krtek a ku**a* s osobností Miloše Zemana, ve třetí řadě díl *Biobabiš* a ve čtvrté *Čapí hnízdo*, obě centralizované okolo Andreje Babiše.

K těmto dvěma politikům v rámci rozborů této kapitoly přidávám ještě pražskou primátorku Adrianu Krnáčovou, jež se též stala opakovaným a divácky

¹³² Dostupné z <http://www.capihnizdo.cz/cz/o-capim-hnizde/>

populárním motivem.

5.4.1 Miloš Zeman

Prezident České republiky je častým terčem kritiky. Nahrává tomu mediální exponování jeho osoby a množství afér, ve kterých byl během svého funkčního období činný, jakožto apriorních spouštěčů satiry. Pokud bychom měli definovat stěžejní pilíře, jež jsou skrze satirizaci kritizovány, je potřebné zmínit alkoholismus, příklon k ruské a čínské politice a jeho blízké spolupracovníky.

5.4.1.1 Alkoholismus

Vztah prezidenta Miloše Zemana k alkoholu je hojným tématem satirizace a nejinak funguje tato oblast v Kanceláři Blaník. S narážkami se proto setkáváme v mnoha epizodách, byť jejich apriorní zájem je zpravidla jiný.

Hned v první epizodě, zvané *Narozeniny (S01 E01)*, která se věnuje oslavě Blaníkových narozenin a zároveň slouží k expozici postav a politických konexí, se retrospektivně vracíme k telefonické hovoru Tondy Blaníka s prezidentskou kanceláří, který se odehrává bezprostředně po návštěvě korunovačních klenotů, při níž měl Miloš Zeman problémy se stabilitou po údajné předchozí návštěvě ruské ambasády.

Blaník: „To jste natvrdlý nebo co? Vždyť jsem vám říkal, ať nepije tvrdej! Voni jsou prostě jiná liga. No stalo se, vod toho jsme tady, jasně. Né, to je blbost, Alzheimer ne. Zuby? Taky blbost. <pomlka> Hele, co třeba viróza?! No, náká zmutovaná. To sou dneska hrozný potvory.”

Za další příklad nám může posloužit díl *Krtek a ku**a (S02 E08)*, věnovaný státnické návštěvě Číny.

Blaník: „Nazdar Miloši. Tak jak je? <pomlka> Jaký kurvy? No jo, tak seš ve vládním speciálu, tam jiný kurvy než Forejta a Mynáře neseženeš. <pomlka> Odreagovat? Tak si dej panáka, ne? Jo, schovávaj ti ho. To jsou teda kurvy.”

Stejně tak nalezneme narážky na alkoholismus v epizodě *Zeman je gentleman* (S03 E08), která se primárně zabývá výroky¹³³ prezidenta republiky na adresu novináře Ferdinanda Peroutky¹³⁴.

Blaník: „Pod tlakem? Von neni pod tlakem. Von je určitě jako vždycky pod parou. <pomlka> Starosti? Jaký starosti? No jo, jasně, Mynář. Plán, prověrka, vila, to je pořád dokola. Maminko, tak ať udělá to co vždycky, ať řekne nějakou kravinu a má zas na pár měsíců klid.”

V díle *Miloš* (S04 E09) se Blaník ocitl ve vězení a hledá cestu ven. Napadne jej proto zařídit si přes přátelské vztahy amnestii u prezidenta republiky. Volá proto své matce, aby na něj apelovala, je ovšem odmítnut, neboť ten přestal pít a je si tak údajně vědom toho, co prohlašuje.

Blaník: „Ahoj mami! No to jsem já, tvůj skutečnej syn. No, Toník. No já jsem si vzpomněl, že už jsem ti dlouho nevolal. No ano, to jsi četla v novinách správně, že jsem zavřenej. Ne, nemusíš mi sem nosit šišky s mákem. Ale něco bys pro mě udělat mohla. Co kdybys Miloše přesvědčila, aby mi udělil milost? Já vim, že se na mě zlobí, ale... <pomlka> Von kvůli tobě nepije. To je hezký. Tim pádem si pamatuje, co říká, aha.”

Vedle těchto příkladů bychom našli ještě několik dalších, kdy se postavy v dialogu zmiňují o prezidentově pití. Tento kontext je brán jako sdílený, nikdy tedy postavy nedostávají výrazný prostor k explikaci a pracuje se předpochopením na straně diváka.

¹³³ Miloš Zeman prohlásil, že v časopise *Přítomnost* vyšel článek Ferdinanda Peroutky, v němž publicista zmiňuje, že „Hitler byl gentleman”, jeho existenci ovšem nikdy nedoložil. Na Zemana byla podána žaloba, nicméně soudní spor stále není u svého definitivního konce. [62]

¹³⁴ Ferdinand Peroutka (1895 - 1978) byl český publicista, spisovatel a dramatik. V průběhu druhé světové války byl internován v koncentračních táborech Dachau a Buchenwald.

5.4.1.2 Příklon k Rusku a Číně

Blízké pouto prezidenta k Rusku je několikrát naznačeno jak prostřednictvím sítě jeho spolupracovníků, viz *Kapitola 5.4.1.3*, tak i v případě chování Miloše Zemana samotného. Například v dílu zvaném *Gripeny (S01 E05)*, kde se rozebírá výjimečné vymezení se českého prezidenta vůči expanzivním krokům Vladimira Putina, Blaník kontruje tím, že bylo potřeba takové akce, „aby nikdo nepochyboval, že není ruskej agent.“ Tím tvůrci implicitně poukazují na to, že mnohé předchozí prezidentovo chování bylo výrazně proruského charakteru.

Zemanova návštěva vojenské přehlídky v Moskvě je potom kritizována v rámci dílu *Zeman je gentleman (S03 E08)*, kdy se novinový titulok s touto zprávou objeví jako rezultat poté, co Blaník telefonicky radí matce, aby prezident zkrátka udělal nějakou ostudu a nikdo se tak nestaral o Peroutkův článek. Následně volá znepokojený Tonda Blaník s matkou znovu.

Blaník: „Ne, mami, na vojenskou přehlídku Miloš fakt nemůže. Já vim, že rusáci maj krásný velký placatý čepice, ale to fakt nejde, nemůže stát na jedný tribuně s Kimem. <pomlka> Ano, Kim nemá žádnou čepici, ale je to maminko doprdele diktátor! No tak bude dělat něco jinýho, na přehlídku prostě nepude. Nepude maminko, ahoj!”

Za nejexponovanější kritiku prezidentova otevřeného vztahu k Čínské lidové republice můžeme považovat epizodu zvanou *Krtek a ku**a (S02 E08)*, která usouvztažňuje vnímané názorové souznění s tamějšími politickými špičkami a zároveň klientelismem jako takovým, jenž zde reprezentuje osoba Petra Kellnera.

Blaník: „Pane Kellnere, vy mluvíte strašně v náznacích. Co přesně potřebujete, aby Miloše udělal? <pomlka> No, teď už tomu rozumim. Vy prostě potřebujete, aby Číňanům vylízal prdele, je to tak? Ale to je miliarda prdelí, to bude drahý.”

Později probíhá fingovaný rozhovor Blaníka samotnému Zemanovi.

Blaník: „Miloši, co je to za otázku? Je to hned vedle Ruska, maj podobnou vlajku, sou tam komunisti, dyť to máš rád. No to já vim, že ti Tvrdík dovezl Číňany až na Hrad, ale těch bylo jenom pětset. Když zajedeš ty za nima, tak jich bude miliarda. Program? Budeš jim lízat prdele, nic víc.”

V díle 熊猫获胜! (S04 E14) objeví Tonda Blaník v blanické hoře novou prezidentskou standartu s textem v čínštině, který říká „Panda vítězí!”.

Obr. 12: Snímek fiktivního novinového článku z epizody 熊猫获胜!



5.4.1.3 Blízcí spolupracovníci

Tak jako kritiky samotné osobnosti prezidenta republiky, směřuje i zaměření se na jeho blízké spolupracovníky k osobě Miloše Zemana jako takové, především z důvodu ovlivnitelnosti a nekompetentnosti při jejich výběr.

Díl zvaný *Prověrka pro kancléře* (S02 E06) řeší problematický proces ohledně udělení bezpečnostní prověrky kancléři *Vratislavu Mynářovi*¹³⁵, přičemž kritizována je jeho nejasná minulost, včetně samotného dosazení do funkce.

Blaník: „Já toho chlapa skoro neznám. Přilepil se na Miloše na nějakym mejdanu ve sklípku na Moravě a vod tý doby se ho drží jako hovno košile.”

Žížala: „Tak proč mu teda tu prověrku budeme shánět?”

Blaník: „Aby Miloš viděl, že se beze mě neobejde, ty jarmile!”

Dále tvůrci akcentují Mynářovo pravděpodobné napojení na ruskou síť kontaktů a finanční machinace. [63]

Blaník: „Dělám na tom, ale do kdy to potřebujete? <pomlka> No to si děláte srandu, to nejde stihnout, ten chlap má za sebou svinčák, že to svět neviděl. Jenom co jsem našel normálně veřejně, to jsou podvody s dotacema, napojení na rusáky, praní peněz. Buďte rádi, že není v kriminále. < pomla> Samozřejmě, vim, že je to pro pana prezidenta. <bouchne telefonem o zem> Do hajzlu, ten Miloš má fakt unikátní pach na zmrdy.”

