

Univerzita Palackého v Olomouci

Filozofická fakulta

Katedra mediálních a kulturních studií a žurnalistiky

Bakalářská diplomová práce

**Analýza českých podcastů o intimitě,
vztazích a sexu**

Analysis of Czech podcasts about intimacy, love and sex

Tereza Říhová

Vedoucí práce: Mgr. et Mgr. Karel Páral, Ph.D.

Olomouc 2024

Čestné Prohlášení

Tímto prohlašuji, že jsem tuto diplomovou práci zpracovala samostatně, pouze s využitím literatury a pramenů uvedených v této práci. Tato bakalářská práce obsahuje 84 350 znaků včetně mezer.

V Olomouci dne 25. dubna 2024

.....

Tereza Říhová

Poděkování

Na tomto místě bych ráda vyjádřila svou vděčnost Mgr. et. Mgr. Karlu Páralovi, Ph.D., za jeho trpělivost a cenné rady, které mi poskytl během vedení této práce. Také děkuji všem, především rodině a přátelům, kteří mě po celou dobu studia podporovali a byli mou oporou. Také chci poděkovat tvůrcům podcastů, že byli ochotni se mnou spolupracovat.

ANOTACE

Tato bakalářská práce si klade za cíl identifikovat rozdíly v tvorbě podcastů zaměřených na témata intimity a sexuality v závislosti na jejich příslušnosti k různým typům médií (veřejnoprávní, komerční, autorský podcast). Analyzovány jsou tři typy podcastů: veřejnoprávní *Pot*, komerční *Už budu!* a autorský *Šimrání*. Data pro analýzu byla získána prostřednictvím polostrukturovaných rozhovorů s tvůrci jednotlivých podcastů. Teoretická část práce se věnuje pojmu podcastu, jeho historii a technologickým aspektům. Zároveň se věnuje vztahu mezi podcastem a intimitou.

KLÍČOVÁ SLOVA

Podcast, podcasting, veřejnoprávní podcast, komerční podcast, autorský podcast, Český rozhlas, deník Blesk, Pot, Už budu!, Šimrání

SUMMARY

This bachelor thesis aims to identify the differences in the production of podcasts focused on the topics of intimacy and sexuality depending on their affiliation to different types of media (public, commercial, author podcast). Three types of podcasts are analyzed: the public podcast *Pot*, the commercial podcast *Už budu!* and the author podcast *Šimrání*. Data for the analysis were collected through semi-structured interviews with the creators of each podcast. The theoretical part of the thesis deals with the concept of podcast, its history and technological aspects. It also discusses the relationship between podcast and intimacy.

KEY WORDS

Podcast, podcasting, public podcast, commercial podcast, author podcast, Czech Radio, Blesk, Pot, Už budu!, Šimrání

Obsah

Úvod	6
1. Teoretická část	8
1.1. Podcast.....	8
1.2. Historie podcastu	12
1.3. Technologické předpoklady/potřeby	15
1.4. Podcast a intimita.....	19
1.5. Podcasty o intimitě, vztazích a sexu	20
2. Metodologická část	22
2.1. Kvalitativní výzkum	22
2.2. Polostrukturovaný rozhovor	23
2.3. Výzkumný vzorek.....	25
2.4. Sběr dat	26
3. Analytická část.....	28
3.1. Vznik podcastu	28
3.2. Výběr témat a hostů.....	29
3.3. Příprava/rešerše.....	32
3.4. Formát epizod	33
3.5. Nahrávací studio	34
3.6. Postprodukce.....	35
3.8. Předplatné	37
4. Shrnutí.....	39
Závěr.....	40
Seznam zdrojů.....	42
Seznam obrázků a tabulek.....	46

Úvod

V současném prostředí médií, které se neustále rozvíjí, existuje mnoho možností, jak komunikovat s publikem. Podcasty, ačkoliv existují již od roku 2004, zažily v posledních letech značný nárůst. Nárůst popularity těchto audio nahrávek umožňuje jejich hlubší analýzu a otevírá nové možnosti zkoumání jejich obsahu.

Tématem této práce je analýza českých podcastů věnujících se sexualitě a intimitě. Specificky budou vybrány tři podcasty: od veřejnoprávního média s názvem *Pot*, od soukromého média *Už budu!* a autorský podcast *Šimráni*. Práce si klade za cíl identifikovat rozdíly v tvorbě podcastů zaměřených na témata intimity a sexuality v závislosti na jejich příslušnosti k různým typům médií (veřejnoprávní, komerční, autorský podcast).

V teoretické části chce autorka vymezit pojem podcast. Jelikož stále není žádná ustálená definice, bude pracovat s vybranou literaturou, která jí pomůže s uchopením těchto pojmů. Zaměří se na spojitosti rádia a podcastů, zda mezi nimi existují rozdíly a shody. Dále se bude věnovat historii podcastů nejen ve světě, ale i v České republice. Jelikož během rozhovorů chce zjišťovat, jakou techniku a vybavení podcasteri používají při nahrávání epizod, bude se v teoretické části věnovat nahrávacím studiím, zaznamenávání zvuku a následné postprodukci. Podcasty jsou založeny na audio formátu, což znamená, že se posluchač věnuje pozornost pouze zvuku a hlasu mluvčího. Poslech proto vyžaduje plnou pozornost. Většinou si podcasty posluchači pouští prostřednictvím sluchátek a tím se vytváří jedinečný zvukový prostor, který může být vnímán velmi osobním způsobem. Podrobné rozhovory o tématech jako je intimita, sex nebo vztahy mohou posilovat pouto mezi moderátory a posluchači, a vytvářet tak pocit blízkosti. Závěrem se bude věnovat přímo podcastům o intimitě, sexualitě, vztahům.

V metodologické části se práce věnuje výzkumné metodě, sběru dat a výzkumnému vzorku. K získání dat byla zvolena kvalitativní metoda, a to polostrukturované rozhovory s autory podcastů. Díky tomu lze získat hlubší a komplexnější pochopení přístupu autorů k tvorbě podcastu. Polostrukturované rozhovory jsou vhodné pro zkoumání citlivých témat, protože respondentům dávají prostor pro sdílení vlastních zkušeností a myšlenek. Byly vybrány tři podcasty, které splňují dané parametry: podcasty se musí věnovat intimitě, lásce, sexualitě či vztahům; různorodost (veřejnoprávní podcast, podcast od soukromého média a autorský podcast); pravidelná periodicita (vydávání alespoň dvakrát do měsíce, minimálně vydaných patnáct dílů). Jedná se o tyto podcasty: *Pot*, *Už budu!*, *Šimráni*. Byla vytvořena osnova pro

průběh polostrukturovaných rozhovorů s tvůrci těchto podcastů, která zahrnuje klíčové otázky a témata k diskusi.

Analytická část zkoumá účel vzniku těchto podcastů, jejich tematické zaměření, strategie při vybírání hostů, formát a strukturu epizod, technické vybavení používané při nahrávání a postprodukční procesy. Pro dosažení těchto cílů budou položeny následující výzkumné otázky: Jaký přístup k tvorbě epizod volí veřejnoprávní, komerční a autorský podcast? Jaké jsou hlavní cíle a zaměření jednotlivých podcastů? Tato analýza umožní porovnat a zhodnotit specifické rysy a strategie tvorby podcastů různých typů médií.

Navzdory tomu, že podcasty začaly vznikat před dvaceti lety, bylo vytvořeno pouze omezené množství odborných publikací, které se věnují tomuto tématu. V České republice je malé množství těchto zdrojů. Proto jsou v práci využívány převážně zahraniční zdroje, které zahrnují studie, výzkumné články a publikace, které se přímo zabývají podcasty, jejich vývojem, formátem, obsahem. Tato práce by mohla posloužit jako podnět pro budoucí výzkumy v oblasti podcastů zabývajících se tematikou sexuality a intimity. Takové výzkumy by mohly přispět k lepšímu porozumění rostoucího fenoménu podcastingu a jeho role v kontextu sexuálního a intimního povědomí ve společnosti.

1. Teoretická část

1.1. Podcast

S rozvojem komunikačních technologií a s nástupem nových médií se objevil pojem podcast. Podle Manoviche (1999, s. 14) nová média zahrnují sjednocení mediálních technologií a digitální výpočetní techniky. To umožňuje přeměnu obrazů a zvuků z analogového kódu na kód digitální, který se mění na číselná data, která pak mohou být podrobena různým počítačovým operacím. Pavlíček (2010, s. 11) navíc dodává, že nová média jsou interaktivní a že podporují komunikaci nebo přímou zpětnou vazbu. Mezi příklady nových médií patří počítačové hry, webové stránky, sociální sítě, jako je Facebook či Instagram, digitální televize, podcasty.

Existuje mnoho definic podcastu, a jelikož se jedná o poměrně nový fenomén, není pro něj ustálená definice. „*Podcasting je technologie, která slouží k distribuci, příjmu a poslechu zvukového obsahu na vyžádání, který vytvářejí tradiční vydavatelé, jako je rozhlas, vydavatelství, novináři a vzdělávací instituce (školy, odborná školící střediska), stejně jako obsah vytvořený nezávislými rozhlasovými producenty, umělci a radioamatéry*“ (Bonini 2015, s. 21). Některé autory podcastů Madsen (2009, s. 1197) označuje jako nadšené, kvalifikované amatéry, kteří podle něho nemají žádné spojení s mediálními organizacemi. Tvůrce označuje jako „rádia, která fungují nezávisle a jsou vytvořena do it yourself (DIY)¹ způsobem“. V podobném duchu se o podcastingu vyjadřují i Dearman a Galloway (2005, s. 539), kteří podcast popsali jako „obchvatovou technologii“. Jedná se o příležitost, kterou mohou lidé využít při publikování obsahu, tím že obejdou celý zavedený rozhlasový průmysl. Stejným příkladem mohou být blogeri obcházejí tradiční tištěná média.

„*Pouhé zveřejňování zvukových souborů na webových stránkách není technicky vzato ‚podcasting‘. Tato praxe zahrnuje použití syndikačního softwaru (RSS) k automatickému stahování nových souborů uživatelům, kteří se přihlásí k odběru ‚kanálu‘*“ (Dearman a Galloway 2005, s. 536). Kanál RSS obsahuje informace o pořadu a jeho epizodách a předává je adresářům služeb, jako jsou Apple Podcasts nebo Spotify, pokaždé, když je zveřejněna nová epizoda (Hewitt 2018). Bez kanálu RSS by podcasty nebyly automaticky distribuovány na různé platformy, což by posluchačům ztěžovalo přístup k obsahu. Proto RSS kanály hrají

¹ Dalo by se přeložit jako „udělej si sám“.

zásadní roli v distribuci a dostupnosti obsahu podcastů. Více se RSS technologii věnuje podkapitola 1.3.4.

Existuje velké množství poslechových platforem, kam tvůrci přidávají svou podcastovou tvorbu. Spotify, jako jedna z předních globálních poslechových platforem, poskytuje uživatelům možnost nejen poslouchat hudbu, ale také přístup k široké škále podcastů. Některý obsah je dostupný zdarma, zatímco jiný vyžaduje placené předplatné pro plný přístup. Druhou významnou platformou v oblasti podcastů je Apple Podcasts, které jsou určeny pro zařízení s operačním systémem iOS. Podcasty jsou zde dostupné zdarma. Nicméně, jak uvádí Kos (2021), v roce 2021 Apple zavedl novou funkci předplatného pro podcasty, která umožňuje tvůrcům podcastů nabízet placený obsah. Platformami, jež také nabízejí poslech podcastů, jsou Google Podcasts, Pocket Casts a další.

Podcasty nejsou pouze zvukovým formátem, ale v dnešní době některé pořady nabízejí i audiovizuální formu. Existuje mnoho podcastů, jež kombinují zvuk a video. V České republice to jsou například Hype–Část, Čestmír Strakatý, Opravdové zločiny. Videopodcasty mohou být pro publikum méně pohodlné, protože vyžadují vizuální pozornost a nemohou být poslouchány na pozadí jako audio podcasty.

V České republice se podcasty stávají stále populárnějšími. Začátkem roku 2024 bylo mezi nejposlouchanějšími podcasty v České republice podle žebříčku² Spotify několik podcastů zaměřených na zločin (např. Opravdové zločiny nebo Kriminálka), zpravodajské podcasty, jako je Studio N nebo Vinohradská 12. Velký zájem byl projeven i o podcasty které tvoří influenceři³ např. Hype-Část, Kid Ajvn nebo FattyPillow příběhy.

1.1.1. Podcast a/vs rádio

Podcasting a rozhlas mají určité podobnosti, ale také zřetelné rozdíly. Jak popisují Dearman a Galloway (2005, s. 536), podcasting je často srovnáván s rádiem, ale je spíše druhem audioblogu než tradičním rozhlasovým vysíláním. Zatímco rozhlasové vysílání je často centrálně produkováno a posluchači jej přijímají současně, podcasting umožňuje individuální

² Jedná se o „žebříček podcastů“, který se nachází v aplikaci Spotify. Ukazuje vždy dvě stě aktuálně nejlepších podcastů podle počtu unikátních posluchačů a celkového počtu sledujících.

³ Osoba, která má schopnost ovlivňovat názory, chování nebo nákupní rozhodnutí velkého publika, obvykle díky své autoritě, odbornosti nebo osobnosti.

stahování zvukového obsahu podle preferencí posluchače. Přihlášení k odběru podcastových kanálů se podobá spíše odběru newsletteru⁴ než tradičnímu naladění rozhlasové stanice.

Mnoho podcastů bylo původně vytvořeno jako rozhlasové pořady, ale jsou dále šířeny jako podcasty, aby nabídly publiku další možnosti, jak se zapojit do obsahu podle vlastních podmínek a časového rozvrhu. Hlavní rozdíl mezi podcastem a rádiem spočívá ve formátu, obsahu a zapojení posluchačů. Rádio je médium typu one-to-many⁵, které se zaměřuje na obecnější publikum. Naproti tomu podcasty poskytují obsah, který je přizpůsoben potřebám a zájmům jednotlivých posluchačů (Berry 2016b). Ti vnímají podcasty jako autentičtější a mají k nim důvěrnější vztah ve srovnání s tradičním rozhlasovým vysíláním. Berry (2016a) upozorňuje, že podcasting vytvořil individualizovanější a personalizovanější sluchový zážitek ve srovnání s tradičním poslechem rádia.

