

Univerzita Karlova
Pedagogická fakulta
Katedra českého jazyka

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Jazyková analýza vybraných podcastů
The Linguistic Analysis of Selected Podcasts

Denisa Vykoukalová

Vedoucí práce: PhDr. Blanka Nedvědová, Ph.D.

Studijní program: Specializace v pedagogice

Studijní obor: Český jazyk se zaměřením na vzdělávání – Německý jazyk se zaměřením na vzdělávání

Odevzdáním této bakalářské práce na téma *Jazyková analýza vybraných podcastů* potvrzují, že jsem ji vypracovala pod vedením vedoucího práce samostatně za použití v práci uvedených pramenů a literatury. Dále potvrzují, že tato práce nebyla využita k získání jiného nebo stejného titulu.

V Praze dne 17.4. 2023

Ráda bych poděkovala PhDr. Blance Nedvědové, Ph.D., za odborné vedení, všechny cenné rady, trpělivost a čas, který mi věnovala při vypracování této bakalářské práce.

ABSTRAKT

Tato bakalářská práce se zabývá poměrně novým fenoménem publicistického žánru – podcastem. Cílem práce je stanovit jeho jazyková specifika. V teoretické části je podcast, jakožto nový žánr, představen a specifikován. Společně s ním jsou vymezeny související pojmy. Dále jsou v této části představeny vybrané podcasty. Stěžejní je pro práci praktická část. Ta je založena na jazykové analýze konkrétních projevů. Analýza se soustředí především na jazykové odchylky, zvláštnosti a nedostatky. Pro co možná nejlepší přehlednost je rozdělena do podkapitol dle jednotlivých jazykových rovin.

Po pilotážním průzkumu byly pro bakalářskou práci vybrány podcasty, které mohou být řazeny do skupiny edukativních. I přes jejich podobnost jsou rozmanité. Kromě samotné analýzy je výsledkem práce zhodnocení typických rysů, zasazení do teoretického rámce a vyvození závěru, ve kterém jsou výsledky zkoumání konfrontovány s výzkumnými předpoklady.

KLÍČOVÁ SLOVA

jazyková analýza, mluvená čeština, podcast, spisovný jazyk, nespisovný jazyk, lexikologie, morfologie, syntax

ABSTRACT

This bachelor thesis deals with a relatively new phenomenon of the journalistic genre – the podcast. The aim of the work is to determine its language specifics. In the theoretical part, the podcast, as a new genre, is introduced and specified. Related terms are defined in this part too. Furthermore, selected podcasts are introduced in this section. The practical part is central to the thesis. It is based on linguistic analysis of specific speeches. The analysis focuses mainly on linguistic variations, peculiarities and shortcomings. For the best possible clarity, it is divided into subchapters according to linguistic levels.

After the pilot survey podcasts that can be classified as educational were selected for the bachelor's thesis. Despite their similarity, they are diverse. In addition to the analysis itself, the result of the thesis is an evaluation of typical features, placing in a theoretical framework and drawing a conclusion in which the results of the research are confronted with hypotheses.

KEYWORDS

Language analysis, spoken Czech language, podcast, standard language non-standard language, lexicology, morphology, syntax

Obsah

Úvod.....	7
1 Podcast a podcasting.....	9
1.1 Definice a charakteristika podcastu.....	9
1.2 Historie podcastu	11
1.3 Motivace k produkci a poslechu podcastů.....	12
1.4 Podcast jako nový publicistický žánr.....	13
1.5 Podcast jako nástupce rozhlasu	14
2 Sféra mediální komunikace.....	17
2.1 Komunikační cíle.....	17
2.2 Komunikační role účastníků komunikace.....	18
2.3 Jazykový kód.....	19
2.4 Komunikační normy	19
2.5 Komunikační žánry.....	20
2.6 Připravenost / nepřipravenost.....	21
2.7 Výrazové prostředky	21
3 Publicistický funkční styl	23
3.1 Vymezení publicistického funkčního stylu	23
3.2 Stylová norma.....	25
3.3 Vnitřní diferenciacce.....	27
3.4 Mluvená publicistika	28
4 Odborný funkční styl.....	30
4.1 Stylová norma.....	31
5 Představení jednotlivých podcastů	32
5.1 Na potítku	32
5.2 Literární hysterie.....	33

6	Metodologie	35
7	Analýza jednotlivých podcastů: Na potítku.....	37
7.1	<i>Stylotvorní činitelé.....</i>	37
7.1.1	Objektivní stylotvorní činitelé	37
7.1.2	Subjektivní stylotvorní činitelé.....	40
7.2	<i>Členění textu.....</i>	41
7.2.1	Horizontální členění	41
7.2.2	Vertikální členění	42
7.3	<i>Fonetická rovina</i>	43
7.4	<i>Morfologická rovina.....</i>	44
7.5	<i>Lexikální rovina.....</i>	46
7.6	<i>Syntaktická rovina.....</i>	48
8	Analýza jednotlivých podcastů: Literární hysterie.....	52
8.1	<i>Stylotvorní činitelé.....</i>	52
8.1.1	Objektivní slohotvorní činitelé	52
8.1.2	Subjektivní slohotvorní činitelé.....	53
8.2	<i>Členění textu.....</i>	54
8.2.1	Horizontální členění	54
8.2.2	Vertikální členění	54
8.3	<i>Fonetická rovina</i>	55
8.4	<i>Morfologická rovina.....</i>	57
8.5	<i>Lexikální rovina.....</i>	58
8.6	<i>Syntaktická rovina.....</i>	60
	Závěr.....	62
	Seznam použitých informačních zdrojů	65
	Analyzované podcasty	68

Úvod

Cílem této bakalářské práce je prozkoumat poměrně nový fenomén podcastu a představit jej. Jedná se o trend posledních několika let a dosud neexistuje mnoho publikací či komplexních rozborů, které by se podcastem zabývaly. Kromě přiblížení a charakteristiky podcastu se práce zaměřuje na konkrétní podcasty, které jsou podrobeny jazykové analýze. Jejím cílem je vyvodit hlavní znaky podcastu a stanovit jeho jazyková specifika. Tato práce se nesnaží obsáhnout celý pojem a vytvořit tak komplexní práci, která by nahradila zatím absenční publikace, kvůli jeho obsáhlosti, velmi širokému funkčnímu rozpětí a vzhledem k charakteru práce by to nebylo ani možné.

Zařazení podcastu k funkčnímu stylu může být poněkud komplikované. Podle tradiční české stylistiky¹ je vymežováno celkem šest funkčních stylů – prostěsdělovací, odborný, publicistický, administrativní, rétorický a umělecký. Jelikož se tradiční stylistika zaměřuje především na funkci textu, je pro potřeby definice žánru vhodnější mluvit o sféře mediální komunikace podle Hoffmannové.² Z hlediska tradiční stylistiky se podcast může přiřadit k publicistickému funkčnímu stylu, postupovat do něj však mohou v různé míře i ostatní funkční styly (např. odborný nebo prostěsdělovací). Oproti tradiční stylistice sféra mediální komunikace zohledňuje vedle funkce textu také účastníky komunikace, jazykový kód, normy, žánry, komunikační situace, rozlišuje také mluvenost a psanost. Z pohledu koncepce podle Hoffmannové může být podcast přesněji charakterizován. Podle těchto kritérií lze podcast vystihnout jako mediální mluvený komunikát, na kterém se může podílet v podstatě neomezené množství účastníků. Komunikát může mít oficiální i neoficiální charakter, stejně tak jazykový kód, který může vykazovat připravenost ve větší i menší míře.

S termínem podcasting přišel poprvé Ben Hammersley, ve svém článku *Audible revolution* z roku 2004 uvažuje, jak nazvat vznikající praxi amatérského rádia. Přelomový byl také příchod prvních iPodů na trh po roce 2000.

¹ ČECHOVÁ, Marie, Marie KRČMOVÁ a Eva MINÁŘOVÁ. *Současná stylistika*. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2008.

² HOFFMANNOVÁ, Jana, Jiří HOMOLÁČ, Eliška CHVALOVSKÁ, Lucie JÍLKOVÁ, Petr KADERKA, Petr MAREŠ a Kamila MRÁZKOVÁ. *Stylistika mluvené a psané češtiny*. Praha: Academia, 2016.

Obecně lze podcast charakterizovat jako digitalizovanou audio nahrávku. Ačkoliv byl dříve dostupný především předplatitelům určitého pořadu, dnes je možné podcasty poslouchat na mnoha platformách jako například *Spotify*, *Youtube*, *iTunes*, *Apple Podcast*, *Google Podcasts* a řadě dalších. Podcasting je možné chápat jako nové médium, které svým posluchačům nabízí širokou škálu témat. Postupným vývojem se podcast stal opravdu nejen tematicky, ale i stylově různorodý. Téma, délka, forma ale i způsob podání je zcela v režii autora. Existují například podcasty edukativní, dokumentární, zpravodajské, zábavné nebo například detektivní. Díky širokému spektru pořadů, snadné dostupnosti a časové nezávislosti se v dnešní době podcast stává součástí života převážně mladých lidí. Oblíbený může být také pro svou aktuálnost a jistou míru intimity, kterou poslech oproti pouhému čtení textu může navodit.

V první části práce je představen podcast, jeho historie a vztah k publicistice a zpravodajství. Nejdříve se kapitoly se zaměřují na podcasting obecně, konkrétní podcasty, které jsou v práci následně představeny a analyzovány pochází z české scény a lze je zařadit do skupiny podcastů edukativních. V dalších kapitolách teoretické části jsou charakterizovány sféra mediální komunikace, publicistický a odborný funkční styl. Vzhledem k různé míře zobecnění tvoří sféra mediální komunikace a publicistický funkční styl dvě samostatné kapitoly. Dále jsou představeny jednotlivé podcasty, které jsou předmětem analýzy. Předělem mezi teoretickou a praktickou částí je kapitola shrnující metodologii a výzkumné předpoklady práce.

Praktická část se zabývá jazykovou analýzou dvou vybraných podcastů, která zahrnuje jednotlivé jazykové roviny – fonetickou, morfologickou, lexikální a syntaktickou.

1 Podcast a podcasting

V následujících kapitolách budou vymezeny stěžejní pojmy „podcast“ a „podcasting“ a nastíněn jejich vznik a vývoj.

1.1 Definice a charakteristika podcastu

Pojmy „podcast“ a „podcasting“ se z velké části prolínají. Podcast může znamenat buďto podcasting, jakožto způsob předávání informací pomocí audiozáznamu nebo jeho konkrétní obsah.³ Pojem podcast zároveň zastřešuje jak celý pořad, pod kterým epizody vycházejí, tak jednotlivé epizody.

„Podcast“ je možné obecně charakterizovat jako digitalizovanou audionahrávku. Jde o nahrávky převedené do formátu MP3, jež dříve byly dostupné především předplatitelům určitého pořadu. Díky mnohým platformám mají v dnešní době posluchači přístup k podcastům mnohem jednodušší, není již potřeba podcasty ani stahovat, ani předplácet.⁴ Jednou z nejrozšířenějších streamovacích služeb, kde si posluchači mohou podcasty pustit, je *Spotify*. Poslech podcastů také umožňují platformy a aplikace *Apple Podcast*, *Google Podcasts*, *Pocket Casts*, *iTunes* nebo *Youtube*, kam někteří tvůrci svůj podcast nahrají i s videem z nahrávání. Co se dále formátu týče, lze říci, že má podcast charakter seriálu, jelikož jde zpravidla o epizodický pořad a vykazuje periodicitu.

Podcast je veden jedním či více moderátory, někdy označovanými také jako podcasteri⁵, kteří diskutují o určitém tématu. Podcast dává moderátorům naprostou volnost a neomezené možnosti. K jeho vytvoření autor nepotřebuje žádnou licenci, není omezen tematicky, stopáží nebo vysílacím časem. Prostor pro tvorbu je tedy otevřen velkému počtu tvůrců.

Někteří tvůrci využívají platformy k publikaci podcastů edukativních, dokumentárních, k rozhovorům s různými hosty, jiní vytváří nahrávky pro pobavení posluchačů. Někteří vyměnili blogy za podcasty a vypráví příběhy ze svého života nebo

³ HALADA, Jan a Barbora OSVALDOVÁ, ed. *Slovník žurnalistiky: výklad pojmů a teorie oboru*. Praha: Univerzita Karlova, nakladatelství Karolinum, 2017. s. 176–177, *Co to je podcasting*. Dostupné z: <https://www.mioweb.cz/slovnicek/podcasting/>.

⁴ Tamtéž, s.176–177.

⁵ Tamtéž, s. 176.

prostřednictvím podcastů zahajují konverzaci se svými posluchači. Vytváří tak jakýsi zvukový deník. Oproti blogu takový podcast vyniká tím, že recipient navíc slyší hlas samotného autora.⁶ Tím se podcast oproti ostatním formátům stává více intimní. Může ho nahrát v podstatě kdokoli, komerční i veřejnoprávní instituce, jednotlivci, ať už odborníci nebo laici. Dnes podcastu jako nové platformy využívají i některá rádia a televize, například *Český rozhlas*, *Evropa 2* či *Česká televize*. Jeho vytvoření není technicky náročné, jediné, co je potřeba, je základní technika. S mikrofonem, počítačem a internetem to tedy zvládne skoro každý, a to i z domova. Nahrávací studio ani speciální vzdělání není třeba.

Svou oblíbenost si podcast získal díky řadě výhod. Jednou z nich je výše zmíněná tvůrčí volnost. Existují podcasty edukativní, dokumentární, zpravodajské, zábavné nebo například detektivní či kulturně zaměřené. Téma ale i způsob jeho podání je pak zcela na autorovi. Výhody naleznou i posluchači. Díky mnoha platformám nejsou podcasty vázány na vysílací čas. S tím také souvisí jejich časová neomezenost. Posluchač si podcast může pustit kdykoliv po zveřejnění, má možnost nahrávku pozastavit. V dnešní uspěchané době bude největší předností podcastu skutečnost, že na rozdíl od běžných videí podcasty zcela postrádají vizuální složku. Díky tomu se mohou u jejich poslechu vykonávat ještě další činnosti. Až na poslední uvedený příklad jde také o prvky, kterými se podcast liší od rádia, se kterým může být často srovnáván.

Někteří odborníci se domnívají, že podcasting znamená konec rozhlasového vysílání, jiní zase tvrdí, že jde pouze o krátkodobý módní výstřelek. Avšak již dnes je možné pozorovat veřejně známé osobnosti, ale i rozhlas, rádio a televizní stanice, které se s novým trendem podcastingu snaží držet krok, přizpůsobují se novým požadavkům svých příznivců a posluchačů a přechází na novou moderní platformu. Existují však i opačné případy, které jsou spíše výjimkami, některé z podcastů přerostly v rozsáhlejší projekty. Příkladem může být podcast *Opravdové zločiny*, jehož autorky dnes už také pořádají živá vystoupení po České republice a vedou vlastní e-shop. Rozsáhlejší projekt se stal také například z podcastu, který je předmětem analýzy této práce, *Literární hysterie*. Autorka dnes již kromě podcastu pořádá také literární besedy pro školy a veřejnost.

⁶ Tamtéž, 176–177.

1.2 Historie podcastu

„Podcasting“ vznikl jako spojení slov „iPod“ (přehrávač od firmy Apple) a „broadcasting“ (vysílání). Ačkoliv se o něm jako o novém trendu mluví teprve posledních pár let, jeho historie je překvapivě poněkud starší.⁷

Dnešní fenomén se vyvinul z audio blogingu, jehož počátek sahá do 80. let minulého století. Na počátku tisíciletí bylo docíleno technologických předpokladů pro vznik nové formy vysílání. V této době vznikaly nové hardwarové i softwarové nástroje. Přelomový byl příchod prvních iPodů na trh po roce 2000. IPody umožňovaly, jako jedny z prvních přístrojů, snadné uložení souborů a napojení na RSS kanál.⁸

Prvně se pojem „podcasting“ objevuje v článku novináře Bena Hammersleyho v roce 2004. Ten se řečnický ptá, jak by se vznikající praxe amatérského rádia měla jmenovat. Nevědomky tak vymyslel název pro nový fenomén. Za rychlým rozšířením a ujetím tohoto slova však nestojí on nýbrž bývalý moderátor MTV Adam Curry a softwarový vývojář Dave Winer. Ti společně také vyvinuli program, díky kterému bylo možné stahovat rádiové vysílání do iPodů. To, co začalo jako samovolná poznámka jednoho britského novináře se díky novému vylepšenému RSS formátu stalo názvem pro umožnění přehrávání MP3 souborů na počítačích a mobilních zařízeních.⁹

Ben Hammersley ve svém článku *Audible revolution* píše: „S odstupem času se to zdá být zcela zřejmé. MP3 přehrávače, jako je iPod od značky Apple, dnes nalezneme v mnoha kapsách. Přidáme-li k tomu levný nebo neplacený software pro tvorbu zvuku a webové blogy, které jsou dnes již zavedená součást internetu, máme všechny potřebné ingredience pro vznik nového boomu radioamatérství. Ale jak to nazvat? Audioblogování? Podcasting? GuerillaMedia?“¹⁰ (vlastní překlad)

⁷ HALADA, Jan a Barbora OSVALDOVÁ, ed. *Slovník žurnalistiky: výklad pojmů a teorie oboru*. Praha: Univerzita Karlova, nakladatelství Karolinum, 2017. s. 177

⁸ BOTTOMLEY, Andrew J. *Podcasting: A Decade in the Life of a "New" Audio Medium: Introduction*. *Journal of Radio & Audio Media*, [online]. 2005, s. 164-169. Dostupné z: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/19376529.2015.1082880>.

⁹ STERNE, Jonathan, Jeremy MORRIS, Michael Brendan BAKER, Ariana MOSCOTE-FREIRE. *FCJ-087 The Politics of Podcasting*. *The Fibreculture Journal*, [online]. [cit. 2022-06-12]. Dostupné z: <https://thirteen.fibreculturejournal.org/fcj-087-the-politics-of-podcasting/>.

¹⁰ HAMMERSLEY, Ben [online]. [cit. 12.6.2022]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/media/2004/feb/12/broadcasting.digitalmedia>.

Jak přelomový se podcast stal dokazuje také skutečnost, že v roce 2005 byl „podcast“ vyhlášen lexikografy z *Oxford English Dictionary* z USA slovem roku. Již v tomto roce bylo na aplikaci *iTunes* dostupných přes 3000 podcastů. I přes ocenění byl však tento výraz často kritizován a označován za nehezký. V dalších letech podcasty a jejich autoři sklízely čím dál větší úspěch. Byly vytvářeny a neustále pokořovány rekordy, které se zapsaly i do Guinnessovy knihy rekordů. V roce 2013 byla společností Apple zveřejněna zpráva, že podcasty pokořily miliardu odběratelů. S velkým rozmachem ale přišla také řada soudních sporů týkajících se licencí a autorských práv.¹¹

Podle *Českého rozhlasu* a katalogu českých audiopořadů *České podcasty* se poslechovost podcastů v roce 2021 oproti předešlému roku zdvojnásobila. Ve stejném měřítku se také zvýšilo povědomí o samotném termínu. Dnes jsou podcasty již plnohodnotnou složkou mediální komunikace. Lidé je poslouchají po cestě do práce, v autě nebo třeba když uklízí. Někteří dokonce vyměnili knihu za podcast.¹²

1.3 Motivace k produkci a poslechu podcastů

Podle Markmanové může být rozlišeno 6 kategorií motivace tvůrců k vytváření obsahu. Jsou to technologické vlastnosti, produkční proces, obsah a osobní, interpersonální a finanční motivace.