Řediteli odboru protokolu kanceláře republiky *Jindřichu Forejtovi*¹³⁶ se věnuje především epizoda zvaná *Forejtovo video (S05 E03)*, publikovaná 15. ledna 2017. Hybatelem děje je zde videozáznam, zveřejněný na konci roku 2016, na němž je zachycen při užívání drog a paralelním zařizování pracovních úkonů za účasti jiných osob, což lze obojí považovat za státní bezpečnostní riziko. [64] Vzhledem k tomu, že původce videa není veřejnosti znám, tvůrci Kanceláře Blaník pracovali s dlouhodobou dějovou linkou Blaníkovy matky jako osoby blízké prezidentovi a zároveň i autorovi videa.

Blaník: „Nazdar Forprejte, jak si mlaskáš? Seš doma a užíváš dovolený, haha? <pomlka> Promiň, já vim, že tě hodili přes palubu. Jasně, ani na ZaMini¹³⁷ už tě nikdo nechce. No to je pravda, že si to máma natočila. Vona nevěřila vlastním vočím, tak si to natočila, jestli nemá vidiny. Jo ty z toho máš vokno? Tak ti to pusť na Hlídacim psovi¹³⁸, já mu to dal hned sežrat, kšeft je kšeft, ne?”

Pro hyperbolizaci příběhu si Blaník po přehrání videa přivolá do kanceláře exorcistu, což můžeme zároveň vnímat jako odkaz na Forejtovu římskokatolickou náboženskou orientaci.

¹³⁵ Vratislav Mynář je podnikatel a politik, který byl od roku 2010 do roku 2013 2. místopředsedou *Strany práv občanů Zemanovci*, od března roku 2013 potom vedoucí Kanceláře prezidenta republiky.

¹³⁶ Jindřich Forejt působil od roku 2004 do roku 2016 jako ředitel odboru kanceláře republiky, pod prezidenty Václavem Klausem a Milošem Zemanem.

¹³⁷ Slangové označení Ministerstva zahraničí, kde Jindřich Forejt taktéž pracovníčně působil.

¹³⁸ Zmiňovaný portál HlidaciPes.org sám sebe označuje následujícími slovy: „Žurnalistika ve veřejném zájmu je prvním projektem Ústavu nezávislé žurnalistiky. Jde o webovou publikační platformu Ústavu, na které jsou umístěovány výsledky práce našich i spolupracujících redaktorů.” [65]

Mluvčí prezidenta *Jiří Ovčáček*¹³⁹ je potom hlavní postavou epizody zvané *Viróza Ovčáček (S03 E14)*, v níž hostuje herec Pavel Liška (*Viz Kapitola 5.1.1*). Alegorie tohoto dílu je postavená na podobnosti obou aktérů, která Pavlu Liškovi údajně ztěžuje život tím, že si lidé myslí, že je stejný jako on a své idioty pouze nehraje, ale skutečně jedním z nich je.

Liška: „No tak jsem přišel za vámi, jestli byste nemohl nějak zalobovat, já nevím, jaký máte možnosti, aby ten Ovčáček aspoň neplácal takový hovadiny, mně by to strašně pomohlo.”

Blaník: „Na to, abyste někoho zloboval, musíte mít šanci se s nim na něčem domluvit. To s Ovčáčkem nejde.”

Blaník proto připodobní Pavla Lišku brýlemi a oblekem Jiřímu Ovčáčkovi a vyše jej na fiktivní rozhovor k Martinu Veselovskému do DVTV, aby na otázky ohledně prezidenta odpovídal dle selského rozumu a tedy dokázal, že Ovčáček nemluví nesmysly. Liška se ovšem vlomí do role natolik, že selže a odpovídá naprosto stejným způsobem jako on.

Blaník: „Počkejte, to nechápu. Co myslíte tím, že je to stejný, jako když chytíte chřipku?”

Liška: „No je to jako bacil. Když vás někdo osloví pane Ovčáčku, tak začnete blábolit nesmysly.”

Poukázání na nelogičnost výpovědí prezidentského mluvčího, jejich absurditu a manipulativnost, je v tomto případě velmi přímé a explicitní a opět jej můžeme, vedle kritiky samotného Jiřího Ovčáčka, považovat též za satirizování samotného Zemana jakožto původce excesů.

¹³⁹ Jiří Ovčáček je novinář, ředitel Tiskového odboru Kanceláře republiky a tiskový mluvčí prezidenta Miloše Zemana.

5.4.2 Andrej Babiš

Aktuální 1. místopředseda vlády ČR a Ministr financí, jímž je slovenský podnikatel Andrej Babiš, představuje již od založení hnutí ANO významnou politickou figuru. Na jedné straně mu obratný politický marketing a populistické směřování přinášejí prvenství jeho strany na českém trhu, na druhé však vlastnictví mediální skupiny MAFRA, minulost spojená se Státní bezpečností či rozpor mezi veřejnou funkcí a soukromým podnikáním tvoří živnou půdu pro politickou satiru.

Například v epizodě *NE pro Prahu (S02 E02)*, věnované sestavování pražské kandidátky politického hnutí ANO, probíhá dialog mezi Blaníkem a Žižalou, věnovaný rozporu mezi Andrejem Babišem a Radmilou Kleslovou¹⁴⁰.

Blaník: „Babiš je estébák, Kleslová je estébák. Babiš má svůj byznys, Kleslová má svůj byznys. To znamená co?“

Žižala: „Že jsou to hajzlové?“

Blaník: „To znamená, že si ti dva vzájemně nepolezou do zelí. Zachovaj se podle pravidla můj byznys, tvůj byznys.“

V témž díle Blaník parafrázuje při fiktivním telefonním rozhovoru s Babišem předvolební heslo jeho strany *Nejsme jako politici, makáme na Nejsme jako politici, mrdáme*. Později si Blaník pozve hostující Ivu Kubelkovou, již vybral jako vhodnou kandidátku na pražskou primátorku.

Blaník: „Já sháním pro pana Babiše kandidátku na primátora Prahy a nám se zdáte jako nejvhodnější.“

Kubelková: „Jako že jsem hezká?“

Blaník: „Jo!“

Kubelková: „No já nevím, já jsem přece jenom modelka. Jsem zvyklá na takový ty patronáty a tak.“

¹⁴⁰ *Radmila Kleslová*, bývalá místopředsedkyně hnutí ANO, v letech 2010 - 2014 místostarostka, později do roku 2016 starostka Městské části Praha 10.

Blaník: „Podívejte, ono je to takhle. Pan Babiš by si to stejně potom výkonně řídil sám. To je to samý jako s panem Stropnickým. My zkrátka jenom sháníme někoho sympatickýho, krásnýho, komu by lidi dali hlasy.“

V jednom dílu tak můžeme vypozerovat satirickou kritiku několika stěžejních bodů Babišovy politické působnosti. Zaprvé se dotýká minulosti zatížené členstvím v StB, kterou prošlo i několik dalších členů jeho strany, zadruhé zesměšnění hesla *Nejsme jako politici, makáme*, které Blaník nejprve expresivně upraví a později se odvolává, že kmotři nejsou jako politici, protože na rozdíl od nich makají, zatřetí pak Babišův způsob dosazování kandidátů, z nichž mnozí nejsou z hlediska svých zkušeností adekvátní dané politické pozici a Andrej Babiš proto jejich prostřednictvím může snáze manipulovat s danými resorty, jako kupříkladu vzpomínaný Martin Stropnický na pozici ministra obrany.

Dalším dílem, jehož hlavní postavou je Andrej Babiš, je druhý díl třetí série zvaný *Biobabiš*. Jeho synopse je následující. „Andrej má problém. Lidi pomalu zjistili, že kuře za týden nevyroste a že ty agrofertí průmyslové chemické hnusy už nechtějí jíst. To je najednou samé bio, farmářské trhy, domácí strava, lokální produkty, sezónní zelenina. Tonda musí vrátit Andreje na výsluní potravinářského trhu...“ [66]

V typické úvodní scéně probíhá fiktivní telefonický rozhovor mezi Babišem a Blaníkem.

Blaník: „Nazdar Andreji, jakej byl víkend? Byls ve Francii? <pomlka> Kde že jsi byl? Na farmářským trhu? Tyvole, cos tam dělal panebože? No to vim, že to teď frčí. Jo takle, lidi už nechtějí žrát ty tvoje sračky. To je mi tě líto. Hele ale to byla otázka času, kdy lidi přijdou na to, že kuře za tejdén prostě nevyroste. No můžu s tím zkusit něco udělat, ale nevim, jak nutit lidi, aby žrali něco, co jim nechutná.“

Blaník poté spolu s Žížalou a Lenkou řeší, jakým způsobem by měl Babiš modifikovat svoje podnikání v potravinářství, aby vyhověl aktuálním stravovacím trendům a byznysové prosperitě. Neuspějí ani s návrhem na pěstování řepky olejky ani s přeticketováním klasických výrobků na bio kvalitu, protože oboje už Babiš údajně provozuje. Nakonec tak přijdou s nápadem šíšlat. Z babiččiných produktů se tak stávají výrobky od Babišky.

Obr. 13: Snímek fiktivní grafické podoby Blaníkem vytvořených produktů



Spolu s tím jim také hostující kapela Mňága a Žďorp pro Andreje Babiše složí novou hudební znělku, která má apelovat na veselí a českost.

