

Univerzita Karlova  
Pedagogická fakulta  
Katedra českého jazyka

## BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Komunikační sféra živého vysílání na platformě Twitch  
The Communication Domain of Life Streaming on Twitch

Jan Král

Vedoucí práce: PhDr. Radka Holanová, Ph.D.  
Studijní program: Český jazyk se zaměřením na vzdělávání  
Studijní obor: B ČJ-AJ 20

Odevzdáním této bakalářské práce na téma „Komunikační sféra živého vysílání na platformě Twitch“ potvrzuji, že jsem ji vypracoval pod vedením vedoucí práce samostatně za použití v práci uvedených pramenů a literatury. Dále potvrzuji, že tato práce nebyla využita k získání jiného nebo stejného titulu.

11. 7. 2024 v Praze

Rád bych poděkoval vedoucí práce PhDr. Radce Holanové, Ph.D., za cenné rady, podporu a zpětnou vazbu, které mi po celý průběh psaní aktivně a vlídně poskytovala.

## **ABSTRAKT**

Tato práce si klade za cíl popsat ze stylistického hlediska komunikaci, k níž dochází v rámci živého vysílání Vojtěcha „Agraela“ Fišara na streamovací platformě Twitch. V teoretické části se pro absenci stylisticky orientované literatury na toto téma věnujeme mluvenosti a psanosti a následně vybraným aspektům funkčních stylů, u nichž předpokládáme, že budou pro stylistické porozumění Fišarova kanálu, tj. samotného vysílání, stejně jako jeho chatu, se kterým Fišar průběžně interaguje. V praktické části pomocí stylistické, místy také multimodální analýzy a interpretace autentického materiálu a jeho transkriptu objasňujeme styčné plochy Fišarových vysílání s komunikáty vybraných funkčních stylů. Ty identifikujeme u stylu prostěsdělovacího (vyjadřovací prostředky, bezprostřednost komunikace, rozvolněnost norem, humor), stylu řečnického (průběžná aktivizace a persvaze kolektivního, synchronně přítomného adresáta, kontaktovost), stylu mediálních dialogů pro zábavu (performativita komunikace, regulační role moderátora) a stylu elektronické komunikace (multimodalita, interaktivita, intertextualita). Jako celek považujeme Fišarova živá vysílání za určitou alternativu k talk show tradičních médií, jejímž základem ovšem není dialog, nýbrž polylog, která neprobíhá ve studiu, nýbrž zprostředkovaně po internetu, a která přísluší do jisté demokratizované, neinstitucionalizované odnože mediální sféry, jež se začala formovat a v případě tvůrců, jako je Fišar, taktéž částečně profesionalizovat spolu s nástupem nových médií, resp. platforem zaměřených na běžnými uživateli generovaný obsah. V práci se také zamýšlíme nad komunikačními cíli komunikujících, jejich komunikačními a sociálními rolemi, kódy, normami a základními žánry komunikace. Zkoumáme kompozici a prvky vertikálního a horizontálního členění, jež Fišar ve svých vysíláních užívá, a zvažujeme, které slohotvorné faktory jsou pro Fišarova vysílání relevantní a jak.

## **KLÍČOVÁ SLOVA**

živá vysílání, Twitch, stylistika nových médií

## **ABSTRACT**

The aim of this thesis is to describe from a stylistic point of view the communication that takes place on the channel of Vojtěch "Agraelus" Fišar on the Twitch streaming platform. In the theoretical part, due to the lack of stylistically oriented literature on the topic, we focus on orality and literacy, and then on selected aspects of functional styles that we assume will be relevant for a stylistic understanding of Fišar's channel, i.e. the broadcast itself, as well as the channel's chat with which Fišar continually interacts. In the practical part, we use stylistic, and at times multimodal analysis and interpretation of authentic material and its transcript to elucidate the commonalities between Fišar's broadcasts and the texts of the selected functional styles. We identify these commonalities in the style of common everyday communication (means of expression, immediacy of communication, looseness of norms, humor), the rhetorical style (continuous activation and persuasion of a collective, synchronously present addressee, contactness), the style of media dialogues for entertainment (performativity of communication, regulatory role of the moderator) and the style of electronic communication (multimodality, interactivity, intertextuality). As a whole, we consider Fišar's live broadcasts to be a certain alternative to the talk shows of traditional media, the basis of which, however, is not dialogue but polylogue, which takes place not in the studio but virtually, via the Internet, and which belongs to a certain democratized, uninstitutionalized branch of the media sphere, which has begun to emerge and, in the case of creators like Fišar, to become partly professionalized in relation to the rise of new media, or rather, to the emergence of platforms centered around content generated by ordinary users. The thesis also considers the communication goals of those communicating, their communication and social roles, codes, norms, and basic genres of the communication. We examine the composition and elements of vertical and horizontal segmentation that Fišar uses in his broadcasts and consider which stylistic factors are relevant to Fišar's broadcasts and how.

## **KEYWORDS**

live streaming, Twitch, the stylistics of new media

## Obsah

Úvod .....	8
Teoretická část .....	12
1. Mluvenost (a psanost).....	12
1.1. Produkce a příjem, syntax .....	13
1.2. Sémiotická heterogenost a členění .....	13
1.3. Procesuálnost mluvených projevů .....	14
2. Prostědělovací styl .....	15
2.1. Funkce a další konstituující faktory .....	15
2.2. Normy .....	15
2.3. Humor a ironie.....	16
2.4. Výrazové prostředky.....	18
2.4.1. Rovina fonologická .....	18
2.4.2. Rovina morfologická .....	18
2.4.3. Rovina slovtvorná.....	18
2.4.4. Rovina lexikální.....	18
2.4.5. Rovina syntaktická .....	19
3. Řečnický styl .....	20
3.1. Kontakt s kolektivním adresátem .....	20
3.2. Osobnost řečníka a neverbální prostředky .....	21
4. Publicistický styl .....	22
4.1. Obecné relevantní aspekty publicistického stylu .....	22
4.1.1. Automatizace a aktualizace .....	22
4.1.2. Dynamičnost a odrážení doby vzniku .....	22
4.2. Mluvená publicistika .....	23

4.2.1.	Mluvené mediální dialogy .....	23
5.	Styl elektronické a internetové komunikace.....	30
5.1.	Zvláštnosti prostředí internetu, jeho vztah k mluvenosti/psanosti, kontaktovost	30
5.2.	Veřejnost a soukromost, anonymita, (a)symetrie .....	31
5.2.1.	Normy a polylogičnost .....	32
5.3.	Sémiotická heterogenost.....	33
5.3.1.	Memy.....	33
5.4.	Autorství na internetu: interaktivita, hypertextovost, intertextualita a entextualizace .....	35
5.5.	Výrazové prostředky.....	36
5.5.1.	Rovina fonologická .....	36
5.5.2.	Sémioticky heterogenní prostředky .....	37
5.6.	Komunikace na YouTube.....	38
5.6.1.	YouTube a reklama .....	39
5.6.2.	Komunikace hráčů počítačových her .....	40
	Praktická část.....	42
6.	Metodologie.....	42
6.1.	Metoda a teoretická východiska .....	42
6.1.1.	Transkript .....	42
6.2.	Vzorek .....	44
6.2.1.	Obsah vzorku z hlediska žánrového a tematického.....	44
6.2.2.	Obsah vzorku z hlediska formy .....	45
7.	Charakteristika komunikační sféry Fišarova kanálu .....	47
7.1.	Názvosloví platformy a typy komunikačních situací, žánry .....	47
7.2.	Komunikační cíle.....	49

7.3.	Sociální a komunikační role účastníků komunikace .....	50
7.3.1.	Komunikační role .....	50
7.3.2.	Sociální role .....	50
7.4.	Užívané kódy komunikace .....	51
7.4.1.	Emotikony .....	53
7.5.	Komunikační normy .....	56
8.	Charakteristika stylu Fišarova kanálu.....	58
8.1.	Vybrané slohotvorné faktory .....	58
8.1.1.	Funkce (a funkčně stylová příslušnost komunikátu).....	58
8.1.2.	Adresáti.....	58
8.1.3.	Míra spontánnosti a připravenosti .....	59
8.1.4.	Ráz.....	59
8.1.5.	Místo a čas .....	59
8.2.	Kompozice, prostředky vertikálního a horizontálního členění.....	60
8.2.1.	Kompozice.....	60
8.2.2.	Prostředky horizontálního a vertikálního členění .....	62
8.3.	Výrazové prostředky stylu.....	63
8.3.1.	Rovina fonologická .....	65
8.3.2.	Rovina morfologická .....	67
8.3.3.	Rovina lexikální a slovotvorná .....	69
8.3.4.	Rovina syntaktická .....	73
	Závěr.....	81
	Seznam použité literatury .....	83
	Seznam analyzovaného materiálu .....	88
	Seznam příloh.....	92



# Úvod

## Téma a cíl práce

Tato práce si klade za cíl popsat ze stylistického hlediska komunikaci, k níž dochází v rámci živých vysílání na streamovací platformě Twitch, konkrétně komunikaci, k níž zde dochází na kanále dlouhodobě nejsledovanějšího tvůrce na československé scéně Vojtěcha Fišara, známého pod přezdívkou „Agraelus“. Pro jeho sledovanost, povahu jím obvykle vysílaného obsahu (hraní videoher a reagování na videa) i skutečnost, že na platformě vysílá již přes osm let, ho považujeme za dobrý příklad tvůrce, jehož zkoumání by mohlo přinést i některé závěry platné pro celou komunikační sféru živého vysílání na Twitchi. Analyzujeme tedy pouze komunikáty vzniklé na jeho kanále, místy se však zamýšlíme i nad širším kontextem, jehož jsou součástí; příležitostně tak doplňujeme relevantní informace týkající se spíše prostředí platformy obecně, na což pak vždy upozorňujeme.

## Struktura práce

V úvodní kapitole teoretické části nastíníme vztah mezi mluveností a psaností a zmíníme některé jejich význačné rysy, což nám poskytne základ pro pochopení (mj. mluveného) živého vysílání a jej doprovázejícího chatu (psaného, konceptuálně mluveného). Poté se vzhledem k tomu, že sféra živého vysílání zatím nebyla ze stylistického hlediska blíže prozkoumána, budeme zabývat těmi styly a jejich vybranými aspekty, u nichž předpokládáme, že budou při popisování a vymezení jejího stylu relevantní. Cílem teoretické části tedy nebude podat obecný přehled či stručnou charakteristiku daných stylů, pouze z nich vybrat to, co bude nadále užitečné při analýze Fišarova kanálu.

Část praktická se pak stylu živých vysílání bude věnovat nejprve v rovině obecnější: blíže představí námi analyzovanou komunikační sféru,<sup>1</sup> tedy Fišarův kanál v případném obecnějším kontextu platformy Twitch, pokusí se popsat místo, které komunikáty, jež jsou v jejím rámci vytvářeny, zaobírají mezi základními funkčními styly, a zváží, které slohotvorné činitele jsou

---

<sup>1</sup> Označení „komunikační sféra“ užíváme mírně odlišně od toho, jak s termínem pracují Hoffmannová a kol. (2016: 15–17), kteří tak chápou soubor (typů) komunikačních situací příznačných pro nějakou základní oblast sociálního života a jednání (tamtéž: 15). Hovoří tedy o oblastech obecných, např. o sféře běžné každodenní, školní či mediální komunikace. My takto označujeme pouze specifickou podoblast mediální komunikace probíhající formou živého vysílání na platformě Twitch. Pro toto označení jsme se rozhodli proto, že jinak z hlediska konstitutivních rysů, resp. jejich komponentů a vybraných relevantních faktorů (komunikační cíle, role účastníků komunikace, komunikační normy... – viz tamtéž: 16–17) strukturujeme pojem „komunikační sféry“ živých vysílání na Fišarově kanále (popř. živých vysílání na platformě Twitch obecně) analogicky.

pro styl živých vysílání významné a jak. Dále si budeme všimnout zvláštností z oblasti kompozice a vertikálního a horizontálního členění textu. Konečně pak v této části charakterizujeme základní výrazové prostředky stylu. Pokusíme se postihnout zvláštnosti stylu Fišarova kanálu na jednotlivých jazykových rovinách a případně se rovněž zamyslet nad tím, co poznatky o tomto stylu vypovídají o stylu a sféře živých vysílání na Twitchi jako celku. Metodologii, již používáme, jsme věnovali kapitulu na začátku praktické části.

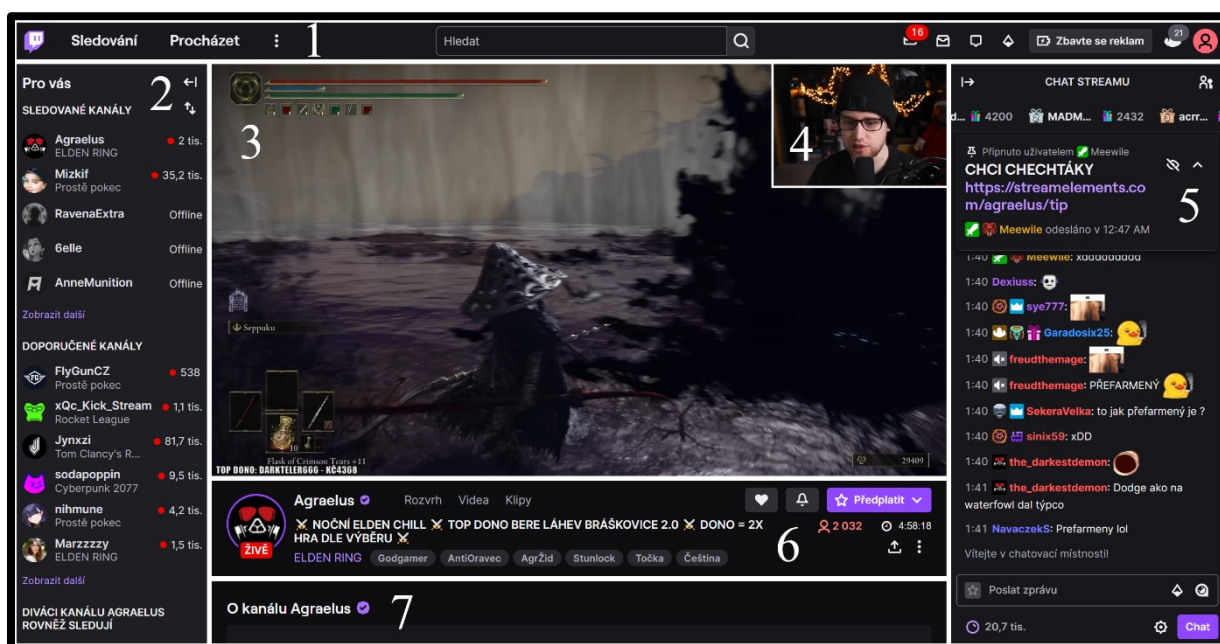
### **Stručné představení komunikační situace živého vysílání**

Jelikož si uvědomujeme, že streamovací platforma Twitch (a živá vysílání pro zábavu obecně) navzdory svému srovnatelnému stáří není ani zdaleka tak známá jako v mnohém příbuzná platforma YouTube, uvádíme nejprve pro lepší představu, jakým způsobem bude obsah teoretické části relevantní pro část praktickou, stručný přehled základní komunikační situace, která zde vzniká.

Vysílající v reálném čase vysílá nějaký obsah, typicky záznam obrazovky svého počítače, na němž např. hraje videohru, a obvykle i obraz své webkamery, na níž je vidět on sám. Diváci vysílání mají možnost psát do chatu, který vysílající sleduje a bezprostředně na něj reaguje: mnohé zprávy čte nahlas, odpovídá na ně, vytváří si skrze ně příležitosti k humoru, ironii atd. Diváci mohou vysílajícího zdarma sledovat (zde ve smyslu „dát mu follow“), ale také jej podpořit finančně: např. zasláním jednorázového příspěvku nebo zakoupením měsíčního předplatného (umožňuje mj. sledovat daný kanál bez reklam a využívat sadu zvláštních emotikonů, vytvořených speciálně pro daný kanál), příp. darováním předplatného dalším divákům. Zaslání příspěvku i zakoupení předplatného doprovází tzv. alert, tj. upozornění, které se na chvíli objeví na obrazovce vysílání. Mívá podobu obrázku, často pohyblivého, s nímž se zároveň přehraje i zvuk, oba nastavuje a obměňuje vysílající. Diváci často využívají možnosti připojit k alertu vlastní zprávu, která se na obrazovce zobrazí také a obvykle je rovněž přečtena programem převádějícím text na řeč.

Jedno vysílání se svou délkou pohybuje v řádu několika hodin a až na obecný program (např. výběr hry, která se bude hrát) nebývá nijak připravené. Pro vzhled platformy viz Obr. 1 a Obr. 2.

**Obr. 1 – Rozvržení stránky na platformě Twitch: právě probíhající vysílání**



Popisek Obr. 1:

1. Navigační lišta (umožňuje mj. vyhledávání a procházení kanálů a obsahu na platformě)
2. Seznam kanálů, které uživatel již sleduje (tj. „má u nich follow“) a které by se mu mohly líbit
3. Obsah vysílaný na zobrazovaném kanále
4. Webkamera vysílajícího (součást vysílaného obsahu)
5. Chat kanálu
6. Informační hlavička konkrétního vysílání (obsahuje mj. název kanálu, název vysílání, název kategorie vysílaného obsahu – např. název hrané hry, počet diváků a dobu od začátku vysílání)
7. Sekce obsahující další informace o kanálu (zpravidla obsahuje krátké představení vysílajícího a jeho obsahu, instrukce, jak lze vysílajícímu poslat jednorázový příspěvek, často kladené dotazy, odkazy na sociální sítě, na sponzory aj.) – viz Obr. 2

## Obr. 2 – Sekce „O kanálu“


**O kanálu Agraelus** ✔

688,5 tis. sledujících

Sestupná spirála videoher.


