



Jazykové a obsahové srovnání vybraných českých podcastů

Bakalářská práce

Studijní program:

B7310 Filologie

Studijní obor:

Český jazyk a literatura

Autor práce:

Lucie Johová

Vedoucí práce:

PhDr. Alex Röhrich, Ph.D.

Katedra českého jazyka a literatury





Zadání bakalářské práce

Jazykové a obsahové srovnání vybraných českých podcastů

Jméno a příjmení: **Lucie Johová**
Osobní číslo: P19000309
Studijní program: B7310 Filologie
Studijní obor: Český jazyk a literatura
Zadávací katedra: Katedra českého jazyka a literatury
Akademický rok: 2020/2021

Zásady pro vypracování:

Cílem bakalářské práce je analýza jazykových a stylistických prostředků užívaných ve vybraných českých podcastech. Teoretická část se zaměřuje na výklad o vztahu publicistického stylu a žánru podcastu jako nového fenoménu žurnalistiky. Analytická část se zabývá jazykovými prostředky a také obsahovou složkou a jejich provázaností v podcastech médií veřejné služby a podcastech soukromých.

Rozsah grafických prací:
Rozsah pracovní zprávy:
Forma zpracování práce:
Jazyk práce:

tištěná/elektronická
Čeština



Seznam odborné literatury:

- BERMEL, N: O tzv. české diglosii v současném světě. *Slovo a slovesnost*, roč. 71, č.1, s. 5-30, 2010.
- BONINI, T: The ‚Second Age‘ of Podcasting: reframing Podcasting as a New Digital Mass Medium. *Quaderns del CAC*, 2015.
- ČECHOVÁ, M: *Čeština – řeč a jazyk*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 2011.
- ČECHOVÁ, M., KRČMOVÁ, M., MINÁŘOVÁ, E.: *Současná stylistika*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2008.
- HANSON, R. E.: *Mass communication: living in a media world*. SAGE Publication, 2019.
- KARLÍK, P., NEKULA, M., PLESKALOVÁ, J. (eds.): *CzechEncy – Nový encyklopedický slovník češtiny online* [online].
- KARLÍK, P., M. NEKULA a Z. RUSÍNOVÁ, (eds.): *Příruční mluvnice češtiny*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2012.
- SPINELLI, M., DANN, L.: *Podcasting. The Audio Media Revolution*. London: Bloomsbery Publishing, 2019.

Vedoucí práce:

PhDr. Alex Röhrich, Ph.D.
Katedra českého jazyka a literatury

Datum zadání práce:

30. listopadu 2020

Předpokládaný termín odevzdání:

30. dubna 2022

prof. RNDr. Jan Pícek, CSc.
děkan

L.S.

PhDr. Kateřina Váňová, Ph.D.
vedoucí katedry

V Liberci dne 30. listopadu 2020

Prohlášení

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci jsem vypracovala samostatně jako původní dílo s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím mé bakalářské práce a konzultantem.

Jsem si vědoma toho, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., o právu autorském, zejména § 60 – školní dílo.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci nezasahuje do mých autorských práv užitím mé bakalářské práce pro vnitřní potřebu Technické univerzity v Liberci.

Užiji-li bakalářskou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědoma povinnosti informovat o této skutečnosti Technickou univerzitu v Liberci; v tomto případě má Technická univerzita v Liberci právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Současně čestně prohlašuji, že text elektronické podoby práce vložený do IS/STAG se shoduje s textem tištěné podoby práce.

Beru na vědomí, že má bakalářská práce bude zveřejněna Technickou univerzitou v Liberci v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších předpisů.

Jsem si vědoma následků, které podle zákona o vysokých školách mohou vyplývat z porušení tohoto prohlášení.

18. dubna 2022

Lucie Johová

Poděkování

Mé poděkování patří PhDr. Alexi Röhrichovi, PhD. za jeho podnětné rady, vstřícnost, trpělivost a čas, který mi věnoval při řešení dané problematiky. Probudil ve mne hluboký zájem o mediální komunikaci, díky čemuž tato práce mohla vzniknout, za což mu rovněž děkuji.

Anotace

Bakalářská práce pojednává o světovém fenoménu podcastu, který v posledních letech vstupuje do českého prostoru a postupně si nachází místo mezi novými médii 21. století. Cílem práce je zachycení úrovně české podcastové scény po obsahové a jazykové stránce prostřednictvím analýzy a následné komparace vybraných českých podcastů médií veřejné služby a podcastů soukromých. V teoretické části práce autorka definuje pojmy podcasting a podcast, následně shrnuje historický vývoj a postavení podcastu mezi masovými médii. Dále se zabývá funkčními styly, obzvláště stylem publicistickým a jeho vztahem k podcastu. V neposlední řadě se autorka věnuje jazykovému managementu a české jazykové diglosii. Vybrané podcastové pořady charakterizuje. Analytická část je věnována obsahové a jazykové analýze vybraných podcastových pořadů. V závěru práce autorka shrnuje výsledky analytické části, podcasty mezi sebou porovnává a zhodnocuje jejich úroveň. Zároveň upozorňuje na potenciál média v české společnosti a na českém mediálním trhu.

Klíčová slova: podcasting, podcast, fenomén, nová média, masová média, česká podcastová scéna, publicistický styl, česká diglosie, jazykový management

Annotation

The bachelor thesis deals with the global phenomenon of podcast, which has entered the Czech space in recent years and is gradually finding its place among the new media of the 21st century. The purpose of the thesis is to capture the level of the Czech podcast scene in terms of content and language through the analysis and subsequent comparison of selected Czech public service and private podcasts. In the theoretical part of the thesis, the author defines the terms podcasting and podcast, then summarizes the historical development and the position of the podcast among mass media. Author then discusses functional styles, especially the journalistic style and its relation to the podcast. Last but not least, the author explores language management and Czech language diglossia. She characterizes the selected podcasts. The analytical part is devoted to the analysis of the content and language of the selected podcast shows. At the end of the thesis the author summarizes the results of the analytical part, compares the podcasts with each other and evaluates their level. At the same time, the author points out the potential of the medium in Czech society and on the Czech media market.

Keywords: podcasting, podcast, phenomenon, new media, mass media, Czech podcast scene, journalistic style, Czech diglossia, language management

Obsah

Úvod.....	10
1 Teoretická část	11
1.1 Vymezení pojmů podcasting a podcast	11
1.2 Podcast jako masmédiium.....	12
1.3 Historický vývoj podcastů	13
1.3.1 Vývoj podcastů v ČR.....	16
1.4 Funkční styly.....	18
1.4.1 Funkční publicistický styl	20
1.4.2 Vztah publicistického stylu k podcastu.....	22
1.5 Česká diglosie	22
1.6 Jazykový management v mediálních projevech.....	24
1.7 Charakteristika vybraných českých podcastů	26
1.7.1 Podcasty médií veřejné služby	26
1.7.1.1 Vinohradská 12.....	26
1.7.1.2 Buchty	27
1.7.2 Podcasty soukromé	27
1.7.2.1 Studio N.....	27
1.7.2.2 LINKA	27
2 Analytická část.....	29
2.1 Obsahová analýza.....	29
2.1.1 Vinohradská 12.....	29
2.1.1.1 Téma.....	29
2.1.1.2 Míra aktuálnosti	31
2.1.2 Buchty	32
2.1.2.1 Téma.....	32
2.1.2.2 Míra aktuálnosti	33
2.1.3 Studio N	34
2.1.3.1 Téma.....	34
2.1.3.2 Míra aktuálnosti	35
2.1.4 LINKA	36
2.1.4.1 Téma.....	36
2.1.4.2 Míra aktuálnosti	38
2.2 Jazyková analýza.....	39
2.2.1 Vinohradská 12.....	39
2.2.1.1 Ortoepická norma, kultivovanost, srozumitelnost.....	39
2.2.1.2 Lexikální rovina.....	40
2.2.1.1 Morfologická rovina	41
2.2.1.2 Syntaktická rovina	41
2.2.1.3 Projevy jazykového managementu a jazykové diglosie	42

2.2.2	Buchty	43
2.2.2.1	Ortoepická norma, kultivovanost, srozumitelnost	43
2.2.2.2	Lexikální rovina	44
2.2.2.1	Morfologická rovina	46
2.2.2.2	Syntaktická rovina	46
2.2.2.3	Projevy jazykového managementu a jazykové diglosie	47
2.2.3	Studio N	49
2.2.3.1	Ortoepická norma, kultivovanost, srozumitelnost	49
2.2.3.2	Lexikální rovina	50
2.2.3.3	Morfologická rovina	51
2.2.3.1	Syntaktická rovina	51
2.2.3.1	Projevy jazykového managementu a jazykové diglosie	52
2.2.4	LINKA	53
2.2.4.1	Ortoepická norma, kultivovanost, srozumitelnost	53
2.2.4.2	Lexikální rovina	54
2.2.4.3	Morfologická rovina	56
2.2.4.4	Syntaktická rovina	57
2.2.4.5	Projevy jazykového managementu a jazykové diglosie	58
	Závěr	60
	Seznam použitých zdrojů	64

Úvod

Podcasty jsou globálním fenoménem počátku 21. století. V českém prostředí však zažívají boom až v průběhu druhého desetiletí. Přestože tento druh zvukového média prozatím nezasáhl celou českou společnost, postupně si proráží cestu ke svým posluchačům, kteří oceňují jeho praktičnost oproti téměř sto dvacet let existujícímu rozhlasovému vysílání. Vystává otázka, zda nemají podcasty předpoklady k tomu svého konkurenta zastínit a zařadit se mezi nejužívanější média masové komunikace.

V teoretické části bakalářské práce autorka vymezuje pojmy *podcasting* a *podcast*, charakterizuje jejich fungování v praxi a zdůrazňuje jejich benefity, které přinášejí nejen soudobým žurnalistům. Ústředním tématem práce jsou podcasty české, proto se autorka dále zabývá samotným vznikem média v západním světě a také jeho vývojem v ČR. Za velmi důležitou autorka považuje popularizaci podcastů, která v posledních letech výrazně eskaluje. Zmiňuje také postavení podcastu mezi masovými médii.

Poté se autorka zabývá *funkčními styly*, v úvodu vystihuje jejich hlavní příznaky a pro uchopení podcastu jako žánru žurnalistiky se soustředí na *publicistický styl*. Autorka zmiňuje výrazové prostředky tohoto stylu a hledá jeho společné rysy s podcastem. Dále je v práci věnována část zabývající se problematikou jazykového managementu a české diglosie, jež bývá součástí mluvené řeči, a tedy i českých podcastů.

V rámci analýzy české podcastové scény autorka vybrala dva podcastové pořady médií veřejné služby a rovněž dva pořady médií soukromých, které jsou dlouhodobě populární u podcastového publika a zároveň je autorka práce dlouhodobě sleduje. Pořady stručně charakterizuje.

V analytické části je pozornost zaměřena nejprve na analýzu obsahové složky veřejnoprávních a soukromých podcastů a jejich vzájemnou obsahovou provázanost. Její druhou část autorka věnuje jazykové analýze a komparaci vybraných epizod z obou skupin podcastových pořadů z hlediska různých jazykových rovin. Po poslechu jednotlivých epizod autorka srovnává projev moderátorů podcastových pořadů, zkoumá projevy diglosie, jazykového managementu a hodnotí celkovou jazykovou úroveň podcastů.

Cílem bakalářské práce je zachytit aktuální obraz české podcastové scény z jazykového i obsahového hlediska a srovnat v těchto ohledech úroveň podcastových pořadů médií veřejné služby a médií soukromých. Autorka řeší otázku české diglosie a její vliv na jazykovou úroveň podcastů, rovněž by chtěla částečně poukázat na potenciál podcastu jako nového produktu českého mediálního trhu.

1 Teoretická část

1.1 Vymezení pojmů podcasting a podcast

Podcasting je technologie určená k šíření, příjmu a poslechu zvukového obsahu. Tento způsob přenosu zvukových souborů používají rozhlasové stanice, vydavatelské domy a výukové instituce, ale i žurnalisté, nezávislí tvůrci rádiového obsahu, umělci a radioví amatéři.¹ Dle definice *Oxford English Dictionary Online* (2021) se v zásadě jedná o „vytvoření digitální nahrávky vysílání za pomoci internetu, která je uživateli k dispozici ke stažení do počítače či jiného audiozařízení.“²

Peter Meng uvádí, že podcasting je anglický neologismus složený z výrazu pro vysílání, *broadcasting*, a názvu MP3 přehrávače od firmy Apple, *iPod*.³ Podcasting definuje jako proces, který zaznamenává zvukové projevy (zpěv, řeč, mix zvuků) a následně je zveřejňuje na webové stránce v datové struktuře nazývané RSS 2.0 feed (Really Simple Syndication). Ta umožňuje uživateli přihlásit se k odběru zvukových souborů, podcastů, na webové stránce, která RSS 2.0 obsahuje, a poté automaticky stahuje uživatelem vybrané podcasty do počítačového programu určeného ke správě zvuku (*iTunes*, *Windows Media Player*). Po synchronizaci počítače s audiozařízením jsou podcasty přeneseny do zařízení a jsou uživateli dostupné v jakémkoliv čase na jakémkoliv místě.⁴ S rozvojem technologií byl tento proces posluchačům usnadněn vývojem podcastových aplikací, které jsou dostupné pro chytré mobilní telefony (např. *Spotify*, *Apple Podcasts*, *Google Podcasts* a další).

Nespornou výhodou pro posluchače podcastu je, že si může prostřednictvím webové stránky či aplikace sám vybrat téma, jemuž se samotný podcast věnuje. Tím tento nový mediální produkt podcastingu konkuruje vysílání rozhlasových stanic s předem určeným programem, jenž je závislý na reálném čase.

Termín podcast neoznačuje pouze zvukový soubor, nazývají se tak rovněž pořady zabývající se různými aktuálními tématy sestávající ze série epizod.⁵ Pojem poprvé použil britský novinář Ben Hammersley v roce 2004 ve svém článku „*Audible Revolution*“ pro deník

¹ BONINI, T. The ‚Second Age‘ of Podcasting: reframing Podcasting as a New Digital Mass Medium. *Quaderns del CAC*, 2015, roč. 18, s. 21–30. ISSN 2014-2242. S. 21.

² Podcast. In: *Oxford English Dictionary Online: The definitive record of the English language* [on-line]. [vid. 2021-11-08]. Dostupné z: <https://www.oed.com/viewdictionaryentry/Entry/273003> [překlad Lucie Johová]

³ Pozn.: Meng název považuje za nesprávný, jelikož podcasty je možné přehrát na jakémkoliv MP3 přehrávači nebo jiném audiozařízení.

⁴ MENG, P. *Podcasting & Vodcasting: A white paper* [online]. Columbia: University of Missouri, 2005. [vid. 2021-11-20]. Dostupné z: <http://www.tfaoi.com/cm/3cm/3cm310.pdf>. S. 1.

⁵ BONINI, T., pozn. 1, s. 21.

The Guardian. Vznik a předpovězený boom podcastů přisuzuje rozšíření audiozařízení ve společnosti (především iPodů) a levnému audiosoftwaru, jenž je při tvorbě podcastů využíván – produkce tohoto typu média je tak dostupná i amatérům, podcasterem⁶ (produktorem, hlasatelem) se může stát prakticky kdokoliv.⁷

Hammersley také zmiňuje, že jsou podcasty díky svým benefitům velmi přitažlivé i pro novináře profesionály. Jako výhody uvádí např. funkční intimitu hlasu produktora, interaktivitu webových stránky, pohodlí a přenosnost stahování MP3 souborů, ale také zpětnou vazbu od posluchačů. Podcasty novinářům nabízejí větší volnost a prostor k přímé práci s jejich publikem, zásadní je u tohoto média také neomezený rozsah délky vysílacího času. Internet oproti jiným médiím není omezován žádnými předpisy.⁸ Z těchto důvodů se podcasty staly prostředníky k předávání delších zpráv, které se nedostanou do běžných rozhlasových či televizních kanálů.

Již zmíněná přenosnost podcastů souvisí dále s tím, jak jako primárně mobilní formát podcast zcela vyhovuje aktuální době mobilních telefonů. Posluchači jej přijímají prostřednictvím sluchátek během svých cest mimo domov, ve veřejné dopravě a na dalších veřejných místech. Toto spojení vytváří mezi podcastem a posluchačem zcela jiný vztah, než měly kdy jiné mediální kanály. Posluchač se v tomto vztahu aktivně zapojuje nejen při výběru podcastu, ale také prostřednictvím sociálních sítí, se kterými jsou podcasty úzce propojeny – umožňují svým uživatelům psát komentáře, přesměrování na konkrétní epizodu podcastu či možnost podcast ihned poslouchat.⁹

1.2 Podcast jako masmédiium

Podcast je vedle novin, časopisů, televize, rádia, knih, videoher a jiných internetových médií považován za masové médium, tj. prostředek masové komunikace navržen tak, aby předával informace velkému segmentu populace.¹⁰ Hanson (2019) masovou komunikaci definuje jako celospolečenský komunikační proces, ve kterém jednotlivci či instituce odesílá

⁶ Pozn.: Termín „podcaster/podcasterka“ není v českém jazyce dosud kodifikován. Autorka práce s ním však aktivně pracuje, jelikož slovo přejaté z původní anglické podoby označuje mluvčího podcastů nejvhodněji.

⁷ HAMMERSLEY, B. Audible revolution. In: *The Guardian* [online]. 2004-02-12 [vid. 2021-11-20]. Dostupné z: https://www.theguardian.com/media/2004/feb/12/broadcasting_digitalmedia

⁸ HAMMERSLEY, B., pozn. 7.

⁹ SPINELLI, M., DANN, L. *Podcasting. The Audio Media Revolution*. London: Bloomsbury Publishing, 2019. ISBN 978-1-5013-2866-4. S. 8.

¹⁰ University of Minnesota. *Understanding Media and Culture: An Introduction to Mass Communication*. Minnesota: University of Minnesota Libraries Publishing, 2016. ISBN 978-19-4613-526-1.

zprávu rozsáhlému různorodému publiku. Komunikace je zpravidla jednosměrná (popř. s omezenými možnostmi pro zpětnou vazbu), produktor je od recipienta prostorově i časově oddělen a publikum mu není zcela známé.¹¹

Podcasty mohou být produkovány a distribuovány bez souhlasu „gatekeepera“.¹² Tím se odlišují od možností televizních a rozhlasových stanic či tisku, podcasterům je takto poskytnuta značná svoboda, ale o to menší podpora.¹³

1.3 Historický vývoj podcastů

Zpočátku se američtí akademikové zabývali tímto novým médiem pouze jako potenciálním edukačním nástrojem na středních školách a univerzitách. Jako tématu mediálních studií byla podcastu věnována jen malá pozornost. Akademický časopis *The Radio Journal*, který pracoval s publikacemi týkajícími se broadcastingu a zvukových médií, věnoval podcastingu prostor ve čtyřech článcích mezi lety 2004 a 2014, další tři články se objevily také v *Journal of Radio and Audio Media* a v *New Media & Society*. Nejčastějšími tématy těchto publikací byla demokratizace rozhlasové tvorby související se vznikem podcastingu a téma proměny publika v producenty. S. Crofts a kol. (2005) ve své práci definuje podcasting jako posun od masového vysílání k personalizovanému médiu, které je na vyžádání. Mediálními vědci byl podcasting vnímán jako cesta pro autory, kteří chtěli obejít tradiční veřejné a komerční televize a rádia a publikovat svůj vlastní obsah, někteří jej považovali za jakýsi „umělecký model“ rádia. E. Menduni (2007) ve své práci podcasting označil jako poslední krok v digitalizaci zvuku, která započala v 90. letech. Zároveň jej vnímal jako chybějící článek mezi tradičním rádiem a internetem, spojení, kterého online rádia nebyla schopná dosáhnout, a demokratický nástroj pro lid. Podcasting si díky přenosnosti v prostoru a času začal získávat popularitu jako nový typ osobního média. Podle V. Madsena (2005) médium přispělo, a ještě přispěje, k transformaci veřejnoprávního vysílání (pokud jde o posluchače a jejich přístup k rozhlasovému vysílání).¹⁴

¹¹ HANSON, R. E. *Mass communication: living in a media world*. 7. vyd. SAGE Publication, 2019. ISBN 978-15-4433-234-5. S. 54.

¹² Pozn.: „Strážce brány je redaktor, producent, nebo cenzor, který rozhoduje o tom, jaké zprávy (obsah) by měly být publikovány.“ *Gatekeeper*. In: *Cambridge International Dictionary of English* [on-line]. [vid. 2022-01-15]. Dostupné z: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/gatekeeper> [překlad Lucie Johová]

¹³ SPINELLI, M., DANN, L., pozn. 9.

¹⁴ cit. podle: BONINI, T., pozn. 1, s. 22–23.

Přístup mediálních vědců k podcastu nebyl však ryze pozitivní, někteří vnímali dosavadní názory na podcasting jako zidealizované. J. Sterne a kol. (2008) kritizoval vnímání podcastu jako demokratičtějšího a přístupnějšího média. Dle jeho názoru se jedná jen o falešný dojem, podcasting je totiž pokračovatelem či alternativou běžného vysílání. Kritiku demokratické rétoriky a oslavy individuality však nenacházíme pouze u vzniku podcastu, ale i v minulosti při vzestupu rozhlasového vysílání (20. léta 20. století) a internetu (90. léta 20. století) na pozicích prostředků masové komunikace.¹⁵

Přestože odborníci z oblasti mediálních studií podcasting nepovažovali za zásadní a soustředili se spíše na jeho individuální aspekt pro nezávislé tvůrce, získalo si médium velké uznání ze strany časopisů a technických blogerů. V roce 2005 byl výraz *podcast* přidán do *Oxford English American Dictionary* jako „*Slovo roku*“ a popularita podcastingu narůstala. Zajímat se o něj začala rovněž korporátní a tradiční veřejnoprávní média (rozhlas, televize a tisk), a jako profesionální producenti jej začali využívat pro komerční účely. Od doby svého vzniku se podcasting vyvinul do dvou směrů – amatérského neziskového a komerčního ziskového.¹⁶

Amatérsky publikovali rádiovní nadšenci, nezávislí producenti, geekové, ale i běžní lidé spíše západního světa. Dále se mezi ně zařadili také pedagogové, členové různých sdružení, kroužků, náboženských skupin apod. Komerční využití měl podcasting pro producenty profesionální, celebrity ze světa showbyznysu, rozhlasové a televizní stanice, tisk a soukromé společnosti. Prvním existujícím rozhlasovým programem dostupným také formou podcastu byl *The Word*. V roce 2004 jej následovala rozhlasová stanice *KYOU Radio*. Jednou z prvních veřejnoprávních stanic, jež k podcastingu přistoupila, byla britská rozhlasová a televizní společnost *BBC*. Stanice velmi opatrně experimentovala pouze s několika málo pořady již od roku 2004, z důvodu zvyšujícího se zájmu u diváků začala v roce 2007 službu podcastingu nabízet zcela pravidelně. Ve Spojených státech spustila roku 2005 nabídku podcastů veřejnoprávní rozhlasová stanice *NPR*. Rok 2007 je pro podcasting zlomový; počet stažení podcastů rozhlasových programů postupně narůstá i v Evropě a od roku 2010 výrazně eskaluje (pravděpodobně díky nástupu chytrých mobilních telefonů na trh). Nejvíce stahovaným žánrem podcastu té doby byly talkshows, oblibu u posluchačů měly také soap opery (nekonečné telenovely) a pořady s kulturní tematikou.¹⁷

¹⁵ cit. podle: BONINI, T., pozn. 1, s. 23.