Mňága a Žďorp:

„Vodníci, víly, skřeti, čert,
tady jsme doma, to je Agrofert,
ovečky, pejsek a kočička,
v náručí vítá nás Babiška,
v náručí vítá nás Babiška.”

V závěrečných titulcích vidíme pomocí grafiky znázorněné nové fiktivní produkty jako mouku Babišina volba, frgále od Babišky či knížku Boženy Němcové Babiška.

Tato epizoda se v rámci těch věnovaných osobnosti Andreje Babiše částečně vymyká ze schématu, neboť se mu nevěnuje na úrovni politické, nýbrž podnikatelské. Převážně se tak řeší Agrofert a jeho dceřiné společnosti v návaznosti na kvality

potravinářských produktů. Na širší společenské úrovni je to pak také zpochybňování přínosu a rozdílnosti v kvalitě vybraných biopotravin a s tím spojených kritérií nastavených k jejímu dosažení.

Hranici soukromého podnikání a veřejné funkce řeší také díl zvaný *Stát jako firma (S03 E10)*, pojmenovaný rovněž podle jednoho z volebních hesel Andreje Babiše. Na jeho počátku stojí požadavek na Blaníka, aby upravil novelu zákona o biopalivech. Ten se to rozhodne řešit pomocí dodatku, jehož podstatu potom ve fiktivním hovoru vysvětluje Babišovi.

Blaník: „Ježišmarjá, vod toho právě máme ty přílepy! Když se schvaluje novela nějakýho zákona, tak si k tomu na poslední chvíli přilepíš, co chceš. <pomlka> No jasně, ty jelita to stejně nečtou. <pomlka> Nevim, kdyby například našli v těch tvejch párkách uran, tak se prostě vymyslí dodatek k zákonu, že párky musej obsahovat uran a seš úplně v klidu. No, můžeš si dělat, co chceš, tak se trochu raduj. Čus.”

Druhý den mu ale Babiš volá znovu, aby Blaník po dlouhém rozhovoru zjistil, že tím, co je trápí, je demokracie. Nechá proto Žížalu s Lenkou zpracovat prezentaci o aktuálních politických preferencích veřejnosti.

Žížala: „Z toho grafu, co tady vidíme, je patrný, že ANO průběžně vede volební průzkumy, takže by volby nejspíš vyhráli. A pak je tady další zajímavěj průzkum, a sice že 52 % lidí si myslí, že Babiš je ve střetu zájmů.”

Blaník: „Počkej, takže víc než polovina tohohle národa si myslí, že Andrej je ve střetu zájmů, a stejně jsou ho ochotný nechat vyhrát volby?”

Žížala: „Přesně tak!”

Blaník: „Ty lidi jsou fakt blbý.”

Diskuzí se tak dostávají k tomu, že je ideální příležitost, aby se v dalších volbách stal Babiš premiérem. Což ovšem Blaník nepovažuje za jeho vysněnou metu.

Blaník: „To je sice hezký, ale Andreje nesere to, že není premiér. Andreje sere celej systém. Serou ho náměstci, serou ho dohody, serou ho schvalovací procesy, serou ho rozpravy, sere ho zkrátka úplně všechno. Když mi volal, tak dvakrát omylem řekl

místo občani zaměstnanci. Nejvíc mu vadí, že nemůže propouštět, když mu někdo vadí.”

Lenka: „Prostě stát jako firma.”

Na základě tohoto hesla se tak Tonda Blaník rozhodne vytvořit svůj nejdůležitější dodatek, a to k Ústavě České republiky. Epizoda končí jako tradičně zobrazením fiktivního novinového titulku, který hlásá, že se Andrej Babiš stal majoritním akcionářem firmy Česká republika.

Obr. 14: Snímek fiktivního novinového článku z epizody *Stát jako firma*



Kritickou rovinu tohoto dílu můžeme shledávat především na úrovni dichotomické role Andreje Babiše, díky které mu z veřejné funkce plynou výhody pro jeho podnikatelskou činnost. Zároveň je negativně hodnocen přístup elektorátu, který sice na jedné straně v nadpoloviční většině vnímá jeho střet zájmů, na druhé straně ovšem opakovaně jeho stranu volí.

Další díl, jehož děj se odehrává okolo postavy Andreje Babiše, zvaný *Čapí hnízdo*, jsem rozebíral již v *Kapitole 5.3.4* jakožto samostatně stojící kauzu.

5.4.3 Adriana Krnáčová

Poslední z osobností, kterým se budu v této kapitole věnovat, je Adriana Krnáčová, členka politického hnutí ANO a od roku 2014 primátorka hlavního města Prahy. Právě tato funkce jí vynesla eskalovanou pozornost médií, která se odráží též v zastoupení politickou satirou.

Přestože je díl Krtek a ku**a (S02 E08) věnován především prezidentovi Miloši Zemanovi, najdeme v něm také narážku na Krnáčovou, a to ve chvíli, kdy Blaníkovi asistenti prezentují návrh na symboly vřelého česko-čínského vztahu.

Blaník: „Vy jste se fakt úplně posrali. Tohle má bejt symbol přátelství? No co udělá lev s pandou? No sežere ji. My jsme pidistát, my si nemůžeme dovolit nasrat miliardu lidí. To musí bejt něco mírumilovnýho.“

Žižala: „A co panda a Manka?“

Blaník: „Jasně a narodí se jim pandisek ty vole. Kurva, to chce něco jako český. Chápete? Ale anglicky, protože je to pro Číňany.“

Lenka: „Takže ne český, ale czech.“

Žižala: „Kртеček. Krte-czech.“

Blaník: „Jo ty vole! To je symbolický. Krtek a panda.“

Lenka: „Ale to se jim pak narodí Krnda.“

Blaník: „Lenko, tohle si nechte od cesty. My víme, že vy víte, že se tak na magistrátu říká Krnáčový.“

Zatímco satirickým prizmatem nemůžeme v této zmínce vypořádat kritickou myšlenku směrem ke Krnáčové, tvůrci pořadu tím zavádějí do slovníku diváků, potažmo svého, novou přezdívku pražské primátorky, kterou využijí hned vzápětí znovu, a to ve dvanáctém dílu druhé řady, který je nazván *Prostě Krnda*. Synopse dílu z prosince roku 2014 říká: „Prahu poprvé vede žena. Žena, která prostě nemluví. Andrej si s Adrianou prostě neví rady. A navíc s ní taky nikdy nemluvil. V ANO se zkrátka mezi sebou domlouvají jen skrz billboardy. A to se musí využít! Jak zahltit

historickou část Prahy Krndou na billboardech, to je nová výzva pro Tondu Blaníka. A on to prostě dokáže.”

V typizované úvodní scéně fingovaně volá Blaníkovi Andrej Babiš, který po něm požaduje, aby vymyslel, jak vylepšit projev Krnáčové směrem k veřejnosti.

Blaník: „Volal Andrej. Krnda je úplně v prdeli. Sedí na radnici a nic neříká.“

Žižala: „Jako na ten kolaps dopravy?“

Blaník: „Vůbec nic neříká!“

Žižala: „Takže máme ty Krnáčový vymyslet nějaký program?“

Blaník: „Ne, program ne, to je moc složitý. To by nedala. Navíc jejich program byl, že nemaj program.“

Žižala: „A máme nějaký její starší výroky, o který se můžeme opřít?“

Blaník: „Právě, že vůbec nic. Ta ženská nikdy nic nikde neřekla. Když na ní věšeli ten řetěz, tak nedokázala ani říct, jak se jmenuje. To je furt akorát *Prostě na to dohlídne, Prostě ho postavíme, prostě, prostě, prostě*. To je úplně na hovno.“

V této epizodě tedy naopak prvky kritiky můžeme vyčíst zcela zřetelně jako absenci vlastního politického názoru a s tím související snadnou manipulovatelnost ze strany ostatních, především pak předsedy strany Andreje Babiše. Tím je samozřejmě kritika namířena i na něj za dosazování loutkových person do funkcí, jak bylo naznačeno již v minulé kapitole na příkladu Martina Stropnického. Stejně tak je ANO vytčen populismus a bezobsažnost volebních hesel, respektive absence programu, kritika je obsažena v Blaníkově hořekování nad opakovanými prohlášeními se spojením „Prostě...” a též v řešení nekomunikativnosti primátorky, kterým má být oblepení Prahy 1 billboardy s heslem „Prostě jsem primátorka.”

Obr. 15: Snímek fiktivních billboardů v epizodě *Prostě krnda*



Dalším dílem s výraznou rolí Adriany Krnáčové je pak sedmá epizoda čtvrté řady pojmenovaná *Lítačka*. Dějovým atypikem této epizody se stává fakt, že Blaníkovu roli přejímá jeho asistent Žížala, zatímco Blaník je dočasně zavřen ve vazbě. Provádí tak mimo jiné i fiktivní jednání s primátorkou Prahy o nové podobě multifunkční dopravní karty.

Žížala: „Adriano, ale tohle jsme si přece už vysvětlovali. Musí bejt z toho jasný, že to je úplně něco jinýho než Opencard. Přesně, jinej název. A hlavně jinou barvu. Červená je spjatá s Bémem, takže vy, Krnáčová, uděláte zelenou. <pomlka> To je nepodstatný, že vám zelená nejde k pleti. Červenou kartu musíte nahradit zelenou, věřte mi. Nedávno se mi to výborně osvědčilo.”