Pokud jde o podcast jako médium, podcasteri mohou být motivováni tvorbou rozhlasu, rádia či jiného podcastu. Líbí se jim vlastnosti tohoto média, tvůrčí volnost a malá míra omezení a chtějí také vytvářet podobný obsah. Jiné tvůrce může motivovat tvůrčí proces, baví je přípravný proces, nahrávání, práce se střihem a technikou. Tento motivační prvek může souviset s technickou zdatností tvůrce, pro některé může být tato složka nepříjemnou součástí podcastingu. Osobní motivace souvisí se zájmem o určité téma a chutí předat ho dál či rozšířit jeho obsah. S tím může souviset i další kategorie, kterou je záliba v činnosti. Autor podcast může vnímat jako prostor ke kreativitě, sebevyjádření. Líbit se mu také může získání

¹¹ MURRAY, Simone. *Servicing 'self-scheduling consumers': Public broadcasters and audio podcasting* [online]. 2009, s. 197-213 [cit. 2021-12-07]. Dostupné z: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1742766509341610>,

BENEŠOVSKÁ, Michala. *Co je za popularitou podcastů?* [online]. 19.10.2020 [cit. 2021-12-08]. Dostupné z: <https://tyinternety.cz/fastnews/co-je-za-popularitou-podcastu/>.

¹² JETMAR, Jakub. *Loni vzniklo tisíc českých podcastů*. *Médiář* [online]. 09.02.2021 [cit. 2021-12-08]. Dostupné z: <https://www.mediar.cz/loni-vzniklo-tisic-ceskych-podcastu-ma-ho-i-lidl/>.

pozornosti. Interpersonální motivace ze začátku probíhá skrze jinou osobu, někdo autora k tvorbě vybízí, důležitější je však v průběhu tvorby. Roli pak hrají interpersonální faktory jako je zpětná vazba, vědomí základny posluchačů nebo pocity sounáležitosti k dané komunitě. Motivace finanční se projevuje především jako motivace k pokračování v tvorbě obsahu. Monetizace a vize finančních zisků v budoucnosti jsou velkou motivací pro řadu tvůrců.¹³

Pro motivaci posluchačů zatím neexistují hodnověrné výzkumy. Lze se však domnívat, že hlavní motivační faktory by se mohly vztahovat k zábavě a seberozvoji, dále by pak mohly souviset se snadnou dostupností, možností archivace a sociálními aspekty, tedy že podcast poslouchají známí či kamarádi, podcast se tak stane předmětem konverzací určité skupiny, a proto se k jeho poslechu přidají i další. Možnost výběru tématu je, jak již bylo výše uvedeno, jednou z výhod podcastu, díky tomu může každému něco nabídnout. Dalšími motivačními faktory by nepochybně mohly být možnost multitaskingu (mnoho lidí v dnešní době dbá na efektivní využití času), prostor pro zapojení fantazie, či úleva pro oči v dnes již technicky předimenzovaném světě.

1.4 Podcast jako nový publicistický žánr

Publicistika je často považována za synonymní termín k žurnalistice. Oba výrazy označují určitou činnost v hromadných sdělovacích prostředcích, tím se rozumí noviny, časopisy, rozhlas, televize apod. Hlavním cílem této podkapitoly je odůvodnit zařazení podcastu k publicistickému funkčnímu stylu. Podrobněji terminologicky i stylisticky bude tento funkční styl charakterizován v jedné z následujících kapitol.

Hlavními funkcemi publicistického funkčního stylu jsou funkce persvazivní, hodnotící, získávací a informativní. Míra jejich uplatnění závisí na jednotlivých žánrech. Vzhledem k jeho mnohotvárnosti je možné si povšimnout blízkosti i s ostatními funkčními styly, například s prostěsdělovacím nebo odborným. Po jazykové stránce je pro publicistiku typická ustálenost, ta podporuje proces automatizace. Dále je příznačná blízkost s dobou a aktualizace.

¹³ MARKMAN, Kris M. a Caroline E. SAWYER. *Why Pod? Further Explorations of the Motivations for Independent Podcasting*. 2014, 21(1), 20-35. DOI: 10.1080/19376529.2014.891211. Dostupné také z: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/19376529.2014.891211>.

Podcast do velké míry splňuje hlavní znaky publicistického funkčního stylu. Jak již bylo zmíněno, žánrové rozpětí publicistiky je velmi široké, proto by k němu podcast mohl být přiřazen i přes různé odlišnosti. Prosazuje se v něm aktualizace, jistým způsobem také ustálenost (jakým způsobem je díl uveden, zautomatizování jednání autora atp. Podstatným rozdílem by mohla být jeho funkce. Nejčastěji podcast vzniká za účelem edukovat, pobavit či informovat. Persvazivní nebo získávací funkce se primárně neuplatňují.

Z pohledu sféry mediální komunikace je podcast mediální mluvený komunikát. Podílet se na něm může v podstatě neomezené množství účastníků, nejčastěji je možné setkat se s jedním mluvčím, jindy může podcast vést jeden či více moderátorů, kteří si do svého pořadu zvou různé hosty. Různit se mohou vztahy účastníků, moderátoři i hosté mohou být přátelé, známí, s jinými hosty může být spolupráce na podcastu prvním kontaktem, tudíž může být komunikace symetrická i asymetrická. Jazykový kód a situace pak závisí na autorovi, komunikát může mít charakter oficiální i neoficiální a může vykazovat připravenost ve větší i menší míře. Jak již bylo zmíněno, tematický rozsah je velmi široký, tedy i žánrové rozpětí podcastu. Normami a pravidly se oproti televizi a rádiu podcast řídit prakticky nemusí, žádná regulující organizace zatím neexistuje. Určitá pravidla zavedla platforma *Youtube*, ta potenciálně závadný obsah může zablokovat či smazat. Ostatní platformy zatím takovou regulační schopnost nemají, na některých z nich však závadný obsah mohou nahlásit samotní uživatelé. Důvodem nedostatečné regulace obsahu může být skutečnost, že se stále jedná o poměrně nový fenomén.

1.5 Podcast jako nástupce rozhlasu

Porovnávání podcastu a rozhlasu připomíná, že mluvené slovo není žádnou novinkou. První rozhlasový pořad byl vysílán z Petřína 28. října 1919 u příležitosti prvního výročí vzniku samostatného československého státu. Pravidelné vysílání pak bylo zahájeno v květnu roku 1923, s ním Československo začalo jako jedna z prvních zemí v Evropě.¹⁴

V roce 1923 zahájila své vysílání stanice Radiojournal. Zprvu vysílala pouhou hodinu denně. Vysílala drobné zpravodajství, sportovní a burzovní zprávy, nebo také zprávy o ceně potravin či předpověď počasí. Od roku 1925 začala stanice s celodenním vysíláním,

¹⁴ KRUPIČKA, Miroslav a Dita KŘÍŽOVÁ. *Historie rozhlasu v kostce*. Český rozhlas [online]. 25.10.2017 [cit. 16.6.2022]. Dostupné z: <https://temata.rozhlas.cz/historie-rozhlasu-v-kostce-7983541>.

začala vysílat také z Brna a v programu přibýlo politické zpravodajství. Rozhlasový pořad rychle rostl, od roku 1929 se vysílalo z Ostravy a od 30. let se stal rozhlas etablovaný nejen po stránce technické a programové, ale i společenské. Dlouho na sebe nenechaly čekat práce reflektující jazyk a styl rozhlasových vysílání. První z příspěvků otiskl Jiří Haller v časopisu *Naše řeč* (tehdy *Listy pro vzdělávání a třibení jazyka českého*).¹⁵

Slovník žurnalistiky definuje rozhlasový pořad jako „relativně samostatný a uzavřený prvek programu, který je od ostatních částí oddělen slovně (ohlášením, odhlášením), hudebním nebo jiným akustickým signálem (znělkou, gongem, pauzou apod.) nebo skladebně (např. tematickým nebo žánrovým odlišením) ...“¹⁶

Tento popis rozhlasu je podcastu velice podobný. Hranice se mezi těmito médii stírají, ačkoliv podcast a rozhlas sdílí některé charakteristické znaky, stále mezi nimi existují neodmyslitelné rozdíly.

Nelze však o podcastu mluvit jako o zkopírovaném formátu. Jde spíše o navazující upravenou formu média. Po technické stránce jsou použity jiné technologické postupy.¹⁷ Kromě rozdílu v produkci, způsobu prezentace, zapojení publika, se liší někdy také v účelu. Na rozdíl od rádia neexistuje pevný časový rozvrh, a to ani u autora ani pro posluchače. U rozhlasu se předpokládá opakovanost vysílání v konkrétním čase. S tím také souvisí jeho živé vysílání a nemožnost úpravy a stříhu nahrávky. Podcast je po odvysílání dále neomezeně přístupný a opakovatelně přehratelný. Rádio takovou možnost nemá, jeho obsah po odvysílání zmizí. Rozdíl u těchto médií je i v jeho publiku. Podcast má kvůli tematickému obsahu poměrně úzké publikum, také lze lépe pozorovat jeho početnost a dosah podcastu.¹⁸

Rozdíl mezi těmito médii se může projevat i v jazyce. Ačkoliv u obou médií hraje určitou roli připravenost projevu, podcast má možnost úpravy a stříhu nahrávky. Mluvený

¹⁵ MAREŠ, Petr a Petr KADERKA. Sféra mediální komunikace. In: HOFFMANNOVÁ, Jana, Jiří HOMOLÁČ, Eliška CHVALKOVSKÁ, Lucie JÍLKOVÁ, Petr KADERKA, Petr MAREŠ a Kamila MRÁZKOVÁ. *Stylistika mluvené a psané češtiny*. Praha: Academia. s. 295–297.

¹⁶ HALADA, Jan a Barbora OSVALDOVÁ, ed. *Slovník žurnalistiky: výklad pojmů a teorie oboru*. Praha: Univerzita Karlova, nakladatelství Karolinum, 2017. s. 181.

¹⁷ SPINELLI, Martin a Lance DANN. *Podcasting: the audio media revolution*. New York: Bloomsbury Academic, 2019. s. 3.

¹⁸ KHILLAR, Sagar. *Difference Between Podcast and Radio*. Difference Between Similar Terms and Objects. [online]. [cit. 2021-12-07]. Dostupné z: <http://www.differencebetween.net/technology/difference-between-podcast-and-radio/>.

projev tak může být doveden téměř k bezchybnosti, přestože mluvčí nemá takové zkušenosti. Oproti tomu vysílání rádia je živé, pro přetočení a úpravu jazykových odchylek zde není prostor. V neposlední řadě mediální komunikace je regulována normami a kodexy. Hlasatelé, moderátoři a redaktoři musí dbát na kultivovanost projevu, spisovnost jazyka a jazykové prostředky vhodné tématu. Některé mediální organizace dokonce předkládají seznamy nevhodných slov. Oproti tomu moderátoři podcastů ve svém projevu nejsou nijak omezeni, jelikož podcasty alespoň prozatím žádné regulaci nepodléhají.

2 Sféra mediální komunikace

V publikaci *Stylistika mluvené a psané češtiny* nejsou rozlišovány funkční styly, nýbrž je užíván obecnější pojem komunikační sféry. Sféra mediální komunikace je často zaměňována s publicistickým funkčním stylem. Tento termín se autorům publikace však jeví jako nedostatečný, jelikož nepostihuje všechny masmediální texty, panuje napětí mezi termíny, navíc se terminologie publicistického funkčního stylu neshoduje se zahraniční terminologií. Ve *Stylistice mluvené a psané češtiny* je rozlišováno sedm typů komunikačních sfér – sféra běžné každodenní komunikace, sféra institucionální komunikace, sféra odborné komunikace, sféra školní komunikace, sféra mediální komunikace, sféra reklamní komunikace, sféra literární komunikace.¹⁹

Dále autoři rozlišují v rámci sféry mediální komunikace komunikační cíle, role účastníků komunikace, jazykové kódy, normy a žánry. Navazují na členění slovní komunikace Romana Jakobsona, který rozlišuje mluvčího, adresáta, sdělení, kontext, kód a kontakt.²⁰ Jednotlivé složky komunikace jsou podle Mareše a Kaderky níže blíže charakterizovány společně s dalšími podstatnými faktory mediální komunikace, těmi jsou připravenost / nepřipravenost projevu a výrazové prostředky komunikace. I tyto faktory budou hrát výraznou roli při analýze podcastů.²¹

2.1 Komunikační cíle

Sféra mediální komunikace je založena z velké části na komunikačních cílech. Fungování mediální sféry je založeno na jejich souhře a zároveň napětí mezi nimi. Za hlavní cíle je považováno zprostředkovávat a šířit informace o událostech a otázkách veřejného zájmu. Bartošek považuje za důležitý také cíl poznávací. V některých žánrech pak dominuje

¹⁹ HOFFMANNOVÁ, Jana, Jiří HOMOLÁČ, Eliška CHVALOVSKÁ, Lucie JÍLKOVÁ, Petr KADERKA, Petr MAREŠ a Kamila MRÁZKOVÁ. *Stylistika mluvené a psané češtiny*. Praha: Academia, 2016.

²⁰ KULDANOVÁ, Pavlína. *Lingvistická poetika Romana Jakobsona* [online]. Ostrava, s. 268 [cit. 2023-01-14]. Dostupné z: <https://digilib.phil.muni.cz/flysystem/fedora/pdf/132689.pdf>.

²¹ HOFFMANNOVÁ, Jana, Jiří HOMOLÁČ, Eliška CHVALOVSKÁ, Lucie JÍLKOVÁ, Petr KADERKA, Petr MAREŠ a Kamila MRÁZKOVÁ. *Stylistika mluvené a psané češtiny*. Praha: Academia, 2016, s. 255–337.

jako komunikační cíl persvaze. Cíle informovat a přesvědčit by měly být jasně odděleny, to však ne úplně platí v mediální praxi a oba cíle se častokrát prolínají.²²

Pro charakteristiku mediální komunikační sféry je také důležité, na jaká témata se komunikační cíle soustředí. Obecně platí, že taková témata se vztahují k veřejnému životu. Důležité je také, aby mediální text měl určitý přesah a byl užitečný a zajímavý pro potenciálního recipienta. Doprovodným jevem bývá personalizace tématu. Mediální texty se kromě událostí soustředí také na osoby, které mají k obsahu nějaký vztah, začaly tak vystupovat také jako zdroj rozptýlení, pobavení a odpočinku. Komunikační cíle následně závisí na tom, zda se jedná o komunikaci monologickou nebo dialogickou. Monologická komunikace vykazuje subjektivní pohled jejích tvůrců, zde je primárním cílem již výše zmíněná persvaze. Sekundárně může být jejím cílem zprostředkování určitých názorů. U dialogické komunikace je cílů více. Může jimi být vyjádření postoje mluvčích, podnícení hosta k diskuzi na určité téma, zprostředkování informací a skutečností recipientům nebo vytvoření vlastního názoru recipienty na základě získaných informací a argumentů.²³

Mediální komunikační sféra se snaží o odlišení zpravodajství s publicistikou. Zpravodajství má za úkol nestranně a objektivně informovat, zatímco publicistika tyto zpravodajské informace analyzuje a komentuje. Jeden z dalších rozdílů je například ten, že u zpravodajství je kladen nárok na pravdivost. Vedle toho publicistika se soustředí na společenskou přijatelnost.²⁴

2.2 Komunikační role účastníků komunikace

Stejně tak jako v běžné komunikaci, mediální komunikaci tvoří někdo, kdo produkuje řeč (mluvčí) a její posluchač (recipient). Vztah těchto dvou složek komunikačního procesu je charakterizován jako asymetrický. Mediální organizace se mohou vydat dvěma směry, buďto mohou cílit víceméně na všechny členy společnosti (celoplošné či celorepublikové vysílání), nebo se mohou zaměřit jen na určitou část společnosti. Takové pořady snažící se

²² BARTOŠEK, Jaroslav. *Jazyk žurnalistiky*. In: *Český jazyk na přelomu tisíciletí*. Praha: Academia, 1997, s. 56.

²³ MAREŠ, Petr a Petr KADERKA. Sféra mediální komunikace. In: HOFFMANNOVÁ, Jana, Jiří HOMOLÁČ, Eliška CHVALKOVSKÁ, Lucie JÍLKOVÁ, Petr KADERKA, Petr MAREŠ a Kamila MRÁZKOVÁ. *Stylistika mluvené a psané češtiny*. Praha: Academia. s. 259–262.

²⁴ Tamtéž, s. 259–262.

oslovit jen určitou skupinu mohou být vysílání sportovní, politická, přírodovědná nebo pořady zaměřené na umění či kulturu.

Většinou platí, že výsledný text není výsledek pouze jedné osoby. Žurnalisté bývají v dialogické komunikaci pouze autoři otázek, výslednou podobu jí pak dávají hosté, kteří na otázky odpovídají. S tím souvisí také míra zodpovědnosti žurnalisty za celek. Míra zodpovědnosti se pak odvíjí od míry kontroly nad komunikací. Obecně také platí, že míra zodpovědnosti je v dialogických typech komunikace nižší než v žánrech monologických.²⁵

2.3 Jazykový kód

V psaných i mluvených textech je základním jazykovým kódem neutrální jazyk. Všechny odchylky jako prvky nespisovné a obecné češtiny, slangu nebo cizojazyčné prvky mají upoutávat recipientovu pozornost. U žurnalistů jsou tyto odchylky méně obvyklé a většinou se jedná o odchylky na pozadí normy.²⁶

V rozhlase a televizi je pak velký důraz kladen na srozumitelnost promluvy, tedy výslovnost, tempo, intonaci, frázování apod. V televizním vysílání stojí vedle verbálního kódu v popředí také významný faktor vizualizace. Pro psané mediální texty je charakteristické prolínání více kódů (multimodalita). Verbální modus se tak může mísit s modem typografickým (velikost, barva, řez písma), modem grafickým (schémata, tabulky, diagramy) a modem pikturálním (symboly, kresby). U psaných textů může být zahrnutý nadtitulek, podtitulek nebo mezititulky. Jako zvýrazňující prvky pak slouží také perex (shrnutí obsahu článku), lead (zdůraznění prvního odstavce) nebo rámeček (shrnutí základních faktů). Využití těchto modů a prvků přispívá k přehlednosti, rychlé informovanosti, nebo atraktivizaci.²⁷

2.4 Komunikační normy

Pro texty, ať už mluvené nebo psané, je nutné dodržovat určité normy. Ty se však s narušováním neustále proměňují. Zásadní jsou normy pro zpravodajské žánry. Ty mají často předepsanou či ustálenou formu, jelikož jejich cílem je zprostředkovat informace a

²⁵ Tamtéž, s. 262.

²⁶ Tamtéž, s. 262–264.

²⁷ Tamtéž, s. 305–309.

tomu standardizace textu výrazně napomáhá. Oproti tomu texty s prvky persvaze komunikační normy narušují, jelikož se v nich normy střetávají s autorovým individuálním vyjádřením (např. použití vyjádření nevhodných pro daný žánr, necitlivý přístup apod.)

I přesto je důležité nezapomínat, že jde o veřejnou komunikaci, která je v podstatě tematicky neomezená. Proto existují etické normy a kodexy, které by měly být respektovány autory mediálních textů. K takovým požadavkům patří například citlivý přístup, požadavek osobní zodpovědnosti či důvěryhodnost informace. Důvěryhodné informace jsou takové, které jsou podloženy minimálně dvěma zdroji. Regulováno je také zobrazování násilí, nahoty, či informování o teroristických činech, přírodních katastrofách nebo dopravních nehodách. Mimo tato explicitně daná pravidla existují ještě interní předpisy. Mediální organizace mohou předepisovat druh oděvu, nebo uvádět tzv. seznamy zakázaných slov.²⁸

Veřejnoprávní média Česká televize a Český rozhlas se ve svých kodexech zavazují k dodržování kultivovaného projevu. Hlasatelé, moderátoři, redaktoři a další musí dbát na spisovný jazyk a jazykové prostředky vhodně uzpůsobit tématu. V kodexu je také věnována pozornost prezentování informací, publicistické nestrannosti nebo například zajišťování názorové plurality.²⁹

2.5 Komunikační žánry

V psané mediální komunikaci je možné rozdělovat tři žánrové skupiny – zpravodajská (patří do ní zpráva, zpravodajský rozhovor, zpravodajská reportáž, zpravodajská anketa), analytická (úvodník, komentář, glosa, karikatura, recenze, interview) a beletristická (fejton, sloupek, causerie, črta, beletrizovaná reportáž). Avšak existují i žánry, které nelze jednoznačně zařadit do jedné z výše zmíněných skupin. Problém zařaditelnosti žánrů je zapříčiněn poměrně rychlou proměnou mediální sféry v čase, díky ní vzniklo mnoho nových žánrů. Příkladem těchto žánrů, označovaných také „pomezí“, je medailon nebo nekrolog (životopisný portrét osobnosti), příběh, feature, nebo crazy story.³⁰

Rozhlasová a televizní žurnalistika, tedy mluvená mediální komunikace, je dělena na dvě žánrové skupiny – zpravodajská a publicistická. Žánry zpravodajské poskytují

²⁸ Tamtéž, s. 264–265, s. 310–314.