Instagram
 Sestřihy ze streamů
 Merch

### DONATE

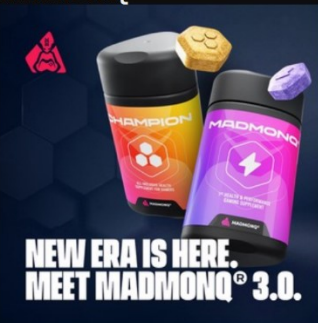


Všechny donaty/dary jsou dobrovolné, nevratné a nevzniká u nich nárok na jakýkoliv produkt nebo službu. Děkuji za pochopení.


### SMARTY




### MADMONQ



### WOLT



### DOHRANÉ HRY



1. Dark Souls: Prepare to Die Edition (2011)
2. Dark Souls 3 (2016)
3. Uncharted: Drake's Fortune (2007)
4. Uncharted 2: Among Thieves (2009)
5. Uncharted 3: Drake's Deception (2011)
6. Uncharted 4: A Thief's End (2016)
7. Zaklínač (2007)
8. Zaklínač 2: Vrahové Králů (2011)
9. Far Cry (2004)
10. Aliens vs Predator 2 (2001)
11. Aliens vs Predator (2010)
12. DOOM (2016)

### DOHRANÉ HRY PART II

364. As Dusk Falls (2022)
365. Stray (2022)
366. Madison (2022)
367. The Complex (2020)
368. Night Book (2021)
369. Bloodshore (2021)
370. Neighbours Back From Hell (2020)
371. The Quarry (2022)
372. Ravenous Devils (2022)
373. Turmoil (2016)
374. Papers, Please (2013)
375. Spec Ops: The Line (2012)
376. The Backrooms 1998 (2022)
377. The Mortuary Assistant (2022)
378. Peepo Island (2022)
379. Cult of the Lamb (2022)
380. Steelrising (2022)
381. Deadly Night (2022)
382. Night at the Gates of Hell (2022)
383. Scorn (2022)
384. Evil Nun: The Broken Mask (2022)
385. Call of Duty: Modern Warfare II (2022)
386. Cultic: Chapter One (2022)
387. God of War: Ragnarok (2022)
388. The Dark Pictures: The Devil in Me (2022)

## Teoretická část

### 1. Mluvenost (a psanost)

Jak jsme již naznačili v úvodu, pro živá vysílání je významný styk mluveného projevu vysílajícího a mediálně psaných, konceptuálně mluvených zpráv diváků v chatu, na které vysílající reaguje. V úvodní kapitole proto věnujeme pozornost mluvenosti, která v živých vysíláních představuje jeden z nejvýznamnějších slohotvorných faktorů a jejíž přiblížení nám zároveň poskytne základnu pro chápání funkčních stylů, jimiž se budeme zabírat v kapitolách následujících.

Hovoříme-li o mluvenosti, nevyhneme se jejímu vymezení proti psanosti (Raible 2015: 241). U obou si můžeme všimnout určitých, často opozitních „rozlišujících charakteristik, které z valné části zasahují výběr výrazových prostředků“ (Hoffmannová 2017), užitá forma komunikátu tak představuje jeden z nejvýraznějších objektivních slohotvorných činitelů (Čechová, Krčmová a Minářová 2008: 80). Než však ony charakteristiky zmíníme, je nutné si vyznačit, co máme vlastně „mluveností“ a „psaností“ na mysli. Raible (2015: 241) upozorňuje na rozdíl mezi mluveností a psaností „mediální“ či „substanciální“, vyplývající z média užitého k realizaci komunikátu, tj. z prosté skutečnosti, zdali je komunikát realizován projevem mluveným, nebo písemným, a mluveností a psaností „konceptuální“ či „kognitivní“, která je určována na základě reálného výsledného charakteru komunikátu, jinými slovy toho, zda má daný komunikát charakteristiky typické pro médium, jež bylo použito k jeho realizaci. Například komunikát, který vznikl předčítáním předem připravené předlohy, bude mít navzdory mluvené realizaci pravděpodobně spíše psaný charakter, zatímco bez většího rozmyslu psaný osobní vzkaz může naopak vykazovat charakteristiky spojované spíše s mluveností (Hoffmannová 2017). V situacích, kdy nastává nesoulad mezi „mediálním“ a „konceptuálním“, hovoříme o „psané mluvenosti“ a „mluvené psanosti“ (tamtéž).

S konceptuální (tj. obvykle i mediální) mluveností se pojí charakteristiky jako „nepřipravenost, spontánnost, neformálnost; jednodušší tematika, silná vazba na situaci, dynamičnost, subjektivnost, emocionální zaujetí, značná konkrétnost, nízký stupeň organizovanosti a uspořádanosti, fragmentárnost, implicitnost, neurčitost [... a dialogičnost]“ (tamtéž). Pro konceptuální (obvykle i mediální) psanost je naopak typická „připravenost, větší formálnost, složitější tematika, dekontextualizovanost, vyvázanost ze situace, staticčnost, spíše abstraktní, racionální povaha, objektivnost, analytický, logický přístup, vysoká organizovanost,

uspořádanost, integrovanost, kontinuitnost, explicitnost a určitost[, ... dále monologičnost]“ (tamtéž).

### **1.1. Produkce a příjem, syntax**

Úžeji s mediální mluveností/psaností souvisí způsob produkce a vnímání komunikátů. Mluvené projevy jsou ve své podstatě kontinuitní (jejich jednotky – foném, slabika, slovo, resp. fonologické slovo... – plynule přechází jedna v druhou – Čechová, Krčmová a Minářová 2008: 195) a jejich produkce i přijímání probíhají již z principu lineárně; původce komunikátu tak musí během svého projevu, příp. již při jeho přípravě, brát větší ohled na reálné možnosti porozumění příjemců. Oproti tomu jsou psané projevy svým členěním diskontinuitní, příjemce má při jejich čtení mnohem větší volnost, může se v textu vracet, číst si jej opakovaně, potenciálně si v něm zvýrazňovat důležité informace atp., což umožňuje původci kumulovat informace i do složitě strukturovaných celků (tamtéž: 195).

I proto je s mediální, následně i konceptuální mluveností spojována primárně jednodušší syntax založená na aditivnosti, využívající parataxe, koordinace, juxtaopozice; nepřipravenost vede v kombinaci s linearitou ke stylistickým nedostatkům, redundanci, přítomnosti „vycpávek“, agramatičnosti (anakolut, zeugma, kontaminace, atrakce), tzv. špatným startům a obecně k chybování a následné nutnosti přídatných výrazů, korektur a rektifikací; typické jsou i elipsy a apoziopese (Hoffmannová 2017). Mediální a konceptuální psanost se pak vyznačuje komplexními syntaktickými strukturami, složitými souvětími s vícestupňovou hypotaxí, kondenzací a nominalizací (tamtéž).

### **1.2. Sémiotická heterogenost a členění**

Mediální mluvenost má typicky multimodální, tedy sémioticky heterogenní povahu; prostředky jazykové doplňují prostředky parajazykové (intonace, výška a síla hlasu, tempo a rytmus řeči, pauzy, melodie) a extrajazykové (mimika, gestikulace, držení a řeč těla, proxemika/vzdálenost účastníků komunikace, haptika/doteky...; Hoffmannová a kol. 2016: 35). Prostředky extrajazykové mj. často vyjadřují implicitní, neurčité, redukované či jinak vypuštěné složky sdělení (tamtéž: 35), prostředky parajazykové běžně slouží horizontálnímu a vertikálnímu členění textu (spolu už jen s explicitními metajazykovými vyjádřeními; Čechová, Krčmová a Minářová 2008: 121). Psané komunikáty navzdory možnostem úpravy písma, využití typografie a kombinace s dalšími kódy tak výrazně sémioticky heterogenní nebývají (jasnou výjimku představuje styl reklamy – Hoffmannová a kol. 2016: 350). Jakousi alternativu prostředků extrajazykových představují v psaných textech emotikony, typické zejména pro

elektronickou komunikaci (tamtéž: 36; k nim viz kap. 5.5.2.1.); členění psaných textů může být na druhou stranu velice bohaté a realizované různými prostředky, jeho konkrétní podoba se odvíjí od funkce a žánru textu, přičemž se za jeho základní prostředek považuje interpunkce (Hoffmannová 2017).

### 1.3. Procesuálnost mluvených projevů

Výše jsme zmiňovali linearitu produkce a příjmu mluvených komunikátů. Ve spojitosti s ní je upozorňováno na procesuálnost mluvených projevů, tj. jejich temporalitu, skutečnost, že probíhají v čase, a to většinou dialogicky, jako interakce dvou či více mluvčích, kteří se střídají a jsou do komunikace aktivně zapojeni nejen, když zrovna mají slovo, nýbrž neustále (Hoffmannová, Homoláč a Mrázková 2019: 25–26). Jednak komunikaci utváří tím, že aktuálnímu mluvčímu poskytují extrajazykovými a stručnými jazykovými a parajazykovými prostředky nepřetržitou zpětnou vazbu, kterou ho ovlivňují, jednak si již připravují, jak budou na mluvčího plně verbálně reagovat, a vyhlíží moment, kdy by ho mohli vystřídat. Říkáme, že se uplatňuje tzv. projektivita, tj. kladení zřetele na budoucí vývoj komunikace, kdy mluvčí více či méně explicitně signalizuje, co bude v jeho projevu bezprostředně, příp. i o něco později následovat,<sup>2</sup> a posluchači se to samé na základě podnětů od mluvčího snaží předvídat, a to nejen pro porozumění obsahu projevu, nýbrž také např. aby správně identifikovali vhodnou chvíli, kdy se ujmout slova (tamtéž: 28). Zajímavé pak může být i sledování toho, jakým způsobem probíhá střídání mluvčích, a s ním souvisejících jevů, jako jsou překryvy replik (např. zdali jsou z hlediska účelu spíše kooperativní, či kompetitivní – srov. tamtéž: 104).

---

<sup>2</sup> Projektivita je krom metajazykových vyjádření realizována nejrůznějšími prostředky, např. skrze užití syntaktické vztahy, slovosled, prozodické prvky, sémantiku slov a vztahů rozvíjených ve výpovědi (Hoffmannová, Homoláč a Mrázková 2019: 33) a vlastně i užití slovní druhy (tamtéž: 37). Všechny tyto prostředky spolu samozřejmě souvisí a napovídají posluchači, co bude v projevu mluvčího následovat, příp. co určitě následovat nebude. Např. u začátku výpovědi „Bagr má...“ očekáváme, že bude následovat sémanticky kompatibilní předmět (světla, pásy X manželku, rýmu, okurku...), realizovaný substantivní frází, a vzhledem k prozódii, že vůbec výpověď bude pokračovat, že se nejedná např. o eliptickou odpověď na otázku typu „Ví někdo, které z těchto strojů mají pásy?“ (srov. tamtéž: 33).

## 2. Prostědělovací styl

Prostědělovacímu stylu věnujeme pozornost proto, že jsou jeho komunikáty vzhledem k vysoké míře neformálnosti a relativní autenticity komunikace na Fišarově kanále jeho vysíláním na první pohled nejpodobnější: od mnoha společných konstituujících faktorů přes normy, důležitost humoru a ironie až po užívané výrazové prostředky.

### 2.1. Funkce a další konstituující faktory

Prostědělovací styl, příp. styl běžné každodenní komunikace lze označit za styl „každodenních dialogů, v nichž se celkem nic nestane“ (Hoffmannová a kol. 2016: 22). Základní funkce komunikační/sdělovací je v rámci něj doplněna funkcí fatickou, tj. navazovat, udržovat a rozvíjet kontakt s adresátem (tamtéž: 30), důsledkem jejíž realizace mívají komunikáty tohoto stylu velký podíl pragmatických složek sdělení (Čechová, Krčmová a Minářová 2008: 193). Můžeme zmínit i funkci emotivní, „sloužící k přímému vyjádření postoje mluvčího k tomu, o čem se hovoří“ (Macurová a Sládek 2012: 370–371), za jejíž projevy můžeme kromě prezentace vlastních názorů považovat i vyjadřování „citového rozpoložení a vlastně jakékoli poukazy k vlastnímu ‚já‘, např. ke koníčkům či oblíbeným filmům nebo hudbě“ (Homoláč a kol. 2022: 92). Účastníci komunikace jsou si přitom obvykle sociálně rovni, komunikace mezi nimi je symetrická (Čechová, Krčmová a Minářová 2008: 197).

Vzhledem k tomu, že je za základní konstituující faktor stylu tradičně považována mluvenost (tamtéž: 193), pro styl platí v podstatě veškeré s mluveností spojované charakteristiky a jevy, jak byly popsány v předchozí kapitole. Zde se tedy vyhneme jejich opakování, pouze některé místy doplníme. Z hlediska dalších konstituujících faktorů je např. vhodné poznamenat, že spontánnost komunikátů prostědělovacího stylu nutně neznamená i jejich nepřipravenost, jelikož...

„...naše každodennost je plná opakovaných zkušeností, zvykových rituálů a mechaniky, ze setrvačnosti, anebo jen s malými obměnami aplikovaných situačních scénářů, vzorců. Scénáře, rámce, plány, mentální modely máme už ‚připraveny‘ v našem ‚zásobníku‘ znalostí a zkušeností[. ...] Připravenost v tomto pojetí se zřejmě blíží kompetenci[.]“ (Hoffmannová a kol. 2016: 45; zvýraznění z původního textu)

Stále však samozřejmě platí, že většina mluvčích věnuje přípravě svých projevů jen minimální pozornost (tamtéž: 44).

### 2.2. Normy

Otázka norem bývá u prostědělovacího stylu složitá, a to zejména ze dvou důvodů: normy prostědělovacího stylu bývají implicitní, nekodifikované (Hoffmannová a kol. 2016: 38) a nízký stupeň připravenosti projevů spolu s oprávněnými pochybnostmi o tom, zdali je výběr a uspořádání výrazových prostředků z hlediska mluvčích vůbec uvědomovaný, resp. záměrný



(Čechová, Krčmová a Minářová 2008: 192), vedou k úvahám o tom, nakolik je existence případných norem v obvyklé podobě vědomého přizpůsobování svého vyjadřování normám vlastně relevantní. Přesto je z komunikační praxe každému zřejmé, že i v běžném dorozumívání normy svou roli hrají, jsou ovšem osvojovány (a poté následovány) převážně nevědomě, přirozenou cestou: sledováním a nápodobou řečového chování typického pro užší společenství, jehož jsou účastníci komunikace součástí, a jeho adaptováním se zřetelem na konkrétní komunikační situaci (srov. tamtéž: 192 a 201), povahu samotných účastníků komunikace atd. (Hoffmannová a kol. 2016: 37).

Zřejmě vzhledem k implicitnosti norem i jejich následování, stejně jako soukromosti, neformálnosti a neoficiálnímu rázu komunikace prostěsdělovacího stylu, bývají tyto normy uvolněnější, méně závazné, v mnoha situacích nejisté: „mluvčí tu mají značnou volnost, uplatňuje se zde mnoho subjektivních faktorů“ (Hoffmannová a kol. 2016: 38). Otázka „jazykové kvality“ není pro prostěsdělovací komunikáty, resp. jejich tvůrce ani příjemce obvykle příliš relevantní; „nízká“ jazyková kvalita je-li vůbec pocíťována jako příznaková, je tolerována (Čechová, Krčmová a Minářová 2008: 201). I vlivem toho je sféra běžného dorozumívání otevřena všemožným inovacím a její jazyk se ze všech sfér obměňuje nejrychleji (tamtéž: 201 a 192).

### **2.3. Humor a ironie**

V běžném dorozumívání se často objevuje (snaha o) humor. Ten můžeme definovat jako „vnímání skutečnosti a její podávání žertovným, vtipným způsobem, obvykle vyvolávajícím smích“ („humor“ 2024). Za jeho funkce považuje Čechová (2012: 32) „[v]yvolat dobrou pohodu, radost, uvolnit člověka, duševně ho osvěžit, zlepšit mu náladu; zmírnit napětí ve vztazích, odpoutat pozornost od problému, odlehčit situaci[.]“ Rozlišuje humor monologický, založený na projevu jednoho mluvčího (např. vyprávěná anekdota), a dialogický, vyplývající z interakce účastníků komunikace (tamtéž: 34).