¹⁶ BONINI, T., pozn. 1, s. 23.

¹⁷ BONINI, T., pozn. 1, str. 24.

Jako první noviny přišly s originálním podcastem britské *Daily Telegraph* v roce 2005 – redaktoři denně předčítali tři ze svých článků a mluvené slovo zveřejňovali formou podcastu. Ve stejné době začal magazín *New Scientist* vydávat podcasty s novinkami a rozhovory z oblasti vědy. O rok později se přidal také *The Guardian*, který nabízel dokonce celou sérii podcastů; denní zprávy, týdenní setkání s politikou, podcast věnovaný světu médií, vědě a technologii, umění a hudbě. Americkým zástupcem tisku formou podcastu byl deník *The New York Times*. Ten produkoval do roku 2011 až deset podcastů, od roku 2012 se soustředili pouze na literární kritiku v *Book Review* a na novinky ve světě vědy v podcastovém pořadu *Science Times*. Jelikož však podcasty nepřinášely takovou finanční návratnost jako jiná média (malé publikum, méně prostoru pro reklamy), větší společnosti postupně přestávaly do podcastů investovat. Z těchto důvodů se podcasty staly jen okrajovou součástí rozhlasového a redakčního trhu bez vlastního obchodního modelu.¹⁸

Velkým zvratem ve vývoji podcastingu, jenž bývá přezdíván jako „druhý věk“, byl přechod z veřejnoprávního podcastingu na *crowdfunding*¹⁹. Počátek této změny nacházíme v USA v roce 2012, kdy se několik významnějších podcastů amerického veřejnoprávního rozhlasu rozhodlo osamostatnit a být financováno pouze prostřednictvím svých posluchačů. Vznikaly nové crowdfundingové platformy nejen v USA, ale i v Itálii či ve Španělsku, na kterých mohli podcasteri pořádat své podcastové kampaně, např. *Kickstarter*, *Indie Go Go*.²⁰

Tvůrci se zcela oddělili od veřejnoprávních rozhlasových stanic, které jim umožnily se zviditelnit a získat posluchače své vlastní podcastové tvorby. Evropská i americká veřejná rádia tak vychovala generaci producentů, jejichž práce se dočkala značné popularity jako např. *Serial*, podcast investigativní žurnalistky Sarah Koenigové. Ve spolupráci s veřejnoprávním rozhlasovou společností *The American Life (NPR)* byl *Serial* od roku 2014 distribuován pouze prostřednictvím podcastu a díky vzájemné propagaci těchto dvou médií došlo u podcastu k masivnímu nárůstu posluchačů. Rozhlasová stanice *NPR* s touto strategií pracovala i nadále. Podcasty byly nově využívány ke kombinování příběhů s kulturními a vědeckými reportážemi (např. populární podcast *Invisibilia*, 2015). Americký veřejnoprávní rozhlas tak sehrál zásadní roli ve „druhém věku“ podcastingu, podcasting naopak probral veřejný rozhlas k životu a naučil jej produkovat příběhové programy „podcastovým

¹⁸ BONINI, T., pozn. 1, str. 25.

¹⁹ Pozn. „Praxe přimět velké množství lidí, aby menší částkou přispěli k financování projektu, obvykle pomocí internetu.“ Crowdfunding. In: *Cambridge International Dictionary of English* [on-line]. [vid. 2022-01-15]. Dostupné z: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/crowdfunding> [překlad Lucie Johová]

²⁰ BONINI, T., pozn. 1, str. 25.

způsobem“ – přenosně, za využití chytrých mobilních telefonů a sociálních sítí formou podcastu.²¹

S novými platformami crowdfundingu, sociálními sítěmi a novými technologiemi byl pro podcasting vytvořen nezávislý trh. Nové obchodní modely mimo crowdfunding zahrnovaly také reklamy, dary od posluchačů, placené předplatné a sponzoring. Komerční rozhlasová stanice *Radiotopia* umožnila jako jedna z prvních sponzorování pořadů, které pod ni spadají. Začaly vznikat obdobné podcastové sítě, které podcasty zastřešují a tvoří nové pro mediální společnosti, celebrity a soukromé autory a jejich prostřednictvím propagují podcasty jiné. Mezi tyto sítě patří např. *PodcastOne*, *Gimlet media*, *Infinite Guest*, *Earwolf*, *Panoply* a další. Vedle propagace jiných podcastů se producenti pokoušejí svá média financovat prodejem časových úseků v podcastech i nepodcastovým inzerentům. Zapojením reklamy do podcastů tedy vzniká možnost zisku i pro menší podcasty s nižší poslechovostí. Z původního demokratického směřování podcastu a individualizace se tak podcast během deseti let (2005–2015) proměňuje v komerční vysílání.²²

1.3.1 Vývoj podcastů v ČR

Přestože český podcasting ve svých počátcích oproti západnímu světu nezaostával a první pořady začaly vznikat již v roce 2005, popularitu si u českého publika získal až o více než 10 let později. Jedním z důvodů nízkého zájmu o podcasty mohla být nedostatečná kapacita MP3 zařízení, která Češi používali, dále také oblíbené přehrávače CD, které nemohly podcastům jako médium vyhovovat z výše uvedených důvodů, a jistě také nízké zastoupení nově vznikajících MP3 pořadů typu talkshow.²³

Prvním českým médiem, jež začalo svůj obsah zveřejňovat na internetu, byl *Český rozhlas*. Audio archiv média veřejné služby *Rádio na přání*, dnes známý jako *iRadio*, čítal v roce 2004 přes 1 200 souborů; jak odvysílaných pořadů ke stažení, tak pořadů formou podcastů (v r. 2005 – 9 731 pořadů, v r. 2006 – 26 257, ...). Svůj obsah *Český rozhlas* posluchačům značně přiblížil vydáním mobilní aplikace v roce 2011.²⁴ Aktuálně lze v archivu tohoto média nalézt přes 270 podcastových pořadů.²⁵

²¹ BONINI, T., pozn. 1, str. 26.

²² BONINI, T., pozn. 1, str. 26–28.

²³ ZANDL, P. Podcast – revoluce v internetovém vysílání. In: *Lupa.cz: Server o českém Internetu* [online]. 2005-03-15 [vid. 2022-01-31]. ISSN 1213-0702. Dostupné z: <https://www.lupa.cz/clanky/podcast-revoluce-v-internetovem-vysilani/>

²⁴ ROŽÁNEK, F. Za zvuku eurovizních fanfár. In: *Médiář.cz* [online]. 2011-07-12 [vid. 2022-01-31]. ISSN 1804-7238. Dostupné z: <https://www.mediar.cz/za-zvuku-euroviznich-fanfar-vztah-cesky-rozhlas-internet-ebu/>

²⁵ Podcasty Českého rozhlasu. In: *Český rozhlas* [online]. [vid. 2022-02-23]. Dostupné z: <https://portal.rozhlas.cz/podcasty/porady?page=6>

Český rozhlas značnou část svých znovu přehratelných pořadů nazývá jako podcasty, s tímto označením však autorka zcela nesouhlasí. Živá rozhlasová vysílání či jiné rozhlasové pořady nelze považovat za podcasty, jelikož nebyly nahrávány se záměrem tvořit podcast. Jsou pouze vyňaty z vysílání a nahrány na internet jako jakýkoliv jiný soubor dostupný posluchači ke stažení (hudba, rozhlasové divadelní hry apod.). Podcasty jsou specifickým médiem, nejsou vysílány v reálném čase, podléhají následnému editu a jsou dostupné primárně na internetových podcastových aplikacích.

Kvůli pozdějšímu zájmu českého publika o podcast a zdrženlivosti tvůrců je zastoupení tohoto nového média v české odborné literatuře minimální. Několik drobných zmínek o podcastech jsme zaznamenali na serveru *Lupa.cz*, šlo však pouze o konstatování existence v českém prostředí téměř neznámého média. Po vzoru Západu během druhého desetiletí 21. století postupně narůstá zájem českých posluchačů o stále oblíbenější podcasty zahraniční. Tento rostoucí trend autorka vnímá jako zásadní impuls, jenž přispěl k zájmu českých tvůrců tvořit své vlastní podcasty. Mnohé z nich dodnes obsazují první místa žebříčků popularity.

Na svůj vzestup české podcasty čekaly až do let 2018–2020. V tomto čase začaly vycházet především lifestylové a influencerské podcasty jako *V oblacích*, *Vyhonit d'ábla*, *Opravdové zločiny*, *LINKA* nebo *Se ségrou*. V roce 2019 vyšel první díl dnes nejposlouchanějšího veřejnoprávního podcastu *Vinohradská 12*, stejně tak podcast *Týdeník Respekt* stejnojmenného média nebo podcast s rozhovory *U Kulatého stolu*. Výjimkou je vzdělávací literární podcast *Na potítku*, který je vydáván již od roku 2016, seberozejový podcast *Proti Produ* vzniklý v tomtéž roce a podcast *Deep Talks* Petra Ludwiga, podnikatele, spisovatele a publicisty, vycházející od roku 2017.

S narůstající popularitou podcastů v ČR vznikla celorepubliková anketa *Podcast roku* s prvním ročníkem v roce 2019, ve kterém zvítězil veřejnoprávní podcast *Zhasni a Matematika zločinu*, soukromý podcast *Mladý podnikatel*, *Hana Štípák Show* a *V oblacích*. V následujících ročnících se z veřejnoprávních podcastů na prvních příčkách umístila *Vinohradská 12*, *Buchty*, *Host Lucie Výborné*, *ČT sport podcasty*, *Historie českého zločinu* a *Zkouškový*. Z autorských podcastů to byly *Vyhonit d'ábla*, *Opravdové zločiny*, *LINKA*, *Tak určitě*, *Brocast*, *MMA letem světem* nebo *Studio N*.²⁶

Během velmi krátkého časového období se v českém prostředí objevila tematicky široká plejáda podcastů veřejnoprávních médií i podcastů soukromých. Podle průzkumu agentury *Nielsen Admosphere* pro server *Mediář.cz* z roku 2020 znalo termín „podcast“ 60 %

²⁶ *Podcast roku* [online]. [vid. 2022-02-24]. Dostupné z: <https://www.podcastroku.cz/archiv>

dotázaných, přičemž definovat by jej bylo schopno 23 %. Pojem jako takový je více znám u respondentů z větších měst, především z Prahy a Středočeského kraje. Z těch, kteří pojem znali, podcasty poslouchalo 53 % dotázaných. Ze statistik dále vyplývá, že konzumenty média jsou převážně lidé s vyšším dosaženým vzděláním a nižšího věku. Ve zprávě z průzkumu zaznívá, že „celkově vzato neexistuje rozdíl mezi způsobem, jakým respondenti podcasty poslouchají: 55 % podcasty poslouchá přes mobilní aplikaci, 54 % přes web. Patrné rozdíly jsou viditelné mezi věkovými kategoriemi. Zatímco respondenti do 34 let upřednostňují mobilní aplikaci, ti nad 34 let spíše poslouchají přes web“. Dále také uvádějí, že nejčastěji využívanými aplikacemi k přehrávání podcastů jsou *Spotify*, *mujRozhlas* a *Google Podcasts*.²⁷

O pouhý rok později (2021) průzkum agentury *Nielsen Admosphere* zaznamenal extrémní nárůst znalosti pojmu „podcast“, a to na 94 % u respondentů ve věku 15–39 let, značně vyšší bylo rovněž povědomí o podcastech u respondentů ve věku 30–39 let. Oproti předchozímu roku používají respondenti k poslechu podcastů více mobilní aplikace a svůj čas věnují podcastům alespoň jednou týdně.²⁸

Přestože šlo pouze o dva zkoumané ročníky, z výše uvedených dat je rostoucí zájem českého publika o podcasty od roku 2018 zcela patrný. V minulém roce český podcastový trh zahrnoval 2 182 titulů a jejich množství se každoročně zdvojnásobuje.²⁹ Podcasteři a influenceři začínají svou tvorbu s narůstajícím publikem monetizovat, využívají tak marketingový potenciál nového média, jehož budoucí vývoj by mohl mít dle autorky práce markantní vliv na český mediální trh.

1.4 Funkční styly

Čechová, Krčmová a Minářová (2008) definují pojem styl či sloh jako „*ráz verbálního komunikátu, zpravidla cílevědomě volený a uspořádaný tak, aby obsahem i formou vyhovoval komunikačnímu záměru autora*“.³⁰ V obecné rovině lze stylem označit charakter umělecké lidské činnosti, v rámci tématu práce však bude pozornost v této kapitole věnována pouze stylu jazykovému.

²⁷ Co jsou podcasty? Přesně to ví jen čtvrtina Čechů na internetu. In: *Médiář.cz* [online]. 2020-12-08 [vid. 2022-02-24]. ISSN 1804-7238. Dostupné z: <https://www.mediar.cz/co-jsou-podcasty-presne-to-vi-jen-ctvrtina-cechu-na-internetu/>

²⁸ Podcast roku: Absolutním vítězem je Vinohradská 12. In: *Mediaguru.cz* [online]. 2021-06-17 [vid. 2022-03-13]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2021/06/podcast-roku-absolutnim-vitezem-je-vinohradska-12/>

²⁹ Newton Media: Podcastů loni v Česku vzniklo více než tisíc. In: *Mediaguru.cz* [online]. 2021-06-09 [vid. 2022-03-13]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2021/06/newton-media-podcastu-loni-v-cesku-vzniklo-vice-nez-tisic/>

³⁰ ČECHOVÁ, M., KRČMOVÁ, M., MINÁŘOVÁ, E. *Současná stylistika*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2008. ISBN 978-80-7106-961-4. S. 16.

Dle výběru a uspořádání jazykových prostředků užitých při tvorbě komunikátu můžeme určit jeho funkci; na tu mají zásadní vliv *objektivní stylové faktory*, které výběr prostředků determinují. Mezi tyto faktory patří např. základní funkce textu, autorův záměr, politické, společenské a ekonomické souvislosti, velmi podstatným faktorem je dále adresát komunikátu, komunikační kód, forma komunikátu, téma apod. *Subjektivní stylové faktory* jsou individuální, autorem komunikátu podmíněné, např. pohlaví a věk autora, intelektuální vyspělost, vzdělání, sociální začlenění, kulturní rozhled, životní postoje, záliby apod. Při jejich výrazném projevu na komunikátu hovoříme o *autorském stylu*.³¹

U komunikátu rozlišujeme funkci *dorozumivací* (komunikační, primární pro všechny funkční styly), *odborně sdělnou*, *direktivní* (správní), *persvazivní* (získávací, působící na adresáta, přesvědčovací, ovlivňovací) a funkci *esteticky sdělnou*. Dle zmíněných funkcí bývají styly poté děleny na *prostěsdělovací*, *odborný*, *administrativní*, *umělecký* a *publicistický*.³²

Vymezení jednotlivých stylů není u všech jazykovědců vždy totožné, styly se navzájem překrývají, mají společné rysy; označujeme je jako *sekundární*. Např. Čechová (2011) zmiňuje *styl řečnický*, jenž bývá jindy považován za součást publicistického stylu, a dále *esejistický*, který je na hranici mezi stylem odborným, uměleckým a publicistickým.³³ Krčmářová (2017) uvádí samostatný styl *náboženský* a *reklamní* jako součást publicistického, Hausenblas (1972) rozlišuje *vědecký*, *prakticky odborný*, *popularizační* a *učební* styl u stylu odborného apod.³⁴

Prostěsdělovací styl je základním stylem běžné denní komunikace, využívá všech útvarů českého jazyka a je vázán na konkrétní situaci v soukromé sféře komunikace, a tak i na subjektivní výběr jazykových prostředků autorem. Projevy bývají nepřipravené a spontánní a výrazně se na nich odráží prvky běžné mluvy. Vedle sdělovací funkce je pro styl typická funkce *fatická* (kontaktní).³⁵

Odborný styl předává adresátovi celistvé, jednoznačné informace, je uspořádaný, věcný a zcela oddělený od emocionality a subjektivních rysů autora. Oproti prostěsdělovacímu stylu není situačně zakotvený a jeho funkce je odborně sdělná. Užívá spisovného, často až knižního jazyka, nedílnou součástí odborných komunikátů jsou užitá termíny a intertextovost. Podle

³¹ MINÁŘOVÁ, E. Stylový faktor. In: KARLÍK, P., NEKULA, M., PLESKALOVÁ, J., eds. *CzechEncy – Nový encyklopedický slovník češtiny online* [online]. [vid. 2022-01-07]. Dostupné z: https://www.czechency.org/slovník/STYLOTVORNÝ_FAKTOR

³² KRČMÁŘOVÁ, M. Funkční styl. In: KARLÍK, P., NEKULA, M., PLESKALOVÁ, J., eds. *CzechEncy – Nový encyklopedický slovník češtiny online* [online]. [vid. 2022-01-07]. Dostupné z: https://www.czechency.org/slovník/FUNKČNÍ_STYL

³³ ČECHOVÁ, M. *Čeština – řeč a jazyk*. 3. uprav. a rozš. vyd. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 2011. ISBN 978-80-7235-413-9. S. 405.

³⁴ KRČMÁŘOVÁ, M., pozn. 32.

³⁵ ČECHOVÁ, M., KRČMOVÁ, M., MINÁŘOVÁ, E., pozn. 30, s. 192–203.

míry odbornosti a předpokládaného adresáta jej dělíme na vědecký, prakticky odborný, učební, populárně naučný a esejistický.³⁶

Administrativní styl je spjat s úřední komunikací a komunikací veřejné správy obecně. Mezi adresátem a autorem se projevuje neosobní vztah, jelikož jedna z komunikujících stran může být institucionálního charakteru. Je požadována věcnost, stručnost vyjádření, komunikáty neobsahují expresivitu a oproti ostatním stylům jsou texty výrazně standardizované. Mezi hlavní funkce stylu se řadí funkce direktivní, řídicí, jednací a regulativní.³⁷

Pro *umělecký styl*, nazývaný také jako styl krásné literatury, je dominantní funkce estetická. Primárně je užíván v podobě psané, která může být následně realizována formou mluvenou (divadelní a rozhlasové hry, audioknihy). Autoři vcelku neomezeně pracují s výrazy ze všech úrovní národního jazyka. Autorský styl je zde obvykle výrazně uplatněn, díla jsou totiž spjata s jedinečnými autorskými osobnostmi. Estetická funkce se nejvíce projevuje na jazyku básnickém. Umělecké texty členíme do literárních druhů dle ztvárnění jazykového (poezie, próza, drama) a kompozičně-tematického (lyrika, epika, drama).³⁸

1.4.1 Funkční publicistický styl

Publicistický styl využívá žurnalistika (zpravodajství i publicistika) k masové komunikaci prostřednictvím hromadných sdělovacích prostředků. Vedle persvazivní funkce plní rovněž funkci informativní, zpravovací. Nejčastěji užívané označení „*publicistický*“ není terminologicky zcela přesné, jelikož tento styl zahrnuje veškeré žurnalistické komunikáty – *zpravodajské, analytické i publicisticko-beletristické*. Z toho důvodu bývá do těchto tří kategorií diferencován.³⁹

Minářová (2017) užívá termín žurnalistický styl, „*jelikož označuje styl textů širší funkční sféry, než zachycují starší užívané termíny novinářský styl nebo publicistický styl*. Uvedené názvy vždy ve stylistické terminologii koexistovaly a jejich vymezení se s vývojem stylistiky a proměnami medií (zvláště se vznikem mediální sféry zvukové, obrazové a multimediální včetně komunikace interaktivní) upřesňovalo. (...) Nejednotnost v užití termínů

³⁶ KRČMÁŘOVÁ, M. Odborný styl. In: KARLÍK, P., NEKULA, M., PLESKALOVÁ, J., eds. *CzechEncy – Nový encyklopedický slovník češtiny online* [online]. [vid. 2022-01-07]. Dostupné z: https://www.czechency.org/slovník/ODBORNÝ_STYL

³⁷ ČECHOVÁ, M., KRČMOVÁ, M., MINÁŘOVÁ, E., pozn. 30, s. 230–233.

³⁸ MAREŠ, P. Umělecký styl. In: KARLÍK, P., NEKULA, M., PLESKALOVÁ, J., eds. *CzechEncy – Nový encyklopedický slovník češtiny online* [online]. [vid. 2022-01-07]. Dostupné z: https://www.czechency.org/slovník/UMĚLECKÝ_STYL

³⁹ ČECHOVÁ, M., KRČMOVÁ, M., MINÁŘOVÁ, E., pozn. 30, s. 244–246.

ve stylistické teorii i v mediální praxi, na což upozorňovali zvl. Bartošek (1995), Srpová (2013) a jiní, svědčí o šíři funkčního rozpětí mediálních textů, o tematické mnohotvárnosti žurnalistiky i o existenci dílčích funkcí, které žurnalistický styl plní“.⁴⁰

Hlavním úkolem publicistického stylu je rychle, srozumitelně a jednoznačně informovat adresáty o aktuálních informacích, nehledě na sociální status, věk, pohlaví či vzdělání adresátů.⁴¹ Prostředkem k šíření těchto informací jsou *masmédiá* (viz kapitola 1.2 *Podcast jako masmédiium*) psaná (tisk, internetový tisk), audiální (rozhlasové vysílání, podcasty) a audiovizuální (televizní vysílání). Výše zmiňované členění stylu na *zpravodajský*, *analytický* a *publicisticko-beletristický* v masmediální praxi není striktně dodržováno, styly se obvykle překrývají a přizpůsobují se potřebám autora komunikátu.

Zpravodajský styl věcně předává recipientovi aktuální informace založené na faktech, především z oblasti politiky, ekonomiky, rovněž informuje o dění ve společnosti a ve světě. Hlavní je zde slohový postup informační, komunikát zpravodajského stylu musí „*přinést odpovědi na otázky: co se stalo, kdo to udělal, kdy a kde, event. stručně jak a proč, ale hlubší analýza věcných informací se většinou neočekává. (...) Základem jazykového materiálu je neutrální vrstva spisovného jazyka. Příznačná je automatizace, stereotypnost a modelovost vyjádření a při opakujících se událostech celková stabilizace slovníku a výstavby textu*“.⁴² Mezi žánry stylu patří zpráva, krátká zpráva (noticka), oznámení a reportáž.