²⁹ Tamtéž, s. 310–314.

³⁰ Tamtéž, s. 266–267.

informace, zatímco publicistické je analyzují a hodnotí. Dalším rozdělením je klasifikace na monologické a dialogické žánry. I v mluvené sféře komunikace se objevují pomezí žánry, jsou to politické debaty, diskusní pořady nebo například publicistické rozhovory.³¹

2.6 Přípravenost / nepřipravenost

Psané texty spadající do sféry mediální komunikace jednoznačně lze označit za připravené. Často prochází několikanásobným zpracováním, na kterém se podílí mnoho osob. Nárok na aktuálnost informací se však s připraveností střetává. Podávání aktuálních informací co nejrychleji hraje zásadní roli, kvůli tomu je pak jazykové ztvárnění a propracovanost textu upozaděna. Tento jev se projevuje například častým užíváním jednoho slovesa či spojek.³²

V psané sféře mediální komunikace se míra připravenosti odráží na typu promluvy. V monologických žánrech se připravenost projevuje ve větší míře. Promluva autora je většinou přečtený text, zatímco projev respondenta je zpravidla polopřipravený nebo nepřipravený. V dialogických žánrech je tomu jinak. Připravené nebo čtené jsou pouze úvodní pasáže, samotný dialog lze označit za polopřipravený či nepřipravený. Účastníci znají téma dialogu, popřípadě okruhy. Moderátor má pro hosty připravené otázky, reakce na odpovědi je však již nepřipravená.³³

2.7 Výrazové prostředky

Sféra mediální komunikace je velice různorodá, proto nelze specifikovat typické prostředky této sféry. Výrazové prostředky se často shodují s těmi z jiných komunikačních sfér, nejčastěji ze sféry odborné, literární a každodenní komunikace. Vzhledem k tematické různorodosti této sféry se v ní mísí termíny z nejrůznějších odvětví, například z politiky, sportu, nebo kultury. I přes výrazovou různorodost, je však možné stanovit určité prostředky, které mediální sféře dominují.

V mediální sféře se značně uplatňují termíny automatizace a aktualizace. Mezi těmito tendencemi dochází k napětí. Automatizované prostředky se vyskytují nejčteněji ve

³¹ Tamtéž, s. 315–316.

³² Tamtéž, s. 268–269.

³³ Tamtéž, s. 318.

zpravodajských textech, vyznačují se nižší mírou příznakovosti, jsou méně nápadné, očekávané a často směřují k modelovosti. Aktualizace je spojena s persvazí, je založena na neočekávaných formulacích, které mají za cíl překvapit a upoutat recipientovu pozornost. Takový efekt mohou mít nespisovné tvary, neologismy, expresivní výrazy, neobvyklá obrazná vyjádření, neustálená přirovnání, pozměněné citáty, aluze, inovované frazémy nebo poetizující formulace jako jsou řečnické otázky. V mluvené mediální sféře může být aktualizace spojená s vizuální složkou. Je důležité si uvědomit, že častým opakováním aktualizační výrazy postupně podléhají automatizaci.³⁴

³⁴ Tamtéž. s. 269–271, 320.

3 Publicistický funkční styl

Sféra mediální komunikace do jisté míry odpovídá tradičnímu označení publicistický funkční styl, avšak zásadní může být rozdíl v míře zobecnění. Sféra mediální komunikace je mnohem obecnější koncepcí. Navázala na stylistiku pražské školy. Ta v 2. polovině 20. let a na počátku let 30. vymezila v rámci spisovného jazyka 4 funkční jazyky – hovorový (konverzační), pracovní (věcný), vědecký a básnický. Je patrné, že to, co B. Havránek nazýval funkčními jazyky, jsou jevy dnes označované jako funkční styly. K nim později Mukařovský přiřazuje ještě funkci estetickou³⁵. Sféry rozlišované Hoffmannovou a kol. vychází ze základních sociálních sfér. Stylotvorné faktory autoři nevnímají izolovaně, nýbrž jako konstelaci, tedy soubor vzájemně na sebe působících faktorů, které vytvářejí hierarchické relace. Vedle funkce a cílů komunikace autoři zohledňují také faktory spojené s účastníky komunikace, jazykovým kódem, žánry, normami, situacemi (oficiálnost/ neoficiálnost, veřejnost/ neveřejnost, připravenost/ nepřipravenost, mluvenost/ psanost). Mareš a Kaderka pak tuto sféru obohatili o novou terminologii, jako například „online média“, „crazy story“ nebo „feature“. Tradiční pojetí funkčních stylů je oproti tomu pojetí poměrně užší, odpovídá zpracování teorie české a slovenské stylistiky mezi válkami a jejímu dalšímu rozvoji po roce 1945. Publicistický styl pak přibyl až v 50. letech. Pro tuto koncepci je funkce textu apriorně nejdůležitější, kvůli tomu nezahrne všechny texty šířené masovými médii. I přes tuto skutečnost je důležité tradiční pohled na publicistiku do této práce zahrnout a blíže ji charakterizovat.³⁶

3.1 Vymezení publicistického funkčního stylu

Publicistický funkční styl je stylově velmi různorodý a dynamický. Je velmi vázán na dobu, společně s níž se mění. Vyvíjel se vedle odborného funkčního stylu, z něhož také v určité míře čerpal, proto vykazuje mnoho znaků odborné sféry. Mluvené komunikáty pak mají blízko k stylu řečnickému. Dnes již jazyk publicistických textů nemusí být nutně

³⁵ ČECHOVÁ, Marie, Marie KRČMOVÁ a Eva MINÁŘOVÁ. *Současná stylistika*. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2008. s. 28–30, HALLER, Jiří. *Spisovná čeština a jazyková kultura II. Naše řeč* [online]. 1933, 17(3), 77-87 [cit. 2023-02-15]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=2679>.

³⁶ MAREŠ, Petr a Petr KADERKA. Sféra mediální komunikace. In: HOFFMANNOVÁ, Jana, Jiří HOMOLÁČ, Eliška CHVALKOVSKÁ, Lucie JÍLKOVÁ, Petr KADERKA, Petr MAREŠ a Kamila MRÁZKOVÁ. *Stylistika mluvené a psané češtiny*. Praha: Academia. s. 11–21.

charakterizován knižními obraty a patosem, spolu s dobou se uvolňuje a stává se i více hovorovým.

Styl označuje podoby masmediální komunikace. Texty / verbální komunikáty mají vedle funkce informativní (zpravovací, sdělná, komunikační) ještě funkci persvazivní (působící, ovlivňovací, přesvědčovací, agitační). Často je tento funkční styl ztotožňován s výrazem žurnalistický styl, samotné pojmy žurnalistika a publicistika se často užívají jako synonyma. Jiní autoři užívají pojem žurnalistika jako souborný název pro zpravodajství a publicistiku, ačkoliv na rozdíl od zpravodajství navíc hodnotí a přesvědčuje. Publicistika je tedy považována za součást žurnalistiky a žurnalistika se vymezuje jako synonymní k novinářství. Jak je možné vidět, publicistický funkční styl se potýká s terminologickými problémy, je náročné ho přesně vymezit a problematické je to i s jeho obsahem. Na nejednotnost v terminologii upozorňoval zvláště Bartošek³⁷, ale i jiní. Nejednotnost v terminologii dokazuje širší funkčního rozpětí a tematické mnohotvárnosti tohoto stylu.³⁸

Jelínek se v *Příruční mluvnici češtiny* vyjadřuje k publicistickému stylu poměrně obecně. Tvrdí, že definitivní rozdělení funkčních stylů není možné z důvodu kolísání vlastností jednotlivých funkcí, a především z důvodu vývoje společnosti, který přináší funkce nové. Do stylu publicistického (novinářského) pak Jelínek řadí styl zpravodajský, úvahový, interviewový a přesvědčovací a přiřazuje jej k objektivním stylům.³⁹ Minářová pak ve svém titulu *Stylistika pro žurnalisty* označuje žurnalistiku jako nadřazený pojem pro publicistiku a zpravodajství.⁴⁰

Terminologickou mnohoznačnost lze ukázat například na publikaci *Současná stylistika*. Čechová, Krčmová a Minářová píše o žurnalistice a publicistice takto: „Žurnalistiku lze vymezit jako činnost v hromadných sdělovacích prostředcích (zvl. v novinách, časopisech, rozhlase, televizi apod.), novinářství, dále také jako obor zabývající se touto činností; jindy se tím rozumí pouze denní tisk, noviny. Publicistika je často chápána také jako žurnalistická

³⁷ BARTOŠEK, Jaroslav. *Základy žurnalistiky*. Zlín: Univerzita Tomáše Bati. Učební texty vysokých škol, 2002, s. 45.

³⁸ ČECHOVÁ, Marie, Marie KRČMOVÁ a Eva MINÁŘOVÁ. *Současná stylistika*. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2008. s. 244–249.

³⁹ JELÍNEK, Milan. *Stylistika*. In: KARLÍK, Petr, Marek NEKULA, Zdenka RUSÍNOVÁ a Miroslav GREPL. *Příruční mluvnice češtiny*. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2012, s. 724–725.

⁴⁰ MINÁŘOVÁ, Eva. *Stylistika pro žurnalisty*. Praha: Grada, 2011, s. 161–164.

nebo spisovatelská činnost v hromadných sdělovacích prostředcích, která slouží k informaci o aktuálních otázkách a komentuje je. Výrazem publicistika můžeme pojmenovat též souhrn časopisů (určitého směru, ve vymezeném období aj.), a to včetně osob, které je píše, redigují apod.“⁴¹

3.2 Stylová norma

Persvazivní funkce, typická pro publicistický funkční styl, do jisté míry ovlivňuje výběr jazykových prostředků. Užití jazykových prostředků se také odvíjí na délce přípravy, často totiž publicistické texty vznikají poměrně velmi rychle. V těchto případech usnadňuje žurnalistům práci jistá modelovost vyjádření, ta se projevuje například v kompozici jednotlivých textů. Ačkoliv modelovosti (svědčí o procesu automatizace) žurnalisté neustále využívají, zároveň jí cílevědomě porušují (aktualizace).

Publicistický styl má své osobité stylové prostředky. Patří k nim obrazná vyjádření (metaforika), módní výrazy a výrazy, které často odrážejí dobu vzniku, frazémy a jejich modifikace, výrazy zobecňující sdělení, specifický shodný atribut, vsuvka, intertextovost, specifické užití jiných jazykových prostředků, využití jazykových prostředků z jiných útvarů národního jazyka, metajazykový charakter vyjádření nebo přejatá slova.⁴²

Módními výrazy a výrazy odrážejícími dobu se rozumí taková jednoslovná či víceslovná pojmenování, jež odrážejí dobu a užívají se téměř mechanicky. Užívané jsou v politice, ekonomice, kultuře, obchodní sféře apod. Příkladem mohou být výrazy „trh práce“, „daňový poplatník“ nebo „filozofie trhu“.⁴³

Frazémy a jejich modifikace jsou v publicistice velmi časté. Mohou být lidového, kolokviálního, sportovního, slangového a argotického či například biblického charakteru. Frazémy, a ostatní výrazy, které jsou vlastní publicistickému stylu se pak nazývají publicismy. Ustálená slovní spojení mohou také procházet jistými inovacemi a uplatňovat se v nových souvislostech, charakteristické je pro publicistiku také nedokončení frazému.⁴⁴

⁴¹ ČECHOVÁ, Marie, Marie KRČMOVÁ a Eva MINÁŘOVÁ. *Současná stylistika*. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2008. s. 244–249.

⁴² Tamtéž, s. 248–262.

⁴³ Tamtéž, s. 254.

⁴⁴ Tamtéž, s. 254–257.

Výrazy zobecňující sdělení jsou užívány z důvodu záměrné tendence neurčitého sdělení. Autor buďto není podrobně informován a konkrétní údaje nezná, nebo se snaží zachovat zásady diplomacie.⁴⁵

Výrazný syntaktický prostředek stylové aktivizace je specifický shodný atribut. Růst stylové aktivizace je způsoben vynecháním jednoho nebo více významových jader, tím se slovní spojení stává méně srozumitelným. Příkladem jsou například výrazy „zlatá raketa“ nebo „tenisový bronz“.⁴⁶

Parenthese (vsuvka) vnáší do publicistického textu či projevu bezprostřednost a zesiluje autentičnost. Zpravidla vyjadřuje postoj jiných osob a má tendenci opírat se o názory autorit, často se v textu objevuje ve formě citátů. Pro příklad parenthese lze uvést výrazy „jak se říká“, „jak je známo“ nebo „jak říká jedno české přísloví“.⁴⁷

Mezi specifické užití jiných jazykových prostředků patří vytýkáci opis, ten je charakteristický pro sportovní zpravodajství. Jedná se o konstrukci s nepůvodními předložkami (u příležitosti, v rámci, v zájmu). Získávací a uvědomovací funkci publicistického stylu upevňují prostředky signalizující kontakt s adresátem, k tomu je užíván imperativ v 1. nebo 2. os. pl. Rozšířeným jevem jsou také nepravé věty vedlejší, hromadění genitivních vazeb a emocionalita.⁴⁸

Základem jazyka žurnalistiky je neutrální spisovný jazyk, všechny ostatní výrazové prostředky jiných vrstev spisovného jazyka jsou považovány za příznakové a stylově aktivní (například knižní „dosti“ nebo hovorové „brouzdat“). V psané žurnalistice se běžně uplatňují lexikální prostředky knižní nebo citátové. V dnešní době do publicistiky stále více proniká obecná čeština, slangová a profesní mluva se uplatňuje především ve sportovní publicistice.⁴⁹

Metajazyk je průvodním jevem v komunikaci ve všech sférách komunikace, výrazněji pak ve stylu žurnalistickém. Podle Čechové a kol. metajazykové vyjádření odráží metajazykové uvědomění autora. V žurnalistice jsou běžně užívány i výrazy vymykající se

⁴⁵ Tamtéž, s. 257.

⁴⁶ Tamtéž, s. 257–258.

⁴⁷ Tamtéž, s. 258–259.

⁴⁸ Tamtéž, s. 259–260.

⁴⁹ Tamtéž, s. 261.

kodifikaci, přičemž autor si tuto skutečnost uvědomuje, proto jsou v psaném projevu metajazykové výrazy signalizovány uvozovkami, jimiž autor nespisovnost v jistém smyslu omlouvá. Metajazykový charakter mohou mít také intertextové výrazy a vsuvky odkazující na jiný zdroj informací. Uvozovky jsou užívány v souvislosti metaforičnosti vyjádření a upozorňují na záměr autora.⁵⁰

3.3 Vnitřní diference

Jak již bylo uvedeno v kapitole žánrů sféry mediální komunikace, vyčlenili se v publicistice tyto tři dílčí styly – zpravodajský, analytický a beletristický. Žánry dílčích stylů a jejich zařazení byly již zmíněny v předchozí kapitole, proto zde bude krátce věnována pozornost jednotlivé stylům. Zpravodajský styl podává informace o aktuálním dění. Zpravidla přináší objektivní zprávy z odvětví politického, ekonomického nebo ze společenského života. Funkce sdělení je informativní. Výrazové prostředky jsou převážně nociónální, jejich podání je neosobní a stručnější. Poměrně často se v lexiku objevují slova přejatá, především anglicizmy. Morfologické výrazové prostředky jsou zpravidla spisovné a neutrální. Výrazná je ve zpravodajském stylu modelovost vyjádření, ta se projevuje také v syntaxi. Ustálenost a modelovost napomáhají rychlosti a pohotovosti komunikace. Charakteristické jsou jak kratší věty, tak složitější souvětí. Mnohdy se ve větách uplatňují několikanásobné větné členy, polopredikativní konstrukce nebo například apozice výčtová a vysvětlující.

Publicistický (analytický) text stejně jako zpravodajský zprostředkovává informace, navíc je ještě hodnotí, komentuje a analyzuje. Funkce textu jsou tedy informativní a persvazivní, dále také získávací, ovlivňovací a formativní. Může jít o sdělení nových informací, ale i informací již sdělených doplněných právě o nové komentáře či analýzu. Tento styl se snaží odhalit všechny souvislosti a příčiny, proto je označován jako analytický.

⁵⁰ Tamtéž, s. 261–262.

Text publicistického stylu beletristického je ovlivněn beletrizací a subjektivitou. Jazyk je ozvlášťován tropy, častá je i expresivita a stylové zbarvení. Vedle jazykových funkcí informativní a ovlivňovací stojí v popředí také funkce estetická.⁵¹

3.4 Mluvená publicistika

Mluvená publicistika označuje veškerou komunikační činnost v mediální sféře. Patří do ní televizní a rozhlasové zpravodajství, moderátorské diskursy a komentáře a další masmediální pořady, ty mohou mít různé cíle a funkce. Funkce těchto relací je především persvazivní. Tyto komunikáty mohou mít rozdílnou míru oficiálnosti, především pak televizní komunikáty vykazují stylovou osobitost. K osobitým prostředkům patří kromě jazykových i prostředky neverbální (mimika, gestika) a parajazykové (intonace, frázování, tempo řeči aj.).

Komunikace v masmediální sféře je zpravidla řízená diskuse, často se takové pasáže objevují také v řečnických projevech (zvláště těch politických). Mluvenost přispívá k uvolnění jazykového projevu, záměrem je bezprostřední podání, důvěryhodnost mluvčího a působivost na posluchače. Běžný je proto hovorový jazyk. V závislosti na charakter pořadu se může jazyk uchýlit k obecněčeským a nespisovným výrazům. Jak již bylo mnohokrát zmíněno, komunikát publicistického stylu je připravený, v některých situacích však může přecházet ve spontánní. Obvyklé jsou tedy na začátku mluveného projevu i kontaktné prostředky signalizující začátek další repliky a připojovací konektory, například no, tak, tak tedy, nicméně aj.

Aktualizace nespisovnými prostředky je v mluvené publicistice častější než v psané, nejspíše i snahou o bezprostřednost a autentičnost projevu. Syntax mluveného projevu se liší od obvyklé syntax psaných komunikátů. Věty buďto bývají příliš krátké, nebo příliš dlouhé, asociací volně navazující. Přílišná shoda s psaným komunikátem zapřičiňuje, že projev působí hyperkorektně. Celkové vyznění projevu má často sklony jak k aktivizaci, tak

⁵¹ MINÁŘOVÁ, Eva (2017): ŽURNALISTICKÝ STYL. In: Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.), CzechEncy - Nový encyklopedický slovník češtiny. [online]. [cit. 2022-11-08]. Dostupné z: https://www.czechency.org/slovník/ŽURNALISTICKÝ_STYL.

k modelovosti, některá ustálená slovní spojení jsou již v současné době považována za klišé.⁵²

⁵² ČECHOVÁ, Marie, Marie KRČMOVÁ a Eva MINÁŘOVÁ. *Současná stylistika*. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2008. s. 272–275.