Původně byly podcasty vnímány jako samostatná a často amatérská média, která se vyvíjela mimo tradiční mediální sféru (Bottomley 2015, s 166). Avšak postupem času vznikla celá řada podcastů, které produkovaly komerční i veřejnoprávní rádia. Postupně se začal vyvíjet trend, kdy rádio ztrácelo zájem mladé generace. Mnozí z nich se začali obracet k podcastům jako k alternativě, která jim poskytuje informace, zábavu či rozptýlení, což byly dříve hlavní důvody poslechu rádia. Tímto způsobem podcasty efektivně nahrazují tradiční roli rádia (Rime et al. 2022). Podcasty tak přinášejí nové možnosti a formy zvukového obsahu.

Tento vývoj naznačuje, že podcasting si získává stále větší popularitu a stává se důležitou součástí mediální krajiny, zatímco tradiční rozhlasové vysílání čelí výzvám spojeným s poklesem zájmu ze strany mladé generace. Rostoucí množství profesionálně produkováných podcastů a jejich schopnost poskytovat personalizovaný obsah posluchačům může být klíčovým faktorem pro budoucnost rádia.

1.1.2. Typy podcastů a jejich typologie

Existuje mnoho způsobů jak lze kategorizovat podcasty. Jejich rozdělení může být prováděno z různých úhlů pohledu. Tato práce se zabývá popisem tří typologií podcastů, a to podle témat, kterým se podcasty věnují, dále podle poskytovatele a formální struktury. Tyto tři přístupy pomáhají uspořádat a lépe pochopit různorodost podcastů. To zase posluchačům umožňuje se v tomto světě zorientovat a najít si obsah podle svých zájmů.

⁴ Newsletter je periodický emailový zpravodaj, který obsahuje informace, novinky nebo speciální nabídky určené pro předplatitele.

⁵ Český překlad: Jeden k mnoha.

Podcasty lze kategorizovat podle témat, kterým se věnují. První kategorií jsou informační podcasty, kde je prezentováno aktuální dění nebo faktické informace. Dalšími jsou rozvojové podcasty, věnující se osobnímu rozvoji a motivaci. Tematické podcasty se specializují na konkrétní oblasti, od vědy až po kulturu. Do této kategorie spadají i podcasty, věnující se intimitě, vztahům a sexu, kterými se tato práce zabývá. Poslední kategorií jsou vzdělávací podcasty, které nabízejí výukový obsah v různých oborech. Tato diferenciací témat umožňuje posluchačům nalézt obsah odpovídající jejich individuálním zájmům a preferencím. Mezi oblíbené žánry podcastů patří zpravodajství, politika, skutečné zločiny, komedie, věda, popkultura, zdraví/fitness, sport, finance, životní styl či intimita.

Další způsob, jak rozdělit podcasty, je podle zprostředkovatele. První skupinou jsou nezávislí tvůrci, kteří produkují a distribuují svůj vlastní obsah bez podpory nějaké organizace. Nezávislé tvůrce podcastů může vést vášeň pro určité téma, touha podělit se o své odborné znalosti nebo potřeba vyjádřit svou kreativitu. Jejich činnost často vychází z vnitřní motivace, jako je osobní zájem či vášeň pro dané téma, což je hnací silou pro tvorbu obsahu bez závislosti na komerčních motivacích. Nezávislí tvůrci podcastů mohou svůj obsah zpeněžit různými způsoby, například sponzorstvím, dary nebo prodejem produktů (Quirk 2015). Druhou skupinou jsou podcasty spadající pod organizaci. Ať už se jedná o soukromá či veřejnoprávní média, instituce nebo firmy. Podcasty vytvořené touto cestou mohou otevřít dveře k širokému spektru obsahu, prohloubit složitá témata, rozšířit dosah problematiky a přinést nové zdroje příjmů (Newman a Gallo 2019, s. 5).

Podcasty mohou být dále klasifikovány na základě jejich formální struktury, která zahrnuje různé formáty a organizační schémata. Mezi nejoblíbenější formáty podcastů patří rozhovorové podcasty, kde moderátor/moderátoři vyzpovídávají hosty. Diskusní podcasty se naopak zaměřují na interaktivní rozhovory moderátorů o specifických tématech nebo problémech. Diskuze se mohou účastnit i hosté. Formát vyprávění příběhů charakterizuje podcasty, které se věnují fikčním nebo reálným příběhům, sdílení osobních zkušeností. Podcasty s bohatší narativní strukturou rozšiřují tuto kategorii o obsah s více vyprávěními nebo segmenty v rámci jedné epizody (Osborne 2023). Tento výčet není vyčerpávající. Obvyklé je také využívání více formátů v rámci podcastu.

1.2. Historie podcastu

Podcasting je relativně mladý fenomén, ale rychle získal značnou popularitu. Jeho historie je úzce spjata s rozvojem technologií, jako je RSS či vývojem přehrávačů MP3 i s rostoucí touhou po svobodném a nezávislém obsahu.

Vznik podcastingu je vzájemně propojen s třemi klíčovými osobnostmi. Dave Winer, vývojář softwaru, se zasloužil o rozvoj RSS a v roce 2001 navrhl specifikaci pro přidání netextových souborů (audio, obrázky) k RSS kanálům. Christopher Lydon, mediální osobnost, využil Winerovu technologii RSS ke sdílení online rozhovorů, které nahrával na svůj blog, po propuštění z rozhlasu. Posledním je Adam Curry, bývalý moderátor MTV a počítačový nadšenec, který rozpoznal potenciál v Lydonových rozhovorech a vyvinul software iPodder pro přednos audio souborů do iPodů (Sterne et al. 2008). Winner tak poskytl technické zázemí, Lydon obsah a Curry platformu pro distribuci a konzumaci podcastů. Díky jejich spolupráci se podcasting stal dostupným širokému publiku.

Termín „podcasting“ byl poprvé zaznamenán v únoru 2004. Britský novinář Ben Hammersley použil tuto formulaci ve svém článku⁶ pro deník The Guardian, když se snažil tento nový fenomén popsat. Jedná se o spojení slov „broadcast“ (anglický výraz pro vysílání) a „pod“ (název přenosného přehrávače iPod firmy Apple).

Nový fenomén, podcast, se začal stávat čím dál více oblíbený. V roce 2005 jej The New Oxford American Dictionary⁷ označil za „slovo roku“ (Rime et al. 2022). Společnost Apple se stala klíčovým hráčem v popularizaci podcastů. Kromě masového rozšíření iPodů, ideálních pro konzumaci audio obsahu, integrovala společnost v červnu 2005 do svého populárního softwaru iTunes funkci pro vyhledávání, odběr a automatické stahování podcastů (Bottomley 2015, s. 164). Tato inovace opět dopomohla k rozšíření podcastů široké veřejnosti, ale také usnadnila jejich používání, čímž významně podpořila růst popularity podcastingu.

V roce 2014 se objevil podcast s názvem *Serial*, zaměřený na skutečný zločin. Během několika prvních měsíců od jeho zveřejnění překonal všechny dosavadní rekordy v počtu stažení podcastů, když dosáhl pěti miliónů stažení v iTunes (Rime et al. 2022). „*Podcast Serial se stal žhavým tématem diskusí ve společenském prostředí, v tradičních médiích a snad*

⁶ Ben Hammersley: Audible revolution. In: TheGuardian.com. [online]. 2004 [cit. 20. 1. 2024]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/media/2004/feb/12/broadcasting.digitalmedia>

⁷ The New Oxford American Dictionary (NOAD) je jednosvazkový slovník americké angličtiny, který sestavili američtí redaktoři Oxford University Press.

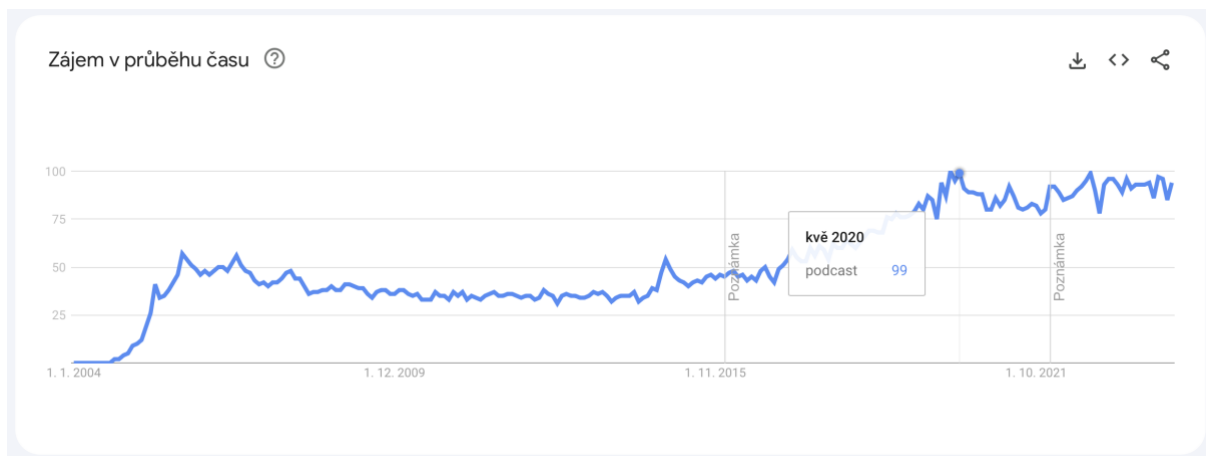
nejvýznamněji v řadě podcastů o podcastu. Tyto metapodcasty nabízely vlastní názory a reakce na jednotlivé epizody způsobem, který se dříve (v takové míře) v tomto médiu nevyskytoval“ (Berry 2015, s. 171).

1.2.1. Vývoj trendu

Během let se významně změnilo nejen postavení podcastů, ale také jejich počet a četnost poslechnů. V roce 2004 bylo na internetu k dispozici méně než 1 000 podcastů. Avšak následoval rychlý nárůst, kdy v roce 2006 dosáhl počet aktivních podcastů 26 000, a v roce 2008 již 43 000. V roce 2022 jen platforma Apple Podcast nabízela více než 1 000 000 aktivních podcastů a od roku 2005 do 2022 dosáhly celkové streamy nebo stahování epizod více než 50 miliard. Tento rychlý růst lze přičíst rozvoji technologií, rostoucímu vlastnictví mobilních telefonů a dalších zařízení, a také zlepšené dostupnosti bezdrátového internetu (Casares Jr. 2022, s. 2). V roce 2023 poslouchalo podcasty více než 464 miliónů lidí. Předpokládá se pro rok 2024, že počet posluchačů dosáhne až 504,9 miliónů (Götting 2023). Tento trend ukazuje, že podcasty se nejen vyvíjí, ale také se mění preference a chování posluchačů. Očekává se, že budou stále populárnější a budou sloužit jako zdroj informací a zábavy pro miliony lidí po celém světě.

V této práci nelze opomenout pandemii covid-19, která postihla i podcastový průmysl. Během pandemie covidu-19 se objevila nová vlna podcastů, které se zaměřily právě na tuto nemoc. V mnoha zemích média začala využívat podcasty jako další prostředek k šíření informací o pandemii. Tato forma médií získávala stále větší popularitu mezi publikem, což ukazuje na to, že lidé hledali nové způsoby, jak získat důvěryhodné informace, které jim pomohou lépe porozumět situaci a rozhodovat se v ní. Podcasty tak poskytly platformu, kde se lidé mohli dozvědět o symptomech, šíření nemoci a způsobech ochrany, a přispěly tak k zajištění potřebné informovanosti veřejnosti (Bonix 2021, s. 92).

Na obrázku 2 (viz další stránka) je vidět, že zájem o podcasty začal vzrůstat na začátku pandemie a vyvrcholil v květnu 2020. Postupné upadání zájmu by mohlo být spojené s postupným rozvolňováním. Je zřejmé, že podcastový průmysl se stal klíčovým kanálem pro komunikaci a zábavu i v nejistých časech, ačkoli s sebou nesl výzvy spojené s technickou kvalitou. Tento trend naznačuje, že podcasty budou i nadále hrát významnou roli jako zdroj informací a zábavy pro miliony lidí po celém světě. To potvrzuje i fakt, že v současné době vzniká stále velké množství podcastů a čísla, která ukazují stále rostoucí počet posluchačů.



Obrázek 1: Vyhledávání slova "podcast" celosvětově
Zdroj: Google Trends

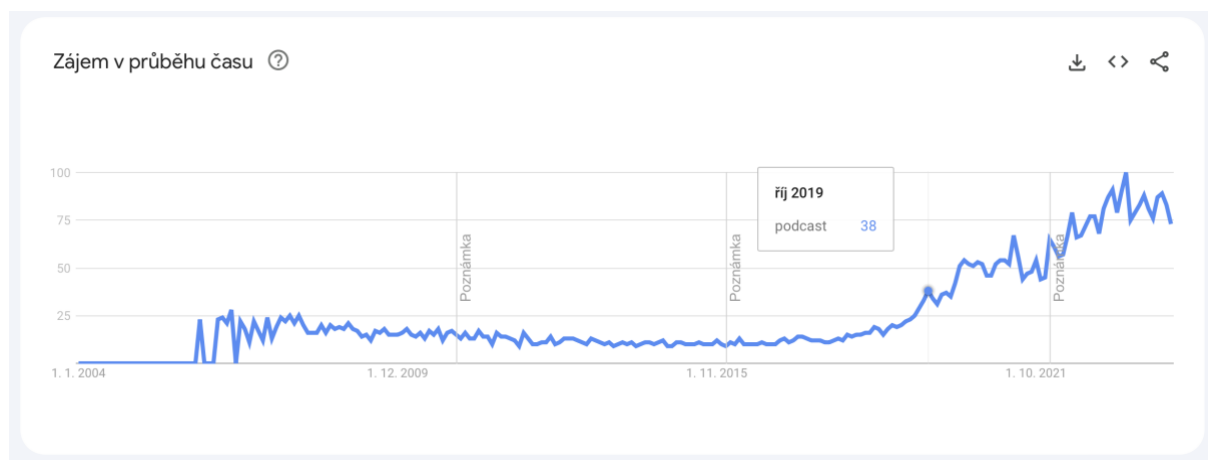
1.2.2. Česká republika

V roce 2005 napsal Patrik Zandl (2005), tehdejší šéfredaktor serveru Lupa.cz, vůbec první článek na téma podcasting v České republice. V článku se věnoval tomu, by mohly podcasty ohrozit tradiční média a změnit způsob, jakým se informace dostávají k publiku. Za první český podcast v pravém slova smyslu by se dal považovat podcast z roku 2006 od herního internetového magazínu Hrej.cz s názvem hPod, ve kterém redaktori rozebírali aktuality, nově vydané hry a podobně (Macich ml 2006). Podcast hPod je stále v provozu a vysílá dodnes.

