MASARYKOVA
UNIVERZITA

FILOZOFICKÁ FAKULTA

Vliv komunikačního prostředí na stylizaci textů

Bakalářská diplomová práce

PAVLÍNA MACHOVÁ

Vedoucí práce: Mgr. Simona Khatebová

Ústav českého jazyka
Obor Český jazyk a literatura

Brno 2021

MUNI
ARTS

Bibliografický záznam

Autor: Pavlína Machová
Filozofická fakulta
Masarykova univerzita
Ústav českého jazyka

Název práce: Vliv komunikačního prostředí na stylizaci textů

Studijní program: Filologie

Studijní obor: Český jazyk a literatura

Vedoucí práce: Mgr. Simona Khatebová

Rok: 2021

Počet stran: 66

Klíčová slova: internetová diskuze, stylotvorný faktor, e-komunikace, veřejná psaná komunikace, jazykově-stylistická analýza, covid-19

Bibliographic record

Author: Pavlína Machová
Faculty of Arts
Masaryk University
Institute of the Czech Language

Title of Thesis: Influence of the communication environment on text stylization

Degree Programme: Philology

Field of Study: Czech Language and Literature

Supervisor: Mgr. Simona Khatebová

Year: 2021

Number of Pages: 66

Keywords: internet discussion, style-forming factors, e-communication, public written communication, linguistic-stylistic analysis, covid-19

Anotace

Tato stylisticky orientovaná bakalářská práce popisuje vliv komunikačního prostředí na stylizaci komunikátů internetových diskuzí. Teoretická část je věnována představení internetu, sféry běžné každodenní komunikace a internetové diskuze v rámci veřejné psané komunikace na internetu. V praktické části následuje popis dvou zkoumaných prostředí a výsledků provedené jazykově-stylistické analýzy 2 000 komentářů převzatých z Novinek.cz a facebookové stránky ČT24, na které bylo nahlíženo z hlediska působení stylotvorných faktorů.

Abstract

This stylistics-oriented bachelor thesis focuses on the influence of the communication environment on the stylization of messages in internet discussions. The theoretical part consists of an introduction of the Internet as a sphere of everyday communication, which includes discussions consisting of public written communication. The practical part is comprised of descriptions of two researched environments and the results of a linguistic-stylistic analysis of 2,000 comments gathered from the news server Novinky.cz and the Facebook page of the news channel ČT24. The analysis focused on the influence of factors which impact language style.

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou diplomovou práci na téma Vliv komunikačního prostředí na stylizaci textů zpracovala sama. Veškeré prameny a zdroje informací, které jsem použila k sepsání této práce, byly citovány v textu a jsou uvedeny v seznamu použitých pramenů a literatury.

V Brně 14. května 2021

.....

Pavlína Machová

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucí mé bakalářské diplomové práce Mgr. Simoně Khatebové za ochotu, cenné a odborné rady při konzultacích a za čas, který mé práci věnovala. Vděčím jí za její trpělivost, inspiraci i za vstřícný a profesionální přístup. Velký dík patří rovněž mým rodičům, kteří mě během celého studia podporovali.

Obsah

1 Úvod **13**

2 Vývoj internetu a jeho využití **15**

3 Sféra běžné každodenní komunikace na internetu **17**

3.1 Obecná charakteristika běžné každodenní komunikace 17

3.2 Stylotvorné faktory ovlivňující jazyk a styl běžné komunikace na internetu 19

3.3 Sféra veřejně psané komunikace na internetu 24

3.4 Vyjádření emocí v komunikaci na internetu 26

4 Internetová diskuze v rámci veřejné psané komunikace na internetu **28**

4.1 Objektivní stylotvorné faktory ovlivňující jazyk a styl komunikátů internetových diskuzí 28

4.2 Subjektivní stylotvorné faktory ovlivňující jazyk a styl komunikátů internetových diskuzí 33

4.3 Charakteristické rysy internetových diskuzí 34

5 Popis dvou vybraných komunikačních prostředí na internetu a specifik jejich jazykových prostředků **36**

5.1 Specifika vybraných komunikačních prostředí 36

5.2 Charakteristika zkoumaného jazykového materiálu 46

6 Závěr **63**

Bibliografie **65**

1 Úvod

Cílem této stylisticky orientované bakalářské práce je analyzovat vliv komunikačního prostředí na stylizaci textů, a to v komunikátech internetových diskuzí, které spadají do sféry běžné každodenní komunikace. E-čeština se neustále vyvíjí a je středem zájmů některých jazykovědců zabývajících se stylistikou, je však nutné podotknout, že právě kvůli proměnlivosti prostředků užívaných v e-komunikaci vzniká malé množství odborných textů, které by zachycovaly aktuální podobu jazyka internetových diskuzních fór. Mým záměrem proto bude analyzovat jazykový materiál ze dvou diskuzních prostředí provozovaných zpravodajskými společnostmi. Výběr diskuzních příspěvků bude omezen tematicky, konkrétně se bude jednat o příspěvky, které jsou reakcí na články související s vývojem koronavirové pandemie, která zasáhla život všech generací a ovlivnila tak i vývoj jazyka.

Jelikož budou předmětem mého zkoumání komunikáty v internetovém prostředí, v kapitole 2 v krátkosti popíšu vývoj internetu a možnosti jeho využití. V následující kapitole již přejdu na pole jazykovědné a charakterizuji sféru běžné každodenní komunikace na internetu, a to nejprve obecně, poté z hlediska působení vybraných stylotvorných faktorů působících na komunikáty této sféry. Dále popíšu žánry spadající do sféry veřejně psané komunikace na internetu a v následující části představím metody vyjádření emocí v e-komunikaci. V těchto i v dalších kapitolách mi budou oporou renomované publikace *Současná stylistika* (Čechová, 2008), konkrétně kapitola *Stylotvorné faktory* zpracovaná E. Minářovou; *Stylistika mluvené a psané češtiny* (2016), zde konkrétně oddíl zpracovaný L. Jílkovou; *Mluvená čeština: Hledání funkčního rozpětí* (2011); *Nový encyklopedický slovník češtiny*, zde především hesla zpracované J. Hoffmannovou a J. Vepřekem; *Čeština na WWW chatu* (Jandová, 2006) a *Konverzace na WWW chatu* (Jandová, 2006) zabývající se okrajově také internetovými diskuzemi. Ve 4. kapitole se zaměřím na charakteristiku internetových diskuzí převážně z hlediska objektivních stylotvorných faktorů, krátce představím vybrané stylotvorné faktory subjektivní a popíšu rysy internetových diskuzí se zaměřením na anonymitu a lajkování. V kapitole 5 popíšu specifické rysy dvou vybraných komunikačních prostředí, poté představím jazykový materiál a v následujících podkapitolách se budu věnovat společným i odlišným rysům komunikátů, na které budu nahlížet z hlediska působení objektivních stylotvorných faktorů. V závěru pak shrnu výsledky jazykově-stylistické analýzy, které budou sloužit jako podklady pro odpověď na výzkumnou otázku, zda má komunikační prostředí vliv na komunikát.

Mou premisou je, že analýza komunikátů a pozorování jednotlivých rysů ve 2 000 příspěvcích převzatých z internetových diskuzí dvou odlišných prostředí mi poskytne spolehlivá data k posouzení vlivu prostředí na komunikáty. Samotné téma práce jsem zvolila s ambicí přispět k poznání aktivního užívání češtiny v textech písemné internetové komunikace.

2 Vývoj internetu a jeho využití

Komunikace se neustále vyvíjí, a to především podle možností a okolností dané doby. Se vznikem internetu proto souvisí rozvíjení elektronické komunikace, která je specifická především tímto druhem komunikačního kanálu. Současná etapa bývá označována jako rychlá, jelikož je na rozdíl od dob před vznikem internetu díky moderním technologiím možné rychleji získávat informace, navazovat sociální kontakty nebo se vypořádat s běžnými procesy např. objednáním se k lékaři přes formulář na internetu, koupením lístku na vlak přes mobilní aplikaci apod. Jelikož je e-komunikace spjatá s internetovým prostředím, krátce v této kapitole popíšu, co je to internet, a následně jeho vznik, vývoj a možnosti.

Internet je veřejně dostupný globální systém počítačových sítí, jež jsou vzájemně propojeny a jež přenáší data prostřednictvím adresního prostoru založeného na standardizovaném Internetovém protokolu (IP) a dalších protokolech. Je složen z menších komerčních, akademických, vládních a vojenských sítí a slouží jako přenosové médium pro informace a služby, kterými je např. chat, elektronická pošta nebo World Wide Web.[1] Velikost této sítě se neustále zvětšuje a zájem o připojení stoupá, jelikož se jedná na rozdíl od televize či rozhlasu o mnohostranné médium a umožňuje být v roli uživatele, ale také být zdrojem informací. Na popularizaci internetu a na jeho otevření všem kategoriím uživatelů se největším dílem zasadila právě služba WWW, která má atraktivní grafické prostředí a která především umožňuje vyhledávání pomocí hypertextových odkazů, což přináší uživateli přístup k velkému množství informací. Na internetu se utváří prostor pro komunikaci, do které se může zapojit jakýkoli uživatel z celého světa a může oslovit jedince nebo libovolně velkou skupinu lidí. Internet se neustále proměňuje v závislosti na nových příležitostech a nově nabízených službách, kterým je např. přenos v reálném čase nebo vytvoření prostředí pro elektronické obchodování.[2]

Vznik internetu je datován do 60. let 20. století, kdy vznikla ve Spojených státech decentralizovaná síť ARPANET se 4 hlavními uzly. Tato síť sloužila především pro účely vládních a vojenských organizací, ale také pro komunikaci mezi univerzitami. Důležitým milníkem ve vývoji internetu je zavedení hypertextových dokumentů, které dnes známe jako Word Wide Web.[3] Česká internetová historie se začala psát r. 1990,

[1] ŠKYŘÍK, Petr. *Internet: definice, možnosti, vize.* 2009, s. 5.
[2] SKLENÁK, Vilém. *Data, informace, znalosti a Internet*. 2001, s. 181–188.
[3] BARTOŠEK, Miroslav. Krátce z historie Internetu. In: *Zpravodaj ÚVT MU*. 1995, s. 10–13. roč. V, č. 3. Dostupné také z: https://bit.ly/3h4o4Rk

tedy v roce, ve kterém již politická situace umožňovala připojení do celosvětové počítačové sítě, problémem však byla nerozvinutá komunikační infrastruktura, a proto se první počítačová síť rozvíjela pomocí komutovaných linek veřejné telefonní sítě. Ve stejném roce se k nám dostala síť EARN (Europian Academic and Research Network), jejímž prvním uzlem byl počítač Oblastního výpočetního centra ČVUT v Praze. Roku 1992 proběhlo oficiální připojení Československa k internetu a začala se rozvíjet páteřní síť CESNET (Czech Educational and Scientific NETwork), která měla sloužit akademickým účelům, později se však internet stal přístupný ziskovým i neziskovým organizacím. Po pádu monopolní firmy Eurotel se r. 1995 zvýšil nárůst uzlů o 104 % a internet získal větší komerční využití.[4] V průběhu dalších let se stal prostředím pro zpravodajství, komunikační služby, databáze, katalogy, e-commerce, rozhlasové a televizní služby, ale také pro každodenní běžnou komunikaci. Zpočátku sloužil internet převážně k předávání informací a ke komunikaci se využívala elektronická pošta, později se ale stával interaktivním prostředím, které dnes zasahuje téměř do všech životních sfér. Možnosti komunikování se rozšířily a počet uživatelů internetu neustále roste. Dle posledních záznamů z r. 2020 jej používá v České republice 9 323 428 uživatelů, kteří se nejčastěji připojují přes počítač, v posledních letech však roste také obliba užívání mobilních zařízení (mobilní telefon, tablet).[5]

[4] CHLAD, Radim. Historie Internetu v České republice. *Studentské práce z roku 2000* [online]. 2000 [cit. 2021-5-1]. Dostupné z: https://bit.ly/3xFnrUl
[5] Češi online 2020. *NetMonitor* [online]. 2020 [cit. 2021-5-1]. Dostupné z: https://bit.ly/3eeEfK0

3 Sféra běžné každodenní komunikace na internetu

Jelikož se dále v práci zaměřuji na komunikáty internetových diskuzí, které v rámci stylistiky spadají do sféry běžné každodenní komunikace, představím v kapitole 3.1 obecné rysy dané sféry a následně se zaměřím na charakteristické rysy běžných každodenních komunikátů v prostředí internetu. Následně v kapitole 3.2 představím vybrané dominantní stylotvorné faktory působící na jazyk a styl těchto komunikátů.

3.1 Obecná charakteristika běžné každodenní komunikace

Běžná každodenní komunikace se řadí do funkčního stylu prostěsdělovacího, jehož hlavním rysem je spontánnost a jenž zahrnuje projevy emocionální, málo normované a málo kontrolované. Tyto projevy se často vyznačují familiárností a řadí se ke sféře soukromé.[6] Styl se obecně definuje jako záměrný výběr a uspořádání jazykových prostředků v textech. Pro prosděsdělovací styl je ale typický velmi obecný a autorem ne vždy plně uvědomovaný záměr. Samotný výběr i uspořádávání jazykových prostředků jsou značně závislé na konkrétní situaci jejich vzniku a percepce, a proto je možné z hlediska úvah teoretické stylistiky balancovat na hranici tvrzení, že z hlediska autora nemají nepřipravené spontánní jazykové projevy běžné denní komunikace nějaký styl. Krčmová však uvádí, že pochybnosti o tom, zda má s tímto stylem smysl počítat, byly pouze úvahy v rámci teoretické stylistiky, a dále zdůrazňuje, že česká lingvostylistika již „od svého počátku ve 30. letech 20. století zahrnuje mezi ‚funkční jazyky' i tzv. jazyk hovorový a ve vztahu k pojmu styl s ním počítá."[7]

Dle Hoffmannové plní každodenní komunikáty téměř všechny Jakobsonovy komunikační funkce, uplatňuje se také funkce exprese, konativní funkce a metajazyková funkce. Dominantní je v běžných každodenních komunikátech funkce prostě sdělná (referenční), významná je však také funkce fatická (kontaktová).[8] Komunikát je zaměřen na příjemce, na kterého je brán ohled ve všech složkách výsledného sdělení, a to v tématu a jeho uchopení i ve výběru jazykových prostředků. V některých případech je funkce fatická (kontaktová) nadřazená funkci prostě sdělné

[6] HOFFMANNOVÁ, Jana. PROSTĚSDĚLOVACÍ STYL. In: KARLÍK, Petr, Marek NEKULA, Jana PLESKALOVÁ a kol. *CzechEncy – Nový encyklopedický slovník češtiny* [online]. 2017 [cit. 2021-5-1]. Dostupné z: https://bit.ly/33c9I9s

[7] KRČMOVÁ, Marie. Spontánnost jako konstituující faktor projevu. Funkční styl prostěsdělovací. In: ČECHOVÁ, Marie, Marie KRČMOVÁ a Eva MINÁŘOVÁ. *Současná stylistika*. 2008, s. 193.

[8] HOFFMANNOVÁ, Jana. Každodenní mluvené dialogy. In: HOFFMANNOVÁ, Jana, Jiří HOMOLÁČ a kol. *Stylistika mluvené a psané češtiny*. 2016, s. 42.

(referenční) a hovor probíhá za tím účelem, aby dal produktor najevo zájem o příjemce a aby uspokojil jeho potřebu komunikovat, přičemž komunikát nemusí mít významnou informační hodnotu.[9]

Tato sféra je typická několika vlastnostmi, např. neformálností a interaktivitou. Výrazným rysem je nepřipravenost komunikátu, jež však může být diskutabilní. Pokud vezmeme v potaz typizaci každodenních komunikačních událostí a konvencionalizaci zkušenostních vzorců, dojdeme k závěru, že v tomto typu projevů nevzniká vše jednoznačně spontánně. Každodenní komunikace se účastní všichni lidé a charakter rozhovoru je poznamenán věkem či generačními rozdíly mezi účastníky. Rozhovory probíhající ve dvou nebo více lidech, kteří se vzájemně znají, jsou charakterizovány jako neveřejné. Řadí se sem však také rozhovory, které vedou komunikanti ve veřejném prostoru, např. ve vlakovém kupé, kde je rozhovor ovlivněn i neratifikovanými mluvčími, kterým je přizpůsobena volba tématu či lexika, hlasitost řeči apod., a proto není možné určit projevy v této sféře jako typicky veřejné či neveřejné.[10] Dle Hoffmannové ve sféře běžného dorozumívání „převažují nepřipravené mluvené projevy, spontánní, emocionální, málo normované a málo kontrolované, které se vyznačují familiárností (důvěrností) a patří hlavně k neveřejným situacím.“[11]

Sféra běžné každodenní komunikace se vyznačuje charakteristickými výrazovými prostředky. Výslovnost bývá uvolněná a na území, kde je rozšířeným komunikačním kódem obecná čeština, se vyskytují různé hláskové varianty (*brejle, líp*), dochází ke změnám kvantity (*řikám*), zjednodušování souhláskových skupin či vynechávání některých hlásek (*ňákej, dyť*) apod. Při tvorbě slov je typická univerbizace a abreviace (*igelitka, info*), užívání příznačných sufixů *-ák*, *-áč*, *-ář*, *-ka*, *-oš* aj. (*lahváč, dobroš*), velmi rozšířené je užívání zdrobnělin, a to i mezi účastníky, kteří se neznají. Slovní zásoba je chudší než v jiných sférách, častá je stručnost, expresivita a užívání konkrétních výrazů. Lexikální i slovotvorná vrstva je dynamická, vznikají četné neologismy a okazionalizmy. Časté je užívání přejímek, a to především z angličtiny. Charakteristická je mluvená syntax, která se vyznačuje jednoduchými konstrukcemi, volným, asociativním a asyndetickým spojováním vět do řetězců, nejasnými hranicemi výpovědních celků a míšením větných vzorců. V komunikátech je vysoká frekvence kontaktových prostředků (oslovení, pozdravy, etický dativ) a jevů, které zkoumá konverzační analýza (skákání do řeči, opravy, rektifikace). Často je vyjádřena

[9] KRČMOVÁ, Marie, pozn. 7.
[10] HOFFMANNOVÁ, Jana. Každodenní mluvené dialogy. In: HOFFMANNOVÁ, Jana, Jiří HOMOLÁČ a kol. *Stylistika mluvené a psané češtiny*. 2016, s. 43–48.
[11] Tamtéž, s. 48.

neurčitost a její univerzální výrazové exponenty (*ňákej, takovej*), užívána je také elipsa či apoziopeze.[12]

Každodenní mluvené dialogy neoficiálního rázu mají privátní charakter, ať už jsou uskutečňovány v soukromí nebo na veřejnosti. Mezi nejčastější cíle komunikantů patří snaha předat nebo získat informace (především o každodenních skutečnostech), vyměnit si názory, předat pokyny či instrukce, vyjádřit své postoje, navázat s někým kontakt a rozvíjet jej atd.[13] Do běžné každodenní psané komunikace se řadí také soukromé dopisy, při jejichž vzniku má autor textu stejné cíle, jako jsou popsány v souvislosti s mluvenými dialogy. Dříve byly řazeny do kategorie každodenních komunikátů prostěsdělovacího stylu především projevy mluvené, s rozvojem technologií však neustále přibývá spontánních, privátních a kontaktových psaných textů a rozvíjí se typy i žánry elektronické komunikace.[14] Tento typ komunikátů a žánry e-komunikace jsou popsány v kapitole 3.3.