Analytický publicistický styl recipienty rovněž informuje, především však informace analyzuje, hodnotí a komentuje. Výrazně se zde tak uplatňuje funkce persvazivní, komunikáty jsou zatíženy subjektivitou autora, obsahují argumentaci a jsou často mířené na emoce recipienta. Vedle automatizace a tendence k modelovosti u stylu „*výrazněji převládají prostředky stylové aktualizace, aktivizace. Po r. 1989 výrazně narostla individualizace těchto textů (...) K publicistickým analytickým žánrům řadíme: úvodník, komentář, glosu, novinářský posudek, dále pak žánry vykazující přesahy ke stylům jiným, např. novinářská recenze a kritika, interview, projev, proslov, diskuse, debata, polemika, reportáž*“.⁴³ Na pomezí zpravodajského a analytického stylu se nachází *investigativní publicistický styl*.

Autorskou subjektivitou je nejvýrazněji ovlivněný *beletristický publicistický styl*, u kterého je uplatněna jak informační a persvazivní, tak estetická funkce. Využívá prostředky,

⁴⁰ MINÁŘOVÁ, E. Žurnalistický styl. In: KARLÍK, P., NEKULA, M., PLESKALOVÁ, J., eds. *CzechEncy – Nový encyklopedický slovník češtiny online* [online]. [vid. 2022-01-07]. Dostupné z: https://www.czechency.org/slovník/ŽURNALISTICKÝ_STYL

⁴¹ ČECHOVÁ, M., KRČMOVÁ, M., MINÁŘOVÁ, E., pozn. 30, s. 244–246.

⁴² MINÁŘOVÁ, E., pozn. 40.

⁴³ MINÁŘOVÁ, E., pozn. 40.

jež text beletrizují, např. vyprávěcí, popisný a úvahový postup, stále ovšem pracuje s faktickými informacemi. K beletristicko-publicistickým žánrům řadíme fejeton, medailonek, beletrizovanou reportáž, črtu, sloupek a další.⁴⁴

1.4.2 Vztah publicistického stylu k podcastu

Podcast díky svému univerzálnímu využití poznal nepřeborné množství odvětví. Vedle zaměření na oblast zábavy, hudby, sportu, umění, kultury, vědy, historie, náboženství, politiky apod. je značně využíván také ve zpravodajství a v publicistice. Světové rozhlasové a televizní stanice, které měly zásadní vliv na rozšíření podcastu do povědomí společnosti, využívaly médium nejen ke zveřejňování zábavného obsahu (např. talkshow, soap opery), ale i k informování o aktuálních tématech a jejich analyzování prostřednictvím rozhovorů, předčítaných článků, komentářů, diskusí, reportáží apod.

Třebaže podcasty nejsou vysílány v aktuálním čase jako rozhlasová a televizní vysílání (především zpravodajská), po nahrání jsou editovány a až poté zveřejňovány, v aspektu aktuálnosti mohou konkurovat tištěným médiím vydávaným nejvýše denně. Tvorba podcastu je časově náročnější nežli např. internetové, televizní či rozhlasové zpravodajství, k podobným účelům proto ani není určen. Místo co nejaktuálnějšího informování publika o událostech se podcasty zaměřují spíše na hlubší analýzu problematiky zpravidla aktuálního tématu, jako to dělá analytický publicistický styl.

Interview a diskuse jsou jedněmi z nejvyužívanějších forem podcastů českých i světových, časté je v podcastových pořadech účinkování dvou či více podcasterů, a tak vzniká prostor pro subjektivní projevy mluvčích, aktualizace a argumentace. Výběr témat a mluvčích je zcela otevřený tvůrcům podcastů, na čemž se projevuje persvazivní funkce média.

1.5 Česká diglosie

Termín *diglosie* je jedním z klíčových pojmů zkoumání sociolingvistiky již od jejího vzniku, tzn. 50. let 20. stol. Americký vědec Charles Ferguson (1959), jenž se pojmem hlouběji zabýval, diglosii definoval jako „*poměrně stabilní jazykovou situaci, ve které – kromě primárních místních nářečí jazyka (příp. včetně nějakého standardu či oblastních standardů) – existuje velmi odlišný, přísně kodifikovaný (často i gramaticky složitější) superponovaný útvar, výrazový prostředek obsáhlé a uznávané psané literatury dřívější éry či jiné komunity*“

⁴⁴ MINÁŘOVÁ, E., pozn. 40.

*mluvčích, který se osvojuje hlavně formálním vzděláním, užívá se ve většině psaných a formálně mluvených projevů, avšak žádní členové jazykové komunity jej neužívají v běžné mluvě“.*⁴⁵

V českém prostředí je za primární místní jazyk považována *obecná čeština* (útvár nízký, plynule nahradil klasická nářečí na našem území), vedle které stojí kodifikovaný vysoký útvár – *spisovná čeština*. Výběr a užití těchto útvarů je závislý na *funkci* a konkrétní situaci. Ferguson k diglosii dále zmiňuje kritérium *prestiže* a *dědictví slovesnosti*, které nízký útvár postrádá. K *osvojení* nízkého útvaru se dostává zcela přirozeně a řídí se dle obecně přijatých norem, které však nejsou *kodifikované*. *Gramatika* nízkého útvaru vychází z útvaru vysokého, je ovšem redukována, zjednodušená. V češtině oproti jiným jazykům nezaniká dodržování morfologických kategorií (ve zjednodušené formě), v obou útvarech je také možné nalézt mnoho dubletních *lexémů*. Z fonologického hlediska doplňuje vyšší útvár nižší, který je považován za základní. Společně by vyšší a nižší útvár měly vytvářet *stabilní diglotickou situaci*, a uspokojit tak potřeby společnosti.⁴⁶

Oproti jiným diglotickým jazykům je však čeština velmi specifická a Fergusonova kritéria zcela nenaplnuje. K tomu dospívá např. Giger (2003), který upozorňuje na „*bohaté možnosti střídání kódů a pronikání obecné češtiny do tzv. prestižních sfér*“.⁴⁷ Mluvčí jedné komunikační situace volí jiný, míšený kód komunikace, kvůli čemuž je česká diglosie vnímána jako *méně stabilní*. Přestože je užití kódu častěji určováno funkcí, pro češtinu je typický výskyt pomezních situací, které umožňují využití prvků obou útvarů. Tím se od tradiční diglosie liší: „*Ve valné většině situací se rodilému mluvčímu prý tradičně hodí jen jeden útvár, a tomu tak je např. pro útvár V* (tj. útvár vyšší, pozn. autorky) *ve vědecké, odborné, technické, právní a administrativní literatuře, ve zpravodajství v novinách i v rozhlase a v televizi, pro útvár N* (tj. útvár nižší, pozn. autorky) *naopak v běžné neformální mluvené komunikaci, kdežto volba „nesprávného“ útvaru působí rozpaky či pocit nevhodnosti.*“⁴⁸

Pronikání obecné češtiny do komunikace lze v posledních 50 letech zaznamenat např. v elektronické komunikaci (e-mail, chat, SMS), dále se nižší útvár promítá do beletristických literárních textů, a to i mimo přímou řeč. Stejně tak jsou prvky obecné češtiny znatelné v mluvených projevech (např. ve vzdělávacích institucích, v rozhlasových a televizních pořadech, na valných hromadách), třebaže v minulosti byla pro tyto oblasti

⁴⁵ BERMEL, N. O tzv. české diglosii v současném světě. *Slovo a slovesnost*, 2010, roč. 71, č.1, s. 5–30. ISSN 0037-7031. S. 5.

⁴⁶ cit podle: BERMEL, N., pozn. 45, s. 6.

⁴⁷ cit. podle: BERMEL, N., pozn. 45, s. 9.

⁴⁸ BERMEL, N., pozn. 45, s. 9.

užívána výhradně spisovná čeština. Dochází k tomu především kvůli přiblížení sdělení publiku, k dosažení přirozenějšího, intimnějšího, osobitějšího rázu komunikace, což ale není publikem vždy kladně přijímáno.⁴⁹

Bermel konstatuje, že v případě současné češtiny se nejedná o tradiční formu diglosie, jelikož si její uživatelé v některých případech vybírají mezi nižším a vyšším útvarem dle kritérií formální X neformální, veřejná X neveřejná, oficiální X neoficiální, ale jindy pro různorodost komunikačních situací útvary navzájem kombinují. Tento jev s výraznou přechodovou zónou mezi útvary označuje jako „*postdiglotický*“.⁵⁰

Diglosie je v češtině dodnes vnímána jako kontroverzní pojem mezi lingvisty kvůli postupně mizející, dříve ostré, hranici mezi spisovnou a obecnou češtinou a také vzhledem k nesrovnalostem s Fergusonovou teorií.

1.6 Jazykový management v mediálních projevech

Teorii jazykového managementu zformulovali v roce 1987 J. V. Neustupný a B. H. Jernudd, přičemž v mnohém vycházeli z původní Neustupného *teorie jazykového plánování* z roku 1978. Podle Nekvapila (2017) je jazykový management v této teorii „*vymezen velmi široce jako jakákoli aktivita zaměřená na sám jazyk nebo komunikaci, jinak řečeno, na systém jazyka i na jeho užívání. Konatelem takových aktivit může být nějaká instituce (např. ministerstvo školství rozhodující o zavedení povinného cizího jazyka), ale také jednotlivce v konkrétní interakci*“.⁵¹ Mluvčí se např. snaží využívat tu varietu jazyka, které jeho komunikační partner lépe porozumí, nebo kterou bude hodnotit jako adekvátní. V zásadě jde tedy o management (spravování jazyka) promluv při jejich vytváření, čehož by měl být schopen každý mluvčí.⁵²

V teorii slovo *management* zahrnuje nejen celý jazykový systém, ale také jazykové problémy, mezi kterými se objevuje např. rozdílnost v diskurzu, zdvořilost, interkulturní komunikace, ideologie etnicity, různé normy a očekávání mluvčích, přizpůsobování se normám apod. V ČR probíhá jazykový management na úrovni jednotlivce, sdružení, společenských

⁴⁹ BERMEL, N., pozn. 45, s. 18–19.

⁵⁰ BERMEL, N., pozn. 45, s. 27.

⁵¹ NEKVAPIL, J. Jazykový management. In: KARLÍK, P., NEKULA, M., PLESKALOVÁ, J., eds. *CzechEncy - Nový encyklopedický slovník češtiny online* [online]. [vid. 2022-03-19]. Dostupné z: https://www.czechency.org/slovník/JAZYKOVÝ_MANAGEMENT

⁵² NEKVAPIL, J., pozn. 51.

organizací, médií, hospodářských orgánů, vzdělávacích institucí, místní vlády, ústřední vlády a mezinárodních organizací.⁵³

S ohledem na zaměření této práce na určitý typ masmédia, je pro nás určující jazykový management užívaný v mediálních projevech. Čmejrková (2011) mluví o tendenci mluvčích monitorovat svůj projev a zpětně se opravovat, jestliže zaznamenají negativní vychýlení z jazykové či komunikační normy (především u projevů spontánních, nepřipravených). Toto chování rovněž vnímá jako jazykový management, který odráží vztah mluvčího k jazykovým normám a k jazyku celkově. V některých případech nastává oprava okamžitě, „*kdy se mluvčí explicitně opraví, tj. vrátí se k již použitému výrazu a použije jej v opravené, nyní náležité podobě: Na rozdíl od lístkovejch lístkových kartoték...*“, jindy se mluvčí k opravě slova neuchyluje, „*pokračuje dál, tentokrát již volbou tvaru náležitého: Ve třístamilionovejch Spojených státech...*“.⁵⁴

Tyto korekce se objevují výrazněji v projevech formálních, veřejných nežli v soukromých konverzacích, kde mluvčí zažívají *komunikační komfort*. Mediální prostředí si žádá chování a projev formálnějšího charakteru, tedy s využitím spisovné češtiny, ne vždy jsou toho však mluvčí schopni – obzvláště v případě talkshow, zábavních pořadů a uvolněnějších debat. Čmejrková mezi nejčastějšími typy chyb a korekcí v mediálních projevech rozlišuje:

a) opravy obecněčeského skloňování adjektiv, zájmen a číslovek, např. „*krásnej krásný vzduch*“, „*takovej takový typ relaxace*“, „*ideálům, který které hlásali tito lidé*“, „*někdy ty signály, který jsou, které jsou rozporné*“ apod., častý je výskyt této korekce v případech opravy hosta ze strany moderátora,⁵⁵

b) opravy nedodržení shody množného čísla podstatných jmen rodu středního u adjektiv, zájmen a sloves, např. „*staré dobré rajské rajská jablíčka*“, „*opatření které by která by mohla situaci zlepšit*“, „*ty pravidla ta pravidla pro vedení porodu jsou stejná*“, „*všechna ty tři povodí jsou ohrožena*“,⁵⁶

c) nesprávné užití koncovek podstatných jmen, obzvláště v 7. pádu množného čísla, u kterého se mluvčí neopravují (případ stále výrazněji prostupující do veřejných mluvených projevů), např. „*co mají dělat s batolatama a malýma dětma*“, početnější výskyt nesprávného

⁵³ NEUSTUPNÝ, J. V., NEKVAPIL, J. Language management in the Czech Republic. *Current Issues in Language Planning* [online], 2003, roč. 4, č. 3 a 4, s. 181–366 [vid. 2022-03-05]. Dostupné z: : <https://www.researchgate.net/publication/326878645> S. 185–186.

⁵⁴ ČMEJRKOVÁ, S. Jazykové vědomí a jazyková praxe českých mluvčích: jazykový management v mediálních projevech. In: *Přednášky z 54. běhu LŠSS*. Praha: FFUK, 2011, s. 14–25. ISBN 978-80-7308-359-5. S. 14–15.

⁵⁵ ČMEJRKOVÁ, S., pozn. 54, s. 17.

⁵⁶ ČMEJRKOVÁ, S., pozn. 54, s. 18–19.

tvary „*klukama*“ a „*holkama*“ než „*kluky*“ a „*holkami*“, k opravě již dochází v případě „*mezi dětma, dětmi*“ nebo „*s téma svýma s těmi svými kolegy*“, specifický je problém nejistoty mluvčího v rodě jména – „*došli k jedinému možnému datumu, jiný datum jsme bohužel nebo jiné datum jsme bohužel nenašli*“;⁵⁷

d) opravy užití nesprávných tvarů podmiňovacího způsobu by – bysme, by jsme, bysem, by jsem, např. „*aniž bysme to chtěli, aniž bychom si to uvědomili*“, „*já bysem se prostě neomlouval, já bych jen nechodil*“, častá je zde tendence mluvčích užívat hyperkorektní tvary – „*měli by jsme správně vědět*“, „*aby jsme získali opravdu to*“, Čmejrková zmiňuje také případy, ve kterých se mluvčí opravují, jelikož mají pocit, že se dopustili chyby, ale k chybě nedošlo, např. „*o tom existujou existují četné sociologické studie*“;⁵⁸

e) „*promluvový management stylisticky příznakových výrazů: distancování od přílišné, neformálnosti, expresivnosti, jadrnosti*“, tzn. moderátor komentuje vyjádření, která jsou dle jeho názoru nevhodná či přehnaně expresivní pro mediální projev, zároveň je tak omlouvá, např. „*aby si svět sedl – v uvozovkách – na zadek*“, „*jde o to, zda irská vláda – jak to říci – vyhmátla situaci*“, „*budeme vás dále zahlcovat informacemi – doufám že to slovo není příliš dehonestující*“.⁵⁹

1.7 Charakteristika vybraných českých podcastů

1.7.1 Podcasty médií veřejné služby

1.7.1.1 Vinohradská 12

Veřejnoprávní zpravodajský podcast *Českého rozhlasu* vznikl v roce 2019 a dodnes se umisťuje na prvních místech žebříčků oblíbenosti u českého podcastového publika. V letech 2019–2022 byla jeho moderátorkou Lenka Kabrhelová, od března roku 2022 funkci zastává Matěj Skalický. Podcasty probíhají formou rozhovorů s hosty, redaktory *Českého rozhlasu* či odborníky na probírané téma, které je zpravidla aktuální. Posлуhač se prostřednictvím podcastu v souvislostech dozvídá o nedávných událostech z domácího i světového dění. Díky možnostem *Českého rozhlasu* využít rozsáhlý rozhlasový archiv, jsou rozhovory prokládány doplňujícími či důkazními nahrávkami z minulosti. Jednotlivé epizody mají přibližně 20 minut a vycházejí každý všední den na platformě *Českého rozhlasu mujRozhlas*, jsou k dispozici také

⁵⁷ ČMEJRKOVÁ, S., pozn. 54, s. 19–20.

⁵⁸ ČMEJRKOVÁ, S., pozn. 54, s. 21–22.

⁵⁹ ČMEJRKOVÁ, S., pozn. 54, s. 23–24.

v aplikaci *Spotify*, *Apple Podcasts* či *Google Podcasts* a v dalších podcastových aplikacích. Zároveň je pořad vysílán na *Českém rozhlasu Plus* každý všední den od 8.30 hodin. V anketě *Podcast roku* se *Vinohradská 12* umístila na prvním místě mezi Veřejnoprávními podcasty jak v roce 2020, tak 2021.⁶⁰

1.7.1.2 Buchty

Lifestylový podcast *Radia Wave* (které je jako online platforma součástí *Českého rozhlasu*) *Buchty* jeho tvůrkyně představují jako „*sofistikovaně neseriózní zábavný girl talk Ivany Veselkové a Zuzany Fuksové. Podcast o všem a o ničem, co život naděluje a bere. Dvě moderátorky, které nemoderují, a občasný host, kterým může být i žena a který se občas dostane i ke slovu*“. Pořad je od ledna 2018 vysílán každou středu od 19 do 20 hodin na *Radiu Wave*, přičemž délka jedné epizody je zhruba 30–40 minut. *Buchty* lze poslouchat v aplikacích *mujRozhlas*, *Spotify*, *Apple Podcasts*, *Google Podcasts* a dalších. V roce 2020 se podcast umístil na 2. místě ankety *Podcast roku* v kategorii Veřejnoprávní podcast, o rok později na 5. místě.⁶¹

1.7.2 Podcasty soukromé

1.7.2.1 Studio N

Ve zpravodajsko-publicistickém podcastu *Deníku N* (nezávislý český deník v tištěné i online formě) se hlavní moderátor Filip Titlbach od pondělí do pátku věnuje rozhovorům s hosty, především novináři a odborníky, se kterými rozebírá události a témata týkající se současnosti. Čas jedné epizody není pevně daný, dle obsaženosti tématu se její délka pohybuje mezi 20–45 minutami. Součástí závěrečné části každé epizody je lapidární přehled zpráv a tradiční jízlivá poznámka mířená na českou politickou scénu. *Studio N* vychází od září roku 2019 v aplikacích *Spotify*, *Apple Podcasts*, *Google Podcasts* a *Podbean*. V druhém ročníku ankety *Podcast roku* (2020) se *Studio N* umístilo na 7. místě v kategorii Autorský podcast.⁶²

1.7.2.2 LINKA

LINKA je vedle podcastů *Se ségrou*, *V oblacích*, *Follow your magic* a jiných pod záštitou společnosti *Elite Bloggers*, jež zprostředkovává *influencer marketing* (tzn. propagaci

⁶⁰ O pořadu *Vinohradská 12*. In: *Český rozhlas* [online]. [vid. 2022-03-19]. Dostupné z: <https://plus.rozhlas.cz/podcast-vinohradska-12-7803828/o-poradu>

⁶¹ O pořadu *Buchty*. In: *Český rozhlas* [online]. [vid. 2022-03-19]. Dostupné z: <https://portal.rozhlas.cz/buchty-6669798/o-poradu>

⁶² Podcast *Studio N*. In: *Deník N* [online]. [vid. 2022-03-19]. Dostupné z: <https://denikn.cz/podcast-studio-n/>

produktu, značky či služby za pomoci influencerů). Tato společnost zároveň umožňuje influencerům vydávat jejich vlastní podcasty. Její zakladatelkou a majitelkou je Tereza Salte, která je zároveň součástí podcasterské dvojice v podcastu *LINKA* společně s influencerem Karlem „Kovym“ Kovářem. Jedná se o lifestyleový podcast vydávaný od září roku 2019, ve kterém se podcasteri baví o svých životech, zkušenostech a názorech na vybraná témata. Epizody plné zábavného i poučného obsahu vycházejí jednou týdně na podcastových aplikacích *Spotify*, *Apple Podcasts*, *Google Podcasts*, ale také na *Amazon Music*, *Deezer*, *Overcasts* a dalších, kde si lze dnes poslechnout přes 100 epizod tohoto podcastu. *LINKA* je v oblibě především u mladšího publika, v roce 2020 se umístila na 2. místě a v roce 2021 na 5. místě ankety *Podcast roku* v kategorii Autorské podcasty.⁶³

⁶³ *LINKA* [online]. [vid. 2022-03-19]. Dostupné z: <https://linka.buzzsprout.com/>

2 Analytická část

Zkoumaným materiálem této práce jsou vybrané podcastové pořady a jazyk jejich tvůrců. Kritérii výběru byla a) diferenciací jejich produktů, a to na média veřejné služby a soukromé autory; b) dlouhodobá popularita analyzovaných pořadů u českých posluchačů a c) dlouhodobý zájem autorky.

Z podcastů médií veřejné služby jsme vybrali *Vinohradskou 12* a *Buchty*. Z podcastů soukromých jsou analyzovány pořady *Studio N* a *LINKA*. K analýze byly vyselektovány tři reprezentativní epizody každého z podcastů zveřejněné v časovém období květen 2021 – únor 2022.

Zdrojem materiálu jsou streamovací služby *Spotify* a *Apple Podcasts* dostupné online formou webové stránky či prostřednictvím aplikace pro mobilní zařízení, jež ji podporuje.

2.1 Obsahová analýza

2.1.1 Vinohradská 12

2.1.1.1 Téma

Podcasterka Lenka Kabrhelová se v analyzovaných epizodách podcastu do dialogu zapojuje prostřednictvím otázek, které hostům pokládá (počet otázek je dán obsažností tématu, u zkoumaných epizod šlo o 10–13 otázek). Ty prokládá fakty zásadními pro probíranou látku, čímž usnadňuje posluchači pochopit nové informace v širších souvislostech. Tím také udává směr rozhovorů a téma je vždy komplexně probráno. *Vinohradská 12* je zpravodajský podcast, Kabrhelová proto podává v epizodách informace o tom, co se kdy a kde stalo, kdo to udělal, také jak a proč to udělal, hosté následně provádějí analýzu problému. Funkce podcastu je primárně informovat. Persvazivní funkci přisuzujeme již samotnému výběru témat a hostů, jejichž názory jsou posluchači předkládány, a směřování k závěrům a ideologii, které z epizod finálně vyplývají. Podcast má stálou strukturu – v úvodu Kabrhelová přednese otázku, na které se v průběhu epizody snaží získat odpověď.