4 Odborný funkční styl

Edukativní podcasty bychom zcela jistě mohli z části zařadit do funkčního stylu odborného. Jde o styl, jehož funkcemi jsou přesná formulace a úplné sdělení, ve kterém je dominantní pojmovost. Lze tedy říci, že odborné texty mají nociónální povahu, cíl sdělení je přesně vymezen a dominují fakta a logické argumentace.⁵³ „Odborný funkční styl je typickým stylem veřejné jazykové komunikace. Není to dáno tematikou projevu – není vyloučen ani zcela soukromý jazykový projev na odborné téma –, smyslem odborného komunikátu je však zveřejnění získaných poznatků, jejich uvedení do praxe širšího okruhu vnímatelů.“⁵⁴

Autoři svým posluchačům předávají informace a poznatky, užívají odborné termíny, kultivovaný jazyk a kompozice promluv je promyšlená. Odborný styl se dále vyznačuje také výraznými rysy intertextovosti, to je další ze společných rysů odborného funkčního stylu a podcastu. Mluví se často odkazují na literaturu, se kterou pracují a citují autory a části knih.⁵⁵

Vzhledem k již zmíněné kompoziční připravenosti jsou odborné komunikáty nejčastěji psané texty. Mluvené žánry odborných komunikátů jsou pak například přednáška nebo referát, za základní formu projevu je tedy považován monolog.⁵⁶

Projevy textů odborného funkčního stylu bývají situačně nezakotvené. Ačkoliv odrážejí stav jazyka v době jeho vzniku, mnohem více směřují k nadčasovosti. Autor musí dbát na vhodnou formulaci, aby byl text srozumitelný a jednoznačný i v následujících letech.⁵⁷

Odborný styl má velmi široké funkční rozpětí, v rámci odborného stylu lze vymezovat styly vědecký (teoretický), prakticky odborný (odborný v užším smyslu), populárně naučný, učební a esejistický.⁵⁸

⁵³ ČECHOVÁ, Marie, Marie KRČMOVÁ a Eva MINÁŘOVÁ. *Současná stylistika*. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2008. s. 211.

⁵⁴ Tamtéž, s. 211.

⁵⁵ Tamtéž, s. 208–209.

⁵⁶ Tamtéž, s. 211.

⁵⁷ Tamtéž, s. 211.

⁵⁸ Tamtéž, s. 210.

4.1 Stylová norma

Hlavními požadavky na odborný text jsou jasnost, přesnost a věcnost. Text má být především explicitní, převyšuje tedy denotace před konotací, a autor by se měl snažit minimalizovat redundantní prvky. Důležité je, aby byl text vždy přiměřený adresátovi.⁵⁹

Výše zmíněné požadavky na odborný text jsou dány především textovou výstavbou. Typická je promyšlená kompozice. Text prochází přípravnou fází, ve které jsou shromažďovány materiály, nebo je prováděn experiment, předpokládá se pak práce s odbornou literaturou. Text bývá rozdělen do kapitol, u kterých se očekává striktní monotematicnost. Výraznější je tedy u odborného stylu horizontální členění. Do vertikálního členění mohou spadat komentáře, poznámkový aparát nebo například citace.⁶⁰

Z jazykové stránky závisí odborný text na pojmovosti sdělení, vyžadovány jsou emocionálně a stylově neutrální jazykové prostředky a spisovný jazyk. Výrazové prostředky mohou často směřovat ke knižnosti. Spisovnost a neutralita vyjadřování je přesahována velmi zřídka a spíše nezáměrně, takové výrazy narušují odborný charakter. Odbornost pak upevňují odborné termíny, ty mohou být i cizojazyčné (např. angličtina, latina). V cizím jazyce pak bývá napsán také abstrakt či resumé. Syntaktická stavba textu není nijak zvlášť nápadná, důležité je především zachování hierarchizace myšlenek a jasnosti textu.⁶¹

⁵⁹ Tamtéž, s. 212.

⁶⁰ Tamtéž, s. 212–213.

⁶¹ Tamtéž, s. 215–217.

5 Představení jednotlivých podcastů

Podcasty k jazykové analýze byly po krátkém pilotážním průzkumu vybrány na základě společné kategorie, a to funkce. Pro jednotnost byly zvoleny podcasty s funkcí edukativní. Před samotnou analýzou jsou v této kapitole vybrané podcasty představeny. Podrobněji analyzovány z jazykové stránky budou v praktické části v následujících kapitolách.

5.1 Na potítku

Projekt *Na potítku* vytvořili David Jirsa a Daniel Zezula. David Jirsa je učitel českého jazyka, je mluvčím, který provází posluchače všemi epizodami. Působí jako šéfredaktor v literární revue *Aluze*. Vystudoval českou filologii a žurnalistiku na Palackého univerzitě v Olomouci, dále studoval také slavistiku, anglistiku a komparativní literaturu v Jeně. Je autorem řady odborných textů, studií, edic či překladů. S Natálií Trojkovou vydal knihu *Je to s tím Akordem velký kříž*, kde je odhalena vzájemná korespondence Timothea Vodičky a Jana Zahradníčka.⁶²

Daniel Zezula se stará o výslednou podobu podcastů. Živí se jako zvukař a osvětlovač, věnuje se ale také produkci, grafice, výuce anglického jazyka a filmování.⁶³

Projekt byl odstartován videi na platformě YouTube, nyní jsou epizody také k poslechu na platformě Spotify. Název odkazuje k maturitní zkoušce, podcasty však nemusí nutně sloužit pouze maturantům. Přínosné mohou být i jako studijní podpora pro ostatní studenty, jako zdroj nových informací pro rekreační čtenáře nebo jako podklady k výuce pro učitele. Podcasty nemají nahradit povinnou četbu a pouze přeříkat děje knih, David Jirsa se snaží ukázat potenciál české literatury a jak se dá v literatuře číst mezi řádky. Informace podává poutavým vyprávěním, vše je podáno srozumitelně a v souvislostech. Cílem autorů je přilákat mladé lidi ke čtení a odstranit zažitá kliše v české literatuře.

Témata jednotlivých podcastů jsou velice pestrá. Někdy je posluchačům představováno celé literární období či skupina, jindy pouze jeden významný autor, žánr či dílo. Po maturitních zkouškách vyšly díly, ve kterých David Jirsa procházel a řešil

⁶² JIRSA, David a Daniel ZEZULA. O nás. *Na potítku* [online]. [cit. 2021-12-20]. Dostupné z: <https://napotitku.cz/o-nas/>.

⁶³ Tamtéž.

s maturanty výsledky didaktického testu. Nyní je vydáno přibližně 200 epizod. Jelikož již byla představena nejvýznamnější období, autoři a díla, vychází epizody tematicky užší, zajímavější a originálnější. Dále jsou jednotlivé podcasty rozděleny do několika „pořadů“, jak je sám David Jirsa nazývá. Pořady vychází pod zkratkou/názvem a číslem. Běžně vychází epizody označené zkratkou „EP“, v covidové situaci, kdy došlo k uzavření škol, začaly vycházet epizody pod názvem *UčíSmažka*, které měly sloužit jako průběžné opakování pro studenty. Velmi zřídka vychází také epizody označovány zkratkou „VL“, ty slouží jako vlog, nevycházejí za účelem vzdělávání, obsahují pouze tipy na četbu nebo si v nich Jirsa chce pouze „popovídat“ s posluchači.

Jednotlivé pořady mají různou stopáž. Epizody *UčíSmažka* a vlogy jsou kratší, díly mají zpravidla do 20 minut. Běžné epizody jsou časově více rozmanité, trvají obvykle v rozmezí 15–45 minut, jedna epizoda trvá dokonce 1 h a 45 min.

5.2 Literární hysterie

Literární hysterie je projekt absolventky bohemistiky Filozofické fakulty UK Karolíny Meixnerové. Kromě bohemistiky vystudovala také žurnalistiku. Vystupuje na mnoha platformách a sociálních sítích. Po básních a blogu pokračovala podcastem. Časem začala vytvářet krátká vtipná edukativní videa, ve kterých se zaměřuje na českou literaturu převážně 19. století a snaží se ji popularizovat mezi mladými lidmi. Představuje české vrcholné autory v jiném, až poněkud bulvárním světle. Po úspěchu na internetu začala pořádat také besedy a aby navázala a kontextově doplnila svá videa, vytvořila k nim tištěné podklady nazývané *Ksichtolisty*. Její projekt tedy přesahuje pouze tvorbu podcastů.⁶⁴

První epizody nahrávala se svou kamarádkou, autorky podcastu tedy byly dvě. V té době nebyl podcast téměř vůbec jednotný, témata epizod byla různá, nenavazovala na sebe, týkala se zprvu především světové literatury a literatury young adult. Těmto raným začátkům se nebude analýza věnovat. Analýza se zaměřuje na epizody, které vyšly pod zastřešujícím názvem *Literární hysterie*. V několika epizodách vystupuje autorka společně se svými hosty,

⁶⁴ MEIXNEROVÁ, Karolína. *Literární hysterie* [online]. [cit. 2021-12-20]. Dostupné z: <https://www.literarnihysterie.cz>.

jedná se o epizody, které se netýkají primárně literatury. Dialogy a promluvy hostů nejsou do analýzy zahrnuty.

Podcast se věnuje především literatuře 19. století. Kromě edukativně pojatých epizod jsou vydávány krátké recenze či ohlédnutí za studiem bohemistiky. Adresátem je každý, kdo se zajímá o literaturu a chce se dozvědět více, navíc zábavnou a uvolněnou formou. Témata jednotlivých epizod jsou pojata originálně, zároveň osvětlují základní kontexty české literatury. Nová série epizod *Národní opruzení* pak představuje vlastní tvorbu autorky. Vytvořila vlastní příběh s nejvýznamnějšími osobnostmi národního obrození a ten v 10 epizodách představuje svým posluchačům. Na tyto epizody navazuje dalšími, kde vysvětluje, jak vše bylo doopravdy. Všechn obsah představuje autorka Karolína Meixnerová v poměrně krátkém čase. Průměrná délka epizody se pohybuje mezi 15 až 45 minutami.

6 Metodologie

Tato bakalářská práce se zaměřuje na problematiku podcastu jakožto nového žánru. Jedná se o poměrně nový fenomén, který se v současné době těší velké oblibě. V přípravné fázi, před započítím psaní bakalářské práce, proběhl pilotážní průzkum, na jehož základě byly vybrány 2 edukativní podcasty, byly stanoveny cíle a výzkumné předpoklady a následovalo studium odborné literatury a její excerptce. V teoretické části práce je definován podcast, jeho historie a spojitost s publicistikou a zpravodajstvím a krátké představení podcastů, které jsou předmětem analýzy. Dále je charakterizována sféra mediální komunikace a odborný funkční styl. Po přípravné fázi následoval sběr jazykového materiálu, k němu sloužil poslech jednotlivých epizod podcastů, excerptce a záznam jazykových jevů v mluvených projevech, ty byly zaměřeny na všechny vrstvy jazyka – na rovinu fonetickou, morfologickou, lexikální a syntaktickou, krátce se také analýza věnuje i vymezení stylovému. Zdrojem zvukových záznamů byla platforma *Spotify* a soupis jednotlivých epizod, se kterými bylo pracováno, se nachází na konci práce.

Proces výběru byl ohraničen několika kritérii. Nejdůležitější kritérium bylo stanovené již v přípravné fázi, tedy zaměření na edukativní podcasty. Druhým kritériem bylo, aby obsahem bylo primárně mluvené slovo, nikoli hudba. Podcasty s výraznou hudební složkou jsou sice založené na zvuku, pro potřeby analýzy však nejsou vhodné. Podmínkou pro výběr pak byl počet publikovaných epizod, minimem bylo stanoveny 10 epizod. S tím souvisí také další kritérium, tím je aktuálnost. Vybírány byly takové podcasty, které v době vytváření bakalářské práce stále publikují. Poslední kritérium byla nezávislost a původnost, to znamená takové podcasty, které nespádají pod firmy, média nebo organizace, které využívají podcast pouze jako další způsob distribuce (př. rozhlasové pořady).

Po poslechu dostatečného množství materiálu byla následně vypracována jazyková analýza. Poslechnuto bylo více než 100 epizod podcastů, které vyšly během let 2016–2023 (současnost), jako materiál pro analýzu bylo následně vybráno celkem 22 podcastů. V závěru práce byly konfrontovány předpoklady s výsledky.

Cílem práce je představit poměrně nový fenomén – podcast a na základě analýzy stanovit jeho jazyková specifika.

Před zahájením výzkumu byly stanoveny následující výzkumné předpoklady:

VP1: V mluvených projevech se objeví prvky hovorové a obecné češtiny. Projevy se nebudou po celou dobu držet neutrálního a spisovného jazyka.

VP2: Každý mluvčí má vlastní charakteristické prvky projevu, osobitá slovní spojení, invazivní výrazy, technika a autentičnost projevu apod.

VP3: I když je podcast ve větší míře připravený mluvený projev, může však někdy vykazovat znaky nepřipravenosti a improvizace.

VP4: Existuje jednotící jazykový prvek podcastů.

7 Analýza jednotlivých podcastů: Na potítku

Následující kapitoly se věnují analýze dvou vybraných podcastů. Po poslechu dostatečného množství zvukového materiálu bylo náhodně vybráno několik epizod, se kterými se dále pracovalo. Vzhledem k charakteru a rozsahu práce je jazyk v podcastech popsán v hrubých rysech.

7.1 Stylotvorní činitelé

Existuje mnoho faktorů ovlivňující výsledný komunikát. Vše záleží na autorovi a jazykových prostředcích, které použije, různými prostředky totiž může výrazně pozměnit styl komunikátu. Stylotvorné faktory se dělí na dva hlavní druhy, a to objektivní a subjektivní. Objektivní faktory jsou na autorovi nezávislé a jím neovlivnitelné. K těmto faktorům se řadí funkce projevu, situace, prostředí – veřejný/ neveřejný (soukromý) projev, forma – mluvený/ písemný projev, připravenost a adresát – kontakt přímý/ nepřímý (rozhlas, telefonát apod.), jazykový kód, místo a čas komunikace a téma. Subjektivní stylotvorné faktory souvisí s individuálním stylem autora, komunikát ovlivňují okolnosti, které plynou z autorovy osobnosti. Subjektivními okolnostmi jsou považovány autorovy zkušenosti, s nimi souvisí celkový rozhled, dále jazykové dovednosti, znalost kódu, rozumová vyspělost, povahové rysy, aktuální psychický stav, vztah k adresátovi, také ale faktory biologické jako pohlaví či věk.⁶⁵

Při analýze se budeme řídit terminologií v publikaci *Současná stylistika* (Čechová a kol., 2008).

7.1.1 Objektivní stylotvorní činitelé

Hlavní funkcí komunikátů jsou funkce informační (sdělná) a vzdělávací. Komunikáty plní tuto funkci, jelikož v nich autor předává nové informace široké veřejnosti, konkrétně kolektivnímu vnímání (posluchači podcastu), kterého chtějí novými informacemi obohatit a vzdělávat. Promluvy jsou osobní, komunikant témata běžně komentuje, přidává svůj úhel pohledu a vyjadřuje vlastní názor na věc, často k tématu také připojí zajímavý příběh. V souvislosti s tímto se dá hovořit o uplatňování funkce persvazivní

⁶⁵ ČECHOVÁ, Marie, Marie KRČMOVÁ a Eva MINÁŘOVÁ. *Současná stylistika*. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2008. s. 78–91.

(uvědomovací, působící, ovlivňovací), ačkoliv to na první pohled nemusí být tak zjevné. Persvaze se v komunikátech uplatňuje v různé míře intenzity a explicitnosti a jejím cílem je formování vědomí recipientů. Její účinnost je závislá na splnění dvou předpokladů, těmi jsou pravdivost sdělovaných skutečností a důvěryhodnost autora. Oba z těchto předpokladů lze u tohoto podcastu považovat za splněné. Persvazivní funkci také podporují požadavky na srozumitelnost na srozumitelnost a kredibilitu, tou se rozumí předpoklad důvěryhodnosti a dosahuje se jí adekvátní volbou výrazových prostředků. Srozumitelnost do jisté míry souvisí s orientací v tématu. Persvaze je v podcastu nejvíce stimulována lexikálními prostředky, nejčastěji pak hodnotícími výrazy, které ať už kladně, nebo záporně působí na recipienta (*vcelku úspěšný, velmi kvalitní, celkem přečtený*). Persvazivní funkce se projevuje také v syntaktických vazbách, a to formou různých typů apelů (*pamatujte si, zaměřte se, rozhodně si přečtete* apod.) nebo řečnických otázek tvořených pomocí částice *že* („*Určitě jste někdy slyšeli výraz kocourkov že?*“⁶⁶). Tato částice má v textu zároveň funkci kontaktní. Fatická (kontaktní) funkce se uplatňuje také ve formě pozdravu či rozloučení na každém začátku a konci epizody. V rámci kontaktní funkce se v podcastech uplatňuje také implicitní hodnocení recipienta (*jak jistě víte* nebo *určitě znáte/ jste četli*). Tyto konstrukce vytváří pocit sounáležitosti a důvěrnost mezi posluchačem a autorem. Všechny výše zmíněné funkce jsou běžné pro publicistický či řečnický styl. Někdy tyto funkční styly provází funkce emotivní, ta se v komunikátech uplatňuje v nižší míře. Autor obvykle užívá expresivní výrazové prostředky, zřejmě aby odlehčil komunikát, zároveň tyto výrazy mohou být atraktivizačním prvkem. Za emotivní by se daly považovat již zmíněné konstrukce *jak jistě víte* nebo *určitě znáte/ jste četli*, které recipientovi dodávají pocit sounáležitosti a důvěrnosti s autorem.

Projev je komunikátem polooficiálním a veřejným, to je pro publicistický styl běžné. Podcast je určen široké veřejnosti, v tomto případě kolektivnímu vnímateli, a je veřejně přístupný online na různých platformách. Polooficiálnost je dána tím, že je adresována konkrétním posluchačům, komunikant se svými posluchači mluví osobně a přátelsky,

⁶⁶ JIRSA, David a Daniel ZEZULA. *UčíSmažka 23 – Preromantismus*. In: Spotify [podcast]. 15.1.2021. Dostupné z: <https://open.spotify.com/episode/2LWzQWSqyZN1TdWALWcIE?si=IE0p7jp5TZ2QQ7xbT6GZkw>.

zároveň jde o pořad vzdělávací, u kterého by se mohla očekávat jistá míra oficiality, tomu autor přizpůsobuje i výrazové prostředky.

Adresát zde byl již několikrát zmíněn, je jím kolektivní vnímatel. Tím může být v podstatě kdokoliv z široké veřejnosti, vzhledem k tematické vyhraněnosti však lze předpokládat, že recipienty bude užší skupina, tedy posluchači, kteří se zajímají o literaturu. Podle toho komunikant volí výrazové prostředky, jelikož počítá, že se recipient o literaturu zajímá, volí odpovídající terminologii, jejímiž základům nevěnuje čas pro vysvětlení. Posluchači nejsou bezprostředně přítomní, jak tomu bývá u běžných řečnických projevů. Jejich přítomnost je zprostředkována skrze online prostor a streamovací platformy.

Jedná se o mluvenou formu projevu, s ní souvisí monologičnost. Vzhledem k distanci recipienta a absenci druhého komunikanta jde o projev monologický. V mluveném projevu má autor větší volnost ve stavbě vět, potýkat se však může se ztrátou větné perspektivy, to se však v tomto podcastu nestává. Nedochozí ani k menší přehlednosti obsahu způsobené mluvenou formou. Textovou formu může mít příprava obsahu a materiály autora. S mluveností souvisí také paralingvální prostředky, které lze z monologu postřehnout. Těmito prostředky jsou barva hlasu, jeho tón, výška, intonace, frázování, gesta a mimika. Poslední dva neverbální prostředky nemá recipient možnost pozorovat z důvodu absence vizuální složky. Od formy komunikátu je ještě oddělen jazykový kód. Autor využívá pestré výrazové prostředky (komunikant neopakuje slova, využívá synonym, užívá výrazy z různých vrstev slovní zásoby) a je zřejmé, že jazykový kód ovládá výborně. Jazyk komunikátu je převážně spisovný a odbornější, objevují se však i výrazy nespisovné vrstvy jazyka. Podrobněji je jazykový kód rozebrán v kapitole věnující se lexikologické stránce komunikátu.