3.2 Stylotvorné faktory ovlivňující jazyk a styl běžné komunikace na internetu

Prostřednictvím internetu jsou publikovány texty náležející v zásadě všem komunikačním sférám. Kopecký definuje elektronickou komunikaci jako přenos informací mezi subjekty a objekty v prostředí internetu za pomocí specifických forem a typů. E-komunikace je podle něj neřízená, hromadná, anonymní, časově i místně neomezená, závislá na technologickém zabezpečení a na počítačové gramotnosti komunikujících. Od tzv. face-to-face komunikace se odlišuje tím, že jsou její účastníci místně i časově odděleni a přenos sdělení je zprostředkován technikou. Uživatelé se tedy nenachází v přímém, ale ve zprostředkovaném sociálním kontaktu a mají mnohdy možnost skrýt svou identitu za nick (přezdívku), někdy také za avatara. Komunikační cíle účastníků e-komunikace jsou stejné jako ty, jaké jsou uplatňovány ve sféře běžné komunikace, a to předávání informací a navazování, udržování i rozvíjení kontaktu

[12] HOFFMANNOVÁ, Jana. Každodenní mluvené dialogy. In: HOFFMANNOVÁ, Jana, Jiří HOMOLÁČ a kol. *Stylistika mluvené a psané češtiny*. 2016, s. 48–52.
[13] HOFFMANNOVÁ, Jana. Každodenní mluvené dialogy. In: HOFFMANNOVÁ, Jana, Jiří HOMOLÁČ a kol. *Stylistika mluvené a psané češtiny*. 2016, s. 30.
[14] HOFFMANNOVÁ, Jana. PROSTĚSDĚLOVACÍ STYL. In: KARLÍK, Petr, Marek NEKULA, Jana PLESKALOVÁ a kol. *CzechEncy – Nový encyklopedický slovník češtiny* [online]. 2017 [cit. 2021-5-1]. Dostupné z: https://bit.ly/3gVUUny

s dalšími lidmi. V některých žánrech elektronické komunikace je cílem komunikování samo o sobě, psaní pro psaní samotné či psaní pro vyplnění volného času.[15]

Počátky elektronické komunikace spadají do doby vzniku internetu. Výměna zpráv mezi různými počítači byla zahájena r. 1966, přenos zvuku a obrazu byl však realizován až s rozvojem TCP/IP. Od těchto dob se komunikace na internetu výrazně změnila a do e-komunikace se řadí i média, která umožňují hlasovou komunikaci. Tato práce je však zaměřená na média psaná. V následujících podkapitolách zmiňuji vybrané stylotvorné faktory, které výrazně ovlivňují jazyk a styl běžné komunikace na internetu.

3.2.1 Mluvenost a psanost

S rozvojem technologií a komunikačních možností se změnilo pojetí mluvených a psaných projevů, na které se zaměřuji v této podkapitole. Nejdříve je ale vhodné si představit charakteristické rysy tradičních mluvených a psaných projevů, které přehledně shrnula v tabulce Hoffmannová:

Psaný text	**Mluvený text**
připravenost, plánovitost, formálnost	nepřipravenost, spontánnost, neformálnost
dominantní orientace na obsah	orientace na pragmatické složky komunikace
složitější tematika	jednodušší tematika
dekontextualizace	kontextualizace
statičnost	dynamičnost
retrospektivní zaměření	prospektivní zaměření
integration[16]	involvement[17]
abstraktnost, racionálnost, analytičnost, logičnost	konkrétnost, subjektivnost, emotivnost
organizovanost, uspořádanost	neorganizovanost, neuspořádanost

[15] JÍLKOVÁ, Lucie. Každodenní psaná komunikace. In: HOFFMANNOVÁ, Jana, Jiří HOMOLÁČ a kol. *Stylistika mluvené a psané češtiny*. 2016, s. 108.

[16] Chafe (1982) používá termín integration neboli integrace textu pro vyjádření kompaktnosti a soustředěné vypracovanosti. (Citováno podle ČMEJRKOVÁ, pozn. 18)

[17] Chafe (1982) používá termín involvement pro osobní zaangažovanost autora, osobní vklad, který je opakem osobní distance, pro vztah k tématu a příjemci, včetně apelů na něj, pro zpětnosvazebnost, emftičnost, emoce. (Citováno podle ČMEJRKOVÁ, pozn. 18)

Psaný text	Mluvený text
komplexnost	fragmentárnost
explicitnost	implicitnost
určitost	neurčitost
komplexnější syntaktické struktury (subordinace atd.)	koordinace, juxtapozice, eliptičnost, neúplná realizace syntaktických konstrukcí
kondenzace, nominalizace, pasivum	opakování, korektury a rektifikace, false starts, návraty, frekvence deiktik, osobních a ukazovacích zájmen, vycpávkových výrazů, členicích signálů
interpunkce	parajazykové a mimojazykové prostředky
spisovnost	nespisovnost
monolog	dialog

Tabulka 1: Rysy psaného a mluveného textu[18]

Rysy psaného a mluveného textu se zdají být přehledně odlišeny. Funkcí mluvenosti je reagovat na daný stimul dynamicky, tedy pohotově a bezprostředně, zatímco funkcí psané normy je reagovat na daný stimul staticky, tedy způsobem trvalým.[19] S rozvojem technologických i komunikačních možností se však proměňuje pojetí psanosti a mluvenosti jakožto významného slohotvorného faktoru. Tyto dva rysy se v e-komunikaci prolínají, a proto se stále častěji ve stylistice objevují pojmy jako mluvená psanost či psaná mluvenost.[20] Pro elektronické psané texty spadající do sféry běžného dorozumívání je typické prolínání prvků mluvenosti, např. výslovnostních podob (*sme, ste*), redukce kvantity vokálů (*vim*) atd.[21] E-komunikace se vyvíjí a je obecně oproti textu psanému na papír brána jako pomíjivá, což vede mimo jiné k tomu, že do psaných příspěvků pronikají prvky bezprostřednosti, ale také že se dnes již v běžně psaných textech užívá prvků mluvenosti či obecná čeština, zatímco ještě

[18] ČMEJRKOVÁ, Světla. Mluvení a psaní – konstanty a proměnné mezilidské komunikace. ČMEJRKOVÁ, Světla, Jana HOFFMANNOVÁ a kol. *Mluvená čeština: Hledání funkčního rozpětí*. 2011, s. 35.
[19] Tamtéž, s. 33.
[20] JÍLKOVÁ, Lucie. Každodenní psaná komunikace. In: HOFFMANNOVÁ, Jana, Jiří HOMOLÁČ a kol. *Stylistika mluvené a psané češtiny*. 2016, s. 105.
[21] Tamtéž, s. 112.

v 80. letech 20. století neměla tato nižší varieta v písemných projevech své místo.[22] Časté je také užívání prostředků z nespisovných variet češtiny a v některých případech se v textu vyskytuje více nespisovných prostředků než spisovných. Najdou se však i komunikanti např. v internetových diskuzích či chatech, kteří lpí na užívání spisovného jazyka.[23]

3.2.2 Synchronnost a asynchronnost

V e-komunikaci se vydělují dva způsoby komunikace, a to synchronní a asynchronní. První zmíněný typ označuje situaci, ve které jsou účastníci připojeni k internetu a bezprostředně spolu komunikují. Do této skupiny se dříve řadily především komunikáty mluvené, které nejčastěji vyžadují přítomnost komunikátora i recipienta ve stejné časové i prostorové rovině. S rozvojem komunikační přenosové a záznamové techniky se rozšířilo i pojetí synchronní komunikace a hovoří se o tzv. mluvené komunikaci zprostředkované.[24] Příkladem tohoto typu v internetovém prostředí může být chat (ať už se jedná o veřejný chat na specializovaných webových chatech, nebo soukromý chat realizovaný přes Skype, Facebook Messenger apod.). Asynchronní komunikace nezbytně nevyžaduje okamžitou odezvu a účastníci proto nemusí být ve stejnou dobu v režimu on-line. Definující vlastností je různě dlouhá časová prodleva mezi produkcí a percepcí textu. Autor komunikátu tudíž nemůže sledovat reakci recipienta, stejně jako recipient nemůže pozorovat autora při tvorbě komunikátu. Nepřítomnost zvukového a vizuálního kanálu je často nahrazována různými prostředky (členění textu, verbalizace zvukových a neverbálních složek, podtrhávání textu apod.), kterými se autor snaží co nejpřesněji vyjádřit zamýšlený smysl textu.[25] Komunikáty jsou ve většině případech ukládány a je možné se k nim zpětně vracet a reagovat na ně. Příkladem asynchronní komunikace na internetu je např. e-mail či diskuzní fórum.

3.2.3 Veřejnost a soukromost

V rámci elektronické komunikace spadá do sféry běžného dorozumívání komunikace soukromá (soukromý e-mail či SMS) a komunikace veřejná (chat či diskuze), jež se

[22] ČMEJRKOVÁ, Světla. Mluvenost a psanost a specifická jazyková situace češtiny. ČMEJRKOVÁ, Světla, Jana HOFFMANNOVÁ a kol. *Mluvená čeština: Hledání funkčního rozpětí*. 2011, s. 48–49.
[23] JÍLKOVÁ, Lucie. Každodenní psaná komunikace. In: HOFFMANNOVÁ, Jana, Jiří HOMOLÁČ a kol. *Stylistika mluvené a psané češtiny*. 2016, s. 112–113.
[24] JANDOVÁ, Eva. Komunikace na chatu. *Konverzace na WWW chatu*. 2006, s. 15.
[25] Tamtéž, s. 16.

odehrává ve veřejném prostoru elektronického média. Její účastníci tomuto prostředí však mnohdy nepřizpůsobují formu ani obsah svých příspěvků, což je způsobeno vyšší mírou anonymity.[26] Mezi soukromou a veřejnou komunikací se nachází blog, jenž slouží k veřejnému sdílení textového i multimediálního obsahu v prostoru webových stránek.[27] SMS a e-maily užívají převážně lidé, kteří se osobně znají, zatímco do internetových chatů a diskuzí se zapojují nejčastěji lidé, kteří se neznají. Důvodem může být hledání komunikačního partnera, přičemž užívání přezdívek a s nimi spojená anonymita usnadňuje uživateli oslovit neznámého člověka.[28] Zkoumaný jazykový materiál, na nějž se soustředím v této práci se řadí do sféry komunikace veřejné i přes to, že je v něm obsaženo mnoho rysů typických pro komunikaci soukromou.

3.2.4 Netiketa

Internet je médiem, které přináší jeho uživatelům řadu výhod i nevýhod. Umožňuje jim komunikaci s lidmi, se kterými by v některých případech nemohli bez využití internetu komunikovat, zároveň také ale někdy zakrývá skutečnost, že za každou obrazovkou sedí člověk. Tato neosobnost související s anonymitou může vést k neslušnému chování, a proto byl stanoven soubor pravidel morálního chování v internetové komunikaci neboli netiketa. Samotný název vzniknul z anglického net (síť) a etiketa (pravidla společenského chování; soubor společenských zvyklostí[29]). Říha popisuje netiketu jako neformální soubor pravidel pro chování v síti, přičemž jejich porušení může vést k vážnému nedorozumění, vzplanutí vášní a dešti dopisů.[30] Pravidla se aktualizují souběžně s vývojem internetu podle potřeb, základní myšlenky však zůstávají stejné od r. 1995. Níže cituji 13 pravidel chování uvedených na serveru Wikipedie[31], který se uživateli při hledání netikety na internetu zobrazí na první pozici.

1. Nezapomínejte, že na druhém konci jsou lidé, nikoli počítač. To, co napíšete, byste možná dotyčnému nikdy do očí neřekli.
2. Dodržujte obvyklá pravidla slušnosti normálního života. Co je nevhodné v obvyklém životě, je samozřejmě nevhodné i na internetu.

[26] JÍLKOVÁ, Lucie. Každodenní psaná komunikace. In: HOFFMANNOVÁ, Jana, Jiří HOMOLÁČ a kol. *Stylistika mluvené a psané češtiny*. 2016, s. 112–113.
[27] VEPŘEK, Jarmil. ČEŠTINA NA BLOGU. In: KARLÍK, Petr, Marek NEKULA, Jana PLESKALOVÁ a kol. *CzechEncy – Nový encyklopedický slovník češtiny* [online]. 2017 [cit. 2021-5-1]. Dostupné z: https://bit.ly/3eURxea
[28] JÍLKOVÁ, pozn. 26, s. 109.
[29] KRAUS, Jiří a kol. *Nový akademický slovník cizích slov: A-Ž*. 2005.
[30] ŘÍHA, Petr. Netiquette. In: *Slovník počítačové informatiky*. 2002, s. 151.
[31] Netiketa. *Wikipedie* [online]. 2021 [cit. 2021-5-1]. Dostupné z: https://bit.ly/3eeFFV0

3. Zjistěte si taktně kde a s kým mluvíte (sociální síť, chat, e-mail, diskuzní fórum).
4. Berte ohled na druhé. Ne každý má tak dobré internetové připojení jako vy.
5. Je vhodné psát s diakritikou. Vyvarujete se tak nedorozumění.
6. Pomáhejte v diskuzích. Pokud má někdo v diskuzi nějaký problém, odpovězte mu, pokud znáte odpověď. Někdo jiný zase pomůže vám.
7. Nerozpoutávejte flame wars a pomáhejte je udržet pod kontrolou. Emotivní a ostrá výměna názorů se v nich odehrává mezi málo jedinci.
8. Respektujte soukromí jiných.
9. Nezneužívejte svou moc či své vědomosti.
10. Odpouštějte ostatním chyby. I vy je děláte. Nevysmívejte se jim a nenadávejte na ně.
11. Neširte hoaxy. Zahlcují internet. Pokud vám přijde hoax, zdvořile upozorněte jeho odesílatele, že takové jednání je nevhodné.
12. Nerozesílejte spam a reklamu.
13. Neporušujte autorská práva.

Tato pravidla by měla sloužit všem přispěvatelům na internetu, v některých internetových prostředích však není netiketa dodržována všemi komunikanty.

3.3 Sféra veřejně psané komunikace na internetu

Do sféry veřejně psané komunikace v prostředí internetu se řadí některé blogy, chat a diskuzní fórum. Každý z těchto žánrů má specifické vlastnosti, které jsou v této kapitole v krátkosti popsány.

Blog je dle Šindeláře označení pro „osobní webové stránky, na kterých uživatelé publikují své příspěvky ve formě článků.“[32] Blog jako celek může být zaměřen na dané téma, přičemž se nejčastěji stává tímto tématem blogerova neboli autorova záliba či události z běžného života. Největší zastoupení mají blogy osobní, které jsou psány ich-formou, méně časté jsou blogy neosobní, které jsou užívány jako firemní zpravodajství, politická kampaň apod. Někdy bývá tento druh komunikace označován za moderní a veřejnou verzi klasického deníku nebo jako webový zápisník, přičemž tohle pojmenování vychází z původního anglického web log.[33] Forma komunikátů na blogu je psaná. Ostatní stylotvorné faktory však nejsou vždy tak jednoznačné.

[32] ŠINDELÁŘ, Jan. Co je to blog? *Blog: vytváříme a vedeme internetový deník*. 2006, s. 7.
[33] JÍLKOVÁ, Lucie. Blog (a také log). In: *Naše řeč* [online]. 2011, s. 221–223 [cit. 2021-5-1]. Dostupné z: https://bit.ly/3thHbtM

Nejčastěji je v komunikátech zastoupena funkce sdělná (referenční), někdy také fatická (kontaktová), texty jsou veřejné (objevují se však i soukromé) a neoficiální (někdy se však objevuje i ráz oficiální), spisovné (dostupné jsou ale také komunikáty s velkou mírou nespisovnosti) a většinou se jedná o komunikáty připravené, vyskytují se však případy textů spontánních (např. texty psané pod výrazným vlivem emocí). Texty jsou ovlivňovány věkem a vyspělostí autora, jeho vzděláním, individuálním zájmem, zkušenostmi atd. Blog je řazen na pomezí prostěsdělovacího a publicistického stylu nejen proto, že součástí každého příspěvku je titulek a často také i čas publikování.[34] V tomto typu se prosazuje zřetelněji styl mužský a ženský. Druhý ze zmíněných bývá charakteristický vyšší emocionalitou a uvolněností komunikace.[35]

Chat je v rámci internetové komunikace typický simultánní komunikací určitého množství lidí, kteří se pomocí internetu přihlásili do některé z chatovacích místností na serveru. Charakteristickým rysem je anonymita, která působí na výsledný text, jelikož uživatelé komunikují pod přezdívkou neboli nickem. Komunikace probíhá formou dílčích dialogů, kterých může v jednu chvíli probíhat libovolné množství. Účastníci mají možnost komunikovat se všemi (many-to-many) nebo jen s jedním uživatelem. Některá prostředí umožňují tzv. šeptání (one-to-one), při němž je komunikace oněch dvou uživatelů pro ostatní nepřístupná a neviditelná. Repliky jsou typicky krátké a při větším počtu komunikujících uživatelů se rychle na obrazovce obměňují.[36] Slovo chat pochází z angličtiny a v překladu znamená popovídat si. Jandová popisuje 4 druhy chatu, které s oporou o její výklad v krátkosti představím. Prvním typem je Internet Relay Chat neboli IRC, pro jehož realizaci musí mít uživatel (zvaný klient) nainstalovaný speciální program, pomocí kterého se připojuje do různých kanálů. Druhým typem je webový chat, ve kterém probíhá vzájemná komunikace mnoha osob. Účastníci si povídají v místnostech, které jsou zaměřeny tematicky. Některé chaty vyskytující se nejčastěji na stránkách elektronických deníků nebo televizních stanic mohou být moderované, tzn. že uživatelé pokládají otázky a host na ně odpovídá. WWW chat je uživatelsky příjemnější, jednodušeji se ovládá a do textu je možné připojit speciální znaky či měnit barvu písma. Třetím typem je Instant messaging, jenž umožňuje synchronní komunikaci nejčastěji dvou uživatelů, kteří musí mít nainstalovaný speciální program. Příkladem je ICQ, kde je umožněn i přenos mluveného slova, hraní her či zasílání zpráv na mobil. Posledním typem je

[34] VEPŘEK, Jarmil. *Individuální stylové dominanty v postojových diskusích na sociální síti Facebook.* 2018, s. 16. Disertační práce.
[35] JELÍNEK, Milan. Stylistika. GREPL, Miroslav a kol. *Příruční mluvnice češtiny*. 2008, s. 719.
[36] JANDOVÁ, Eva. Internet a chat. JANDOVÁ, Eva, Jana HOFFMANNOVÁ a kol. *Čeština na WWW chatu*. 2006, s. 18.