V politicky orientované epizodě *Hledá se prezident, zn. výrazný, ale ne moc kladla* podcasterka otázky Janu Kyselovi, ústavnímu právníkovi a politologovi. Podcast pracuje s tématem prezidentských voleb, do kterých v době vydání podcastu zbýval jeden rok a začali se objevovat první kandidáti. Kabrhelová se zajímá o voličské preference Čechů, jejich očekávání od budoucího prezidenta a o představu, jakou má o nástupci Miloše Zemana česká

společnost. Miloš Zeman je v epizodě opakovaně zmiňován a stavěn do kontrastu s předchozími či potenciálními prezidenty, mluvčí se spolu baví také o problémech, které nastávaly při sestavování vlád v minulosti. Kyselova tvrzení Kabrhelová dokládá úryvky nahrávek z rozhovorů s politiky a ukázkami z veřejnoprávního vysílání týkajícími se tématu. Postoj moderátorky k předmětu podcastu je zcela neutrální a otázky působí velmi objektivně a nezaújatě. V závěrečné části epizody se však emocionálně projevuje, když ji pobaví paradoxní vzor, podle kterého Češi přistupují ke svému vládcovi již od doby Rakouska-Uherska. Přestože hostující odborník vychází z faktů a odborných znalostí, místy odpovídá s jistou nadsázkou, uvádí úsměvné podobnosti mezi politiky z české historie a upozorňuje na tragikomickou realitu české politiky. Tím je vážné téma v průběhu několikrát odlehčeno.

V epizodě *Podzimní edice covidu: opakují se chyby z loňska* se podcasterka věnuje ve své době mediálně nejpobulárnějšímu tématu pandemie covidu-19. S reportérkou *Radiožurnálu* Janettou Němcovou, jež se orientuje na oblast zdravotnictví, probírá v době vzniku podcastu aktuální zpřísňování proticovidových opatření, míru jejich dodržování, jejich vymahatelnost, která se jevila jako značně problematická, a také dopad, jaký by opatření mohla dle odborníků na vývoj pandemie mít. Nařízení se týkala především kontroly bezinfekčnosti v restauracích a podnicích, hostující reportérka uváděla příklady z gastronomické praxe, jak se lidé k opatřením staví, co si o nich myslí, taktéž zaznívají výpovědi dotazovaných pacientů, kteří onemocnění prodělali a léčí se s ním v nemocnicích. Vše doplňují krátké nahrávky z archivu *Českého rozhlasu* a z reportérčiných průzkumů, a zvyšují tak důvěryhodnost zmiňovaných informací. Kabrhelová se k protichůdným názorům dotazovaných nevyjadřuje, zachovává si profesionalitu a směřuje otázky ke strategii vlády ohledně dalšího postupu. Němcová zmiňuje nesprávnou komunikaci vlády s veřejností, nedostatečné zásahy proti dezinformacím a špatnou propagaci očkování proti nemoci, s čímž souhlasí mnozí respondenti z řad epidemiologů, hygieniků a infektologů. Z rozhovoru tak jasně vyplývá, k jaké straně se podcast přiklání, a aktivně tímto způsobem argumentuje, proč by se česká společnost měla očkovat. Tím záměrně persvazivně působí na posluchače.

Ve třetí zkoumané epizodě nazvané *E-maily hnutí ANO na serverech Agrofertu* navazuje investigativní novinářka *Radiožurnálu* Markéta Chaloupská a datový novinář *iRozhlasu* Jan Cibulka na dlouhodobou kauzu o střetu zájmů tehdejšího premiéra Andreje Babiše za hnutí ANO. Námětem celé epizody bylo zjištění o provozu e-mailových schránek hnutí ANO holdingem Agrofert, bývalou firmou A. Babiše, od které se již několik let distancuje. Novináři připomínají kontext celé kauzy, Babišovo převedení akcií Agrofertu do svěřeneckých fondů a snahy o zpřetrhání těchto vazeb. Nová zjištění však podle Chaloupské

a Cibulky pouze posilují podezření, že k odtržení předsedy hnutí od jeho bývalého podnikání nikdy nedošlo. Kabrhelová se hostů ptá, proč jsou tato zjištění problematická, jaký názor na situaci mají odborníci a jak celou věc vysvětluje sám A. Babiš. Hosté docházejí k závěru, že není přípustné, aby firma, která může soutěžit o zakázek a dotace, byla provozovatelem schránek politiků, kteří mohou její výběr v soutěžích ovlivnit. Směšování byznysu s politikou však A. Babiš komentuje jako běžný dlouhodobý vztah s externí firmou. Kabrhelová dodává, že střetem zájmů se zabývá jak Policie ČR, tak nově i evropská komise, svůj postoj ke kauze ale nijak neprojevuje a drží si profesionální novinářskou nestrannost. Vzhledem k neblahým zjištěním, několik let trvající kauze A. Babiše, trestnímu stíhání a dalším prohřeškům je politik hosty vnímán spíše negativně, což se odráží i na zabarvení jejich projevu. Opakované snahy investigativních novinářů (z různých médií) prezentují A. Babiše posluchačům a čtenářům jako podezřelou negativní postavu české politiky, a utvářejí tím jejich názor. Epizoda je tradičně protkaná velkým množstvím zvukových nahrávek s výpověďmi odborníků, politiků a samotného A. Babiše, které opět fungují jako důkazní materiály.

2.1.1.2 Míra aktuálnosti

Vinohradská 12 jako zpravodajský veřejnoprávní podcast naprosto splňuje požadavek vysoké aktuálnosti. Epizody vycházející každý všední den v ranních hodinách se zabývají výhradně tématy, které v předchozích dnech či hodinách vstoupily do povědomí české společnosti. Podcast je tak i přes svou zdlouhavější výrobu oproti např. rozhlasovému vysílání jedním z nejaktuálnějších v českém podcastovém prostoru. Vlivem orientace na nejvýznamnější události se podcast v posledních dvou letech zabýval převážně náměty týkajícími se pandemie covidu-19, volbami prezidentskými a sněmovními, kauzami vrcholných českých politiků, živelnou katastrofou na Moravě, uprchlickou krizí a válkou na Ukrajině. Vedle těchto protežovaných témat médií však podcast pracuje i s dalšími aktuálními zprávami.

Vybrané epizody jsou reprezentativními příklady aktuálnosti podcastu, jelikož se zabývají nejpodstatnějšími společenskými tématy své doby – prezidentskými volbami, pandemií covidu-19 a kauzou o střetu zájmů A. Babiše. Čím aktuálnější podcast je, tím vyšší je šance na získání posluchačovy pozornosti. V oblasti zpravodajství toto kritérium nabývá na důležitosti vzhledem k případné podcastové či jiné konkurenci z mediální oblasti. Zaměření epizod je proto přizpůsobeno požadavkům posluchačů v zájmu zajištění co možná nejvyšší poslechnovosti epizod podcastu.

2.1.2 Buchty

2.1.2.1 Téma

Ivana a Zuzana se ve svém pořadu zaobírají nejen společenskými tématy, jako je např. genderová rovnost, problematika stárnutí, nebezpečí cukru, ekologie, polyamorfie, kryptoměny, ale také záležitostmi z každodenního života – počasí, oblíbené barvy, Vánoce, letní prázdniny, cestování, flirtování apod. V těchto oblastech prezentují podcasterky primárně své názory, životní zkušenosti a postřehy. Jejich obzory a obzory posluchačů podcastu rozšiřují především hosté, kteří se účastní některých epizod a udávají téma podcastu dle svého vlastního zaměření. Mezi těmito hosty byli např. režisér Šimon Holý, odborník na sociální sítě Matouš Sudík, stylist Miroslav Romaniv, herec Aleš Slanina, právnička Šárka Homfray, investiční analytička Pavla Vaněčková a další.

První vybranou epizodou podcastu byla *Chtit rovná práva neznamena být chlapnou. Feminismus je tu pro všechny, muže nevyjímaje*. O genderových stereotypech a stereotypech o feminismu si podcasterky povídají s feministkami Michaelou Hadravovou a Lenkou Pejchalovou, členkami nakladatelství *Idea Books*. Zaznívá téma platové nerovnosti, patriarchy, nepochopení feminismu světem, přístup společnosti k ženám a mužům a nízká sebedůvěra žen. Moderátorky porovnávají s hosty své osobní negativní zkušenosti, odposlechnuté příběhy a názory druhých lidí na téma feminismu. Také se pokoušejí normalizovat pojem *chlapna* (obdoba označení *babochlap, mužatka*), kterým převážně muži označují feministky, které jsou podle nich nedostatečně ženské. V závěru zaznívají tipy na knižní tituly zaměřené na feminismus. V epizodě je pracováno jak s podloženými fakty, tak s obecně platnými informacemi a subjektivními, stereotypními názory z oblasti feminismu. Příklady, které mluvčí uvádějí a dokazují na nich probíranou problematiku, jsou značně generalizující a zjednodušující, nejedná se však o vědecký rozhovor s odborníky, nýbrž o dámskou konverzaci plnou vtipu o věcech, které je spojují a společně trápí. Je zde čitelná emocionalita a blízký stav mluvčích k vybranému tématu.

V epizodě s názvem *Červené tenisky nosí blbci a modrá je dobrá* je pozornost věnována barvám, jejich rozlišování a subjektivnímu vnímání barev lidmi. Autorky pracují se zajímavými, avšak ne vždy podloženými fakty o psychologii barev získanými z internetu či z vlastního pozorování, dále také se vzpomínkami, svými a odposlechnutými názory, které komentují a místy ironizují. Opakovaně zmiňují stereotypy vyskytující se v českém sociokulturním prostředí a zamýšlejí se nad nimi. Jejich primárním záměrem je pobavit posluchače, během dialogu se proto často pokoušejí o komičnost.

Být dnes mladý je masakr, protože planeta skoro hoří a hypotéky jsou nedostupné je nejnovější ze zkoumaných epizod pořadu *Buchty*, ve které se podcasterky baví s hostem Petrem Doubravským, environmentálním aktivistou a studentem ekonomie. V úvodu probírají Petrova studia, od jeho studovaného oboru se přesouvají k sexuálním vztahům při univerzitním životě, neopomíjejí zásah pandemie do studií a životního stylu dnešní mladé generace. Ivana a Zuzana hostovy odpovědi komentují s nadsázkou a silnou dávkou humoru, staví se do role zástupkyň starší generace a hledají generační rozdíly, které jsou však velmi subjektivně zkresleny sociálními skupinami obou stran. Druhá polovina podcastu je soustředěna na environmentální problematiku, klimatické hrozby a Petrova doporučení, jak situaci jako jedinec zlepšit.

Z analýzy tématu podcastu *Buchty* lze vyvodit pestrou škálu pro posluchače přitažlivých témat, kterými se podcasterky zabývají. Témata se pohybují především v oblasti lifestyle, vážná aktuální témata pouze zmiňují, zlehčují je, ale hlouběji se jimi nezabývají.

2.1.2.2 Míra aktuálnosti

Ve všech zkoumaných epizodách jsme zpozorovali tendenci propojovat pořad s realitou a aktuálním světem a děním v něm. Témata epizod pořadu *Buchty* jsou vybírána s ohledem na zájmy společnosti a předměty debat – první podcast se věnuje feminismu, což je dnes stále skloňovanější a společností respektovanější pojem. Genderové stereotypy významně ovlivňují společnost a její fungování, a v posledních letech je tak zájem lidí o toto téma čitelný.

V druhé epizodě pořadu podcasterky odkazují na v době vzniku podcastu probíhající pandemii covidu-19 prostřednictvím zmínky vzorovaných (maskáčových) roušek, důkladněji nebo častěji však s mediálně protežovaným tématem *Buchty* nepracují. Téma barev je v čase neutrální a svou obyčejností odvádí pozornost od nepříliš přívětivé skutečnosti.

Ve třetí zkoumané epizodě mluví Petr Doubravský o kritické environmentální situaci, která je zcela zásadní a ovlivňuje nejen ekonomický stav ČR. Zmiňuje také dopad nedávné pandemie covidu-19, jež měla v předchozích letech značný vliv na životy všech lidí ve všech oblastech, a drahé bydlení související s nedostatkem bytů a domů, částečně také s probíhající válkou na Ukrajině.

Podcast *Buchty* sleduje aktuální trendy, neodmítá události reálného okolního světa, snaží se je ovšem odlehčit, neupíná se na ně, pojímá je s humorem a posluchače primárně baví, až v druhé řadě vzdělává a informuje.

2.1.3 Studio N

2.1.3.1 Téma

Podcastový pořad *Deníku N* je svou formou velmi blízký zkoumanému veřejnoprávnímu podcastu *Vinohradská 12* Lenky Kabrhelové. Filip Titlbach zde rovněž vede rozhovory s hosty, ti jsou však vybíráni převážně z řad redaktorů média a epizody obvykle navazují či reagují na jejich články, jež v deníku vyšly. Médium se prezentuje jako nezávislé a podcast je zpravodajsko-publicistický, proto vedle záměru informovat posluchače události také analyzuje, komentuje a hodnotí. Epizody mají stejnou strukturu – skládají se vždy z úvodního nastínění tématu a nahrávky známé osobnosti nebo respondenta, která s předmětem epizody souvisí, dále z rozhovoru, který obnáší 10–15 otázek doplněných podcasterovými poznatky, přehledu zpráv a Titlbachovy „jízlivé poznámky na závěr“.

V první epizodě pojmenované *Prezident není schopen pracovat, o jeho okolí se zajímá policie* se podcaster se svým častým hostem Janem Tvrdoňem, analytikem Deníku N, zabývá situací vzniklou po prohlášení předsedy Senátu Miloše Vystrčila o zdravotním stavu prezidenta republiky Miloše Zemana. Z něho vyplývá, že prezident není schopen vykonávat své pracovní povinnosti a jeho dlouhodobá prognóza je nejistá. Tvrdoň upozorňuje hlavně na problematické chování kanceláře prezidenta, která odmítla komentovat stav prezidenta, informaci zamlčela, a zachovala se tak protiústavně. Host kritizuje členy kanceláře pro jejich dlouhodobou neprofesionalitu, odmítavost k veřejnosti a médiím a případné ovlivňování prezidenta. Titlbach informace posluchači shrnuje, zároveň se také ujišťuje, zda je to opravdu tak, jak Tvrdoň říká, čímž se snaží vypíchnout absurditu chování aktérů případu. Titlbach se dále ptá, jaký může být následující postup vlády, zda by mělo dojít k rozdělení prezidentových pravomocí mezi příslušné osoby a jaký má Tvrdoň názor na celou kauzu a okolí prezidenta. Jeho i podcasterův nesouhlasný, kritický, možná až opovržlivý přístup k mužům v prezidentově blízkosti vyznívá jak z jejich výpovědí, tak z Titlbachovy jízlivé poznámky na konci epizody, která je satirou na prezidentova mluvčího. Posluchač se z epizody dozvídá důležitá fakta, která jsou na pozadí události, získává však pouze jednostranný pohled mluvčích podcastu.

Kauza Cimický ukázala selhání celého systému vychází ze článku investigativních reportérek Dominiky Píhové a Barbory Janákové. V centru celého případu se nachází známý psychiatr, který se měl dopouštět sexuálního obtěžování na svých pacientkách. Zároveň měl být oceněn státním vyznamenáním a v návaznosti na to se začaly objevovat svědectví jeho obětí. Titlbach s reportérkami rozebírá problematiku sexuálního obtěžování obecně, definují ji

a řeší alarmující skutečnost, že Cimický není jediným lékařem, který zneužil důvěry pacientek a vlastní autority. Všichni tři mluvčí zhodnocují, že největší problém je v neexistenci mechanismů, které by takovým věcem zabraňovaly, taktéž nezájem psychiatrické společnosti problém řešit a jedná se o systémový problém ve zdravotnictví. Titlbach dává najevo své zděšení nad realitou, která se opakovaně děje, a vedle nestranně pokládaných otázek dává hostům i otázky kriticky směřované ke zdravotnickému systému a svými poznámkami se názorově vyhraňuje. Po přehledu zpráv se místo jízlivé poznámky uchyluje k nezvyklé pochvale stávajícího a nově nastupujícího premiéra, kteří společně promluvili k občanům na podporu očkování proti covidu-19 a výjimečně zanechali opozičních bojů. Tím Titlbach implicitně apeluje na posluchače, aby se dali očkovat a rovněž podporovali toto dle něj jediné správné stanovisko. To společně s osobními názory mluvčích, které v epizodě zazněly, funguje silně persvazivně vůči posluchači.

Epizoda *Proč jsou teenageři osamělejší než před deseti lety* se vymyká předchozím dvěma zkoumaným epizodám, jelikož se nezabývá konkrétní událostí, ale dlouhodobým problémem ve společnosti. Novinářka Karolína Klinková se otázkami z oblasti životního stylu dlouhodobě zabývá a často s nimi vystupuje v Titlbachovu podcastu. Nyní pracovala se studií univerzitních vědců z celého světa o osamělosti mladých lidí, která údajně narůstá vlivem chytrých telefonů. V podcastu zaznívá téma deprese, izolace, kterou podpořil také „lockdown“ v době pandemie covidu-19, otupění citů a různé psychické problémy, jež teenageři mají více než kdy dřív. Titlbach novinářku konfrontuje s tím, zda jde pouze o hypotézu, nebo zcela jistá, doložená zjištění, zároveň se s problémem chytrých telefonů, sociálních sítí a jejich vlivu na společnost ztotožňuje. Tím se snaží téma odlehčit, rozhovor působí velmi uvolněně, přátelsky a nezávažně. V závěru Klinková poskytuje rady odborníků, jak problému předcházet, čímž inspiruje posluchače, kteří jsou v roli rodičů dětí či dospívajících a kteří problém chytrých telefonů nepochybně již museli řešit nebo aktuálně řeší.

2.1.3.2 Míra aktuálnosti

Studio N patří vedle *Vinohradské 12* mezi menšinu podcastů, které se zaměřují na aktuální dění z Čech i ze světa z oblasti politiky, ekonomiky, školství, zdravotnictví, sportu a kultury, ale navíc také na otázky životního stylu a dlouhodobé společenské problémy (např. vliv internetu na lidskou civilizaci, zneužívání práv LGBTQ+ lidí, přeceňování produktivity člověka a šťastného života, lidská potřeba přátel apod.). Podcast je ve všech ohledech aktuální, jelikož pokrývá všechny tyto kategorie a reaguje okamžitě, jak je to jen v rámci média možné. To souvisí s návazností na tištěnou i online formu samotného *Deníku N*.

Epizody se soustředí na témata z uplynulých dní, ale i hodin, na to nepodstatnější, co si žádá posluchačská veřejnost. Stejně tak ale i na trendy, které jsou aktuálně populární a které společnost probírá.

Ve zkoumaných epizodách padlo několik zmínek nemoci covidu-19, přestože se jí podcasty primárně nezabývaly, jelikož zásadně ovlivňovala chod společnosti během pandemie a vzniku podcastů. V prvním podcastu mluvčí komentují situaci vzniklou bezprostředně poté, co vyšlo prohlášení Miloše Vystrčila. *Deník N* často pracuje investigativně a věnuje se vyšetřování mnohých probíhajících kauz, jak je vidět na druhé zkoumané epizodě. Třetí epizoda spadá spíše do oblasti problémů dlouhodobých, ty se však dennodenně ukazují jako aktuální již několik let. Titlbachovy jízlivé poznámky jsou reakcí na nejbizarnější situace vzniklé v českém prostoru v blízké době a jsou taktéž vysoce aktuální.

2.1.4 LINKA

2.1.4.1 Téma

Podcastový pořad *LINKA* zastává ve výběru analyzovaných podcastů zvláštní místo, jelikož se jedná o jediný influencerský podcast. Terez a Kovy, jak se podcasteři přezdívají, poskytují svým posluchačům především zábavu a poučení. Ve svém podcastu si po zaznění jedné z Kovym nazpívaných znělek nejprve řeknou, jak se měli a co dělali v uplynulém týdnu. Pravidelní posluchači, kteří jsou často jejich sledujícími na sociálních sítích, tak mají přehled o aktivitách svých oblíbených osobností. Tímto úvodem mluvčí nastolí atmosféru dílu, uvolní se a pokračují jedním z vybraných témat. Ta jsou často velmi obyčejná, konverzační, podcasteři se přátelsky baví o svých zážitcích, zkušenostech, přidávají fakta a zajímavosti, které posluchače poučí, ale hlavně pobaví. *LINKU* sledují primárně mladší posluchači – děti, dospívající a mladí dospělí, se kterými se mladí moderátoři dokáží ztotožnit, a vytvářejí obsah, který pro ně bude atraktivní. Pro větší pestrost podcasteři zavádějí různorodé koncepty epizod, které převzali ze zahraničních podcastů nebo je sami vymysleli, jako například *TOP3* (nejzbytečnější věci, bizarní tradice), *10 tipů* (jak si uklidit život, na klidnější předvánoční čas), *Unpopular opinions*, *To, nebo to*, *Odpovídáme na otázky*, *Naše NEJ roku* apod. V závěru epizody přicházejí Kovy s Terez se svými *LINKA tipy týdne*, ve kterých posluchačům doporučují různé aktivity, filmy, seriály, knihy či restaurace.

U první vybrané epizody *TOP3 nejbizarnější jídla světa* již sám název napovídá o obsahu podcastu. Podcasteři se zde podivují nad nejneobvyklejšími pokrmy celého světa. Mezi uvedenými jídly zaznívá západonorská ovčí hlava *Smalahove*, švédský fermentovaný

sled' zvaný *Surströmming*, indická kraví moč, filipínské kachní embryo *Balut*, thajská netopýří polévka a další. Terez a Kovy se snaží porozumět kulturně zcela odlišným zvyklostem, nejsou však příliš shovívaví a neskryvaně projevují svůj odpor a jsou z jídel znechuceni. Jídla si také představují a vymýšlejí různé vtipy a zábavné komentáře, kterým se také společně smějí. S uvedeným výčtem jídel dodávají kulturní kontext platný pro danou zemi a zajímavosti čerpají převážně z internetu. Mnohé informace odhadují a domýšlejí si, podcast proto nelze považovat za zcela spolehlivý zdroj informací. Ke konci epizody si sdělují své nejhorší zkušenosti s jídly z cizích zemí a ze všech zmiňovaných pokrmů vybírají tři nejhorší. Humor obou podcasterů není prvoplánový, ale ani příliš komplikovaný, mnoho smíchu vyvolávají překrnutí a bizarní představy mluvčích. Terez několikrát upozorní na podivínství Švédů, dělá si z nich legraci, a přestože žila několik let ve Skandinávii a její manžel je původem z Norska, dopouští se generalizace a stereotypizace. Velmi aktuální je Kovyho narážka na souvislost netopýří polévky a rozšíření nemoci covid-19, jejíž původ je připisován rovněž konzumaci netopýra v Číně.