V České republice hrál významnou roli při popularizaci podcastů Český rozhlas, i když ve své podstatě se nejednalo o „klasické“ podcasty. Místo toho rozhlas pouze poskytoval vybrané pořady online. Příkladem je Český rozhlas 6, který distribuoval pořady ve formátu MP3, avšak chyběl jim RSS feed. Proto Daniel Pedér přebíral pořady z rozhlasu a konvertoval je na serveru Infoset.com do formátu podcastu. Důležité je zdůraznit, že tato aktivita nebyla přímo prováděna rádiem, ale spíše se jednalo o iniciativu Daniela Pedéra. (Lér 2005) Další média začala postupně pracovat s podcasty a postupně se k nim začaly připojovat i firmy, blogeri a další nadšenci.

Český rozhlas představil svůj první podcast, který nebyl primárně vytvořený pro vysílání, v roce 2017. Tento audio projekt s názvem Zhasni! se zaměřil na téma sexuality a intimity mladých lidí (Radio Wave 2017). Momentálně Český rozhlas nabízí velký výběr podcastů. V roce 2019 dokonce přišel s vlastním audio portálem mujRozhlas, kde si mimo jiné mohou posluchači pustit všechny podcasty, které pod Českým rozhlasem vznikly a vznikají (Polák 2019). Ve stejném roce agentura Elite Bloggers otevřela nové podcastové studio, kde ze začátku vznikalo čtrnáct podcastů, které převážně tvořili influenceri a blogeri (Aust 2019). Na

Obrázku 2 můžeme pozorovat začátkem roku 2018 rostoucí zájem o podcasty, který vyvrcholil na podzim roku 2019. Toto období koresponduje nejen s otevřením studia Elite Bloggers, ale i se spuštěním aplikace mujRozhlas a prvním udílením cen Podcastu roku.



Obrázek 2: Vyhledávání slova "podcast" v České republice
Zdroj: Google Trends

Důkazem rostoucí popularity podcastů je i první udílení cen s názvem Podcast roku, které v roce 2019 odměnilo nejlepší české podcasty (Podcast roku 2019). Dalším příkladem je i přidání kategorie Podcast v roce 2022 na mezinárodní festival rozhlasové tvorby Prix Bohemia Radio (Turková 2022). Tyto události ukazují rostoucí uznání a začlenění podcastů v profesionálních kruzích mediálního a rozhlasového odvětví. Postupně se podcasty staly součástí nabídky nejen veřejnoprávních médií, ale také soukromých médií a nezávislých tvůrců obsahu. Mezi komerčními médii s rozsáhlou nabídkou podcastů vynikají Seznam Zprávy⁸, které se staly významným hráčem na trhu audio obsahu.

1.3. Technologické předpoklady/potřeby

1.3.1. Nahrávací studio a jeho vybavení

Cílem studia je vytvořit prostor, který bude akusticky upravený, pohodlný a vizuálně přitažlivý a zároveň funkční a efektivní pro nahrávání podcastů. Správná akustická úprava je pro nahrávání kvalitního zvuku zásadní. Místnost by měla být upravena tak, aby se zamezilo ozvěně, dozvuku a dalším nežádoucím zvukům. Dobré akustiky lze dosáhnout pomocí akustických panelů na stěnách a stropěch, a také například umístěním nábytku a dalších předmětů tak, aby minimalizovaly odraz zvuku. Důležité je také omezit okolní rušivé zvuky

⁸ Mezi nejposlouchanější podcasty patří 5:59, Ptám se já, Vlevo dole, Ve vatě.

a místnost odhlučnit například pěnovými panely, izolačními dekami apod (Brookes 2023; Didier 2022).

Kromě nezbytného softwaru pro nahrávání a úpravu zvuku jsou pro tvorbu podcastů důležité i hardwarové položky. Mezi ně patří mikrofony, mixážní pulty, reproduktory a sluchátka. Podle McLaughlin (2010) mikrofony představují klíčovou součást pro zachycení mluveného obsahu podcastu s vysokou kvalitou. Mixážní pulty mají za úkol efektivně kombinovat a směřovat různé zdroje zvuku. Tímto způsobem umožňují řídit tok zvuku do nahrávacího zařízení⁹, což dává uživatelům kontrolu nad kvalitou a vyvážeností zvuku. Díky mixážnímu pultu lze každý zdroj zvuku zapojit do vlastního kanálu s individuálním ovládním nastavení hlasitosti zařízení. Reproduktory a sluchátka jsou zásadní pro monitorování procesu nahrávání a následného poslechu. Tyto komponenty dohromady vytvářejí profesionální prostředí pro tvorbu podcastů, které zajišťuje vysokou kvalitu zvuku a konečný úspěšný výsledek.

Existuje vícero typů nahrávacích studií. Mnoho tvůrců začíná v domácím prostředí, kde vytvoří své vlastní malé studio ve svém bytě nebo domě. To může zahrnovat použití mikrofону, zvukové karty, počítače s nahrávacím softwarem a akustické úpravy místnosti pro minimalizaci ozvěny. Někteří tvůrci si pronajímají nebo mají přístup k profesionálním nahrávacím studiím. Tato studia mají vybavení vyšší kvality, včetně špičkových mikrofonů, mixážních pultů, izolačních místností apod. Podcastům, které vznikají pod médiiem, může být nabídnut přístup k interním nahrávacím studiím. Tato studia bývají vybavena profesionálním vybavením a mají profesionální tým, který může pomoci s postprodukčními úpravami (Clever 2006).

Kvalitní vybavení nahrávací studia a správná akustická úprava mají klíčový vliv na celkovou kvalitu zvuku podcastu. Profesionální vybavení přináší nejen technické výhody, jako je čistý zvuk, ale také posiluje důvěryhodnost a profesionalitu podcastu. Kvalitní zvuk umožňuje posluchačům plně se ponořit do obsahu podcastu a přispívá k celkovému pozitivnímu dojmu.

1.3.2. Zaznamenávání a zpracovávání zvuku

V dnešní době jedním z nejčastějších způsobů pro zaznamenání zvuku je použití digitálních audio rekordérů. Ty mohou být vestavěny do chytrých telefonů nebo do samotných zařízení, jako jsou třeba diktafony. Tyto rekordéry zachycují zvukové signály pomocí

⁹ Typickým příkladem jsou počítače.

mikrofonů a převádějí je na digitální formát, jako je MP3, FLAC nebo WAV. Další běžnou metodou je použití softwaru na záznam zvuku, který běží na počítačích nebo mobilních zařízeních. Záznamový software pracuje tak, že vzorkuje elektrické impulsy. Ty přijímá ze vstupních zvukových zařízení a ukládá vzorky jako digitální data. Některé softwary nejenže zaznamenávají zvuk, ale zároveň umožňují rovnou i jeho úpravu (Maag 2006). Podle Brookes (2023) jsou toto nejlepší softwary pro úpravu zvuku: Adobe Audition, Audacity, Acoustica Standard Edition, Hindenburg PRO 2, SOUND FORGE Audio Studio 17, Audiate a AudioMass. Výběr je čistě na uživateli podle toho jakého výsledku chce dosáhnout, jaký má rozpočet či jeho zkušenosti se zpracováváním zvuku.

1.3.3. Postprodukce a zvukové efekty podcastu

Po dokončení nahrávání zvuku se přechází k procesu postprodukce. *„Postprodukce je fází procesu tvorby podcastu, ve které se surové zvukové soubory čistí, kombinují a vylepšují, aby vznikla epizoda podcastu. Převádí soubor řeči, zvuků, hudby a dalších zvukových materiálů do uceleného, smysluplného a snad i přínosného zážitku pro posluchače“* (Cohen 2021, s. 1). Tento proces může mít na starosti buď samotní tvůrci podcastu nebo najatí střihači a technici. Existují také situace, že postprodukcí podcastu má na starosti technický tým média, pro který je podcast tvořen. Cohen (2021, s. 3) dále uvádí, že po odstranění zvukových nedostatků, přichází další krok, kterým je přidání hudby. U ní je potřeba, aby byla rovnoměrně a dobře kalibrovaná s úrovní nahraného zvuku.

Typickým zvukovým prvkem, který se nachází skoro v každém podcastu, je intro (úvod). Tento úvodní materiál představuje klíčový prvek, který zaujme posluchače a upoutá jejich pozornost k obsahu, který právě poslouchají. Může se jednat o monolog, který nahraje moderátor a tím téma uvede. Nebo v úvodu zazní zajímavá část z podcastu. Součástí intra bývá i znělka, anglicky jingle. Novák (©2016-2024) jingle popisuje jako krátký hudební úryvek nebo zvukový efekt, který slouží k identifikaci podcastu. Tyto audio sekvence jsou často charakteristické a přizpůsobené konkrétnímu podcastu, což přispívá k jeho rozpoznatelnosti a branding. Podle Rafajové (2017, s. 104) je klíčové při výběru hudby zvážít, o jaké se jedná téma. Hudba by měla reflektovat atmosféru a náladu obsahu, ať už má být negativní či pozitivní. Rovněž je podstatné zohlednit preference a očekávání cílové skupiny, aby hudba oslovila posluchače a přispěla k posílení zážitku z poslechu. Výběr hudby pro podcast vyžaduje zvážení jejího zdroje a dodržení autorských práv. V tomto ohledu se tvůrci podcastů často rozhodují mezi vytvořením vlastní hudby a zakoupením licencovaných skladeb.

Zvukové prvky, včetně hudby, mohou být strategicky použity k posílení celého podcastu, což vyžaduje úvahu nad strukturou a průběhem obsahu. Důležité je zvážit dramatický či klidný charakter jednotlivých částí a přizpůsobit hudbu tak, aby podpořila vybraný styl a posloužila jako efektivní nástroj k vyjádření emocí a atmosféry. Zvukovým efektům se věnuje následující odstavec. To samé tvrdí i Bowie (2012), která navíc říká, že intro by mělo trvat deset až třicet vteřin. Na závěr podcastu doporučuje, aby tvůrci použili outro. Ačkoliv není outro tak důležité jako intro, stále hraje významnou roli při uzavírání epizody. Obsah outra může být různorodý a zahrnovat různé prvky, jako jsou odkazy na zdroje, upoutávka na další epizodu či shrnutí epizody. Je doporučeno, aby podcast obsahoval nejen intro a outro, ale také hudbu na pozadí, předěly a další prvky, které přispívají k celkovému zážitku posluchače.

Posledním krokem postprodukce je export podcastu, který se týká uložení zvukového obsahu do finální podoby, která je připravena k distribuci a poslechu posluchači. Poté, co je obsah upraven a připraven, je exportován do finálního formátu. Tento formát může být typicky ve formě MP3 nebo jiného komprimovaného zvukového souboru, který zajišťuje relativně malou velikost souboru při zachování kvality zvuku. Některé platformy mohou používat například formát WAV. Během exportu mohou být přidána také metadata, jako je název epizody, popis, kategorie či autor. Tyto informace jsou důležité pro správnou identifikaci a kategorizaci podcastu. Poté, co je obsah exportován a metadata přidána, může být soubor nahrán na hostingovou platformu podcastu, jako je například Spotify či Apple Podcasts. Zde je soubor uložen a zpřístupněn pro posluchače (Morris et al. 2007, s. 180–183).

1.3.4. RSS technologie

V práci již bylo jednoduše vysvětleno, že RSS je důležitá technologie pro distribuci podcastů a automatický odběr nových epizod. Úvodem je potřeba zmínit, že zkratka RSS má vícero významů: Rich Site Summary/ Resource Description Framework Site Summary/ Really Simple Syndication (Pavlíček 2010, s. 100). Historie RSS sahá až do roku 1999, kdy první verzi RSS vytvořil Dan Libby ze společnosti Netscape. Nicméně teprve v roce 2002 se RSS rozšířilo, když deník New York Times začal na svých webových stránkách nabízet kanály RSS, což bylo považováno za „zlomový bod“ pro tento formát (Doree 2007, s. 57).

V roce 2005 začaly hlavní webové prohlížeče jako Mozilla Firefox, Microsoft Internet Explorer a Apple Safari integrovat technologii RSS přímo do svých produktů, což formát dále zpopularizovalo (Doree 2007, s. 57). RSS 2.0, což je nejrozšířenější verze RSS, představil v roce 2002 Dave Winer. Ta zachovala jednoduchost původní myšlenky RSS a zároveň zavedla

základní funkce, jako je podpora příloh, která umožnila zahrnout multimediální obsah, například podcasty (Chauhan 2023). RSS technologie přináší zásadní změny v přístupu k médiím. Zatímco tradiční média fungují na principu „pull“, kdy uživatel musí aktivně vyžádat obsah, tak pomocí RSS se média stávají „push“ médii, které obsah přímo doručuje uživatelům. (Pavlíček 2010, s. 99–100)

Princip fungování RSS spočívá v tom, že vydavatelé obsahu vytvářejí RSS kanály, do kterých pravidelně přidávají nové články, podcasty či jiný obsah. Tyto RSS kanály jsou pak zpřístupněny ve formě XML¹⁰ souborů na webových serverech. Uživatelé, kteří chtějí sledovat obsah daného vydavatele, mohou použít tzv. RSS čtečku, která pravidelně kontroluje tyto kanály a automaticky stahuje nový obsah. Když se na daném serveru objeví nový obsah, RSS kanál se aktualizuje a informuje čtečku o nových položkách. Uživatelé pak mohou jednoduše procházet nové obsahy přímo ve své RSS čtečce, aniž by museli navštěvovat jednotlivé servery. Tímto způsobem umožňuje RSS uživatelům efektivně sledovat a zpracovávat obsah z různých serverů na jednom místě (Chauhan 2023; Pavlíček 2010, s. 99–100). Díky technologii RSS mohou posluchači odebírat své oblíbené pořady a být informováni o jejich nových epizodách skoro okamžitě po jejich zveřejnění.

1.4. Podcast a intimita

Intimita je klíčovým tématem v nově vznikající literatuře o podcastu. Zvukové médium přímo implikuje možnost hovořit o intimních problémech, přičemž plně využívá anonymitu lidského hlasu (Hanáčková 2022, s. 64). Intimita hraje zásadní roli při utváření vztahů v podcastových komunitách. Podcasting zahrnuje konstrukt intimity různými způsoby, například prostřednictvím fyzické a časové blízkosti. To vytváří pocit blízkosti a propojení mezi posluchači a podcastery (Euritt 2023, s. 10; Berry 2016b). Intimita v podcastingu se netýká pouze fyzické nebo časové blízkosti, ale zahrnuje také afektivitu, budování komunity a vytváření stále přítomného sekundárního světa prostřednictvím dostupnosti obsahu na vyžádání (Euritt 2023, s. 28, 150).