Avatar chat (dříve pojmenován Multi-User Dungeon), ke kterému je nutné být připojen k internetu a mít nainstalovaný program. Jedná se o typ komunikace ve formě hry prostřednictvím komunikačního programu typu Telnet.[37] V současné době se už veřejné webové chaty netěší takové popularitě, využití naopak mají chaty soukromé. V komunikaci na chatu se nejvíce projevuje funkce fatická (kontaktová) a sdělná (referenční). Komunikáty jsou spontánní, jsou v nich užívány nespisovné prvky jazyka a jsou psané, ale mají mluvenou formu. Ráz je neoficiální, soukromý i veřejný a adresátem je jedinec, ale také kolektiv, který je vymezen daným prostředím. Tematika je převážně jednoduchá.

Žánrem veřejně psané komunikace na internetu je také internetová diskuze, kterou se podrobněji zabývám v kapitole 4.

3.4 Vyjádření emocí v komunikaci na internetu

Psaná komunikace na internetu je vývojově výrazně mladší než mluvená přímá komunikace. V mluvené komunikaci, která se dělí na verbální a neverbální, existují prvky, které napomáhají správnému vyjádření autorových myšlenek i porozumění sdělení komunikačního partnera. Jsou jimi paralingvistické prostředky, do kterých se řadí hlasitost hlasu, rychlost řeči, pauza, barva hlasu či slovní důraz, a extralingvistické kanály, do kterých spadá gestikulace, mimika, pohled, haptika, posturika, proxemika a vzhled či zevnějšek. Neverbální komunikaci člověk využívá k tomu, aby podpořil řeč, nahradil řeč (symbolizoval), vyjádřil emoci, uskutečnil sebevyjádření nebo vyjádřil interpersonální postoj (sympatii, dominanci apod.).[38] Psaná komunikace je ochuzena o dané prvky neverbální stránky přímé mluvené komunikace a komunikační partner je v některých případech schován za profilem, o jehož věrohodnosti a pravdivosti je možné jedině spekulovat. Pro lepší pochopení komunikátu, ale také z důvodu potřeby jednotlivých prvků k lepšímu porozumění, byly některé neverbální prvky převzaty a projevují se v elektronické komunikaci. Pocity a emoce v přímé mluvené komunikaci nejsou vnímány recipientem jen pomocí emočního zabarvení jazykového projevu a zvukového kanálu, ale také dle výrazů v obličeji, gestikulace mluvčího apod. V komunikaci na internetu je výraz ve tváři vyjádřen pomocí emotikonů, které autor přidává do textu.[39] Emotikony jsou „ikonografické rekonstrukce typizovaných výrazů

[37] JANDOVÁ, Eva. Internet a chat. JANDOVÁ, Eva, Jana HOFFMANNOVÁ a kol. *Čeština na WWW chatu*. 2006, s. 18–21.
[38] VYBÍRAL, Zdeněk. Různé funkce neverbálního komunikování. *Psychologie komunikace*. 2009, s. 90.
[39] Z angl. *emotional icons* = emocionální obrázky. Používá se také výraz smajlík (z angl. *smile* = usmívat se, úsměv).

obličeje.“[40] Pomocí nich autor textu vyjadřuje své emoce, své momentální rozpoložení či emocionální komentář ke komunikátu. Jandová předkládá dělení emotikonů na dva typy, konkrétně na emotikony textové a grafické. První zmíněné jsou složené z interpunkčních a speciálních znaků, písmen nebo číslic ASCII, a jejich význam lze interpretovat nejčastěji při otočení o 90° doprava. Emotikony grafické neboli obrázkové jsou kreslené (někdy i animované) a zobrazují obličej vyjadřující emoci. Komunikant si je vybírá z nabídky na obrazovce.[41] V této sadě se mohou nacházet také emoji, které jsou novější a v současnosti také používanější. Jedná se o piktogramy vyjadřující emoce, mimiku a gesta, ale také označující různé předměty, zvířata, činnosti či symboly, které mohou zjednodušit proces komunikace a porozumění. Samotné užívání emotikonů a emoji je závislé na komunikačním prostředí a jejich dostupnosti. Tato závislost se řadí do objektivních stylotvorných faktorů, jelikož užití emotikonu autorem je dáno možností užívání obrázkových symbolů v daném prostředí. Některé servery nabízejí uživateli sadu emotikonů nebo emoji, které může využít v komunikaci, tyto sady jsou však také součástí prvků klávesnice v mobilním telefonu. Uživatel mobilního zařízení je tudíž může technicky použít v téměř každé komunikaci, sám však musí nejdříve posoudit, zda je jejich užití vhodné, jelikož v některých kontextech mohou emotikony působit neformálně či neprofesionálně. Nejčastěji se užívají v internetové běžné každodenní komunikaci, je však nevhodné je používat např. v textech odborného či formálního rázu. Emoce a expresivitu lze vyjádřit také verbálně či prostředky sémiotické inovace. V některých prostředích je možné vyjádřit subjektivitu či emocionalitu užitím různých velikostí, typů a barev písma či zmnožením interpunkčních znamének.

[40] JANDOVÁ, Eva. Emotikony a další prostředky sémiotické inovace. JANDOVÁ, Eva, Jana HOFFMANNOVÁ a kol. *Čeština na WWW chatu*. 2006, s. 37.
[41] Tamtéž.

4 Internetová diskuze v rámci veřejné psané komunikace na internetu

Diskuze je obecně považována za rozpravu, při které účastníci vyjadřují své názory na dané problémy, hodnotí navrhovaná řešení ostatních účastníků a sdělují k nim svá stanoviska. Cílem je rozebrat téma z odlišných stránek a případně shromažďovat argumenty pro racionální rozhodnutí. Internetová diskuze je v některých ohledech velmi podobná diskuzi face-to-face, některými vlastnostmi se však liší. Základními rozdíly jsou skutečnosti, že se odehrává v elektronickém prostředí, jazyk komunikace je na hranici mluvenosti a psanosti, do diskuze se zapojují lidé, kteří by se ve většině případů v reálném prostředí vůbec nesešli, a každý komunikant může vyjádřit svůj názor bez přerušování, což nemusí být v diskuzi face-to-face pravidlem. Obecně se tedy jedná o místo na internetu, kde uživatelé vkládají své názory a reakce.[42]

Komunikace internetových diskuzí je asynchronní, tzn. že účastníci nemusí být ve stejnou chvíli připojeni k internetu a mohou reagovat s odstupem času. Pokud je komunikant v režimu on-line, ve většině případů odpovídá ihned a diskuze rychle postupuje. Proto se tento typ komunikace zdánlivě blíží chatu, je však nutné brát na vědomí způsob archivace příspěvků na diskuzním fóru, kterou jejich autor alespoň podvědomě vnímá a která jej může pobízet k tvorbě promyšlenějšího textu. Některé příspěvky zůstávají v diskuzi několik měsíců i let, zatímco na chatu mizí v řádu vteřin až minut. V závislosti na delší době publikování bývají komunikáty internetových diskuzí rozsáhlejší a souvislejší. Na výsledný komunikát působí vždy objektivní a subjektivní stylotvorné faktory. Jinak to není ani u textů internetových diskuzí, a proto jsou následující dvě podkapitoly věnovány právě jim.

4.1 Objektivní stylotvorné faktory ovlivňující jazyk a styl komunikátů internetových diskuzí

Do této kategorie se řadí faktory stojící mimo autorský subjekt, jenž působí na výslednou podobu komunikátu. Nejedná se o samostatné izolované prvky komunikace, ale o faktory, které působí jednotlivě různou mírou a prolínají se s ostatními. Text je tedy nutné zkoumat v jeho celistvosti a hodnotit jej z různých aspektů.

[42] SHERMAN, Tamah. Internet jako zdroj: Česká internetová diskusní fóra jako zdroj diskursu o interkulturním a jazykovém kontaktu. In: ADAM, Robert a kol. *Čeština doma a ve světě* [online]. 2006, ročník XIV, s. 69 [cit. 2021-5-1]. Dostupné z: https://bit.ly/3nEB5CE

4.1.1 Funkce komunikátu

Jazyk slouží primárně k dorozumívání a mezilidské komunikaci, a proto je za nejdůležitější považována funkce dorozumívací neboli komunikační, kterou mají všechny texty s cílem přinést nějaké sdělení.[43] Jelikož se internetová diskuze řadí do sféry běžné každodenní komunikace, je pro ni charakteristická funkce dorozumívací a prostě sdělná. Funkci prostě sdělné (referenční) je však v internetové diskuzi často nadřazena funkce fatická (kontaktová). Může se prosazovat mimo jiné v případech, kdy nemají diskutující jinou motivaci než udržení samotného komunikačního kontaktu. V případě, že je diskuze zaměřená na odborné téma a komunikanti si sdělují rady, návody a tipy, prosazuje se funkce odborněsdělná a vzdělávací. Velké množství komunikantů zavítá do tematických diskuzních fór právě proto, aby se dozvěděli o daném tématu něco nového či k němu vyjádřili svůj názor. Motivací většiny účastníků diskuze je přesvědčit ostatní diskutující o svém postoji a dostat je tzv. na svou stranu. V těchto případech se uplatňuje funkce persvazivní.

4.1.2 Forma komunikátu

Forma komunikátu se rozlišuje dle užitých prvků mluvenosti a psanosti (charakteristické rysy jsou popsány v kapitole 3.2.1). Texty internetových diskuzí spadají do elektronické komunikace a na mluvenost a psanost není nahlíženo jako na opačné póly, jelikož se jednotlivé prvky mísí. Pro tyto psané texty je běžné užívání mluvené syntaxe, hovorových výrazů či nespisovných prostředků. V internetových diskuzích se vyskytují texty připravené, formální a s těžší tematikou, stejně tak jsou však typické texty s vlastnostmi opačnými, jež bychom čekali za daných okolností jen u komunikátů mluvených. Stejně tak se v diskuzích objevují komunikáty s různou mírou organizovanosti, spontánnosti, uspořádanosti, spisovnosti a určitosti, a proto je v souvislosti s internetovými diskuzemi deklarováno, že obsahují komunikáty psané s mluvenostními prvky.[44]

4.1.3 Kód komunikace

Základním kódem verbální komunikace je verbální jazyk se svým systémem znaků. Ten je realizován zpravidla prostředky grafickými v psané podobě nebo prostředky

[43] MINÁŘOVÁ, Eva. Stylotvorné faktory. In: ČECHOVÁ, Marie, Marie KRČMOVÁ a Eva MINÁŘOVÁ. *Současná stylistika*. 2008, s. 79.
[44] KRČMOVÁ, Marie. Spontánnost jako konstituující faktor projevu. Funkční styl prostěsdělovací. In: ČECHOVÁ, Marie, Marie KRČMOVÁ a Eva MINÁŘOVÁ. *Současná stylistika*. 2008, s. 194.

zvukovými v mluvené podobě. Ze stylistického hlediska se ve verbální komunikaci rozlišuje psaný či mluvený kód (3.2.1). V komunikátech internetových diskuzí se uplatňuje první zmíněný realizovaný grafickými prostředky. V příspěvcích se mohou vyskytovat prostředky všech variet národního jazyka a pro neverbální komunikaci používají diskutující nejčastěji emotikony nebo emoji podle zvyklostí a možností komunikačního prostředí.

4.1.4 Ráz komunikátu

Ráz komunikátu je ovlivňován cílem i funkcí samotného komunikátu, prostředím a danou situací. Ve stylistice je rozlišován ráz oficiální (popř. poloficiální) a neoficiální, také zvaný soukromý či důvěrný. Míra oficiálnosti souvisí se soukromostí a veřejností komunikátu. Pro internetové diskuze je charakteristický rys veřejný, jelikož se jedná o texty, které jsou přístupné veřejnosti a nemají žádná omezení. Uzavřeným soukromým diskuzím se v této práci nevěnuji, jelikož mají minoritní zastoupení. Ráz internetových diskuzí je neoficiální, stejně tak jako ráz spontánní běžné komunikace, do které se řadí.[45]

4.1.5 Místo a čas komunikace

Místo a čas komunikace nesporně působí na výběr komunikačních prostředků a lexika, jelikož je autor textu podvědomě ovlivněn charakterem daného prostředí, např. jeho soukromým či veřejným rázem.[46] Je však také ovlivněn adresátem a tématem komunikace. Jestliže se komunikant nachází v prostředí, které vyžaduje intelektuálnější komunikační chování, přechází na formálnější variantu svého projevu. Analogicky se to děje i naopak, např. v neoficiálním prostředí volí variantu spontánnějšího a nesvázaného projevu.[47] Podoba příspěvků v internetových diskuzích je prostředím ovlivněna už jen proto, že jsou ve většině diskuzních fór stanovená pravidla pro komunikaci, jejichž porušení vede k odstraňování nevhodných příspěvků či odepření přístupu uživateli do diskuze. Jedná se o komunikaci v internetovém prostředí, ve kterém na chování i styl vyjadřování mimo jiné působí také netiketa. Komunikanti se v rámci internetové diskuze setkávají jen virtuálně a nemají proto vzájemný vizuální kontakt, který je nahrazován určitými verbálními a sémiotickými

[45] MINÁŘOVÁ, Eva. Stylotvorné faktory. In: ČECHOVÁ, Marie, Marie KRČMOVÁ a Eva MINÁŘOVÁ. *Současná stylistika*. 2008, s. 83–84.
[46] Tamtéž, s. 84.
[47] ČMEJRKOVÁ, Světla. Tvarosloví a výslovnost mluvené češtiny. ČMEJRKOVÁ, Světla, Jana HOFFMANNOVÁ a kol. *Mluvená čeština: Hledání funkčního rozpětí*. 2011, s. 173.

prostředky. Každé prostředí však uživateli umožňuje užívat jiné prostředky, v některých diskuzích je např. možné psát příspěvky barevně, přidávat k nim obrázky, emotikony či GIFy apod. Komunikace je asynchronní, což poskytuje autorovi více času na stylizaci textu, záleží však na něm samotném, zda využije časové rozmezí k tomuto účelu. Faktor času blízce souvisí s mírou spontánnosti a připravenosti komunikace. Na čas je však možné pohlížet také jako na dobu ovlivněnou politickými či společenskými okolnostmi, ve které se momentálně autor nachází a kterou může být jeho komunikát ovlivněn.

4.1.6 Adresáti

Při komunikaci je autor ovlivněn adresátem, jímž může být jedinec nebo kolektiv. Povaha komunikátu se může měnit v závislosti na vztazích s adresátem či adresáty. Pokud autor komunikuje s neznámým adresátem, výsledný komunikát může být ovlivněn psychickými zábranami vyvstávajícími v daných situacích, bývá oficiálnější a kontakt s adresátem je nerozvinutý. Komunikace se známým adresátem je stylově odlišná. Projev bývá bezprostřední, autor má větší volnost vyjadřování a míra přímého kontaktu je vyšší. Uvědomělý postoj k adresátům a stylizace textu na základě jejich vlastností je považován za subjektivní stylotvorný faktor. Styl je ovlivněn také přítomností či nepřítomností adresátů, jejich počtem a počtem komunikujících.[48] V komunikaci v internetových diskuzích je však situace odlišná. Komunikanti se ve většině případů neznají, ale i přesto jsou někteří ochotní otevřeně sdílet detailní informace důvěrného rázu bez náznaku psychických zábran, což je dáno různou mírou anonymity v prostředí.[49] Autoři nejsou ve většině případů schopni stylizovat text dle přítomných komunikantů, jelikož o nich nemají dostatek informací a vychází pouze ze sdělení v jejich příspěvcích a případně z toho, co o sobě sdíleli na svých profilech. Každý uživatel by však měl brát v úvahu fakt, že tyto informace nemusí být pravdivé. Autor má vždy možnost si vybrat, zda bude reagovat svým příspěvkem na jiného uživatele, nebo zda bude reagovat do tzv. společného vlákna. Jeho příspěvky jsou však v obou případech viditelné nejen všem účastníkům diskuze, ale také uživatelům, kteří si diskuzi pouze prohlíží. Komunikanty dohromady spojuje účast v diskuzi a chuť diskutovat na dané téma.

[48] MINÁŘOVÁ, Eva. Stylotvorné faktory. In: ČECHOVÁ, Marie, Marie KRČMOVÁ a Eva MINÁŘOVÁ. *Současná stylistika*. 2008, s. 84–85.
[49] JÍLKOVÁ, Lucie. Každodenní psaná komunikace. In: HOFFMANNOVÁ, Jana, Jiří HOMOLÁČ a kol. *Stylistika mluvené a psané češtiny*. 2016, s. 110.

4.1.7 Míra spontánnosti a připravenosti komunikace

Míra spontánnosti a připravenosti komunikace je významným faktorem, jenž ovlivňuje komunikát. Texty veřejné komunikace bývají nejčastěji připravené, zatímco neoficiální a polooficiální komunikáty jsou spontánní a bezprostřední. Pro nepřipravené texty je typický nepromyšlený výběr výraziva, nemotivované opakování, přemíra zájmen, celkově nepropracovaná syntaktická stránka komunikátu apod.[50] I přes to, že se komunikáty internetových diskuzí řadí do veřejné komunikace a měly by být tudíž předem připravené, není možné jejich připravenost či nepřipravenost s jistotou určit. Typ komunikace je asynchronní a prostředí tudíž nenutí autora ihned publikovat svůj text. Autor má tedy čas upravovat komunikát dle svých potřeb a případně jej stylizovat. Pokud by takto postupoval, je možné usoudit, že je komunikát připravený. Na autora však v některých situacích působí mnoho dalších faktorů (např. emoce apod.), v jejichž důsledku publikuje komunikát ihned. Takové texty jsou brány jako předem nepřipravené a spontánní. Zkoumáním samotného textu proto není možné s jistotou určit, do jaké kategorie lze komunikát zařadit, i když obsahuje prvky charakteristické pro danou kategorii.