Tématu masové kultury se podcasteri věnují v epizodě nazvané *Výměna, Prostřeno a reality shows*. Vzpomínají na počátky žánru v českém prostředí, probírají, jak reality shows fungují a jak pracují s divákem. Také polemizují nad tím, proč jsou pořady tohoto typu natolik populární a čím diváky přitahují. Dále se dostávají k aktuálně vznikajícím reality shows, proměně žánru v průběhu let a k jeho novým konceptům. Do analýzy, o kterou se mluvčí pokoušejí, se ale silně propisují jejich subjektivní preference a hodnocení, nemůžeme ji proto vnímat jako odbornou. Přestože jsou k pořadům tohoto typu kritičtí a upozorňují na jejich povrchnost, umělost, podporu stereotypů, manipulaci s divákem a minimální intelektuální hodnotu, přiznávají, že jsou pro ně příležitostnou formou relaxu a vyčištění mysli. Posлуhač díky tomuto zhodnocení získává možnost utvořit si na reality shows názor sám. Podcast je tradičně plný vtipů, kulturně zakotvených narážek, hlášek z kultovních pořadů a smíchu, kterému se mluvčí nebrání a demonstrují jím zábavnou funkci svého pořadu.

Epizoda *Podcastový boom* je ohlédnutím podcasterů za minulostí *LINKY* a za Terezinými začátky s jejím vlastním podcastem *V oblacích*. Jelikož je jednou z průkopnic podcastu v českém prostředí, reflektuje vývoj média u nás a zdůrazňuje, jak probíhalo přesvědčování potenciálního publika k poslechu podcastů. Vnímá výrazný kvalitativní posun ve zpracování podcastových pořadů, jež se z domácího nahrávání přesunuly do profesionálních nahrávacích studií. Kovy přidává své vzpomínky na rok 2015, kdy se hráči počítačových her pokoušeli vydávat pořady na způsob podcastů, ve kterých hry komentovali, potázali se však s neúspěchem u posluchačů. Dále se baví o statistikách poslechovosti podcastů v Čechách i ve

světě a upozorňují na radikální nárůst v počtu nově vznikajících podcastů v posledních letech. Médium má dle nich vysoký potenciál, jenž se v budoucnu znatelně projeví. Rovněž se pokoušejí vysvětlit posluchači, jak podcast vzniká, a radí mu, jak s nahráváním začít. Ke konci epizody shrnují své oblíbené podcastové pořady, doporučují je posluchači a pokoušejí se mu rozšířit obzory a implicitně jej vzdělávat i v tomto směru.

Podcastový pořad *LINKA* se nesoustředí na hlavní dění světa, jejich záměrem je posluchače pobavit a umožnit mu odpočinek při poslechu. Proto je obsah epizod především zábavný, orientovaný na pozitivní témata. Pouze v případech, kdy se podcasteri snaží mluvího vzdělávat, zaznívají témata jako peníze, work-life balanc, influencer marketing nebo prokrastinace. Ty mluvíci pojímají odlehčeně, popularizují je a posluchač se u nich stále může pobavit.

2.1.4.2 Míra aktuálnosti

Podcasteri *LINKY* vybírají témata, jež jsou momentálně diskutovaná mezi mladými lidmi (fenomény, trendy a novinky ze světa médií), nebo jsou obecně platná a mohla by být relevantní pro jakéhokoliv posluchače z cílové skupiny, např. téma Vánoce, prázdnin a cestování; mezilidské vztahy a jejich fungování; otázky životního stylu a seberozvojová témata – finanční gramotnost, asertivita, spánek, sebevědomí apod. Na zásadní události ze společnosti odkazují dle toho, nakolik ovlivnily jejich životy, nebo když chtějí vyjádřit svůj názor na ně. Např. pandemii covidu-19 a období karantény věnují hned několik epizod a opakovaně na ně reagují, jiné, ve své době podstatné, události pro české prostředí, jako bylo tornádo na Moravě, prezidentské volby či válka na Ukrajině, však jen okrajově zmiňují. Přizpůsobují se tak zájmům svého publika, které by o závažná témata nemuselo mít zájem, jelikož má k dispozici mnoho jiných podcastů orientovaných na zpravodajství. Posluchači *LINKY* mohou prostřednictvím sociálních sítí na tvorbu Terezy a Kovyho reagovat, hodnotit ji a klást své požadavky. To podcastu zajišťuje vyšší poslechovost a popularitu.

V první zkoumané epizodě podcastu se objevuje výše uvedená narážka na covid-19, jinak je podcast o jídlech obecně platným tématem v jakémkoliv čase. Druhá epizoda již pracuje s nejnovějšími trendy z oblasti reality shows. Tereza a Kovy navádějí posluchače k jejich vlastní interpretaci, která je v dnešním multimediálním světě zcela zásadní pro zachování vlastní individuality a světonázoru. Ústředním tématem poslední sledované epizody jsou podcasty, které jsou momentálně značně skloňované v mediální tvorbě.

Podcasteri ve svém pořadu prokládají zábavné epizody, ve kterých se soustředí se na své osobní životy a pozitivní témata a jimiž posluchače chtějí odtrhnout od nepříznivé reality

světa, epizodami vzdělávacími. Aktuálním závažným tématům se spíše vyhýbají a pouze je zmiňují, s aktuálními trendy oproti tomu aktivně pracují a posluchačovy znalosti obohacují populárními novinkami.

2.2 Jazyková analýza

2.2.1 Vinohradská 12

2.2.1.1 Ortoepická norma, kultivovanost, srozumitelnost

Jazyk mluvčích veřejnoprávního rozhlasového vysílání je vnímán jako vzor kultivovaného projevu pro celý národ, kterému je dostupný k poslechu. Lenka Kabrhelová v podcastu vystupuje jako zástupkyně *Českého rozhlasu*, třebaže v prostoru jiného typu média, proto je od ní požadováno dodržování norem spisovné češtiny, rovněž od podcasterky očekáváme bezchybný profesionální mluvený projev veřejného, formálního charakteru.

Pro formát rozhovoru, který je v podcastu aplikován, je příznačná předchozí příprava kladených otázek. Projev mluvčí je z toho důvodu plynulý, téměř v něm nedochází k přeroknutím, koktání či výrazným stylistickým nedostatkům, jako tomu bývá v nepřipravených mluvených projevech. Podcasterčiny promluvy svou délkou zabírají jen minimální část podcastu (v porovnání s hosty), v důsledku čehož je prostor k projevení chyb ve výslovnosti či v gramatice značně zúžen. Přesto jsme vysledovali momenty, ve kterých dochází k nedbalému vyslovení souhlásek uprostřed nebo na začátku slov, kdy je potřeba od sebe dvě slova oddělit – *je v tuhle chvíli nějaká možnost* (nějaká možnost); *že se zcela neostříhl* (neodstříhl); *protože pode auditorů* (podle); *něak zhodnotit* (nějak); *toe* (to je); *spáteční* (z páteční); samohlásek – *epidemologové* (epidemiologové); a vynechání rázu ve výslovnosti po sobě jdoucích samohlásek dvou různých slov – *který se dějeaje* (děje a je); *zaano* (za ANO); *dá se vysledovata vystopovat* (vysledovat a). V ojedinělém případě došlo ke kvalitativní deformaci, konkrétně k příliš otevřené „pražské“ výslovnosti, při které se samohláska *y* přiblížila samohlásce *e* – *posunuly se te limity* (ty limity). Tato pochybení nastávají zásadně tehdy, když mluvčí zrychlí tempo své řeči a zcela se nedrží připraveného textu. Pro běžného posluchače jsou však chyby jen těžko postřehnutelné, pokud se na výslovnost nezaměří.

Ve tvarech pomocného slovesa *být* mluvčí vynechává souhlásku *j*: *v jaké fázi sme*; *z hlediska politického sme zralí*; *nakonec sme stejně u toho, co ste říkal*; *sou nejspolehlivější cestou, sou to ty kontroly v restauracích*. Ačkoliv se nejedná o chybu, pečlivější výslovnost by přispěla ke kultivovanosti a srozumitelnosti podcasterčina projevu.

Mimo zmíněné nedostatky je výslovnost Lenky Kabrhelové důkladná, projev shledáváme velmi kultivovaným a zcela srozumitelným. Podcasterka mluví v přiměřeném tempu. Nepravidelný rytmus řeči jsme zaznamenali pouze ve chvílích spontánnějšího doplnění připravených otázek, kdy Kabrhelová neočekávaně zrychlí tempo a kdy rovněž slyšíme hlasité nadechnutí v důsledku snahy vyslovit příliš dlouhý výpovědní úsek na jeden nádech. Jiné rušivé zvuky (polykání, mlaskání apod.) se v jejím projevu nevyskytují.

2.2.1.2 Lexikální rovina

Kabrhelová pracuje při formulování otázek především se spisovnou češtinou, kterou narušují prvky nespisovné jen minimálně. Projevy obecné češtiny jsme vyzorovali v následujících výpovědích, které byly součástí spontánních doplnění otázek podcasterky: (...) *člověka, který dokáže zhodnotit ten jak zákonný rámeček, tak **ňáký** zvyklostní, politický rámeček (...); Je **ňáká** odpověď, čím by ten prezident měl být a jaký by vlastně měl být?; **Kdyžtak** mě opravte.; Je to **přeci** jen **ňáká** souhra okolností?, No to jedeme v **ňákém** kruhu.* Obecněčeský tvar slova *nějaký*, jenž se již ve druhém výčtu opakuje, v projevu hodnotíme jako nadbytečný a v případě Kabrhelové se jedná o vycpávkové slovo. Pouze jím vyplňuje čas při formulování zbytku nepřipravené otázky, která reaguje na konkrétní komunikační situaci. V projevu se vedle tohoto výrazu objevilo také slovo *vlastě* a velmi frekventované *tedy*, které mluvíci doporučujeme z projevu zcela vypustit, nebo alespoň minimalizovat jeho užívání.

Dalším prvkem zaznamenaným v mluveném projevu podcasterky bylo užívání terminologie nutné k pojmenování jevů, jež byly součástí probíraných témat podcastů. Zazněly termíny z lékařského prostředí, které se však v důsledku pandemie zařadily do slovníku každodenní komunikace a posluchač nemá obtíže jim rozumět, jako *covid-19* a slova od něho odvozená (*covidové, proticovidová, koronavirus*), dále *prognóza, epidemiologové, infektologové, lékařská anamnéza* nebo *monoklonální látky* – tento méně známý termín byl ovšem ihned po vyslovení posluchačům vysvětlen. Mezi termíny z oblasti práva byly zmíněny *svěrečné fondy, střet zájmů, legislativní otázka* či *přímá volba prezidenta*, které navazovaly na témata epizod o hledání prezidenta a o kauze A. Babiše. V té zazněl rovněž pojem *e-mailový server*. Domníváme se, že uvedené termíny jsou všeobecně známé a užívané a nekomplikují posluchači interpretaci obsahu podcastu.

Pro publicistický styl je příznačné užívání automatizací a aktualizací, a tak je tomu i ve *Vinohradské 12*, třebaže v relativně malém rozsahu. Objevují se kolokace jako *úřadující prezident, hlava státu, personifikovaná politika tváří, politicko-expertní kruhy, rostoucí čísla, opatření jsou v záloze, česká větev, výkop prezidentské kampaně* nebo *jaký obrázek se tím*

skládá dohromady, které se často vyskytují ve slovníku novinářů a které se z původních aktualizací staly kolokacemi zcela zautomatizovanými. Tyto ustálené fráze mluvčí používá k tomu, aby byly informace vyjádřeny rychle, lapidárně, zároveň aby upoutaly posluchačovu pozornost a komunikát ozvláštnily. Kabrhelová ve zkoumaných epizodách nevytváří nová spojení pro co možná nejvyšší srozumitelnost a jednoznačnost obsahu a také z důvodu dodržení nároků, které na komunikát klade zpravodajská odnož publicistiky bez projevů subjektivity.

2.2.1.1 Morfologická rovina

Opět musíme zmínit hledisko připravenosti komunikátu, které má rozhodující vliv na výslednou podobu a správnost, i co se morfologické roviny týče. V tvarosloví jsme nezaznamenali žádné pochybení. Jako jediné, přesto nezanedbatelné negativum hodnotíme nadbytečné užívání ukazovacích zájmen, které je sice typické pro mluvený projev, nikoliv však vhodné pro připravený projev veřejný, pro příklad: *ten osobní vklad; v tomhle případě; na ty kandidáty; pak tu víme, že tu je; spíše toho výběru těch umírněnějších; nebo míříme k té personifikované politice těch tváří; ta inklinace voličů k těm personám, k těm osobnostem; znovu použiju to slovo; má ta současná situace potenciál vyrovnat se tomu, co se tady dělo loňský rok, kdy ty počty* apod. Jejich funkce v promluvách je referenční, odkazují na něco, co bylo již zmíněno, a zdůrazňují to. Místy je však jejich užití nadbytečné a v takto vysoké frekvenci je užívání ukazovacích zájmen pro posluchače rušivé. Doporučili bychom mluvčí, aby se na tento návyk zaměřila a zredukovala jej, jelikož jím zcela zbytečně znevažuje celkové vyznění svého projevu a svých schopností jako profesionální mluvčí a novinářky.

2.2.1.2 Syntaktická rovina

Z hlediska skladby chceme poukázat na různé typy výpovědních modifikací, které přispívají k soudržnosti textu. V projevu se objevuje předsouvání a parcelace větných členů, např. *Prezident Zeman, často se choval jako aktér (...); Je to ve hře, taková varianta?*. V prvním případě mluvčí opakuje výraz z předcházející výpovědi hosta, záměrně tak navazuje na téma výpovědi a zdůrazňuje jej. Druhý uvedený příklad se jeví jako projev nepřipravenosti mluvčí – dodatečné připojení výrazu ale může být také prostředkem, který posluchači pomluvy zpřehledňuje.

Nejčastějším typem systémových výpovědních modifikací je vkládání vsuvek, které slouží k reliéfizaci projevu – vyjadřují zde doplnění vyslovené výpovědi, modalitu výpovědi a orientují posluchače v projevu, např. *jedeme v nějakém kruhu, který ale, zdá se, jako společnost nejsme schopni, alespoň v tuhle chvíli, nebo jsme nebyli do téhle chvíle, úplně zreflektovat;*

vy dlouhodobě sledujete, **jak jsme to řekly**, situaci ve zdravotnictví; ministr zdravotnictví Adam Vojtěch za ANO, **jak jste to říkala**, argumentuje hodně; pak tu je ještě separátní české pátrání po tom, jak moc je premiér spojený se svými, **jak on tvrdí**, bývalými firmami. V epizodě s reportérkou *Radiožurnálu* s Janettou Němcovou v roli hosta opakovaně zaznívá oslovení – *Janetto, (...)* – kontaktní prostředek, jež je zároveň součástí sociálních a zdvořilostních norem.

Mluví se v podcastu nedopouští nemotivovaných odchylek od větné stavby, výjimkou je výpověď *Ti všichni mají být šanci zvoleni (...)*, ve které dochází k inverznímu slovosledu a kontaminaci. Odchylku přisuzujeme snaze podcasterky reagovat na výpověď hosta otázkou bez předchozí přípravy. Mimo tuto ojedinělost hodnotíme skladbu výpovědí Lenky Kabrhelové kladně, syntaktickou správnost zajišťuje připravenost projevu a psaný podklad, ze kterého Kabrhelová vychází. Díky tomu je obsah podcastu zcela srozumitelný, promluvy jsou koherentní, a pro posluchače by tak neměl být problém se v nich snadno orientovat.

2.2.1.3 Projevy jazykového managementu a jazykové diglosie

Podcast *Vinohradská 12* svou formou neposkytuje mluvčí přílišný prostor k projevu jazykového managementu. Při analýze jsme si povšimli pouze následujících jevů: přeřeknutí a současně i zadržnutí ve výpovědi – *Kromě toho, že nám ukáže o, očekávání od Čechů od tohoto úřadu (...)*, které bylo způsobeno nechtěnou aliterací (*očekávání od Čechů od*), a přehodnocení vyřčené informace – *No to jedeme v nějakém kruhu, který zdá se jako společnost nejsme v tuhle chvíli, nebo jsme nebyli do téhle chvíle, schopni úplně zreflektovat. Zde si podcasterka uvědomuje významovou nelogičnost svého prvotního výroku a plynule navazuje jeho opravou. Je nutné vzít rovněž v potaz výraznou stříhovou úpravu, které podcast před vydáním podléhá. Podcasterka má tak možnost případná přeřeknutí či jazyková pochybení zcela odstranit, což jí poskytuje značnou výhodu.*

Jiný typ projevu jazykového managementu zaznívá ve chvíli, kdy hostující novinář ve třetím zkoumané epizodě odlehčí situaci ironickým výrokem: *Tady budeme muset zabřednout do toho, jak funguje internet.* a následně slyšíme tichý smích obou mluvčích. Kabrhelová aktivně reaguje větou expresivněji zabarvenou: *Tak sem s tím!*, což zcela nezapadá do jejího běžného projevu, a ona tak záměrně přizpůsobuje svou výpověď nastalé situaci – dopouští se tedy managementu.

Jelikož Kabrhelová využívá především vyšší, tzn. spisovné varianty jazyka a prvky obecněčeské jsou v projevu zastoupeny jen výjimečně, mluvčí téměř naplňuje požadavky formální veřejné komunikace a jazykovou diglosii v jejím projevu prakticky nepozorujeme.

Dodržování oficiálního jazykového kódu lze v projevu, který se vyskytuje ve zpravodajském veřejnoprávním podcastu, zhodnotit jako zcela adekvátní a vzorový pro projevy mluvčích obdobného typu média, a to i ze sféry podcastů soukromých.

2.2.2 Buchty

2.2.2.1 Ortoepická norma, kultivovanost, srozumitelnost

Pro podcast *Buchty* je charakteristická uvolněnost a lehkost, se kterou konverzují dvě přítelkyně o nezávažných tématech. Publikum proto od mluvčích stoprocentní spisovnost projevu neočekává, stále se ale jedná o celonárodní vysílání, u něhož je vhodné udržovat patřičnou úroveň. Podcasterky mají připravenou strukturu epizody a jednotlivé náměty, kterým se chtějí v průběhu věnovat, jinak hovoří z patra, bez větší přípravy a nevycházejí ze psaného textu. Reagují zcela spontánně, což zásadně ovlivňuje jejich mluvený projev.

Podcasterka Zuzana má ve svém projevu sklony ke zkracování dlouhých samohláskových koncovek, např.: **dobry den**, **dobry večer**, **dobře odpoledne**; **pani** (paní). Tento typ zkracování je rozšířeným jevem v obecné češtině, nijak nenarušuje srozumitelnost sdělení, posluchač jej však může vnímat jako rušivý. Vedle tohoto nedostatku chceme ale zdůraznit Zuzaninu snahu pečlivě vyslovovat a dodržovat normy spisovné češtiny, což činí z jejího projevu projev do značné míry kultivovaný.

Kvalita Ivaniny výslovnosti je srovnatelná, její projev je dobře srozumitelný, avšak kultivovanost projevu narušuje časté užívání obecněčeských koncovek u jmen a nespisových výrazů celkově. Tyto sklony jsou v projevu profesionálního mluvčího zcela nežádoucí, a své komunikační schopnosti i obsah sdělení takto sama znevažuje.

Podcasterky zcela zvládají techniky dýchání a ovládání hlasu během svých projevů, nezaznamenali jsem vzdechy, mlaskání, polykání ani jiné nevhodné zvuky. Dynamika hlasů je v průběhu epizod vyvážená, rovnoměrná a velmi dobře slyšitelná, tempo konverzace je rovněž povětšinou stabilní a klidné. Pouze v případech epizod s hosty mají mluvčí tendenci ve svých výpovědích zrychlovat tempo, aby se dostaly ke slovu, či v situacích, kdy neudrží okamžitý příval emocí a musí se k tématu ihned vyjádřit.

Jako problematické se nám jeví vystupování podcasterek právě v tomto typu epizod a také v momentech, kdy se obě podcasterky nechají unést tématem diskuse. Tehdy dochází k zanedbávání výslovnosti, rychlému a nepečlivému vyslovování slov: **já mysim že** (já myslím že); **eštěse říkalo** (ještě se říkalo); **jsem upezapomněla** (jsem úplně zapomněla); **třea** (třeba); **prtže** (protože); **nemenujese** (nejmenuje se); **hodně věci se neděá hñedých** (hodně věci se

nedělá hnědých); *zeZuzkou* (se Zuzkou); *když vezmeme strukturálně nějak ta povolání* (když vezmeme strukturálně nějak ta povolání); *děá* (dělá); *neim* (nevím); *jesise* (jestli se). Vynechávání souhlásky *j* ve tvarech pomocného slovesa *být* – *myslela sem; oni sou; to znamená že si* – vnímáme jako adekvátní vzhledem k typu projevu. Pokud bychom srovnávali projevy podcasterek a hostů, Zuzana a Ivana svou snahu o kultivovanost a srozumitelnost demonstrují velice výrazně. Jako profesionální mluvčí mají menší potíže s dodržováním spisovného jazyka a správné výslovnosti a své pochybení si většinou velmi rychle uvědomí. V následujících promluvách se tak na svůj projev více soustředí a chybovost je znatelně nižší, u hostů toto chování neregistrujeme.

2.2.2.2 Lexikální rovina

V jazyce podcasterek převládají prostředky spisovné, přesto se v promluvách objevují obecněčeské tvary slov. Obzvláště Zuzana používá obecněčeské skloňování adjektiv a zájmen: *syrovej losos; to by bylo moc lehký; tmavě modrý tričko; nějaký exaktní lékaři; ty kreativci; zajímavý je, že; nějaký sladkosti; v nějaký kombinéze; podle nějakýho článku; k tý tmavě modrý; zůstanu u tý černý; to je hezký; takovej jako talířek; hrozný pojmenování; budeš šedivej, eště pohyblivej; bejt mladej; takovej souhrn; nějakýho přítu; u jedný stylistiky* apod. Zaregistrovali jsem také užívání protetického *v*: *vo co vám de, vod osumnácti, voživíme*; výjimečně nesprávný tvar slovesa *být* – *bysme*. Obecnou češtinou v projevech podcasterek se později zabýváme v kapitolách 2.2.2.3 *Morfologická rovina* a 2.2.2.5 *Projevy jazykového managementu a jazykové diglosie*.