V porovnání s tradičním rozhlasovým vysíláním posouvá podcasting koncept intimity na novou úroveň (Berry 2016a). Podcasty jsou vnímány jako velmi osobní forma médií, často spojovaná s poslechem přes sluchátka, což se zásadně liší od způsobu, jakým lidé poslouchají rádio. Právě poslech prostřednictvím sluchátek může pocit intimity umocňovat. „*Přestože jsou*

¹⁰ Textový soubor, ve kterém jsou informace v dokumentu obklopeny různými "značkami". Tyto značky obsahují metadata neboli informace o informacích obsažených v souboru XML.

podcasty vytvářeny pro mnoho lidí, běžně se poslouchají o samotě, kdy lidský hlas promlouvá k jednomu posluchači. Slyšet hlas z bezprostřední blízkosti, nahraný blízko mikrofonu, je intimní zážitek“ (Lindgren 2023, s. 708). Salvati (2015, s. 233–234) mluví o tom, že zapojení představitosti hraje klíčovou roli v poslechu podcastů, často díky živým a poutavým popisům a inovativnímu použití zvukových efektů. Tato kreativní práce přispívá k intenzivnějšímu zážitku pro posluchače, který je tím pádem pro ně více osobní, jelikož ho svou představitostí spoluutváří.

Navíc tvůrci podcastů si nacházejí své vlastní publikum, které se zajímá o konkrétní témata, což prohlubuje pocit intimního spojení mezi posluchači a tvůrci. Díky tomu se tvůrci mohou zaměřit na detailnější zkoumání tématu, jelikož se nemusí snažit zaujmout široké publikum. To v posluchači upevňuje pocit, že podcast je přizpůsoben přímo jemu a jeho zájmům. Lindgren (2021, s. 715) poznamenává, že se podcasty vyznačují osobnějším a přátelským přístupem k prezentaci obsahu, což se liší od tradičního novinářského přístupu, který zdůrazňuje objektivitu a oddělování faktů od hodnot. Oproti tomu podcasty často zahrnují prvky subjektivního vyprávění, které umožňují moderátorům a hostům vyjádřit své emoce a postoje. Tento přístup je podobný rozhlasu, kde někteří moderátoři zaujímají roli obyčejného a přátelského člověka.

1.5. Podcasty o intimitě, vztazích a sexu

Intimita, vztahy a sexualita jsou součástí lidského života a v dnešní společnosti hrají důležitou roli. Lidé se neustále snaží porozumět těmto tématům a zlepšit své interpersonální vztahy. Jak již bylo v práci několikrát uvedeno, podcasty se staly populárním formátem pro sdílení informací a diskuzi o široké škále témat. Nabízí přístupný a pohodlný způsob, jak se o těchto tématech dozvědět více. Podle studie (Keegan et al. 2023) mohou podcasty, jako například *The Sex Wrap*¹¹, hrát důležitou roli při sexuálním vzdělávání mladých lidí.

V zahraničí i v České republice existuje velké množství podcastů zaměřených na intimní témata a sexualitu. Na základě rešerše dostupných zdrojů jsem dospěla k závěru, že prvním zahraničním podcastem, který se této tematice věnoval, je *Savage Lovecast* moderovaný Danem Savagem. První epizoda byla zveřejněna 26. října 2006, čímž se podcast zařadil mezi průkopníky v daném žánru.

¹¹ The Sex Wrap je podcast o sexuálním zdraví, který byl vytvořen s cílem pomoci zaplnit mezeru v sexuální výchově

Mezi prvními podcasty, které se věnovaly sexualitě a intimitě v České republice, byl podcast *Zhasni!* od Českého rozhlasu. Podcast byl spuštěn v březnu 2017. Jedním z nejvíce populárních podcastů, který si klade za cíl lámat sexuální tabu, je *Vyhonit d'ábla*. Ten začal vznikat v roce 2019 a téměř okamžitě se stal velmi populárním. To dokazuje i fakt, že autorky, Zuzana Kašparová a Terézia Ferjančeková, vyhrály v roce 2020 cenu Podcast roku v kategorii autorský podcas (Rožánek 2020). Následně vznikla řada dalších podcastů, které se rovněž zaměřují na témata sexuality a vztahů. V roce 2020 například vznikl podcast *Šeptem, LOVE IS ON THE AIR* či *Sexuálna výchova* a další.

Podcasty, které budou analyzovány v praktické části, se zaměřují na téma intimity a zároveň jsou zpracovány intimním způsobem, s ohledem na specifika audiálního média. Podcast *Pot* se zaměřuje na otevřenou a autentickou diskuzi o sexualitě a intimitě. Moderátoři podcastu sdílí své vlastní zkušenosti, ale také si do některých epizod zvou experty či osobnosti, kteří se k těmto tématům vyjadřují. Další dva vybrané podcasty, *Už budu!* a *Šimráni*, fungují na podobném principu. V každé epizodě je moderátorka s hostem/hosty a baví se o jejich zkušenostech. Buď se jedná o odborníky nebo o lidi, kteří se věnují nějaké speciální činnosti a o ní v epizodě hovoří. Oba podcasty jsou tedy většinou rozhovory, kdežto *Pot* střídá dialog dvou moderátorů s rozhovory. Více informací o vybraných podcastech je uvedeno v metodologické části.

2. Metodologická část

Tento výzkum se opírá o metodu polostrukturovaných rozhovorů, která umožňuje detailní a hloubkové zkoumání přístupu tvůrců k tvorbě jejich podcastů. Tato metoda přináší možnost nejen získat informace o konkrétních aspektech tvorby epizod, ale také porozumět motivacím, strategiím a rozhodovacím procesům, které ovlivňují podobu a obsah jednotlivých dílů.

Práce si klade za cíl identifikovat rozdíly v tvorbě podcastů zaměřených na témata intimity a sexuality v závislosti na jejich příslušnosti k různým typům médií (veřejnoprávní, komerční, autorský podcast). Analytická část zkoumá účel vzniku těchto podcastů, jejich tematické zaměření, strategie při vybírání hostů, formát a strukturu epizod, technické vybavení používané při nahrávání a postprodukční procesy. Pro dosažení těchto cílů budou položeny následující výzkumné otázky: Jaký přístup k tvorbě epizod volí veřejnoprávní, komerční a autorský podcast? Jaké jsou hlavní cíle a zaměření jednotlivých podcastů?

2.1. Kvalitativní výzkum

Ve svém výzkumu jsem se rozhodla zvolit kvalitativní přístup, abych mohla co nejvíce otevřeně přistoupit k problematice a efektivně zachytit potenciální rozmanitost získaných poznatků. Definovat, co je kvalitativní výzkum, není jednoduché. Podle Hennink a spol. (2020, s. 8–9) lze říci v širokém slova smyslu, že se jedná o přístup, který umožňuje podrobně zkoumat zkušenosti lidí pomocí specifického souboru výzkumných metod, jako jsou například rozhovory či analýzy obsahu. Tento přístup umožňuje identifikovat problémy z pohledu účastníků a porozumět významům a interpretacím, které přiřkládají různým událostem, tématům atd.

Na počátku výzkumu se vybírá téma a stanovují se základní výzkumné otázky (viz kapitola výše). Tyto otázky v průběhu výzkumu mohou být upravovány nebo rozšiřovány. Kvalitativní výzkum je flexibilní a adaptabilní, což znamená, že výzkumník může reagovat na nové poznatky či otázky, které v průběhu studie vzniknou. Práce v terénu je klíčovým prvkem tohoto přístupu, protože umožňuje výzkumníkovi se setkávat s lidmi a pronikat hlouběji do kontextu zkoumané problematiky. Sběr dat a jejich analýza probíhají současně, což může zabírat delší časové období a vyžaduje trpělivost a důkladnost. (Hendl 2023, s. 47–48)

2.2. Polostrukturovaný rozhovor

Polostrukturovaný rozhovor je jednou z kvalitativních výzkumných metod, která kombinuje předem stanovený soubor otevřených otázek s možností tazatele dále zkoumat nebo sledovat nové směry dotazování na základě odpovědí dotazovaného. (Miovský 2006, s. 159; DiCicco-Bloom a Crabtree 2006, s. 315–316) Na rozdíl od strukturovaných rozhovorů s pevně stanovenými otázkami a nestrukturovaných rozhovorů s minimální kontrolou odpovědí, polostrukturované rozhovory dosahují rovnováhy tím, že poskytují tematický rámec a zároveň umožňují přirozenou konverzaci. Například může tazatel klást doplňující otázky nebo si ověřit, zda si správně interpretoval myšlenky respondenta, tím rozpracovává téma do hloubky. (Miovský 2006, s. 160)

Tazatel má možnost změnit pořadí otázek či témat, aniž by tím narušil strukturu rozhovoru, avšak je důležité zajistit, aby byly pokryty všechny klíčové oblasti zkoumání. V tomto smyslu je připravený soubor otázek nebo témat spíše oporou než pevným rámcem, kterého se tazatel musí přesně držet. Důležité je, aby byla zajištěna komplexní diskuse o zkoumaném tématu, a to bez nutnosti dodržovat přesné pořadí otázek. Tímto způsobem může být dosaženo hlubšího porozumění a objevení nových aspektů zkoumaného jevu. (Reichel 2009, s. 106) Například během rozhovoru s tvůrci pořadu *Pot* autorka upravila pořadí diskutovaných témat. Tento krok podnikla vzhledem k potřebě získat jasnější představu o formátu epizod vzhledem k dotazům týkajícím se obsahu pořadu a hostů. Po vyjasnění těchto záležitostí se přešlo k okruhu, který se týkal rešerše. Otázky ohledně nahrávacího studia, které v mnou vytvořeném pořadí okruhů byly nad těmito tématy, jsem tedy odložila na pozdější fázi rozhovoru.

Strukturované okruhy vybrané pro polostrukturovaný rozhovor při zkoumání podcastů jsou následující: vznik podcastu, obsah/témata, hosté, nahrávací studio (technické vybavení), příprava/rešerše, formát podcastu, postprodukce (stříh, sound design, publikování) a předplatné. Každý z těchto okruhů osvětluje různé aspekty tvorby podcastů a umožňuje analyzovat celý proces jejich vzniku a fungování. Vznik podcastu může poskytnout informace o motivaci tvůrců, jejich inspiraci a cílech. Obsah a témata odrážejí hlavní zájmy tvůrců a zaměření podcastu. Rozhovory s hosty mohou odhalit dynamiku a rozmanitost interakcí mezi tvůrci a jejich hosty. Otázky ke studiu a technickému vybavení umožňují nahlédnout do prostředí, ve kterém je podcast vytvářen, a získat přehled o technických aspektech produkce. Příprava odkrývá pracovní postupy a strategie, které tvůrci používají při přípravě jednotlivých epizod. Formát mapuje strukturu a formát jednotlivých epizod, zatímco diskuse o postprodukci

poskytuje vhled do procesu úpravy a finálního produktu. Nakonec, diskuse o předplatném ukáže, jak tvůrci přemýšlejí nad sdílením bonusového obsahu.

2.2.1. Struktura rozhovoru

Rozhovor byl strukturován do různých okruhů obsahujících klíčové otázky. V některých případech byly doplněny další dotazy, zejména pro podcastery, kteří spolupracují s médii, týkající se jejich pracovního vztahu s těmito médii. Nakonec byly položeny doplňující otázku tvůrkyni autorského podcastu, zda vnímá nějaké výhody a nevýhody spojené s tvorbou podcastu bez podpory médií.

- a) Vznik podcastu: Proč a jak podcast vznikl? Co je specifikum Vašeho podcastu?
- b) Výběr Témat: Jak vybíráte, o čem bude epizoda? Máte nějaká prioritní témata, kterým se věnujete? Existují témata, kterým se úmyslně vyhýbáte? *Doplňující otázka*: Je výběr témat čistě na Vás, nebo ho konzultujete s někým z média?
- c) Příprava/režerše: Jaký proces probíhá před nahráváním epizody? Děláte si režerši? Případně si ji děláte sami/sama nebo Vám někdo pomáhá? *Doplňující otázka*: Má médium možnost nahlédnout do Vašich režeršních materiálů?
- d) Formát podcastu: Jaký je typický formát epizod? Produkujete i nějaké speciální epizody?
- e) Nahrávací studio: Kde nahráváte? Jaké máte vybavení? Pomáhá Vám někdo se samotným nahráváním, nebo si vše obstaráváte sami?

Postprodukce

- f) Stříh: Kdo stříhá epizody? Jak dlouho trvá proces stříhu? Jaký používáte program?
- g) Sound design: Přidáváte do vašich epizod nějaké zvukové prvky typu znělka/intro/outro? Jakým způsobem jste případně tyto prvky získali (online databáze/interní zdroje média/vlastní výroba)?
- h) Publikování: Jakým způsobem jste rozhodli o čase a frekvenci publikování nových epizod? Jaké platformy a kanály využíváte k publikování a sdělení nové epizody? *Doplňující otázky*: Musí být finální verze epizody Vašeho podcastu schválena někým z Vašich nadřízených? Pomáhá Vám nějak médium, pod kterým tvoříte, sdílet nové epizody? Jak?
- i) Předplatné: Máte k dispozici placený obsah? Jaký placený obsah nabízíte?

2.3. Výzkumný vzorek

Autorka provedla rešerši české podcastové scény, aby měla přehled o existujících podcastech zaměřených na sexualitu a intimitu. Poté si stanovila kritéria, která podcasty musely splňovat. První se vztahovalo k periodicitě. Požadovala, aby podcasty vydávaly nové epizody minimálně dvakrát měsíčně a měly již vydaných minimálně 15 dílů, aby byla zajištěna dostatečná zkušenost v tvorbě obsahu.

Dalším kritériem bylo vybrat tři podcasty: od veřejnoprávního média, od soukromého média a autorský podcast. Výběr veřejnoprávního podcastu se zaměřením na sexualitu a intimitu byl jednoduchý. V té době existoval pouze jeden, který by splňoval všechna kritéria a byl jím podcast *Pot*. Rozhovor byl realizován s tvůrci, Eliškou Soukupovou a Karlem Vladykou. Při rozhodování mezi podcasty *Šimrání* a *Přirození*¹² se autorka nakonec rozhodla pro *Šimrání*. Tento podcast již znala a zajímalo ji, jak jeho tvůrkyně přistupuje k procesu jeho tvorby. Dohodla se na realizaci rozhovoru s Markétou Ostrou. V případě soukromého média, zvolila podcast *Už Budu!* od deníku Blesk. Tento výběr byl motivován zájmem o proces tvorby podcastu pod záštitou bulvárního média. Následně požádala moderátorku podcastu Zoryu Blue o rozhovor.