4.1.8 Téma komunikátu

Téma ovlivňuje podobu textu, jeho přesnost, sémantickou jednoznačnost vyjádření a závažnost sdělovaného. Je dáno konkrétní komunikační situací a jeho závažnost vede autora k určitému charakteru a stylovému ztvárnění komunikace. Téma úzce souvisí s prostředím komunikace, s danou situací i s funkcí komunikátu. V teorii mělo nejisté místo mezi objektivními stylotvornými faktory, jelikož tradiční stylistika sledovala jen verbální složku komunikace. Současná stylistika však pohlíží na styl jako na komplexní vlastnost projevu a řadí téma mezi stylotvorné faktory. Každé téma je spjato s daným okruhem výraziva a je vázáno na určitou komunikační sféru. Minářová v souvislosti s tímto poukazuje na stylovou rozdílnost komunikátů popisujících výrobu benzínu (v rámci odborného stylu) a venkovskou svatbu. Ve výsledném textu je možné sledovat dané téma jako objektivní faktor, komunikát je však ovlivněn také autorským pojetím daného tématu, které se řadí do subjektivních stylotvorných faktorů.[51] Diskuzní fóra mohou být zaměřená na jedno, ale také na více konkrétních témat, která jsou uvedená v pretextu nebo popisu. Uživatel si poté může zvolit, na jaké téma chce diskutovat,

[50] MINÁŘOVÁ, Eva. Stylotvorné faktory. In: ČECHOVÁ, Marie, Marie KRČMOVÁ a Eva MINÁŘOVÁ. *Současná stylistika*. 2008, s. 85–86.
[51] MINÁŘOVÁ, Eva. Stylotvorné faktory. In: ČECHOVÁ, Marie, Marie KRČMOVÁ a Eva MINÁŘOVÁ. *Současná stylistika*. 2008, s. 86–87.

případně má v některých diskuzních fórech možnost sám založit diskuzi s libovolnou tematikou, pokud však taková diskuze v daném fóru ještě neexistuje. Odbíhání od tématu je nežádoucí a v moderovaných diskuzích jsou tzv. příspěvky „off topic" mazány administrátorem.

4.2 Subjektivní stylotvorné faktory ovlivňující jazyk a styl komunikátů internetových diskuzí

Subjektivní faktory vychází z komunikujícího subjektu, jímž jsou podmíněny, a souvisejí se všemi jeho kvalitami. Autora komunikátu formuje výchova, dosavadní poznání a zkušenostní komplex, díky čemuž je schopen do komunikace promítat postoje sociální, etické, ekologické, estetické, občanské či ekonomické. Subjektivní vyjadřování je závislé také na autorových zálibách, jeho zájmech a zvyklostech. Tyto okolnosti ovlivňují styl autorova vyjadřování, který se výrazněji projevuje, jestliže se autorovy charakteristiky liší od jiných. V komunikátu se z hlediska působení subjektivních stylotvorných faktorů sleduje intelektuální a rozumová vyspělost autora, schopnost logického myšlení, ovládání kódu komunikace, zkušenostní komplex autora a jeho celkový kulturní rozhled, znalost daného tématu či autorovo emotivní založení. V komunikátu lze také zkoumat autorovo zařazení do určitého sociálního prostředí, jistou roli hrají faktory biologické, tedy věkové a pohlavní, dále povahové či mentální vlastnosti, autorův psychický a fyzický stav, stupeň připravenosti ke komunikaci, schopnost pohotového vyjadřování a metajazykového myšlení. Výrazným subjektivním faktorem je vědomé vyjádření postoje k adresátovi, stylizace komunikátu dle znalostí o adresátovi a obecně jakýkoliv vědomě a zřetelně vyjádřený postoj k čemukoliv. Dle vlastností autorů, které se klasifikují jako subjektivní stylotvorné faktory, vznikají subjektivní styly. Ty se kategorizují jako styly různých věkových skupin, styly dle charakteru a výše vzdělání, styly profesní, zájmové apod.[52] V rámci internetových diskuzí však nelze s jistotou určit, jaké má autor komunikátu vlastnosti. Stylotvorné faktory se projevují u každého komunikanta individuálně a jelikož je identita autorů skrytá pod přezdívkou či jménem, o jehož pravdivosti nejsou dostupné žádné doklady, není možné subjektivní stylotvorné faktory na zvoleném jazykovém materiálu z internetových diskuzí s přesností posuzovat.

[52] MINÁŘOVÁ, Eva. Stylotvorné faktory. In: ČECHOVÁ, Marie, Marie KRČMOVÁ a Eva MINÁŘOVÁ. *Současná stylistika*. 2008, s. 87–90.

4.3 Charakteristické rysy internetových diskuzí

Na diskuzních fórech se nachází množství internetových diskuzí. Účastník si tak může vybrat, ke kterému z témat se chce vyjádřit. V internetové diskuzi spjaté s článkem je možné komunikovat pouze o tématu, které je dáno článkem. Některá diskuzní fóra jsou řízená moderátorem, který hlídá, zda komunikace probíhá dle stanovených pravidel. Pokud je tomu naopak, může nežádoucí či nevhodné příspěvky uživatele cenzurovat nebo smazat. Diskuzní fóra je možné rozdělit to tří kategorií. Do první spadají nemoderovaná anonymní fóra, kde nepůsobí žádný administrátor a uživatelé mohou přidávat své příspěvky zcela anonymně. Do druhé kategorie se řadí moderovaná anonymní fóra, na kterých je však nutná ověřená registrace. Ověření účastníka probíhá nejčastěji pomocí e-mailové adresy, komunikanti si mohou zvolit vlastní přezdívku a diskuze je sledována moderátorem, který má pravomoc v daném případě mazat příspěvky porušující pravidla fóra. Posledním typem jsou moderovaná diskuzní fóra s neanonymními účastníky a ověřenou registrací. Jejich účastníci jsou často jednoduše identifikovatelní, identita každého komunikanta je e-mailem ověřena a komunikace může být z důvodu nízké míry anonymity odlišná oproti předchozím dvěma typům. Jelikož se všechny typy těchto diskuzí odehrávají na internetu, je vhodné dodržovat při komunikaci netiketu, ale také pravidla, která si určuje samostatně každé diskuzní fórum a jejichž dodržování musí uživatel odsouhlasit při registraci. Komunikačním cílem je ve většině případů vyjádření svých pocitů, hodnocení daných skutečností a jejich sdílení s ostatními komunikanty.[53]

4.3.1 Anonymita

Anonymita komunikantů hraje v internetových diskuzích výraznou roli. Pokud se účastník diskuze cítí či je anonymní, může začít využívat tohoto skrytí vlastní identity. Anonymita vyvolává u mnoha uživatelů ztrátu nebo překonání nesmělosti, plachosti či ostychu a různou míru odvázanosti od norem. Anonymita povzbuzuje také odložení zábran nebo tendence obcházet tabu či zákazy. Na internetových diskuzích se objevují vulgarismy, projevy agrese nebo naopak silná vyjádření pocitů náklonnosti neznámé osobě a další prvky komunikace, které by stejní navzájem se neznající účastníci v případě komunikace face-to-face pravděpodobně nepoužili. Z toho vyplývá, že má anonymita v souvislosti s dalšími vlivy na stylizaci komunikátu velký vliv. Mezi další faktory podporující popsané chování na internetu může být zařazena neutralizace

[53] JÍLKOVÁ, Lucie. Každodenní psaná komunikace. In: HOFFMANNOVÁ, Jana, Jiří HOMOLÁČ a kol. *Stylistika mluvené a psané češtiny*. 2016, s. 108.

statusu, tzn. že uživatel odsouvá do pozadí své postavení v reálném světě a stylizuje se do někoho jiného, solipsistické introjekce neboli vytváření představ o vlastnostech komunikačního partnera (představa jeho barvy hlasu, vzhledu apod.) nebo samotný fakt, že se účastníci navzájem nevidí a jsou jim skryté jejich výrazy v obličeji, celkový vzhled apod. Komunikant na internetu si vytváří pod záštitou anonymity tzv. virtuální identitu, která se může v různé míře lišit od jeho identity v reálném světě. Pomocí tohoto konstruktu se pak může vypořádávat s prožitky a pocity z reálného světa a jeho působení a komunikace na internetu je pak možné považovat za součást psychické hygieny.[54] Při rozboru komunikátů z prostředí internetové každodenní komunikace je proto nutné přihlížet i k tomuto.

4.3.2 Lajkování[55]

Ve většině diskuzí je u každého příspěvku dostupné tlačítko *Like*, které slouží ostatním uživatelům k neverbálnímu vyjádření sympatií či antipatií s obsahem komunikátu jiného účastníka diskuze. Dle Vepřeka dochází v postojových diskuzích vlivem lajkování ke zintenzivnění kompetitivnosti komunikace, a to z toho důvodu, že jsou postoje subjektů „publikovány vedle sebe, což přirozeně vede aktivní autory i pasivní recipienty k jejich srovnávání." Lajkováním je explicitně vyjádřená úspěšnost komunikace a čím více lajků (a v některých prostředích celkově reakcí) příspěvek získá, tím výše se v diskuzi zobrazuje při řazení dle oblíbenosti. Někteří autoři považují svůj příspěvek s vysokým počtem lajků za osobní úspěch, a proto se snaží své komunikáty stylizovat tak, aby za ně dostali co nejvíce lajků, případně reakcí. Recipienty se snaží nejčastěji zaujmout obsahovou, jazykovou nebo kompoziční originalitou příspěvků, k čemuž užívají různé prostředky.[56]

[54] VYBÍRAL, Zdeněk. Psychologické proměny komunikace v prostředí internetu. *Psychologie komunikace*. 2009, s. 273.
[55] Lajkování je přejato z anglického *like* (= líbit se). V českém prostředí se tlačítko *Like* v diskuzích či na sociálních sítích označuje nejčastěji *To se mi líbí*.
[56] VEPŘEK, Jarmil. *Individuální stylové dominanty v postojových diskusích na sociální síti Facebook.* 2018, s. 56–57. Disertační práce.

5 Popis dvou vybraných komunikačních prostředí na internetu a specifik jejich jazykových prostředků

Pro získání odpovědí na otázku, zda (a případně jak) ovlivňuje komunikační prostředí daný komunikát, jsem zvolila textový materiál pro pozorování jednotlivých jazykových jevů, které indikují působení daných vlivů. Konkrétně jsem se zaměřila na příspěvky z internetových diskuzí na serveru Novinky.cz a facebookové stránce ČT24, jejichž charakteristiky uvádím v kapitole 5.1. V následující kapitole 5.2 popisuji jazykový materiál, na němž následně dokazuji působení objektivních stylotvorných faktorů.

5.1 Specifika vybraných komunikačních prostředí

Internetové diskuze jsou z pohledu diachronního vývoje jazyka novým nástrojem pro realizování komunikátů sféry běžné každodenní komunikace. Diskutující má možnost předávat i získávat informace od lidí, se kterými by bez internetu nemohl navázat kontakt, a má přístup k velkému množství názorů a pohledů na danou skutečnost, dle kterých si může utvářet či měnit vlastní názory. V následujících podkapitolách popisuji charakteristické rysy prostředí internetových diskuzí v prostředí Seznam Diskusí a facebookové stránky ČT24 a představuji, jaké má uživatel v daných prostředích komunikační možnosti.

5.1.1 Novinky.cz

Novinky jsou nejnavštěvovanějším zpravodajským serverem v České republice, který v minulém roce navštívilo měsíčně téměř 8,5 milionu uživatelů. Jejich provozovateli a spoluvlastníky jsou vydavatelství Borgis a společnost Seznam. Na hlavní stránce Seznam.cz je vymezen prostor pro titulky vybraných článků, které odkazují na webové stránky Novinek, na nichž se nachází aktuální zpravodajství a zahraniční i domácí rubriky, a to např. Kultura, Ekonomika, Finance, Internet a PC, Věda a školy, Volby a v současnosti také Koronavirus, kde mohou čtenáři sledovat aktuální vývoj pandemie. Součástí jsou rovněž rubriky zaměřené na životní styl, ženské či mužské zájmy, bydlení apod.

Hlavní stránka je rozdělená do několika sekcí usnadňujících orientaci. Na hlavní stránce webu jsou pod lištou s rubrikami zobrazeny titulky vybraných článků s časem publikování a částí pretextu, pod nimi se nachází barevně vyznačená rubrika Stalo se, kde jsou uvedeny aktuální informace různého tematického zaměření, následně jsou

vyobrazeny tři titulky nejnovějších článků z jednotlivých rubrik, pod nimi vybrané titulky ze serveru Sport.cz, dále kreslené vtipy reflektující stav politiky, aktuální události a stav ve společnosti, následuje anketa zaměřená na téma rozebírané v některém ze článků a posledním prvkem jsou titulky vybraných článků s částí pretextu. Čtenáři se tak nabízí široká škála témat, o kterých si může přečíst a na které může reagovat v diskuzi pod každým článkem. Novinky jsou dostupné nejen na webových stránkách, ale také v aplikaci, ve které si může uživatel zvolit, jaké rubriky se mu budou na hlavní straně zobrazovat. Mobilní rozhraní umožňuje čtenáři číst uložené články i bez připojení k internetu a při psaní v diskuzi může používat emoji, které jsou součástí klávesnice v jeho mobilním zařízení.

5.1.2 Charakteristické rysy služby Seznam Diskuse

Pod každým článkem na portálu Novinky.cz se nachází otevřená diskuze, do které se mohou zapojit registrovaní uživatelé a vyjádřit tak svůj postoj k tématu danému článkem. Jelikož v dalších kapitolách popisuji charakteristické rysy komunikátů těchto diskuzí, přiblížím, jak v tomto prostředí probíhá registrace, jaké jsou pravidla komunikace či následky jejich porušování a představím komunikační možnosti tohoto prostředí.

Od listopadu r. 2020 se uživatelé před vstupem do diskuze pod článkem registrují i přihlašují prostřednictvím účtu na portálu Seznam.cz. V rámci registrace musí uživatel potvrdit souhlas se zpracováním údajů a do formuláře vyplnit své skutečné jméno, příjmení, rok narození, pohlaví, e-mailovou adresu a telefonní číslo. Podmínkou pro úspěšnou registraci je věk vyšší 15 let a ověření čísla i e-mailové adresy. Společnost uvádí, že tento systém zavedla z toho důvodu, aby komunikanti nesli zodpovědnost za své příspěvky a aby zamezila přístupu uživatelů, kteří vytrvale porušují smluvní podmínky služby Seznam Diskuse. Každý uživatel má z tohoto důvodu profil, na kterém jsou všechny jeho příspěvky dohledatelné a společnost vytvořila také databázi příspěvků, ve kterých došlo k porušení pravidel. Na základě této databáze zamezuje opětovnému vstupu autorů narušujících komunikaci do diskuzí.[57] V dřívějších letech nevyžadovala společnost po diskutujících tolik identifikačních údajů, následkem čehož měla diskuze některé rysy chatu a vyskytovalo se v ní více vulgárních a urážlivých projevů, na které měla vliv vysoká míra anonymity. Proto byla r. 2009 zavedena

[57] Seznam Diskuse. *Seznam.cz: O nás* [online]. Seznam.cz, 2021 [cit. 2021-5-1]. Dostupné z: https://bit.ly/3odvdRf

korespondenční registrace a v dalších letech požadovala společnost při registraci více identifikačních údajů o uživateli.

Uživatelé se při registraci zavazují k dodržování pravidel komunikace stanovených na stránkách společnosti, která v krátkosti popíšu. V diskuzním příspěvku nesmí být obsaženo reklamní sdělení, odkazy na stránky s nelegálním obsahem a odkazy, které přímo nesouvisí s tématem daného článku, případně videa. Uživateli je zakázáno komentovat činnost správce diskuzí a urážet či jinak napadat editory diskuzí, opakovaně vkládat stejné příspěvky, uveřejňovat příspěvky, které porušují zákony a jiné právní předpisy ČR. Je také nežádoucí užívání nadměrného množství vykřičníků, otazníků či emotikonů, zveřejňování příspěvků psaných převážně verzálkami nebo používání vulgárních či obscénních výrazů, a to včetně vytečkovaných výrazů či vulgarit opisem. V tomto prostředí je zakázáno uveřejňovat neveřejné údaje o identitě ostatních diskutujících či osobní údaje jiných fyzických osob, k jejichž uveřejnění nezískal od těchto osob uživatel souhlas, dále také používat profilovou fotografii, která porušuje zákony a jiné právní předpisy ČR nebo odporuje dobrým mravům, a vystupovat pod falešnou identitou či se vydávat za jinou osobu. Uživatel má zakázáno v diskuzi urážet, pomlouvat nebo vyhrožovat komukoli násilím, podněcovat nenávist k jednotlivcům nebo skupinám obyvatel, zejména na základě národnostní, rasové nebo náboženské příslušnosti.[58] I přes to, že jsou tato pravidla závazná pro každého diskutujícího a jejich dodržování je hlídáno editory, v diskuzích se objevují i příspěvky, které tato pravidla různou mírou porušují. Dodržování pravidel kontroluje systém filtrující určitá slova či spojení a správce se tudíž zabývá jen příspěvky, které tento systém vyhodnotil jako nevhodné. Následně je posuzuje dle kontextu a celkového vyznění sdělení. Hranice mezi vhodným a nevhodným příspěvkem může být tenká a při posuzování hraje roli také benevolentnost samotných správců, kterých je na Novinkách více.

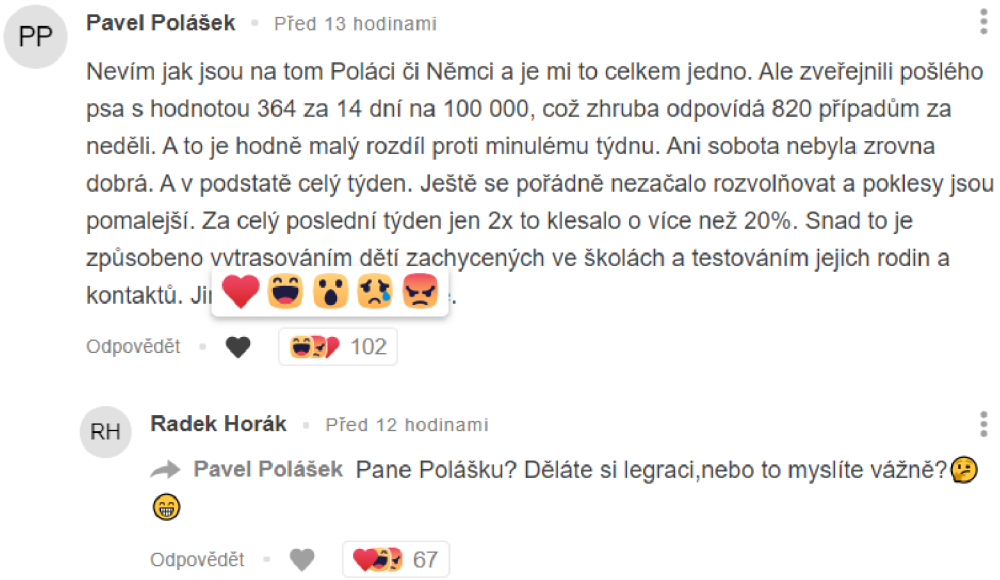
Uživatelé, kteří porušují smluvní podmínky, dostávají tzv. ban, což znamená, že jim je na určitou dobu (v některých případech i navždy) znemožněna publikace komentářů v diskuzích společnosti Seznam a jejich nekorektní příspěvky jsou správci smazány. Daný uživatel se již nemůže znovu registrovat stejným telefonním číslem. Společnost se tak pravděpodobně snaží přinutit uživatele, aby dodržovali stanovená pravidla, díky kterým je možné vytvořit komunikační prostředí s vyšší suverenitou. Provozovatel Seznam Diskusí si také vyhraňuje právo na znemožnění vstupu do

[58] Smluvní podmínky služby Seznam Diskuse. *Seznam.cz: Nápověda* [online]. Seznam.cz, 2021 [cit. 2021-5-1]. Dostupné z: https://bit.ly/3xXm4k0

diskuze uživatelům, kteří si opakovaně mění jméno a příjmení, což podle něj poukazuje na nepravdivost zadaných údajů.