Následně v dalším telefonickém rozhovoru pokračuje stejné složení na totožné téma.

Obr. 16: Snímek fiktivního novinového článku v epizodě *Lítačka*



Žízala: „A v tom je právě ta finta, Adriano. Nezmění se v podstatě vůbec nic kromě barvy, názvu a magistrát se zbaví EMS¹⁴¹ a bude si mastit kapsu místo ní. Teď jste to pochopila, budete mít kladný body.“

Ve třetím fiktivní hovoru potom řeší název karty.

Žízala: „Aha, takže vy jste taky náplava, Adriano. Aha, a napadlo vás něco? Ne, Krndačka není dobřej název. Opencard se taky nejmenuje Bémovka. Pražácká karta? To nezní moc přitažlivě, nemyslíte? Musíme vymyslet něco lepšího, jo? <pomlka> Skákačka? Adriano, jaká Skákačka? V tramvaji se skákat nesmí. Adriano, zapomeňte na Skákačku. Pro lidi, co jezdějí po Praze celý rok? No to jsme si moc nepomohli, nemyslíte? Já na tom zkusím ještě zapracovat, jo?“

V tu chvíli se do dění zapojuje Blaník, který z vězení poté, co si obstaral telefon, volá Liborovi. Následně dokončení scény vidíme typicky v novinových článcích, které jsou v tomto případě reálné.

Blaník: „No nazdar Libore, tak jsem konečně sehnal mobil. No, hehe. Nenapadá tě nějak vopravdu blbej název pro tramvajenku? <pomlka a Blaníkův smích>

Na tomto dílu můžeme velmi dobře ilustrovat odlišný přístup autorů Kanceláře Blaník k satirické kritice u osob Adriany Krnáčová a v předchozí kapitole

zmiňovaného Andreje Babiše. Ten je vykreslován jako asertivní osobnost a hybatel dění, zatímco vyobrazení Krnáčové se zaměřuje na její váhavost, neschopnost udělat rozhodnutí a obecně neznalost pohybu v politickém prostředí. Jejich pracovní vztah tak můžeme označit za značně nevyrovnaný, přičemž primátorka Prahy je opakovaně postavena do role ovládané osobnosti.

5.5 Předpoklady a důvody úspěchu pořadu Kancelář Blaník

Cílem této kapitoly je shrnout poznatky získané o pořadu Kancelář Blaník v předchozích pasážích práce v kontextu jejího diváckého i odborného úspěchu, který značí na straně jedné počet zhlédnutí a odezva na sociálních sítích, na straně druhé pak získaná ocenění. Vzhledem k jeho unikátnímu charakteru na poli daného žánru můžeme předpoklady a důvody považovat za úzce propojené a vzájemně neoddělitelné termíny, především pak v prostředí nových médií.

Ačkoliv se v následující pasáži budeme zaměřovat především na obsahové a formální klady Kanceláře Blaník jakožto prvky vedoucí k prosazení, je nejprve třeba poukázat na fakt, kterým byla v roce 2014 absence takové formátu v hrané tvorbě, jenž by měl potenciál oslovit výraznou část společnosti. [67]

V případě Kanceláře Blaník k tomu přispívá multikanálová prezenze, která zahrnuje přítomnost na internetové televizi, sociálních sítích a v případě magazínu Echo dokonce platformou třetích stran (*Viz Kapitola 4.5.2*), a vede tak ke koherenci a komplexnosti pokrytí politických kauz. Zatímco prostřednictvím účtů na sociálních sítích se tvůrcům pořadu daří reagovat s minimální časovou prodlevou na jakékoliv aktuální dění, prostor v samotných hraných dílech je vyhrazen událostem a postavám významnějšího charakteru. Jednotlivým prvkem zůstávají seriáloví aktéři a jejich specifický způsob vyjadřování se.

Právě vytvořený charakter hlavní postavy přináší v kontextu české i zahraniční satirické tvorby do jisté míry unikum. Vymyká se totiž konceptu toho, že televizní satira byla podávána buď prostřednictvím moderátorů účinkujících ve scénkách jako v případě pořadu *S politiky netančím* či zahraniční *Saturday Night Live* nebo fiktivního zpravodajství *The Onion*, nebo přímo prostřednictvím parodie samotných smyšlených

¹⁴¹ Označení společnosti eMoney Services, která byla vlastníkem OpenCard.

politiků jako v případě sitcomu *Kosmo* či *Jistě, pane premiére*. Kancelář Blaník však díky použití lobbisty jako spojovacího článku dokázala převzít jisté výhody obou výše zmíněných přístupů. Z prvního to, že pracuje s reálnými jmény a reálnými politickými osobnostmi, z druhého potom hranou formou, která umožňuje realizaci děje na větším prostoru a s dlouhodobou seriálovou linkou. Samotné využití lobbisty pak můžeme v českém prostředí samo o sobě považovat za metakritický prvek, odkazující na kauzy ovlivňování politiků a jejich rozhodnutí mimo etické hranice vytyčené lobbingem jako takovým. „Věcnou inspirací pro nás byli lobbisté jako Janoušek, i když náš hrdina je právě o to lepší lobbista, že jeho jméno veřejnost nezná a nemá ani okázalou kancelář,“ říká Najbrt. [68]

Vytvořením fiktivního lobbisty Tondy Blaníka a jeho asistenta Žížaly tak vznikly distinktivní postavy, které mohli tvůrci využít také v prostředí sociálních sítí. Vedle zmíněného důrazu na rychlost reakce zde svůj díl úspěchu nese také ekosystém samotný, který je na podobné fiktivní účty navyklý. Jedním z vůbec nejúspěšnějších českých twitterových účtů je totiž falešný kníže Karel Schwarzenberg¹⁴² s počtem 224 000 odběratelů, v prostředí Facebooku pak významný fiktivní profil představuje stránka Jiří Ovčáček Unofficial¹⁴³ s 55 818 fanoušky. [69] Využitím správného tématu a unikátní tonality komunikace tak získaly i účty spojené s pořadem Kancelář Blaník popularitu, díky které mohou paralelně sloužit jako marketingové a propagační kanály seriálu samotného.

Prvek rychlé reakce na nastalou situaci se ovšem tvůrcům povedlo ze sociálních sítí přenést i do tvorby hrané, což představuje klíčový faktor pro uchopení tématu divákem. Tím, že se totiž Kancelář Blaník zpravidla věnuje konkrétním kauzám, je důležitá diváka znalost kontextu a základní orientace v tématu, kterou v největší míře čerpá právě ve chvíli, kdy probíhá vrchol medializace tématu. Proto je důležité, že se vybrané díly objevují v řádu dní po vypuknutí kauzy samotné. Umožňuje to oproti hrané televizní satíře menší produkční náročnost, daná především jednoduchými kulisami a malým počtem aktérů. Náklad na výrobu jednoho dílu tak představuje přibližně 50 000 Kč. [70] Z formálního hlediska potom rovněž nasazení videa v rámci online platformy internetové televize představuje jednodušší úkon nežli

¹⁴² Profil je dostupný z <https://twitter.com/schwarzenbergk>

¹⁴³ Profil je dostupný z <https://www.facebook.com/jiriovcacekunofficial/?fref=ts>

zařazení do vysílacího schématu televizní stanice.

Posledním faktorem, který můžeme zmínit ve prospěch nových médií jako místa pro politickou satiru je princip jejího šíření založený na viralitě¹⁴⁴. Možnost akcentovat sdělení a sdílet ho ve své síti kontaktů představuje pro kvalitní obsah potenciální cestu k novým publikům a tím pádem k navýšení svého významu.

Indikátorem odezvy v uměleckých kruzích můžeme označit množství zapojených hostujících herců, potažmo vznik bonusových epizod. Mezi aktéry, kteří se vyskytli před kamerou, patří například Sandra Nováková, Ladislav Hampl, Pavel Liška, Iva Kubelková nebo Jiří Bartoška.

Bonusové díly zpočátku vznikaly jako dotáčky, k dnešnímu dni ovšem tato sekce zahrnuje již 38 dílů včetně teaserů nových dílů a making of videí. [72] Nejvíce k tvorbě bonusů přistupovali tvůrci mezi první a druhou řadou, kdy vznikla série klipů ze zahraniční dovolené Marka Daniela. Téma s menším politickým nábojem poskytlo tvůrcům možnost věnovat se národnostním stereotypům o Čechách na dovolené či o Řecích a jejich přístupu k životu, vše podané specifickou formou vyjadřování blízkou lobbistovi Blaníkovi. Právě stylizované nahlédnutí do soukromí a zákulisí je formou navázání a utužování loajálního vztahu s divákem, jehož odraz pozorujeme nejen v zábavním průmyslu, ale též v politické sféře samotné ve spojení s fenoménem její *personalizace* (Viz Kapitola 2.2.1). Vedle toho vzniklo několik bonusových epizod, které dál rozvíjejí téma daných řádných dílů, zpravidla v novém prostředí. Je jím například *Liška jako Ovčáček v DVTV* publikovaný 26. června 2015, který rozvíjí epizodu *Viróza Ovčáček*, nebo *Žížálův song - Vítejme uprchlíky*, publikovaný 9. ledna 2016, tedy v počátku čtvrté řady seriálu.