V běžném dorozumívání se často objevuje i (sebe)ironie, tj. „posměšné vtipné vyjádření, zprav. užitím slova v opačném významu“ („ironie“ 2008), která však dle Čechové (2012: 35) může být mezi lidmi se vzájemně dobrými vztahy přijatelná, pouze je-li jemná a nepříliš útočná.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Na podřazenosti druhých a útocích na ně založenou ironii ve svém textu vymezuje proti dobrosrdečnému, veskrze solidárnímu humoru (Čechová 2012: 31–32), a to ve shodě s Boreckého (2000: 40–41) čtyřmi základními konfiguracemi komiky, která je v jeho pojetí zastřešujícím pojmem (tamtéž: 27). Toto vymezování nepovažujeme pro své účely za důležité; ironii chápeme jednoduše jako speciální druh humoru, humor synonymně s komikou. Připomeneme však zbývající dvě konfigurace: naivitu, v rámci níž je komický efekt

Hoffmannová (2006) ji naopak chápe jako naprosto přirozenou, vlastně nezbytnou součást komunikace mladých lidí (v závislosti mj. na osobnosti mluvčích nacházíme ironii přirozeně i u dalších generací), zvláště té, která probíhá elektronicky:

„Pro komunikaci mladých lidí je jistě příznačné, že balancují na hraně mezi spontánností a stylizací, mezi bezprostředností na jedné straně a ironizací, shazováním partnerů i sebe sama na straně druhé. Permanentní přítomnost ironizujícího, ‚nevážného‘ zabarvení či podtónu je téměř obligatorní součástí příslušného ‚věkového stylu‘; bez schopnosti neustálého špičkování a ironického podbarvování svých promluv by účastníci ve své komunitě vůbec neobstáli. Platnost této charakteristiky je jistě nadčasová; v současné době se však víc než kdy jindy konstatuje, že potřeba ironizace, zdrženlivého hodnocení (*ironical understatement*), oscilace mezi chválou a kritikou (a jejich zaměňování) souvisí s odporem mladých lidí k patosu a velkým slovům i velkým emocím, se snahou nezadat si, neshodit se, zůstat nad věcí[.]“ (Hoffmannová 2006: 35; kurzíva z původního textu)

Komického efektu lze docílit různě, Borecký (2000: 139) vyzdvihuje teorii inkongruence, tj. myšlenku, že komika vzniká překvapivou nesourodostí prvků určité situace, resp. rozpoznáním povahy této nesourodosti (srov. tamtéž: 46, 144 a 143). Jazykově pak komika bývá založena na „zvukově pitvořivém, hravém, ironickém, dvojsmyslném či stylově nepatříčném užívání slov“ (Peterka 2007: 293), uplatňují se nejrůznější tropy a figury.<sup>4</sup> Hoffmannová (2006) si například u ironie v internetové komunikaci všimá krom zmíněného stylově nepatříčného, tj. inkongruentního užívání (nejen) slov i užití deminutiv, hyperboly či slovních hříček (dnes je ironie často signalizována i pomocí emotikonů, k nim viz kap. 5.5.2.1.). Mluvčí při jejich užívání často přecházejí mezi dikcí zjemnělou, využívající např. zmíněných deminutiv, a naopak dikcí hyperbolickou (tamtéž: 37–38); stejně plynule mohou přecházet mezi ironizací svého komunikačního partnera, sebe sama, jejich společné situace i entit, které se komunikace přímo neúčastní, pouze v ní jsou tematizované (tamtéž: 39, 38, 40). Soustředí se pak zejména na využití intertextuality: objevují se prvky citátové, jejich záměrné aktualizace, popkulturní i jiné aluze, prvky hraničící s tzv. interdiskurzivním parazitismem (tamtéž: 37, 39, 40–41; k int. par. srov. Hoffmannová a kol. 2016: 385). Intertextualita je pro ironii i humor

---

vytváření neúmyslně (tamtéž: 40) a absurditu, která záměrně operuje s nesmyslem jakožto určitou metaforou světa, přičemž si je plně vědoma i vlastní nesmyslnosti (tamtéž: 35).

<sup>4</sup> Je však třeba rozlišovat prostředky, jimiž humoru dosahovat lze a jichž je v praxi běžného dorozumívání reálně využíváno. Můžeme předpokládat, že sféra běžné každodenní komunikace bude z tohoto hlediska, mj. pro svou spontánní, nepřipravenou povahu a zejména ve srovnání se sférou literární, zpravidla o něco méně různorodá.

běžného dorozumívání obecně významná (Čechová, Krčmová a Minářová 2008: 203–204), dále se jí věnujeme ještě níže (viz kap. 5.4.).

## **2.4. Výrazové prostředky**

Tzv. běžný jazyk může být realizován kteroukoli varietou národního jazyka, příp. i lexikem sociolektů; na území Čech je obvykle realizován obecnou češtinou, na Moravě a ve Slezsku příslušným nivelizovaným nářečím či interdialektem, již řidčeji tradičním dialektem; často dochází k míšení prostředků různých variet (Čechová, Krčmová a Minářová 2008: 204). Prostředky spisovné, zvláště ty knižní a archaické, mohou v mnohých situacích působit rušivě, negativně (Hoffmannová a kol. 2016: 38), jsou užívány zpravidla komicky, parodicky (Čechová, Krčmová a Minářová 2008: 204). Užívány jsou stále častěji i prostředky jazyků cizích, dnes zejména angličtiny (Hoffmannová a kol. 2016: 34).

### **2.4.1. Rovina fonologická**

Pro prostěsdělovací styl je typická uvolněná až nedbalá výslovnost, pozorujeme změny kvantity i kvality, elizi hlásek a zjednodušování souhláskových skupin (Hoffmannová a kol. 2016: 48).

### **2.4.2. Rovina morfologická**

Převažují tvaroslovné varianty spojované s obecnou češtinou (resp. dominantní varietou běžného jazyka na daném území); zajímavý je i občasný sklon k personifikaci a animizaci (tj. užívání životných tvarů místo neživotných); z hlediska slovních druhů jsou častěji přítomná např. citoslovce a částice (tamtéž: 48–49).

### **2.4.3. Rovina slovtvorná**

Charakteristické jsou procesy univerbizace a abreviace (zkratky i zkratková slova); své využití nacházejí příznakové sufixy jako -ák, -áč, -ař, -ka, -oš, příp. -ča u hypokoristik; velmi hojný je výskyt deminutiv, tj. zdrobnělin, motivovaných snahou o familiárnost, důvěrnost, zdvořilost, vstřícnost (tamtéž: 48–49).

### **2.4.4. Rovina lexikální**

Na slovní zásobě se asi nejzřetelněji projevuje zmíněná rozvolněnost norem a míšení variet a kódů. Najdeme v ní mnoho expresivních a často i emocionalitu vyjadřujících výrazů (hypokoristika, augmentativa, slova dětské mluvy, intenzifikátory typu „děsně, strašně, mega“), mnoho z nich s negativními konotacemi (pejorativa, vulgarismy, obecně tabuová slova), jejich

příznakovost se však v závislosti na mluvčím snižuje až ztrácí;<sup>5</sup> to platí i pro četné slangismy, neologismy a okazionalismy, stejně tak výpůjčky a přejímky, obvykle z angličtiny (přejímány jsou i výrazy běžné, pro něž v češtině vhodný ekvivalent existuje, např. citoslovce „wow“ či „oops“); silnou situační zakotveností si můžeme vysvětlovat častější nepřesné, pouze přibližné vyjadřování, např. v podobě slov s velkým rozsahem a malým obsahem: hyperonym, opisných výrazů, synekdoch, příp. výrazů polysémních (tamtéž: 49).

#### **2.4.5. Rovina syntaktická**

Viz kap. 1.1.

---

<sup>5</sup> Souhrnně lze hovořit o tzv. kolokvialismech, tj. výrazech běžně užívaných v každodenní komunikaci, které v jejím rámci nejsou pocíťovány jako expresivní či jinak příznakové (Homoláč a kol. 2022: 66), výrazy pohybující se na pomezí spisovnosti, ale často i mimo ni (Čechová, Krčmová a Minářová 2008: 204).

### 3. Řečnický styl

Řečnický styl se při popisování živých vysílání může pro svou konceptuální psanost, vysokou připravenost projevů a primární funkci persvazivní zprvu jevit jako nevyhovující. Zajímá nás na něm však zejména schopnost jedince-profesionála pracovat s potenciálně velmi četným publikem přítomným v reálném čase, po dobu svého projevu jej průběžně aktivizovat, reagovat na jeho nepřetržitou zpětnou vazbu a vést s ním při tom jakousi zvláštní formu dialogu.

#### 3.1. Kontakt s kolektivním adresátem

Hned po persvazivní funkci se u komunikátů řečnického stylu často uvádí, že se jedná o „**mluvený projev** jedince s přirozenou nebo delegovanou autoritou, který se obrací ke **kolektivnímu vnímání**“ (Čechová, Krčmová a Minářová 2008: 285; zvýraznění z původního textu). Adresát je přítom bezprostředně či zprostředkovaně přítomen a „je tak závažným objektivním slohotvorným činitelem“ (tamtéž: 285). Původce komunikátu tedy k adresátům, pokud chce zajistit účinnost svého projevu, musí brát zřetel. Adresáti tak ve výsledku svými reakcemi navzdory zřejmé asymetrii komunikace modifikují jednání řečníka (tamtéž: 287), jejich reakce se dokonce samy mohou stát obsahem jeho projevu (např. „*vidím v očích některých z vás pochybnosti*“ – tamtéž: 288; kurzíva zde i níže z původního textu).

V tomto smyslu je komunikace řečnického stylu někdy označována až jako asymetrický „**dialog s mlčícím kolektivním partnerem**, kterého je třeba aktivizovat“ (tamtéž: 288; zvýraznění z původního textu). K aktivizaci adresátů, úzce spojené s navazováním kontaktu s adresáty, využívá řečník prostředky jako oslovení a ocenění adresátů (tzv. *captatio benevolentiae* – např. „*Vím dobře, že pracujete tvrdě*“, srov. tamtéž: 288), řečnické otázky a řečnické odpovědi; s nimi se pojí i časté využití druhé slovesné osoby či inkluzivního plurálu, v rámci přímého obracení se na adresáty bývá užit také imperativ („*Zvažte sami, jak...*“), na závěr řeči pak může řečník zařadit shrnutí předaných informací a poděkování za pozornost (tamtéž: 288).

Ačkoli je adresát primárně kolektivní, řečník se v rámci svého projevu může cíleně obracet na konkrétní skupinu jedinců (jako v případě zmínění reakcí adresátů výše), či dokonce konkrétního jedince („*ten pán v zadní řadě kroutí hlavou*“ – tamtéž: 288). K aktivizaci může potenciálně docházet i více přímo, formálně již plně dialogicky, např. formou nějaké uzavřené otázky do pléna či analogické výzvy („*Ať se přihlásí všichni ti, kteří...*“, srov. tamtéž: 288).

### **3.2. Osobnost řečníka a neverbální prostředky**

Při předávání informace dochází k plnému „uplatnění osobnosti řečníka nejen v mentálním a psychickém, ale i fyzickém smyslu slova“ (tamtéž: 285), tj. krom slohotvorných činitelů objektivních mohou účinnosti komunikátu značně napomáhat i činitele subjektivní, pokud řečník připadá adresátům sympatický (ať už proto, že ho adresáti vidí jako v něčem obdivuhodného, či ho považují za sobě podobného, v něčem příbuzného, tedy někoho, s kým se mohou ztotožnit). K potenciálnímu úspěchu řečníka tak přispívají i faktory, jako je jeho vzhled nebo to, zda má zvučný a příjemný hlas, jelikož mohou mít estetizující účinek (tamtéž: 291).

Značnou výhodu představuje pro řečníka i kompetence v oblasti užívání prostředků neverbálních. Prostředky parajazykové napomáhají mj. členění textu (tamtéž: 291), prostředky extrajazykové pak mohou sloužit navazování kontaktu s adresáty (zejména oční kontakt – tamtéž: 288).

## 4. Publicistický styl

Fišarova vysílání, jinak v leccem podobné běžnému dorozumívání, jsou ve většině případů volně dostupná a zpřístupňovaná divákům ke sledování, a to navíc v reálném čase, současně s tím, jak vznikají. Tato skutečnost je nutně přibližuje publicistickému stylu a dodává jim performativní rozměr. Zejména se blíží televizním pořadům, které se namísto obvyklých primárních funkcí publicistického stylu informovat a ovlivňovat veřejnost snaží o její pobavení, a to vysíláním spontánně, autenticky působících rozhovorů pro zábavu. S performativitou související koncepty „tvář“, „persona“ a teorie parasociálních vztahů nám pak pomáhají pochopit psycho-sociální rozměr komunikace jak ze strany performerů (vysílajícího), tak ze strany jeho diváků. Sféry jsou si však podobné i v obecnější rovině, obě jsou silně dynamické, založené na neustálém hledání nových, stylově aktivních vyjádření; jejich komunikáty mohou přesto být stereotypní a modelové (viz kap. 4.1.).

### 4.1. Obecné relevantní aspekty publicistického stylu

#### 4.1.1. Automatizace a aktualizace

Texty publicistického stylu, zejména jeho zpravodajské varianty, musejí často vznikat rychle, a tudíž i s minimální přípravou (Čechová, Krčmová a Minářová 2008: 249), což v době zpravodajských serverů, sociálních sítí a nových médií obecně platí více než kdy dříve. Modelovost a s ní spojená stereotypizace a automatizace vyjadřování pak nejenže usnadňuje a urychluje tvorbu textů, ale rovněž činí komunikáty pro adresáty srozumitelnějšími, a napomáhá tak plnění jejich informační funkce (tamtéž: 249). Další významné funkce publicistických textů, funkci získávací, však naopak škodí, jelikož ta je podmíněna vzbuzením a udržováním čtenářova zájmu (tamtéž: 249). Publicisté se tak své texty zároveň snaží ozvláštnit a onu stereotypnost záměrně porušují, směřují „ke stálé **aktualizaci vyjádření**, tj. [k tvorbě a užívání] nových výrazových prostředků, které se jeví jako **stylově aktivní**“ (tamtéž: 250, zvýraznění z původního textu). Jejich opakovaným užíváním se však pomalu ustalují, postupně také podléhají automatizaci, míra jejich stylové aktivity klesá a opět vzniká potřeba nalézt vyjádření nové, stylově aktivnější (tamtéž: 250).

#### 4.1.2. Dynamičnost a odrážení doby vzniku

Charakteristickým znakem je pro publicistický styl i rychlost, s jakou se proměňuje a vyvíjí; jeho texty vždy silně odrážejí dobu, v níž vznikají (Čechová, Krčmová a Minářová 2008: 246). Asi nejvýrazněji se to projevuje na prostředcích roviny lexikální, které se do publicistických textů dostávají v rámci referování o aktuálním dění ve sféře politické, ekonomické, kulturní,

obchodní, státoprávní atd., a to přejímáním terminologie aktuálně používané v příslušných oblastech (tamtéž: 253). Evidujeme také výrazy všeobecně „módní“, v určité době populární (tamtéž: 251–252) a obecně vyšší míru neologismů a okazionalismů. Nové pojmenovací jednotky mohou vznikat také modifikací, aktualizací již existujících vyjádření; tento jev pozorujeme zejména u frazémů (tamtéž: 256).

## **4.2. Mluvená publicistika**

Ve sféře mluvené publicistiky pozorujeme u komunikátů, jež akcentují persvazivní funkci, přesahy do řečnického stylu, u komunikátů založených na záměrné prezentaci bezprostřednosti zase přesahy do stylu prostěsdělovacího (Čechová, Krčmová a Minářová 2008: 272). Řečnickému stylu jsme se již věnovali výše, dále se tedy zabýváme druhým zmíněným typem komunikátů.

### **4.2.1. Mluvené mediální dialogy**

#### **4.2.1.1. Veřejný dialog regulovaný moderátorem a orientovaný na publikum, performativita**

Dialogy, které můžeme sledovat v médiích, v jádru zpravidla připomínají dialogy přirozené, jsou však jejich institucionalizovanou formou (Čmejrková a kol. 2013: 9) a mj. v závislosti na povaze pořadu a cílech moderátora pořadu se od nich tedy často v mnohém liší. Na rozdíl od dialogu přirozeného, pro který je typická symetričnost, tj. sociální rovnost partnerů (Čechová, Krčmová a Minářová 2008: 197), je institucionalizovaný, mediální dialog regulován jedním z mluvčích, a to moderátorem pořadu, v němž dialog zaznívá (Čmejrková a kol. 2013: 9). Ten má jakožto profesionál „zafixovaný obvyklý průběh rozhovoru[; ... je to již] zkušený rutinér vybavený potřebnou kompetencí“ (Hoffmannová a kol. 2016: 47), což pro jeho komunikačního partnera platit nemusí. Z toho plynoucí asymetrie je dále posílena skutečností, že moderátor řídí střídání mluvčích, tj. rozhoduje, kdo má slovo, a obvykle je také tím, kdo klade otázky, zatímco jeho hosté pouze odpovídají, přičemž délka i stručnost či rozvinutost jejich odpovědí se odvíjí mj. právě od toho, jakým způsobem moderátor uděluje a odebírá slovo (Čmejrková a kol. 2013: 9). Moderátor dále může odpovědi hostů komentovat, explicitně hodnotit, samotné hosty kárat, ironizovat, příp. až verbálně napadat a obecně omezovat způsoby, které buď nejsou v pravomocích hostů, nebo by z jejich strany nebyly přijatelné<sup>6</sup> (tamtéž: 9–10).

---

<sup>6</sup> O přijatelnosti tohoto chování lze občas samozřejmě polemizovat i na straně moderátora, je ovšem nutné rozlišovat mezi tím, co je přijatelné z pohledu hosta, a tím, co je přijatelné z pohledu publika. I v případech, kdy moderátor hosta dostává do nevýhodné pozice, v níž se host cítí, zcela přirozeně a pochopitelně, nepříjemně, publikum moderátorovo jednání často oceňuje. Zřejmé to je např. v zábavních pořadech, kdy diváci i mnohé



V závislosti na tom, do jaké míry moderátor zmíněných pravomocí využívá, může dialog být víceméně „symetrický a připomínat přátelské popovídání v přirozeném prostředí, v němž mluvčí nejsou sledováni kamerami a mikrofony, baví se spontánně a s pocitem volnosti“ (tamtéž: 10–11), avšak i v takových případech zůstává orientace na adresáta, kterým primárně není dialogický partner, nýbrž publikum, jež dialog sleduje, důležitým rysem mediálních dialogů (tamtéž: 10). Komunikace v této sféře mívá tedy značně performativní charakter:

„Všímáme-li si toho, jak moderátor a hosté usilují – sledování publikem – o vytvoření a zachování určitého obrazu sebe sama i o vytvoření obrazu svého dialogického partnera, pohybujeme se v poli teorií zabývajících se tím, jak dialogičtí partneři utvářejí vzájemně své vztahy, jaké identity v rozhovoru si vzájemně přisuzují, jaké pozice – svou vlastní i pozici svého partnera – dialogicky konstruují[.]“ (tamtéž: 10; popisovaný proces odpovídá tzv. teorii positioningu, tj. vyjednávání pozic – srov. Harré a van Lagenhove 1999)

#### **4.2.1.2. Zábavní dialogy a talk show**

Jedním ze základních typů dialogů přenášovaných v médiích (a dialogů typických pro sféru Fišarova kanálu) jsou dialogy zábavní. Jejich účelem (ani účelem jejich přenášení) není předávání informací, jejich sdělná funkce je potlačena ve prospěch funkce kontaktní, dále funkce metajazykové, příp. i poetické (Čmejková a kol. 2013: 66), především však funkce zábavní, tj. snahy pobavit publikum (tamtéž: 140). Ta je naplňována „nejen vtipem, humorem, hrou s jazykem, ale i zesměšňováním a ironizací účastníků“ (tamtéž: 140). V dialozích se účastníci (moderátor vzhledem k asymetrii komunikace obvykle s větším úspěchem) obecně snaží o „maximální využívání humorného a komického potenciálu vzájemné interakce – bez ohledu na porušování pravidel odvozených z principu kooperace“<sup>7</sup> (tamtéž: 75–76), uchylují se

---

nepatřičné moderátorovy vtipy na účet hosta, jsou-li fyzicky přítomni, implicitně stvrzují svým smíchem a potleskem (Čmejková a kol. 2013: 11).