Příspěvky v diskuzi je možné řadit od nejlepších s tím, že je rozhodujícím faktorem množství reakcí a informační hodnota příspěvku, od nejnovějších, přičemž se nejnovější příspěvky zobrazují nahoře, nebo od nejstarších. U každého příspěvku je zobrazeno autorovo jméno s profilovým obrázkem či jeho iniciály, čas publikování příspěvku a samotný text. Uživatel má možnost na autorův příspěvek reagovat verbálně s využitím max. 1 600 znaků či neverbálně a v případě, že příspěvek porušuje zásady správného chování, může jej nahlásit administrátorovi kliknutím na tři tečky v pravém horním rohu a zvolením možnosti *Nahlásit*.

Komunikaci v tomto prostředí lze rozdělit do dvou skupin dle typu diskuzního tématu. V prvním případě poskytuje podnět k diskuzi jeden z účastníků v podobě otázky nebo komentáře, v druhém případě je podnětem k diskuzi daný článek či video, pod kterým se diskuze nachází. Uživatelé se mohou k jednotlivým příspěvkům vyjádřit také neverbálně, a to kliknutím na jednu z reakcí. Vybrat si mohou z pěti obrázkových variant znázorňujících souhlas, smích, úžas, smutek či zlobu. Mohou si také zobrazit kvantitu a typy reakcí, které již byly příspěvku uděleny ostatními uživateli (viz ukázku 1).



Ukázka 1: Možnosti neverbální reakce na příspěvek a zobrazení komunikačního prostředí

Komunikanti v tomto prostředí nemají přístup k výběru emoji z vestavěné sady. Pokud však zadají v příspěvku sekvenci daných znaků (běžně známou pro psaní textových emotikonů), přepíše se 25 vybraných emotikonů na emoji, jak je naznačeno níže v ukázce 2. Dále mají uživatelé možnost ve svých příspěvcích formátovat text, a to konkrétně použít řez písma tučně, kurzívou, tučně i kurzívou nebo vytvářet seznamy pomocí bodové a číslované odrážky. Dané formátování lze aktivovat použitím znaku hvězdičky a vepsáním požadované akce, např. *tučně*. Jak ukazují výsledky provedené analýzy, využívání přepisu emoji je uživateli používáno několikanásobně častěji než formátování textu.

:)	🙂	;)	😉
:-)	🙂	;-)	😉
:D	😄	8)	😎
:-D	😄	8-)	😎
:(	😕	:/	😕
:-(	😕	:-/	😕
:P	😋	:'(	😢
:-P	😋	3:)	😈
:O	😮	O:)	😇
:-O	😮	:*	😘
:o	😮	:-*	😘
:-o	😮	<3	❤️
^_^	😊		

Ukázka 2: Sada pro přepis textových emotikonů na emoji v prostředí Seznam Diskuse

Novinky jsou uživatelsky atraktivní a jejich provedení a vzhled jsou neustále přizpůsobovány dobovým trendům. V současnosti tyto trendy udávají sociální sítě a v zájmu Novinek je, aby jejich stránky působily moderně a tzv. držely s těmito společnostmi krok. Od jejich vzniku se proto změnila řada prvků, které nyní přispívají k lepší orientaci či zjednodušují uživateli pohyb na webových stránkách. Dle vzoru sociálních sítí byla např. zavedena možnost lajkování, která byla později rozšířená na výběr z několika reakcí, byla přidána možnost řadit příspěvky dle různých kritérií nebo zavedena dvouvláknová diskuze.

5.1.3 Facebook a ČT24

Facebook je sociální síť sloužící převážně ke sdílení dat, komunikaci mezi uživateli, propagaci, obchodování a zábavě. V roce 2004 ji založil Mark Zuckerberg a původně měla sloužit jen ke komunikaci studentů Harvardovy univerzity. V dalších letech byl však umožněn přístup uživatelům s univerzitní e-mailovou adresou a následně se staly součástí také nadnárodní obchodní společnosti. Od r. 2006 může Facebook využívat kdokoli starší 13 let[59] a v současnosti se jedná o třetí nejnavštěvovanější web na světě s více než 2,7 miliardami uživatelů.[60]

Pro přístup k Facebooku je nutná registrace, při které vyplní uživatel do formuláře své jméno, datum narození, pohlaví, heslo a e-mail nebo telefonní číslo, přičemž jeden ze dvou posledních údajů musí následně ověřit. Snahou společnosti je zabránit vzniku tzv. falešných profilů, její metoda pro efektivní odhalení těchto profilů se však neustále vyvíjí a zdokonaluje. Uživatel si volí své přátele a skupiny, které chce sledovat, a tímto způsobem si vytváří obsah hlavní strany a také prostředí, které odpovídá jeho zálibám a zájmům, což jej může udržovat v tzv. informační nebo sociální bublině.

Facebook nabízí možnost synchronní i asynchronní komunikace a uživatel tudíž může komunikovat se svými přáteli několika způsoby. Jednou z možností je posílání soukromých zpráv spřátelené osobě. Recipient je obdrží i v případě, že je ve stavu off-line a může odpovědět, když se znovu připojí k síti. Pro zasílání a přijímání těchto zpráv byla zřízena mobilní aplikace Facebook Messenger, kterou v minulém roce používalo celosvětově 1,3 miliard uživatelů.[61] Díky technologickému pokroku je v současnosti velké množství uživatelů neustále připojeno k internetu (přes mobilní data či Wi-Fi), a proto dostávají okamžité upozornění o příchozí zprávě. Z toho důvodu někteří komunikanti očekávají, že by měl recipient odpovědět maximálně do několika hodin, lépe však v rámci minut. Uživateli se zobrazuje, kteří jeho přátelé jsou v režimu on-line, případně pak doba, před kterou byli naposledy tzv. aktivní, a pokud mu někdo z těchto přátel v on-line režimu neodepíše na zprávu do několika minut, může se cítit ignorován. V případě zobrazení zprávy se recipientovi u textu objeví poznámka *Zobrazeno* a očekává, že mu brzy komunikant odpoví. Tento typ komunikace je soukromý a je zde popsán pro poukázání na část faktorů, které působí na uživatele

[59] Společnost Facebook povoluje registraci od 13 let, nezletilé osoby však musí vždy přihlížet k zákonům státu, jehož jsou občany. V ČR si mohou založit samostatně účet osoby starší 15 let, od 13 let do tohoto věku však jen se souhlasem rodičů.
[60] Number of monthly active Facebook users worldwide as of 4th quarter 2020. *Statista* [online]. 2021 [cit. 2021-5-1]. Dostupné z: https://bit.ly/3exlotQ
[61] VEGA, Malvina. 20+ Incredible Facebook Messenger Statistics in 2021. *Review42* [online]. 2021 [cit. 2021-5-1]. Dostupné z: https://bit.ly/2QXWiM3

a ovlivňují ho v rychlosti komunikace či v chování v daném prostředí. Do veřejné psané komunikace na Facebooku se obecně řadí příspěvek, komentář a odpověď, avšak jejich míra veřejnosti je dána především okruhem recipientů. Příspěvek může uživatel publikovat na svém či přítelově profilu, veřejné stránce a v soukromé či veřejné skupině, jíž je členem. Komentář je reakcí na příspěvek a odpověď je reakcí na komentář.

Velkou oblibu mají facebookové stránky, které využívají nejčastěji firmy, organizace, veřejně známé osobnosti apod. ke sdílení příspěvků a navázání kontaktu s lidmi. Jestliže uživatel klikne na stránce na tlačítko *To se mi líbí* či *Sledovat*, v záložce Skupiny se mu zobrazuje její aktivita. Pokud je uživatel přihlášen přes mobilní aplikaci Facebook, má možnost si nastavit sledování aktivity oblíbených stránek, přičemž se mu dění na stránce následně zobrazuje v notifikacích mobilního telefonu pod ikonkou Facebooku. Některé zpravodajské servery využívají stránky k publikování aktualit a v komentářích pod příspěvky nabízí prostor pro postojové diskuze. Tento způsob je pro editory zpravodajství efektivnější, jelikož můžou vytvořit např. krátký a úderný text s fotografií, kterým reflektují aktuální dění, a později jej mohou doplnit obsáhlejším informačním článkem.

Jelikož níže popisuji jazykový materiál převzatý z diskuzních příspěvků na facebookové stránce ČT24, v krátkosti charakterizuji činnost této společnosti. ČT24 je televizní zpravodajská stanice České televize vysílající 24 hodin denně. Na internetové stránce této stanice se nachází živé televizní vysílání a články či videoreportáže v rámci rubrik Domácí, Regiony, Svět, Kultura, Věda, Ekonomika atd., ale také obměňující se rubriky zaměřené na téma spjaté s určitým obdobím, v současnosti je to rubrika Koronavirus. Na facebookové stránce, kterou sleduje více než 760 tisíc uživatelů, sdílí editoři pravidelně videoreportáže, souhrn hlavního tématu článku či jeho pretext s odkazem na plný text zveřejněný na webových stránkách stanice, fotografii s citací výroku či popiskem a odkazem na článek apod. V komentářích pod příspěvky probíhá diskuze, které se věnuji v následující podkapitole.

5.1.4 Charakteristické rysy diskuzí na facebookové stránce ČT24

ČT24 se řadí mezi zpravodajské servery, které neumožňují čtenářům diskutovat přímo pod zveřejněným článkem na webové stránce a které k těmto účelům využívají sociální sítě. Zpravodajství má vytvořenou facebookovou stránku, na kterou vkládá příspěvky, pod nimiž probíhá diskuze. Pro lepší pochopení rozebíraného jazykového materiálu v kapitole 5.2.2 představím prostředí Facebooku, pravidla komunikace stanovené editory ČT24 a dostupné prostředky verbální i neverbální komunikace v diskuzi.

Každý uživatel Facebooku musí mít založený účet a vyplněné základní údaje v profilu. Většina uživatelů má v přátelích své rodinné příslušníky a převážně osoby, se kterými navázali kontakt v reálném prostředí. Pokud daný uživatel přidá komentář k příspěvku, jeho přátelům se tato aktivita může zobrazit, čímž se snižuje míra anonymity tohoto uživatele. Je však nutné zmínit, že většina uživatelů má takové množství přátel, že není již schopná věnovat pozornost aktivitě každého z nich. K tomuto přispívá také skutečnost, že na nejsledovanějších zpravodajských stránkách diskutuje velké množství uživatelů a komentáře pod příspěvky přibývají rychlým tempem. Diskutující tak může nabýt dojmu, že nikdo všechny komentáře nepročítá, čímž se jeho pocit anonymity přirozeně zvyšuje. Příspěvky s komentáři nejsou ve většině případů mazány, a tudíž jsou na stránce dohledatelné dvěma způsoby. Pokud zná uživatel část textu z příspěvku, může jej zadat do vyhledávání na stránce. V druhém případě musí tzv. listovat na stránce směrem dolů až k samotnému příspěvku, což může být časově náročné vzhledem ke skutečnosti, že je na stránce denně sdíleno alespoň 10 příspěvků.

Pro provozovatele zpravodajského serveru je mnohdy jednodušší vést diskuzi na facebookové stránce než pro ni vytvářet prostředí na svých webových stránkách. Aby dosáhli stejné kvality, museli by zavést registraci s ověřením údajů pro snížení míry anonymity a zajistit nejen účast diskutujících, aby diskuze aktivně postupovala, ale také editory, kteří by dohlíželi na dodržování pravidel komunikace, či program filtrující nevhodné komentáře. Jednou z nevýhod diskuze probíhající na Facebooku je skutečnost, že editoři zpravodajství nemohou na facebookové stránce mazat nevhodné komentáře. Mají však možnost je jako provozovatelé stránek skrýt před ostatními uživateli s tím, že komentář zůstane viditelný jen pro autora a jeho přátele. V krajních případech mohou využít možnosti zablokování příspěvků daného profilu.

Editoři facebookové stránky ČT24 vybízí v záložce Informace k publikování kladných i negativních ohlasů a názorů, avšak s podmínkou, že budou diskutující dodržovat pravidla, která v krátkosti popíšu. Diskutující se mohou vyjadřovat svobodně a vyměňovat si názory, vždy se však musí držet tématu, které udává příspěvek. V diskuzi je zakázáno šířit reklamu, spam, odkazy na komerční webové stránky, weby politických stran apod. Diskutující mohou komunikovat otevřeně, musí se ale pohybovat v mezích slušnosti. Veškeré vulgární výrazy, výhružky, hanobení, příspěvky odporující zákonům ČR apod. jsou mazány (respektive skryty ostatním uživatelům). Editoři dále zmiňují, že neomezují anonymitu přispěvatelů, což znamená, že nekladou důraz na procentuální vyplněnost údajů na profilu diskutujících, očekávají však, že této možnosti nebudou uživatelé zneužívat. Diskutující nesmí zveřejňovat

osobní údaje jiných osob proti jejich vůli a přispěním do diskuze souhlasí s případným zveřejněním jejich komentáře, jména a fotografie ve vysílání nebo na webu České televize. Tato pravidla by si měl přečíst každý diskutující. O tom, zda se tak děje, je však možno jen polemizovat.

Stejně jako v diskuzích na Novinkách je i na Facebooku podnětem ke komunikaci téma příspěvku nebo názor vyjádřený v komentáři. Diskuze může probíhat maximálně ve dvou větvích, což zčásti zamezuje odbíhání od tématu. Uživatel se zapojí do diskuze kliknutím na políčko *Napište odpověď…*, přičemž se mu automaticky vepíše do řádku jméno diskutujícího, na kterého reaguje. Po sdílení odpovědi se danému diskutujícímu zobrazí tato aktivita v notifikacích. V některých případech probíhá diskuze takovou rychlostí, že se odpověď či komentář daného diskutujícího ztratí ve vlně dalších, a proto je často vhodné odpovídat v co nejkratším časovém intervalu. Z toho vyplývá, že diskuze, do kterých přibývají komentáře pomaleji, mají výraznější prvek asynchronnosti a diskutující není nucen odpovídat ihned. Pokud však uživatel vidí, že se jeho komentář ztrácí ve vlně nových komentářů, může jej daná situace vybízet k rychlejšímu publikování komunikátu, který je spontánnější a nepřipravenější. Tato skutečnost lze nejlépe vypozorovat v komunikátech, které mají nepropracovanou syntax či velké množství překlepů, jenž mohou poukazovat na fakt, že si autor svůj text po dopsání nepřečetl a rovnou jej publikoval. Diskutující však není k rychlé reakci nabádán jen prostředím, ale také např. působením emocí při čtení komentářů jiných diskutujících a potřebou na dané sdělení ihned (ve stavu působení dané emoce) reagovat, a to např. doplňující otázkou, nesouhlasem či komunikátem s persvazivní funkcí. Většina diskutujících reaguje především na názor či postoj v komentáři a nestylizuje komunikát dle adresáta, jelikož jej nezná. Na výsledný komentář vždy působí také subjektivní stylotvorné faktory, jejichž posuzování je v tomto prostředí složité, jsou však pro posuzování komunikátu nezanedbatelné stejně jako autorovo stanovisko, se kterým přistupuje k diskuzím. Někteří autoři na své projevy na sociálních sítích dbají, stylizují je, cílí na vysoké ohodnocení komentáře nebo kontrolují jejich pravopisnou či jinou správnost, jiní autoři si naopak své vystupování na sociálních sítích vědomě nekorigují. Jak už jsem však zmínila, ovlivnění komunikátu zvyklostmi autora, jeho zkušenostním komplexem, intelektem atd., je záležitostí subjektivních stylotvorných faktorů.

Pod každým příspěvkem je zobrazen počet a druh reakcí, jakými byl příspěvek ohodnocen, množství doposud publikovaných komentářů v diskuzi a počet sdílení např. na profilu uživatele, v jiné skupině, v soukromé zprávě apod. Řazení komentářů v diskuzi je automaticky nastaveno na nejrelevantnější, aby se uživatel nejdříve

zobrazovaly komentáře jeho přátel či s nejvyšším hodnocením. Je však možné nastavit řazení od nejnovějších či zobrazit všechny komentáře včetně potenciálního spamu.

U komentáře či odpovědi je vždy zobrazen profilový obrázek, jméno diskutujícího a samotný text. Ostatní uživatelé mají možnost se ke komentáři vyjádřit neverbálně, a to použitím jedné ze sedmi reakcí, které jsou pojmenovány (na ukázce 3 zleva) jako To se mi líbí, Super, Péče, Haha, Paráda, To mě mrzí, To mě štve, ale také verbálně (prostřednictvím komentáře). Dále se v řádku nachází počet hodin či minut od okamžiku sdílení a v pravém dolním rohu jsou vyobrazeny reakce a jejich počet, které byly komentáři přiděleny. Po kliknutí na tři tečky vedle šedého rámečku má uživatel možnost daný komentář skrýt či nahlásit, a to za nevhodný obsah, kterým je např. násilí, obtěžování, sebepoškozování, nepravdivé informace apod. Maximální délka komentáře je 8 000 znaků, a kromě textu může komunikant použít v komentáři samolepku avatara, samolepku, emoji či GIF, které v krátkosti popíšu. Jedná se o prvky neverbální komunikace typické především pro sociální sítě. Uživatel má možnost si vytvořit vlastního grafického avatara a do sady emotikonů se mu vygenerují nálepky avatara v různých situacích, např. znázorňujícího přemýšlení, smích, oslavu apod. Facebookové samolepky slouží k vyjádření emocí a ke znázornění běžných aktivit. V nabídce je vyjádření štěstí, smutku či lásky, ale také vyobrazení práce, nějaké aktivity či oslavy pomocí postaviček provádějících danou činnost. Pojmem GIF je označován animovaný obrázek nebo krátké video bez zvukové stránky opakující se neustále dokola. Nejčastěji používané GIFy znázorňují osobu (či zvíře) při nějaké činnosti, např. při souhlasném pokývání hlavou, neovladatelném smíchu, pokrčení rameny apod.