V neposlední řadě je jako faktor, proč se tento pořad prosadil, třeba zmínit význam internetové televize jako takové, protože právě požadavek rozmanitosti její programové skladby při souběžné absenci regulačních orgánů¹⁴⁵ dává možnost provozovat podobně politicky nekorektní až kontroverzní formát, jako je Kancelář Blaník.

¹⁴⁴ Metafora virálních šíření obsahů je založena na představě, že jedinci jsou infikováni sdělením a stávají se jeho pasivními nositeli a šířiteli, neboť jej prostřednictvím své sítě kontaktů sdílí dál. Původní

Můžeme se ovšem ptát, zda lze úspěch Kanceláře Blaník měřit pouze počty zhlédnutí či oceněními v rámci festivalu, nebo zdali má být ambice politické satiry v prostředí nových médií vyšší. Tedy především z její definice dané demaskování nežádoucích politických jevů (*Mocná, Peterka a kol., 2004*) a rozproudění společenské debaty a podnícení zájmu diváků. (*Gray, Jones & Thompson, 2009*) V době, jejímž symptomatickým rysem je převládání politického marketingu nad politickým programem (*Viz Kapitola 2.2*) a s ním spojená anestetizace části publik k politickému dění jako takovému, můžeme politickou satiru považovat za prostředek k překonání nezájmu a doručení aktuálních kauz veřejnosti ilustrací dění nazíraným humorným prizmatem. Na druhé straně je třeba respektovat limity tohoto teoretického předpokladu v převodu do praxe, které odhaluje kupříkladu výzkum popularity českých politiků, jenž opět vyhrál Andrej Babiš, byť zároveň patří z hlediska satirického vyobrazení k nejexponovanějším osobnostem, jak dokazuje například *Kapitola 5.4.2. [73]*

přístup k tomu konceptu je ovšem velmi zjednodušený a rád bych se přiklonil spíše k výkladu *Henry Jenkinse*, který uživatele staví do aktivní role, neboť každým svým sdílením udávají nový kontext. [71]

¹⁴⁵ Jako je kupříkladu u televizních či rozhlasových stanic *Rada pro rozhlasové a televizní vysílání*.

Závěr

Předmětem této práce bylo pohlédnout na českou politickou satiru v prostředí nových médií a identifikovat její signifikantní rysy na příkladu internetového pořadu *Kancelář Blaník*. Cíl, forma i obsah práce jsou naplněny v souladu s odevzdanou tezí.

Pokud stojí na tomto místě na něco přednostně poukázat, pak jistě na fakt, že termín *politická satira* je potřebné vnímat v celé šíři jejího významu. Vedle toho, že se jedná o specifickou uměleckou formu, bychom neměli upozadovat její společenskou roli, jež je definována odhalováním kauz a problémů na úrovni politické sféry a jejich uvádění v agendu veřejnosti. Samozřejmě nepředstavuje samospásnou metodu, proto je tuto úlohu v praxi třeba vnímat v kontextu dalších nástrojů k demaskování podobných nežádoucích jevů, jako kupříkladu investigativní žurnalistiky, nicméně přístup skrze humor může vést k překonání nezájmu části veřejnosti o politické dění. O reálných dopadech tohoto tvrzení by bylo vhodné provést v českém prostředí navazující výzkum publik. Přesto můžeme prohlásit, že přirozená přítomnost satiry slouží jako indikátor svobodně smýšlející společnosti, zastřešené demokratickým zřízením, neboť bývá příznakové, že se historicky při jakékoliv změně směřování směrem k autoritativnímu přístupu se stává jedním z prvních postihovaných žánrů.

Jádro této práce ovšem tvoří problematika výsostně moderního charakteru, a sice dekonstruování existence politické satiry v prostředí *nových médií*, o kterém můžeme tvrdit, že vytváří živnou půdu pro její rozvoj a transformaci do moderní doby. Hlavními technologickými výhodami jsou především rychlost, jednoduchost a dostupnost, díky čemuž se jejím tvůrcem může stát v zásadě každý. Podobně jako v případě jakéhokoliv jiného obsahu je ovšem třeba brát v potaz, že ne všichni tvůrci mají stejné možnosti prosadit se, neboť je omezená velikost publika. O míře úspěchu tak zpravidla rozhoduje kvalita vytvářeného obsahu, volba správného kontextu a rozmanitost kontaktů, důležitá pro šíření vzniklého materiálu.

Mimo *Kanceláře Blaník* jsme v této práci poukázali na tři profily vystavěné v ekosystému sociálních sítí, a to TMBK, Dominika Feriho a Nevím jako zástupce, kteří splňují výše zmíněné hodnoty. Bylo by ale chybné považovat tuto množinu za uzavřenou, dále můžeme jmenovat kupříkladu G.cz, Politický bizár, AZ247 - Víc než pravda, Stay Z, fiktivní účet Jiřího Ovčáčka na Facebooku či Karla Schwarzenberga na

Twitteru, nebo komunitu *Za všechno může Kalousek*. Právě rozmanitost na straně podavatele umocňuje tvrzení, že satira ve svobodném prostředí a při dostupnosti mediálního kanálu pro svobodné šíření bují. Příklad *Kanceláře Blaník* potom představuje formu, která kombinuje technologické výhody nových médií a umělecké benefity hrané tvorby. Právě díky této dualitě totiž tvůrci pořadu mohli rozvinout svět, ve kterém odhalují, jakým způsobem fiktivní lobbista tahá za nitky vybraných politických kauz často jen s několikadenním odstupem od reálných podnětů, zároveň však s danou koncepcí mohou pracovat seriálově a tedy dlouhodobě, což mimo jiné přináší garanci jisté míry konstantní pozornosti diváků. Byť se charaktery postav s vývojem času neformují a zůstávají po celé čtyři řady konzistentní, ergo jakékoliv vychýlení z konceptu, jako kupříkladu Žižalovo dominantní vedení kanceláře v době Blaníkovy nepřítomnosti na konci třetí řady, je pouze dočasného charakteru a posléze bezodkladně scénaristy navráceno do původních, přesně definovaných podmínek. K oživení ovšem slouží postupná gradace vztahu Blaníkovy matky a prezidenta Zemana, stejně jako Blaníkova dočasná internace ve vazbě, která kriticky poukazuje na protekční zacházení s prominentními trestanci. Celkově však můžeme postulovat, že celek čtyř řad působí komplexním dojmem při dodržování stejných dramaturgických principů, nastavených v samotném počátku, čemuž přispívá tomu minimální časová prodleva ve vzniku jednotlivých sérií, tedy dvě ročně.

Vedle zmiňované a technologicky podmíněné reakční rychlosti můžeme za úspěchem *Kanceláře Blaník* najít několik dalších faktorů. Prvním z nich je volba samotného hlavního hrdiny, neboť vnáší do žánru jistou míru unikátnosti a zároveň reflektuje český kulturní kontext silného lobbingu a negativního pohledu na něj ze strany veřejnosti. Výrazná personalizace seriálu zároveň umožňuje budovat plastičnost charakteru Tondy Blaníka. Na jedné straně obratně ovládá přední politiky, na druhé straně projevuje jistou míru závislosti na matce. Stejně tak jedná často neomaleně se svými podřízenými, přitom ale lituje, když nikdo nedorazí na jeho narozeninovou oslavu. Spolu s nalezením lidské roviny postav pomáhají dojmu autenticity také snímání, které často záměrně působí amatérským dojmem a kompozičně evokuje snímky ze skryté či pouliční kamery, a specifická jazyková výbava, založená na vulgarismech či pejorativním označování politiků při souběžném tykání při každém fiktivním telefonickém rozhovoru. Je též potřeba zdůraznit, že podobný přístup simultánně do jisté míry ztěžuje pochopení diváka, proto je tvůrci předpokládána

alespoň základní znalost společenského kontextu. Ten je nutný například pro pochopení přezdivek jednotlivých veřejných činitelů. V průběhu času či bez jeho znalosti tak mohou jisté prvky ztrácet na své srozumitelnosti, potažmo humornosti.

Tato formální i obsahová svoboda je do jisté míry též produktem umístění pořadu na online platformě, což můžeme demonstrovat ve srovnání se sitcomem *Kosmo*, který vysílala Česká televize. Ten totiž ve zmíněných ohledech nemohl kvůli regulačním orgánům projevovat takovou míru kontroverze.

Kancelář Blaník se tak stala svérázným a ikonickým projevem, který dokázal, že je možné prosadit se v prostředí nových médií důrazem na kvalitu obsahu a že forma hrané produkce má své místo na sociálních sítích i v rámci internetové televize.

V práci neuvádím seznam příloh, neboť veškerý obrazový materiál byl zakomponován do textu samotného.

Summary

The goal of my thesis was to take a look at the phenomenon of *political satire* in the *new media* environment and identify its significant characteristics based on internet show *Kancelář Blaník*. The goal, the form and the content of thesis are consistent with submitted concept.

At this point, I would like to emphasise the necessity of understanding that the term *political satire* is actually quite broad concept. Besides naming a specific artistic form, it is important to stress out the role of satire in the society as attitude to find out and reveal the problems of political environment and to publish the publicly. In this task, it obviously could not stand alone, we have to see the important role of investigative journalism for instance, but thanks to the use of humour, satire is easily understandable even for those, who are not significantly interested in politics. To verify this statement, following research of audience is possible. Nevertheless, the natural existence of satire in society suggests its free and democratic character, as it became historically significant to regulate and eradicate satire as soon as the society went autocratical.