<sup>7</sup> Griceův (1975: 45) princip kooperace vychází z předpokladu, že si je každý účastník komunikace vědom určitého společného účelu komunikace, příp. alespoň vzájemně akceptovaného směru, jímž se komunikace ubírá, a snaží se do komunikace přispívat jen takovými způsoby, které jsou s tímto cílem či směrem v souladu. Stává-li se však hlavní funkcí komunikace během talk show funkce zábavní, je otázka, zdali ke zmíněnému porušení principu kooperace nutně dochází. Záleží zřejmě na tom, do jaké míry se host s moderátorovým primárním cílem naplnit zábavní funkci ztotožňuje a kde je pro něj (a vlastně i pro publikum) případně hranice toho, co je za účelem naplňování zábavní funkce ještě přijatelné a co už ne.

např. k manipulaci nebo provokaci (tamtéž: 75). Takto popsané zábavní dialogy jsou typické pro pořad známý jako „talk show“.<sup>8</sup>

#### 4.2.1.3. Pojmy „tvář“ a „persona“

Ve spojitosti s výše zmíněným dialogicky konstruovaným obrazem můžeme připomenout Goffmanův (2005) termín „tváře“,<sup>9</sup> tj. obrazu sebe sama, většinou založeného na pozitivních sociálních atributech, který si člověk vědomě či mimoděk nárokuje skrze verbální a neverbální jednání v rámci sociální interakce, resp. obrazu jeho osoby vznikajícího na základě dojmu, který vytváří v lidech, s nimiž interaguje (Goffman 2005: 5). I v běžném, neodborném diskurzu již zaznívá původně Jungův pojem „persona“, jednoduše definovaný jako „zdánlivý charakter člověka, často odlišný od jeho skutečného či privátního charakteru“ („persona“ 1999). Oproti termínu tváře, který je uplatnitelný ve všech sociálních interakcích, se persona používá zejména k označování takového obrazu sebe sama, který člověk záměrně a účelově konstruuje vlastně pro zakrytí svého „skutečného já“, obvykle v situacích veřejných, často i medializovaných (souvisí s performativitou v užším, nikoli Goffmanově smyslu slova), a je tak chápána jako něco inherentně neautentického, co s sebou proto nese spíše negativní konotace, snad i pro předpokládanou negativní, „nejspíše podvodnou“ motivaci ke skrývání „skutečného já“.

Neschopnost udržet si tvář navíc nemusí zároveň nutně vést k prolomení persony. Diváky může být rozdíl nové, tj. „odhalené“ a původní tváře vnímán pouze jako přirozený důsledek toho, že se osobnost ocitla v situaci, v níž ji předtím neviděli, tudíž z jejich pohledu nemusí jít o nic negativního, naopak to můžou i ocenit. Oproti tomu na ně bude potenciální vědomí toho, že sledují pouze něčí personu a nikoli jejich „skutečné já“, pravděpodobně působit rušivě (zvláště v pořadech založených na zobrazování zdánlivě přirozené, spontánní komunikace jako talk show), a to i v případech, kdy je persona konstruována právě proto, že je její sledování zábavnější či obecně přínosnější, než by bylo sledování jejich „skutečného já“. V divákovi může vznikat dojem, jako že byl podveden, že mu někdo lhal, což pak přirozeně vede k pocitování antipatie vůči dané osobnosti a což může být zvláště palčivé pro ty, kteří si k osobnosti vytvořili nějakou (parasociální) náklonnost.

---

<sup>8</sup> Alternativu k nim tvoří zábavní dialogy, jež se objevují v tzv. „partnerských rozhovorech“, které jsou naopak postavené na směřování k symetrii hosta a moderátora, vzájemné zdvořilosti a dodržování principu kooperace (Čmejková a kol. 2013: 139).

<sup>9</sup> Termín „tvář“ je samozřejmě relevantní i pro dialogy běžného dorozumívání (Hoffmannová a kol. 2016: 31), zmiňujeme ho však až ve spojitosti s dialogy mediálními, kde navíc představuje důležitý slohotvorný faktor přítomnost publika, která často různé „boje o tvář“ motivuje.

#### 4.2.1.4. Parasociální interakce a parasociální vztahy

Zvláště s mediální sférou je úzce spojený koncept parasociálních interakcí a parasociálních vztahů, který má svůj původ v eseji Hortona a Wohla (1956). Parasociální vztahy (PSV) v něm definují jako pro diváka zdánlivě skutečný, přímý vztah, který divák pocítuje mezi sebou a performerem, jehož dlouhodobě sleduje (Horton a Wohl 1956: 215).<sup>10</sup> Spojují ho zejména s obsahem masových médií, který např. na rozdíl od divadla, v rámci něhož se fiktivní stává „skutečným“ pouze po jasně vymezenou a ohraničenou dobu představení, takže reálná identita herců zůstává zřetelně oddělena od fiktivní identity postav, jimž se dočasně propůjčují, umožňuje dlouhodobě kontinuální souhru a ve výsledku až prorůstání fikce a reality, znejasnění hranice mezi nimi (tamtéž: 216). V praxi může divák teoreticky vejít v PSV i např. s efektivně medializovanou politickou osobností či zcela fiktivní postavou nějakého seriálu<sup>11</sup> (tamtéž: 216), autoři se však dále soustředí na performery z oblasti televizního showbyznysu, typicky moderátory zábavních pořadů, soutěžních pořadů, talk show apod.,<sup>12</sup> kteří se dle nich vyznačují právě schopností vzbuzovat ve svém publiku sympatie a kultivovat dojem důvěrnosti („intimacy“; tamtéž: 228), tj. vytvářením a udržováním PSV. Za tímto účelem neustále performují, místo sebe prezentují jen určitý obraz sebe sama,<sup>13</sup> a obvykle nejsou zvláště prominentní vně příslušného pořadu, takže vlastně existují jen jako tento svůj obraz, existují jen pro své publikum, v rámci PSV, který s ním udržují (tamtéž: 2016). Autoři pro ně proto užívají označení „persony“ (tamtéž: 216), abychom se však vyhnuli nedorozuměním, budeme o nich i nadále mluvit jako o „performerech“; termín „persona“ používáme dále ve shodě s tím, jak byl definován výše.

PSV se vyznačuje krom minima závazků, úsilí a zodpovědnosti na straně diváka, zejména absencí plnohodnotné reciprocity, tedy efektivní jednostranností (tamtéž: 215). Přesto však v divákovi vzbuzuje chvílemi ty samé pocity jako vztah skutečný, jelikož oba vznikají velice podobně: performer se v divákově životě objevuje dlouhodobě, opakovaně, k tomu pravidelně a spolehlivě, lze s ním tedy počítat, začlenit jej do své denní rutiny a sdílet s ním jeho veřejný život (dle toho, co s publikem sdílí, potenciálně i soukromý život). Divák tak může performerera

---

<sup>10</sup> „[T]his seeming face-to-face relationship between spectator and performer[.]“ (Horton a Wohl 1956: 215).

<sup>11</sup> Relevantní odlišností seriálu od divadelního představení je kontinuálnost, dlouhodobost přijímání komunikátu a tedy i kontaktu s postavou/hercem (Liebers a Schramm 2019: 5).

<sup>12</sup> Z hlediska druhu pořadu je pro utváření PSV důležité hlavně to, zdali jde o „pořad založený na ‚osobnosti‘“ („personality“ program“, Horton a Wohl 1956: 217), tj. pořad, jehož významným lákadlem se stává persona ústředního performerera či performerů (pro upřesnění viz níže).

<sup>13</sup> Dokonce i pro soukromý život těchto performerů je někdy vytvářena divácky přijatelná fasáda jako alternativa k jejich veřejné tváři, která už je sama o sobě jen představením (Horton a Wohl 1956: 226).

pozorovat v nejrůznějších situacích a skrze ně jej jakoby poznávat, postupně se s ním seznamovat a vytvářet si něco, co – navzdory tomu, že je divák převážně v roli pasivního pozorovatele – působí psychologicky vzato velice aktivně, jako hromadící se znalosti o tom druhém, příp. až „společné zážitky“, ke kterým performer navíc občas odkazuje a odměňuje tak ty „zasvěcené“, stvrzuje dojem, že pravidelný divák performerera dobře zná, že ho zná *lépe* než ostatní (tamtéž: 216).

PSV se utváří skrze tyto jednotlivé parasociální interakce (PSI).<sup>14</sup> Pro ně je přirozeně rovněž typická již zmíněná jednostrannost a navzdory ní zároveň podobnost s interakcemi s členy primárních sociálních skupin, zejména s kamarády, popř. rodiči (tamtéž: 219) a v některých případech i romantickými partnery (tamtéž: 224–225). V závislosti na tom, kterou z těchto rolí performer z pohledu většinového publika zaujímá a jakým způsobem, se postupně v rámci jeho pořadu ustálí určité konvence a očekávání, co se týče performerova vystupování, a co je důležité, také jisté „vhodné odezvy“ („appropriate response“) ze strany publika, bez níž performerův výkon vlastně není kompletní (tamtéž: 219). Ať už je divák přítomen bezprostředně, či jen zprostředkovaně, očekává se od něj, že bude svou reakcí potvrzovat performerem ztvárňovanou personu, zaujme sociální roli, která bude komplementární k jeho personě: bude mu kamarádem...

„...bude milovanou osobou k performerově milenci, obdivujícím chráněncem k jeho otcovské figuře, rádným občanem k jeho neohroženému protivníkovi politických zel. Očekává se od něj, že pro něj jeho moudrost bude přínosná, že si vezme jeho rady k srdci, bude s ním soucítit v jeho těžkých časech,<sup>15</sup> odpustí mu jeho chyby, koupí si produkty, které doporučuje, a nezapomene jeho sponzorům dávat najevo, jak moc si jich váží.“<sup>16</sup> (tamtéž: 219)

Pořad samozřejmě mohou sledovat i diváci, kteří performerovu personu odmítají a na vhodně odezvě neparticipují, avšak jedná se většinou pouze o diváky jednorázové, nanejvýš příležitostné; věrní, pravidelní diváci onu komplementární sociální roli rádi zastanou, je pro ně

---

<sup>14</sup> Vzniku a udržování PSV může performer navíc mnohými způsoby napomocet, např. navazováním kontaktu s publikem, neformálním, příp. až familiárním vyjadřováním typickým pro soukromou komunikaci, obecně podporováním iluze bezprostřednosti, přirozenosti a autentičnosti komunikace (tamtéž: 219, 215 a 216).

<sup>15</sup> Publikum je také často nabádáno k tomu, aby se identifikovalo s performerovou snahou uspět, příp. si úspěch udržet, pokud již performer úspěšný je, a bylo mu v této snaze svojí přízní nápomocné (tamtéž: 220).

<sup>16</sup> Hypotézu, že PSV budou pozitivně korelovat s účinností persvaze, následný výzkum potvrdil: s rostoucí intenzitou PSV divákova reaktance (tj. odpor) vůči persvazi ze strany performerera, stejně jako kritický odstup udržovaný od performerera a obsahu, který produkuje, skutečně klesá (Liebers a Schramm 2019: 15).

důležitou součástí (parasociálního) vztahu, který tudíž není pouze divákovým dojmem, nýbrž s sebou nese i potřebu na vztahu participovat (tamtéž: 219), není nakonec zcela jednostranný.

S postupem času navíc roste v rámci PSV divákova loajalita, příp. i obdiv k performerovi (Horton a Wohl 1956: 216, 220) a s ní potenciálně i snaha vztah dále prohloubit: buďto se dozvědět o performerovi více, „poznat“ ho ještě blíže, nebo překonat jednostrannost vztahu a s performerem navázat skutečný, ať už zprostředkovaný, či přímý kontakt (tamtéž: 226–227).

Prostředí platformy Twitch a živá vysílání obecně jdou této potřebě navázat s personou oboustranný kontakt naproti, lze říci, že jsou na ní přímo založené. Ve srovnání s ostatními médii a žánry, které tradičně umožňovaly vznik a prohlubování PSV, nabízí Twitch divákům jednoduchou možnost přímé interakce s personou a s ostatními diváky prostřednictvím chatu, do něž je možné přispívat v reálném čase. Vysílající na zprávy v chatu reaguje, na některé přímo odpovídá, uživatelům oplácí jejich pozdravy a rozloučení, nechává je rozhodovat o dalším programu vysílání, příp. si nechává poradit, jak překonat nějakou překážku ve hře, kterou právě hraje, atp. (Kowert a Daniel 2021: 2). Výsledná komunikační situace, v rámci ní probíhající interakce a formující se vztahy, byť stále asymetrické, díky tomu náhle získávají značný potenciál pro reciprokost. Přestávají být zcela jednostrannými, znejasňují tak hranici mezi parasociálním a sociálním (tamtéž: 3) a tím také upozorňují na novou podobu, jíž PSV mohou nabývat (tamtéž: 6).

#### **4.2.1.4.1. Psychologická funkce naplňování sociálních potřeb a stylistická funkce kontaktová**

PSV nabízí jednoduchou možnost, jak participovat na vztazích, které se psychologicky vzato značně podobají vztahům s členy primární sociální skupiny. V podstatě garantují snadno dostupnou společenskost, vlídnost, přátelskost a alespoň dojem blízkosti (Horton a Wohl 1956: 218), chování performerů bývá předvídatelné, příliš se nemění, nevystavuje diváka žádným složitým situacím (tamtéž: 218), a jak již zaznělo výše, obecně připisuje divákovi jen minimum závazků, úsilí a zodpovědnosti (tamtéž: 215). Je tedy přirozené, že sledování pořadů a obecně příjem komunikátů s významnějším parasociálním rozměrem může člověku jakožto tvorovi s přirozenou potřebou sociálního kontaktu, důvěrnosti, potřebou být přijímán, někam náležet

atd., všechny tyto potřeby do určité míry naplňovat, a to svým způsobem i pohodlněji než vztahy běžné, reciproční.<sup>17</sup>

Ze stylistického hlediska tedy můžeme usoudit, že komunikáty, které vykazují parasociální rysy, budou rovněž plnit kontaktní funkci, resp. že specifickým způsobem naplňovaná kontaktní funkce bude značně zvyšovat pravděpodobnost utváření PSV.

---

<sup>17</sup> Přehled provedeného výzkumu PSV (období 1956–2015) ukazuje, že výzkumníci k PSV obvykle přistupují jako k jevu negativnímu, vesměs patologickému a onen potenciál pro naplňování sociálních potřeb ve shodě s tím chápou jako primárně kompenzační; intenzivnější PSV spojují s osobami s deficitem v osobnostní a sociální oblasti (Liebers a Schramm 2019: 14). Autoři přehledu toto pojetí považují za reduktivní a upozorňují na nedostatek výzkumu, který by se PSV zabýval i z jiného než kompenzačně-substitučního pohledu (tamtéž: 16–17).

## 5. Styl elektronické a internetové komunikace

Ačkoli je vyjadřování vysílajícího pro výslednou podobu vysílání nesporně stěžejní, nesmíme zapomínat na úlohu, kterou v živých vysíláních hrají diváci. Ti se do komunikace mohou zapojovat prostřednictvím chatu, jasně viditelného všem sledujícím hned vedle samotného vysílání. Zákonitosti a podobu jejich vyjadřování (které je ostatně také součástí komunikátu vysílání a rovněž nutně ovlivňuje způsob, jakým se vyjadřuje vysílající) nám přiblíží styl elektronické komunikace, který také objasní, jak se skutečnost, že komunikace probíhá v online elektronickém prostředí, projevuje na vznikajících komunikátech.

### 5.1. Zvláštnosti prostředí internetu, jeho vztah k mluvenosti/psanosti, kontaktovost

Internet jakožto primární prostředí, kde elektronická komunikace probíhá, je charakteristický tím, že...