Ukázka 3: Možnosti neverbální reakce na příspěvek a zobrazení komunikačního prostředí[62]

5.2 Charakteristika zkoumaného jazykového materiálu

Textový materiál se skládá jen z diskuzních příspěvků, které se nacházely pod články s tematikou koronavirové pandemie, jež zasáhla všechny generace, ale také veškeré skupiny společnosti. V roce 2020 byl zaznamenán nárůst návštěvnosti internetu o jednu pětinu a průměrná měsíční návštěvnost zpravodajských webů se zvýšila meziročně o 70 %. Rekordní nárůst byl zaznamenán v jarních měsících r. 2020, což bylo nesporně ovlivněno začínající pandemií covid-19 a potřebou uživatele být informován o jejím průběhu a o vládních nařízeních ovlivňujících život každého občana České republiky. V průběhu této pandemie zůstalo mnoho občanů na různě dlouhou dobu doma z důvodu rozšíření home office, zavření škol, přerušení zájmových

[62] Na facebookových stránkách je možné získat odznak *Přední fanoušek*, který se objevuje nad jménem uživatele, jenž je na dané stránce aktivní, tzn. sleduje aktuality stránky, komentuje či reaguje na příspěvky a sdílí obsah stránky.

kroužků, probíhající karantény atd. Kvůli zákazu setkávání různě početných skupin se veřejný život přesunul v rámci možností do prostředí internetu. V internetových diskuzích s tematikou covidu-19 bylo proto možné sledovat, jak se lidé s novou situací vypořádávají, jak k ní přistupují na základě svých zkušeností, a jelikož se jednalo zpočátku o neznámé infekční onemocnění, diskutující si sdělovali zdravotní stav a průběh onemocnění jich samotných či jejich blízkých. Pro mnoho uživatelů tak mohla být internetová diskuze zdrojem informací, a také prostředím, ve kterém mohli při zákazu setkávání komunikovat o běžných záležitostech života a ve kterém mohli uspokojit svou potřebu komunikovat. V některých diskuzích však docházelo k názorovým střetům a šíření neověřených faktů i dezinformací o léčbě onemocnění, složení vakcín apod.

Textový materiál, s nímž jsem pracovala, se skládá z 1 000 komentářů sdílených na Seznam Diskusích a z 1 000 komentářů převzatých z facebookové stránky ČT24. Jelikož se jedná o komentáře z diskuzí probíhajících pod příspěvky zpravodajských společností se stejnou tematikou, mají komentáře z obou prostředí některé prvky společné. Z rozboru textového materiálu je však patrné, že existují také určité prvky typické pouze pro jednotlivá prostředí. U vybraných rysů uvádím pro ilustraci příklady jazykového materiálu kurzívou v neupravené podobě.

5.2.1 Společné rysy dvou vybraných komunikačních prostředí

Všechny komentáře jsou reakcemi na stejné téma, a to konkrétně na koronavirovou pandemii, se kterou úzce souvisí téma politiky, zdravotnictví, situace ve společnosti (soudržnost či názorové rozepře mezi občany), ekonomický i společenský dopad pandemie, životní styl, zvládání nové životní situace z pohledu psychického zdraví apod. Pro pochopení některých komentářů je proto nutné znát celospolečenský kontext (např. *nedá se očkovat ani za dvě koblihy*; *bude tě ovládat Bill*; *to vám zase něco nakukal Flákanec, že*). V běžné komunikaci se s příchodem pandemie začaly objevovat výrazy, které by bylo možné považovat za odborné (*covid pozitivní, kolektivní imunita, reprodukční číslo, Remdesivir, Ivermectin*) a Ústav pro jazyk český v souvislosti s pandemií evidoval přes 1 200 neologizmů.[63] Většina z nich však pravděpodobně zanikne se zlepšující se situací, a proto je vhodnější je vnímat v rámci vývoje jazyka jako okazionalizmy (*rouškovník, e-rouška, haranténa, covidárium*). V komunikátech je časté používání zkratek politických stran, států (*ČR, DE, UK*),

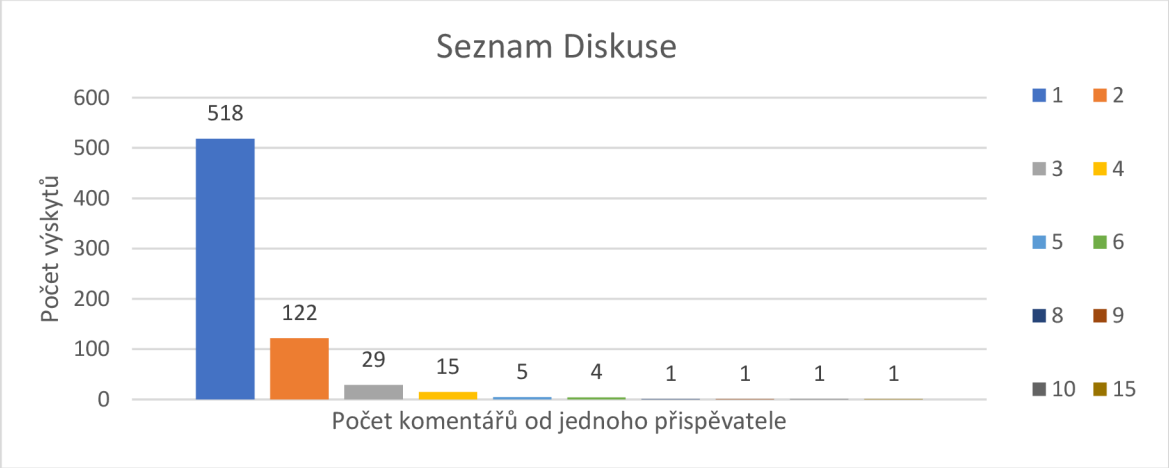
[63] *Databáze excerpčního materiálu Neomat: verze 3.0* [online]. Ústav pro jazyk český AV ČR, 2021 [cit. 2021-5-8]. Dostupné z: https://bit.ly/3o2Ju2R

zkratek souvisejících se zdravotnictvím či nemocničními odděleními (*SÚKL, ARO, JIP*), s podnikatelskou činností (*OSVČ, DPH, EET*) či s epidemiologickou situací (*PES*). Jelikož se jedná o komunikáty sféry běžné každodenní komunikace se shodným tématem, dalo by se očekávat, že budou diskuze probíhat velmi podobně a komunikáty se nebudou výrazně lišit. Tento předpoklad se však po prozkoumání jazykového materiálu ukázal jako chybný.

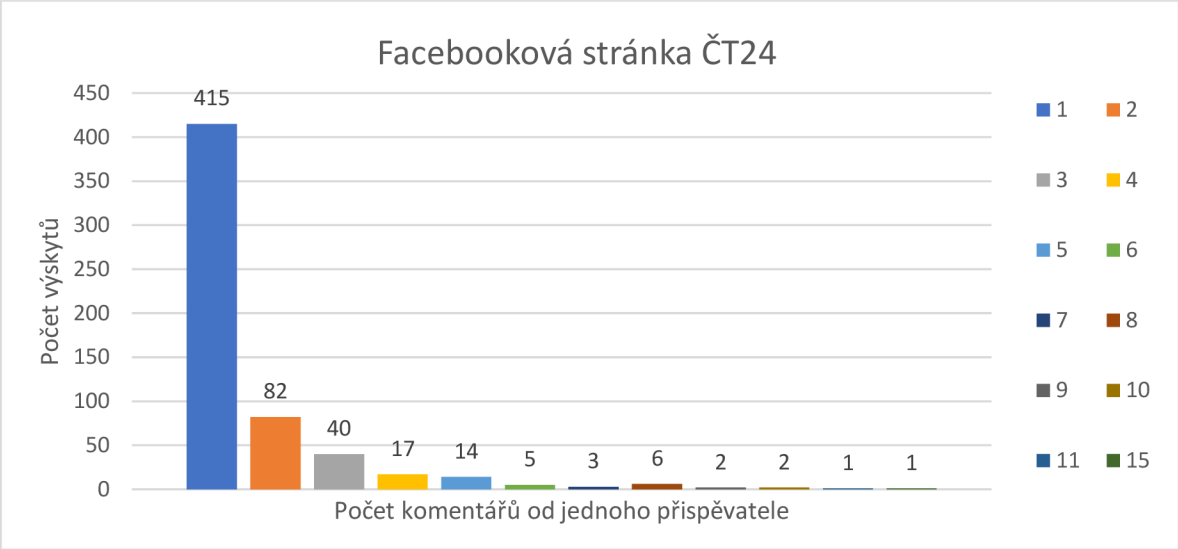
5.2.2 Charakteristické rysy jednotlivých prostředí

V této kapitole se zaměřuji na prvky, které jsou typické pro každé z prostředí. Je však nutné podotknout, že nelze v tomto případě vnímat dvě zvolená prostředí jako vyhraněné póly. Veškeré rysy, které popisuji, jsou typické pro internetovou diskuzi jako takovou, a proto není možné, aby se v některém z prostředí jakýkoli z prvků neobjevoval. Mou snahou bylo tedy popsat míru výskytu jednotlivých rysů v prostředí a působení vybraných objektivních stylotvorných faktorů na výsledný komunikát. Subjektivním stylotvorným faktorům nevěnuji pozornost z toho důvodu, že nemám o autorech komunikátů dostatečné množství informací pro přesný popis daných faktorů.

Komunikáty jazykového materiálu jsou rozmanité, což je možné dokázat na počtu komentářů napsaných jednotlivými diskutujícími. Jak je demonstrováno v grafech 1 a 2, většina diskutujících přispěla do diskuze jen jedním komentářem, v Seznam Diskusích bylo však autorů, kteří přispěli jen jedním komunikátem více. Výrazně méně autorů přispělo dvěma či třemi příspěvky.



Graf 1: Počet komentářů sdílených diskutujícími v prostředí Seznam Diskusí



Graf 2: Počet komentářů sdílených diskutujícími v prostředí facebookových diskuzí

Kontrola dodržování pravidel, délka komunikátu a komunikační možnosti v daném prostředí jako ovlivňující faktory

Prvním zkoumaným objektivním stylotvorným faktorem je prostředí, které působí na autora a stanovuje mu meze, ve kterých by se měl při tvorbě komunikátu pohybovat. Obě zkoumaná prostředí stanovují pravidla, jejichž dodržování je podmínkou pro účast v diskuzi. Autor však není ovlivněn jen existencí těchto pravidel, ale také vědomím, zda někdo příspěvky kontroluje a jak přísně.

V Seznam Diskusích jsou zachycovány nekorektní příspěvky interním programem a dále vyhodnoceny editorem. Tento způsob však nemusí zachytit některé problémové výrazy a spojení, v nichž autoři záměrně pozměnili či vynechali jeden nebo více znaků, a pokud nekorektní příspěvek některý z uživatelů nenahlásí, nedojde k editorskému posudku a zůstane v diskuzi. Ve vybraných příspěvcích však k porušení pravidel docházelo jen zřídka, což poukazuje na vysokou efektivitu zmíněného nástroje. Účastníci musí při registraci souhlasit s dodržováním pravidel a v diskuzi na ně někdy také upozorňují, aby odůvodnili způsob vyjadřování (*My nerozumíme jim a oni nám a jště na nás kašlou…Psáno stylem proti banu.*). Hojně se však vyskytují také nesouhlasné komentáře adresované editorům, kteří dle jejich mínění vyhodnotili vyznění autorových předchozích příspěvků nesprávně (*Proč mi mažou příspěvky To se musí jen s Burešem souhlasit :(; Nevím co sjem napsal špatně, že je můj názor smazán. Naše vláda je k pláči a novinky taky*).

Pravidla v komentářích na facebookové stránce ČT24 jsou kontrolována automatickým nástrojem společnosti Facebook, jejímž zájmem je, aby se v jakýchkoli komentářích na sociální síti neobjevovaly vulgarismy, urážky, vyhrožování, neprobíhal trolling apod. Jelikož je však tento nástroj pro český jazyk stále ve vývoji, program neodhalí všechny nevhodné komunikáty. Pro stránku je tento filtr první kontrolou dodržování diskuzních pravidel, která jsou podmnožinou obecných pravidel chování na Facebooku. Druhou kontrolu provádí editoři. Jelikož se však pod některými příspěvky nachází až několik tisíc komentářů, není v jejich kompetenci zachytit každý nevhodný komentář. Jejich pozornost je navíc věnována také komentářům nahlášeným jinými uživateli. Diskutující si mohou přečíst pravidla diskuze v informacích na stránce, většina uživatelů se však zapojí do diskuze poté, co si jí všimne na své Zdi, zatímco samotnou stránku navštěvuje pouze malé procento z nich. S obecnými pravidly chování na Facebooku však musí souhlasit každý uživatel při registraci. Stránka ČT24 také upozorňuje na fakt, že se jedná o veřejné prostředí, a má tudíž oprávnění publikovat komentáře ve vysílání České televize, což by mělo vést diskutující k formálnějšímu projevu. Ve skutečnosti jsou však komunikanti často otevření, ochotnější ke sdílení osobních záležitostí ve srovnání s vyjadřováním face-to-face a i přes to, že jejich aktivitu mohou sledovat jejich přátelé, a měli by tedy pociťovat menší míru anonymity, jsou jejich komunikáty neoficiální (*A ja chcu rozhodne zit bo miluju zivot*), tvořeny pod vlivem emocí (*co to meleš? Oni by naopak rádi aby mohli rozvolňovat co nejvíc. Dementi.*), obsahují množství pravopisných chyb i překlepů (*Je to covid a tto by jsme se všichni lidé měli soustředit na o aby jsme tento vir společnými silami porazili.*) apod.

Při srovnání komunikátů z jednotlivých prostředí, je možné o komunikantech na Seznam Diskusích prohlásit, že striktněji dodržují pravidla diskuze, a to pravděpodobně z důvodu přísné kontroly editorů. Neznamená to však, že se zakázané prvky komunikace v prostředí nenachází, je jich ale podstatně méně než v diskuzích na Facebooku, a pokud mají komunikanti potřebu tyto prvky použít, záměrně je upravují a eufemizují. V obou prostředích poukazují někteří diskutující na nedostatky jiných komunikantů (SD[64]: *Jste neskutečně hloupí!!!*; FB: *Bezohlednej sobec, nic víc.*) a často k popisu těchto charakteristik používají fráze (SD: *Ty jsi ale Matěj*; FB: *Jak křováci u debaty nad zapalovačem.*) či vulgarismy, které eufemizují nebo proměňují v rámci jazykové hry tak, aby tzv. prošly přes filtr sprostých slov (FB: *jseš asi 3.14ča*). V případě

[64] Pokud není komunikační prostředí uvedeno, pro zjednodušení orientace v textových ukázkách používám u komunikátů převzatých ze Seznam Diskusí zkratku SD. Komunikáty převzaté z facebookové stránky ČT24 označuji zkratkou FB.

Seznam Diskusí k tomu používají interpunkční znaménka či speciální znaky (*v@l, ho.no, tím to ještě více po….*), v případě Facebooku navíc také emoji či zkratky (*je to v* 👊*, tvl, strašná p*ča*). V druhém zmíněném prostředí se objevovalo množství vulgarismů, které zřejmě filtr nezachytil (*vymaštěný debil, volit toho kokota*), ale také nadávky typické pro prostředí internetových diskuzí (*klesni dolů*). V obou prostředích se komunikanti snažili vulgarismy zaměnit za vhodnější výrazy s menší mírou expresivity (SD: *ať si peníze strčí kamsi*; *odškodnění je na dvě věci!*, FB: *půlka Čechů jsou jelítka, Hotentoti chovají se jako dacani, burani, kteří jsou odborníci na vše*; *jako ještě větší…. Tydýýýýt než teď*) či apoziopezí (SD: *ukažme jim že je máme v ….*, FB: *strčte si čokla do …*).

Prvkem, který vypovídá o povaze prostředí, je také průměrná délka jednoho komunikátu. Jelikož mohou diskutující na Facebooku využít výrazně více znaků (8 000, tedy cca 1 100 slov) než v Seznam Diskusích (1 600, tedy cca 220 slov), dalo by se z tohoto pohledu očekávat, že má vysoká hranice nějakou příčinu a že budou facebookové komentáře obsáhlejší. Při zkoumání jazykového materiálu se však ukázalo, že se delší a názorově komplexnější komentáře nacházely na Seznam Diskusích. Průměrná délka komentáře v tomto prostředí byla 25,7 slova, zatímco na facebookové diskuzi měly komunikáty průměrně 17,6 slov. Tento rozdíl je pravděpodobně dán tím, že je Facebook tzv. rychlejším prostředím, ve kterém se nachází množství snadno pochopitelných optických podnětů s krátkými texty (tzv. příběhy) nebo krátkých příspěvků doplněných o fotografie. Uživateli se nabízí možnost užití grafického vyjádření emocí, které je často výstižnější a časově úspornější než vyjadřování emocí verbálně. Účastník diskuze může být také rozptýlen případnými soukromými zprávami, které se netýkají samotné diskuze a na které se snaží odpovědět v krátkém časovém intervalu, jelikož komunikační partner vidí, zda je on-line a zda si zprávu již přečetl. Většina diskutujících psala komentář pravděpodobně v krátkém časovém intervalu a vyjadřovala spontánně to, co ji v danou chvíli k tématu napadlo (FB: *mu ruplo v ouli a ? ……..vyřídil si to po svém……a pak řekl Sorry jako*; *to že nejsou sestry za to lidé platí životem ….. obyčejní lidé ….chyba*). Na uživatele působí vždy také určitá zvyklost v prostředí, např. pokud ostatní komunikanti vkládají do textů emoji, je možné, že je bude chtít uživatel pod vlivem ostatních používat také. Analogicky by se mohl přizpůsobit délkou komentáře.