The primar interest of this paper is, however, strictly modern, since it was to examine and deconstruct the existence of *political satire* in the *new media*. After that, we may suggest it became very substantial for its development and transformation into the modern era with the quickness, simplicity and availability as main technological benefits, allowing almost anybody to became the source. Important to mention though, the audience size is limited, which allows not everyone to be the source with significant reach. The quality of content, proper usage of context and quality of social network are the main criterion.

Besides the main topic of *Kancelář Blaník*, we have mentioned in this paper three different social media profiles with satirical concept, which are TMBK, Dominik Feri and Nevím. There are however plenty more, including G.cz, AZ247 - Víc než pravda, Stay Z, fictional account of Jiří Ovčáček on Facebooku or Karel Schwarzenberg on Twitter, as well as Facebook community Za všechno může Kalousek. The diversity on the producer side emphasis the theory of new media being the channel leading to the proliferation of political satire. *Kancelář Blaník* itself stands

for unique combination of technological benefits of new media and artistic benefits of the conceptual approach similar to TV serie. It was this duality that allowed writers to create whole world around the fictional lobbyist and his relation to political issues with often only days of reaction time, but with longterm storyline allowing to develop subplots and assuring some portion of viewers consistent attention.

There are however many more new media aspects that led to the success of *Kancelář Blaník* than the ability of quick reaction. First to mention is the well designed and plastic character of the main hero, fictional lobbyist Tonda Blaník, considering that the topic of lobbying is very discussed in Czech Republic based on many controversial affairs. Each of his abilities has the contrary side though. He is powerful in manipulating politicians, but addicted to his mother at the same time. He is very bossy to his employees, yet vulnerable and sad when no one attends his birthday party. This plasticity of character, combined with specific linguistic methods of expressive and pejorative language to politicians which evokes close relationship and camera direction which look remarkably like the candid camera, leads to the feeling of authenticity. On contrary, the dialogues are often not really explanative, counting on viewer's understanding of contemporary political context, which by the time may change and therefore lead to misunderstanding of the humour. The formal and content freedom of *Kancelář Blaník* is also partly a product of being aired through the internet TV and thus not regulated by the committees such as *Rada pro rozhlasové a televizní vysílání*.

Combined together, all the factors mentioned above and detailed in fifth chapter led to the creation of controversial and politically incorrect show, that by some meanings restarted the independent political satire in terms of serial production in Czech Republic and defined its shape in the era of new media.

Použitá literatura

- BLUMLER, JAY G. a DENNIS KAVANAGH. The Third Age of Political Communication: Influences and Features. *Political Communication* [online]. 1999, **16**(3), 209-230 [cit. 2016-12-30]. DOI: 10.1080/105846099198596. ISSN 1058-4609. Dostupné z: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/105846099198596>
- BRANTS, K. (1998). Who's afraid of infotainment? *European Journal of Communication*, *13*, 315– 335.
- BUBÍLKOVÁ, Zuzana; ŠIMEK, Miloslav. (1999) Politická záchytká aneb S politiky do němoty. Praha:nakladatelství Miloslava Švarce – Šulc a spol. ISBN 80-7244-018-7
- BURIÁNEK, František a kol. (1959) O České satíře. Praha: Státní pedagogické nakladatelství.
- CAREY, James. *Communication and Culture*. Communication research. 1975.
- CARPENTIER, Nico. *Media and participation: a site of ideological-democratic struggle*. Bristol: Intellect, 2011. ISBN 978-1-84150-407-0.
- FILA, Kamil, (2014). Blaničtí rytíři politické satiry. *Respekt*. Praha: Economia, 25(21), 57-59.
- JELÍNKOVÁ, Karolína. Česká politická satira na televizních obrazovkách v porovnání s americkými pořady. Praha, 2015. 135 s. Diplomová práce (Mgr.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce PhDr. Petr Bednařík Ph.D.
- JENKINS, Henry. *Convergence culture: where old and new media collide*. New York: New York University Press, 2008. ISBN 978-0-8147-4295-2.
- JONES, J. P., & BAYM, G. (2010). A dialogue on satire news and the crisis of truth in postmodern political television. *Journal of Communication Inquiry*, *34*(3), 278-294.
- KIRBY, Alan. *Digimodernism: how new technologies dismantle the postmodern and reconfigure our culture*. New York: Continuum, c2009. ISBN 1441175288.
- KŘEČEK, Jan. *Politická komunikace: od res publica po public relations*. Praha: Grada, 2013. Politologie (Grada). ISBN 978-80-247-3536-8.
- LI, C. (2007) 'Social Technographics Trends Report', 19 April, URL (consulted May 2007): <http://forrester.com/go?docid=42057>
- LINDLOF, Thomas R. a Bryan C. TAYLOR. *Qualitative communication research methods*. 3rd ed. Thousand Oaks, Calif.: SAGE, c2011. ISBN 1412974739.
- MCCLENNEN, Sophia A. *Colbert's America: satire and democracy*. New York: Palgrave Macmillan, 2012. ISBN 9781137014726.

MCNAIR, Brian. *An Introduction to political communication* [online]. 3rd ed. London: Routledge, c2003 [cit. 2016-05-28]. Communication and Society. ISBN 0-415-30708-2.

MOCNÁ, Dagmar; PETERKA Josef a kol. (2004) *Encyklopedie literárních žánrů*. Praha: Paseka. ISBN 80-7185-669-X

NORRIS, Pippa. *Electoral engineering: voting rules and political behavior*. Cambridge: Cambridge University Press, 2004. ISBN 0-521-82977-1.

PAVLÍČEK, Antonín. *Nová média a sociální síť*. Praha: Oeconomica, 2010. ISBN 978-80-245-1742-1.

POSTMAN, Neil. *Ubavit se k smrti: veřejná komunikace ve věku zábavy*. 2., opr. vyd. Praha: Mladá fronta, 2010. ISBN 978-80-204-2206-4.

RILL, L. A. a C. L. B. CARDIEL. Funny, Ha-Ha: The Impact of User-Generated Political Satire on Political Attitudes. *American Behavioral Scientist* [online]. 2013, **57**(12), 1738-1756 [cit. 2016-12-28]. DOI: 10.1177/0002764213489016. ISSN 0002-7642. Dostupné z: <http://abs.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/0002764213489016>

SEDLÁČEK, Bohumil. (2012) *Rozmarná léta českého filmu*. Praha: Albatros Media. ISBN: 978-80-7448-022-5

SCHREIER, Margrit. *Qualitative content analysis in practice*. London: SAGE, 2012, viii, 272 s. ISBN 978-1-84920-593-1.

VAN DIJCK, J. a D. NIEBORG. Wikinomics and its discontents: a critical analysis of Web 2.0 business manifestos. *New Media & Society* [online]. 2009, **11**(5), 855-874 [cit. 2016-12-25]. DOI: 10.1177/1461444809105356. ISSN 1461-4448. Dostupné z: <http://nms.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/1461444809105356>

WAXMAN, O. B. (2012, August 29). YouTube videos mentioning Obama and Romney reach 2 billion views. *Time*. Retrieved from <http://techland.time.com/2012/08/29/youtube-videos-mentioning-obama-and-romney-reach-2-billion-views>

Další zdroje

- [1] Andrej Babiš na festivalu Votvírák. IDnes.cz [online]. 2015 [cit. 2017-01-14]. Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/babis-fotka-socialni-site-moceni-pisoar-festival-votvirak-png-/domaci.aspx?c=A150613_172146_domaci_aba
- [2] Vítězové a bojující na sociálních sítích. ReporterMagazin.cz [online]. 2015 [cit. 2017-01-14]. Dostupné z: <http://reportermagazin.cz/vitezove-a-bojujici-na-socialnich-sitich/>
- [3] Politická střelnice. ČSFD.cz [online]. [cit. 2017-03-22]. Dostupné z: <http://www.csfd.cz/film/251578-politicka-strelnice/prehled/>
- [4] TMBK. Facebook.com [online]. [cit. 2017-01-07]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/TMBKOFFICIAL/?fref=ts>
- [5] Humor je jako Sovětský svaz. Aktuálně.cz [online]. Praha, 2016 [cit. 2017-01-07]. Dostupné z: <https://video.aktualne.cz/dvtv/humor-je-jako-sovetsky-svaz-nema-hranice-spojeni-lady-s-koka/r-b050af9ec84b11e699ee0025900fea04/>
- [6] TMBK. Facebook.com [online]. 2016 [cit. 2017-01-07]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/TMBKOFFICIAL/photos/a.1512983059011772.1073741828.1512968832346528/1667166990260044/type=3&theater>
- [7] ČT unikly záběry se Zemanem. iDnes.cz [online]. Praha, 2013 [cit. 2017-01-07]. Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/ct-unikly-zabery-se-zemanem-dfb-/domaci.aspx?c=A130130_111024_domaci_hv
- [8] TMBK. Facebook.com [online]. 2016 [cit. 2017-01-07]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/TMBKOFFICIAL/photos/a.1512983059011772.1073741828.1512968832346528/1644210349222375/?type=3&theater>
- [9] Dominik Feri. Facebook.com [online]. [cit. 2017-01-07]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/DominikFeri?fref=ts>
- [10] Dominik Feri. Facebook.com [online]. 2016 [cit. 2017-01-07]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1515184558493445&set=a.272072532804660.74613.100000057466024&type=3&theater>
- [11] Dominik Feri. Facebook.com [online]. 2016 [cit. 2017-01-07]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1501969783148256&set=a.272072532804660.74613.100000057466024&type=3&theater>
- [12] Nevím. Facebook.com [online]. [cit. 2017-01-08]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/hnuti.nevim/?fref=ts>
- [13] Nevím. Facebook.com [online]. 2016 [cit. 2017-01-08]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/hnuti.nevim/photos/a.797687647015916.1073741829.797653860352628/1071856909598987/?type=3&theater>
- [14] Nevím. Facebook.com [online]. 2016 [cit. 2017-01-08]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/hnuti.nevim/photos/a.797687647015916.1073741829.797653860352628/1064820420302636/?type=3&theater>