2.3.1. Pot

Pot je podcast, který vzniká pod záštitou stanice Českého rozhlasu Radia Wave. Nové epizody podcastu vychází většinou po sedmi dnech. První díl byl publikován 24. listopadu roku 2022. Všechny díly si posluchači můžou poslechnou nejen na webu Českého rozhlasu, ale i v aplikaci mujRozhlas nebo v dalších podcastových aplikacích, jako je Spotify. Autory jsou Eliška Soukupová a Karel Vladyka. „*Eliška je divadelní a filmová herečka, tančí na podpatcích a moderuje proudové vysílání na Radiu Wave. Karel taky moderuje proudové vysílání Wavu, vystupuje na pódiu nejen jako drag queen Just Karen, kromě toho se mu duše potí třeba u studia umění.*“ (Radio Wave 2022) Dramaturgyní podcastu je Terezie Jiráková, která má na starosti finální podobu epizod. Podcast je na webu Radia Wave (2022) představen jako hotcast věnující se tématům ohledně sexu, intimitě, emocím či tužbám s lidmi různých sexualit, genderů, profesí a preferencí. O těchto tématech mluví se zápalem a narovinu, ale hlavně citlivě. Hosty podcastu byli např. novinář Filip Titlbach, zpěvačka Nikola Mucha nebo psychoterapeutka Kateřina Severa Čížková.

¹² Český podcast Jana Sedláčka a Petra Soukupa, kteří diskutují o tom, jak to mají muži.

2.3.2. Už budu!

První epizoda podcastu *Už budu!* vyšla 4. listopadu 2022 a od té doby vychází každý týden v pátek. Jedná se o podcast českého bulvárního deníku Blesk, který si posluchači můžou poslechnout nejen v podcastových aplikacích, ale také si mohou pustit celý díl i s videem na Blesk PREMIUM+¹³. Podcast moderuje burleska Katarzyna Byrtek alias Zorya Blue¹⁴, která v každém díle představí nějakého hosta nebo hosty, se kterými probírá nejen o orgasmech, erotických hračkách, ale třeba i o nevšedních choutkách. Mezi hosty byli např. manželé Martínkovi, kteří provozují v Babiččině údolí BDSM penzion nebo burleska Rocky Růž, s kterou se moderátorka bavila o randění. Koncem roku 2023 autorka Zoyra Blue pokřtila svoji knihu *Už budeš? Kniha moderní sexuality*.

2.3.3. Šimrání

Šimrání je autorským podcastem Markéty Ostré¹⁵, která si do svých epizod zve hosty, s kterými odhaluje neobvyklé aspekty intimního života. Podcast začal vycházet v červenci roku 2021. Bývá pravidlem, že v každém dílu si autorka pozve hosta/hosty a povídá si s ním/nimi o různých tématech, které se týkají rozkoše, komunikace ve vztazích či o swingers party. Všechny díly jsou k dispozici na podcastových aplikacích. Na Spotify nabízí možnost předplatného, díky kterému si odběratelé mohou poslechnout všechny epizody, včetně těch bonusových. Začátkem roku 2023 se Markéta Ostrá spojila s časopisem Heroine¹⁶ a vytvořili speciální podcastovou sérii s názvem Rozkoš. „*Ve třech epizodách a jednom bonusovém díle posluchačstvo vede (pozn. Markéta Ostrá) na orgie, ukazuje nekonformní podoby vztahů, odkrývá, jak vypadá sexuální život žen nad padesát let a částečně odhaluje i něco ze svého soukromí.*“ (Heroine 2023)

2.4. Sběr dat

Po výběru podcastů jsem podnikla kroky k navázání kontaktu s tvůrci za účelem získání povolení k provedení rozhovoru. Kontaktní údaje tvůrkyně podcastu *Šimrání* jsem získala prostřednictvím oficiálních webových stránek podcastu. Následně jsem jí oslovila e-mailem, v němž jsem stručně popsala účel mého rozhovoru a požádala o možnost spolupráce. Po obdržení pozitivní odpovědi jsem s ní dohodla termín rozhovoru, který vyhovoval oběma

¹³ Jedná se o předplatné deníku Blesk.

¹⁴ Zorya Blue je pseudonym, který používá jak v mediálním prostředí, tak i ve svém podcastu. V této práci budu uvádět tento pseudonym, abych respektovala její preferovanou identitu v rámci mediálního prostředí.

¹⁵ Autorka si nepřeje uvádět své příjmení online, proto používá pseudonym Ostrá.

¹⁶ Heorine je lifestyleový časopis pro ženy.

stranám. Podobně jsem postupovala i při kontaktování tvůrkyně podcastu *Už budu!*, kde jsem opět našla kontaktní informace na jejich oficiálních webových stránkách.

Obtíže jsem zažila při získávání kontaktu s tvůrci podcastu *Pot*, jelikož jejich kontaktní údaje nebyly veřejně dostupné. Po neúspěšném pokusu kontaktovat je prostřednictvím sociální sítě Instagram jsem zkusila hledat jejich pracovní e-mailové adresy ve strukturách Českého rozhlasu, což se nakonec ukázalo jako úspěšná strategie. Po obdržení jejich souhlasu jsme se snažili domluvit termín. Komplikací v procesu jednání bylo, že jeden z tvůrců se v daném období nacházel na stáži ve Spojených státech. Tento fakt znemožnil snadnou domluvu ohledně data a času konání rozhovoru. Nicméně nakonec se podařilo najít vhodný termín pro realizaci rozhovoru.

Rozhovor s tvůrci podcastu *Pot* se uskutečnil prostřednictvím online platformy Google Meet, což bylo způsobeno absencí jednoho z tvůrců z důvodu stáže v zahraničí. Během této schůzky jsem zároveň nahrávala rozhovor jak na telefonu, tak i na počítači, abych měla duplicitní záznamy zvuku jako zálohu v případě technických problémů. Stejný postup byl uplatněn i při rozhovoru s Ostrou ze *Šimráni*, který proběhl online prostřednictvím platformy Google Meet bez jakýchkoli technických komplikací. Ostrá se mě zeptala, zda by bylo možné uskutečnit rozhovor online, jelikož by to pro ni bylo jednodušší, a tak jsem jejímu přání vyhověla. S tvůrkyní Zoryou Blue z podcastu *Už budu!* jsme se domluvily na osobní schůzce v Praze. Avšak vzhledem k jejím dalším pracovním závazkům, které jí omezily čas, jsme se musely přizpůsobit a rozhovor proběhl v kavárně, kde měla Zorya Blue další schůzky. Vzhledem k informaci, že se moderátorka nepodílí na postprodukcí a existuje pro tuto činnost podcastový tým Blesku, bylo nezbytné najít způsob, jak se s nimi spojit. Nakonec jsme se domluvily, že otázky týkající se této problematiky budou předány týmu prostřednictvím emailu. Délka všech rozhovorů se pohybovala kolem standardní hodnoty přibližně 45 minut a s výjimkou několika drobných komplikací proběhlo vše bez problémů.

Během sběru dat jsem pozorovala silné prolínání mezi dvěma okruhy, výběr témat a výběr hostů, což mě vedlo k rozhodnutí spojit tyto dva prvky při analýze. S výjimkou jednoho podcastu bylo zjevné, že výběr témat často souvisí s výběrem vhodných hostů. Díky rozhovorům jsem následně identifikovala nový okruh, který jsem původně nezohledňovala, a to anonymita hostů. Doplnila jsem tedy ještě okruh anonymita hostů, kde jsem porovnávala, jak jednotlivé podcasty zajišťují nebo nezajišťují anonymitu pro hosty.

3. Analytická část

S pomocí polostrukturovaných rozhovorů jsem shromáždila data, jež budu systematicky porovnávat a analyzovat s cílem identifikovat rozdíly mezi vybranými podcasty, které se věnují sexualitě, vztahům a intimitě.

3.1. Vznik podcastu

Z rozhovorů s tvůrci podcastů *Pot*, *Už Budu!* a *Šimráni* lze vyčíst, že existují různé motivace a způsoby, jak podcasty vznikají.

Podcast *Pot* vznikl díky šéfredaktořce Radia Wave Barboře Šichanové, která se rozhodla rozšířit nabídku podcastů o témata sexuality a intimity. Tvůrci, Eliška Soukupová a Karel Vladyka, byli vybráni kvůli svému otevřenému a přátelskému přístupu, který se hodil k danému tématu. Chtěli vytvořit podcast, který by jim umožnil mluvit o těchto tématech s nadhledem a autentičností, a tím by oslovili posluchače.

Podobně vznikl i podcast *Už budu!*. Podcast vzešel na podnět deníku Blesk, který chtěl rozšířit svou nabídku o podcast, který by se věnoval sexu, vztahům a intimitě. Nabídka pro Zoryu Blue, aby moderovala nový podcast, byla vytvořena na základě předchozí známosti s jednou z pracovnic deníku Blesk. Po domluvě na spolupráci Zorya Blue prosadila uvolněný styl podcastu, který by umožnil otevřenou diskuzi o intimních tématech s osobními zkušenostmi hostů.

Podcast *Šimráni* vznikl z touhy tvůrkyně Markéty Ostré po prozkoumání oblastí intimity a sexuality, které podle ní nebyly dostatečně pokryty v existujících podcastech. Chtěla se zaměřit na témata otevřených vztahů, nestandardních nastaveních ve vztazích a dalších intimních tématech. Měla příležitost zkusit tvořit obsah pod záštitou média, a to pro časopis *Heroine*, kde připravila podcastovou minisérii *Rozkoš*. Nicméně podle ní je práce na podcastu ve spolupráci s médiem mnohem složitější a náročnější. Pro ni je důležitá absolutní svoboda, kde nemusí řešit žádné clickbaitové titulky apod. Sama zdůrazňuje, že má čisté svědomí v prezentaci hostů a témat. Nevýhodu spatřuje v absenci finančního a technického zázemí.

Zatímco *Pot* a *Už budu!* vznikly na základě iniciativy médií a byly dále rozvíjeny ve spolupráci s tvůrci, *Šimráni* vzešlo z osobního zájmu tvůrkyně o daná témata. Tato rozmanitost v procesu vzniku reflektuje různorodost podmínek, za kterých mohou podcasty vznikat.

3.2. Výběr témat a hostů

Tvůrci podcastů přistupují k výběru témat a hostů pro své pořady individuálně, což reflektuje jejich jedinečný přístup k procesu tvorby obsahu a komunikaci s posluchači. Ostrá se spoléhá na svůj osobní zájem a instinkt při výběru témat i hostů pro svůj podcast. Její přístup je intuitivní a nestanovuje si striktní postup. Klíčovým motivem je pro ni otevřenost, která se odráží v autentických rozhovorech o různorodých tématech, jako jsou vztahy, intimita, zdraví a vzdělání. Neexistuje žádný pevný postup, a často se téma a hostitel vzájemně doplňují. Ostrá se snaží zajistit pestrost obsahu a cílem jejího podcastu je ukázat posluchačům různé aspekty sexuality a intimita.

Zorya Blue přistupuje k výběru témat svého podcastu s důrazem na posluchačské zájmy. Nejprve je vybráno téma epizody, a teprve poté se řeší výběr hosta. Ten může být vybrán na základě doporučení, osobní známosti nebo veřejné angažovanosti v dané problematice. Její prioritou je vybírat témata, která považuje za důležitá a zajímavá, a snaží se vyvážit různorodost témat. V některých případech se snaží ukázat obě strany diskutované problematiky, jak to udělala například při rozhovoru o pornoprůmyslu. V jedné epizodě poskytla prostor tvůrkyni na OnlyFans¹⁷, která hovořila o výhodách tvoření na této platformě, zejména o finančním přínosu. Zatímco v další epizodě byl hostem zakladatel projektu NePornu¹⁸, který upozorňoval na problematiku pornografie a vysvětloval, že sledování porna má svá úskalí.

Tvůrci podcastu *Pot* zdůrazňují důležitost otevřenosti a autenticity ve veřejnoprávním prostředí. Jejich cílem je destigmatizace témat týkajících se sexuality a intimita. Jejich rozhodování o výběru témat a hostů je založeno na osobním zájmu a úvaze o tom, zda dané téma může přinést užitek posluchačům. Snaží se vyvážit autentické vyjadřování s dodržováním veřejnoprávních standardů, což pro ně představuje výzvu. Mají sdílený dokument, do kterého zaznamenávají nápady na epizody, které by mohly vzniknout. Pokud nemají jasnou představu o tématu epizody, používají tento seznam jako zdroj inspirace. Rovněž se snaží prezentovat různé perspektivy u vybraných témat. Například při diskusi o HIV pozvali hosty z obou stran problematiky: odborníka, který hovořil o prevenci a léčbě, a jednotlivce, který s touto diagnózou žije.

¹⁷ OnlyFans je online platforma, kde tvůrci obsahu nabízejí svůj exkluzivní obsah svým odběratelům za poplatek, často spojený s erotickým obsahem.

¹⁸ Nestátní nezisková organizace, jejíž hlavním cílem je rozšiřovat povědomí o problematice pornografie a pomáhat lidem, kteří zápasí se závislostí na pornografii.

Zorya Blue zdůraznila, že témata obvykle projdou schválením u vedoucího podcastů a pokud vzniknou obavy, diskutuje se o nich. Je-li přesvědčená o důležitosti tématu, představí argumenty a s ostatními se dohodne. Soukupová a Vladyka původně konzultovali obsah epizod s redakcí, ale nyní už umí odhadnout, co by radši konzultovat měli a co nemusí. Například, když pozvali plastickou chirurgyni, museli konzultovat, jak přistupovat k otázce rozdílu mezi prací ve veřejné nemocnici a soukromé praxi.

3.2.1. Morální a etická dilemata při výběru témat a hostů

Všichni tvůrci podcastů zdůrazňují, že jedním z hlavních kritérií pro výběr témat jsou etické zásady. Zorya Blue konkrétně uvedla, že by neuskutečnila rozhovor s jedincem, který byl odsouzen za kuplířství. Soukupová z Potu zdůraznila, že by se vyhnuli rozhovoru s násilníkem či predátorem, kvůli obavě z inspirace podobných jedinců. Ostrá sdílí podobný postoj a přiklání se k poskytování prostoru obětem násilí a znásilnění, s ohledem na to, že musí mít své trauma zpracované.