„...podněcuje a podporuje rozmanité inovace, pokud jde o způsoby užívání jazyka (a také dalších znakových zdrojů, které s ním koexistují, a vytvářejí tak charakteristickou multimodalitu), celkovou výstavbu textů i obecné charakteristiky komunikačního procesu. Rozrušují se dříve ustálené hierarchie a opozice, jako je veřejnost – soukromost, oficiálnost (institucionálnost) – každodennost a individuálnost, profesionálnost – zájmovost, odbornost – neodbornost. Mění se pozice autorů i recipientů, oslabuje se distance mezi nimi a vyzdvihuje se vzájemný kontakt. Dochází k rozvolňování žánrových norem, míšení existujících žánrů a ustavování žánrů nových. V jazykové složce textů se propojují rysy spontánnosti a připravenosti, mluvenosti a psanosti, formálnosti a neformálnosti, spisovnosti a nespisovnosti.“ (Homoláč a kol. 2022: 11–12)

Elektronické komunikáty běžného dorozumívání bývají mediálně psané, avšak konceptuálně mluvené (Hoffmannová a kol. 2016: 105). Tuto skutečnost lze spojit s lineárností psaní, která je pro elektronickou komunikaci navzdory možnostem média typická:<sup>18</sup>

„[P]isatel dává přednost progresivnímu lineárnímu postupu a nevrací se k napsanému, čímž psaní e-mailů připomíná spontánní mluvenou řeč a rezignuje na výhodu psaného modu jazyka – na možnost editace napsaného textu[. ... V]ýsledný text se často hemží

---

<sup>18</sup> Čmejrková (1997) si jí všimá u spontánní e-mailové komunikace, avšak je zřejmé, že lineárnost psaní je relevantní i pro další typicky spontánní žánry elektronické komunikace, jako jsou SMS zprávy či chat.

chybami v písmu, špatným dělením slov, chybami v odsazení, mezerami[. ...] Pisatel e-mailu má ovšem možnost vidět napsaný text na obrazovce, a často své chyby a omyly komentuje a opravuje dodatečně.“ (Čmejrková 1997; srov. kap. 5.5.1.)

Spontánní mluvené řeči se komunikáty elektronické komunikace blíží i svou mírou emotivnosti (viz kap. 2.1.) a kontaktovosti (Homoláč a kol. 2022: 92). Kontakt je vytvářen užíváním oslovení, pozdravů, přání, osobních zájmen, sloves ve 2. os. indikativu a imperativu či tázacích dovětků, ale také odkazováním na společnou životní (často generační) zkušenost, aktuální společenské dění či sdílené kulturní zázemí a s nimi spojené názory a postoje (srov. tamtéž: 98–99 a 105). Ukazuje se, že i uživatelé, kteří se „znají“ pouze skrze internet, si spolu průběžnou interakcí vytvářejí vztahy analogické těm nezprostředkovaným: uživatelé se na sebe obracují s důvěrností, jako na někoho, s kým se již znají z předchozích interakcí, o kom leccos vědí, s kým leccos zažili, a komu se proto můžou svěřit; předpokládají u sebe nejen podobné názory či zkušenosti, někdy také očekávají poskytnutí podpory, rady, pomoci v těžké situaci (tamtéž: 106; srov. kap. 4.2.1.4. pro jednoznačně asymetrickou alternativu tohoto vztahu).

## 5.2. Veřejnost a soukromost, anonymita, (a)symetrie

Pro některé, na internetu volně přístupné žánry elektronické komunikace, zejména chat,<sup>19</sup> internetovou diskuzi či sociální sítě, je typické znejasňování hranic mezi soukromým a veřejným (Hoffmannová a kol. 2016: 122). Komunikace na nich je ze své podstaty sice veřejná, nanejvýš polosoukromá,

„[c]harakter zveřejňovaných informací a názorů i jejich styl však poukazují na to, že pisatelé pojmají internetovou komunikaci spíše jako soukromou nebo možná jako veřejnou, ale zbavenou rizik a restrikcí, které jsou s veřejnou komunikací spjaté[.]“ (tamtéž: 122)

To může být dáno i možností zachovávat si anonymitu, která uživatelům pravděpodobně dodává pocit bezpečí a jakéhosi soukromí veřejné dostupnosti komunikace navzdory. Pocity soukromí mohou vzbuzovat situace, kdy daný komunikát není volně přístupný – např. osobní profil dostupný pouze přátelům (těch však můžou být i stovky) –, příp. volně přístupný je, ale

---

<sup>19</sup> Na mysli máme tu formu chatu, která probíhá ve vesměs volně přístupné chatovací místnosti mezi účastníky, kteří se navzájem spíše neznají, zachovávají si anonymitu, vystupují pod přezdívkou, již si sami zvolí (srov. Hoffmannová a kol. 2016: 118), nikoli skupinové konverzace probíhající dnes nejčastěji na sociálních sítích mezi uživateli, kteří se spíše znají, do kterých je potřeba být nejprve osobně přidán jiným členem skupiny.



nenavštěvuje jej velké množství uživatelů – např. blog, jež čte pouze deset uživatelů (srov. tamtéž: 122).

Možnost zvolit si, jak se bude uživatel prezentovat (volbou uživatelského jména, profilové fotografie...), souvisí se skutečností, že komunikující mohou se svou identitou a ve výsledku pak i s dalšími účastníky komunikace manipulovat, schválně v nich vzbuzovat dojem, že jsou jiného pohlaví, věku, etnické příslušnosti atp., čímž se, jsou-li úspěšní, mohou dostávat do asymetrického postavení (tamtéž: 123). To je pro elektronickou komunikaci spíše netypické: s výjimkou moderátorů (viz další kapitola) a v některých případech autorů komunikátu (dle typu platformy mohou např. mazat komentáře pod svými příspěvky) jsou si komunikující spíše rovni; jejich symetrie je dále posílena skutečností, že ačkoli mohou být ve skutečnosti velice rozdílného věku, vzdělání, sociálního postavení atd., nemohou se vidět a často ani spoléhat na pravdivost informací, jež o sobě sdílí, čímž se tyto jejich rozdílnosti efektivně vzato stírají (tamtéž: 123).

### **5.2.1. Normy a polylogičnost**

Vzhledem ke své anonymitě nepocítují někteří uživatelé velkou motivaci dodržovat ani základní, samy o sobě již značně rozvolněné a nejasné normy prostědělovacího stylu (viz kap. 2.2.). Přesto mají tyto normy svou alternativu pro prostředí internetu, tzv. netiketku, tj. etiketu, kterou by měli dodržovat účastníci internetové komunikace. V mnohých jejích normách poznáváme normy prostědělovacího stylu, pouze adaptované pro elektronické prostředí: za nežádoucí je považován např. spam (tj. posílání nevyžádaného obsahu, příp. opakovanému posílání nějakého obsahu) či posílání příspěvků, které jsou „off-topic“, tj. mimo aktuální téma konverzace (tamtéž: 114–115). Jednotlivé platformy však typicky mívají rovněž explicitně formulovaná vlastní pravidla užívání („terms of service“), na jejichž dodržování dohlíží moderátoři komunikace, kteří mají oprávnění nevhodné zprávy mazat a uživatele, kteří tato pravidla porušili, dočasně, příp. nadobro z komunikace vyloučit (tamtéž: 114).

U polylogických konverzací pak pozorujeme jakousi difuzi komunikační odpovědnosti, která se stupňuje spolu s rostoucím počtem komunikujících: je-li zpráva adresována potenciálně všem, necítí povinnost odpovědět nikdo. Taková (absence) reakce ze strany adresátů je však jen zřídka pocíťována jako porušení normy, jako by tomu bylo u komunikace tváří v tvář.<sup>20</sup> V závislosti na množství účastníků komunikace pak postupně značně roste podíl lidí, kteří do

---

<sup>20</sup> Zmíněná difuze komunikační odpovědnosti není nutně spojená výlučně s elektronickou komunikací, spíše ji v tomto prostředí pozorujeme častěji, protože jsou v ní běžné polylogické komunikační situace čítající desítky, potenciálně i stovky, tisíce komunikujících.

komunikace vlastními zprávami nepřispívají, pouze sledují, co píšou ostatní (srov. kap. 5.5.2.2.).

### 5.3. Sémiotická heterogenost

Velice důležitou vlastností elektronického prostředí je míra, do jaké umožňuje uživatelům používat a kombinovat nejrůznější mody komunikace, tj. jeho multimodalita a s ní spojená sémiotická heterogenost (Hoffmannová a kol. 2016: 113). Používaných modů je mnoho, vedle psaného jazyka, typografie, grafického uspořádání (layoutu) stránky, emotikonů či lajků (k nim viz kap. 5.5.2.) jsou velice významné, na některých platformách dokonce dominantní vizuální mody: statický obraz (fotografie, kresby, piktogramy, vizuální symboly...), dynamické, obvykle audiovizuální video (film, animace...), někde na jejich pomezí se nachází gify, tj. obrázky pohybující se v krátké smyčce; vše doplňují audiální mody jako hudba, zvuky se znakovou platností a samozřejmě mluvený jazyk (Homoláč a kol. 2022: 25–26). Některé, typicky audiovizuální mody jsou již samy o sobě multimodální a snadno absorbují a znázorňují mody další, příp. jsou s nimi kombinovány (video zachycující rovněž gestikulaci a mimiku či snímek obrazovky psaného textu; tamtéž: 26).

#### 5.3.1. Memy

Mody jsou v rámci elektronické komunikace kombinovány různými způsoby. Jeden z nich bychom rádi demonstrovali na příkladu typicky multimodálního žánru internetových memů. Ty obvykle kombinují statický obraz s textem, potenciálně i video s textem za humorným účelem. Čím jsou v tomto ohledu úspěšnější, tím více se mezi uživateli šíří (srov. „mem“ 2024).<sup>21</sup> Obraz a text obecně mohou vcházet do mnoha různých vztahů, pro naše účely se pozastavíme nad těmi případy, kdy má vztah textové a obrazové složky memu metaforickou povahu, protože jej považujeme za důležitý k pochopení způsobu, jakým jsou na platformě Twitch užívány a vytvářeny emotikony.

---

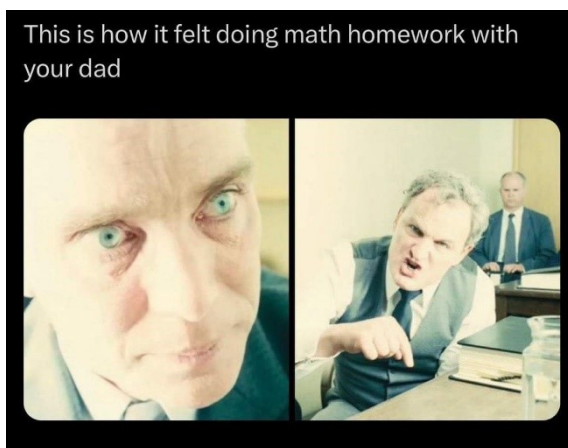
<sup>21</sup> Žánr internetových memů je jen jedním příkladem toho, co Dawkins (2016) chápal jako mem, totiž jednotku kulturní informace přenášenou skrze imitaci z vědomí do vědomí, náchylnou na změny a mutace (srov. Dawkins 2016: 249–250). Obvykle bývá náročné přesně vymezit obsah a rozsah nějakého memu, resp. rozlišit ho od skupiny několika souvisejících memů, jež se šíří společně (tamtéž: 253–254). Např. internetový mem na Obr. 6 (viz níže) může být, je-li dostatečně populární, brán jako celek, jako jeden mem v Dawkinsově smyslu; skládá se však minimálně ze dvou částí, ze dvou memů: částečně recyklova(tel)ného popisku a výrazné obrazové složky, jež se často vyskytuje i s popisky jinými (v rámci ní je pak zřejmě nejdůležitějším memem komický výraz mladého muže na obrázku, o čemž svědčí stupeň oříznutí obrázku – srov. původní obrázek: [https://i.kym-cdn.com/entries/icons/original/000/041/895/AALIYAH\\_WROTE\\_JAY\\_AN\\_APOLOGY\\_LETTER%F0%9F%93%83\\_MARK\\_WANT\\_DESIREE\\_AND\\_HANNAH!%F0%9F%98%B1\\_4-32\\_screenshot\\_\(1\).jpg](https://i.kym-cdn.com/entries/icons/original/000/041/895/AALIYAH_WROTE_JAY_AN_APOLOGY_LETTER%F0%9F%93%83_MARK_WANT_DESIREE_AND_HANNAH!%F0%9F%98%B1_4-32_screenshot_(1).jpg)).

Kognitivní lingvistika nahlíží na metaforu jako na vztah mezi dvěma konceptuálními oblastmi, kdy lze způsob, jakým hovoříme o jedné oblasti („zdrojové oblasti“), uplatnit také, když hovoříme o oblasti druhé („cílové oblasti“), jelikož mezi nimi existují podobnosti, tzv. korespondence (Cruse 2006: 31, v souladu s pojetím Lakoffa a Johnsona 2002). Zdrojová oblast bývá přitom komunikujícím relativně známá, je konceptuálně dobře uchopitelná, což umožňuje vyložit, osvětlit („to articulate“) cílovou oblast příjemci (Cruse 2006: 31). Domníváme se, že toto pojetí metafory lze uplatnit i v případě mnohých memů, jen s tím rozdílem, že zdrojovou oblast obvykle nevolíme pro lepší pochopení cílové oblasti, nýbrž právě pro (často, avšak nikoli nutně inherentně) komickou povahu zdrojové oblasti, díky níž pak dochází ke komické rekontextualizaci oblasti cílové, její ukázání v novém světle, které je nám i přes svou komičnost nečekaně povědomé, blízké (srov. Obr. 3–6).

**Obr. 3 – „Já: divím se, proč se moji kamarádi přestali smát“ „UČITEL“**



**Obr. 4 – „Takovýhle to bylo dělat s tátou úkoly z matiky“**



**Obr. 5 – „Co vidí tričko, když si ho nasazuješ“**



**Obr. 6 – „Viktor Frankenstein, když chlápek, kterýho speciálně navrhl, aby žil, žije“**



Lze pak upozornit na rozdíl mezi tzv. memovou šablonou („meme template“, příp. také „meme format“), tj. vlastně osamocenou zdrojovou oblastí, která je připravena být s komickým efektem spojena s nějakou konkrétní cílovou oblastí, s níž vhodně koresponduje, a výsledným memem, který vzniká teprve tímto spojením, naplněním šablony. Např. obrazová složka memu na Obr. 6 je často využívána jako memová šablona, kterou textový popisek za účelem ironizace spojí se situací, kdy je někdo zaskočen něčím, co měl očekávat. Šablonovou povahu memů naznačuje i začernění několika slov původního popisku a jejich nahrazení jinými slovy, z nichž lze soudit, že tento mem dokonce vznikl pouze částečnou úpravou textového popisku jiného existujícího memu (také ovšem může jít o záměrnou stylizaci).

#### **5.4. Autorství na internetu: interaktivita, hypertextovost, intertextualita a entextualizace**

S příchodem webu 2.0 v roce 2004 nastal v internetové komunikaci důležitý obrat směrem k interaktivitě: nově mohl každý s internetovým připojením webové stránky nejen navštěvovat, ale rovněž na ně jednoduše a viditelně reagovat, přispívat vlastními texty, vcházet do komunikace s autory jiných textů a s ostatními uživateli internetu vůbec (Homoláč a kol. 2022: 10 a 21). Hypertextovost internetu, tj. skutečnost, že jsou na něm dostupné texty propojené skrze hypertextové odkazy, (hyper)linky, umožňující přecházet jediným kliknutím z textu na text (tamtéž: 17), vedla mj. k nárůstu výskytu role zprostředkovatele komunikace jako někoho, kdo sám text nevytváří, pouze jej někomu přeposílá (Hoffmannová a kol. 2016: 109), příp. jej může jen nějak poupravit, „zrecyklovat“ (tamtéž: 109, Homoláč a kol. 2022: 10).

Hypertextovostí lze také vysvětlit vysoký počet intertextuálních internetových komunikátů, tj. komunikátů, které se vážou na jiné texty, např. skrze odkazy na jiné mluvčí, jejich dikci a/nebo texty, citace a parafráze těchto textů, odkazy na znalosti a hodnoty sdílené určitým společenstvím atd. (Karlík, Nekula a Rusínová 1996: 657). Hypertextové nástroje jako sdílení, prokliknutelné linky, kategorizační hashtagy či zmínky (prokliknutelné odkazy na konkrétní uživatele) znamenají, že uživatelé už nejsou při odkazování na jiné texty závislí pouze na výše zmíněných, „analogových“ prostředcích; přímé zahrnování jiných textů či jejich částí v příspěvcích je stále běžné, typicky však probíhá formou vkládání screenshotů, tj. snímků obrazovky daného textu či jeho části (Homoláč a kol. 2022: 18–20).

Často pak můžeme sledovat tzv. entextualizaci, tj. proces, kdy je text vyňat ze svého původního diskurzu a zasazen do diskurzu nového, odlišného, v němž je vnímán jinak: touto dekontextualizací a následnou rekontextualizací totiž vzniká rovněž nové preferované čtení

textu; i když je text převzatý beze změn, jeho význam, a tudíž i funkce se mění (srov. tamtéž: 82 a Blommaert 2005: 47–48). Např. obrazové složky memů na Obr. 4 a 5 jsou obě převzaté z filmů, v jejichž kontextu jsou prezentovány jako vysoce dramatické a zcela vážné; navzdory tomu jsou však jako memové šablony využívány ke komickým účelům, jelikož jejich prvky (u Obr. 4 mimika postav a stylizované přsvětlení, u Obr. 5 perspektiva záběru, kvůli níž se hlava postavy jeví disproporčně velká, což je dále umocněno špatnou kvalitou kopie záběru filmu) působí vytržené z kontextu směšně.<sup>22</sup>

## 5.5. Výrazové prostředky

V rámci sféry běžného dorozumívání pozorujeme mezi její mluvenou a elektronickou částí z hlediska užívaných výrazových prostředků velký překryv. Dále se tedy věnujeme pouze vybraným zvláštnostem elektronické komunikace, pro další prostředky viz kap. 2.4. Zdůrazníme však přece jen význam vícejazyčnosti pro tuto oblast, daný zřejmě větším stupněm internacionality, zejména pak anglofonnosti prostředí internetu; volba anglických výrazových prostředků i stupeň jejich počestnosti může fungovat mj. jako nástroj sebeprezentace a příslušnosti k určité sociální skupině (srov. Homoláč a kol. 2022: 83). Hojně se vyskytují taktéž zkratky všech druhů a zkráceniny, často zastupující anglické výrazy (tamtéž: 75–76).