Prvky hovorovosti se projevují zejména u slova *lidé* – v podcastu je využívána varianta *lidi*, nepřilíš obvyklé pro běžnou komunikaci je užití hovorového feminního tvaru slova *host* – *hostka*, spisovnou variantu slova *opravdu* místy zastupuje slovo *fakt* a další výrazy, které se dnes pohybuji na hranici spisovnosti a hovorovosti.

Výrazné zastoupení mají v podcastu anglicismy, převážně módní, které se frekventovaně užívají především v internetovém prostoru v poslední době – *screenshoty, camel, top five, vyresearchovala, colour terapie, neshamujeme, brainstormovali, no shame, little bit shame, shout out, mainstream, baby (růžová), yolo, swag, talk, slide to DM, work life balance, dealuje, boomer netrendujou, hoax, flexí, flow, gamerskej, spooning, meme*. Podcasterky se tak snaží přiblížit mladé generaci, pro niž je užívání anglicismů příznačné, a učinit svůj pořad aktuálním a atraktivním. Druhým možným vysvětlením aplikování tohoto slovníku může být to, v jakých sociálních skupinách se podcasterky vyskytují a zda se samy nepokoušejí do role teenagerů či mladých dospělých stylizovat.

Pro Ivanin projev jsou charakteristická deminutiva, která se nejvíce objevovala ve druhé zkoumané epizodě – *nechutných témátek, čerstvoučká studie, nějaký testík, s barvičkami, na internetkách, voživeničko, pizzičku, s naditým břískem, Český rozhlásek, kafičko, vidět klípek, do šatničky, tekutinka, čedárek vůbec není levný sýrek, smuteček velký, dnešní dílek, blogísky, baráček, byteček, rešeršičku, mini kocovinkou*. Podcasterka Zuzana tento jev u své kolegyně patrně zaznamenala, protože ji v určitých momentech oslovuje *Ivanko*. Ivana využívá deminutiv primárně k vystihnutí příznaku menšího rozměru substantiv (*pizzičku, tekutinka, byteček, baráček*), ale také k vyjádření hodnocení a svého vztahu k nim (*Český rozhlásek, nechutných témátek, s barvičkami*) a ironie (*mini kocovinkou, smuteček velký*). Místy tato vyhrocená snaha vytvářet zdobněliny působí až komicky.

Dále v podcastu zaznívají méně tradiční frazémy, které mají podtext sexuální, satirický či obsahují náznak černého humoru. Mluvčí je používají jako prostředek ke vtipu, např. *Někdo má rád vdolky, někdo má rád holky; Zelená, modrá pro blázna dobrá; Dokud máma funí, dobrý bydlet u ní*. Následně aktualizují historický frazém, kterým rovněž přispívají k jazykové komice: *Toho bohda nebude, aby se tě na tohle někdo zeptal*. Zároveň se do promluv prolínají i frazémy běžně užívané jako: *Udeřili jsme hřebíček na hlavičku; pánu Bohu do oken* nebo *Co může Ivana udělat se svou troškou do mlýna*. Ty ozvláštňují obsah sdělení.

Jako velký nedostatek v projevu podcasterek hodnotíme nadužívání vycpávkových slov jako, *prostě, hrozně, jakoby, vlastně, teda, asi jako, jakože, ne?, že? jo?*, která upozorňují na nepřipravenost a nedostatečnou pohotovost mluvčích v komunikaci. Rovněž se v projevech objevuje nesprávné užívání předložky *díky* v případech, kdy z významu logicky vyplývá jako vhodnější k užití předložka *kvůli* – *modlitbu za všechna prsa, která se ztratila díky posilování*.

Vedle již zmíněných jevů se podcasterky uchylují k jazykové ekonomii prostřednictvím univerbizace – *na Masárně* (Masarykova univerzita), *debetka, kreditka, v paneláku, Nobelovku, intoška* (intelektuálka), *čajky* (čajovna), *crossfíťáci, na dovču, kravaťák*; současně vytvářejí kontextové neologismy a autorská slova jako *zakompostovaný mozek, chlapna, příťa* (přítel), *nenechá se* (při sexu) *nakrývat*. Lexémy jazyk mluvčích značně oživují, činí jej poutavějším, expresivnějším a uvolněnějším. Jelikož je podcast do délky relativně rozsáhlým žánrem, je třeba udržovat posluchačovu pozornost a podcasterky *Buchet* se o to aktivně snaží.

Zuzana také užila termínů *heteroflexibilní* a *fluidní sexualita*, které by však mohly být pro běžného posluchače neznámé, bylo by proto přínosné termíny v podcastu nejprve vysvětlit.

2.2.2.1 Morfologická rovina

Z hlediska morfologického podcasterka Ivana záměrně užívá obecněčeských tvarů slov a zkracuje nejen koncovky, ale i dlouhé samohlásky, zejména samohlásky *í*, uprostřed slov: *řikám; slyším; s nim; myslím; netopim; nevím; v jinym pokoji; plastovym pytlíkem; s tím rozveselením; mladym člověkem* apod. Zuzana se obecně češtině obvykle vyhýbá, místy však rovněž zkracuje výslovnost dlouhých samohlásek uprostřed i na konci slov – *řikam, legini, vidíte, hermelinu*. Rovněž jsme zachytili užívání morfémů *ej* a *aj* nejen v již zmíněných obecněčesky skloňovaných adjektivech a zájmenech, ale také u sloves: *poslouchaj, maj, dělaj, bejt, cejtím*.

Tendence využívat tvarů obecné češtiny pramení ze snazší výslovnosti pro mluvčí a nižší míry soustředěnosti na výběr slov během projevů. Tyto sklony přidávají podcastu tón neformálnosti a přirozenosti, tedy dojem běžné lidské komunikace, např. mezi přáteli, což v lifestylovém podcastu nemůžeme hodnotit zcela negativně.

Co se deklinace a konjugace týče, chtěli bychom zmínit nesprávné užití koncovek podstatných jmen v 7. pádu množného čísla – s *kváskama se dealuje* (s kvásky), *neviděla gaye s dredama* (s dredy). Během řeči tyto nesprávné tvary nepůsobí vhodně a dodávají komunikaci ráz obyčejnosti a nižší kultivovanosti mluvčích. Tento problém postihuje výraznou část českých mluvčích i mimo oblast neformální a neverejnou.

2.2.2.2 Syntaktická rovina

Při analýze syntaktické roviny podcastu jsme zaregistrovali inverzní slovosled typický pro nepřipravené promluvy – *Vůbec nám si neřekl, že bychom se na to měly zeptat*. Spontánnost projevu s sebou přináší také nemotivované dodatečné připojování větných členů do výpovědi: *Ty máš taky barvu nejoblíbenější, modrou?*; *Tu já moc nenávidím, hořčicovou*; *Seš na dovolený mateřský*; *Dost dělaj bordel ty odstíny různý*; a předsouváním členů ve výpovědi: *Červená, Zuzko, barva teda*. Mluvčí si v rychle plynoucí konverzaci nestačí rozmyslet stavbu výpovědi a v zájmu lepší orientace v obsahu sdělení posluchačem dodávají, čeho se replika vlastně týká, nebo navazují na téma z předcházející repliky.

Mimo to jsou v promluvách patrné motivované odchylky od větné stavby – apoziopeze: *Takže když máš Ivanko žluté vlasy, tak jsi levná a dostupná?* – *Hm, to nevím, jestli takhle úplně... že by to znamenalo.*; vsuvka: *tak první, co mi naskočilo, i když je to teda jako hrozný, tak jsem řekla (...)*. V replikách nacházíme rovněž odchylky nemotivované – anakolut: *Puntíky jsou teda dost specifické, že spíš je dost nesnáším.* a atrakce: *Na jaké velké bydlíš ploše., Žlutá a oranžová jsou spojená s tím že (...);* *Nebo mají jako poruchy výpadky paměti třeba taky.*

Tyto stylizační nedostatky vnímáme jako zcela běžnou součást spontánního mluveného projevu. V projevu veřejném by se však měly vyskytovat jen minimálně. Bez situačního zakotvení, obzvláště ve psané formě mohou komplikovat srozumitelnost projevu, v mluveném podání podcasterek by ale posluchač neměl mít potíže s interpretací výpovědí začleněných do kontextu epizody.

2.2.2.3 Projevy jazykového managementu a jazykové diglosie

Mluvčí podcastu vnímají spisovnou češtinu jako adekvátní jazyk při společné tvorbě celostátního podcastového pořadu, z čehož vychází i jejich tendence se při užití nesprávného tvaru slova opravovat.

V promluvách dochází k běžným přerážkám pramenícím z nesoustředěnosti, nervozity nebo předem nepromyšlených výpovědí: *dnes bude o barvách, různých dezénech, vzor, vzorech; ta tělesnost má potom mnoho negativ, spíš převahu, převažují; nějaké bot, nějaké lavičky; jakou barvu, jaká barva je indigová; a každý, každá druhá matka.*

Nastávají také situace, kdy podcasterka Zuzana provede korekci za svou kolegyni. Zuzana se takto vůči Ivanině projevu vymezuje a staví jej do kontrastu s tím svým, spisovnějším, vhodnějším, nebo se pokouší o zlepšení úrovně podcastu jako celku: *O jakých identitách von psal? – On psal o takových (...); Tedka mám otevřený okno. – Ona topí, má otevřené okno.; Jako u tvýho přítí bývalýho? – Třeba u nějakého přítí.; Jakože obráceně seš s tím v pohodě, jo? – Obráceně jsem s tím v pohodě. Výjimečně opraví také Ivana Zuzanu: Já to neumím ovzdušňovat. – Odvzdušňovat. V tomto případě šlo však pouze o Zuzaninu neznalost lexika a Ivanino doplnění nežli o soutěžení v úrovni jazykového projevu.*

V případech, kdy se Zuzana dopouští použití nespisovného tvaru slova, korekce probíhá z její strany okamžitě, a to zopakováním správné podoby slova, či plynulým přechodem do spisovné češtiny u následujících slov ve výpovědi: *Koupila jsem si takovej, takovou věc, takovej saponát sprej, kterej v sobě má nějaký škrob a on to vyrovná; očerňovanej a vnímanej tak negativně, nebo tomu vymyslet nový název; že někdo dělá modlitbu za všechny, všechna prsa, která se ztratila díky posilování. K opravě se Zuzana uchyluje i ve chvíli, kdy použije nářečně zabarvené slovo a okamžitě se od něj distancuje: proč nechcou, pardon, proč nechtějí, nejsme tady v jihomoravském kraji na trhu.*

Uvedené příklady ukazují Zuzaninu výraznou snahu o dodržování norem spisovné češtiny, se kterými mívá problémy pouze při spontánním vyprávění, kdy se méně soustředí na svůj projev. Z dvojice se tak výrazně více prezentuje jako mluvčí respektující český jazyk

v jeho oficiální podobě a aktivně využívá jazykový management v případech, kdy není stoprocentní spisovnosti schopna dosáhnout.

Ve druhé zkoumané epizodě s mladým hostem-studentem Zuzana záměrně použije při úvodním pozdravu anglické výrazy: *yolo, yolo, yolo, swag*, aby se přiblížila své představě mluvy mladého člověka. Zde taktéž pracuje s jazykovým managementem. Vhodnost a zábavnost tohoto pozdravu již musí posoudit sám posluchač. Ivana se při užití jedné z anglických frází, které se frekventovaně vyskytují v jejím slovníku, dopouští zcela nelogického pleonasmu, a proto se ihned po vyčtení opravuje a nehodící se číselné vyjádření raději vynechává: *co je teda tvoje top one, nebo top barva*.

K jazykovému managementu Ivana však oproti své kolegyni příliš neinklinuje, mimo oprav nelogických konstrukcí vzniklých přechytlivostmi. Je tak patrné, že prolínání spisovné a nespisovné podoby češtiny nevnímá jako defektní ani nevhodné a oba tyto útvary ve svém projevu kombinuje v návaznosti na specifičnost své mluvy. Míšení obecné a spisovné češtiny se u ní projevuje ve výše zmíněném zkracování dlouhých samohlásek, dále také v častém užívání obecněčeských koncovek u adjektiv a zájmen a jiných projevu nižší vrstvy jazyka v průběhu jinak spisovné výpovědi: *Mně přišlo zajímavý, jak jsi zmiňovala, Zuzko, tu fialovou, jo?; Nevím, já asi zůstanu prostě u ty černý.; To ten fascinátor je srandovní slovo, takovej jako talířek s pérkem na hlavě. (...) A pak s tím chodíš jako na všechny příležitosti nebo jenom na nějaký spešl?; Když mi někdo vypráví, jaký je to bejt mladej, tak se fakt cejtím jako ta babka stará. Ted' jsem viděla u jedný stylistky, že už není žehlička, ale je takový něco, co fouká ten horkej vzduch.; Jednoslovný vysvětlení tak, aby si to někdo dokázal jako víc představit (...) takže si neřekne o tak vysokej plat, protože je zvyklá, že má bejt zticha.; (...) barva je spojena se silnými a intenzivními emocemi, barva vášně a lásky, ale zajímavý taky je, že, údajně teda, to říká různé marketingový poučky, že to je barva, která stimuluje chuť k jídlu.*

Zuzanin projev jeví známky prolínání spisovné a nespisovné češtiny méně, např. *Maj nižší vyměřovací základ.; Když jsem přišla do školky pro dceru a byl tam pan Radek, tak první, co mi naskočilo, i když je to teda jako hrozný, tak jsem řekla, to je asi pedofil*. Jelikož obě mluvčí užívají smíšený jazykový kód, nacházíme zde projev jazykové diglosie, a to především v promluvách Ivany, u které je užívání obecněčeských výrazů záměrné, ačkoli ne zcela žádoucí. Domníváme se, že Zuzana je při projevu a výběru slov rozvážnější a umírněnější nežli Ivana, odpovídá klidněji, méně často se emocionálně projevuje a svým čitelně odlišným přístupem k jazyku oproti druhé podcasterce vyrovnává celkový dojem, který může posluchač při poslechu z podcastu *Buchty* mít. Zároveň nám však Zuzana dokazuje, že mluvčí může působit přirozeně, uvolněně a vytvářet zábavný obsah s projevem založeným na spisovné

češtině stejně dobře, ba dokonce lépe, a navíc kultivovaněji než mluvčí nedodržující normy spisovného jazyka.

2.2.3 Studio N

2.2.3.1 Ortoepická norma, kultivovanost, srozumitelnost

Při analýze výslovnosti moderátora *Studia N* jsme narazili jen na malé problémy. Mluvčí se na správnou artikulaci soustředí, otázky má obvykle připravené ve psané formě, a tím také zmenšuje prostor pro případně vzniklé chyby. Velice kladně hodnotíme jeho schopnost rychle a téměř bezchybně reagovat v momentech, kdy pro posluchače shrnuje hostovu výpověď vlastními slovy. Tehdy má tendenci zrychlovat tempo projevu, a třebaže je jeho projev stále srozumitelný, pomalejší tempo by bylo pro posluchače příjemnější a stravitelnější.

K zanedbání výslovnosti vlivem snížené koncentrace na výslovnost dochází v projevu Filipa Titlbacha u hlásky *j* – *že* *šéf senátu přednesl veřejnosti* (že je); *moc ti děkuu za rozhovor* (děkuju). Obdobné zanedbání jsme vyzorovali u dalších hlásek vlivem příliš rychlého vyslovení – *aby dokázal zabránit buď těm věcem, aneo pakliže už se stanou* (anebo); *má jksi svízelnou pozice* (jaksi).

Jako nejproblematictější porušení ortoepické normy vnímáme Titlbachovu tendenci k hezitaci, tzn. přerušování řeči parazitním zvukem, během kterého zvažuje, jakými slovy bude pokračovat, nebo se snaží si vzpomenout, na co chtěl svou výpovědí navázat. Tyto hezitační zvuky (*ee*, *ehm*) jsou hodnoceny v podobných typech projevu jako nevhodné a pro posluchače velmi rušivé, navíc pokud se často opakují. V prvních dvou epizodách se jich mluvčí dopouští jen výjimečně – *Jinak se zeptám, ee, co z toho vyplývá; slyšíme výmluvy typu, že se musí čekat na policejní vyšetřování, ee, že už je to dávno, že už je to promlčené, ehm, jak to že ty ženy už to neřekly dřív (...); tak ee z toho, jak jste pátraly po příčinách*. Mnohem frekventovaněji je nacházíme ve třetí zkoumané epizodě, která je značně uvolněnější, téma je méně závažné, a to se pravděpodobně odráží na Titlbachově nižší připravenosti a soustředěnosti – *Autoři studie podotýkají ještě jednu věc, ehm, a to že nárůst osamělosti se netýkal (...); to tedy také zhoršuje fyzický stav, že člověk nemá smartphone a v něm ee Facebook, Twitter, Instagram; ee, jak se ta situace může podle psychologů napravit?; Máš, ee, takový chvíle ve svých dnech i ty?; No a teď k té výjimce, ee, ty si říkala, že (...)*. Doporučovali bychom mluvčímu, aby se na svou hezitaci zaměřil a eliminoval ji, jelikož zásadně poškozuje svůj jinak pečlivý, srozumitelný

a velmi kultivovaný projev. Ten zároveň působí přirozeným, nenuceným dojmem, jak by projev mluvčího zvukových médií vyznívat měl.

Během projevu jsme nenarazili na jiné rušivé zvuky, problémy s ovládním dechu nebo hlasu. Titlbach mluví po celou dobu vyrovnaně, mimo úseky, kdy má tendenci zrychlovat, je jeho projev klidný, pevný a sebejistý. Případná rušení je navíc možné upravit stříhem zvukového záznamu. V porovnání s hostujícími mluvčími mluví Titlbach téměř vzorově, a zvyšuje tak úroveň celého podcastu. Mluva primárně píšících novinářů by jistě stála za podrobnou analýzu, jelikož ve všech sledovaných případech nespĺňovala základní kritéria kultivovaného spisovného mluveného projevu.

2.2.3.2 Lexikální rovina

Z hlediska lexikálního využívá podcaster zásadně spisovného jazyka a k hovorovosti a nespisovnosti se uchyluje jen v případech, kdy vyjadřuje svůj subjektivní názor, a k projevu přátelské neformálnosti, kterou chová ke svým kolegům. Ve všech epizodách zazněly formule s hovorovými prvky: *A teď už nás čekají zprávy, které by vás **dneska** neměly minout.* a *Moc ti/vám děkuju za rozhovor, měj/mějte se hezky, **ahoj**.* Dále se Titlbach přesouvá k nespisovnému slovníku obecněčeským skloňováním zájmen a přídavných jmen – *Jak je to **možný?**; Máš **takový** chvíle ve svých dnech i ty (...); Ten Instagram mi říkal „běž dělat něco **užitečnýho**“.* Považujeme za vhodné poznamenat, že jsme více případů užití nespisovného tvaru slov nezaznamenali.

Z vycpávkových slov, které bývají součástí mluvených projevů a neshledáváme je pozitivními, jelikož svědčí o nepřipravenosti mluvčího, Filip Titlbach několikrát použil slova *vlastně, tedy a no*. Neopakovaly se ovšem v takové míře, aby je byl posluchač schopen upozorovat, aniž by se na ně soustředil. Přesto bychom doporučovali tato slova zcela vynechat.

Promluvy jsou protkány novinářskými aktualizacemi, automatizacemi a metaforami, které obzvláštěňují výpověď a udržují pozornost posluchače – *ostře sledovaný brífink, šlo o atomovou bombu* (velká novinka), *nesmiřitelní soupeři překonali bariéru* (i přes neshody se dohodli), *autority v bílých pláštích* (lékaři), *nesmíme vykopávat příkopy* (rozdělovat se na dvě strany), *má společnost nějaké páky* (způsoby, jak s problémy bojovat), *bude to na plénu 5. listopadu* (projednáváno). Stejně tak nacházíme termíny z oblastí, kterými se podcasty zabývají a bez kterých by nebylo možné pojmenovat s tématem související skutečnosti – *tisková konference, diplomatický pas, hospitalizace, daň z přidané hodnoty, dezinformační blog, symptomatický případ, sexuální obtěžování, traumatizovaná oběť, deprese, hypotéza, socializace, stavovské organizace, lékařská komora, chytré telefony, anticovid tým*. Nejedná

se však o termíny přepřiliš odborné a veřejnosti neznámé, průměrný posluchač by je tedy měl být schopen interpretovat bez větších obtíží.

Jako poslední specifický jev lexikální roviny jazyka podcastu zmíníme anglicismy, které jsou příznačné pro publicistickou tvorbu dnešní doby a také pro jazyk mladých dospělých a dospívajících, např. *breaking news*, *teenageři*, *doscrollovat* a *FOMO pocit* (pocit, že něco zmeškáme). Titlbach je mladý novinář a uvedené výrazy nejspíše patří do jeho slovní zásoby, přiliš často jich ale nevyužívá a respektuje jak český jazyk a jeho možnosti, tak potřeby posluchače, který by výrazy nemusel znát.

2.2.3.3 Morfologická rovina

Z jazykové analýzy projevu mluvčího Filipa Titlbacha vyplývá, že podcaster ovládá spisovný jazyk na vysoké úrovni a chybných tvarů slov v podstatě neužívá. V kapitole 2.2.3.2 *Lexikální rovina* jsme zmínili výjimečně použité obecněčeské tvary slov, ty však mluvčí aplikuje do svého projevu záměrně pouze v situacích, kdy chce vyjádřit svůj postoj k tématu a oddělit objektivní projev od subjektivního. V těchto chvílích se mluvčí uchyluje také k nadužívání ukazovacích zájmen ve větě – *Jak překonat tu obavu z toho, že vlastně vložíte ten svůj osud do rukou někoho jiného, kdo to bude vyšetřovat, a ve výsledku se vám to vlastně může vymstít*. Zájmena odkazují na již zmíněné skutečnosti v předchozích výpovědích, zdůrazňují je a zároveň navyšují naléhavost podcasterova sdělení, které takto graduje. V relativně malém větném prostoru však mohou častá ukazovací zájmena způsobit u posluchače dojem nepřipraveného projevu.