Témata, kterým se tvůrci vyhýbají a nejsou v takové míře spojena s etickými otázkami, ale odvíjí se od morálních hodnot, jsou různá. U podcastu *Už budu!* jde o ezoteriku. Ostrá ze *Šimráni* hovoří o tom, že by měla osobní problém vytvořit epizodu o velkých plastických operacích. Sama ví, že by toto téma nedokázala objektivně zpracovat.

Soukupová a Vladyka uvažují o tom, že by rádi udělali epizodu o chemsexu¹⁹. To je aktuální a relevantní téma. Nicméně, otevřeně uznávají, že zpracování této problematiky ve veřejnoprávním médiu je obtížné. To je způsobeno stigmatem, které s chemsexem souvisí, a také možnými stížnostmi. Existuje obava, že diskutování o chemsexu by mohlo vyvolat kontroverze a narážet na hranici toho, co je přijatelné pro veřejnoprávní prostředí. Soukupová považuje práci pod veřejnoprávním médiem za cestu plnou výzev, ale má dobrý pocit, že může o sexualitě a intimitě mluvit v rozhlase a pomáhat posluchačům. Vladyka vidí práci ve veřejnoprávním médiu jako zajímavou možnost hledat hranice, ačkoli to může být občas náročné.

Pedofilie, jakožto složité sociální a psychologické téma, bylo předmětem zájmu Zoryi Blue a Ostré. Zorya Blue se v epizodě s pedofilem snažila ukázat na to, že pedofilie není automaticky spojena s tím, že dotyčný jedinec ubližuje dětem. Nicméně tuto epizodu bylo nezbytné projednat s vedením, protože existovaly obavy z potenciálního pobouření tématem.

¹⁹ Chemsex je praktika, při které se využívají drogy k povýšení sexuálních zážitků, často v souvislosti s anonymními sexuálními setkáními.

Naopak Ostrá, která nemá za sebou žádný mediální dům a ona sama je filtrem pro výběr témat, udělala epizodu s pedofilem bez váhání. Chtěla představit argument, že pedofilie může být spíše přirozenou preferencí, se kterou se člověk narodí. Její přístup byl více nezávislý a nezávisel na obavách z reakce veřejnosti nebo nějakého vedení.

3.3. Anonymita hostů

Všechny podcasty nabízí možnost anonymity hostů, každý k tomu má vlastní přístup. Tvůrci *Potu* standardně uvádějí u hosta jméno, příjmení a fotku. V případě, že host tak preferuje, má možnost uvést pouze své jméno nebo uměleckou přezdívku a nemusí sdílet svou fotografii. Možnost, kterou nabízejí, ale zatím ji nikdo nevyužil, je úplná změna jména s tím že se o tom musí obeznámit posluchačstvo.

Podcast *Už Budu!* musí řešit anonymitu i ve videích, která pořizují. Jednou z možností je buď rozmazání obličeje, což však není běžnou praxí, nebo umožnění hostům účastnit se rozhovoru v masce. Nejčastěji používaným postupem je umístění hosta zády ke kameře, čímž se zajišťuje, že pouze moderátorka je viditelná v průběhu rozhovoru. S hosty je diskutován důvod jejich anonymity. Například Zorya Blue uvedla, že by nechtěla dělat anonymitu jen kvůli tomu, že člověk má zajímavý sexuální příběh, ale nechce být vidět, kvůli tomu že učí na vysoké škole.

Velmi otevřený přístup k anonymitě má Ostrá. Ta se na začátku každého nahrávání hostů ptá, zda chtějí uvádět své skutečné jméno nebo být anonymní. Případně se lze domluvit na úpravě hlasu. Ostrá jména mění často a někdy ani neuvádí, že se nejedná o skutečné jméno. Pro ni jen podstatný hostům příběh, ne jeho jméno. Rozhovory stojí tedy na velké důvěře. Pokud host chce sdílet jakýkoliv jeho profil na sociálních sítích nemá s tím problém, ale není to hostovou povinností. Navíc Ostrá na instagramovém profilu *Šimrání* nezveřejňuje fotky hostů, ale spíše obrázky, které dokreslují epizodu.

Každý podast má svůj vlastní způsob zacházení s touto problematikou. *Pot*, *Šimrání* a *Už budu!* nabízejí různé možnosti, jak si hosté mohou zachovat svou anonymitu, ať už prostřednictvím změny jména, skrytí obličeje nebo dokonce úpravou hlasu. Přestože se základní přístup liší, společné je, že všichni tvůrci kladou důraz na respektování rozhodnutí hostů ohledně jejich anonymity a snaží se vytvořit komfortní prostředí, ve kterém se hosté mohou otevřeně vyjádřit bez obav z odhalení své totožnosti.

3.4. Příprava/rešerše

Před natáčením Ostrá a Zorya Blue neprovádějí rozsáhlou přípravu. Nepřipravují si otázky dopředu a nevytvářejí detailní scénáře. Obě tvůrkyně zdůrazňují, že jejich rozhovory nepotřebují pevně stanovenou strukturu. Hosté jsou více otevření, protože vědí, že se moderátoři předem nepřipravují a nevyhledávají detaily o nich. Obě moderátorky mají rozsáhlé zkušenosti v mnoha oblastech a dobře se vyznají v některých tématech. Díky tomu mají tušení, na co se mohou případně zeptat, a znají různé nuance a zákoutí diskutovaných témat.

Na začátku si Zorya Blue připravovala otázky dopředu, ale s časem získala zkušenosti a teď už většinou ví, jak chce rozhovor vést. Sice mívá v hlavě představu o tom, o čem by chtěla s hostem mluvit, ale nepracuje s žádnými napsanými poznámkami během rozhovoru. Dopředu nemusí nikomu říkat, jakou má vizi o rozhovoru. S vedoucím podcastů Blesku řeší pouze výběr témat. Ostrá také neprovádí žádnou přípravu na konkrétní otázky. Je pro ni důležité, aby se hosté cítili pohodlně a byli ochotni se otevřít o intimních věcech, což podle ní dosahuje tím, že se spíše snaží vést příjemný rozhovor než provádět výslech.

Rozdílný přístup oproti Ostré a Zorye Blue k přípravě a rešerši mají Soukupová s Vladykou. Sdílejí si společný dokument, ve kterém shromažďují informace o hostech. Aby práce byla efektivní, dohodli se, že na každého hosta se připravuje jeden z nich, přičemž se pravidelně střídají. Oba sledují již vzniklé rozhovory s hosty a čtou si materiály z webových stránek své stanice, Radia Wave, které poskytují odkazy na předchozí obsah nebo relevantní informace o hostech. Soukupová navíc využívá sociální síť Instagram, kde komunikuje se svými sledovateli, kteří jí poskytují zkušenosti nebo klíčové otázky na dané téma. V případě složitějších témat nebo neznámých hostů si samozřejmě oba udělají důkladnou přípravu. Ze začátku si dělali rešerši na jeden díl ona. Ale nyní díky dlouhodobé spolupráci jsou již sehraní a věří si, že příprava bude kvalitní, tudíž si ji ten druhý může přečíst až těsně před nahráváním. Připravenou rešerši nemusí posílat na kontrolu nikomu z média. Je to stejné jako při výběru témat, kontroluje se až nahrávka a v ní se případně vystříhávají nevhodné pasáže.

Co se týče sólových epizod, kde není host, oba moderátoři provádějí vlastní rešerši. Postup je podobný jako při přípravě epizod s hosty. Prohledávají internet a čtou si o daném tématu. Vladyka například často využívá Wikipedii k získání základních informací. Snaží se najít zajímavé články, které mohou být užitečné. Poté, co každý provede svou rešerši, sdílí ji ve společném dokumentu. Důležité je také určit, jakou roli bude každý z moderátorů zastávat. To ilustrují na příkladu epizody o sledování pornografie, kde Soukupová, která tento obsah

nesleduje, se zaměřila spíše na otázky a vyptávání, zatímco Vladyka, který pornografii sleduje, přinesl své zkušenosti a pohledy na dané téma.

Každý z těchto moderátorů má svůj unikátní přístup k přípravě a průběhu rozhovorů ve svém podcastu. Zatímco Ostrá a Zorya Blue preferují spontánní a neformální atmosféru bez pevně stanovených otázek či scénářů, Soukupová a Vladyka se spoléhají na detailní přípravu a společné dokumenty pro efektivní zajištění kvalitních rozhovorů. Přestože každý z nich uplatňuje odlišný přístup, jejich cíl zůstává stejný: zajistit zajímavé, autentické a otevřené rozhovory o různorodých tématech, které osloví jejich posluchače a přispějí k obohacení veřejné debaty o intimních i společenských tématech.

3.5. Formát epizod

Podcast *Už budu!* vyniká tím, že ve všech svých epizodách nabízí pouze rozhovory. Naopak Ostrá ze *Šimráni* se zaměřuje převážně na rozhovory s hosty, avšak vytváří i bonusové epizody. Tvůrci *Potu* dělají jak rozhovorové podcasty, tak ale i sólové díly, kde jsou pouze oni. Tento variabilní přístup k formátu podcastu umožňuje každému z nich se vyjádřit a oslovit své posluchače různými způsoby.

Zorya Blue zdůrazňuje, že podcast *Už budu!* by měl být kombinací informací, vzdělání a zábavy. Jejich formát je primárně rozhovorový, ale uvažují o přidání praktických informací k rozhovorům. Mají k dispozici nejen zvukový, ale i video záznam, takže by to nebyl problém. Jako příklad zmínila možnost, že hostka, která je dominou, by mohla ukázat některé praktiky, jako například svazování. Co se týče nějaké bulvárnosti, tak nemá nijak jasně stanovené, že by do deseti minut mělo zaznít něco kontroverzního. Ale přiznává, že nějaká otázka směrem k bulvárnosti by měla padnout. Nicméně, jejich záměrem není tlačit hosty k odpovědím za každou cenu.

Většina epizod podcastu *Šimráni* představuje rozhovory, jež začínají krátkým dotazníkem, který moderátorka Ostrá klade každému hostu. Bonusové epizody podcastu *Šimráni* mají různorodý formát a nevykazují jasně stanovenou strukturu. Některé z nich jsou spíše diskuzní než rozhovorové, kde Ostrá sdílí své zkušenosti a reflektuje i svůj osobní pohled. Netradičním příkladem je epizoda o webové stránce Amateri.cz²⁰, kde si Ostrá založila účet a sdílela své dojmy a zážitky. Dalším typem jsou narozeninové díly, kde je zpětně zhodnocen uplynulý rok.

²⁰ Jedná se o český webový portál, umožňující nahrávání vlastních erotických fotografií a videí.

Formáty epizod v podcastu Soukupové a Vladyky jsou různorodé a závisí na konkrétním tématu a jejich osobních zkušenostech. Zatímco některé díly jsou koncipovány jako diskuzní, kde tvůrci reflektují své názory a zkušenosti, jiné epizody zahrnují hosty, kteří přinášejí odborné znalosti či jiný pohled na dané téma. Rozhodování o formátu dílu závisí na tom, zda mají dostatek zkušeností a názorů na dané téma, či nikoliv. Pokud mají o tématu dostatek znalostí a osobních zkušeností, preferují diskuzní formát mezi sebou. Naopak, pokud se jedná o téma, které se dotýká pouze jednoho z nich nebo pokud si nejsou jisti svými znalostmi, hledají vhodného hosta, který by mohl přinést nový pohled na téma a rozšířit diskuzi. Při rozhovoru se snaží nejen moderovat, ale také sdílet své vlastní zkušenosti, což přispívá k uvolnění atmosféry a aktivní účasti hosta v rozhovoru. Takový volný formát umožňuje nejen posluchačům lépe porozumět tématu, ale také zpříjemňuje rozhovor.

3.6. Nahrávací studio

Podcasty *Pot* a *Už budu!* mají možnost využívat nahrávací prostory od médií pro tvorbu svých epizod. Soukupová a Vladyka využívají plně vybavené nahrávací studio Radia Wave, kde si sami zajišťují veškeré technické zázemí bez přítomnosti zvukového technika. Tato nezávislost jim umožňuje být autentičtější a uvolněnější během nahrávání.

Zorya Blue nahrává podcast v prostorách budovy Czech News Center (CNC)²¹, kde se nachází ateliérové studio. Jelikož podcast *Už budu!* má jak audio, tak i video verzi, je na nahrávání potřeba více techniky. Pro každé nahrávání je potřeba postavit celý ateliér se čtyřmi kamerami, světly a dalším vybavením, v podobě křesel pro moderátorku a hosta. Při natáčení je vždy přítomno několik lidí, včetně kameramana, zvukaře, moderátorky a někdy i šéfa podcastů. Na začátek se obvykle dostaví i fotograf. Všichni kromě moderátorky jsou zaměstnanci Blesku a mají na starosti i ostatní podcasty. Zorya Blue je externím zaměstnancem.

Ostrá, která nemá podporu žádného média, řeší nahrávání svého podcastu flexibilně a mobilně. Využívá k tomu speciálně vybavený kufřík s nahrávacím zařízením a čtyřmi mikrofony. Díky tomuto přenosnému vybavení může nahrávat kdekoli, kde je možné zajistit klidné prostředí pro rozhovor s hosty. Často nahrává přímo u hostů doma, avšak v případě nedostupnosti vhodného prostoru si pronajímá studio nebo využívá zasedací místnosti. Její flexibilní přístup umožňuje, že může nahrávat i v neobvyklých prostředích, jako jsou tetovací

²¹ Mediální dům, pod který spadá Blesk.

studia, masážní salóny, či dokonce studia pro natáčení pornografických filmů či BDSM sklepy. S nahrávacím kufříkem je schopná pracovat samostatně, bez potřeby někoho dalšího.

Různé způsoby, jak se podcasty nahrávají, ukazují, jak tvůrci umějí flexibilně pracovat s dostupnými možnostmi. Zatímco někteří mají k dispozici profesionální studio poskytnuté médiem, jiní se buď spoléhají na pronájem studia nebo si vytvářejí nahrávací prostory doma. Ostrá však zvolila více flexibilní přístup a její schopnost nahrávat v různých prostředích dodává jejím podcastům nečekanou autentičnost a originalitu.

3.7. Postprodukce

Ve fázi postprodukce se podcasty odlišují. Ostrá se stará o všechny kroky od stříhu až po publikování sama. Tvůrci *Potu* si řeší stříh i úpravy zvuku sami, ale Radio Wave by jim mělo poskytnout podporu v propagaci nových dělů. U podcastu *Už budu!* nastává odlišný proces, kde Zorya Blue se nepodílí na stříhu a dalších úpravách, pouze sdílí nové epizody na svých sociálních sítích. Všechny ostatní aspekty zajišťuje podcastový tým Blesku.