### 5.5.1. Rovina fonologická

V rovině fonologické pozorujeme vzhledem k technickým zvláštnostem elektronické komunikace chybějící diakritiku, iteraci, tj. opakování grafémů („neee“), mnohé překlepy, nevhodně umístěvané mezery (Hoffmannová a kol. 2016: 106). Iterována mohou být rovněž interpunkční znaménka (typicky vykřičník a otazník), jiná bývají naopak často vypouštěna (čárka a tečka); častěji se objevují tři tečky (tamtéž: 124). Interpunkci někdy nahrazují emotikony či emoji (více k nim níže). Velká písmena mohou sloužit jako prostředek důrazu na určité slovo, příp. i delší část výpovědi; na začátku vět či ve vlastních jménech naopak často chybí (tamtéž: 123–124).

Projevuje se však i tendence blížit se co nejvíce zvukové realizaci jazyka, běžné jsou stejné odchylky od ortoepické normy jako v mluvených komunikátech prostěsdělovacího stylu: redukce kvantity samohlásek, zjednodušování hláskových skupin apod. (tamtéž: 112).

---

<sup>22</sup> Mnozí diváci vnímali záběr z Obr. 5 komicky i v původním kontextu filmu, z tónu celého snímku i konkrétní scény však bylo zřejmé, že se jednalo o komiku naivní, vytvářenou bezděčně („Flying Black Adam“ 2022).

## 5.5.2. Sémioticky heterogenní prostředky

### 5.5.2.1. Emotikony

Emotikon lze definovat jako „grafický znak nebo obrázek vyjadřující pisatelovu náladu, postoj nebo emoce, užívaný v neformální elektronické komunikaci“ („emotikon“ 2024), tj. vlastně výrazový prostředek, který ikonicky vyjadřuje pocity mluvčího. Je však vhodné upozornit na to, že mnohé emotikony nezobrazují pouze lidské emoce, nýbrž i osoby obecně, zvířata, nejrůznější předměty atd., a že jejich formy i způsoby použití se různí (viz níže). Amaghlobeli (2012: 349) rozlišuje tři druhy emotikonů: (1) čistě typografické, tvořené pouze znaky ASCII tabulky (např. „:-(“), (2) grafické, sestávající z malého obrázku, který může být animovaný (např. „☺“) <sup>23</sup> a (3) verbální, slovní obdoby typografických a grafických emotikonů (např. „smutný smajlík“).

Důležitou vlastností emotikonů je to, že mohou být vkládány přímo do textu a činí tak mnohé texty elektronické komunikace sémioticky heterogenními (srov. Homoláč a kol. 2022: 41). Jednotlivé složky psaného textu (typicky členění textu realizované interpunkcí nebo v něm užitě výrazy) lze pomocí emotikonů nahrazovat či zdvojit, resp. doplňovat (tamtéž: 44); emotikony nezřídka nějakou část sdělení modifikují, nejčastěji intenzifikují, což vysvětluje, proč bývají stejné i různé emotikony hromaděny vedle sebe (tamtéž: 47). Uživatelé pomocí nich mohou kompenzovat absenci prozodických, parajazykových a extrajazykových prostředků (Jandová 2006: 35); výpověď mohou případně tvořit i emotikony samy o sobě (Homoláč a kol. 2022: 43). Z hlediska funkcí pisatelé dále pomocí emotikonů „člení text, vyjadřují svůj postoj k jeho obsahu, navazují či udržují kontakt s adresáty a signalizují, jak své sdělení míní, ale také, a někdy výhradně, je užívají jako ornament <sup>24</sup> [...] nebo jejich užíváním projevují hravost a kreativitu“ (tamtéž: 52).

Při volbě grafických emotikonů mají uživatelé na každé platformě k dispozici v zásadě ustálené repertoáry emotikonů, které mohou být rozšiřovány a obměňovány na základě požadavků a potřeb uživatelů dané platformy (tamtéž: 42). Význam a „vhodné užití“ konkrétních emotikonů však mohou být v některých případech sporné, nemusí být všemi uživateli (např. v závislosti na jejich věku, pohlaví, šířeji i kultuře/národnosti...) chápány stejně (srov. tamtéž: 42–43); uživatelé mohou také emotikony používat v přeneseném významu v souladu se svými

<sup>23</sup> Pro grafické emotikony se často užívá označení „emoji“.

<sup>24</sup> Tj. primárně ozdobný prvek, který komunikát pomáhá estetizovat v souladu s jeho sdělením – např. „Jaruško, přejeme ti vše nej nej k narozeninám. Hlavně to zdravíčko a pevné nervy. 🥰 🥰 🥰 🥰 🌸 🌸 🍰 🍰 🍰 🍰“ – viz Homoláč a kol. 2022: 49).

aktuálními komunikačními potřebami (tamtéž: 46). Význam emotikonů je tedy „obecně značně závislý na kontextu“ (tamtéž: 51).

### 5.5.2.2. Lajky

Jako jednoduché výpovědi, příp. jejich doplnění (v hovorech tváří v tvář realizované obvykle přitakávacími či odmítavými částicemi, příp. gesty či mimikou – Hoffmannová a kol. 2016: 111) vlastně fungují dis/lajky a obdobné reakce.<sup>25</sup> Typicky jde o projev ne/souhlasu („S tím ne/souhlasím“), projev ne/oblíby („To se mi ne/líbí“) ve vztahu k nějakému příspěvku (tamtéž: 110–111), příp. komentáři pod příspěvkem či zprávě v chatu.<sup>26</sup> Lajkování představuje možnost, jak se stát účastníkem komunikace bez nutnosti vytvořit vlastní text: mnozí lidé (ne-li většina) sice nic nenapíší, ale přesto se na komunikaci podílí, a dokonce v některých případech ovlivňují její průběh snad i výrazněji než ti, kteří do komunikace vstoupí vlastním textem přímo, jelikož předurčují způsob, jakým budou na další příspěvky/komentáře/zprávy nahlížet ostatní – jakou jim budou přikládat váhu a jak je budou hodnotit (srov. tamtéž: 110–111). Na mnohých platformách je množství lajků a reakcí také zásadním pro to, které texty se uživatelům vůbec zobrazují. Pohledem autora lajkovaného textu může pak být počet lajků analogický např. „potlesku či smíchu publika v divadle“ (Homoláč a kol. 2022: 21).

## 5.6. Komunikace na YouTube

K platformě Twitch má z hlediska povahy komunikační situace a rolí, jež zastávají její účastníci, v mnohém blízko platforma YouTube. Obsah, který lze na YouTube najít, je dnes již po všech stránkách rozmanitý, obsahuje také tvorbu velkého množství profesionálů, často etablovaných i mimo platformu – ať už se jedná o mediální společnosti tvořící nejen zpravodajský obsah či světoznámé hudebníky (Johansson 2017: 173). Pomyslné těžiště platformy však oproti tradičním médiím stále spočívá spíše v tvorbě běžných uživatelů,<sup>27</sup> která je přirozeně nezřídka založená na zachycování sebe sama, tj. běžných lidí v běžných, autenticky

---

<sup>25</sup> Např. sociální síť Facebook nabízí kromě lajku také možnost udělit nějakému příspěvku či zprávě reakce „Super“, „Haha“, „Péče“, „Paráda“, „To mě mrzí“ a „To mě štve“. S každou se pojí specifický symbol, připomínající grafický emotikon.

<sup>26</sup> Je-li lajkovaný text formulován jako otázka zjišťovací, mohou zastupovat eliptické odpovědi („Ano.“/„Ne.“), někdy i odpovědi na alternativní otázku – v takovém případě však výchozí text musí obsahovat rovněž specifikaci, která reakce se pojí se kterou odpovědí.

<sup>27</sup> Jak však roste jejich sledovanost, stávají se z nich tzv. „mikrocelebrity“, které bývají na rozdíl od tradičních celebrit známé v menší míře a působí téměř výhradně online, ke svým fanouškům však mívají blíže, častěji s nimi interagují, prezentují jim své skutečné, „autentické já“ a celkově jsou jim skrze vícero různých sociálních sítí mnohem více „dostupní“. Tím se mezi nimi a jejich stoupenci utváří silnější (para)sociální vztah a na své fanoušky mívají obvykle také znatelně silnější vliv (srov. Kowert a Daniel 2021: 1–2 a Abidin 2018: 11–12).

působících komunikačních situacích, jako je např. vyprávění o vlastním životě či sdílení osobního názoru na aktuální společenské a jiné otázky (tamtéž: 173, 177 a 185). Tento typ amatérské tvorby lze označit za hybridní spojení masové komunikace na straně jedné a interpersonální a osobní sociální interakce na straně druhé (tamtéž: 174; srov. kap. 4.2.1.4.).

Není tak překvapivé, že ve vyjadřování youtuberů nacházíme četné prvky prostěsdělovacího stylu, zejména pak běžné mluvy mladých lidí (Schneiderová 2021: 430). Krom četných anglicismů (ke způsobům jejich adaptace viz kap. 5.6.2.) je u videí pro určité věkové skupiny (odhadem náctileté až dvacátníky; nikoli u videí pro mladší – Holanová 2022: 64) typický vysoký výskyt vulgarismů (Větrovcová 2017: 79). Videá nesou navzdory možnosti přípravy a následného střihu a dalších postprodukčních úprav rysy spontánních, nepřipravených projevů (tamtéž: 78–79). Způsob vyjadřování bývá značně situačně závislý, nezřídka vyplývá z momentálního kontextu a nápadu, usiluje o originalitu a tvořivost (zvláště lexikálně), avšak paradoxně rovněž často upadá ve stereotyp (zvláště syntakticky, kompozičně a žánrově) (Schneiderová 2021: 432 a 430). Tvůrce přitom usiluje o kontinuální udržování komunikace s recipiency, snaží se je zaujmout nejen jazykovou tvořivostí, expresivností a emocionalitou, ale také je přímo aktivizuje pomocí oslovení, inkluzivního plurálu, příp. očního kontaktu ad. (Holanová 2022: 63–64).

Svůj projev doplňuje také prostředky dalších modů, které audiovizuální video nabízí, např. vloženým textem, obrázky, úryvky z jiných videí, filmů, seriálů, televizních reportáží atp., jež mívají charakter popisný, ale nezřídka fungují také jako přirovnání, resp. metafory (Homoláč a kol. 2022: 308–309, srov. kap. 5.3.1.). Tyto prostředky jsou často vynalézavě rekontextualizovány (srov. entextualizace, kap. 5.4.) a mívají výraznou zábavní, většinou komickou funkci (Homoláč a kol. 2022: 306).

### **5.6.1. YouTube a reklama**

Ačkoli je tvorba na YouTube často tvořena běžnými uživateli, najde se i relativně početná skupina tvůrců, pro něž točení videí představuje jejich hlavní zdroj příjmů, a ještě početnější skupina těch, kteří se do této pozice snaží dostat. Videá tak často obsahují prvky, které kromě dalšího obsahu tvůrce propagují i jeho reklamní předměty (tzv. „merch“, typicky oblečení s motivem tvůrce, jeho kanálu apod.) nebo produkt společnosti, s níž má tvůrce uzavřenou spolupráci, ať už dlouhodobě, či pouze pro dané video. Přitom...

„...je patrné, že jazykové prostředky užívané v propagačních částech textu se od vlastního komentáře hry příliš neliší. Pozorujeme hojný výskyt anglicismů a



sociolektismů, přehnané exklamace a celkově vysokou míru expresivity, kontinuální udržování kontaktu s recipientem a jeho aktivizaci (oslovování, řečnické otázky, imperativy) apod. Obecně se reklama snaží co nejvíce přizpůsobit okolnímu textu. Přesto jsou patrné drobné rozdíly, např. pro účely persvaze je užito více imperativů, tykání a naopak méně inkluzivního plurálu. V propagačních částech videí jsou přítomny typické reklamní prostředky (tlak na rychlý nákup zboží, získání výhod při jeho zakoupení, typická adjektiva a intenzifikátory atd.).“ (Holanová 2022: 71)

Je rovněž zajímavé, že na rozdíl od běžné reklamy nejsou propagované produkty vždy vychvalovány zcela nekriticky; jsou zmiňovány i jejich drobné vady a propagace se tak může jevit objektivněji (tamtéž: 67), lze předpokládat, že i autentičtější, jako by nepřicházela od někoho, kdo se divákům snaží něco prodat, nýbrž od nějakého známého, jehož doporučení můžou věřit (srov. kap. 4.2.1.4.).

### **5.6.2. Komunikace hráčů počítačových her**

Jedním z populárních žánrů na YouTube je tzv. „let’s play“, v jehož rámci tvůrce natáčí sám sebe, jak hraje nějakou videohru, což obvykle zároveň doprovází vlastním komentářem. Ve vyjadřování mnohých youtuberů (stejně jako vysílajících na Twitchi), kteří se věnují hraní her, tak přirozeně nacházíme mnohé prvky vyjadřování typického pro hráče počítačových her.

V českém prostředí se této komunikační doméně blíže věnovala Schönbauerová ve svých závěrečných pracích (Schönbauerová 2014 a 2017). Mluvu hráčů považuje za typický příklad sociolektu, tj. její relevantní odlišnosti od obecného prostředělovacího stylu nachází z jazykového hlediska pouze na úrovni lexikální (Schönbauerová 2017: 81). Upozorňuje přitom na skutečnost, že se mnohé lexikum přirozeně mění v závislosti na právě hrané hře, jelikož každá zavádí vlastní názvosloví pro bytosti, lokace, předměty atp., které lze ve hře najít (Schönbauerová 2014: 53).

Blíže pak zkoumá proces a podobu adaptace charakteristicky velkého množství anglicismů, které hráči používají, a to i v případech, kdy je ta která hra dostupná rovněž v českém překladu (Schönbauerová 2017: 80). Podstatná jména jsou v závislosti na své sémantické životnosti a hláске, na kterou končí (tj. z hlediska fonologického, nikoli ortografického), nejčastěji adaptována podle vzoru pán a hrad, příp. stroj (tamtéž: 80); končí-li na [a] (nebo když to tak mluvčí vnímá), jsou adaptována podle vzoru žena (např. „stamina“, „mana“; Schönbauerová 2014: 54). Slovesa bývají adaptována odvozením, a to kmenotvornými sufixy -ova- (vzor kupovat), -i- (vzor prosit) a -nou- (vzor tisknout) (tamtéž: 54 a Schönbauerová 2017: 80), čemuž

odpovídají i příklady sloves, které v rámci svého výzkumu zaznamenala Větrovcová (2017: 67–71) v mluvě českých let's playerů. Co se týče přídavných jmen, „nejčastěji se setkáváme s deverbativními dějovými adjektivy přičestí trpného, popřípadě s adjektivy nositele vlastností pomocí slovotvorného typu -ový“ (Schönbauerová 2017: 80). Výslovnost přejatých výrazů, resp. míra a způsob jejich adaptace z fonologického hlediska, přitom nejsou mezi hráči jednotné; odvíjí se mj. od úrovně znalosti anglického jazyka (tamtéž: 80–81).

Identifikuje také tzv. „situace bojové“ a „situace nebojové“, které ve své následující práci přehodnocuje na „chvíle stresu“ a „chvíle klidu“ (Schönbauerová 2014: 53, 2017: 81). Reflektuje tak skutečnost, že ve hrách často vyvstávají vypjaté situace, které předvídatelným způsobem ovlivňují vyjadřování hráčích (např. nutností co nejrychlejšího, nejekonomičtějšího vyjadřování, které bývá také hodně emocionální). Tím dle nás poukazuje na důležitý aspekt elektronické komunikace obecně: může probíhat současně s interakcí s nějakým textem (v tomto případě počítačovou hrou, během živých vysílání velice často s videem, článkem na zpravodajském serveru, příspěvkem na sociální síti...), který na sebe poutá pozornost mluvčích, nějak je ovlivňuje a vyvolává v nich určité reakce. Nutně se tak v tomto kontextu stává významným objektivním slohotvorným faktorem.

## Praktická část

### 6. Metodologie

Jak jsme již přiblížili v úvodu, cílem této práce je popsat ze stylistického hlediska komunikaci, k níž dochází na streamovací platformě Twitch na kanále Vojtěcha Fišara, známého pod přezdívkou „Agraelus“, a skrze ně příp. položit základy pro budoucí porozumění celé platformě, příp. i živým vysíláním obecně. V této kapitole přiblížíme metodologii, kterou se tohoto cíle snažíme dosáhnout.

#### 6.1. Metoda a teoretická východiska

Námi sestavený vzorek má z velké části audiovizuální povahu, pro prvních 10–15 minut každého z videí V1–V10, která jsme si zvolili jako základ vzorku (viz kap. 6.2.2.), proto zhotovujeme transkript, abychom při analýze nebyli závislí pouze na tom, co se nám podaří zaslechnout. Transkripty k V1, V2, V3, V6 a V9, z nichž čerpáme nejvíce příkladů, jsou k nalezení v příloze práce.

Transkripty se spolu se zbytkem našeho vzorku dále snažíme s využitím poznatků z teoretické části stylisticky analyzovat a interpretovat. Výjimku tvoří C1–C5 (určené k analýze kompozice, viz kap. 6.2.2.), u kterých pro jejich délku, dosahující v součtu desítek hodin, zvažujeme pouze přechody mezi jednotlivými částmi vysílání.

Postupujeme přitom v souladu s metodami a teorií funkční stylistiky, jak ji chápou Čechová, Krčmová a Minářová (2008) a Hoffmannová a kol. (2016; zvláště při obecné analýze Fišarova kanálu jako komunikační sféry, viz tamtéž: 15–17), z nichž jsme ostatně také v teoretické části čerpali poznatky týkající se základních funkčních stylů. Vzhledem k tomu, že analyzujeme značně sémioticky heterogenní materiál, využíváme také postupů multimodální analýzy ve shodě s Jewittem (2017).