Jak již bylo zmíněno, komunikant může a nemusí mít vypracovanou textovou formu projevu. Vzhledem ke kvalitě projevu, lze usoudit, že autorův projev je do jisté míry připravený. Naproti tomu se v projevu v jisté míře uplatňuje také improvizace, a to v situacích, kdy se autor odkloní od hlavního tématu a vypráví například jiný příběh, který ho v daném momentu k tématu napadl. Celkově by tedy byl projev autora považován za polopřipravený. Do jisté míry je možné v projevu sledovat modelovost. S dobou vysílání podcastu se již vytvořila jistá šablona, ta však s ohledem na žánr podcastu není neobvyklá.

Na začátku proběhne krátké uvítání a představení tématu, na konci zase rozloučení, případně nalákání na další epizodu. Některé epizody jsou na začátku a konci provázeny krátkou znělkou.

Čechová vyděluje také místo a čas komunikace, ty jsou nám u tohoto podcastu neznámé. Vzhledem k bezprostřední přítomnosti recipientů se dá usoudit, že místo projevu je soukromé. Díky svým vlastnostem je podcast na čase nezávislý. Navíc se v tomto případě může rozlišovat čas reálného a výsledného komunikátu. Výsledný čas epizody je pak mezi 15–45 minutami.

Posledním objektivním faktorem je téma komunikátu. Tento faktor k objektivním činitelům nezařazují všichni autoři. Tématem podcastu je především literatura, rozebírána jsou literární díla, autoři, žánry, období atd. Některá témata mají přesah do jiných oborů, například do historie nebo filozofie. Zřídka je předmětem epizody téma lingvistické.

7.1.2 Subjektivní stylové činitele

Subjektivními stylovými činiteli se rozumí individuální styl komunikanta, komunikát tedy ovlivňují okolnosti, které plynou přímo z osobnosti komunikanta.

V analýze se nebudeme subjektivním činitelům věnovat tak podrobně jako činitelům objektivním. Chtěli bychom se vyvarovat hodnocení osobnosti autora, z poslechu podcastů se nedají přesně vystihnout povahové rysy, typ osobnosti nebo momentální stav komunikanta. Vyvodit by bylo možné pouze odhady a domněnky. Vyprávění autora je dynamické a poutavé, komunikant tedy působí velmi energicky a pozitivně. Pozitivně je vnímán také jeho vztah k recipientům. Ostatní subjektivní faktory je možné charakterizovat o něco přesněji.

Komunikantem, autorem podcastu, je muž – David Jirsa. Z informací veřejně dostupných na internetu víme, že je mu 33 let, je především učitelem českého jazyka, šéfredaktorem literární revue *Aluze* a literárním teoretikem. Studoval českou filologii, žurnalistiku, slavistiku, anglistiku a komparativní literaturu. Publikoval řadu odborných textů, studií a překladů, také vydal vlastní knihu. Z jeho životopisu a poslechu podcastů můžeme tvrdit, že jde o vzdělaného člověka s bohatými zkušenostmi v oboru a širokým rozhledem. Znalost jazykového kódu a bohaté jazykové prostředky jsou výborné.

Z komunikátu je možné usoudit, že práce na podcastu je autorova zájmová činnost a že ho tato činnost baví a literatura je mu velmi blízká. Toto nadšení pak kladně ovlivňuje výsledný komunikát a může zvyšovat zájem recipientů.

Zmíněn by měl být také spoluautor podcastu Daniel Zezula, o něm toho však nemůžeme říci mnoho. Nepodílí se přímo na mluveném komunikátu, ale až na jeho výsledné podobě. Podcast spravuje po technické stránce. Povoláním je zvukař, osvětlovač, producent a grafik, věnuje se také výuce anglického jazyka. Dle jeho povolání můžeme tvrdit, že je zkušeným ve svém oboru.

7.2 Členění textu

Jazyk je nejednotný složitý organizmus, který je diferencovaný horizontálně a vertikálně. Horizontální členění textu je takové, při němž se tematicky a výrazově text dělí na počáteční, střední a závěrečnou část, přičemž střední část může být dále členěna. Horizontální členění existuje u všech textů, důkladné je však pouze u textů připravených. Členění textu do odstavců vykazuje vnitřní soudržnost a obsahovou samostatnost. Tradičně se horizontální členění považuje za lineární, doplnit ho ale mohou také rámcové složky (titulek, podtitulek, dedikace, motto atp.). V mluvených projevech může být považováno za rámcové například pozdravení nebo oslovení, v závěrečné části pak poděkování za pozornost a rozloučení.⁶⁷

Vertikální členění je uspořádání textu podle důležitosti. Tyto prostředky slouží k zapamatování důležitých informací. Řadí se k němu grafické prostředky jako velikost a druh písma. V mluveném projevu slouží jako prostředky vertikálního členění prostředky prozodické. Důležitější informace bývají pronesené hlasitěji a pomaleji než ostatní.⁶⁸

7.2.1 Horizontální členění

Podle charakteristiky horizontálního členění má každá epizoda podcastu fázi počáteční, střední a závěrečnou. Úvod některých epizod je provázen znělkou, následuje vždy

⁶⁷ MINÁŘOVÁ, Eva (2017): HORIZONTÁLNÍ ČLENĚNÍ TEXTU. In: Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.), CzechEncy - Nový encyklopedický slovník češtiny. [online]. [cit. 2022-11-20]. Dostupné z: <https://www.czechency.org/slovník/HORIZONTÁLNÍ%20ČLENĚNÍ%20TEXTU>.

⁶⁸ MINÁŘOVÁ, Eva (2017): VERTIKÁLNÍ ČLENĚNÍ TEXTU. In: Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.), CzechEncy - Nový encyklopedický slovník češtiny. [online]. [cit. 2022-11-20]. Dostupné z: <https://www.czechency.org/slovník/VERTIKÁLNÍ%20ČLENĚNÍ%20TEXTU>.

pozdrav, komunikant přivítá posluchače u nové epizody a představí jim její téma, ačkoliv ten je posluchačům známý již z názvu. Pozdrav bývá vždy velmi neformální (*Takže ahoj; Ahoj děti*). Plynule autor přechází k vyprávění, tedy střední části komunikátu, ta je obvykle dělena na více částí v závislosti na tematických úsecích. Často se stane, že se komunikant odchýlí od tématu prostřednictvím jiného vyprávění, které ho k tématu napadá. Závěrečná část má mnoho podob, některé epizody jsou ukončeny bez rozloučení, autor jen řekne, jakým tématem se bude zabývat příště nebo že si pokračování nechá na další epizodu. Jindy je výřečnější, ukončí epizodu, zadá posluchačům nějaký „domácí úkol“, dá doporučení na knihu, věnuje čas propagaci i jiných platforem, na kterých celý projekt působí, poté se rozloučí. Rozloučení se také nese v neformálním duchu (*Tak se mějte hezky; Čau; Takže tak, zdar!; To je všechno a zase za týden*). U epizod provázených znělkou hraje znělka na úplném konci epizody. Úvodní i závěrečná část jsou zpravidla velmi krátké, obvykle trvají do jedné minuty.

7.2.2 Vertikální členění

Z pohledu vertikálního členění je střední část vždy členěna na více částí. Uspořádání informací je hierarchické a jednotlivé části na sebe navazují. Rozdělení se odvíjí dle tématu, pokud autor mluví v epizodě o knize začíná informacemi o autorovi, zajímavostmi o něm a jeho životě a zařadí ho do literárního období či směru. Následně pokračuje samotným rozborem, věnuje se žánru, kompozici, jazyku, postavám atp. Někdy zmiňuje soudobou recepci díla. V samostatných epizodách o autorech vyličí jejich život, zmíní zajímavosti, specifikuje autorovu tvorbu a dá příklady významných děl. Vzhledem k vysokému počtu epizod a jejich velké tematické různorodosti nelze popsat všechny možné hierarchické postupy, je však zřejmé, že se komunikant vždy velice dobře orientuje v tématu a informace strukturuje dle jejich důležitosti. Pozorovat lze i dobrou práci s hlasem, na důležitější informace je zřetelně dán důraz, jsou pronášeny hlasitěji a o něco vyšším hlasem. Každá epizoda má své číslo, název a je označena zkratkou příslušné kategorie, aby recipient snadno zařadil epizodu do série, pod kterou vychází. Pro posluchače jsou tak epizody opravdu přehledné.

7.3 Fonetická rovina

Pro podcasting, mluvený projev, je velice důležitá zvuková stránka projevu. V následující kapitole jsou popsány komunikáty z pohledu fonetické jazykové roviny. Nejprve budou charakterizovány jevy roviny segmentální a následně bude věnována pozornost rovině suprasegmentální.

Z hlediska roviny segmentální komunikát ve většině případů splňuje ortoepickou normu⁶⁹. Zpravidla nedochází k nespisovnému úženi hlásky *é* v *í*, výjimečně pak narazíme na výrazy, ve kterých se projevuje diftongizace *ý* v *ej* (například *nudnej, nalámanej*). K tomuto jevu dochází nejspíše vlivem záměrné expresivity komunikátu, jelikož se autorka snaží o atraktivizaci komunikátu, ne z důvodu nedůslednosti autora.

Kvalita hlásek je zachovávána, komunikant se nedopouští chyb příliš otevřené či zavřené výslovnosti, nebo redukce hlásek, které by způsobily nesrozumitelnost projevu. Pokud v komunikátu dochází ke spojení dvou foneticky stejných hlásek, jedná se o případy, kdy je jejich zjednodušená výslovnost v češtině považována za výrazově neutrální (*devatenáctdevadesátři*).

V komunikátech je však možné povšimnout si odchylek v realizaci kvantity. V projevu dochází ke krácení i dlužení hlásek. U některých slov dochází ke krácení samohlásky *i*, která se znělostí přibližuje samohlásce *e*. Dále pak ke krácení dochází uprostřed sloves (*myslím, říkám, muže*), nedodržení délky je možné naleznout i u jiných slovních druhů (*tim* – zájmeno, *především* – příslovce). K dlužení hlásek dochází buďto v souvislosti s rozmýšlením pokračování promluvy (*nó, alé*) nebo ve smyslu jakéhosi ujištění porozumění posluchačů (*jó*).

V komunikátu jsou častá anglická slova, vzhledem k autorově zkušenosti s jazykem jsou tyto výrazy vyslovovány bezchybně. Velmi výjimečně dochází k jiným výslovnostním chybám či nedostatkům, které se však neopakují a nelze o nich říci, že jsou jedním z rysů mluveného projevu komunikanta.

⁶⁹ HŮRKOVÁ-NOVOTNÁ, Jiřina. *Česká výslovnostní norma*. Praha: Scientia, 1995.

V rovině suprasegmentální se zaměřujeme na prozodické prostředky, těmi se rozumí přízvuk, tón řeči, síla, výška a barva hlasu, intonace a pauzy. Projev komunikanta působí uvolněným dojmem, je zřejmé, že řečnictví ovládá a nemá s ním žádné výrazné problémy. Komunikant má příjemnou barvu hlasu, zde se jedná o subjektivní hodnocení, v případě podcastu a jeho specifickým je hlas a práce s ním stěžejní. Výšku hlasu nijak zvlášť neproměňuje, drží se spíše v nižších polohách, přesto však projev nepůsobí monotónně. Větnou melodii však někdy mění, když se obrací k posluchačům, věta má pak stoupavou nebo stejně jako věta tázací klesavě stoupající melodii. Stoupavou melodii je možné pozorovat také u jednotlivých kontaktních výrazů (*žejo, jó*). Vhodně je uzpůsobena i celková hlasitost a kvalita projevu. Komunikant se nepřehřívá, nekotká a netrpí vadami řeči. Povšimnout si můžeme pouze o něco hlasitějších nádechů. Není tak narušena soudržnost projevu a nevzniká šum ani jiné nepříjemné zvuky, které by byly pro posluchače nepříjemné (kvalita promluvy je udržována i po technické stránce). V projevu jsou dodržovány logické předěly, jak je typické pro češtinu, nádech bývá uskutečňován před vyslovením spojky, či na začátku další věty. Pauzy jsou v některých případech prodlouženy, dochází k nim hlavně z toho důvodu, že jde o mluvený projev, komunikant si často potřebuje rozmyslet, jak na předchozí větu vhodně navázat, či jaký výraz má zvolit. Jelikož si dá čas na rozmyšlenou, popřípadě lehce prodlouží slova, výjimečně dochází k hezitačním zvukům (*eee, ehm, hm*), i to je jedním ze znaků kvalitně zvládnutého řečnického projevu. Tempo řeči je přiměřené obsahu a posluchačům, komunikát je dynamický, ale stále srozumitelný. Komunikant dodržuje větný přízvuk a dobře s ním pracuje pro zdůraznění důležité informace.

7.4 Morfologická rovina

V této kapitole se budeme věnovat podcastu z morfologické roviny Bude analyzováno, zda po morfologické stránce komunikát splňuje spisovnou normu, nebo jestli z ní vybočuje.

Celková kompozice působí většinou neutrálně, v komunikátu se však objevují i jevy, které ho činí více moderním a díky kterým je upouštěno od formálního rázu komunikátu. Prostředky narušující neutralitu nemusí být vnímány negativně, jsou to prostředky, které navozují přátelský vztah mezi autorem a posluchačem. Obecně nebyly v morfologické rovině vyzorovány výrazné odchylky a zvláštnosti od neutrálního spisovného jazyka.

V kategorii substantiv lze nalézt jak substantiva konkrétní (*autor, hrdina, mozek, obraz*) tak abstraktní (*duše, příběh, moderna, budoucnost, mýtus*). Vzhledem k počtu abstraktních jmen můžeme říci, že mnoho substantiv komunikátu z hlediska čísla řadíme mezi singularia tantum. Jelikož jde o literárně tematický podcast, často se v komunikátu opakují tvary některých jmen jako např. *autor, spisovatel, dílo* a další. Vedle apelativ, tedy obecných jmen, najdeme také řadu proprií, ta pojmenovávají, vzhledem k tematice, hlavní postavy děl či autory. (*Faust, Hamlet, Oscar Wilde, Milan Kundera* apod.). Z kategorie substantiv jsou často používána jména, konatelská či obyvatelská, tvořena příponou -ák (*esesák, pétépák, voják, maloměšťák, Pražák, bídák*).

V kategorii adjektiv je využíváno značného množství adjektiv hodnotících (*malicherné rozhodnutí, nepovedený vtip, ne nejlepší paměť*) a deskriptivních (*prozaická prvotina, komplikovaná kniha, tvůrčí laboratoř, úvodní povídka*). Užití adjektiv většinou nemění neutralitu projevu, jejich význam v komunikátu nemá persvazivní funkci, jako tomu je u většiny řečnických projevů, zde plní funkci především popisnou.

V kategorii zájmen nebyly zaznamenány žádné zvláštnosti. Zájmena byla užívána na vhodných místech, nebyla nijak nadužívána a v žádném případě se komunikant nedopustil chyby.

Číslovky jsou v komunikátu užívány určité ale i neurčité. Vzhledem k tematické povaze komunikátu převažuje kategorie číslovek určitých, ty jsou zastoupeny především v podobě letopočtů, věku autorů či postav nebo např. označení vydání knihy (př. *1895, Dva tisíce slov, první vydání, první povídka*). Převažují tedy číslovky základní a řadové. Neurčité číslovky, jak již bylo zmíněno, jsou také zastoupeny, vyskytují se především v popisu děje či autora nebo postav (*několikrát utekl, mnoho si přibarvil, ne moc peněz*).

Slovesa uplatňující se v komunikátu jsou zpravidla použita ve 3. osobě singuláru, v některých pasážích, ve kterých autor zmiňuje své myšlenky a možné interpretace, je užitá 1. osoba singuláru. V komunikátu se uplatňují všechny slovesné časy, nejvíce však čas minulý, ten se vztahuje především ke knihám a jejich ději (*hrdina utekl, kniha skončila, autor knihu vydal*), také pak k autorům a jejich životu (*pocházel, pracoval, psal, hlásil se k...*). Přítomný a budoucí čas se pak vztahuje primárně k autorově myšlenkám a glosám (*troufám si říct, myslím, do toho se nebudu pouštět, k tomu se vrátím*). Budoucí čas je často

vyjádřen přítomným tvarem dokonavých sloves (*dáme si pauzu, vrátíme se, příště oživíme*). Převažují jednoduché slovesné tvary, tvary složené jsou primárně zastoupeny slovesy v minulém čase, jiné slovesné konstrukce jako například modální a jiná pomocná slovesa nejsou v komunikátu užívány tak často. To může vypovídat o snaze autora o zachování srozumitelnosti komunikátu.

Příslovci je v komunikátu podobné množství jako adjektiv, komunikant je užívá velmi často (*zprvu, kontraintuitivně, zpravidla, uměle, nijak zvlášť*). Užívány jsou vhodně a významově správně, autor jimi zpřesňuje děj či zdůrazňuje míru nebo intenzitu.

V kategorii spojek nebyly vyzorovány výrazné zvláštnosti. Nejvíce užívanou je spojka *a*, její užívání je spojeno s mluveností komunikátu, ve kterém autor často dodatečně přičleňuje věty. Zaznamenány byly také různovětné spojky, tedy dvojice spojek, z nichž se každá váže k jiné větě v souvětí (*ale když, a když, proto když, že když, protože kdyby*), blíže o tom v podkapitole věnující se syntaktické rovině.

Ostatní slovní druhy v komunikátu nemají velké zastoupení ani nevykazují zvláštnosti či odchylky od běžné normy.

7.5 Lexikální rovina

Z hlediska lexikální roviny je analyzovaný projev velmi bohatý. Komunikant obsáhl téměř všechny vrstvy jazyka. Převážně je jazyk komunikanta spisovný a vyjadřuje se odbornými výrazy. Komunikant velice často užívá výrazy a spojení, které v běžné komunikaci již nejsou tolik frekventované a poutají tak posluchačovu pozornost, proto bychom mohli tyto výrazy označit za poněkud zastaralé či knižní (*kýženy, ostatně, což*). Takto vnímá uvedené výrazy i SSJČ.⁷⁰ Jazyk se proměňuje v závislosti na situaci a je vhodně přizpůsobován tématu, komunikant není vždy striktně spisovný. Pro komunikanta, ale i pro jakéhokoli řečníka, je důležité udržet si pozornost svých posluchačů, v podcastu toho komunikant dosahuje různými prostředky, takovými prostředky jsou v rovině lexikální například expresivní výrazy a větné konstrukce, obecná čeština nebo hyperbola. Tyto výrazy

⁷⁰ *Slovník spisovného jazyka českého* [online]. Praha: Ústav pro jazyk český AV ČR. [cit. 2023-02-15]. Dostupné z: <https://ssjc.ujc.cas.cz>.

také vytvářejí více uvolněný a přátelský vztah mezi autorem a posluchači. Expresivní výrazy patří k prostředkům nejvíce zastoupeným, v komunikátu se vyskytují deminutiva (*chlapeček, básničky, písnička*), pejorativa (*kriminál, hovadina, pětépák*), ale i vulgarismy (*vyfakovat, patetická sračka, idiot*). Dalším užívaným prostředkem je hyperbola, vedle její již zmíněné upoutávací funkce bývá často také blízko spjata s expresivitou (*odporně*). Autora s posluchači sbližuje také familiárnost, která je nejvíce pozorovatelná u pozdravů (*čau, ahoj, mějte se, nazdar*), stejnou funkci mohou mít také kontaktní výrazy (*sorry, počkejte*), kterými je udržován kontakt autora s posluchači.

Jelikož je podcast blízký publicistickému stylu, jak již bylo dokázáno v teoretické části, jsou pro tento žánr typické výrazy aktualizované a automatizované. Za aktualizaci mohou být považovány hovorovost a expresivita komunikátu, které již byly výše rozebrány. Automatizovaných výrazů v komunikátu není mnoho, avšak můžeme mluvit o frazéměch, které stojí na pomezí aktualizace a automatizace. Pro mluvený projev není užití frazémů ojedinělé, jejich funkce v komunikátu je zřejmě estetická a expresivní. Zajímavé jsou například frazémy *kápnout božskou* nebo *dopadl bledě*. Vícekrát jsou použity frazémy a ustálená slovní spojení *s ohledem na, co do a že jo?*. Zastoupena je také obraznost. Jedná se o sémantickou figuru, která je pro rétoriku zcela běžná. V jistém smyslu o ní můžeme mluvit v souvislosti s již zmíněnými frazémy, jejichž jádro je obrazné, chápeme-li obraznost jako zjevnou či nápadnou metaforu.⁷¹ V tomto komunikátu opět souvisejí s expresivitou vyjádření autora, ten užívá například spojení *pěkně nalámanej* ve smyslu „opilý“ nebo *ten to taky nevyhrál* ve smyslu „měl smůlu“, ve spojení s intonací lze mluvit o uplatnění ironie. Obrazné výrazy jsou užívány převážně v uvolněnějších situacích, ve kterých autor glosuje a komentuje různé skutečnosti.