3.7.1. Stříh

Podobně ke stříhu přistupují tvůrci podcastů *Už budu!* a *Šimrání*. Oba podcasty dělají pouze kosmetické úpravy stříhu. Zorya Blue uvádí, že například zvuk spadnutého předmětu nebo smrkání jsou obvykle vystřiženy z nahrávky, avšak přeřeky zůstávají zachovány. Stříh zvuku pro podcastové platformy *Už budu!* má na starosti vždy zvukař a trvá to většinou tři hodiny. Stříh vide a úpravu zvuku pro video má většinou na starosti kameraman, který díl natáčel. Technici k úpravám a stříhu používají programy Adobe Premiere Pro a Adobe Audition, které mají k dispozici od média.

Stříh podcastu *Šimrání* má na starosti sama autorka. Zásah do audio nahrávky je minimální. Obvykle provede jen nezbytné úpravy, jako je odstranění nepříhodných jmen nebo informací na přání hosta. Pokud ale není potřeba nic stříhat, ponechá nahrávku v původní podobě a jen přidá potřebné zvukové efekty. S úpravou kvality zvuku jí pomáhá známý, zvukař, který ji pouze pošle upravenou nahrávku. Vladyka a Soukupová si také sami zajišťují stříh svých nahrávek. Střídají se v tom, kdo právě má na starosti úpravy. Vladyka využívá program SOUND FORGE, který má k dispozici v rozhlase a doma používá Audacity. Soukupová také preferuje SOUND FORGE k úpravám nahrávek.

3.7.2. Sound design

Každý z podcastů přistupuje k užívání zvukových prvků odlišně. Všechny tři podcasty ale spojuje použití znělky. Podcastu *Pot* ji nechalo vyrobit vedení rádia. Tvůrci jim pouze sdělili své požadavky, podle kterých ji vyrobili. Znělka k podcastu *Už budu!* byla získána z hudební banky a používá se na začátku a na konci. Jiné zvukové efekty se v podcastu nevyskytují. Ostré první znělku složil kamarád, ale nehodila se úplně k zaměření podcastu, jelikož byla velmi všeobecná. Od padesáté epizody má novou znělku, kterou ji složil posluchač.

Ostrá ve svých dílech využívá mimo znělky ještě jeden zvukový předěl, prásknutí bičem, kterým odděluje začátek a konec dotazníku. Podle ní není potřeba v podcastu používat mnoho zvukových efektů. Pro každou novou epizodu namlouvá zvlášť úvod a závěr, kde shrnuje aktuality za uplynulý týden. Jelikož předplatitelům poskytuje novou epizodu týden dopředu, tak vydává každý týden dvě epizody a k oběma namlouvá aktuální úvod a závěr.

Dalšími zvukovými prvky v podcastu *Pot* jsou předěly, které tvůrcům také vyrobilo vedení rádia. Tyto předěly používají zhruba každých pět až deset minut, vždy podle toho jak se to zrovna hodí. Od média mají jasně dané, že musí na začátku každé epizody dát disclaimer²². Posloupnost zvukových prvků je tedy následující: disclaimer, jingle (znělka), poté je samotná epizoda s předěly a na konci opět jingle.

3.7.3. Publikování

Všechny podcasty mají pravidelnou týdenní periodicitu, pokud nenastane výjimečná situace. Podcast *Šimráni* vychází každé pondělí v sedm ráno. V tento čas je zpřístupněna jak epizoda pro předplatitele, tak i pro ty, kteří nepředplácejí. Ostrá zveřejňuje své epizody přes Spotify a díky RSS feedu se nová epizoda automaticky dostane i na ostatní platformy pro poslech audia. Informace o nových epizodách sdílí na instagramovém profilu svého podcastu, kde také interaktivně zapojuje své posluchače pomocí různých anket a příspěvků.

Nové epizody podcastu *Už budu!* vychází pravidelně každý pátek. Audio záznam je dostupný na všech hlavních podcastových platformách. Současně se zveřejní dva články na webových stránkách Blesku.cz, které informují o obsahu podcastu. Zároveň se zveřejňuje video záznam pro předplatitele Blesk PREMIUM+. Pro propagaci nových epizod využívají jak Zorya Blue, tak i tým Blesku, profily na sociálních sítích.

²² Disclaimer je označení či varování, které informuje o možných omezeních či rizicích v pořadech.

Podcast *Pot* vychází pravidelně v sobotu večer v deset hodin na stanici Radia Wave a je rovněž dostupný na všech hlavních podcastových platformách. Díky svému vzniku pod Českým rozhlasem jsou nové epizody také zveřejňovány v aplikaci mujRozhlas. Tvůrci mají pevně stanovený počet repríz, které mohou udělat během jednoho roku. I když by jim mělo rádio pomoci s propagací nových děl, tvůrci zaznamenali nedostatečné promo od rozhlasu. Jejich hlavní formou propagace se tak stává sdílení nových epizod na vlastních instagramových profilech a články na webu Radia Wave, který si tvůrci píšou sami. Důvod minimálního sdílení od rozhlasu je prý proto, že stanice toho má nyní hodně a nestihá proto promovat všechny projekty. Tvůrci se domnívají, že tento minimální podíl promování ze strany rozhlasu může být způsoben citlivou tematikou, které se v podcastu věnují.

Od osobních profilů na sociálních sítích až po spolupráci s médiem, každý podcast má svůj vlastní přístup k propagaci a zveřejňování nových děl. I přes rozdíly ve způsobech propagace si všichni tvůrci uvědomují důležitost udržení pravidelné periodicity a aktivního zapojení posluchačů prostřednictvím sociálních médií, což pomáhá budovat komunitu kolem jejich podcastů.

3.8. Předplatné

Podcast *Pot*, vytvářený pod Českým rozhlasem, je financován z koncesionářských poplatků jako veřejnoprávní médium, a proto nemůže nabízet žádné předplatné nebo do svých epizod dávat reklamu. Ostatní podcasty nabízejí prémiový obsah za poplatek, avšak každý z nich k tomuto přistupuje odlišně.

Ostrá ze *Šimráni* nabízí měsíční předplatné na Spotify za 8,99 euro²³. Předplatné umožňuje získat nové epizody *Šimráni* s týdenním předstihem, neomezený přístup ke všem minulým epizodám a exkluzivní bonusové díly určené pouze pro předplatitele. Kromě audio obsahu mají předplatitelé možnost jednou za měsíc se připojit k online živému vysílání s Ostrou a občas i s hosty. Nedávno Ostrá zřídila Discord²⁴ server, kde existuje jeden kanál pro všechny uživatele, ale ostatní sekce jsou vyhrazeny pouze pro předplatitele. Zde se diskutuje o nových epizodách, tipech na události, lidé se mohou seznamovat, sdílet své zkušenosti a mnoho dalšího. Podle tvůrkyně hlavním benefitem pro předplatitele je přístup do této komunity.

Podcast *Už budu!* má odlišný přístup k předplatnému a prémiovému obsahu. Momentálně se zaměřuje pouze na poskytování video verzí epizod, avšak Zorya Blue naznačila,

²³ Po převodu na české koruny k datu 12. dubna 2024 činí částka 227 Kč.

²⁴ Discord je komunikační platforma pro komunity.

že v budoucnu mohou přibýt i další speciální díly. Tyto video verze jsou dostupné prostřednictvím měsíčního předplatného PREMIUM+, jehož cena je 199 korun českých. Zakoupením tohoto předplatného lze získat nejen přístup k bonusovému obsahu na webu Blesku, ale je také umožněn přístup na další online noviny a časopisy, které patří pod mediální dům CNC.

4. Shrnutí

Podcast *Pot*, který uvádějí Eliška Soukupová a Karel Vladyka, vznikl jako iniciativa šéfredaktorky Radia Wave. Podcast si klade za cíl nejen oslovit širokou veřejnost, ale i destigmatizovat témata týkající se sexuality a intimity. Oba moderátoři se snaží přinést do éteru rozhlasových vln autentické a otevřené diskuse. Příprava a rešerše na každou epizodu jsou důkladné a zajišťují kvalitní obsah. Tým tvůrců se střídá v psaní přípravy a rešerše na rozhovory. Přípravu na sólové epizody si každý dělá sám. Po nahrání ve studiu Radia Wave následuje postprodukce, kde se Vladyka a Soukupová střídají v úpravách svých nahrávek. Zvukové efekty jsou pečlivě vybírány a vytvářeny, přičemž každá epizoda má svou znělku a disclaimer. Publikování nových epizod je naplánováno na sobotní večer, a to nejen na stanici Radia Wave, ale i na různých podcastových platformách, včetně aplikace mujRozhlas. Propagace nových děl se provádí prostřednictvím sociálních médií, především prostřednictvím Instagramu, a také prostřednictvím vlastních článků na webu Radia Wave. Promo od Českého rozhlasu je minimální. Podcast *Pot* nenabízí žádný zpoplatněný obsah, jelikož je publikován veřejnoprávním médiem. Jeho financování je zajištěno z veřejných peněz, což umožňuje širokou dostupnost obsahu pro posluchače bez ohledu na jejich finanční situaci.

Podcast *Už budu!* s moderátorkou Zoryou Blue vznikl na základě iniciativy webu Blesk, který se rozhodl rozšířit svou podcastovou nabídku. Zorya Blue byla oslovena s nabídkou moderovat nový podcast a s nadšením ji přijala. Každá epizoda se zabývá pečlivě vybraným tématem, ke kterému autorka vybírá vhodného hosta a pozorně konzultuje s vedoucím podcastů Blesku. Anonymita hostů je respektována a důvod k ní je vždy zjišťován. Natáčení probíhá v ateliéru budovy CNC za přítomnosti kameramana a zvukaře. Nové epizody jsou pravidelně publikovány každý pátek na hlavních podcastových platformách a doprovázeny články na webu Blesku.cz. Předplatné PREMIUM+ umožňuje přístup k video verzi podcastu a také k dalším online novinám a časopisům, které patří pod mediální dům CNC.

Podcast *Šimráni* s moderátorkou Markétou Ostrou vznikl z její touhy prozkoumat oblast intimity a sexuality, která podle ní nebyla dostatečně pokryta v existujících podcastech. Ostrá intuitivně vybírá témata a klade důraz na jejich pestrost. Anonymita hostů je respektována a často na jejich přání Ostrá mění jejich jména. Příprava na epizody není náročná, formát je převážně rozhovorový. Natáčení probíhá s přenosným zařízením buď u hostů nebo si pronajímá místnosti. Nové epizody vycházejí každé pondělí na Spotify a dalších platformách. Předplatitelé mají přístup ke všem epizodám s týdenním předstihem a exkluzivnímu obsahu.

Závěr

Cílem práce bylo identifikovat rozdíly v tvorbě podcastů zaměřených na témata intimity a sexuality v závislosti na jejich příslušnosti k různým typům médií (veřejnoprávní, komerční, autorský podcast). Za tímto účelem byla využita data z polostrukturovaných rozhovorů s tvůrci těchto podcastů. Průzkum se zaměřoval na proces vzniku podcastů, jejich témata, využití hostů a formát jednotlivých epizod. Dále bylo zkoumáno technické vybavení nahrávacích studií a proces postprodukce. Během výzkumu byly položeny následující otázky: Jak se liší přístup k tvorbě epizod ve veřejnoprávních, komerčních a autorských podcastech? Jaké jsou hlavní cíle a zaměření jednotlivých podcastů?

V teoretické části práce byly probírány různé aspekty spojené s tvorbou podcastů, jako je formát, technické vybavení nahrávacích studií či využití zvukových prvků. Tyto informace sloužily jako základ pro vytvoření osnovy pro polostrukturované rozhovory s tvůrci podcastů. Osnova sloužila jako vodítko a zajišťovala, aby byly rozhovory komplexní a pokryly všechny oblasti. Během rozhovorů byl kladen důraz na zodpovězení všech okruhů, ale respondentům byla také dána volnost vyjádřit své názory a zkušenosti.

Rozhovory byly uskutečněny s tvůrci třech podcastů: Zoryou Blue z podcastu *Už budu!*, Markétou Ostrou ze *Šimráni*, Eliškou Soukupovou a Karlem Vladykou z podcastu *Pot*. Na základě provedených rozhovorů lze konstatovat, že mezi zkoumanými podcasty existují rozdíly. Ty nejsou ovlivněny pouze tím, zda je podcast produkován mediální společností nebo se jedná o autorský projekt, ale také osobním přístupem a metodikou práce tvůrců. Analýza ukázala, že největší rozdíly jsou ve způsobu, jakým probíhá postprodukce podcastů.

Rozdíly v procesu postprodukce mezi zkoumanými podcasty jsou patrné zejména ve způsobu, jakým jednotliví tvůrci přistupují ke střihu nahrávek. Například podcast deníku Blesk *Už budu!* se věnuje pouze kosmetickým úpravám střihu. Moderátorka se na procesu postprodukce nepodílí, veškerou práci totiž zajišťuje podcastový tým média. Naopak tvůrci veřejnoprávního podcastu *Pot* mají plnou kontrolu nad celým procesem postprodukce, přičemž médium jim poskytuje pouze technické prostředky pro nahrávání a programy na střih. Stejně tak Ostrá, tvůrkyně autorského podcastu, si všechny úpravy nahrávek zajišťuje sama. Jelikož za ní nestojí žádný mediální dům, musela si také sama pořídit veškerou technologii a řešit následnou postprodukci.

Z pozorovaných podcastů je ještě zřejmý rozdíl v propagaci. Podcast *Už budu!* má silnou podporu nejen ze strany tvůrkyně, ale také ze strany deníku Blesk. Překvapivě u podcastu *Pot*,

vytvořeného pod záštitou Českého rozhlasu, je propagace minimální. Tvůrci uvedli, že rozhlas má v současné době mnoho projektů a nedostatek času na jejich propagaci. Domnívají se ale, že minimální podpora ze strany rozhlasu může být způsobena citlivou tematikou podcastu a reakcemi posluchačů. Každý má odlišný názor na to, jak by veřejnoprávní médium mělo přistupovat k otázkám sexuality a intimity, což může vést k neshodám mezi tvůrci a posluchači. Ostrá si propagaci rovněž zajišťuje sama. Zdůrazňuje, že má silnou komunitu posluchačů, která je pro ni klíčová.