- [15] Kancelář Blaník: Dětem vstup zakázán. Lidovky.cz [online]. 2016 [cit. 2017-02-20]. Dostupné z: http://www.lidovky.cz/kancelar-blanik-detem-vstup-zakazan-dbz-/kultura.aspx?c=A160415_131003_ln_kultura_hep
- [16] Kancelář Blaník: Bonusy. Stream.cz [online]. 2017 [cit. 2017-02-27]. Dostupné z: <https://www.stream.cz/porady/blanik/serie/bonusy>
- [17] Benjamin Tuček. ČSFD.cz [online]. [cit. 2017-04-02]. Dostupné z: <http://www.csfd.cz/tvurce/3940-benjamin-tucek/>
- [18] Robert Geisler. ČSFD.cz [online]. [cit. 2017-04-02]. Dostupné z: <http://www.csfd.cz/tvurce/64641-robert-geisler/>
- [19] Marek Najbrt. ČSFD.cz [online]. [cit. 2017-04-02]. Dostupné z: <http://www.csfd.cz/tvurce/13299-marek-najbrt/>
- [20] Tomáš Hodan. ČSFD.cz [online]. [cit. 2017-04-02]. Dostupné z: <http://www.csfd.cz/tvurce/28817-tomas-hodan/>
- [21] Milan Kuchynka. Fdb.cz [online]. [cit. 2017-04-02]. Dostupné z: <https://www.fdb.cz/lidi/68691-milan-kuchynka.html>
- [22] DVTV: Rozhovor Tomáš Baldýnský. Aktuálně.cz [online]. 2016 [cit. 2017-02-20]. Dostupné z: <https://video.aktualne.cz/dvtv/baldynsky-serialum-chybi-sex-jsou-vykastrovane-kosmo-jsme-pu/r~234e8b5ea80011e6b635002590604f2e/>
- [23] Midi Lidi. CSFD.cz [online]. 2017 [cit. 2017-02-27]. Dostupné z: <http://www.csfd.cz/tvurce/90578-midi-lidi/ocneni/>
- [24] O projektu. Kristalova.Lupa.cz [online]. 2016 [cit. 2017-02-27]. Dostupné z: <http://kristalova.lupa.cz/2016/o-projektu/>
- [25] Kancelář Blaník: Série 1. Stream.cz [online]. 2014 [cit. 2017-03-05]. Dostupné z: <https://www.stream.cz/porady/blanik/serie/epizody>
- [26] Kancelář Blaník: Série 2. Stream.cz [online]. 2015 [cit. 2017-03-05]. Dostupné z: <https://www.stream.cz/porady/blanik/serie/epizody>
- [27] Kancelář Blaník: Série 3. Stream.cz [online]. 2016 [cit. 2017-03-05]. Dostupné z: <https://www.stream.cz/porady/blanik/serie/epizody>
- [28] Kancelář Blaník: Série 4. Stream.cz [online]. 2016 [cit. 2017-03-05]. Dostupné z: <https://www.stream.cz/porady/blanik/serie/epizody>
- [29] Kancelář Blaník. CSFD.cz [online]. 2017 [cit. 2017-03-05]. Dostupné z: <http://www.csfd.cz/film/370986-kancelar-blanik/prehled/>

- [30] Autobazar Monte Karlo. Stream.cz [online]. 2016 [cit. 2017-03-05]. Dostupné z: <https://www.stream.cz/porady/autobazar>
- [31] Autobazar Monte Karlo. Stream.cz [online]. 2016 [cit. 2017-03-05]. Dostupné z: <https://www.stream.cz/porady/autobazar>
- [32] Semestr. Stream.cz [online]. 2016 [cit. 2017-03-05]. Dostupné z: <https://www.stream.cz/porady/semestr>
- [33] Vyšehrad. Obbod.cz [online]. 2016 [cit. 2017-03-05]. Dostupné z: <https://www.obbod.com/cs/296-vysehrad/>
- [34] Kancelář Blaník. Facebook.com [online]. 2017 [cit. 2017-03-03]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/kancelarblanik/?fref=ts>
- [35] Počet obyvatel v regionech soudržnosti, krajích a okresech České republiky k 1. 1. 2016 [online]. Český statistický úřad, 2016-04-29, [cit. 2017-03-05]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/pocet-obyvatel-v-obcich>
- [36] Počet fanoušků Facebookové stránky Kancelář Blaník v roce 2016. Zoomsphere Analytics [online] 2017 [cit. 2017-03-05] Dostupné z: <http://www.zoomsphere.com/dashboard/53401/dipl/analytics>
- [37] Tonda Blaník. Twitter.com [online]. 2017 [cit. 2017-03-05]. Dostupné z: <https://twitter.com/tondablanik>
- [38] Žižala. Twitter.com [online]. 2017 [cit. 2017-03-05]. Dostupné z: <https://twitter.com/BlanikZ>
- [39] Twitter v ČR stále zaostává za Facebookem. MediaHub.cz [online]. 2016 [cit. 2017-03-05]. Dostupné z: <http://mediahub.cz/media/900591-twitter-v-cr-stale-zaostava-za-facebookem-uzivatelu-ale-pribyva>
- [40] Počet příspěvků Twitter stránky @tondablanik. Zoomsphere Analytics [online] 2017 [cit. 2017-03-05] Dostupné z: <http://www.zoomsphere.com/dashboard/53401/dipl/analytics>
- [41] Počet příspěvků Twitter stránky @BlanikZ. Zoomsphere Analytics [online] 2017 [cit. 2017-03-05] Dostupné z: <http://www.zoomsphere.com/dashboard/53401/dipl/analytics>
- [42] Babiš důkladně ojebal český stát. Echo24.cz [online]. 2017 [cit. 2017-03-05]. Dostupné z: <http://echo24.cz/a/i4yhk/babis-dukladne-ojebal-cesky-stat-pise-sobotka-na-facebooku>
- [43] Žižala. Twitter.com [online]. 2017 [cit. 2017-03-05]. Dostupné z: <https://twitter.com/BlanikZ>