2.2.3.1 Syntaktická rovina

V projevu mluvčího, nejvíce v nepřipravených pasážích, se několikrát objevily příznaky nepravdivé větné stavby. Nejvýraznější je užívání vsuvek, kterými Titlbach dodává důležité informace, které by posluchači mohly scházet, nebo by sdělení nemusel správně porozumět – *Jak na to reagoval předseda sněmovny Radek Vondráček, když se dozvěděl, a teď je otázka, jestli to nevěděl už dřív, to samozřejmě nevíme, že se nechával podepsat (...); dívek, které popsaly své pocity ve Zprávě z izolace, to je projekt našich kolegů ze Slovenského Deníku N, a zajímalo by mě (...); Když ale říkáš, že o osamělosti a o těch duševních problémech a těžkostech víme už delší dobu, u této skupiny lidí, tak co nového tedy přinesla studie (...)*. Podcaster také často oslovuje hosty křestním jménem, jelikož své kolegy osobně zná, a z jeho chování usuzujeme, že mají přátelské vztahy. Oslovení jsou navíc často v jejich domácí podobě: *Honzo, Báro, Dominiko*; avšak tyto podoby jmen nejsou natolik expresivní,

aby narušovaly profesionální dojem, který podcast vytváří. Ve větách *Není ještě pozdě, doufám?* a *Když jsem doscrolloval až na konec Instagramu, nedávno*. Titlbach větný člen dodatečně připojuje na úplný konec výpovědi, čímž jej zdůrazňuje.

Z odchylek od větné stavby jsme zaznamenali výskyt elipsy – *měj se hezky, pěkný víkend a zase brzy na slyšenou; jaký proces se teď spustí, anebo může spustit*; ale také vyšinití z větné vazby – *my teď, když dopoledne natáčíme podcast, tak přišla jedna breaking news*. Uvedený příklad anakolutu se opět vyskytoval v nepřipravené pasáži, mluvčí si tedy svou výpověď před přednesením dostatečně nepromyslel. Co se výpustek týče, podcaster se pro co největší srozumitelnost sdělení obvykle snaží větné členy nevynechávat a zachovat věty v úplné podobě.

2.2.3.1 Projevy jazykového managementu a jazykové diglosie

V porovnání s ostatními zkoumanými podcastovými pořady jsme u Filipa Titlbacha nezaregistrovali přeroknutí ani opravování vlastních chyb ve výpovědích (ojedinělým případem je věta *Studie, o které se tady budeme teď následně bavit (...)*, kdy se mluvčí v nepozornosti nesprávně opravil).

Ve výše zmíněných kapitolách docházíme ke zjištění, že mluvčí *Studia N* vědomě pracuje s jazykem a cíleně se rozhoduje o užití kódu spisovného, či nespisovného v konkrétních situacích. Dopouští se tak jazykového managementu. Mezi jazykovými útvary si vybírá dle závažnosti tématu a potřeby vyjádřit vlastní názor, zkušenost nebo svůj vztah k hostům. Větší část podcastu Titlbach mluví spisovným jazykem a k projevům hovorové a obecné češtiny se uchyluje v uvolněnějších momentech ke konci epizod. Tehdy stylizuje svůj projev neformálněji, osobitěji, orientuje jej spíše do mluvy běžné mezilidské komunikace, která je však stále převážně spisovná.

Je patrné, že si je mluvčí střídání kódů ve svém projevu vědom a je schopen jej korigovat a funkčně s ním pracovat. Útvary vzájemně mísí, jedná tedy o projev jazykové diglosie. Tendenci oddělovat objektivní projev od subjektivního bychom mohli vnímat jako specifický rys pro podcastový pořad jako celek, zároveň také jako snahu o určitý autorský styl, kterým Titlbach pořad od jiných podobného typu odlišuje. Subjektivní projevy v soukromém podcastu nelze hodnotit jako nežádoucí, záměrné využívání nespisovných výrazů ovšem považujeme za zbytečné a shazující pro jinak pečlivý projev mluvčího, jenž je velmi dobře komunikačně vybaven.

2.2.4 LINKA

2.2.4.1 Ortoepická norma, kultivovanost, srozumitelnost

Ve srovnání s ostatními zkoumanými podcastovými pořady je výslovnost mluvčích *LINKY* po většinu času nedbalá. Podcasteri se během promluv drží připravené osnovy, jinak je však jejich projev nepřipravený. Komunikace je velmi neformální, působí přátelsky a uvolněně. Třebaže se podcasteri žijí jako influenceři, a měli by tak být profesionálními mluvčími, svou mluvu téměř nekorigují a spoléhají na požadavky své cílové skupiny – mladých lidí a dětí. Ti stoprocentní výslovnost a spisovnost pravděpodobně neočekávají a nejspíše na ni ze světa influencerů, který se odehrává na sociálních sítích a jiných neformálních platformách, jako je např. *YouTube*, *TikTok*, *Instagram*, ani nejsou zvyklí. Kovy a Terez vystupují v rolích přátel posluchače, mluví a reagují zcela spontánně a podcast utvářejí právě jejich nečekaně vyvstávající vzpomínky, nápady, vtipy, otázky a komentáře.

V předchozích analýzách jsme se pokusili zaznamenat veškeré nedostatky v projevech mluvčích. V této části věnované *LINCE* uvedeme z důvodu značné frekventovanosti pouze ta pochybení, která se nejčastěji opakovala. Ve výčtech jsou uvedeny výrazy jak ze slovníku spisovné, tak obecné češtiny, jelikož je mluvčí užívají stejnoměrně.

Výslovnost značně ovlivňuje velmi rychlé tempo řeči, během kterého mluvčí nejsou schopni všechny hlásky správně realizovat. Jako největší obtíž ve výslovnosti obou podcasterů shledáváme vypouštění hlásky *t*, a to především na konci slov – *fak to trvalo* (fakt), *vypnou* (vypnout), *vzděláva* (vzdělávat), *může bej* (bejt), *musíme říc* (řict), *začíná se propojova* (propojovat), *krutej svě* (svět), *vlasně* (vlastně), *patnác centimetrů* (patnáct), *koncep reality show* (koncept), *negativní pozornos* (pozornost), *dokumen* (dokument), *účasníky pořadu* (účastníky), *posouvadál* (posouvat dál) atd. Obdobně komplikovaná je pro mluvčí výslovnost hlásky *l* – *to se neděá* (nedělá), *všichni doma měi televizi* (měli), *sem posouchala* (jsem poslouchala), *mysea* (myslela), *přemejšea* (přemýšlela), *dobraa* (dobrala), *mysim si* (myslim si), *nesyšej* (neslyšej), *pohodnýho* (pohodlnýho), *upe* (úplně), mně *stačia* (stačila); a obou hlásek zároveň – *vasně* (vlastně), *jesi sem* (jestli jsem). Paradoxní je nedbalá výslovnost i u samotného slova *podcast* – *potkás*. Vedle rychlosti projevu tuto tendenci vnímáme i jako neuvědomělou nedůslednost ve výslovnosti, na kterou se podcasteri příliš nesoustředí. Obdobný problém nastává u hlásek *b* a *v* – *třea* (třeba), *potřeali propagovat* (potřebovali), *j – televize bouje s tim* (bojuje), *přide mi* (přijde mi), *znepokoující* (znepokojující); *d – v nešní době* (dnešní), *neska* (dneska); nebo při vynechávání či oslabování samohlásek – *je totiž považovná* (je totiž považovaná), *přízpůsbvat* (přízpůsobovat), *je určitě dobrý to vědět* (určitě),

abychom se zase vrátili (zase), *americký idologie* (ideologie), *nějaký mmenty* (momenty), *cje vyloženě comedy* (co je) apod.

Kovy se nedbalé výslovnosti dopouští méně než Terez, opakovaně spatřujeme snahu podcastera o důkladnou artikulaci a s ní i o užívání spisovného jazyka. K tomu dochází především, když se Kovy pokouší o výklad směrem k posluchači nebo když pokládá otázky. Normu však obvykle dodržuje pouze v kratších úsecích projevu a se zrychlováním tempa od ní upouští. Výrazným nedostatkem Kovyho projevu je užívání hezitačních zvuků v momentech, kdy hledá vhodný výraz – *Já tady mám, ehm, v podstatě léčivý přípravek (...). Je to taková nenápadně vypadající lahvička ehm lehce zatmavená dohněda.; lepra nebo choroba jater, ee, v Indii se má za to, že kraví, ee, moč; takže skutečně vydíte, ee, že to má velmi široké využití; je ee takzvaný červí sýr. Ano, slyšíte správně, červí sýr, ee, v podstatě rozříznete ten koláč, ee, ovčího sýru.* Terez se chyby dopouští rovněž, ale hlavně v případech, kdy přemýšlí, jakou myšlenkou chtěla na svou výpověď navázat, nebo když neví, jak věc okomentovat – *pak to tak jako vyšumí a, aa ee, ty lidi mnohem víc reagujou; s nějakajma novejsma konceptama, který tady možná nejsou ještě, nebo sou ve světě, aaa, ale mně třeba tohle nebaví; ee to je hrozný.* Během více než půlhodinové epizody se tato pochybení objevují zřídka, posluchač je tedy může zaznamenat, ale opakovaně jej neruší.

Zkušený podcasteri nemají problémy s jinými rušivými zvuky, jejich hlasy jsou po většinu času klidné, pouze v určitých pasážích jsme zaregistrovali výrazné klesání a stoupaní hlasu, když Kovy mění svůj hlas a herecky ztvárňuje různé situace a paroduje známé osobnosti, případně když se do projevu promítne expresivita. Rovnoměrnou dynamiku hlasů často narušuje také hlasitý smích obou mluvčích, jinak jsou však jejich hlasy příjemné na poslech, navíc nemají obtíže s dechem. Přiznávají však, že se k této úrovni ovládnutí hlasu dopracovali až po několika letech podcastové tvorby.

Přestože jsou promluvy v podcastu záměrně stylizovány neformálně, stále se jedná o veřejný projev a jeho zásady by měly být dodržovány. Nedbalá výslovnost srozumitelnost výpovědí neovlivňuje natolik, aby jim posluchač nerozuměl, jelikož je blízká jeho vlastnímu neformálnímu mluvenému projevu. Avšak s dodržováním normy by projev působil jistě kultivovaněji, srozumitelněji pro mladší posluchače a podcasteri by tím podpořili vzdělávací záměr, který s podcastem mají.

2.2.4.2 Lexikální rovina

Projev podcasterů Terez a Kovyho je založen na plynulém míšení výrazů spisovných a obecněčeských, a to téměř rovnoměrně. Jejich mluva se výrazně přibližuje běžně mluvenému

jazyku, proto v jejich projevech nacházíme pravidelný výskyt obecněčeských koncovek u adjektiv a zájmen, užívání protetického *v*, morfémů *ej*, *aj* a krácení samohlásek uprostřed slov. Hláskosloví se dále věnujeme v kapitole 2.2.4.3 *Morfologická rovina*.

Velké zastoupení mají v řeči podcasterů rovněž anglicismy, které jsou pro projev mladší generace, obzvláště influencerů, příznačné a pro posluchače by neměly být neznámé vzhledem k základnímu vzdělání v anglickém jazyce a měl by jim rozumět. Slova promluvy obzvláštěňují, často jde o výrazy, které nemají v češtině vhodný ekvivalent, jindy je užití anglicismu zcela zbytečné a mluvčí jeho volbou spíše následují aktuální trendy, např. *guilty pleasure*, *eventy*, *fashion magazíny*, *image*, *love brandy*, *komerční spoty*, *research*, *know-how*, *street food*, *to go song pro každou reality show*, *jingle*, *psychicky down*, *drag queens*, *outsidery*, *end of sisterhood*, *deal*, *cameo*, *label*, *vo co go*, *konfectionals*, *like*, *guilty aspekt*, *inception*, *letsplayeri*, *fulltime job*, *free programy*, *level*, *storytelling*, *mainstreamových* apod.

Dále jsme zaznamenali časté používání vycpávkových slov, které pro výpověď nemají žádný význam a pouze vyplňují čas, kdy mluvčí formulují své myšlenky. Nevědomě si tak ale vytvářejí zlovyk, který se stává součástí jejich projevu, vinou čehož promluvy působí značně neprofesionálně. Terež se nejčastěji uchyluje k výrazům *prostě*, *vopravdu*, *jako*, *teda*, *vlastně*, *čoveče* (velmi specifický výraz, který má běžně kontaktní funkci, zde však slouží pouze jako výplň) a k nadbytečnému užívání ukazovacích zájmen. Ta fungují opět jako vycpávková slova, jelikož jejich odkazovací funkce ve výpovědích není primární – je *tam ta fascinace toho*, že *tam máš to propojení těch nádherných domů*; *No ne, tak je tam hodně*, je *tam prostě takový že*, *no nevím, že třeba prostě přijdou do tý práce*, protože je *tam vopravdu z toho pracovního prostředí*, a *ted' najednou si tam jako sednou a řeknou „No tak co se teda včera jako stalo tady na tom*,“ ale vidíš *tam prostě že už záměrně jsou tam jako ty potyčky trošku jako vyeskalovaný*. V Kovyho projevu jsme si povšimli frekventovaného užívání slov *vlastně*, *úplně*, *prostě* a stejně jako Terež má sklony k hromadění ukazovacích zájmen – *Ano, objektivní, ale někdy vidíš, že je tam ta síla toho*, že *tam tohohle účastníka do tý pozice natlačíme dramaturgicky*, *abychom tam někoho takovýho měli*.

Při analýze jsme si nemohli nevšimnout užívání termínů, které se nám vždy nejeví jako zcela vhodné vzhledem k cílové skupině posluchačů podcastu. Mluvčí jimi demonstrují svou vzdělanost a slovní zásobu, ale neuvědomují si, že mladší posluchači výrazům nemusí rozumět. Proto bychom se přikláněli k vynechání výrazů, nebo jejich nahrazení, či vysvětlení – *velmi pejorativní*, *monetizovat*, *embryo*, *afrodiziakum*, *elaborát*, *kontroverze*, *reálie*, *ideologie*, *profesionalizace*, *konsekvence*, *narativ*.

V neposlední řadě zmíníme výskyt frazémů, jež ozvláštňují projev podcasterů a udržují pozornost posluchače během časově rozsáhlých epizod – *jde se přes mrtvolu, nesudte všechno na první dobrou, zamíchá kartama, roztrh se s tím pytel, žaludek vám bude dělat kotrmelce, domyslet to za tři rohy*; dále také metafor – *podcast si vybuduje to svoje jméno, pro příklad nemusíme chodit daleko, podcasty jsou pořád poměrně v plenkách, ulovit diváky*. Kovy vytváří kontextový neologismus *tiktokeroyoutuber*, aby označil nový, dosud nepojmenovaný jev. Jeho oblíbeným módním slovem je slovo *bizár*, ten ve svém projevu mnohokrát skloňuje a užívá i jeho deminutivní expresivně zabarvenou formu *bizárek*, jíž demonstruje absurditu komentovaného jevu. Stejně tak opakovaně pronáší expresivní slova *pošéfít, ošéfít a frčet*, jimiž podporuje neformální vyznění podcastu.

Jako zajímavé shledáváme využití jazykové komiky mluvčími, když si Kovy uvědomí potenciál slovního spojení a vytváří z něj humornou situaci – Kovy: *Podcast o podcastech*. Terez: *Podcast o podcastech, co je na tom tak zajímavýho?* Kovy: *No mně to přijde fascinující, že se na podcastové platformě v podcastu bavíme o podcastech. To už nemůže být víc podcastově podcastovej podcast*. Tento úsměvný moment slouží k pobavení posluchače a nastolení atmosféry, ve které epizoda bude probíhat.

2.2.4.3 Morfologická rovina

Z morfologického hlediska se obecná čeština, kterou mluvčí hojně využívají a je součástí jejich projevu, v hláskosloví projevuje zejména u skloňování adjektiv a zájmen: *v **ňáký** cizí zemi, je to životu **nebezpečný**, **takovej** **čpavkovej** zápach, **krvavej** pudink, to je **strašný**, do **tý** pusy, **velký** množství je **jedovatý**, do speciálních **masovejch** kontejnerů, za našich **mladejch** let, úplně **novej** fenomén, spousta situací **namoderovanejch**, **ňákej** **velkej** fanda, **ty** červi, smršť **různejch** reakcí, **nějakejma** **novejma** konceptama, **bylinkovej** čaj, mít **ňákou** představu, nad **tím krásnym** názvem, ono je to **ňáký** populární* apod. Stejně často podcasteri užívají morfémů *ej* a *aj* u sloves – *taky se tím **čistěj** podlahy, to musí **bejt**, **maj** jako až patnáct centimetrů, **zapíjej** Island'ané, **maj** spoustu různých dalších pokračování, hezky tě **vyšť'avěj**, lidi **vnímaj**, jak se ti **zasekávaj**, to musí **bejt** kulturní zážitek* atd. Především u Terez si všimáme výrazů obsahujících protetické *v*, kterými si mluvčí usnadňuje výslovnost samohlásek na začátku slov – ***vo** co go, **vodmítnout**, do takový **vodosobněný** pozice, **vo** tomhle, **vopravdu** šilenej dil, **vo** tomhle točil celý video, mám před **vočima**, **vobodovala** vás, **vopravdu**, Kovy válel **vočima**, **vo** co asi de, **vopravdovou** realitu, **vopravdu**, **dovopravdy***. Nespisovnost v Terezině mluvě je o to čitelnější se zkracováním dlouhých samohlásek uprostřed slov – *říká, nevím, myslím, s tím*.

Z typických obecněčeských projevů v tvarosloví jsme zaregistrovali nesprávné užívání koncovek podstatných jmen v 7. pádu množného čísla, na které jsme již upozornili v analýze podcastu *Buchty*. Terez a Kovy se však chyby dopouštějí výrazně častěji, např. s **těma podcastama je to stejný, výzkumy s divákama, fascinace ostatníma lidma a příběhama, zamíchá kartama**. Tento problém často nastává přizpůsobením skloňování substantiva předchozímu, již nesprávnému skloňování adjektiva či zájmena.

Podcasteři by měli zvážit, zda je opakovaný výskyt obecné češtiny v jejich projevu žádoucí, a to zejména v podcastovém pořadu, který, přestože má posluchače pobavit, je zároveň také edukační a vzhledem k jeho popularitě by mohl mít značně pozitivní vliv na slovní zásobu a vyjadřování především mladších posluchačů. K nespisovnosti projevu se dále vyjadřujeme v kapitole 2.2.4.5 *Projevy jazykového managementu a jazykové diglosie*.

2.2.4.4 Syntaktická rovina

Vliv obecné češtiny ve slovníku mluvčích se razantně projevuje i na rovině syntaktické. Mluvenost a spontánnost projevu s sebou přinášejí nepravidelnosti větné stavby, jako je dodatečné připojování větných členů. K tomu dochází, když podcasteři během výpovědi opomenou nějakou informaci a chtějí ji do výpovědi doplnit – *bylo to v novinách **hodně**; ve škole se to probíralo, že z toho nebylo úniku **moc**; já sem začínala a natáčela sem v kuchyni, **u nás**; Ta je nějak jako uvařená, **ta hlava?**; začínaj nabírat na tý váze, **mnohem víc**; **konceptama, který tady možná nejsou **ještě****. Další nepravidelností je užívání vsuvek, jimiž mluvčí do výpovědi vkládají svůj subjektivní názor, komentář nebo jen doplňují informaci nutnou pro kontext – *Možná už si dokážete představit, **a myslím si, že možná ani ne, co tam sou za odporosti.**; ted'ka sem natáčela poslední díl podcastu Oblaka, **nebo ne poslední, ale ten, co vyšel jako poslední, a ten sem si sedla prostě v neděli večer (...)**; Petr Mára, a taky mi říkal, **ten mi předával cenu dokonce, a říkal, že taky tenkrát dělal podcast**.**

Terez i Kovy se taktéž dopouštějí záměrného opakování výrazů, které vede ke gradaci, zdůrazňují tak své sdělení, které má na posluchače působit naléhavěji – *aspoň to jako vyzkoušet, **jesi vůbec zvládnete utáhnout epizody, jesi vás to bude bavit, jesi vám to pude; perfektně dokáže připodobnit **ňákou** informaci, **ňákou** myšlenku, **ňákou** knihu k něčemu; **ňáký** myšlenky, **ňáký** cíle, **ňáký** body; **jestli** těch podcastů bude víc, **jesli** lidi to budou poslouchat, **jestli, jesi** se na to naučej, **jestli** taky to vnímaj jako podobně v těch vlnách, **jesi** možná s tím zamíchá tadyta naše aktuální situace***.

Ve výpovědích jsme zaznamenali stylistické nedostatky, a to zejména výskyt anakolutu, např. *Vlastně se o tom mluvilo jako, co to vlastně je, a uplněovej fenomén, takže*

(...); v některých případech jsou výpovědi zcela defektní – mluvčí se z jedné větné konstrukce přesouvá k úplně jiné, ve které již slovně vyjadřuje jiné myšlenky, a k původní se zpět nevrací. Výpovědi jsou proto bez kontextu nelehce interpretovatelné – *Mně třeba jaká forma mně tady chybí, tak a myslím si, že je to zapříčiněný tím že pořád lidi vnímaj, že v podcastu by se něco měli dozvědět.; Já sem třeba u výměny manželek, to bylo zajímavý, protože já sem jí viděl naposled třeba před pěti lety.;* v následující výpovědi je vedle anakolutu součástí výpovědi také apoziopese a elipsa: *ale evidentně to je prostě, jako my vzpomínáme na Kofilu z dětství, tak tady sušenky rýžový s vosama...*

Ačkoli se výpovědi ve své psané podobě jeví jako nepochopitelné a zcela nesmyslné, posluchač zvyklý na obecnou češtinu z každodenního života nemá problém s jejich interpretací. V případě zcela defektních nenavazujících konstrukcí se však posluchač může ve sdělení špatně orientovat, mluvčí by proto měli své myšlenkové pochody více korigovat a vytvářet syntakticky správné výpovědi.