##### 6.1.1. Transkript

Transkripty jsme vyhotovili potřebnými opravami a přeformátováním automatického přepisu audia, který nabízí aplikace Word z řady Microsoft 365. Silně přitom vycházíme z Manuálu pro přepisovatele (Kaderka a Svobodová 2006). Taktéž se držíme zásady, že co je vysloveno ortoepicky, je zapsáno ortograficky. Mimo kapitolu věnovanou fonologické rovině, tj. i v samotných transkriptech, tedy používáme pouze zjednodušenou formu české fonetické transkripce (zapisujeme např. „kdyžtak“ namísto „gdišťak“, v případech nestandardní

výslovnosti „štyry“ místo „štiri“). Ve shodě se standardním, morfologickým pravopisem nezohledňujeme např. podobu znělosti, skutečnost, že se grafémy „i“ a „y“ v mluvené řeči realizují totožně, nenahrazujeme grafém „ch“ příslušnou fonetickou značkou „x“, grafém „x“ nenahrazujeme značkou „ks“. Ve shodě s Manuálem činíme výjimku při přepisování slov s počátečním „j-“ ve slovních tvarech „jsem/jsi/jsme/jste/jsou“ a slovech s počátečním „sh-“ (tj. zapisujeme podle skutečné výslovnosti pro možnost zachycení případného pečlivě vysloveného „[jsi]“ či nestandardního „[zhořet]“ místo „[sxořet]“ apod.).

V případech, kdy by tento přístup pro čtenáře znamenal ztrátu informace o nestandardní výslovnosti, takové části výpovědi uvádíme v hranatých závorkách (např. nestandardní „[traďice]“ jako realizace ortografického „tradice“).

Od Manuálu se lišíme v tom, že pro větší srozumitelnost transkriptů a jejich snazší využití při analýze jiných rovin, než je ta fonologická, zachováváme ortografickou podobu zkratk, velká písmena na začátcích vět, u názvů atp. U přejatých výrazů, které se zatím do češtiny ortograficky neadaptovaly, se pak až na případy, kdy jsou tyto výrazy vysloveny silně příznakovým způsobem, rovněž držíme původní ortografické podoby; jejich výslovnosti se stručně věnujeme v rámci kapitoly o fonologické rovině.

Částečně se lišíme i ve značkách, které v transkriptech používáme (viz níže). Tyto změny jsou motivované mj. snahou zachovat pro fonetický zápis standardní závorky „[]“, snahou využít skutečnosti, že aplikace Word zhotovuje pro jednotlivé repliky časová razítka, která (byť ne vždy zcela přesná) umožňují jednodušší využití transkriptů současně s videy, k nimž jsou zhotoveny, a skutečností, že v aplikaci Word nelze v transkriptech činit některé úpravy (např. podtržení textu).

Dále na rozdíl od Manuálu pro srozumitelnost a jednodušší analýzu syntaktické roviny používáme značku „-“ i pro přerušené výpovědi a interpunkci využíváme standardně; s výjimkou odlišování zpráv, které Fišar čte z chatu (cíleně při tom stoupá hlasem jako u otázky zjišťovací), tedy blíže nesledujeme intonační průběh výpovědi.

#### **6.1.1.1. Značky využívané v transkriptech**

**00:05:32 Vojtěch Fišar**

časové razítko (čas promluvy od začátku videa) a mluvčí

[traďice]

fonetická transkripce (k jejímu využívání viz výše)

/smích/	nelingvální mody, příp. naše poznámky
Nevím, (to asi) nebude správně. (Co nevíš?)	části výpovědí pronesené současně, užívané vždy po dvojicích
Co to má zna-	nedokončená, přerušená výpověď/slovo
radši..., ...spoluhráče	dále pokračující/navazující výpověď
A on říká: "Hele..."	řeč uvozená v rámci jiné repliky
E, Ee, Eem	hezitační zvuky
Cožee	prodloužená produkce hlásky
*už*	zvláštní důraz
JAK JAKO	zvýšená hlasitost, velký důraz
Co se bude dneska hrát?	otázka a/nebo zpráva čtená z chatu (viz výše)

## 6.2. Vzorek

### 6.2.1. Obsah vzorku z hlediska žánrového a tematického

Svůj vzorek jsme sestavili tak, aby zahrnoval všechny základní „žánry“ Fišarova vysílání, za něž považujeme (1) přímou komunikaci s chatem bez relevantnější přítomnosti dalšího textu, (2) reakci na nějaký text (video, článek na internetu...), (3) hraní hry pro jednoho hráče a (4) hraní hry pro více hráčů (podrobněji k žánrům viz kap. 7.1.).

Krom toho jsme se rovněž snažili vytvořit vzorek tak, aby v něm nebyly zastoupeny pouze komunikační situace, kdy Fišar asymetricky interaguje se svými sledujícími v chatu, ale také chvíle vesměs symetrické komunikace s dalšími vysílajícími, typicky skrze online hovor, příp. s dalšími lidmi v místnosti, z níž vysílá.

Do vzorku jsme pak schválně vybrali i několik videí, která tematicky nějak pojednávají o roli vysílajícího nejen jakožto baviče, ale zároveň také ekonomického subjektu, který vysíláním přímo i nepřímo vydělává peníze. Doufáme, že by nám analýza tohoto materiálu mohla poskytnout lepší vhled do komerčnosti živých vysílání, kterou považujeme za jejich nezanedbatelný aspekt.

### 6.2.2. Obsah vzorku z hlediska formy

Délka Fišarových vysílání se nejčastěji pohybuje v rozmezí čtyř až deseti hodin. Předchozí vysílání jsou navíc na platformě Twitch archivována jen dočasně a následně jsou dostupná pouze, rozhodne-li se je tvůrce nahrát jinde, typicky na k tomu určený kanál na YouTube. Fišar má takové kanály dva, pouze kanál „Agraelus Reakce“ však zahrnuje i záznam chatu.<sup>28</sup>

Pro jejich přijatelnou délku a mnohem lepší dlouhodobou dostupnost jsme se tak nakonec rozhodli zkoumat **deset videí (V1–V10)** z tohoto kanálu. Představují vybrané, tematicky obvykle nějak ohraničené momenty z vysílání (např. reakce na jedno video). Svou délkou se pohybují většinou mezi 10–40 minutami a považujeme je za základ našeho vzorku.

Jako doplňkové k nim chápeme **krátké klipy (K1–K16)**, které jsme průběžně shromáždili, protože podle nás obsahovaly zajímavé příklady k analýze. Ty se svou délkou s výjimkou K12 pohybují do jedné minuty. Doplňujeme pak také několik obrázků, **snímků obrazovky**, které jsme shromáždili obdobným způsobem.

Samotná videa a klipy, vytržené z kontextu, by nám však nedovolily analyzovat kompozici vysílání. Za tímto účelem jsme proto vybrali **pět vysílání v jejich celistvosti (C1–C5)**. Průměrná délka jednoho vysílání činí přibližně 7 hodin, a proto se u nich soustředíme primárně na chvíle přechodů mezi různými fázemi vysílání (viz kap. 8.2.1.).

Fišarův kanál se snažíme zachytit synchronně, zkoumáme proto materiál z období října 2023 až května 2024 včetně. Celá vysílání však již vzhledem k tomu, jak na platformě Twitch probíhá archivace, nebyla ve chvíli, kdy jsme vzorek sestavovali, plně zpětně dostupná, a proto nepokrývají námi sledované období od začátku až do konce. C1–C5 konkrétně pocházejí z období února 2024 až května 2024 včetně.

---

<sup>28</sup> Kanál „Agraelus Reakce“ je určený primárně pro záznamy reakcí, ale příležitostně zveřejňuje také záznamy z hraní her; ve videích je zahrnut i záznam chatu (dostupný z: <https://www.youtube.com/@AgraelusReakce>). Kanál „Agraelovo Stream Šílenství“ (dostupný z: <https://www.youtube.com/@AgraelovoStreamSilentvi>) je oproti tomu určený pouze pro záznamy z hraní her a záznam chatu neobsahuje.



## 7. Charakteristika komunikační sféry Fišarova kanálu

Jak jsme zmiňovali v úvodu, hovoříme-li o „komunikační sféře“ živých vysílání, používáme označení pro specifickou podoblast mediální komunikace probíhající formou živého vysílání, pro naše účely především na platformě Twitch (byť živá vysílání najdeme samozřejmě i na dalších platformách, jako je YouTube, Kick, Rumble atd.). Tím se odlišujeme od pojetí Hoffmannové a kol. 2016 (15–17), kteří komunikační sféru vymezují jako soubor (typů) komunikačních situací příznačných pro nějakou základní oblast sociálního života a jednání (tamtéž: 15) a odkazují tak ke skupině několika veskrze obecných, široce vymezených oblastí, jako je např. sféra běžné každodenní, školní či mediální komunikace. Přesto jsme zvolili toto označení, protože z hlediska konstitutivních rysů, resp. jejich komponentů a vybraných relevantních faktorů (komunikační cíle, role účastníků komunikace, kódy komunikace, normy komunikace a typy komunikačních situací – viz tamtéž: 16–17) strukturujeme pojem „komunikační sféry“ živých vysílání, resp. Fišarova kanálu analogicky; liší se pouze tím, že oblast, na kterou ho aplikujeme, je vymezená úžeji.

Důsledně je pak třeba rozlišovat mezi „subsférou“ Fišarova kanálu a sférou živých vysílání na platformě Twitch obecně. V této práci analyzujeme pouze materiál z Fišarova kanálu, který je skrze tuto platformu dostupný. Naše výsledky tak nutně mohou být spolehlivě platné pouze pro Fišarův kanál, byť je jasné, že se při analýze nevyhneme zvažování samotné platformy a některé závěry, k nimž dojdeme, se tak budou zároveň vztahovat k platformě jako celku (např. popis rozhraní, funkcí platformy, některé slohotvorné faktory...).

Tam, kde to považujeme za vhodné, doplňujeme také kontextuální informace, vycházející obvykle z našeho obecného povědomí o Fišarovi a jeho tvorbě či platformě Twitch obecně, na což vždy explicitně upozorňujeme.

### 7.1. Názvosloví platformy a typy komunikačních situací, žánry

Základní komunikační situaci, která vzniká na Fišarově kanále, jsme již popsali v úvodu, na který tímto znovu odkazujeme, dále na něj budeme navazovat. Pro snadnější porozumění nadcházejícím autentickým příkladům přidáváme také seznam označení pro základní realie platformy Twitch; některé z nich budou ještě připomenuty, příp. dále přiblíženy níže:

**stream** – vysílání

**viewer** – divák

**streamer** [stri:mer] – vysílající

**sub** [sap] – předplatné/předplatitel



**Tier 1/2/3 sub, Prime sub** – druhy předplatných / předplatitel, který si dané předplatné pořídil

**badge** – předplatitelský odznak, zobrazuje se vedle přezdívky v chatu, existují různé druhy

**giftnout suba** – darovat předplatné

**dono/donate** – jednorázový příspěvek

**top dono** – nejvyšší příspěvek vysílání

**donátor** – přispěvatel

**alert** – ohlašuje nové suby a dona, má obrazovou a zvukovou stránku, které nastavuje vysílající, přičemž je běžné k subu či donu připojit vlastní zprávu

**TTS (text-to-speech)** – program převodu textu na řeč, předčítá zprávy poté, co zazní alert

**mod** – moderátor

**ban [ban]** – zablokování účtu

**permaban** – trvalé zablokování účtu

Dále se budeme věnovat několika základním žánrům, které lze v rámci Fišarových vysílání rozlišit:

**Just chatting/prostě pokec** – Vysílající interaguje s chatem bez relevantní přítomnosti dalšího textu, vysílá obvykle pouze svou webkameru na celou obrazovku, příp. má na obrazovce otevřený chat. Odpovídá na dotazy sledujících, vtipkuje spolu s nimi i na jejich účet.

**Real talk** – Fišar vystupuje ze své role baviče, otevřeně a po delší dobu mluví se svým publikem na nějaké na poměry vysílání vážnější téma (např. reflektuje, jak moc se mu daří dělat vysílání zábavná, jaký vliv má vysílání na jeho duševní zdraví apod. – viz např. V10). Může probíhat i během hraní nějaké klidnější hry.

**Reakce** – Vysílající interaguje s nějakým textem (videem na YouTube, článkem na internetu, komentáři na sociální síti...), který průběžně komentuje, vyjadřuje na něj svůj názor, vytváří si skrze něj příležitosti k humoru, ironii atd. Současně přitom interaguje s chatem.

**Watch party** – O něco pasivnější reakce (jak z hlediska interakce se sledovaným textem, tak z hlediska interakce s chatem). V jejím rámci vysílající spolu s diváky sleduje nějaké delší video či jiné vysílání (např. vysílání z každoročního videoherního veletrhu Gamescom).

**Gameplay/hraní her** – Vysílající hraje nějakou hru a k tomu interaguje s chatem. Tento žánr lze potenciálně dále dělit podle povahy hry, která je hrána. Míra a podoba interakce s chatem se bude lišit v závislosti na tom, zda Fišar hraje hru spíše oddechovou, či náročnou; hru vtipnou,

kteřá se nebere příliš vážně, či hru atmosférickou, strašidelnou, se silným příběhem; hru pro jednoho hráče, či hru pro více hráčů; příp. hru, kterou hraje, protože chce, či hru, kterou hraje kvůli placené spolupřáci.

**IRL/ze skutečného života** – Vysílající nevysílá ze svého domova, nýbrž někde venku. Pro Fišara je spíše výjimečné.

Z hlediska toho, zda Fišar vysílá sám, či s někým, pak lze vymezit tzv. **co-op stream**, kdy je Fišar přes online hovor v kontaktu s jedním či více dalšími vysílajícími, kteří v daný čas rovněž vysílají. Obvykle spolu hrají nějakou videohru (V3 či V4), ale mohou mít také společnou placenou spolupřáci (V6).

## 7.2. Komunikační cíle

Fišarovým základním komunikačním cílem je průběžně bavit své sledující obsahem, který vysílá, aktivizovat sledující tým, že s nimi skřze reagování na zprávy v chatu naváže kontakt, a nakonec přesvědčit co nejvíc z nich, aby si jeho kanál předplatili, poslali mu jednorázový příspěvek, příp. ho podpořili nějak jinak (např. nákupem jeho trička), tj. vydělat peníze. Aby mohl kontakt, který Fišar s diváky navazuje, probíhat dlouhodobě, je zároveň nutné kontinuálně moderovat chování sledujících v chatu i své vlastní. Nejen v rámci real talků a reakcí pak Fišar rovněž často vyjadřuje své postoje.

Cíle sledujících se různí. Pro většinu sledujících bude relevantním cílem se zabavit, příp. si také odpočinout, odreagovat se. Snad proto zůstává drtivá většina sledujících pasivní a do konverzace v chatu nevstupuje. Diváci, kteří do chatu vstupují, chtějí obvykle vyjádřit své postoje v reakci na obsah Fišarova vysílání a mnozí se snaží také navázat kontakt s Fišarem, potažmo s ostatními sledujícími. Můžou se Fišara snažit pobavit, pomoci mu ve hře, na něco se ho ptát, příp. mu skřze předplatné či příspěvek poděkovat, odměnit ho za zábavu, kterou jim poskytuje. Sledující se také běžně snaží ovlivnit program vysílání, tj. přesvědčit Fišara, aby hrál nějakou (jinou) hru, podíval se na nějaké video, dále vysílal, pokud se chystá skončit atd. Příspěvek můžou Fišarovi dát nejen jako poděkování, ale také jako něco, co dodává diskurzivní funkci jejich výpovědi větší váhu, co zvýší pravděpodobnost, že s jejich výpovědí Fišar bude interagovat.

## 7.3. Sociální a komunikační role účastníků komunikace

### 7.3.1. Komunikační role

Při pohledu na komunikační i sociální role účastníků komunikace pozorujeme výraznou asymetrii ve prospěch vysílajícího, tj. Fišara. Z komunikačního hlediska vysílající určuje téměř veškeré podmínky komunikační situace: nejenže sám vyplňuje většinu komunikačního prostoru vysílání, má také rozhodující vliv na to, kdy komunikace začíná, kdy končí, na jaké téma probíhá, kdo v ní (ne)dostává slovo (tj. na které zprávy reaguje a na které ne)<sup>29</sup> a zda se jí někdo vůbec smí zúčastnit (skrze moderaci je možné vybrané sledující zablokovat, příp. nastavit chat a/nebo vysílání tak, aby bylo dostupné jen předplatitelům). Skutečnost, že je komunikace určena k pobavení a udržení zájmu sledujících, však zároveň na vysílajícího vytváří tlak užívat těchto pravomocí způsobem, který neohrozí zábavní (a ekonomickou) funkci komunikátu, resp. který bude jejímu naplnění napomáhat.<sup>30</sup> Většina diváků pak do chatu nevstupuje a zůstává tedy komunikačně zcela pasivní. Ti, kteří se komunikace v chatu účastní, mohou sledovat různé cíle (viz výše), jež se snaží naplnit i přes vědomí zmíněné asymetrie; pro některé z nich může asymetrie naopak působit i jako motivace.