Ostatní okruhy ukázaly jen minimální rozdíly, které by se daly spíše připsat osobnímu přístupu autorů. Nicméně, během sběru dat se objevil nový okruh, který byl zpočátku opomenut, a tím byla anonymita hostů. Tuto anonymitu nabízejí všichni tvůrci podcastů. Během analýzy se ukázalo, že hlavní rozdíly se objevují spíše mezi podcasty vytvářenými nezávislým tvůrcem a těmi, které jsou pod záštitou médií.

Z celého procesu se zdá, že jediným výrazným rozdílem mezi komerčními a veřejnoprávními podcasty je jedna odlišnost. Jedná se o přístup tvůrců *Potu*, kteří museli věnovat zvláštní pozornost obsahu a jazyku v rámci veřejnoprávního vysílání. U komerčního média byla schvalována témata epizod, ale nebyl tak výrazný zásah do obsahu a projevu moderátora. Nicméně, Zorya Blue uznává, že některé otázky směrem k bulvárnosti by měly být zahrnuty v epizodě.

Práce přinesla porovnání a hlubší porozumění podcastům *Pot*, *Už budu!* a *Šimráni*. Ukázala, že rozdíly mezi veřejnoprávními, komerčními a autorskými podcasty nejsou vždy tak markantní. Ovlivňují výslednou podobu podcastů pouze v určitých ohledech, zatímco celkový charakter podcastu je spíše dán prací autorů.

V následujících letech by mohl pokračovat trend vzniku podcastů zaměřených na tematiku sexuality a intimity, inspirovaný podobnými motivacemi jako v případě vzniku podcastu *Šimráni*. Existuje možnost, že někteří jednotlivci a média budou vnímat nedostatečné zastoupení určitých témat v současných podcastech a rozhodnou se vytvořit vlastní podcasty, aby tyto témata mohli detailněji prozkoumat a diskutovat o nich.

Je možné, že některá média, která sledují aktuální trendy a chtějí si udržet konkurenceschopnost, se budou inspirovat vznikem podcastu *Už budu!* a rozšíří svou nabídku o podcasty zabývající se tématy sexuality a intimity. Tímto krokem by tato média mohla oslovit širší publikum a poskytnout jim obsah, který je v současné době stále více vyhledávaný.

Seznam zdrojů

- AUST, Ondřej, 2019. Elite Bloggers otvírají vlastní podcastové studio — Médiář. *Mediář* [online] [vid. 2024-02-24]. Dostupné z: <https://www.mediאר.cz/elite-bloggers-otviraji-vlastni-podcastove-studio/>
- BERRY, Richard, 2015. A Golden Age of Podcasting? Evaluating *Serial* in the Context of Podcast Histories. *Journal of Radio & Audio Media* [online]. **22**(2), 170–178. ISSN 1937-6529, 1937-6537. Dostupné z: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/19376529.2015.1083363>
- BERRY, Richard, 2016a. Part of the establishment: Reflecting on 10 years of podcasting as an audio medium. *Convergence* [online]. **22**(6), 661–671. ISSN 1354-8565. Dostupné z: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1354856516632105>
- BERRY, Richard, 2016b. Podcasting is different to radio. *Richard Berry Radio and Podcast Academic* [online] [vid. 2024-03-04]. Dostupné z: <https://richardberry.eu/podcasting-is-different-to-radio/>
- BONINI, Tiziano, 2015. The Second Age of Podcasting: reframing podcasting as a new digital mass medium. *Quaderns del CAC*. **41**, 23–33.
- BONIXE, Luís, 2021. Potentialities of Podcasting in Health Journalism — An Analysis of Three Podcasts About Covid-19 in Portugal. *Comunicação e sociedade*. (40), 91–108. ISSN 1645-2089.
- BOTTOMLEY, Andrew J., 2015. Podcasting: A Decade in the Life of a “New” Audio Medium: Introduction. *Journal of Radio & Audio Media* [online]. **22**(2), 164–169. ISSN 1937-6529. Dostupné z: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/19376529.2015.1082880>
- BOWIE, Jennifer L., 2012. Sound usability? usability heuristics and guidelines for user-centered podcasts. *Communication Design Quarterly Review* [online]. **13**(2), 15–24. ISSN 2166-1200. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/262286649_Sound_usability_usability_heuristics_and_guidelines_for_user-centered_podcasts
- BROOKES, Tim, 2023. The best audio editing software across platforms | Zapier. *zapier* [online] [vid. 2024-02-27]. Dostupné z: <https://zapier.com/blog/best-audio-editor/>
- CASARES JR., D. Robert, 2022. Embracing the Podcast Era: Trends, Opportunities, & Implications for Counselors. *Journal of Creativity in Mental Health* [online]. **17**(1), 123–138. ISSN 1540-1383. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/342282287_Embracing_The_Podcast_Era_Trends_Opportunities_Implications_for_Counselors
- CLEAVER, Richard, 2006. Types of Recording Studios. *richard cleaver* [online]. [vid. 2024-04-23]. Dostupné z: <https://www.richardcleaver.com/2006/11/23/types-of-recording-studios/>
- COHEN, Joseph Nathan, 2021. Podcast Post-Production [online]. [vid. 2024-02-27]. Dostupné z: <https://osf.io/45vdj/>
- DEARMAN, Phillip a Chris GALLOWAY, 2005. Putting Podcasting into Perspective. In: . Melbourne: RMIT Publishing, s. 535–546. ISBN 1-921166-12-6.

- DICICCO-BLOOM, Barbara a Benjamin F CRABTREE, 2006. The qualitative research interview. *Medical Education* [online]. 40(4), 314–321. ISSN 1365-2923. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/7205220_The_qualitative_research_interview
- DIDIER, Madeline, 2022. *Room Design Considerations for Optimal Podcasting* [online]. [vid. 2024-04-23]. Dostupné z: <https://acoustics.org/room-design-considerations-for-optimal-podcasting/>
- DOREE, Jim, 2007. RSS: A Brief Introduction. *The Journal of Manual & Manipulative Therapy*. **15**(1), 57–58. ISSN 1066-9817.
- EURITT, Alyn, 2023. *Podcasting as an Intimate Medium*. První. New York: Routledge. ISBN 978-1-03-237364-5.
- GÖTTING, Marie Charlotte Götting, 2023. Number of podcast listeners worldwide 2024. *Statista* [online] [vid. 2024-02-13]. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/1291360/podcast-listeners-worldwide/>
- HANÁČKOVÁ, Andrea, 2022. Tendons, meat, fat : the invisible body in the liminal space of podcasting. *Theatralia* [online]. (2), 62–80. ISSN 1803-845X, 2336-4548. Dostupné z: https://digilib.phil.muni.cz/sites/default/files/pdf/Theatralia_25_2022_2_06.pdf
- HENDL, Jan, 2023. Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace. páte, přepracované vydání. Praha: Portál. ISBN 978-80-262-1968-2.
- HENNINK, Monique, Inge HUTTER a Ajay BAILEY, 2020. *Qualitative Research Methods*. B.m.: SAGE. ISBN 978-1-4739-4425-1.
- HEROINE, 2023. Podcast Rozkoš | Heroine.cz. www.heroine.cz [online] [vid. 2024-01-26]. Dostupné z: <https://www.heroine.cz/tema/podcast-rozkos>
- HEWITT, Craig, 2018. How to Create an RSS Feed For Your Podcast in 3 Steps. *Castos* [online] [vid. 2024-01-22]. Dostupné z: <https://castos.com/podcast-rss-feed/>
- CHAUHAN, Rajat Singh, 2023. Types OF RSS Feed Through Time: A Comprehensive Overview. *Explore about Embedding Social Media Feed on Website: Tagembed Blog* [online]. [vid. 2024-03-01]. Dostupné z: <https://tagembed.com/blog/types-of-rss-feeds/>
- KEEGAN, Julia, Spring Chenoa COOPER, Andrew PORTER, Courtney CIERVO a Rafia KHALID, 2023. Unlearning and relearning sexuality: a qualitative exploration of The Sex Wrap, a sex education podcast. *Sexual Health* [online]. **20**(6), 531–537. ISSN 1449-8987. Dostupné z: <https://www.publish.csiro.au/SH/SH23109>
- KOS, Adam, 2021. Apple věří podcastům. Nově sází na předplatné. *e15.cz* [online] [vid. 2024-01-23]. Dostupné z: <https://www.e15.cz/byznys/technologie-a-media/podcasty-jsou-budoucnosti-veri-apple-nove-sazi-na-predplatne-penize-vybere-ale-i-od-autoru-1379878>
- LÉR, Martin, 2005. MaLer.cz - Poslední dobou...: Česko hledá Podcast Star! *MaLer.cz* [online] [vid. 2024-02-20]. Dostupné z: <http://www.maler.cz/index.php?id=505>
- LINDGREN, Mia, 2021. Intimacy and Emotions in Podcast Journalism: A Study of Award-Winning Australian and British Podcasts. *Journalism Practice* [online]. 704–719. Dostupné z: <https://www.tandfonline.com/doi/epdf/10.1080/17512786.2021.1943497?needAccess=true>
- MAAG, Margaret, 2006. Podcasting and MP3 Players: Emerging Education Technologies. *CIN: Computers, Informatics, Nursing*. **24**(1), 9. ISSN 1538-9774.

- MACICH ML, Jiří, 2006. Hrej.cz nabízí podcast. *Lupa.cz* [online] [vid. 2024-02-14]. Dostupné z: <https://www.lupa.cz/clanky/hrej-nabizi-podcast/>
- MADSEN, Virginia M, 2009. Voices-cast : a report on the new audiosphere of podcasting with specific insights for public broadcasting. In: . Australie: ANCZA. ISBN 978-1-74107-275-4.
- MANOVICH, Lev, 1999. How Media Became New. *Manovich* [online]. Dostupné z: <http://manovich.net/index.php/projects/new-media-a-user-s-guide>
- MCLAUGHLIN, Timothy W, 2010. Design and Implementation of a Podcast Recording Studio for Business Communications. Regis University Student Publications. 53.
- MIOVSKÝ, Michal, 2006. Kvalitativní přístup a metody v psychologickém výzkumu. 1. vydání. Praha: Grada Publishing. ISBN 80-247-1362-4.
- MORRIS, Tee, Evo TERRA a Ryan WILLIAMS, 2007. *Expert Podcasting Practices For Dummies*. První. Indianapolis: Wiley Publishing, Inc. ISBN 978-0-470-14926-3.
- NEWMAN, Nic a Nathan GALLO, 2019. News Podcasts and the Opportunities for Publishers. *Reuters Institute Digital News Report* [online] [vid. 2024-01-26]. Dostupné z: <https://www.digitalnewsreport.org/publications/2019/news-podcasts-opportunities-publishers/>
- NOVÁK, Filip, ©2016-2024. Jingle - ZeptejSeFilipa. ZeptejseFilipa [online]. [vid. 2024-04-10]. Dostupné z: <https://zsf.cz/slovník/jingle>
- OSBORNE, Alison, 2023. 8 Popular Podcast Formats. *quillpodcasting.com* [online] [vid. 2024-01-27]. Dostupné z: <https://www.quillpodcasting.com/blog-posts/podcast-format>
- PAVLÍČEK, Antonín, 2010. *Nová média a sociální sítě*. první. Praha: Oeconomica. ISBN 978-80-245-1742-1.
- PODCAST ROKU, 2019. Podcast roku – anketa o nejlepší český podcast. *podcastroku.cz* [online] [vid. 2024-02-20]. Dostupné z: <https://www.podcastroku.cz/>
- POLÁK, Lukáš, 2019. Startuje projekt mujRozhlas, největší audioportal na českém internetu. *Digitální rádio* [online] [vid. 2024-02-21]. Dostupné z: <https://digital.rozhlas.cz/startuje-projekt-mujrozhlas-nejvetsi-audioportal-na-ceskem-internetu-8118805>
- QUIRK, Vanessa, 2015. Guide to Podcasting. *Columbia Journalism Review* [online] [vid. 2024-01-26]. Dostupné z: https://www.cjr.org/tow_center_reports/guide_to_podcasting.php/
- RADIO WAVE, 2017. O pořadu Zhasni! *Radio Wave* [online] [vid. 2024-02-21]. Dostupné z: <https://wave.rozhlas.cz/zhasni-5959559/o-poradu>
- RADIO WAVE, 2022. O pořadu Pot. *Radio Wave* [online] [vid. 2024-01-26]. Dostupné z: <https://wave.rozhlas.cz/pot-8876253/o-poradu>
- RAFAJOVÁ, Andrea, 2017. *Zvuky v reklamě*. Plzeň: Aleš Čeněk. ISBN 978-80-7380-673-6.
- REICHEL, Jiří, 2009. Kapitoly metodologie sociálních výzkumů. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-3006-6.
- RIME, Jemily, Chris PIKE a Tom COLLINS, 2022. What is a podcast? Considering innovations in podcasting through the six-tensions framework. *Convergence* [online]. **28**(5),

1260–1282.

ISSN 1354-8565.

Dostupné

z: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/13548565221104444>

ROŽÁNEK, Filip, 2020. Podcasty roku jsou Vyhonit ďábla a Vinohradská 12. *Lupa.cz* [online] [vid. 2024-03-06]. Dostupné z: <https://www.lupa.cz/aktuality/podcasty-roku-jsou-vyhonit-dabla-a-vinohradska-12/>

SALVATI, Andrew J., 2015. Podcasting the Past: Hardcore History, Fandom, and DIY Histories. *Journal of Radio & Audio Media* [online]. **22**(2), 231–239. ISSN 1937-6529. Dostupné z: <https://www.tandfonline.com/doi/epdf/10.1080/19376529.2015.1083375?needAccess=true>

STERNE, Jonathan, Jeremy MORRIS, Michael Brendan BAKER a Ariana Moscote FREIRE, 2008. The Politics of Podcasting. *Fibreculture* [online]. Dostupné z: <https://thirteen.fibreculturejournal.org/fcj-087-the-politics-of-podcasting/>

TURKOVÁ, Veronika, 2022. Nová kategorie podcast zaujala širokou škálou témat. *Prix Bohemia* [online] [vid. 2024-02-20]. Dostupné z: <https://prixbohemia.rozhlas.cz/nova-kategorie-podcast-zaujala-siropkou-skalou-temat-8847417>

ZANDL, Patrick, 2005. Podcast - revoluce v internetovém vysílání. *Lupa.cz* [online] [vid. 2024-02-14]. Dostupné z: <https://www.lupa.cz/clanky/podcast-revoluce-v-internetovem-vysilani/>

Seznam obrázků

Obrázek 1: Vyhledávání slova "podcast" celosvětově Zdroj: Google Trends 14

Obrázek 2: Vyhledávání slova "podcast" v České republice Zdroj: Google Trends 15