Co do slovní zásoby, je komunikát poměrně pestrý. Běžný je výskyt anglicismů, autor je používá automaticky a nenuceně, tomu zřejmě napomáhá, že je mu anglický jazyk velmi blízký (*sorry, online, evergreen, vyfakovat*), zároveň je užívání anglicismů běžné pro dnešní dobu. Také mnoho literárních termínů pocházejících z angličtiny je v češtině již ustáleno (*underground, beat generation*). V souvislosti s anglickými výrazy lze také mluvit o slangu

⁷¹ ČERMÁK, František (2017): OBRAZNOST. In: Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.), CzechEncy - Nový encyklopedický slovník češtiny. [online]. [cit. 2022-12-08]. Dostupné z: <https://www.czechency.org/slovník/OBRAZNOST>.

mladé generace (*spoiler, vyfakovat, fejk*). Anglické výrazy jsou významnou složkou slangu mladých, jejich užívání v mluvě je dnes již zcela běžné, pro starší generaci však může být řeč mladých nesrozumitelná.

Vzhledem k tematickému zaměření je komunikát tvořen z velké části literární terminologií, ať už se jedná o literární žánry, typy vypravěče nebo například o metrické stopy či tropy. Autor u posluchačů předpokládá znalost těchto termínů a většinou je znovu již nevysvětluje. Dále jsou v komunikátu zastoupena slova vzniklá zkracováním, jde o slova obou slovotvorných úprav, abreviace (*LSD, PTP, SS*) i univerbizace (*lidovky*). Zkratky se vztahují vždy k určitému tématu, u většiny se jejich znalost očekává a není potřeba je vysvětlovat, většinu z nich by bylo možné označit jako všeobecně známé. Autor se pozastavil pouze nad jednou zkratkou, a to PTP, tedy „pomocné technické prapory“, objasnil však jen plné znění zkratky a detailněji se jí již nezabýval.

7.6 Syntaktická rovina

Mluvený projev musí být zvládnutý tak, aby byl pro recipienta srozumitelný. Na srozumitelnosti textu se podílí mimo jiné také větná stavba. Dělení vět v mluveném komunikátu závisí především na práci s hlasem, vhodně zvolenými pauzami a větné melodii. V mluveném projevu je myšlenkový obsah hierarchicky uspořádán, důležité je vhodně uspořádat složku pojmovou a vztahovou (syntaktickou), to komunikant splňuje. Vzhledem k připravenosti komunikátu dochází ke konceptualizaci ještě před samotným projevem. Komunikant se následně během projevu soustředí na formulaci a samotnou realizaci promluvy. Volí při tom kratší jednoduché věty ale i delší souvětí, přesto však nedochází ke ztrátě větné perspektivy. Častější jsou pro komunikát souvětí hypotaktická, ta jsou často ovlivněna tokem autorových myšlenek, proto můžeme říci, že typická je pro komunikát také parenthese. Příkladem parenthese a dlouhých souvětí mohou být souvětí následující:

„Protagonista pan Theodor Mundstock je postarší pražský žid, který žije o samotě jen se svojí domácí slepicí, či holubem, o tom ještě budeme mluvit, a taky vlastním stínem, o tom ještě také budeme mluvit. /.../“⁷²

⁷² JIRSA, David a Daniel ZEŽULA. EP191 Ladislav Fuks – Pan Theodor Mundstock. In: Spotify [podcast]. 10.4.2022. Dostupné z: <https://open.spotify.com/episode/22RTHm8qZwJ2XHpvNXhpE6?si=9v9fhhbQ7S8CA6x1P-vMM2Q>.

„A jelikož směšné lásky jsou kniha, o které už, myslím, bylo řečeno skoro všechno, co se říct dá, tak ji dneska vyložím tak trochu v rámci vlastní své nějaké představy o dějinách české literatury a pokusím se to to nějak napasovat na některé předcházející epizody potítka /.../ a nebudu už dneska mluvit o autorovi, protože jsem mu věnoval fakt hodně epizod, už 5 možná třeba. /.../“⁷³

Spojení *vlastní své nějaké představy*, viz druhé souvětí, je pleonasmem, jehož funkcí je zdůraznit subjektivitu autorova výkladu. Výraz *napasovat* je v tomto smyslu považován za obecně český, jeho význam by mohl být „uvést do souvislosti s...“

Na délce souvětí se podílí i rozvíte větné členy („*Kromě různých velkých měst, cestoval také po horách.*“). U druhého souvětí je možné pozorovat hojně užívání spojky *a*, ta je často užívána v celém komunikátu. Komunikant dále užívá široké spektrum dalších spojovacích výrazů, jak neutrálních, tak odborných či v běžné řeči méně frekventovaných (*každopádně, respektive, což, aneb* apod.).

Málokdy dochází k odchylkám od pravidelné větné stavby. Je však třeba rozlišovat odchylky systémové a odchylky, které jsou považovány za syntaktické nedostatky. Za chybné odchylky od větné stavby jsou považovány kontaminace, atrakce, anakolut a zeugma, těchto chyb se komunikant nedopouští. Někdy si v komunikátu lze povšimnout odchylek systémových, jako již zmíněná parenthese, elipsa, dodatečné přičleňování či různovětné spojky. Elipsa může mít mnoho forem, elidovány mohou být substantivum, příslovce, přísudek, nebo jen jeho část. V tomto komunikátu dochází často k elipse substantiva či verba, následující věty jsou jejich příkladem.

„*V lehkosti bytí, tam hlavně Kunderu zajímají dva filozofové a jeden třetí (filozof) tam je ještě na pozadí /.../*“⁷⁴

⁷³ JIRSA, David a Daniel ZEŽULA. EP201 Milan Kundera – Směšné lásky. In: Spotify [podcast]. 10.9.2022. Dostupné z: <https://open.spotify.com/episode/6wALFuNbr8vlea5O00Ydmt?si=1E91jGTR4y98px5NEa5ag>.

⁷⁴ JIRSA, David a Daniel ZEŽULA. EP112 Milan Kundera – Nesnesitelná lehkost bytí. In: Spotify [podcast]. 29.2.2020. Dostupné z: https://open.spotify.com/episode/1jhQH97qaMgphrf4o8i1Af?si=ho5OwMkbTG_u_sJPfBgUVGg.

„/.../ kvůli tomu se o Fuchsovi (ve společnosti) taktně mlčelo.“⁷⁵

„/.../ a to je myslím všechno, co jsem dneska chtěl říct, takže (těším se/ uslyšíme se) zase za týden.“⁷⁶

Dodatečné přičleňování je pro mluvený projev zcela přirozené, i připravený komunikát do jisté míry ovlivňuje improvizace. Jde o spontánní doplňování do větné konstrukce, běžně autor dodá ještě informaci, na kterou si vzpomněl až dodatečně, kterou chce výpověď doplnit nebo zdůraznit. Takové části jsou uvozovány například následovně: „*jo a díky tomu /.../*“, „*jo ale opět, tohle je typický Hrabal.*“ „*a jenom malá odbočka /.../*“. Dalším příkladem s dodatkem může být věta „/.../ *takže udělám takový polorozbor, polorecenzi, jednak aby to bylo užitečné pro maturanty a jednak třeba aby to bylo užitečné i pro ty lidi, který už si to přečetli a jenom se zajímají o můj názor, takže budou tam spoilery, zásadní spoilery.*“

Různovětné spojky jsou spojky tvořící kontaktní dvojici, stojí vedle sebe, zatímco každá se vztahuje k jiné větě v souvětí. Dochází tak k přesunu spojovacího výrazu k jiné větě v souvětí. Přesun spojky souvisí se subjektivním pořádkem výrazů ve větě, zároveň také s jistou mírou improvizované formulace vět. Příkladem takových dvojic v komunikátu jsou: „*ale když*“, „*a když*“, „*proto když*“, „*že když*“, „*protože kdyby*“ atp.

V některých případech autor sám sebe opravuje. Opravy mají různý charakter, buďto opravuje věcnou chybu či chybu formální. Zřídka dochází k opravám výslovnostním, gramatickým nebo opravám se změnou větné perspektivy. Za formu opravy je považována adordinace, pomocí které komunikant upřesňuje či doplňuje první člen za pomoci druhého („*Zároveň je ale podle mě chyba, často opakovaná, vykládat Směšné lásky, Kunderovo dílo, jako nějakou kritiku tehdejšího režimu...*“⁷⁷). Tento jev je však považován za obtížně odlišitelný, jelikož nikdy nevíme, jak skutečnost chápe sám mluvčí, zda pouze doplňuje, či odkazuje k referenčně odlišné skutečnosti.

⁷⁵ JIRSA, David a Daniel ZEZULA. EP76 Ladislav Fuks – Spalovač mrtvol. In: Spotify [podcast]. 16.3.2019. Dostupné z:

https://open.spotify.com/episode/1jhQH97qaMgphrf4o8i1Af?si=ho5OwMkbTG_u_sJPfBgUVGg.

⁷⁶ JIRSA, David a Daniel ZEZULA. EP137 Charles Bukowski – Šunkový nářez. In: Spotify [podcast]. 19.9.2020. Dostupné z:

<https://open.spotify.com/episode/4CYeU4C38Yyzsds2j4ILC7?si=JH1g3b7MTGu6TuIChRcGrQ>.

⁷⁷ JIRSA, David a Daniel ZEZULA. EP201 Milan Kundera – Směšné lásky. In: Spotify [podcast]. 10.9.2022. Dostupné z: https://open.spotify.com/episode/6wALFuNbr8vlea5O00Ydmt?si=_IE91jGTR4y98px5NEa5ag.

Jak již bylo zmíněno v souvislosti s persvazivní a fatickou funkcí, některé syntaktické konstrukce tyto funkce vyjadřují. Komunikant často navazuje kontakt s posluchačem, a to za pomoci pozdravů, částic *že* a *jo*, jde o jakési ujišťovací výrazy, kterými si komunikant ověřuje, zda recipient rozumí tomu, co se mu snaží vysvětlit, ačkoliv není přítomný. Jako příklad můžeme uvést následující věty:

„/.../ a první jmenovaný (rukopis) našel Václav Hanka, v kostelní věži ve Dvoře Králové, a měl údajně pocházet ze 13. století. A tohle znělo celkem věrohodně, jo? protože /.../“⁷⁸,

„Chinaski je sice očividně talentovaný, sportovec, je pozorný čtenář, klasiků žejó? /.../“⁷⁹

Další výrazy s kontaktovou funkcí jsou například výpovědi „určitě si pamatujete“ nebo „jistě víte“. Tyto konstrukce implicitně hodnotí recipienta a vytváří tak pocit sounáležitosti a důvěrnost mezi posluchačem a autorem. Tyto funkce, persvazivní a fatická, se často uplatňují formou řečnické otázky, na které si komunikant často sám řečnický odpovídá. Jednou z takových řečnických otázek je například věta „*Jak by asi vypadal Harry Potter, kdyby ho napsal naturalista?*“⁸⁰. Persvazivně působí také zpomalení tempa při rektifikaci ve větných konstrukcích.

⁷⁸ JIRSA, David a Daniel ZEZULA. UčíSmažka 23 – Preromantismus. In: Spotify [podcast]. 15.1.2021. Dostupné z:

<https://open.spotify.com/episode/2LWzQWSqyZN1TdWALWcIE?si=IE0p7jp5TZ2QQ7xbT6GZkw>.

⁷⁹ JIRSA, David a Daniel ZEZULA. EP137 Charles Bukowski – Šunkový nářez. In: Spotify [podcast]. 19.9.2020. Dostupné z:

<https://open.spotify.com/episode/4CYeU4C38Yyzsds2j4ILC7?si=JH1g3b7MTGu6TuIChRcGrQ>.

⁸⁰ JIRSA, David a Daniel ZEZULA. EP141 Émile Zola – Zabiják. In: Spotify [podcast]. 17.10.2020.

Dostupné z: https://open.spotify.com/episode/07nzLdjEyHyVKI2chxYmg5?si=7UFA6_c4TgKVSLD9IC5-rQ.

8 Analýza jednotlivých podcastů: Literární hysterie

8.1 Stylotvorní činitelé

8.1.1 Objektivní slohotvorní činitelé

Vzhledem k charakteristice objektivních a subjektivních slohotvorných činitelů v předchozí kapitole se zde jejich popisu nebudeme věnovat podruhé a přejdeme rovnou k samotné analýze. Hlavní funkcí komunikátu je funkce sdělná a vzdělávací. Informace jsou recipientům podávány tak, jak se skutečně staly, avšak poměrně uvolněnou formou. Výjimku tvoří série epizod *Národní opruzení*, v těchto epizodách autorka vypráví fikční příběh, který však uvádí na pravou míru v navazujících epizodách, které jsou dostupné na placené platformě *Herohero*, jelikož jde o placenou platformu, nejsou tyto epizody předmětem analýzy. Na této platformě mají epizody opět charakter spíše čistě vzdělávací a autorka se drží skutečných událostí. Další funkcí uplatňující se v komunikátu je funkce zábavná. Ve větší míře se uplatňuje v sérii *Národního opruzení*, naleznout ji však můžeme i v ostatních epizodách. Díky zábavné funkci a celkové odlehčenosti si autorka získala mnoho posluchačů. Persvaze se zde uplatňuje opravdu minimálně a ne explicitně. Ve větší míře se neuplatňuje ani funkce fatická, komunikant se v mnoha epizodách nesnaží navázat bližší kontakt s recipienty, některé epizody začnou bez pozdravu nebo skočí bez rozloučení. Můžeme říci, že téměř každá epizoda má jiný průběh, u tohoto podcastu pak není možné pozorovat prvky modelovosti. Další funkce komunikátu, uplatňující se okrajově, je emotivní, tuto funkci podporují expresivní výrazy.

Projev je komunikátem veřejným, stejně tak jako ostatní podcasty a žánry publicistického stylu. Ráz komunikátu lze označit za neoficiální, ačkoliv se jedná o veřejný projev, je prezentován velmi odlehčenou formou. Odlehčenost dodává komunikátu volba výrazových prostředků. Jazykový kód komunikant ovládá velmi dobře, užívá pestré výrazové prostředky (neopakuje slova, využívá synonym) ze spisovné i nespisovné vrstvy jazyka. Do projevu někdy proniká obecná čeština. Dle našeho názoru jsou prostředky hovorové a nespisovné užívány vědomě, korespondují s celkovou uvolněnou formou podcastu. Běžně je užívána literární terminologie, jedná se však spíše o termíny základní, tudíž by komunikát byl srozumitelný i pro posluchače, kteří se v literatuře a terminologii

zatím tolik neorientují. Autorky řečnické schopnosti mají jisté rezervy. Lze předpokládat připravenost projevu na základě práce s prozodií. Projev někdy působí strojeně, autorka se odmlčuje, jako by hledala pasáž v textu, někdy se opakuje, to by svědčilo o textové opoře.

Adresátem, kterému je komunikát určený, jsou lidé, kteří se zajímají o literaturu, nemusí se však nutně jednat o užší skupinu. Vzhledem k rozsáhlosti autorčina projektu může posluchače přilákat zvědavost a autorka samotná. Jak tomu bývá u mediálních komunikátů, recipient je přítomný zprostředkovaně skrze streamovací platformy. S nepřímým kontaktem s adresátem souvisí také monolog. Ten pro analyzovanou skupinu epizod platí. Ve speciálních epizodách (takové jsou tři), kde autorka dává větší prostor svým hostům se samozřejmě uplatňuje dialog. Jak již bylo zmíněno, dialogy a promluvy jiných mluvčích nejsou součástí analýzy.

Prostředí a čas jsou i v tomto podcastu neznámé. Znovu se dá usuzovat, že prostor je soukromý, vzhledem k vzdálenosti kolektivního vnímatele. Kvůli technickému zpracování a střihům se čas původní nahrávky liší od její výsledné podoby.

Tématem podcastu je stejně jako u prvního analyzovaného podcastu literatura, avšak záběr je zde úplně jiný. Autorka se ve svém podcastu zaměřuje na literaturu 19. století, především pak období národního obrození a jeho hlavní představitele. Jelikož je toto období autorce velmi blízké, forma projevu je poměrně uvolněná.

8.1.2 Subjektivní slohotvorní činitelé

Opět bychom se chtěli vyvarovat hodnocení osobnosti komunikanta, přes mediálně zprostředkovaný projev se nedají přesně vystihnout jeho povahové rysy, typ osobnosti nebo momentální stav. Vyprávěný komunikát je dynamický a poutavý, komunikant tedy působí velmi energicky a pozitivně. Pozitivně je vnímán i vztah k recipientům, jelikož s nimi autorka navazuje kontakt sdílením svých pocitů a zážitků.

Komunikantem, autorkou podcastu, je 29letá žena – Karolína Meixnerová. Z veřejných informací víme, že je absolventkou bohemistiky na Filozofické fakultě UK. Kromě bohemistiky má vystudovanou také žurnalistiku. Na sociálních sítích je veřejně známou osobností, nově je také autorkou knihy *Průvodce literární hysterií 19. století*. Autorka velmi dobře ovládá jazykový kód, jazyk je jí blízký, přeci jen je český jazyk obor,

který studovala. Menší zkušenost má zřejmě s řečnickými projevy. I u této autorky je zjevné, že ji tato činnost baví a literatura je jí velmi blízká. Své nadšení pro literaturu sdílí i na sociálních sítích a svých besedách, tím dělá podcast atraktivnější a zvyšuje tak zájem recipientů.

8.2 Členění textu

8.2.1 Horizontální členění

Podle charakteristiky horizontálního členění má každý text fázi počáteční, střední a závěrečnou. Tím se tento podcast poměrně vymyká. Příběh je vždy vyprávěn lineárně, některé epizody však zcela postrádají pozdrav či rozloučení, zvláště ty novější. Mnoho epizod tedy začíná rovnou vyprávěním. Řekla bych, že to souvisí s řečnickými zkušenostmi komunikanta. Pokud už autorka člení epizodu, více se soustředí na závěrečnou část, poděkuje posluchačům za pozornost a rozloučí se s nimi. Pozdravy a rozloučení se v jednotlivých epizodách liší, někdy je autorka více formální, jindy velmi familiární. Pozdrav bývá zpravidla více formální (*Moc vás všechny zdravím; Dobrý den*) v průběhu vyprávění se autorka zřejmě více uvolní a loučí se již více uvolněně a neformálně (*A tím to ukončím; Čau*). Epizody jsou často provázeny hudební znělkou či jinou ukázkou. Autorka je užívá ať už k otevření či zakončení epizody, ale také kdykoliv v jejím průběhu.

8.2.2 Vertikální členění

Z pohledu vertikálního členění jsou informace v komunikátu logicky uspořádány, jednotlivé části příběhu na sebe navazují. Z důvodu absence vizuální stránky nelze hodnotit neverbální komunikaci, jako je mimika či gesta. Hodnotit lze prozodické prostředky. Komunikant volí volné tempo, projev není uspěchaný a příliš rychlý. Na důležité informace je dán důraz. Projev je náležitě frázovaný, autorka vhodně užívá pauzy. Někdy však komunikant nedodrží klasickou větnou melodii. Každá epizoda má svůj název, autorka je nijak nečísluje. Orientace je kvůli chaotickému pojmenování epizod o něco náročnější.