Komunikace je ovlivněná možnostmi, které dané prostředí nabízí. Jelikož má komunikace v internetové diskuzi některé prvky mluveného textu, mají diskutující potřebu v určitých případech zdůraznit část komunikátu, pro niž by v jiných podmínkách použili např. vyšší hlasovou intenzitu. V obou prostředích byla pro

zdůraznění použita velká písmena a iterace interpunkce, případně obojí (SD: *Příroda a přirozenost si poradí...takže NESTRAŠTE!*; *tohle je fakt MOC !!!*, FB: *Odborníci se rok nemůžou shodnout naa tom čím léčit NEMOCNÉ, ale už přesně vědí čím očkovat ZDRAVÉ.*), a v některých případech také opakování (SD: *aby se to uz nikdy nikdy nikdy neopakovalo*; FB: *nemocnice má z každého pacienta na Covidu strašný, ale strašný love*). Verzálkami byla v některých případech označována také ironie (SD: *vláda ODBORNÍKŮ*, FB: *Už teď je vidím. SPASITELÉ NÁRODA!*). V komunikaci na internetu, ve které není možné přímo sledovat neverbální chování komunikanta, je důležitým prvkem také možnost využití emoji, GIFů, samolepek apod. V diskuzích na Facebooku, kde jsou tyto prostředky dostupné v sadě vedle prostoru pro psaní textu, použilo alespoň 1 emoji téměř 30 % diskutujících, přičemž někteří komunikanti použili v komentáři pro vyjádření emoce či postoje jen emoji nebo GIF bez doprovodného textu. V Seznam Diskusích, kde je nutné poskládat emotikon ze znaků na klávesnici, byl použit alespoň jeden emotikon či emoji přibližně ve 12 % případů. Na chybějící sadu emotikonů v prostředí diskuze či v mobilním telefonu poukazovali diskutující ve svých komunikátech (*Nemám tu smajlíka na vyjádření dostatečně bouřlivého smíchu na vyjádření vlády*). V komunikátech, které neobsahovaly emotikon, někteří diskutující nerozeznali ironii, sarkasmus či vtip, a proto se autorů dotazovali, jak mají na text nahlížet (SD: *Škoda, že z textu není znát ironie, jak to bývá u mluveného slova. Ale nebojte se, já to tak beru. Tohle si jinak vyložit nelze, než že je to ironie.*; *pro méně chápavé - pochopitelně je to sarkasmus*; *Tomu opravdu verite, nebo je to ironie?*). V prostředí Facebooku bylo pro vyznačení ironie užíváno emoji 🙃 a 🙂 (*Když vidím jak průměrný Čech nakupuje v Kauflandu uzeniny na kila a ještě je to v tom košíku jedna z těch zdravějších věcí tak nechápu ten strach z vakcíny. Vás nezabije nic nebojte* 🙂), případně iterace emoji vyjadřující úsměv či iterace posledního znaku v emotikonu (*A kolikrát ještě bude ten poslední lockdown?? :*))); *Jediná logika snad spočívá v tom že kola začíná na písmeno "K" kdežto svařák na písmeno "S". Vidíte ten rozdíl? K je oproti "S" něco jiného jak tvarově významově pořadím v abecedě atd. To snad dá už dá logiku ne?* 🙂 🙂). V obou prostředích byla dále vyjadřována ironie pomocí uvozovek, nadsázky, hyperboly nebo užitím deminutiv (*neskutečná banda „inteligentů“*; *když jste tak prudce inteligentní*; *A co vaše slavné očkování?* 🙂, *chudacek malej nevinnej*).

Čas tvorby komunikátu jako ovlivňující faktor

Působícím objektivním stylotvorným faktorem je také čas. Pokud se diskuze nachází pod článkem, jehož téma vyvolává ve čtenářích emoce a týká se přímo jejich osobnosti, do diskuze se pravděpodobně zapojí více uživatelů, než je tomu u článků, které nevyvolávají velké emoční napětí. Jelikož byly komentáře, ze kterých jsem převzala jazykový materiál, reakcí na nové téma, které zasahovalo do života každého občana, mělo velké množství uživatelů potřebu vyjádřit v diskuzi svůj postoj. 22 % facebookových komentářů bylo reakcí na příspěvek, zatímco 78 % komunikátů bylo odpovědí na něčí postoj. Diskuze na Facebooku probíhala rychle a pokud měl diskutující úmysl zareagovat na jiný komentář, musel se vyjádřit v krátkém časovém horizontu, aby se jeho komentář ve vlně dalších neztratil, jelikož většina diskutujících taktéž reagovala na komentáře jiných uživatelů. Z toho důvodu vznikaly texty s rysy spontánnosti, mj. s pravopisnými chybami a překlepy, které komunikanti pravděpodobně publikovali ihned po dopsání (*Moc se to nelepsi a proto jsem aby se nerezvolnovalo i když se blizi vanoce*; *A jak jste přišla na to, že to jsou to lži ?*; *Proč není vakcína na rakovinu cukrovku která je mezi námi tolik let a na covid je vakcína během půl roku nějak divné že kde jsou kontejnery na biologický odpad roušky se válí u obchodů na chodnících ať mi to taky někdo vysvětlí je to stejné jak ten vtip viděl někdy někdo Roma bezdomovcem*).

V Seznam Diskusích se vyjadřovali komunikanti v téměř stejné míře ke článku (52,2 %) i k jiným diskutujícím (47,8 %). Jelikož je návštěvnost Novinek.cz menší než návštěvnost Facebooku, v jednotlivých diskuzích se nevyjádřilo tak velké množství komunikantů, a proto také probíhala diskuze pomaleji. Na základě zkoumaného materiálu jsem došla k přesvědčení, že komunikanti strávili nad těmito příspěvky více času než komunikanti prvního prostředí, kteří si mohli přečíst jen např. bodové shrnutí článku v příspěvku. Diskutující na Seznam Diskusích zřejmě věnovali čas čtení článku, a poté často reagovali přímo na zmíněné skutečnosti. V některých případech zkopírovali vybrané věty, ke kterým v komentáři vyjádřili svůj postoj. Většina komunikátů v tomto prostředí je poznatelně formálnější, je v nich často vyjádřen komplexnější názor s věcným odůvodněním a převažují v nich rysy psaného textu.

V 62 případech byl komunikát v Seznam Diskuzích smysluplně členěn dle tematického zaměření do krátkých odstavců, jak je znázorněno v ukázce 4. Tento typ komunikace se proto, na rozdíl od facebookové diskuze, blíží na ose synchronnosti–asynchronnosti spíše k druhému zmíněnému pólu. V diskuzích na Facebooku bylo

členěno pouze 14 komentářů. V ukázce 5 je možné sledovat tematické členění, je však nutné zmínit, že většina komunikátů byla členěna téměř beze smyslu.

Ukázka 4: Znázornění členění textu v komunikátech na Seznam Diskuzích

Ukázka 5: Znázornění členění textu v komunikátech facebookových diskuzí

Funkce komunikátu a záměr autora jako ovlivňující faktory

Komunikáty obou prostředí mají shodné funkce s tím rozdílem, že se v jednotlivých prostředích vyskytují dané funkce v různé míře. Na vzorku 200 komentářů z každého prostředí jsem zkoumala, jakou mají komunikáty funkci, přičemž jsem došla ke zjištění, že komentáře facebookové diskuze vyjadřují nejčastěji autorův názor na téma dané článkem či komentářem jiného diskutujícího (49 %), dále se zde nacházelo téměř 20 %

komunikátů s primární funkcí kontaktovou a 14 % komunikátů, které byly reakcí na osobnostní rysy autora některého z komentářů (posuzovanou dle publikovaného textu), přičemž většina těchto komentářů byla urážlivá. Komunikáty na Seznam Diskusích byly v 58 % vyjádřením autorova názoru k danému tématu, 13 % textů vyjadřovalo názor autora na jiného diskutujícího a 10 % komentářů bylo stylizováno k pobavení recipienta. V tomto prostředí se dále v porovnání vyskytovalo více komunikátů se záměrem přesvědčit recipienta, zatímco v komunikátech facebookových diskuzí se více uplatňovala funkce fatická (kontaktová) a vyskytovaly se texty, které popisovaly běžné události v životech diskutujících.

V největší části komentářů byl vyjádřen názor autora na téma dané článkem či příspěvkem (SD: *Já si myslím že by se měl již celý fond Agrofertu znárodnit a byl by konečně v republice klid.*; *Problém je, že Babiš má ke schopnému manažerovi hodně daleko. Když nelze někoho oblafnout, obelhat nebo něco ukrást, tak se ukáže, že je to jen neschopný chaotik. Pro něj jsou hlavní cíl podzimní volby, ne řešení tohoto kovidového průšvihu.*, FB: *Francie i Nemecko pomahaji. Ale take maji Covid. Nejlepsi pomahani je, dodrzovat vsechny opatreni a snazit se, infekci nesirit dal.*; *Celé je to výsledek neschopnosti a populismu této vlády!*) a vyjádření souhlasu či nesouhlasu s názorem jiného komunikanta (SD: Pane *xier, s Vaším příspěvkem naprosto souhlasím. Vystihl jste to zcela přesně.*, FB: *Souhlas.*; *Přesně moje slova.*), přičemž se projevovala také potřeba podělit se o emoce, kterou v diskutujícím autor komentáře vyvolal (SD: *Hahahaha ten je fakt dobrej!*, FB: *teď jste to zabila…* 🙈🙈😂😂; *teď jste mě od srdce rozesmál.. děkuji* ❤️..). V některých případech se diskutující vyjadřovali k autorovi a posuzovali jeho charakter či intelekt dle publikovaného komunikátu, k čemuž používali expresivní oslovení (SD: *Táák, Dorotko; Nevážený pane Holý; vy človíčku*, FB: ovečko *omezená*), tykání, ironizované vykání a často také urážky (SD: *nebud naivni* blb, FB: *vy si zajděte někam pro novy mozek*; *takže byste radši pořád byl pro porušování opatření, aby nebylo možné pomoci lidem v nouzi? Zamyslete se nad sebou* 🙏). Pro zaujetí pozornosti, pobavení, získání velkého množství reakcí, prokázání kreativity apod. byla užívána jazyková hra (SD: *slepenec*[65], FB: *Hambáček*), aktualizace známého textu (SD: *zábavný pořaad Česko hledá Covid-19 pokračuje* 😀😀😀, FB: *Rozkaz zněl jasně: buzerovat za každou cenu*), užití metafor s novou konotací (SD: *PES, který hlídá své OVEČKY*; *Je v tom zakopanej PES*, FB: *ze PES tak uplne nesteka dle jejich not?*) a dalších aktualizačních prostředků. Cílem některých komunikátů bylo reagovat na dění v diskuzi, vyjadřování diskutujících nebo v případě Facebooku na reakce u příspěvku (SD: *trapný a zbytečný*

[65] Výraz pro koalici.

výstřel do tmy, snad nemá cenu ani vás komentovat, FB: *ČT 24 - proč tady neustále trpíte profily (zdráhám se použít výraz lidi), které se vysmívají úmrtí jiných? Neměla by mít vaše stránka nějaký etický kodex?*; *vysoká škola života a 90% jich neví jaké napsat i nebo ý?; 55 lidi da haha, neskutecne odporný*). V obou prostředích se nacházely také komunikáty s cílem pobavit či zlehčit dané téma (SD: *hlásím, že moje reprodukční číslo je 3. Mám tři děti.*, FB: 1: *To je v pohodě, já budu až v nějaké 11té vlně, a to už bude vakcínu vyrábět i Vitana.*; 2: *já si počkám až to bude vyrábět božkov*; 3: *Já až ve 30. vlně, to už budou píchat v Tescu*), přičemž je častým prostředkem ironie či nadsázka (SD: *jo, normálně ten zbytek pusťte domů. Kupte si bombu s O2, HFNO, zavedte si IV kanylu a objednejte léky přes Wisch*, FB: *Včera jsem viděl v podchodu maníka, co se sám očkuje.* 💚 *Spolu to zvládneme.* 💚). V obou prostředích se vyskytovala funkce prostě sdělná (referenční) (SD: *Nemám s tím problém.Očkovat se nachám jak jen to bude možné.Na šílené konspirace nehraju.A příp.následky?Kdo se má utopit ten se neoběsí* 😀, FB: *No vcera tam byli zastupci velkych fabrik a pry nemuzou zavrit.* 🤔). V komentářích na Facebooku se silněji prosazovala funkce fatická (kontaktová), jelikož se jedná o sociální síť, na které je běžné projevování emocí či sdílení soukromých témat, což není v diskuzi face-to-face s neznámými účastníky běžné a což odkazuje na autorovu důvěrnost k prostředí (*Ty nejsi zdejší viď?*; *Vidíte a tohle mi přijde hloupost, co píšete. Každý se chová přeci sám za sebe. Nebo vy děláte to, co vidíte u druhých? Kdyby pan Babiš skočil z mostu, tak Vy skočit také? Ne, tak vidíte* 😉.). Tuto kontaktovost dokazuje také fakt, že téměř 80 % komentářů je reakcí na jiného uživatele. V Seznam Diskusích se prosazovala více funkce informační (*Bo rakovina a cukrovka je nemoc geneticka pri ktere dochazi k trvalemu poskozeni organizmu zatimco covid je zpusoben virem ktery lze znicit a telo muze fungovat dale bez poskozeni. Z covidu se muze telo vylecit i samo coz u rakoviny a cukrovky nejde. Je to jako byste srovnaval hematom s amputaci koncetiny hematom zplaskne koncetina vam uz nedoroste. Lek na rakovinu a cukrovku je hudba budoucnosti zdali se to vubec kdy povede.*) a persvazivní (*Zákazy zákazy a jen zákazy, za týden za dva za tři v dubnu v červnu, myslím že už každý pochopil o co Babisovi a jemu podobným jde, jemu šlape byznys na plné pecky, děti jsou jsou totálně odrizle od učiva, zdravích aktivit a spousta z nás je na dně finančně a psychicky a on jen za týden v dubnu, kolovratek opět jede a armáda je připravena trestat, lidi už se proberte a něco udělejme!!! Plný Václavak by ho snad už probudil!!*). Autoři komunikátů v tomto prostředí často reagovali na téma věcně, vyjadřovali svůj názor pomocí argumentů (*a nejlepší motivací nechat se naočkovat je pomyšlení že si můžete V KLIDU bez výčitek posedět v restauraci…*; *Pro mě jako mladého a sportujícího člověka je očkování prostě zbytečné...Prodělal jsem*

Covid a jediné co mi bylo že jsem týden nic necítil ocet "voněl" stejně jako voda...toť vše . Takže ne děkuji čím méně chemie do těla tím lépe ...Ale starým a nemocným držím palce na někom se to vyzkoušet musí. To nemyslím zle jen vývoj vakcíny obvykle trvá roky a ne měsíce), někdy přikládali zdroje informací a popisovali, jakým způsobem ke svému názoru dospěli (*A nebo také nemusí! Je mi 46 let a ještě jsem nikdy neměl chřipku..! Antibiotika a ostatní léky znám jen z doslechu! Snažím se úmyslně sám sebe nakazit.. Tak jsem byl již ns třech demonstracích v Praze bez ROUŠKY a pořád žádný příznaky.! Trénuji tři kategorie dětí třetím rokem. Děti od 3 let do 10 let a od nich take žádná nákaza. Děti jsou zdravé rodiče dětí také..!*). Argumenty se snažili přesvědčit ostatní uživatele tzv. o své pravdě a v případě nesouhlasu s něčím názorem kritizovali často konkrétní vlastnosti autora (*asi máte krátkou paměť nebo jste byl příliš mladý*; *Tak to jste hodně krátkozraký napříč politickým spektrem.*; *Koukám že jste pěkně naočkovanej od těh co řeční na demonstracích*.), zatímco na Facebooku přecházeli uživatelé k urážkám autorovy osobnosti a nesnažili se mu předložit argumenty, které by mohly jeho postoj změnit. Téma funkce komunikátu v souvislosti s jazykovým materiálem však nabízí prostor pro další zkoumání a pro kvalitnější a přesnější výsledky by měl být proveden hlubší rozbor.

Mluvenost a psanost jako ovlivňující faktory

Jak již bylo popsáno v kapitole 3.2.1, formu komunikátů internetových diskuzí nelze dle dichotomie mluvenosti–psanosti jednoznačně určit. V obou prostředích se nachází texty psané, ve kterých se však vyskytují typické rysy mluvené řeči, a proto je vhodné je charakterizovat jako komunikáty s rysy mluvené psanosti či psané mluvenosti. K tomuto prolínání jednotlivých rysů dochází z důvodu realizování komunikátů sféry běžné každodenní komunikace v prostředí internetu, ve kterém se diskutující snaží zachovat veškeré náležitosti tak, jak je znají z přímé komunikace. V následujících odstavcích shrnu pozorované prvky mluvenosti a psanosti v obou prostředích.

Pro mluvené komunikáty této sféry jsou typické syntaktické mluvenostní jevy, jimiž jsou např. eliptické konstrukce (*tam se nedá než citovat*), tázací dovětky (*..., že?*; *..., jo?*), začleňování vycpávkových výrazů (*prostě*), parataxe, koordinace, anakolut, apoziopeze (*Budeme před světem vypadat jako ještě větší....*), vsuvky (*Nedivte se, že je prostý lid slušně řečeno naštvaný*; *To je snad horší než zavřít!*), opakování slov a jejich spojení, které vzniká důsledkem nepřipravenosti komunikátu a je spjato s bezprostřední komunikací, zmnožování koncových samohlásek (*Haloo ne snad ve 4?*) či samohlásek v koncových slabikách, častým užíváním ukazovacích zájmen (*Ráda přenechám tu*

vakcínu té paní z dnešní Billy) apod. Mezi větami i větnými celky jsou méně ostré hranice než je tomu u komunikátů psaných, jelikož mluvčí řetězí postupně své myšlenky tak, jak jej napadají, a to z toho důvodu, že se soustředí více na obsah sdělení než na formu. Syntaktické vztahy a jejich vyjádření tak mohou recipienta vést k nejednotné interpretaci. Pro tyto komunikáty jsou typické také kontaktní prostředky (*Tak, tak.*; helejte *my máme obrovskou výhodu*), citoslovce (*viď*, *jupíí*, *jéé*), diskurzní markery, které mohou být ukazateli fatické (kontaktové) funkce (*hmm*, *jojo*, *ahaa*, *e?*), nespisovné (obecněčeské) hláskoslovné (*nalejvat*, *vod baráku*) a tvaroslovné prostředky (*se zakázkama*, *hospodama*, *nějakej*, *půjdem*), nespisovné výrazy či frazémy a ustálená spojení (*Hlavně ať to zdravotníci zvládnou. A Vy lidské hyeny, undy nad undy, kéž by se vám řiť v jehelníček proměnila a plnými doušky jste si to užili!!!; klíďo píďo*), hovorové výrazy (*Sice fajn, ale nevěřím tomu.*) atd. Ve zkoumaných komentářích byla graficky zachycena také zvuková realizace z pohledu výslovnosti (*na tom fšem*, *kovid*, *sem ji obešla*), délky samohlásek (*bych se nedivila jooooo*), hlasitosti, intonace či znázornění pauzy iterováním tečky (*..poradne nic neudelali.. akorat ..lidi prisli o praci..deti nechodi do skol..operace zrusene..cisla musi klesat*). V komunikátech se vyskytovaly výrazy se sufixy typickými pro sféru běžné každodenní komunikace, a to konktrétně u substantiv sufixy *-ec*, *-ák*, *-ka*, *-ba*, *-árna*, *-ař* a formanty *-ík*, *-ec*, *-ák* (*maník*, *mazec*, *babišovec*, *dikec*, *nouzák*, *neschopák*, *smrtka*, *sámoška*, *tlamolepka*, *tlučhuba*, *šaškárna*, *prasárna*, *rouškař*, *rýmičkář*), u adjektiv se vyskytovaly přejímky se sufixem *-oš* (*origoš*), relační adjektiva odvozená sufixy *-ový*, *-ský* (*covidový*, *komoušský*), deverbativa se sufixem *-ovaný* (*zamindrákovaný*, *deprymulovaný*). V mluvených komunikátech této sféry je vysoká míra expresivity. Neverbální vyjádření emocí je substituováno používáním emotikonů, které vnáší do psaného komunikátu dimenzi gestikulace a mimiky. Pro vyjádření větší míry emocionálnosti je užíváno iterace emotikonů, použití obrázků, GIFů apod. Expresivita byla v komentářích vyjadřována také použitím verzálek v části textu, které jsou v e-komunikaci symbolem pro křik (*PŘESTAŇTE LHÁT LIDEM!!!!!!! ZAPRODANCI!!!!!*), případně iterací grafémů (*neeee…. Tomu nevěřím…*) či interpunkčních znamének. Verbálně byla expresivita vyjádřena deminutivy (*rýmička*, *s kašlíkem*, *to je poctenicko*), nadsázkou (*se někdo celý rok dusí v roušce*), vulgarismy apod. Při tvorbě mluveného neveřejného projevu nemusí autor stylizovat text tak, aby byl bezchybný a spisovný, a proto do jeho komunikátu pronikají také nářeční prvky (*včil mudrujte*, *nejsu komanč*), slangizmy (*a to jsem byl jen za svojí číčou*), argotizmy (*strašný love*) a často také anglicismy, které se jeví převážně pro mladší generace jako atraktivnější i významově silnější a které se užívají pro pojmenování osob (*everybody*), jako prostředek ozvláštnění (*dobrý joke*; *to je jiný*