- [44] Lobbistova volební příručka. Reportér.cz [online]. Praha, 2014 [cit. 2017-03-05]. Dostupné z: <http://reportermagazin.cz/a/ituxj/lobbistova-volebni-prirucka>
- [45] Kancelář Blaník. Filmová místa [online]. [cit. 2017-03-12]. Dostupné z: <https://www.filmovamista.cz/3018-Kancelar-Blanik>
- [46] Filmový zvuk. 25fps [online]. [cit. 2017-03-12]. Dostupné z: <http://25fps.cz/2007/filmovy-zvuk/>
- [47] Filmový zvuk. 25fps [online]. [cit. 2017-03-12]. Dostupné z: <http://25fps.cz/2007/filmovy-zvuk/>
- [48] Gripeny. Stream.cz [online]. 2014 [cit. 2017-03-12]. Dostupné z: <https://www.stream.cz/blanik/10002236-gripeny>
- [49] Newton Media. Mediasearch.cz [online]. [cit. 2017-03-12]. Dostupné z: [http://mediasearch.newtonmedia.cz.ezproxy.is.cuni.cz/search.php?qt=&qsmpl=gripen&qsr=&qsc=&qa=&ob=released&gb=&slt=fl&dt=5y&ps=100&dtf=&dt=&asq=0&source=&k\[0\]=CRDaily&k\[1\]=CRRegionalBohemia&k\[2\]=CRRegionalMoravia&k\[3\]=CREconomy&k\[4\]=CRIndustry&k\[5\]=CRTeleIT&k\[6\]=CRAutoMoto&k\[7\]=CRSocial&k\[8\]=CRHobby&k\[9\]=CRPublic&k\[10\]=CRTelevision&k\[11\]=CRRadio&k\[12\]=CRInternet&k\[13\]=CRForeign&k\[14\]=CRRegionalTelevision&k\[15\]=CRRegionalRadio&rd=1&ii=&es2=](http://mediasearch.newtonmedia.cz.ezproxy.is.cuni.cz/search.php?qt=&qsmpl=gripen&qsr=&qsc=&qa=&ob=released&gb=&slt=fl&dt=5y&ps=100&dtf=&dt=&asq=0&source=&k[0]=CRDaily&k[1]=CRRegionalBohemia&k[2]=CRRegionalMoravia&k[3]=CREconomy&k[4]=CRIndustry&k[5]=CRTeleIT&k[6]=CRAutoMoto&k[7]=CRSocial&k[8]=CRHobby&k[9]=CRPublic&k[10]=CRTelevision&k[11]=CRRadio&k[12]=CRInternet&k[13]=CRForeign&k[14]=CRRegionalTelevision&k[15]=CRRegionalRadio&rd=1&ii=&es2=)
- [50] NATO musí zasáhnout. Novinky.cz [online]. Lány, 2014 [cit. 2017-03-12]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/zahranicni/evropa/332653-zeman-bude-li-rusko-dal-orezavat-ukrajinu-konci-legrace-a-musi-zasahnout-nato.html>
- [51] Opencrad. Stream.cz [online]. 2014 [cit. 2017-03-13]. Dostupné z: <https://www.stream.cz/blanik/10002814-opencrad>
- [52] Newton Media. Mediasearch.cz [online]. [cit. 2017-03-13]. Dostupné z: [http://mediasearch.newtonmedia.cz.ezproxy.is.cuni.cz/search.php?qt=&qsmpl=opencard&qsr=&qsc=&qa=&ob=released&gb=&slt=fl&dt=5y&ps=100&dtf=&dt=&asq=0&source=&k\[0\]=CRDaily&k\[1\]=CRRegionalBohemia&k\[2\]=CRRegionalMoravia&k\[3\]=CREconomy&k\[4\]=CRIndustry&k\[5\]=CRTeleIT&k\[6\]=CRAutoMoto&k\[7\]=CRSocial&k\[8\]=CRHobby&k\[9\]=CRPublic&k\[10\]=CRTelevision&k\[11\]=CRRadio&k\[12\]=CRInternet&k\[13\]=CRForeign&k\[14\]=CRRegionalTelevision&k\[15\]=CRRegionalRadio&rd=1&ii=&es2=](http://mediasearch.newtonmedia.cz.ezproxy.is.cuni.cz/search.php?qt=&qsmpl=opencard&qsr=&qsc=&qa=&ob=released&gb=&slt=fl&dt=5y&ps=100&dtf=&dt=&asq=0&source=&k[0]=CRDaily&k[1]=CRRegionalBohemia&k[2]=CRRegionalMoravia&k[3]=CREconomy&k[4]=CRIndustry&k[5]=CRTeleIT&k[6]=CRAutoMoto&k[7]=CRSocial&k[8]=CRHobby&k[9]=CRPublic&k[10]=CRTelevision&k[11]=CRRadio&k[12]=CRInternet&k[13]=CRForeign&k[14]=CRRegionalTelevision&k[15]=CRRegionalRadio&rd=1&ii=&es2=)
- [53] Opencard archiv. IDnes.cz [online]. [cit. 2017-03-13]. Dostupné z: <http://zpravy.idnes.cz/opencard-cu6-/archiv.aspx?klic=481073>
- [54] Zprávy. IDnes.cz [online]. Praha, 2012 [cit. 2017-03-13]. Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/co-zaznamenala-tajna-sluzba-na-odposlesich-bema-a-janouska-p3y-/domaci.aspx?c=A120323_120253_domaci_jav
- [55] Newton Media. Mediasearch.cz [online]. [cit. 2017-03-13]. Dostupné z: [http://mediasearch.newtonmedia.cz.ezproxy.is.cuni.cz/search.php?qt=&qsmpl=tunel+blanka&qsr=&qsc=&qa=&ob=released&gb=&slt=fl&dt=5y&ps=100&dtf=&dt=&asq=0&source=&k\[0\]=CRDaily&k\[1\]=CRRegionalBohemia&k\[2\]=CRRegionalMoravia&k\[3\]=CREconomy&k\[4\]=CRIndustry&k\[5\]=CRTeleIT&k\[6\]=CRAutoMoto&k\[7\]=CRSocial&k\[8\]=CRHobby&k\[9\]=CRPublic&k\[10\]=CRTelevision&k\[11\]=CRRadio&k\[12\]=CRInternet&k\[13\]=CRForeign&k\[14\]=CRRegionalTelevision&k\[15\]=CRRegionalRadio&rd=1&ii=&es2=](http://mediasearch.newtonmedia.cz.ezproxy.is.cuni.cz/search.php?qt=&qsmpl=tunel+blanka&qsr=&qsc=&qa=&ob=released&gb=&slt=fl&dt=5y&ps=100&dtf=&dt=&asq=0&source=&k[0]=CRDaily&k[1]=CRRegionalBohemia&k[2]=CRRegionalMoravia&k[3]=CREconomy&k[4]=CRIndustry&k[5]=CRTeleIT&k[6]=CRAutoMoto&k[7]=CRSocial&k[8]=CRHobby&k[9]=CRPublic&k[10]=CRTelevision&k[11]=CRRadio&k[12]=CRInternet&k[13]=CRForeign&k[14]=CRRegionalTelevision&k[15]=CRRegionalRadio&rd=1&ii=&es2=)

- [56] Praha. IDnes.cz [online]. Praha, 2015 [cit. 2017-03-13]. Dostupné z: http://praha.idnes.cz/cena-tunelu-blanka-21-miliard-38-miliard-dw4-/praha-zpravy.aspx?c=A150917_2192353_praha-zpravy_bur
- [57] Kapsch. Kapsch.net [online]. [cit. 2017-03-13]. Dostupné z: <https://www.kapsch.net/cz?lang=cs-CZ>
- [58] Echo24. Echo24.cz [online]. Praha, 2016 [cit. 2017-03-20]. Dostupné z: <http://echo24.cz/a/wz3tb/tok-a-kapsch-rano-vypsani-souteze-vecer-vyhlaseni-viteze-v-nedeli>
- [59] Praha. IDnes.cz [online]. Praha, 2015 [cit. 2017-03-20]. Dostupné z: http://praha.idnes.cz/tunelem-blanka-projedou-cykliste-v-ramci-jarni-cyklojizdy-pnh-/praha-zpravy.aspx?c=A150416_093221_praha-zpravy_bur
- [60] Čapí hnízdo. Stream.cz [online]. 2016 [cit. 2017-03-20]. Dostupné z: <https://www.stream.cz/blanik/10009734-capi-hnizdo>
- [61] Čapí hnízdo. Neolivni.cz [online]. 2017 [cit. 2017-03-20]. Dostupné z: <http://neolivni.cz/verdikt-v-kauze-capi-hnizdo-se-odklada-policie-chce-dalsi-cas/>
- [62] Český rozhlas. Rozhlas.cz [online]. 2017 [cit. 2017-03-23]. Dostupné z: <http://www.rozhlas.cz/zpravy/domaci/zprava/dva-roky-kauzy-peroutka-clanek-hitler-je-gentleman-jsem-cetl-trva-na-svem-zeman--1692904>
- [63] Hlídací Pes. HlidaciPes.org [online]. Praha, 2015 [cit. 2017-03-23]. Dostupné z: <http://hlidacipes.org/grafika-privatizacni-kauzo-vymahani-nakup-levne-vily-podivejte-se-co-stihl-kancler-mynar/>
- [64] Hlídací Pes. HlidaciPes.org [online]. Praha, 2016 [cit. 2017-04-02]. Dostupné z: <http://hlidacipes.org/kauzo-forejt-v-prubehu-drogoveho-dychanku-zarizoval-schuzku-u-premiera/>
- [65] O nás. HlidaciPes.org [online]. [cit. 2017-04-02]. Dostupné z: <http://hlidacipes.org/o-nas-2/>
- [66] Biobabiš. Stream.cz [online]. 2015 [cit. 2017-04-21]. Dostupné z: <https://www.stream.cz/blanik/10005376-biobabis>
- [67] Proč žádná česká televize nevysílá politickou satiru. Respekt.cz [online]. Praha, 2014 [cit. 2017-04-21]. Dostupné z: <https://www.respekt.cz/tydenik/2014/21/proc-zadna-ceska-televize-nevysila-politickou-satiru>
- [68] Blaničtí rytíři politické satiry. Respekt.cz [online]. Praha, 2015 [cit. 2017-04-21]. Dostupné z: <https://www.respekt.cz/tydenik/2014/21/blanicti-rytiri-politicke-satiry>
- [69] Jiří Ovčáček Unofficial. Facebook.com [online]. Praha [cit. 2017-04-21]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/jiriovcacekunofficial/?fref=ts>
- [70] Blaničtí rytíři politické satiry. Respekt.cz [online]. Praha, 2015 [cit. 2017-04-21].

Dostupné z: <https://www.respekt.cz/tydenik/2014/21/blanicti-rytiri-politicke-satiry>

[71] If It Doesn't Spread It's Dead. HenryJenkins.org [online]. Praha, 2009 [cit. 2017-04-21].

Dostupné z: http://henryjenkins.org/2009/02/if_it_doesnt_spread_its_dead_p.html

[72] Kancelář Blaník: Bonusy. Stream.cz [online]. 2014 [cit. 2017-04-21]. Dostupné z:

<https://www.stream.cz/porady/blanik/serie/bonusy>

[73] Zprávy. Aktuálně.cz [online]. 2017 [cit. 2017-04-21]. Dostupné z:

https://zpravy.aktualne.cz/domaci/nejpopularnejsim-politikem-je-stale-babis-druhy-je-stropnick/r~86e7696c2bf711e7b7fa0025900fea04/?_ga=1.89314715.1837787749.1493406666