8.3 Fonetická rovina

V této kapitole se budeme věnovat analýze podcastu z fonetické stránky. Nejprve jsou krátce zmíněny obecné poznatky, dále se již věnujeme rovině segmentální a suprasegmentální. Čeho si lze téměř ihned všimnout, je, že projev často působí poněkud strojeně až čteně, zřejmě to způsobuje přílišná připravenost projevu či nezkušenost autorky. V jiných pasážích, zřejmě u témat, která má autorka lépe zažitá a u novějších epizod, pak převládá výpravnost. Epizody často obsahují hudební vsuvky, pomocí kterých jsou oddělovány jednotlivé tematické úseky.

Z pohledu hláskosloví se komunikant po většinu času snaží o dodržení normy, často však dochází k nespisovné diftongizaci *y* v *ej* (například *jinej, starej, zavřenej, špinavej*)⁸¹, k té dochází především u adjektiv, kterými chce autorka zřejmě co nejdůvěryhodněji a nejvíce autenticky popsat danou skutečnost. Můžeme se setkat i s tím, že dochází k úzení hlásky *é* v *i/y* (*hrozný věci, nějakýmu, osumnáctýho, je mi to obrovsky sympatický*). K tomuto jevu dochází vlivem záměrné expresivity komunikátu, méně často pak z důvodu nedůslednosti autora.

Kvalita hlásek je zachovávána, komunikant se nedopouští chyb příliš otevřené či zavřené výslovnosti, nebo redukce hlásek, které by způsobily nesrozumitelnost projevu. V komunikátech je však možné povšimnout si chyb ovlivňující kvantitu. V projevu dochází ke krácení i dlužení hlásek. Krácení samohlásek je dle ortoepické normy nespisovné, avšak nepříznačné. I v tomto podcastu dochází ke krácení především u sloves, opakovaně pak především u 1. os. singuláru (*vim, přemýšlim, bydlím*), méně často pak i u jiných slovních druhů, především pak z důvodu nedůsledné výslovnosti (*střízlik*). K dlužení hlásek dochází zřejmě záměrně, delší výslovnost hlásek je méně častá, dochází k ní například ve slovech *literatūra* a *kultūra*. Dalšími z opakujících se fonetických jevů jsou elize a epenteze. Elize, tedy vypouštění hlásky je způsobeno nedůslednou výslovností (*věšba, budem, dyť, kerá*). Epentezí se pak rozumí naopak vkládání hlásek do hláskové skupiny, v tomto případě autorka vkládá do hláskové skupiny hlásku *u* (*osum*).

⁸¹ Jsme si vědomi, že jde o jev na pomezí s morfológií.

V komunikátu se někdy objevují anglicismy, tyto výrazy jsou vzhledem k mladému věku autorky a jejím zkušenostem s anglickým jazykem vyslovovány bezchybně. Jedním z rysů mluveného projevu komunikanta, je špatná výslovnost některých hlásek, jedná se zřejmě o logopedický problém autorky. K nestandardní výslovnosti dochází především u hlásek *d, t* a sykavek (*c, s, z, č, š, ž*), to je patrné především v nejstarších epizodách.

Z pohledu suprasegmentálních jevů a prozodických prostředků, těmi se rozumí přízvuk, tón řeči, síla, výška a barva hlasu, intonace a pauzy, projev komunikanta nepůsobí uvolněným dojmem, řečnictví autorka ještě nemá ještě zcela osvojené a někdy jí dělá problémy. Komunikát často působí čteně a nepřirozeně, proto se nejspíše v posledních epizodách uchýlila ke čtení svého příběhu. Komunikant má příjemnou barvu hlasu, v případě podcastu a jeho specifikům je hlas a práce s ním stěžejní. Výšku hlasu autorka proměňuje, často však větná melodie nepůsobí přirozeně a projev se stává monotónní. Více přirozeně působí autorčiny komentáře a dodatky, které jsou zřejmě improvizované, ačkoliv jazykové prostředky bývají více hovorové či nespisovné. Komunikant volí vhodnou hlasitost hlasu, avšak celková hlasitost podcastu nebývá jednotná. Některé zvukové znělky jsou oproti komunikátu příliš hlasité, takové výkyvy hlasitosti nemusí být pro posluchače příjemné. V projevu jsou dodržovány logické předěly v projevu, jak je typické pro češtinu, nádech bývá uskutečňován před vyslovením spojky. Jelikož jde o mluvený projev, dochází někdy k narušení soudržnosti projevu, tu zapřičiňují hezitační zvuky (*eee, ehm, hm*). U méně improvizovaných projevů, zejména pak u posledních čtených dílů se pak nesetkáme s hezitačními zvuky tak často. Tempo řeči je přiměřené obsahu a posluchačům, komunikát je dynamický, a i přes jisté nedostatky projevu stále srozumitelný. Komunikant dodržuje větný přízvuk a dobře s ním pracuje pro zdůraznění důležité informace.

8.4 Morfologická rovina

Komunikát je veřejným projevem, u kterého by byla očekávána především spisovnost a neutrální výrazové prostředky, u žánru podcastu to však není pravidlem. Projev výrazně tíhne k hovorovosti a nespisovnosti.

Podstatná jména jsou významnou kategorií, zastoupena jsou jak substantiva konkrétní (*samet, básník, Kokořín, odsouzenec*), tak abstraktní (*rozpor, citovost, inspirace, temno*). Konkrétní jména jsou pak zastoupena většinou proprii (*Erben, Němcová, Havlíček, Frič*). Apelatíva bývají především abstraktní výrazy, často se pak opakují tvary literárních termínů. K povšimnutí jsou v komunikátu substantiva odvozená od sloves (*obnova, hybači, ladění, nahlídnutí, objevy*), ta autorka užívá často.

Adjektiva jsou jedním z nejvíce užívaným slovním druhem, autorka pomocí adjektiv upřesňuje a zdokonaluje popis. Užití adjektiva mnohdy mění jinak neutrální projev, adjektiva jsou často expresivní a hodnotící. Jelikož nebyla provedena kvantitativní analýza, nelze říci, jaký typ přídavných jmen je užíván nejvíce, hojně zastoupena jsou adjektiva kvalifikační (*sympatické, nejkladnější, milovaný*), deskriptivní (*abstraktní, romantický, objevený*), relační (*oficiální, pražský, italská*), nebo evaluativní (*mizerný, špatný, dokonalý*). Adjektiva jsou často stupňována, hojně jsou zastoupena superlativa (*nejkladnější, nejznámější, nejúspěšnější, nejtrapnější*).

Zájmena mají v komunikátu nižší zastoupení, nejčastěji jsou užívána zájmena přivlastňovací, osobní a záporná. V jejich užívání nenalezneme žádné zvláštnosti, v komunikátu mají zástupnou funkci, nejčastěji plní roli předmětu či podmětu.

V kategorii číslovek byly zaznamenány primárně číslovky konkrétní, z nich pak nejvíce základní (*14 dní, 200 let, 1842*) a řadové (*19. stol., 1. žena v české historii*). Neurčité číslovky jsou v komunikátu užívány výjimečně. Pomocí číslovek jsou vyjadřovány roky vydání významných literárních děl, věk autorů nebo například století.

Jelikož autorka v jednotlivých epizodách podcastu mluví o významných autorech a dílech, především, české literatury, užívána jsou slovesa primárně ve 3. os. singuláru. Méně často jsou zastoupena slovesa v 1. os. singuláru, konkrétně když autorka sděluje své teorie a názory na danou situaci nebo své osobní příběhy. Vyskytovat se může také 2. os. singuláru

nebo plurálu, ale to však jen v některých citacích či úryvcích, které autorka zařazuje do epizod. V projevu se uplatňují všechny slovesné časy. Nejvíce zastoupený je čas minulý a přítomný, vztahuje se primárně k životu autorů a dějům děl, autorka nedodrží jednotnost a často tyto dva časy střídá. Budoucí čas je užíván velmi výjimečně, většinou na konci epizod (*příště si řekneme, tím to ukončím, ještě se k tomu vrátím*), někdy je budoucí čas také vyjádřen přítomným tvarem dokonavého slovesa. Autorka se vyjadřuje pomocí jednoduchých slovesných tvarů (*patří, brání se, uchvátí, prchají*), ale i těch složených, ty tvoří především slovesa v minulém čase, nejsou však jediným typem složených slovesných tvarů (*gratuloval, je sympatické, byl zakázán, nechal hospitalizovat*). Častá jsou pro komunikát slovesa vyjádřena pomocí pasiva (*není pokřtěno, bylo přivedeno, nechala se zapsat*), naopak v něm nenajdeme například přechodníky, méně častá jsou také modální slovesa.

V kategorii spojek nebyly zaznamenány žádné zvláštnosti. Nejčastěji užívanou je spojka *a*, která je typická pro mluvené projevy. Pro komunikanta jde o nejjednodušší větnou konstrukci, díky které se může vyhnout ztrátě větné perspektivy, také může značit částečnou improvizaci, ve které komunikant přičleňuje další věty. Blíže o tom v podkapitole věnující se syntaktické rovině.

Ostatní slovní druhy v komunikátu nevykazují žádné zvláštnosti nebo nemají velké či žádné zastoupení, proto nejsou zmíněny v této kapitole.

8.5 Lexikální rovina

Komunikát je po lexikální stránce poměrně pestrý, komunikant obsáhl několik vrstev jazyka a má velmi rozmanitou slovní zásobu. Autorka se snaží vyjadřovat spisovným jazykem, z komunikátu je však znatelné, že pro ni není tolik přirozený. Daleko více se projev komunikanta uchyluje k hovorovosti či nespisovnosti, výsledný komunikát tak působí velmi neformálně. Prostředky odchylovající se od jazykové normy nejsou jen charakteristickými rysy projevu, které jsou autorce přirozené, slouží zároveň k upoutání recipientovi pozornosti, takovými prostředky jsou především nespisovnost a expresivita. Expresiva jsou i v tomto komunikátu velmi výraznými prostředky (*zpackat, debilní, chrchlát*), postup přiblížení se posluchačům je však nepatrně jiný než u podcastu *Na potítku*. V části se samotným obsahem se autorka soustředí především na výklad, často však s posluchači sdílí osobní pocity a

činnosti z každodenního života (*sem unavená, včera sem pila, mám kocovinu*) v úvodu nebo závěru epizody. Na konci epizod také někdy svým posluchačům nabízí, že je jim k dispozici v případě jejich dotazů.

Z expresiv jsou v komunikátu výrazné familiární výrazy a deminutiva (*malostraňák, sokolící, maminka, klučík, hňupík*), ale i pejorativa a vulgarismy (*debilní názory, prašivej dědek, krysa, vůl*). Z hlediska aktualizace a automatizace zde nenajdeme mnoho prvků z těchto oblastí. Za aktualizací by byly považovány již zmíněné prostředky hovorové a expresivní, dále také anglicismy (*hype, fake, king, win win*), ty autorka používá poměrně často, přestože existují české ekvivalenty těchto slov. Do komunikátu prostoupila také němčina (*Weltschmerz, špacír*). Slova cizího původu, která autorka používá, jsou výrazy adaptované na češtinu, již pronikly do úzu, zvláště pak u mladé generace. Znovu bychom mohli mluvit o obraznosti a s ní spojených frazémeh (*nenechal na nikom nit suchou, dávat si majzla, bere nám hračky, roztrhl se s nima pytel, nehodil se jim do krámu, krysa*), které stojí na pomezí aktualizace a automatizace, tyto prostředky jsou často spojeny s negativními konotacemi. Některé z výše zmíněných prostředků pak prostupují i do názvů epizod, i zde platí, že plní funkci atraktivizace a snaží se nalákat potenciální recipienty k poslechu. V názvech jsou užívány vulgarismy (*Božena běhnou, Kdo je tu magor?*), jindy je užita například ironie či obraznost (*Syndrom romantického hrdiny*) nebo hra se slovy (*Karel Hynek Mája*). Dále se autorka nesnaží o jiné odchylky užitím nestandardních jazykových prostředků.

Z hlediska slovní zásoby, můžeme o komunikátu mluvit jako o pestrém, autorka volí vhodné výrazy, její slovní zásoba je široká. S knižními výrazy se běžně nesetkáme, nevyskytují ani výrazy slangové, lze tedy říci, že komunikát až tolik nevybočuje z běžné normy. Jak již bylo zmíněno, často autorka volí hovorové (*slátanina, blbost*) a nespisovné výrazy (*bordel, šlo to do kopru*), v některých případech je jsou taková slova užita nevědomky nebo zcela přirozeně, jindy záměrně. Hovorové i nespisovné výrazy jsou velmi často spojeny s expresivitou, když je užití těchto výrazů záměrné, je dán na tyto výrazy důraz. Hovorovost je pro mluvený komunikát poměrně běžná, vybočující je tedy v tomto případě především nespisovnost a zabarvení některých výrazů. Užívané jsou v komunikátu i výrazy literárně terminologické, avšak ne v takové míře, v jaké by bylo očekáváno.

8.6 Syntaktická rovina

Z pohledu roviny syntaktické jsou větné úseky v komunikátech podcastu Literární hysterie ve většině případů dobře rozpoznatelné, a to z důvodu autorčiny intonace, někdy pak také z důvodu, že projev v některých pasážích působí čteně či nepřirozeně. Obsah mluveného projevu je vhodně hierarchicky uspořádán. Konceptualizace a formulace je zřejmě již připravená před samotným projevem. Autorka se tedy během projevu soustředí na samotnou realizaci promluvy, ve které se zřejmě necítí tolik jistá. Pro komunikát jsou velmi častá dlouhá souvětí, primárně hypotaktická, která se různě větví. Počet vět v souvětí se různí a vzhledem k některým pasážím, ve kterých je problematické určit hranice vět, je komplikovanější přesný počet vět určit, díky připravenosti však většinou nedochází ke ztrátě větné perspektivy. Některá souvětí, jsou tvořena pouhým bezspojkovým výčtem jednoduchých hlavních vět nebo výpovědí, příkladem by byla pasáž z konce jedné z epizod: „*A tím to ukončím, já sem hrozně unavená, půl 10 večer, včera sem hodně pila, mám kocovinu jako blázen, takže...*“⁸²

Následující větné úseky jsou příklady dlouhých souvětí v promluvách, první příklad je pak ukázkou souvětí, ve kterém je složitější rozpoznat hranice vět, oproti jiným částem úsek ve větší míře podléhá mluvenosti, dochází lehce ke ztrátě větné perspektivy, proto se autorka v jednom větném úseku opakuje, jednou se také opravuje.

„...*Přemýšlel, jestli porota má být složená z Němců nebo z Čechů, jestli ten soudní spor, kde vlastně má být, kde se má uskutečnit, jestli na německém území, na českém území, nakonec teda rozhodl pro Kutnou Horu, rozhodl se, že v porotě bude 11 Čechů a 1 Němec, byli tam nějaké rolní..., byli tam nějakí rolníci, koželuh, prostě různé povolání, statkáři, a ten soud trval celý den až do půlnoci, kdy soudce se snažili přesvědčit, a porotu, o tom, že Karel Havlíček je nevinný, zatímco Karel Havlíček Borovský svým vytříbeným jazykem, svými neprůstřednými argumenty, a hlavně se svým obhájcem Josefem Františkem Fričem dokázali tu porotu přesvědčit o jejich nevině, takže o půlnoci, když se přečetl verdikt, že Karel*

⁸² MEIXNEROVÁ, Karolína. Literární hysterie: Božena běhnou In: Spotify [podcast]. 13.2.2020. Dostupné z: <https://open.spotify.com/episode/17XtgvtzRYyFjkHhrrKrYJ?si=Uwpl4QGTaCaE3pY-v-nsA>.

Havlíček Borovský se svým přítelem Františkem Procházkou jsou nevinní, tak to byla obrovská sláva. /.../“⁸³

„Už jako malý si udělal obrovskou jizvu, která mu vedla pod okem přes celý obličej, a to když vypomáhal kostelníkovi zvonit na zvony, dělal bordel, skákal jak ztřeštěnej, spadl na hranu a z malýho roztomilýho klučíka se v ten moment stal Jeoffrey de Peyrac.“⁸⁴

Dlouhá souvětí jsou používána především tam, kde komunikant vypráví životní příběhy autorů. Časté je spojování vět v poměru slučovacími pomoci spojky *a*, běžně užívané jsou ale i ostatní poměry. U prvního souvětí je možné povšimnout si přičlenění. Autorka během promluvy přičleňuje části *statkáři, a porotu* a činí tak spontánně. Často také dochází k rozdělení věty hlavní, do níž komunikant vkládá větu vedlejší. V druhém příkladu se pak vyskytují různovětné spojky, každá z dvojice *a* a *když* patří k jiné větě v souvětí, vedle sebe stojí kvůli vložené větě vedlejší. Ke ztrátě větné perspektivy dochází velmi zřídka, zejména tehdy, když se autorka přerekne. Výslovnostní ale i věcné chyby jsou následně opraveny, někdy autorka začne znovu celou větu, aby se vyvarovala dalších chyb či odchylek.

Jak již bylo zmíněno, komunikant se vyvaroval odchylek od větné vazby. Zpravidla nedochází k odchylkám považovaným za chybné, jako jsou zeugma, atrakce, anakolut a kontaminace, někdy je však možné zaznamenat odchylky systémové, jakými jsou například elipsa, vsuvka, parcelace, různovětné spojky či vytýkání, tyto odchylky jsou pro běžnou komunikaci poměrně typické, jejich pronikání i do tohoto typu projevu tedy není ojedinělé a nestandardní. Vsuvka a různovětné spojky se objevily již ve výše uvedených příkladech. Za odchylku může být považován také slovosled, ten se ve většině případů jeví standardně, avšak v některých případech s uvolněním promluvy dochází také k uvolnění slovosledu, a ten se tak stává více subjektivní a improvizovaný.

⁸³ MEIXNEROVÁ, Karolína. Literární hysterie: Havlíčkův rychlý proces. In: Spotify [podcast]. 27.11.2021. Dostupné z:

<https://open.spotify.com/episode/1389QRGOTxBLrrPMKbHM4p?si=nHQuFl7zTcmeE4G38QF98g>.

⁸⁴ MEIXNEROVÁ, Karolína. Literární hysterie: Karel Hynek Mája In: Spotify [podcast]. 21.5.2020. Dostupné z:

<https://open.spotify.com/episode/2CyzRHFMSukqkBOcOyt4BC?si=dWj8Z1dLQwOCYHKGX83OQ>.

Závěr

Cílem práce bylo provést jazykovou analýzu podcastů, na jejímž základě by bylo možné stanovit jejich hlavní znaky. Podcast spadá jako nový žánr sféry mediální komunikace k publicistickému a odbornému funkčnímu stylu, to bylo skrze společné znaky dokázáno v teoretické části, takto byl podcast také hned na začátku představen. Podcastu jsme se věnovali z historického hlediska, pozornost byla věnována také jeho podobnostem a rozdílům v kontextu s jinými již staršími médii jako například rozhlas, a především pak byly charakterizovány jeho základní rysy. O podcastu můžeme hovořit jako o digitalizované audio nahrávce ve formátu MP3, jeho hlavními rysy je epizodický charakter, absence vizuální složky, tematické zaměření a autorská a časová volnost. Uvedena byla také řada výhod, s kterými podcast přichází, ať už s těmi, které vyplývají pro autory, ale i s těmi, které se nabízí posluchačům. Vycházeli jsme z předpokladu, že jde o nový, pomezí fenomén, prostor byl tedy v dalších kapitolách dán také sféře mediální komunikace, dále pak přímo publicistickému funkčnímu stylu a odbornému funkčnímu stylu, s nimiž je podcast úzce spojen. V neposlední řadě jsme také věnovali pozornost motivaci, ať už tvůrců k produkci podcastů, ale i jejich posluchačů. Autory mohou k tvorbě motivovat technologické vlastnosti podcastu, produkční proces, zájem o daný obsah, nebo autory pohání osobní, interpersonální nebo finanční motivace. Motivace posluchačů je pak o něco složitější, není totiž zatím podložena hodnověrnými výzkumy, avšak za jednoznačné motivační aspekty mohou být považovány zájem o dané téma, touha po zábavě či seberozvoji, velkou roli by pak mohly také hrát sociální aspekty, možnost multitaskingu, snadná dostupnost, možnost archivace nebo prostor pro zapojení fantazie, či úleva pro oči v dnes již technicky předimenzovaném světě.