level), aktualizace (*Sarcasm alert!*; *Great Restart*), časté je také užívání anglických citoslovcí (*wow*, *hey*) apod. V psaném projevu běžné každodenní komunikace si mnohdy diskutující nehlídají pravopisnou správnost, překlepy (*nasmysl*, *kd první vlny*) ani automatické korektury provedené v případě tvorby komunikátu na mobilním telefonu (*a mám ji i jádro*), jelikož pro ně není tento faktor podstatný. Někteří diskutující však považují pravopisné chyby v komunikátu za nehodící se, a proto na tyto nesprávnosti autory upozorňují (*Váš pravopis vypadá jako by jste z té putyhy právě vypadl* 😄)[66]. Komunikanti se často také snaží vyjadřovat ekonomicky, a proto užívají haplologii (*ale primte*, *ptže*), česká i cizojazyčná akronyma (*jj*, *njn*, *btw*), redukované výrazy (*u nás ve fa to platí*), univerbizáty (*nouzák*, *fitko*), zkratky (*OSVČ*, *OMG*, *TV*), symboly (*ani + ani – účinky*) apod. Výjimkou nejsou ani projevy jazykové hry se záměrem vzbudit pozornost ostatních diskutujících, projevit svou kreativitu, pobavit ostatní apod. užitím substituce znaků (*no cement*), rýmujících se výrazů (*Vaniš – skvrn a špíny se zbavíš. Babiš – toho se těžko zbavíš.*), a to také bez dalšího sémantického významu, úpravou větných frazeologizmů (*Lež má krátké nohy ale platí se zani zlatem.!!*), užitím neologizmů (*lockdown*) či okazionalizmů (*ze všeho dělají cochcárnu*) atd. Pro mluvené projevy je nutná kontextualizace, komunikát je ve srovnání s psanou formou konkrétní, subjektivní, myšlenkově roztříštěný, implicitní, více neurčitý, emocionální, častěji dialogický atd.

Při tvorbě typického psaného komunikátu se autor soustředí nejen na obsah, ale také na formu a již před vznikem textu si plánuje jeho počátek, průběh i zakončení, a to díky tomu, že má na promyšlení formálního a logického uspořádání textu více času než při spontánním mluveném projevu. Psané komunikáty jsou považovány za statické, zaměřené retrospektivně, za abstraktnější, jsou častěji monologické a méně kontaktové i emocionální, jelikož se autor může vyjadřovat jen verbálně a nemůže využít mimiku či gesta. Pro recipienta je jednodušší určit hranice mezi celky, což mu může napomáhat např. při snaze pochopit složitější téma. V psaných textech užívá autor převážně spisovný jazyk a v elektronické komunikaci není zřejmé autorovo opravování textu. Pokud je část textu přeškrtnutá, jedná se o záměrnou stylizaci, zatímco při psaní na papír používá autor škrtání nejčastěji při přehodnocení významu výrazu a v procesu jeho nahrazování. Psané komunikáty se vyznačují charakteristickou syntaktickou strukturou, užíváním spisovných hláskoslovných a tvaroslovných prostředků, ale také knižních či zastaralých výrazů (*aneb*, *neboť*, *inu*),

[66] Mnohdy však mají v komentáři také pravopisnou chybu či překlep.

užíváním interpunkce, zdvořilostních obratů (*Děkuji Vám pane Volný*) či hry s grafémy a interpunkčními znaménky atd.

Ukázky charakteristických prvků jednotlivých forem byly převzaty z obou prostředí, z čehož vyplývá, že Seznam Diskuse i facebookové diskuze obsahují prvky typické pro mluvené i psané komunikáty. Je však nutné podotknout, že z pozorování těchto jevů v jazykovém materiálu vychází, že ve facebookových příspěvcích převažují rysy mluvenosti, zatímco v Seznam Diskusích převažují rysy psanosti. V komunikátech prvního prostředí převažovala mluvená syntax, kontaktová funkce a s ní spojené verbální prostředky, autoři často těkali od myšlenky k myšlence a texty proto neměly propracovanou formální strukturu (*Znáte to jak se to podepisuje, dej to sem nemám čas já musím být už tam a tam a flák je tam podpis.*; *Můj táta rozumný to člověk a celoživotní dříč 82 let*; *když jsou nemocné teda pozitivní*). Někteří diskutující reagovali pouze emotikony či jinými grafickými prostředky, přičemž reagování výrazem v obličeji je jedním z typických prvků mluvené skupinové komunikace. V obou prostředích k vyjádření emocí vyvolaných komentářem slouží však také reakce, jejichž počet a kvalita může svědčit o konfliktnosti diskuze. V komunikátech se objevovalo více expresiv i vulgarismů, které někteří autoři nijak neeufemizovali. V Seznam Diskusích převažovaly komunikáty s psanou syntaxí, které byly oficiálnější a názorově komplexnější, v textech se objevovalo méně expresiv, více metafor a frází, vyjadřování bylo mírnější (*mají v tom takovou bramboračku*) a autoři dodržovali častěji formální rozložení psaného textu. Forma komunikátu je v tomto případě tudíž dána především prostředím a komunikační motivací autora. V případě, že má komunikant potřebu vyjádřit komplexní názor k danému tématu, účastní se internetové diskuze na Novinkách. Jestliže má autor další komunikační potřeby, jakými mohou být např. sdílení emocí či zážitků, vyhledávání nových komunikačních partnerů apod., navštíví pravděpodobně sociální sítě, které mu umožňují tyto potřeby uspokojovat.

Recipient komunikátu jako ovlivňující faktor

Autor komunikátu běžně stylizuje text dle povahy recipienta. Veřejných internetových diskuzí se však účastní komunikanti, které autor nezná, a proto neklade na recipienta takový důraz a téměř nepřizpůsobuje komunikát dle preferencí komunikačního partnera, jelikož mu tyto preference nejsou známy. V obou prostředích si komunikanti vykají, a tykání je považováno za silně příznakové i v prostředí Facebooku, kde je výraznější kontaktová funkce. Již samotné oslovení, ať už je použito vykání či tykání, může být bráno jako příznakové či nezdvořilé a diskutující je v některých případech

vnímají jako prostředek ironie či jako projev nadřazenosti (*víte, paní?*; *vážená paní*; *na to nemáš, princezno*).

5.2.3 Srovnání komunikátů dvou vybraných prostředí

Komunikáty obou prostředí měly některé prvky společné, ve většině případech však docházelo k většímu či menšímu působení daných faktorů, jak bylo popsáno v předchozí podkapitole. V této části stručně představím v tabulce 2 číselná data získaná analýzou komunikátů a uvedu možné příčiny těchto hodnot.

Jazykový materiál každého z prostředí obsahoval 1 000 komentářů, což je počet, který by měl při zkoumání zajistit přesnější výsledky vypovídající o skutečné povaze prostředí a při kterém by mělo dojít k upozadění např. textů ovlivněných specifickým autorským stylem aktivního diskutujícího, komentářů s nestandardními způsoby vyjadřování apod. Průměrný počet slov v komentáři byl vyšší v Seznam Diskusích, což může dokládat tvrzení, že byly texty vlivem vyšší míry asynchronnosti v prostředí promyšlenější a vyjadřovaly komplexnější vyjádření názoru. V tomto prostředí bylo však užíváno méně emotikonů či emoji, jelikož nebyly pro autora tak jednoduše přístupné jako v prostředí Facebooku a pravděpodobně také proto, že jejich užívání není v prostředí takovou zvyklostí. Z toho důvodu byly emoce v některých komentářích popisovány slovně, což také přispělo k vyššímu počtu slov v komunikátu. Komentáře s cílem vyjádření autorova názoru a jeho zkušeností v Seznam Diskusích byly v 62 případech děleny do tematických celků usnadňujících pochopení sdělení, zatímco v prostředí na Facebooku bylo dělení nezáměrné (např. pokud odřádkování rozdělilo slovo), které vlivem rychlé komunikace nepodlehlo úpravě, či s nejvyšší pravděpodobností nemotivované oddělením celků dle odlišných témat. Množství komunikátů reagujících na článek či na jiného diskutujícího potvrzují charakter jednotlivých prostředí, konkrétně v Seznam Diskusích je doložen záměr autora vyjádřit názor po přečtení článku nebo reagovat na názor jiného diskutujícího, zatímco v diskuzích na sociální síti působila více funkce fatická (kontaktová), autoři měli potřebu se vyjádřit k názoru či osobě jiného diskutujícího, a pokud byl příspěvek reakcí na článek, ve většině případů obsahoval jazykové prvky k výzvě ke komunikaci (položením otázky, vyzváním k vyjádření názoru apod.). Na základě této jazykově-stylistické analýzy lze proto tvrdit, že má prostředí na komunikaci vliv, působí na užívání jazykových prostředků a má také možnost alespoň částečně ovlivnit, jaké komunikáty v něm budou vznikat. Zpravodajské servery jsou vnímány čtenářem nejen z pohledu informativnosti článků, ale také s přihlédnutím ke kvalitě diskuze, a proto by zpravodajská média s ambicí dosáhnout co nejvyšší míry prestižnosti měla

vytvořit takové prostředí k diskuzi, které bude autory komunikátů vědomě či podvědomě vybízet k reprezentativnějším vyjádřením.

	Novinky.cz	**Facebook**
rozsah jazykového materiálu	1 000 komentářů	1 000 komentářů
průměrná délka komentáře (počet slov)	25,7	17,6
počet komentářů s emotikonem (emoji)	118	284
z toho 2 a více emotikonů (emoji) v komentáři	33	112
členění textu	62	14
reakce na článek	52,2 %	22 %
reakce na diskutujícího	47,8 %	78 %

Tabulka 2: Charakteristické rysy zkoumaného jazykového materiálu

6 Závěr

V této bakalářské diplomové práci jsem se zaměřila na specifický typ internetové komunikace, a to konkrétně na komunikáty internetových diskuzí. Mým cílem bylo zjistit, zda má na komunikát vliv prostředí, ve kterém vzniká, případně pak popsat, jak konkrétně tento vliv na komunikát působí a jak jej může ovlivnit.

Strukturu práce jsem rozdělila do čtyř hlavních kapitol. Nejprve jsem představila internet a možnosti jeho využití (kapitola 2), dále jsem se zaměřila na sféru běžné každodenní komunikace (kapitola 3), kterou jsem dle uvedené literatury obecně popsala, a následně jsem charakterizovala z hlediska působení stylotvorných faktorů sféru běžné každodenní komunikace na internetu, do níž spadá internetová diskuze. Po představení žánrů sféry veřejně psané komunikace na internetu jsem popsala vyjadřování emocí v e-komunikaci. Další kapitola, v pořadí 4., byla věnována samotné internetové diskuzi, na kterou jsem nahlížela dle jednotlivých stylotvorných faktorů, přičemž jsem popsala také charakteristické rysy internetových diskuzí se zaměřením na vliv anonymity a lajkování při tvorbě komunikátu. V kapitole 5 jsem nejprve představila dvě vybraná komunikační prostředí, konkrétně Seznam Diskuse a facebookovou stránku ČT24, a dále jsem popsala zkoumaný jazykový materiál převzatý z těchto prostředí s poukázáním na společné a rozdílné rysy rozebírané dle působení stylotvorných faktorů. V závěru kapitoly jsem porovnala obě prostředí a shrnula výsledky vycházející z analýzy.

Jazykový materiál obsahoval 2 000 komentářů ze dvou vybraných prostředí spravovaných zpravodajskými servery, přičemž byly vybrány jen komunikáty nacházející se v diskuzích pod články či příspěvky zaměřenými na covid-19. Jelikož koronavirová pandemie zasáhla různou mírou život každého občana, vycházela jsem z premisy, že díky výběru tohoto celospolečenského tématu nebudou autoři komunikátů spadat jen do jedné generační skupiny a zajistím tak rozmanitější jazykový materiál. Množství komunikátů autorů jednotlivých generací se mi však nepodařilo dokázat z důvodu náročnosti zjištění věku autorů. Tato nová situace ovlivnila také vývoj jazyka, ve kterém vznikalo množství okazionalizmů, neologizmů apod., čímž byl materiál specifický. Po provedení jazykově-stylistické analýzy jsem došla k závěru, že komunikační prostředí má velký vliv na komunikát a že je možné vytvořit komunikační prostředí dle preferencí, a to konkrétně stanovením pravidel pro diskuzi, různou mírou přísnosti jejich kontroly, mírou anonymity, možností rozvětvení diskuze, stanovením maximální délky komentáře, dostupností emotikonů či jiných neverbálních prostředků atd. Při analýze vlivu některých stylotvorných faktorů jsem

objevila prostor pro další zkoumání, a to např. v případě funkce komunikátu či míře oficiálnosti.

Při zkoumání teorie internetových diskuzí a diskuzních fór jsem čelila problému najít tuto problematiku zpracovanou v odborných publikacích, jelikož výsledky či samotné její zkoumání není v české stylistice příliš rozšířeno. Po provedení analýzy jsem však dospěla k názoru, že si tento žánr internetové komunikace zaslouží odbornou pozornost.

Bibliografie

Tištěné zdroje

ČECHOVÁ, Marie, Marie KRČMOVÁ a Eva MINÁŘOVÁ. *Současná stylistika*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2008, 381 s. ISBN 978-80-7106-961-4.

HOFFMANNOVÁ, Jana, Světla ČMEJRKOVÁ (eds.). *Mluvená čeština: hledání funkčního rozpětí*. Praha: Academia, 2011, 491 s. ISBN 978-80-200-1970-7.

HOFFMANNOVÁ, Jana, Jiří HOMOLÁČ, Eliška CHVALOVSKÁ, Lucie JÍLKOVÁ, Petr KADERKA, Petr MAREŠ a Kamila MRÁZKOVÁ. *Stylistika mluvené a psané češtiny*. Praha: Academia, 2016, 512 s. ISBN 978-80-200-2566-1.

JANDOVÁ, Eva a kol. *Čeština na WWW chatu*. Ostrava: Ostravská univerzita, Filozofická fakulta, 2006, 264 s. ISBN 80-7368-253-2.

JANDOVÁ, Eva. *Konverzace na www chatu*. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, Filozofická fakulta, 2007. ISBN 80-7368-254-0.

KOPECKÝ, Kamil. *Moderní trendy v elektronické komunikaci*. Olomouc: Hanex, 2007, 100 s. ISBN 978-80-85783-78-0.

KARLÍK, Petr, Zdenka RUSÍNOVÁ (eds.). *Příruční mluvnice češtiny*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2008, 800 s. ISBN 978-80-7106-980-5.

ŘÍHA, Petr. *Slovník počítačové informatiky: Výkladový slovník pro práci s informacemi*. Ostrava: Montanex, 2002. ISBN 80-7225-083-3.

SKLENÁK, Vilém. *Data, informace, znalosti a Internet*. Praha: C. H. Beck, 2001, 507 s. ISBN 80-7179-409-0.

ŠINDELÁŘ, Jan. *Blog: vytváříme a vedeme internetový deník*. Brno: Computer Press, 2006, 104 s. ISBN 80-251-0927-5.

ŠKYŘÍK, Petr. *Internet: definice, možnosti, vize*. Brno: Tribun EU, 2009, 180 s. ISBN 978-80-7399-784-7.

VEPŘEK, Jarmil. *Individuální stylové dominanty v postojových diskusích na sociální síti Facebook: Originalita vyjadřování ve veřejné psané komunikaci na internetu a její příčiny*. Brno, 2018. Disertační práce. Masarykova univerzita, Filozofická fakulta. Vedoucí práce PhDr. Michal Křístek, M.Phil., Ph.D.

VYBÍRAL, Zdeněk. *Psychologie komunikace*. Praha: Portál, 2009, 319 s. ISBN 978-80-7367-387-1.

Elektronické zdroje

CHLAD, Radim. Historie Internetu v České republice. *Studentské práce z roku 2000* [online]. Brno: Fakulta informatiky MU, 2000 [cit. 2021-5-1]. Dostupné z: https://bit.ly/3xFnrUl

JÍLKOVÁ, Lucie. Blog (a také log). In: *Naše řeč* [online]. Ústav pro jazyk český AV ČR, 2011, s. 221-223 [cit. 2021-5-1]. ISSN 2571-0893. Dostupné z: https://bit.ly/3thHbtM

KARLÍK, Petr, Marek NEKULA a Jana PLESKALOVÁ, eds. *CzechEncy – Nový encyklopedický slovník češtiny* [online]. Brno: Masarykova univerzita, 2012–2020 [cit. 2021-5-1]. Dostupné z: https://bit.ly/3eQtlt3

Netiketa. *Wikipedie: Otevřená encyklopedie* [online]. [cit. 2021-5-1]. Dostupné z: https://bit.ly/3eeFFV0

Review42 [online]. 2021 [cit. 2021-5-1]. Dostupné z: https://review42.com/

Seznam.cz: O nás [online]. 2021 [cit. 2021-5-1]. Dostupné z: https://bit.ly/3odvdRf

Statista [online]. 2021 [cit. 2021-5-1]. Dostupné z: https://bit.ly/3hrsUs6