2.2.4.5 Projevy jazykového managementu a jazykové diglosie

Jelikož se podcasteri nad spisovností svého projevu příliš nepozastavují, sklony k jazykovému managementu u nich nejčastěji registrujeme při přefeknutí. V některých případech slovo nesprávně vysloví, jindy volí nesprávné morfologické kategorie. K tomu dochází vlivem rychlosti tempa projevu, nesoustředěnosti či potřeby sdělit v jednu chvíli více myšlenek. Aby posluchač porozuměl jejich sdělení, okamžitě se opravují – *a úplně tě, no, úplně mě jímá rúza, hrúza; která se při, které se říká; je to maso žraloka va, malohlavého; takovýho islandskýho tradičního, tradiční islandský tabule; třeba někdo z našich polu, posluchačů; že už je to určitej jako, určitá jako něco, co ty si sebou neseš; já sem byla včera na pre, předpremiěře filmu Matky; proč jako se ty lidi, spoustu lidí se pro to nadchne, ráda posloukám, poslouchám; v tý první, nebo v tom prvním ročníku; v extrémním případě způsobit, způsobit až odchlípnutí sítnice; tadyten kluk prostě proch, proch, pochází z týhletý rodiny; ale přede, především je to ta Vinohradská.*

Ve výpovědi *Já sem dělala anketu na svojim, na svým Instagramu...* Tereza opravuje nespisovný tvar slova *svůj* jeho jiným nespisovným tvarem, z čehož usuzujeme, že mluvčí *LINKU* stylizují do obecněčeské podoby, která je běžnému mluvenému projevu nejbližší. Správné spisovné tvary oba vzdělání mluvčí jistě znají, proto se nám toto chování jeví jako záměrné. V jiné výpovědi Tereza sama upozorňuje na své pochybení a opravuje se implicitně prostřednictvím závěrečné věty. Zde se projevuje její nízká koncentrace na tvorbu výpovědi

– *Jesi my sme tady rok a půl, tak **sme asi nahrávala já** – (smích) – sem vymluvená, **sme asi, kdo je tady ještě další?***

Podcasteři se po užití nespisovných výrazů neopravují a nechávají je být pevnou součástí výpovědi. Ze všech sledovaných podcastových pořadů se tak v *LINCE* nejvýrazněji projevuje střídání a míšení vyššího a nižšího útvaru jazyka, můžeme tedy jejich projev označit jako diglotický. Obecná čeština v podcastu výrazně proniká do veřejné komunikace, střetávají se zde tedy kritéria projevu formální X neformální a veřejný X neveřejný a dávají tvůrcům mezi jazykovými útvary na výběr. Mluvčí oba útvary kombinují a přizpůsobují svému posluchači, kterému jazyk podcastu s ohledem na jeho dlouhodobou popularitu zcela vyhovuje. Nenáročný posluchač vnímá míšení spisovného a nespisovného jazyka jako součást projevu jemu blízkých osobností, které se snaží působit neformálně, přátelsky a uvolněně.

LINKA je jedním ze soukromých influencerských podcastů, vůči kterým nynější společnost zatím nemá vymezené požadavky, pokud jde o jazykovou i obsahovou úroveň, a přijímá je tak, jak jsou. Sám obor influencerství je stále v začátcích, postupně se formuje a až v posledních letech začíná být vnímán jako plnohodnotné zaměstnání. Jelikož jsou primárními konzumenty influencerské tvorby mladí lidé, dospívající a děti, měli by tvůrci obsahu brát v potaz svůj nemalý vliv, který na publikum mají. Užíváním obecné češtiny živí negativní trend pronikání nespisovného jazyka do veřejné komunikace, a podporují tak posluchače v jeho používání. Popularizace spisovného jazyka prostřednictvím influencerů by v budoucnu mohla výrazně zlepšit jazykovou úroveň českých mluvčích, a to především dětí, které jsou v nejvýznamnější fázi procesu učení. Je ovšem otázkou, zda by přechod mluvčích z nespisovného jazyka na jazyk spisovný nezapříčinil tak zásadní změnu v tónu vyznění podcastu, že by ztratil své posluchače.

Závěr

Cílem bakalářské práce bylo postihnout úroveň české podcastové scény z hlediska obsahového a jazykového, a to prostřednictvím analýzy a následné komparace podcastových pořadů médií veřejné služby a médií soukromých. K analýze autorka vybrala podcasty z protilehlých sfér, které jsou si svou formou podobné, a můžeme je tedy srovnávat.

Veřejnoprávní zpravodajský podcast *Vinohradská 12* a soukromý zpravodajsko-publicistický podcast *Studio N* probíhají formou rozhovorů, ve kterých moderátor-podcaster pokládá jednomu až dvěma pozvaným hostům otázky týkající se společensky vysoce aktuálního tématu. Oba podcastové pořady vycházejí každý všední den a pracují s nejdůležitějšími událostmi z českého i světového dění, z toho důvodu jsou témata často obdobná. Nejvýrazněji se do námětů podcastů v poslední době promítlo téma pandemie covidu-19, sněmovní a prezidentské volby, uprchlická krize, živelné katastrofy na českém území a válka na Ukrajině. *Studio N* se navíc zabývá dlouhodobými společenskými problémy (deprese u teenagerů, přeceňování produktivity člověka, lidská potřeba přátel apod.)

Hlavním rozdílem mezi pořady je způsob, jakým pojmají probíranou látku. Hosty *Vinohradské 12* jsou odborníci, kteří posluchače s daným problémem seznamují a poté jej analyzují. Moderátorka podcastu Lenka Kabrhelová je zcela nezaujatými otázkami směřuje ke komplexnímu zachycení problematiky, nevyjadřuje vlastní názor a zůstává po celou dobu objektivizující zástupkyní veřejnoprávního média. Podcaster *Studia N* Filip Titlbach vychází z textů svých kolegů uveřejněných v *Deníku N*, klade hostujícím redaktorům otázky k tématu, aby jej posluchačům rovněž nejprve představil, a zároveň problémy komentuje, hodnotí a staví se k nim výrazně subjektivněji. Vzhledem k tomu, že se jedná o podcast nezávislého média, je tento postoj zcela adekvátní.

Přestože jsou na spisovnost a kultivovanost projevu mluvčí veřejnoprávního rozhlasového vysílání (zde ve formě podcastu) kladeny výrazně vyšší požadavky než na soukromé tvůrce a její projev je vnímán jako společenský vzor, jazykovou úroveň projevů obou mluvčích hodnotíme jako srovnatelnou. Předem připravené otázky, možnost dodatečného editu podcastu a relativně malý prostor k vlastnímu jazykovému projevu v průběhu epizody umožňují mluvčím eliminovat případné jazykové nedostatky.

Místy jsme zaznamenali nedůslednou výslovnost hlásek vlivem rychlého tempa projevu, a to obzvláště v promluvách Filipa Titlbacha, které mohou být pro posluchače hůře srozumitelné. Oproti mluvčí Lence Kabrhelové je však podcaster schopen pohotově, a především bezchybně reagovat na výpovědi hostů bez předchozí přípravy, což je žádaná

schopnost u profesionálního mluvčího. Většinu času se podcasteři snažili o důkladnou artikulaci, projev byl dobře srozumitelný a velice kultivovaný bez rušivých zvuků, kromě občasných hlasitějších nádechů Lenky Kabrhelové, které jsme však zaznamenali minimálně.

Podcasteři obou pořadů využívali primárně slovníku spisovné češtiny a k obecněčeským výrazům se uchýlovali jen výjimečně. Přesto bychom doporučovali tyto výrazy z projevu obou mluvčích odstranit. Jako problematický vnímáme výskyt vycpávkových slov, která nejsou pro veřejné projevy tohoto typu vhodná a znevažují profesionální dojem velmi dobře komunikačně vybavených mluvčích, dále hezitaci, které se dopouští Filip Titlbach, a nadbytečné užívání ukazovacích zájmen.

Promluvy obsahují řadu automatizací a aktualizací příznačných pro publicistický styl, posluchače v obsahu orientují různé typy výpovědních modifikací, jako je vsuvka nebo dodatečné připojování a předsouvání větných členů ve výpovědi. K nemotivovaným odchylkám od větné stavby prakticky nedochází, podcasteři užívají všeobecně známé termíny a téměř se během projevů neopravují, díky čemuž je obsah epizod jednoznačně interpretovatelný.

Autorka dále řeší otázku možného vlivu jazykové diglosie na jazykovou úroveň českých podcastů. Jelikož projev Lenky Kabrhelové vyhovuje kritériím formální veřejné komunikace, ke které si podcasterka záměrně vybírá vyšší jazykový útvar, jenž je k tomuto typu komunikace nejvhodnější, ne-li jediný vhodný, projevy diglosie je prakticky nemožné zachytit. Nejčastěji se jedná o omyly či nepozornost, automatismus, který odkazuje k užívání jazyka mimo veřejné vystupování. Filip Titlbach se k nespisovnosti uchyluje vědomě, když projevuje svůj subjektivní postoj k tématu a chce navodit přátelskou atmosféru, a pasáže spisovné a nespisovné záměrně odděluje dle měřítko oficiální X neoficiální. Prioritně se vyjadřuje spisovným jazykem, prvky diglosie jsou tady častější a záměrné.

Oba zkoumané podcasty hodnotíme jako reprezentativní a vzorové pro soukromou i veřejnou sféru české podcastové tvorby. Kvalitní zpracování obsahu a zodpovědné užívání jazykového kódu ve veřejné komunikaci s minimálními nedostatky dosvědčuje i dlouhodobá popularita podcastových pořadů. Vzhledem k původním očekáváním nás kultivovanost projevu Filipa Titlbacha a jeho schopnost plynule navázat na výpověď hostů pozitivně překvapila a předpokládáme, že do novinářské a podcastové tvorby v budoucnu ještě nemálo přispěje.

Veřejnoprávní podcast *Buchty* a soukromý influencerský podcast *LINKA* jsou pořady především lifestylové, v nichž vždy vystupují dva mluvčí, kteří primárně baví své posluchače nezávažnými konverzačními a seberozvojovými tématy a aktuálními společenskými trendy.

Oba pořady jsou značně ovlivněny subjektivitou svých tvůrců, jejich zkušenostmi, postřehy a hodnocením světa.

Influencerský podcast je formován svým cílovým publikem, kterým jsou mladí lidé, dospívající a děti, s nimiž mladí podcasteri-influenceri Terez a Kovy komunikují přes sociální sítě a rozumí jejich specifickým potřebám. Posлуhači *LINKY* preferují obsah podcastu orientovaný na život influencerů, pozitivní odpočinková témata a zábavu. Podcasteri se je zároveň pokoušejí vzdělávat a popularizovat různá seberozvojová témata. *Buchty* – Ivana a Zuzana – cílí spíše na dospělé posluchače, kterým prezentují o něco závažnější společenská témata, stejně tak ale i problémy každodenního života. V obou podcastech jsme zaregistrovali snahu propojovat pořad s reálným světem, ovšem aktuálním děním a světovými problémy se nezabývají do hloubky, pouze je zmiňují a odlehčují.

Podcasty probíhají ve velmi uvolněném neformálním duchu, posluchač má při poslechu dojem, jako by poslouchal konverzaci svých známých či přátel. Mluvíci promluvy vyplňují celý čas epizod, postupují dle připravené struktury a staví podcasty na svých spontánních reakcích. Tato stylizace projevů do běžné hovorové podoby způsobuje, že se mluvčí *Buchet* i *LINKY* opakovaně dopouštějí nedbalé výslovnosti. Mnohem výrazněji k nedůsledné výslovnosti inklinuje vždy jeden člen podcasterské dvojice – Ivana a Terez. Tyto podcasterky také častěji využívají obecněčeských výrazů a rovnoměrně je kombinují se spisovným jazykem. U Ivany je však čitelná snaha se navracet ke spisovnému jazyku a její výslovnost je ve srovnání s Terezinou velmi dobrá a srozumitelná. Mluvíci *LINKY* mluví ve výrazně rychlejším tempu, což na srozumitelnosti jejího projevu ještě ubírá.

Projev Zuzany a Kovyho jsou taktéž na zcela jiné úrovni; podcasterka se k nespisovným výrazům uchyluje zcela výjimečně, při pochybení aktivně pracuje s jazykovým managementem a její výslovnost je téměř vzorová. U Kovyho jsme upozorovali snahu o dodržování spisovného jazyka a důkladnou výslovnost, ke kterému ale dochází jen v kratších výpovědních úsecích, a k míšení spisovné s obecnou češtinou má tendenci stejně jako Terez.

Podcasty pracují s různorodými jazykovými prostředky včetně termínů, frazémů, deminutiv, expresivních výrazů, anglicismů a univerbizací. V případě termínů, které nejsou všeobecně známé, bychom očekávali ze strany mluvčích jejich vysvětlení. Tereza a Kovy velice často užívají anglicismy, což je rys příznačný pro jazyk mladší generace. Mluvíci *Buchet* se tohoto trendu drží taktéž, do pozice mladých se však pouze stylizují. Vedle obecněčeských výrazů se dopouštějí podcasteri *LINKY* enormního užívání vycpávkových slov, čímž podporují dojem neprofesionality svého projevu. U *Buchet* jsme toto pochybení nezaznamenali.

Přirozenou součástí spontánního mluveného projevu je v obou podcastech dodatečné připojování větných členů do výpovědi a vkládání vsuvek, které orientují posluchače v promluvách. Rovněž ve výpovědích nacházíme nemotivované odchylky od větné stavby, jako je anakolut nebo atrakce. Vinou těchto stylistických nedostatků vznikají defektní, nesrozumitelné výpovědi, ve kterých se posluchač může hůře orientovat.

V promluvách dochází k častým přeroknutím a následným opravám, k práci s jazykovým managementem v těchto případech dochází u všech mluvčích. Korekci nespisovnosti se však nevěnuje mimo Zuzanu žádný z podcasterů, ta takto projevuje svůj respekt a kladný vztah k českému jazyku. Ivana, Tereza i Kovy využívají oba jazykové útvary téměř rovnoměrně a funkčně se s nimi snaží pracovat, aby se přiblížili svému divákovi. Projevy jazykové diglosie jsou v *Buchtách* i v *LINCE* velice výrazné a z hlediska neformálnosti projevů do určité míry akceptovatelné.

Zhodnotíme-li celkovou jazykovou úroveň *Buchet*, Zuzanina snaha dodržovat normy spisovné češtiny a respekt k jazyku vyvažuje Ivaniny nedostatky způsobené užíváním obecněčeských tvarů slov. Zuzana splňuje požadavky kladené na mluvčího celonárodního rozhlasového vysílání a dokazuje, že zábavný obsah v uvolněné přátelské atmosféře lze tvořit i s využitím spisovné češtiny, a i tento typ projevu v lifestylovém médiu může být velmi kultivovaný.

Podcasteři *LINKY* se neprojevují jako profesionální mluvčí, mluví spolu na úrovni běžné neformální soukromé komunikace, a tím se přizpůsobují nejbližšímu jazyku svého publika. Přestože od nich posluchači spisovný projev neočekávají, jsou to právě influenceři, kteří mají na své mladší publikum obrovský vliv a v rámci edukačního záměru podcastu mají možnost popularizovat spisovný jazyk a zlepšit jazykovou úroveň budoucích generací.

Analýza nám potvrdila náš původní předpoklad, že podcasty médií veřejné služby dosahují vyšší jazykové úrovně, což společnost také předpokládá. Překvapivé bylo zjištění, jak propastný rozdíl v úrovni jazyka je mezi zkoumanými podcasty – *Studem N* a *LINKOU*. Oba zmíněné podcastové pořady by bylo možné dále analyzovat, a to z hlediska jazykové úrovně hostů *Studia N*, která se nyní jeví jako silně podprůměrná, a dlouhodobějšího vývoje *LINKY*, či jiných influencerských podcastů, které jsou v českém podcastovém prostoru velmi oblíbené a jejichž jazyková úroveň by měla být zcela jistě vyšší.

Podcast je jako nový žánr české mediální scény stále oblíbenější u soukromých i veřejnoprávních médií. S eskalující popularitou u českých posluchačů roste i jeho marketingový potenciál, a může se tedy stát významným produktem českého mediálního trhu, jelikož pomalu začíná být po vzoru západního světa monetizován.

Seznam použitých zdrojů

BERMEL, N. O tzv. české diglosii v současném světě. *Slovo a slovesnost*, 2010, roč. 71, č.1, s. 5–30. ISSN 0037-7031.

BONINI, T. The ‚Second Age‘ of Podcasting: reframing Podcasting as a New Digital Mass Medium. *Quaderns del CAC*, 2015, roč. 18, s. 21–30. ISSN 2014-2242.

ČECHOVÁ, M. *Čeština – řeč a jazyk*. 3. uprav. a rozš. vyd. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 2011. ISBN 978-80-7235-413-9.

ČECHOVÁ, M., KRČMOVÁ, M., MINÁŘOVÁ, E. *Současná stylistika*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2008. ISBN 978-80-7106-961-4.

ČMEJRKOVÁ, S. Jazykové vědomí a jazyková praxe českých mluvčích: jazykový management v mediálních projevech. In: *Přednášky z 54. běhu LŠSS*. Praha: FFUK, 2011, s. 14–25. ISBN 978-80-7308-359-5.

HANSON, R. E. *Mass communication: living in a media world*. 7. vyd. SAGE Publication, 2019. ISBN 978-15-4433-234-5.

SPINELLI, M., DANN, L. *Podcasting. The Audio Media Revolution*. London: Bloomsbery Publishing, 2019. ISBN 978-1-5013-2866-4.

PALKOVÁ, Z. Výslovnost rozhlasových mluvčích. *Naše řeč*, 1982, roč. 65, č. 4, s. 186–196. ISSN 0027-8203.

University of Minnesota. *Understanding Media and Culture: An Introduction to Mass Communication*. Minnesota: University of Minnesota Libraries Publishing, 2016. ISBN 978-19-4613-526-1.

Internetové zdroje

Podcast roku [online]. [vid. 2022-02-24]. Dostupné z: <https://www.podcastroku.cz/archiv>

Cambridge International Dictionary of English [online]. [vid. 2022-01-15] Dostupné z: <https://dictionary.cambridge.org/>

Co jsou podcasty? Přesně to ví jen čtvrtina Čechů na internetu. In: *Médiář.cz* [online]. 2020-12-08 [vid. 2022-02-24]. ISSN 1804-7238. Dostupné z: <https://www.mediar.cz/co-jsou-podcasty-presne-to-vi-jen-ctvrtina-cechu-na-internetu/>

HAMMERSLEY, B. Audible revolution. In: *The Guardian* [online]. 2004-02-12 [vid. 2021-11-20]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/media/2004/feb/12/broadcasting.digitalmedia>

KARLÍK, P., NEKULA, M., PLESKALOVÁ, J., eds. *CzechEncy – Nový encyklopedický slovník češtiny online* [online]. [vid. 2022-03-19]. Dostupné z: <https://www.czechency.org/>

KRČMÁŘOVÁ, M. Funkční styl. In: KARLÍK, P., NEKULA, M., PLESKALOVÁ, J., eds. *CzechEncy – Nový encyklopedický slovník češtiny online* [online]. [vid. 2022-01-07]. Dostupné z: [https://www.czechency.org/slovník/FUNKČNÍ STYL](https://www.czechency.org/slovník/FUNKČNÍ_STYL)

KRČMÁŘOVÁ, M. Odborný styl. In: KARLÍK, P., NEKULA, M., PLESKALOVÁ, J., eds. *CzechEncy – Nový encyklopedický slovník češtiny online* [online]. [vid. 2022-01-07]. Dostupné z: [https://www.czechency.org/slovník/ODBORNÝ STYL](https://www.czechency.org/slovník/ODBORNÝ_STYL)

LINKA [online]. [vid. 2022-03-19]. Dostupné z: <https://linka.buzzsprout.com/>

MAREŠ, P. Umělecký styl. In: KARLÍK, P., NEKULA, M., PLESKALOVÁ, J., eds. *CzechEncy – Nový encyklopedický slovník češtiny online* [online]. [vid. 2022-01-07]. Dostupné z: [https://www.czechency.org/slovník/UMĚLECKÝ STYL](https://www.czechency.org/slovník/UMĚLECKÝ_STYL)

MENG, P. *Podcasting & Vodcasting: A white paper* [online]. Columbia: University of Missouri, 2005. [vid. 2021-11-20]. Dostupné z: <http://www.tfaoi.com/cm/3cm/3cm310.pdf>.

MINÁŘOVÁ, E. Stylotvorný faktor. In: KARLÍK, P., NEKULA, M., PLESKALOVÁ, J., eds. *CzechEncy – Nový encyklopedický slovník češtiny online* [online]. [vid. 2022-01-07]. Dostupné z: [https://www.czechency.org/slovník/STYLOTVORNÝ FAKTOR](https://www.czechency.org/slovník/STYLOTVORNÝ_FAKTOR)

MINÁŘOVÁ, E. Žurnalistický styl. In: KARLÍK, P., NEKULA, M., PLESKALOVÁ, J., eds. *CzechEncy – Nový encyklopedický slovník češtiny online* [online]. [vid. 2022-01-07]. Dostupné z: [https://www.czechency.org/slovník/ŽURNALISTICKÝ STYL](https://www.czechency.org/slovník/ŽURNALISTICKÝ_STYL)

NEKVAPIL, J. Jazykový management. In: KARLÍK, P., NEKULA, M., PLESKALOVÁ, J., eds. *CzechEncy – Nový encyklopedický slovník češtiny online* [online]. [vid. 2022-03-19]. Dostupné z: https://www.czechency.org/slovník/JAZYKOVÝ_MANAGEMENT

NEUSTUPNÝ, J. V., NEKVAPIL, J. Language management in the Czech Republic. *Current Issues in Language Planning* [online], 2003, roč. 4, č. 3 a 4, s. 181–366 [vid. 2022-03-05]. Dostupné z: <https://www.researchgate.net/publication/326878645>

Newton Media: Podcastů loni v Česku vzniklo více než tisíc. In: *Mediaguru.cz* [online]. 2021-06-09 [vid. 2022-03-13]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2021/06/newton-media-podcastu-loni-v-cesku-vzniklo-vice-nez-tisic/>

O pořadu Buchty. In: *Český rozhlas* [online]. [vid. 2022-03-19]. Dostupné z: <https://portal.rozhlas.cz/buchty-6669798/o-poradu>

O pořadu Vinohradská 12. In: *Český rozhlas* [online]. [vid. 2022-03-19]. Dostupné z: <https://plus.rozhlas.cz/podcast-vinohradska-12-7803828/o-poradu>

Oxford English Dictionary Online: The definitive record of the English language [on-line]. [vid. 2021-11-08]. Dostupné z: <https://www.oed.com/viewdictionaryentry/Entry/273003>

Podcast roku: Absolutním vítězem je Vinohradská 12. In: *Mediaguru.cz* [online]. 2021-06-17 [vid. 2022-03-13]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2021/06/podcast-roku-absolutnim-vitezem-je-vinohradska-12/>

Podcast Studio N. In: *Deník N* [online]. [vid. 2022-03-19]. Dostupné z: <https://denikn.cz/podcast-studio-n/>

Podcasty Českého rozhlasu. In: *Český rozhlas* [online]. [vid. 2022-02-23]. Dostupné z: <https://portal.rozhlas.cz/podcasty/porady?page=6>

ROŽÁNEK, F. Za zvuku eurovizních fanfár. In: *Médiář.cz* [online]. 2011-07-12 [vid. 2022-01-31]. ISSN 1804-7238. Dostupné z: <https://www.mediar.cz/za-zvuku-euroviznich-fanfar-vztah-cesky-rozhlas-internet-ebu/>

ZANDL, P. Podcast - revoluce v internetovém vysílání. In: *Lupa.cz: Server o českém Internetu* [online]. 2005-03-15 [vid. 2022-01-31]. ISSN 1213-0702. Dostupné z: <https://www.lupa.cz/clanky/podcast-revoluce-v-internetovem-vysilani/>