Jádrem práce je pak samotná analýza. Jednotlivé podcasty byly analyzovány z hlediska stylových činitelů a z hlediska horizontálního a vertikálního členění, dále jsme se pak zaměřili především na jednotlivé jazykové roviny, tedy fonetickou, morfologickou, lexikální a syntaktickou.

Analýzou vybraných komunikátů se potvrdil předpoklad, že se komunikáty nebudou striktně držet spisovného a neutrálního jazyka. Vlivem mluvenosti komunikátu, ale

i z důvodu osobnosti mluvčích a snahy o zatraktivnění komunikátu se projevy vychylovaly od spisovného a neutrálního jazykového standardu, nejčastěji vlivem expresivity.

Potvrdily se také předpoklady, že každý z autorů bude osobitým mluvčím s vlastními charakteristickými znaky projevu, s tím souvisí i třetí předpoklad, tedy připravenost projevu. Připravenost komunikátů se neliší pouze v závislosti na mluvčím, liší se od sebe i jednotlivé epizody. Je znatelné, že se mluvčí připravují velmi důkladně, především pak z faktografické stránky, to ostatně také sami někdy zmiňují. Připravenost samotného projevu se pak různí, vyzorovali jsme, že autor podcastu *Na potítku* ovládá řečnické dovednosti velmi dobře, nebojí se ani částečné improvizace, autorka podcastu *Literární hysterie* nepůsobí v řečnictví tolik sebejistě, snaží se vyvarovat improvizaci a svůj projev má někdy zřejmě připraven i v písemné podobě. Oba komunikáty jsou provázeny typickými znaky mluvenosti, jako jsou např. hezitační zvuky, přerěknutí či opravy, tyto jevy jsou však, i vzhledem k jejich sporadickému výskytu, stále považovány za nevymykající se normě. Osobitost projevu byla předem nepochybná, každý z autorů má jiné vyjadřovací schopnosti, slovní zásobu a další charakteristické znaky projevu. Autor podcastu *Na potítku* se drží převážně spisovného jazyka a užívá odbornější, někdy až knižní výrazy, oproti němu projev autorky podcastu *Literární hysterie* je více neformální a mnohem častěji se uchyluje k hovorovosti a nespisovnosti.

Hledat jednotící prvky všech podcastů je o něco složitější, tyto obecné závěry vychází především z analyzovaných podcastů, dále pak také z naší další posluchačské zkušenosti. Tato práce zkoumala podcasty v dosti ohledech stejných, jednalo se o edukativní podcasty, zároveň i jejich tematika byla velmi podobná. Pokud mluvíme o podobnosti pouze v případě analyzovaných podcastů, jde v obou případech o monologický projev se stejnými funkcemi, tedy primárně sdělnou a vzdělávací. Oba autoři jsou bohemisté a v tematice se dobře orientují, zároveň je pro oba podcasty stejné, že autoři se se svými posluchači dělí i o své vlastní úvahy a domněnky. V závislosti na tématu mohou mít podcasty podobný okruh posluchačů, tedy studenty a zájemce o literaturu. Jazykový kód je v mnoha ohledech podobný, oba pronikají do několika vrstev jazyka, ačkoliv v rozdílné míře, oba jsou originální a v mnoha případech něčím charakteristické.

Obecně je pro podcast typická především jeho jazyková volnost, jde o žánr, pro který neexistují normy a nejvíce charakteristická je především originalita a autentičnost. V průběhu psaní práce jsme nakonec došli k závěru, že jednotící jazykový prvek tedy nemůže být pravidlem. O podcastu tedy lze říci, že ve větší míře vychází z publicistického funkčního stylu a je pro něj charakteristická mluvenost. V určité míře jsou všechny podcasty připraveným veřejným projevem, do kterých pronikají procesy aktualizace a automatizace. Aktualizace je spojena s originalitou projevu a snahou upoutat pozornost, automatizace pak proniká do kompozice epizod, téměř každou epizodu lze rozčlenit na úvodní část nebo přivítání, část se samotným obsahem a závěr. Jazykové charakteristiky se pak zcela odvíjí od mluvčího a jeho řečnických schopností, zkušeností a osobnosti.

Seznam použitých informačních zdrojů

Seznam literatury

BARTOŠEK, Jaroslav. *Základy žurnalistiky*. Zlín: Univerzita Tomáše Bati. Učební texty vysokých škol, 2002. ISBN [80-7318-059-6](#).

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

GREPL, Miroslav a kol. *Příruční mluvnice češtiny*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 1995. ISBN 80-7106-134-4.

HALADA, Jan a Barbora OSVALDOVÁ, ed. *Slovník žurnalistiky: výklad pojmů a teorie oboru*. Praha: Univerzita Karlova, nakladatelství Karolinum, 2017. ISBN 978-80-246-3752-5.

HOFFMANNOVÁ, Eva a kol.: *Jakou cestou se ubírat ke stylistice dialogů a mluvených projevů?* In: *Stylistika v kontextu historie a současnosti*. Brno: Masarykova univerzita 2013, s. 103-113. ISBN 978-80-210-6114-9.

HOFFMANNOVÁ, Jana, Jiří HOMOLÁČ, Eliška CHVALOVSKÁ, Lucie JÍLKOVÁ, Petr KADERKA, Petr MAREŠ a Kamila MRÁZKOVÁ. *Stylistika mluvené a psané češtiny*. Praha: Academia, 2016. Lingvistika (Academia). ISBN 978-80-200-2566-1.

HŮRKOVÁ-NOVOTNÁ, Jiřina. *Česká výslovnostní norma*. Praha: Scientia, 1995. ISBN 80-85827-93-x.

JAKOBSON, Roman, Miroslav ČERVENKA. *Poetická funkce*. Jinočany: H & H, 1995. Artes et litterae. ISBN 80-85787-83-0.

JELÍNEK, Milan. *Stylistika*. In: KARLÍK, Petr, Marek NEKULA, Zdenka RUSÍNOVÁ a Miroslav GREPL. *Příruční mluvnice češtiny*. 2., opr. [i.e. 4. vyd.]. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2012. ISBN 978-80-7106-624-8.

KARLÍK, Petr, Marek NEKULA a Jana PLESKALOVÁ, ed. *Nový encyklopedický slovník češtiny*. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2016. ISBN 978-80-7422-480-5.

LLINARES, Dario, Neil FOX a Richard BERRY. *Podcasting: new aural cultures and digital media*. Cham: Palgrave Macmillan, 2018. ISBN 978-3-319-90055-1.

MAREŠ, Petr a Petr KADERKA. Sféra mediální komunikace. In: HOFFMANNOVÁ, Jana, Jiří HOMOLÁČ, Eliška CHVALKOVSKÁ, Lucie JÍLKOVÁ, Petr KADERKA, Petr MAREŠ a Kamila MRÁZKOVÁ. *Stylistika mluvené a psané češtiny*. Praha: Academia, 2016. ISBN 978-80-200-2566-1.

MINÁŘOVÁ, Eva. *Stylistika pro žurnalisty*. Praha: Grada, 2011. *Žurnalistika a komunikace*. ISBN 978-80-247-2979-4.

SPINELLI, Martin a Lance DANN. *Podcasting: the audio media revolution*. New York: Bloomsbury Academic, 2019. ISBN 978-1-5013-2868-8.

ŠTĚPÁNOVÁ, Veronika. *Vývoj kodifikace české výslovnosti*. Praha: Academia, 2019. *Lingvistika (Academia)*. ISBN 978-80-200-2900-3.

Seznam online zdrojů

BENEŠOVSKÁ, Michala. *Co je za popularitou podcastů?* [online]. 19.10.2020 [cit. 2021-12-08]. Dostupné z: <https://tyinternety.cz/fastnews/co-je-za-popularitou-podcastu/>.

BOTTOMLEY, Andrew J. *Podcasting: A Decade in the Life of a "New" Audio Medium: Introduction*. *Journal of Radio & Audio Media*, [online]. 2005, s. 164–169 [cit. 2021-12-08]. Dostupné z: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/19376529.2015.1082880>. Doi:[10.1080/19376529.2015.1082880](https://doi.org/10.1080/19376529.2015.1082880).

HALLER, Jiří. Spisovná čeština a jazyková kultura II. *Naše řeč* [online]. 1933, 17(3), 77-87 [cit. 2023-02-15]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=2679>.

HAMMERSLEY, Ben. Audible revolution. *The Guardian* [online]. 12.02.2004 [cit. 2022-11-08]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/media/2004/feb/12/broadcasting.digitalmedia>.

HLAVENKA, Jiří. *Podcasting: fenomén i trend, ale raději budme v klidu* [online]. 13.07.2005 [cit. 2021-12-09]. Dostupné z: <https://wayback.webarchiv.cz/wayback/20060831025149/http://www.zive.cz/h/Byznys/AR.asp?ARI=124711>.

Internetová jazyková příručka [online] (2008–2023). Praha: Ústav pro jazyk český AV ČR, [cit. 2023-02-15]. Dostupné z: <https://prirucka.ujc.cas.cz>.

JETMAR, Jakub. *Loni vzniklo tisíc českých podcastů*. Médiář [online]. 09.02.2021 [cit. 2021-12-08]. Dostupné z: <https://www.mediary.cz/loni-vzniklo-tisic-ceskych-podcastu-ma-ho-i-lidl/>.

JIRSA, David a Daniel ZEZULA. *Na potítku* [online]. [cit. 2021-12-20]. Dostupné z: <https://napotitku.cz/o-nas/>.

KHILLAR, Sagar. *Difference Between Podcast and Radio*. Difference Between Similar Terms and Objects. [online]. [cit. 2021-12-07]. Dostupné z: <http://www.differencebetween.net/technology/difference-between-podcast-and-radio/>.

KRAUS, Jiří (2017): *ŘEČNICKÝ STYL*. In: Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.), *CzechEncy - Nový encyklopedický slovník češtiny*. [cit.2022-06-29] Dostupné z: <https://www.czechency.org/slovník/ŘEČNICKÝ%20STYL>.

KRUPÍČKA, Miroslav a Dita KŘÍŽOVÁ. *Historie rozhlasu v kostce*. Český rozhlas [online]. 25.10.2017 [cit. 16.6.2022]. Dostupné z: <https://temata.rozhlas.cz/historie-rozhlasu-v-kostce-7983541>.

KULDANOVÁ, Pavlína. *Lingvistická poetika Romana Jakobsona* [online]. Ostrava, s. 268 [cit. 2023-01-14]. Dostupné z: https://digilib.phil.muni.cz/_flysystem/fedora/pdf/132689.pdf.

MARKMAN, Kris M. a Caroline E. SAWYER. *Why Pod? Further Explorations of the Motivations for Independent Podcasting*. 2014, 21(1), 20-35. DOI: 10.1080/19376529.2014.891211. ISSN 1937-6529. Dostupné také z: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/19376529.2014.891211>.

MEIXNEROVÁ, Karolína. *Literární hysterie* [online]. [cit. 2021-12-20]. Dostupné z: <https://www.literarnihysterie.cz>.

MINÁŘOVÁ, Eva (2017): HORIZONTÁLNÍ ČLENĚNÍ TEXTU. In: Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.), CzechEncy - Nový encyklopedický slovník češtiny. [online]. [cit. 2022-11-20]. Dostupné z: <https://www.czechency.org/slovník/HORIZONTÁLNÍ%20ČLENĚNÍ%20TEXTU>.

MINÁŘOVÁ, Eva (2017): VERTIKÁLNÍ ČLENĚNÍ TEXTU. In: Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.), CzechEncy - Nový encyklopedický slovník češtiny. [online]. [cit. 2022-11-20]. Dostupné z: <https://www.czechency.org/slovník/VERTIKÁLNÍ%20ČLENĚNÍ%20TEXTU>.

MINÁŘOVÁ, Eva (2017): ŽURNALISTICKÝ STYL. In: Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds.), CzechEncy - Nový encyklopedický slovník češtiny. [online]. [cit. 2022-11-08]. Dostupné z: <https://www.czechency.org/slovník/ŽURNALISTICKÝ STYL>.

MURRAY, Simone. *Servicing 'self-scheduling consumers': Public broadcasters and audio podcasting* [online]. 2009, s. 197-213 [cit. 2021-12-07]. Dostupné z: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1742766509341610>.

PROKOPOVIĆ, Anka Mihajlov. *PODCASTS AND JOURNALISM* [online]. [cit. 2021-12-08]. Dostupné z: doi:[10.46630/msae.2.2021.02](https://doi.org/10.46630/msae.2.2021.02).

Slovník spisovného jazyka českého [online]. Praha: Ústav pro jazyk český AV ČR. [cit. 2023-02-15]. Dostupné z: <https://ssjc.ujc.cas.cz>.

STERNE, Jonathan, Jeremy MORRIS, Michael Brendan BAKER, Ariana MOSCOTE-FREIRE. *FCJ-087 The Politics of Podcasting*. The Fibreculture Journal, [online]. [cit. 2022-06-12]. Dostupné z: <https://thirteen.fibreculturejournal.org/fcj-087-the-politics-of-podcasting/>.

Analyzované podcasty

JIRSA, David a Daniel ZEZULA. EP48 Franz Kafka. In: Spotify [podcast]. 10.12.2017. Dostupné z: <https://open.spotify.com/episode/0e9r3Pumhfr0ePBVIqbfF?si=hCcL5HoUTR6TKkgKM0-90w>.

JIRSA, David a Daniel ZEZULA. EP49 Franz Kafka – Proměna. In: Spotify [podcast].
30.12.2017. Dostupné z:

<https://open.spotify.com/episode/1DdfGz7qtQowdAuAeDfE02?si=XETyElgJTsKESHAZv8boHA>.

JIRSA, David a Daniel ZEZULA. EP67 postmoderna. In: Spotify [podcast]. 15.12.2018.
Dostupné z:

<https://open.spotify.com/episode/3Y3kbiOwZRjE9bmKGhc7tP?si=xFoqG6vrTieD99oDSLbCMQ>.

JIRSA, David a Daniel ZEZULA. EP76 Ladislav Fuks – Spalovač mrtvol. In: Spotify
[podcast]. 16.3.2019. Dostupné z:

https://open.spotify.com/episode/1jhQH97qaMgphrf4o8i1Af?si=ho5OwMkbTG_u_sJPfBgUVGg.

JIRSA, David a Daniel ZEZULA. EP112 Milan Kundera – Nesnesitelná lehkost bytí. In:
Spotify [podcast]. 29.2.2020. Dostupné z:

https://open.spotify.com/episode/1jhQH97qaMgphrf4o8i1Af?si=ho5OwMkbTG_u_sJPfBgUVGg.

JIRSA, David a Daniel ZEZULA. EP137 Charles Bukowski – Šunkový nářez. In: Spotify
[podcast]. 19.9.2020. Dostupné z:

<https://open.spotify.com/episode/4CYeU4C38Yyzsds2j4ILC7?si=JH1g3b7MTGu6TuIchReGrQ>.

JIRSA, David a Daniel ZEZULA. EP141 Émile Zola – Zabiják. In: Spotify [podcast].
17.10.2020. Dostupné z:

https://open.spotify.com/episode/07nzLdjEyHyVKl2chxYmg5?si=7UFA6_c4TgKVSLD9lC5-rQ.

JIRSA, David a Daniel ZEZULA. EP143 Jaroslav Hašek – Osudy dobrého vojáka Švejka za
světové války. In: Spotify [podcast]. 17.1.2021. Dostupné z:

<https://open.spotify.com/episode/0Fq8XDcndePsMx9u8igZ0w?si=Nh8gaou8Q3qbMJS8K4pg>.

- JIRSA, David a Daniel ZEZULA. EP144 Milan Kundera – Žert. In: Spotify [podcast].
23.1.2021. Dostupné z:
<https://open.spotify.com/episode/0jzIvkTLhZJWMcl6EDJNNv?si=q1AGsILpQHmT35kteUYeg>.
- JIRSA, David a Daniel ZEZULA. EP191 Ladislav Fuks – Pan Theodor Mundstock. In:
Spotify [podcast]. 10.4.2022. Dostupné z:
<https://open.spotify.com/episode/22RTHm8qZwJ2XHpvNXhpE6?si=9v9fhhbQ7S8CA6x1P-vMM2Q>.
- JIRSA, David a Daniel ZEZULA. EP201 Milan Kundera – Směšné lásky. In: Spotify
[podcast]. 10.9.2022. Dostupné z:
https://open.spotify.com/episode/6wALFuNbr8vlea5O00Ydmt?si=_1E91jGTR4y98px5NEa5ag.
- JIRSA, David a Daniel ZEZULA. UčíSmažka 23 – Preromantismus. In: Spotify [podcast].
15.1.2021. Dostupné z:
<https://open.spotify.com/episode/2LWzQWSqtyZN1TdWALWcIE?si=IE0p7jp5TZ2QQ7xbT6GZkw>.
- MEIXNEROVÁ, Karolína. Literární hysterie: Barunka bastardem In: Spotify [podcast].
23.1.2020. Dostupné z:
<https://open.spotify.com/episode/3k85WLNZ9sazH7P1DCp4Hn?si=vLslPoP7S9aG2Rtk74UbIQ>.
- MEIXNEROVÁ, Karolína. Literární hysterie: Božena běhnou In: Spotify [podcast].
13.2.2020. Dostupné z:
<https://open.spotify.com/episode/17XtgytzRYyFjkHhrrKrYJ?si=Uwpfl4QGTaCaE3pY-v-nsA>.
- MEIXNEROVÁ, Karolína. Literární hysterie: Démonům neutčeš! In: Spotify [podcast].
13.6.2020. Dostupné z:
<https://open.spotify.com/episode/5xY8Og8tEVQ8iBMw7NiR56?si=c1E1UpXaRvOUtyYMZUUHSQ>.

- MEIXNEROVÁ, Karolína. Literární hysterie: Dosti Wolker? Tak to pozor! In: Spotify [podcast]. 21.11.2019. Dostupné z: <https://open.spotify.com/episode/3q2kvRJYh9EBApQbiG3SOA?si=10pCZWVtSyeHTMdEN0KY6A>.
- MEIXNEROVÁ, Karolína. Literární hysterie: Dramatický Havel In: Spotify [podcast]. 12.12.2019. Dostupné z: <https://open.spotify.com/episode/4DEgOvQli9EmBKCzy94MDn?si=ZuZZUYHkQkiBqKzC9zDS1Q>.
- MEIXNEROVÁ, Karolína. Literární hysterie: Havlíčkův rychlý proces. In: Spotify [podcast]. 27.11.2021. Dostupné z: <https://open.spotify.com/episode/1389QRGOTxBLrrPMKbHM4p?si=nHQuFl7zTcmeE4G38QF98g>.
- MEIXNEROVÁ, Karolína. Literární hysterie: Karel Hynek Mája In: Spotify [podcast]. 21.5.2020. Dostupné z: <https://open.spotify.com/episode/2CyzRHFMSukqkBOcOyt4BC?si=dWj8Z1dLQwOCYHKGyX83OQ>.
- MEIXNEROVÁ, Karolína. Literární hysterie: Kdo je tu magor? In: Spotify [podcast]. 18.3.2020. Dostupné z: <https://open.spotify.com/episode/6TGTIQIIYbCCq7za3rsuUt?si=86doklSATQsSt3FupHqsEw>.
- MEIXNEROVÁ, Karolína. Literární hysterie: Smrt není sprostý slovo! In: Spotify [podcast]. 10.10.2019. Dostupné z: <https://open.spotify.com/episode/2DldEvZBxqLgLFPliuWYf9?si=OyD95X3DRb6gLxvQ5fji0A>.
- MEIXNEROVÁ, Karolína. Literární hysterie: Syndrom romantického hrdiny. In: Spotify [podcast]. 23.8.2020. Dostupné z: <https://open.spotify.com/episode/1TFuI50wBKdyu1Lzlr2ItE?si=1hTr0EDFRDuWianZslkEUw>.