Komunikační asymetrie je výrazně narušena v situacích, kdy Fišar vysílá paralelně s dalšími vysílajícími. V takovém případě může komunikace mezi vysílajícími připomínat přirozený dialog, resp. mediální dialog pro zábavu, tj. dialog orientovaný na publikum. Můžeme pozorovat obdobné porušování principu kooperace formou vzájemného ironizování, zesměšňování, snahami o prolomení tváře toho druhého atd., motivované primárně snahou pobavit diváky, performativitou (viz např. dialog ve V6: 2:15–6:30, který je celý jen předstíráním v rámci placené spolupráce; srov. kap. 4.2.1.2.), pouze s tím rozdílem, že proti sobě nestojí moderátor/profesionál a host, nýbrž v podstatě dva moderátoři/profesionálové, každý navíc s vlastním publikem.

### 7.3.2. Sociální role

Z hlediska rolí sociálních naopak paradoxně převládá (dojem) symetrie. Fišar není moderátorem talk show v obleku, je to obyčejný člověk, který se kdysi začal ve svém dětském pokoji nahrávat, jak hraje videohry. Navzdory tomu, že se z něj po letech tvorby na YouTube a následného vysílání na Twitchi stal milionář, si jeho vysílání stále zakládají na stejně

---

<sup>29</sup> To částečně narušují automatické alerty, které je však možné přeskočit, ztišit jejich zvukovou stránku, příp. je zcela vypnout.

<sup>30</sup> Dalo by se říci, že je Fišar moderátorem talk show, jejímž základem není dialog, nýbrž polylog, a která neprobíhá ve studiu, nýbrž zprostředkovaně po internetu.

uvolněné, familiární, otevřené a nezřídka vulgární atmosféře, ne nepodobné trávení času s dobrým kamarádem.<sup>31</sup> Diváky tak neláká pouze Fišarův humor, ale i jeho osoba jako celek, příležitost navázat s Fišarem kontakt, na něco se ho zeptat, nějak ovlivnit průběh vysílání, vtipkovat spolu s ním i na jeho účet, připojit se k ostatním divákům v chatu a stát se součástí komunity Fišarova kanálu. Vztah, který mezi Fišarem a jeho sledujícími vzniká, zůstává asymetrický a jednoznačně nese znaky parasociality (viz kap. 4.2.1.4.), avšak přikláníme se k tezi Kowert a Daniela (2021), když řekneme, že nelze popřít větší míru vzájemnosti sociálních interakcí na kanále než třeba na jinak v mnohém příbuzné platformě YouTube.

S touto relativní vzájemností přichází do konfliktu Fišarova role vysílajícího jako někoho, kdo vysíláním vydělává peníze. Fišar se na jednu stranu ke svým sledujícím chová podobně, jako se k sobě chovají přátelé, zároveň se je však průběžně snaží přimět k tomu, aby ho finančně podpořili. Fišar se tak v rámci svých persvazivních výpovědí často uchyluje k určité pseudoironii, používá záměrně hyperbolickou dikci, takže působí, jako by své komerční jednání parodoval (blíže, i s konkrétními příklady v kap. 8.3.4.1.). Tím můžou obě jeho základní sociální role koexistovat: Fišar si odbude persvazi a zároveň s tím se jí zřekne, zdánlivě ji odsoudí.


#### **7.4. Užívané kódy komunikace**

Vzhledem k rozrůzněnosti a nejednotě komunikačních kanálů, které konstituují komunikační situaci živého vysílání, není překvapivé, do jaké míry je komunikace multimodální a sémioticky heterogenní. Základní dva komunikační kanály zde tvoří (1) audiovizuální komunikát vysílaný vysílajícím, tj. samotný stream a (2) neméně důležitý chat streamu, do něhož mohou vstupovat diváci vysílání (sledují-li vysílání synchronně).

V rámci streamu Fišar vysílá sám sebe, uplatňuje přitom mluvený přirozený jazyk (k tomu kap. 8.3.), s nímž se pojí užití parajazykových prostředků (vybrané z nich v kap. 8.3.1.1), a jelikož má po většinu vysílání zapnutou kameru, na níž je vidět jeho osoba, využívá také prostředků extrajazykových, nejvýrazněji gestikulace, mimiky a očního kontaktu. Gestikulace a mimika

---

<sup>31</sup> Nezdá se přitom, že by z Fišarovy strany šlo o kalkulované udržování persony, která již dávno neodráží realitu. Fišar samozřejmě, jakožto člověk, který se považuje za introverta a melancholika, musí k plnění role baviče vystupovat energičtěji, než by pro něj jinak bylo přirozené, běžně zesiluje zábavní potenciál vysílání přehráváním svých emocí atp. Vyjma toho však Fišar naopak působí ve srovnání s počátky své tvorby o dost autentičtěji a sám reflektuje, jak pro něj od doby, co odhalil svou podobu, když přestal vysílat v masce, začalo být těžké oddělovat osobní život od pracovního (viz real talk ze srpna 2023, 1:58–3:20, příp. dále: <https://youtu.be/iFPm7XWuucI?feature=shared&t=118>).

bývají přirozeně spojeny s vysokou emocionalitou (např. K10, když Fišar ve hře bojuje s velmi náročným protivníkem), přičemž bývají často pro komický účinek přehrávaná či zcela ironická (např. gesto v K13: 0:04, oblizování se v K12: 3:37, kterým Fišar naznačuje, že je pro něj příšera přitažlivá). Oční kontakt Fišar často kombinuje se změnou scény (k ní viz kap. 8.2.) pouze na svou webkameru, obvykle za účelem vytvoření důrazu na to, co právě řekl (K12: 5:34 či 5:58). Jinak je přílišný oční kontakt příznakový, na rozdíl od situací běžných pro řečnický styl se totiž Fišar nachází poměrně „blízko diváka“, tj. kamera ho zabírá natolik zblízka, že by byl intenzivnější oční kontakt pocíťován jako spíše zvláštní, nepatřičný. Pokud k němu přece jen dojde, bývá sledujícími reflektován pomocí emotikonu „/Stare“ („Zírání“). Fišar se tak po většinu vysílání dívá na obrazovku svého počítače před sebou nebo na chat, který má na druhém monitoru stranou.

Fišar však jen zřídka vysílá pouze sebe, většinu plochu vysílaného obsahu většinou pokrývá nějaký další text. Jak jsme zmínili u žánrů komunikace, může jím být samotný chat, hraná videohra, video na YouTube či platformě TikTok, článek na internetu a ostatně cokoli, co je přístupné skrze internet. Z těchto příkladů je asi zřejmé, že tyto texty mohou samy mít značně multimodální a sémioticky heterogenní povahu a asi není třeba vyjmenovávat všechny mody, které se ve vysílání objevují. Fišar s těmito texty a jejich mody navíc zpravidla vchází v určitou formu dialogu (komentuje je, vytváří si skrze ně příležitosti k humoru...) spíše než, že by je integroval do svého vyjadřování, resp. je sám využíval jako vyjadřovací prostředky.

Pokud takto texty využívá, pak většinou na metaforickém, resp. přirovnávacím základě (např. V8: 3:26, kde ve videu Aleny Schillerové rozpozná jeden známý mem), zaznamenali jsme však také případ, kdy Fišar text použil jako ilustraci, resp. důkaz svého tvrzení (poté, co byl nařčen z toho, že nosí dámské hodinky, Fišar na internetu vyhledal a otevřel obrázek seriálového Dr. House, kde je vidět, že House skutečně nosil ty samé hodinky – V9: 2:10).

Sledující pak mají prostor pro komunikaci převážně v chatu, kde využívají psaného přirozeného jazyka a emotikonů (viz následující kapitola), které v rámci svých zpráv často kombinují. Pokud si však jsou ochotní pořídit předplatné nebo vysílajícímu poslat jednorázový příspěvek, můžou proniknout i do samotného vysílání, a to v rámci tzv. alertů, které se zobrazí po dobu několika vteřin na obrazovce vysílání spolu s přezdívkou předplatitele/příspěvatele a zprávou, kterou ke svému předplatnému/příspěvku připojí a která je posléze přečtena tzv. „TTS“ („text-to-speech“, tj. programem, který automaticky převádí text na řeč; k němu také kap. 8.3.1.2.). Tyto zprávy mohou mít funkci kontaktní, kdy Fišarovi děkují za dobrá vysílání, zdraví jeho i ostatní sledující, velice často obsahují také pokusy Fišara a diváky vysílání rozesmát (např. V1:

9:06 a cca následující minuta). Někteří sledující jsou ve svých zprávách obzvláště kreativní, stylizují se i v rámci uváděné přezdívky. Např. po výše zmíněné Fišarově obraně proti nařknutí, že jsou jeho hodinky dámské, se na obrazovce zobrazil alert s následující zprávou:

**Gregory House právě přihodil**

**Kč99!**

Ano pane Fišar, jsou to dámské hodinky a co jako?

Plus máte lupus, Wilson už pro vás hledá pohřební  
službu (V9: 4:15)

Mimoto bývá zejména posláni příspěvku také bráno jako příležitost zeptat se Fišara na něco, na co skutečně odpoví, příp. mu říct, co by měl v rámci vysílání udělat (např. svléknout si tričko), čemu se dál věnovat atd. Žádosti však musí odpovídat výši poslaného příspěvku, což Fišar humorně reflektuje v rámci této interakce:

Palento (.) za dvacet /korun/ (.) píše: "Ukaž kouty." Palento, promiň, ale jakoby- buď máš gifted suba, nebo seš pičus. Kaaždej slušnej člověk ví, \*že\* (.) triko dolů je tady za devěcet korun, ale KOUTY (.) jak řekl Viktor Sheen na charitě, (.) tak ty sou za \*dva a půl.\* Protože za ty se stydim víc. Ee- říkal Viktor taky mimochodem, jo, to jakoby- to říkal Viktor Sheen, chat. Já to jenom pře- to- já to jenom přebíram. (K14: 0:16)<sup>32</sup>

#### **7.4.1. Emotikony**




Vyjadřovacím prostředkem, který je od prostředí Fišarova kanálu, stejně jako celé platformy Twitch naprosto neodmyslitelný, jsou emotikony. Zcela zásadní je v tomto ohledu skutečnost, že je repertoár emotikonů, které lze na Twitchi užívat, díky volně dostupným rozšířením prohlížeče (zejména BetterTTV, FrankerFaceZ a 7tv) otevřený. Uživatelé mohou díky těmto službám vytvořit vlastní emotikon, nahrát ho na příslušný server, a poté přesvědčit vysílajícího, aby ho povolil na svém kanále (např. tím, že mu na něj pošlou odkaz do chatu a poprosí ho, aby zvážil jeho přidání). Pokud tak vysílající, příp. nějaký moderátor, učiní, všichni sledující, kteří mají zmíněná rozšíření nainstalovaná, emotikon uvidí a budou ho moci používat.<sup>33</sup> Tento systém vytváří prostor uživatelské kreativity a expresivity, umožňuje neustálé utváření a obměňování repertoáru dostupných emotikonů, který je tak kontinuálně rozšiřován způsobem,

---

<sup>32</sup> Příklady, u kterých to považujeme za vhodné, pro zachování osobitosti Fišarova vyjadřování taktéž citujeme formou přepisu, jak ho užíváme v transkriptech.

<sup>33</sup> Pokud rozšíření nainstalovaná nemají, zobrazí se jim místo grafického emotikonu pouze jeho verbální obdoba, tj. jeho název (viz dále).

jenž je v mnohém analogický rozšiřování slovní zásoby a do jisté míry snad i utváření sociolektů.

Než osvětlíme, jak jsou emotikony na Twitchi používány, připomene ještě tři typy emotikonů, které rozlišuje Amaglobeli (2012: 349). Jsou jimi emotikony: (1) čistě typografické, tvořené pouze znaky ASCII tabulky (např. „:-“), (2) grafické, sestávající z malého obrázku, který může být animovaný (např. „☺“) a (3) verbální, slovní obdoby typografických a grafických emotikonů (např. „smutný smajlík“). Aby se v chatu zobrazil grafický emotikon, může ho uživatel vyhledat v repertoáru dostupných grafických emotikonů, jako je tomu ve většině služeb, jež grafické emotikony nabízejí. Každý emotikon má však také svůj oficiální název, např. emotikon  se jmenuje „LUL“. Pokud pak uživatel tento název správně napíše do chatu, název je automaticky nahrazen příslušným grafickým emotikonem (pokud je emotikon na daném kanále povolený). Každý grafický emotikon na Twitchi má tak ve výsledku zároveň svou verbální obdobu.<sup>34</sup> Tato hybridnost umožňuje snadnou evokaci a užití emotikonů také v mluvené řeči (viz např. K10, ve kterém Fišar nejdříve nepřímou evokuje a pak explicitně zmíní emotikon „ /DrzHubuMaso“, užívaný v reakci na časté škádlení a provokace známého moderátora Máši,<sup>35</sup> kromě něj zmíní také „ /PauseChamp“, užívaný k označení napínavé situace, momentu očekávání něčeho).

Primárně jsou však emotikony přirozeně užívány v komunikaci psané, v chatu, a to způsoby, které se výrazněji neliší od běžné elektronické komunikace: užívány bývají současně s běžným textem, ale i jako samostatné výpovědi, vyjadřují typicky emoce mluvčího, ale mohou mít i nociónální povahu, často modifikují a intenzifikují výpovědi, pomáhají kompenzovat absenci parajazykových a extrajazykových prostředků, pomáhají text členit atd. (pro další funkce viz kap. 5.5.2.1.) Dále se tedy soustředíme pouze na aspekty, kterými jsou emotikony v prostředí platformy Twitch, resp. Fišarova kanálu specifické.<sup>36</sup>




V teoretické části jsme se věnovali užití lajků, které mohou být z pohledu autora lajkovaného příspěvku analogické potlesku či smíchu publika v divadle (viz kap. 5.5.2.2.), jsou tedy určitou formou odezvy, zpětné vazby, svým způsobem představují předpřipravené jednoduché

---


<sup>34</sup> Hovoříme-li dále o „emotikonech“, máme na mysli právě tyto graficko-verbální emotikony, které se objevují na platformě Twitch.

<sup>35</sup> Tento emotikon, jako mnoho dalších, se v chatu zobrazuje pohyblivý, animovaný v krátké smyčce. V této práci však z technických důvodů zahrnujeme pouze statické obdoby animovaných emotikonů.

<sup>36</sup> Jak jsme již zmiňovali, zkoumáme pouze Fišarův kanál. Co se však užívání emotikonů, jak ho dále popíšeme, týče, považujeme naše závěry za vcelku reprezentativní i pro platformu jako celek.

výpovědi, které uživatelům umožňují rychle a standardizovaně reagovat na nějaký text bez nutnosti sestavovat složitější vlastní výpověď (tamtéž). Myslíme, že emotikony na Twitchi fungují analogicky, samozřejmě s tím rozdílem, že „příspěvek“, na který uživatelé reagují, není statický jako na sociální síti, nýbrž dynamicky vyvstává v reálném čase a příležitosti pro odezvu a reakce tak vytváří kontinuálně. Pokud komik na jevišti po každém svém vtipu doufá, že z publika uslyší smích, streamer po každém vtipu vyhlíží emotikony „/LUL“ v chatu. Tato snaha vysílajících podnítit sledující k napsání určitého emotikonu je ze strany vysílajícího i sledujících uvědomovaná, pro cílené podněcování emotikonů se vžilo označení „farmaření emotů“ („farmaření“ z mluvy hráčů počítačových her, ve významu „sbírání/sklízení“, „emoty“ [ʔemouti] z anglického „emotes“, typicky používaného namísto českého „emotikony“). Toto podněcování Fišar provádí více či méně implicitně (srov. V1: 10:49, kdy slovy „já si ukoušu nehty“ podnítl emotikon „/NAILSING“, a K11, v němž poté, co přijde příspěvek, jenž spustí alert se zpěvačkou Alizee, explicitně řekne sledujícím, aby do chatu poslali emotikon „/alizeePls“), avšak efektivní bývá pouze v případech, kdy je podněcovaný emotikon v dané situaci skutečně relevantní, resp. kdy dává smysl jej použít.

To nás přivádí k dalšímu aspektu, v němž se emotikony na platformě Twitch liší od emotikonů jiných platform. Možnost tvorby vlastních emotikonů vede k tomu, že jsou emotikony na Twitchi z hlediska své významové složky často velice specifické, resp. že jejich užití bývá spojené s velice konkrétním kontextem, který je často relevantní a ustálený pouze v prostředí určitého kanálu. Mnohé emotikony tak mají silně okazionalistický charakter. Významové spojení emotikonu s kontextem jeho užití bývá i vzhledem k expresivní vizuální stránce emotikonů metaforické, funguje často na velice podobném principu jako memová šablona, kterou lze rovněž názvoslovím kognitivní lingvistiky označit za osamocenou zdrojovou oblast, jež je připravena být s (nejen) komickým efektem spojena s nějakou konkrétní cílovou oblastí, s níž vhodně koresponduje (viz kap. 5.3.1.). Tato korespondence nemusí mít jen metaforickou povahu, objevují se i případy, které by bylo možné klasifikovat jako metonymické, volně asociativní, příp. doslovné. Dalo by se říci, že cokoli sledujícím, který je zvyklý vstupovat do komunikace v chatu, asociuje obraz/název, obecně pojem nějakého emotikonu, povede k tomu, že sledující tento emotikon vzápětí napíše.

Jeden emotikon tak může být a často bývá užíván v různých situacích na základě různých principů korespondence. Například emotikon „/SK“ zobrazuje opici, která jde a přitom máchá rukama. Jak napovídá jeho název, emotikon se užívá jako posměšné přirovnání/metafora v reakci na to, když někdo ze Slovenska udělá/napíše něco hloupého – „to, co udělal/napsal je





hloupé a primitivní, stejně jako tato opice“ –, přičemž emotikon zároveň poukazuje na obecnější hyperbolický stereotyp „Slováci jsou zaostalí a primitivní, stejně jako tato opice“<sup>37</sup> (pro užití viz např. K8: 0:00). Již částečně významově vyprázdněně jej lze také někdy použít, když je ve vysílání zmíněno či ukázáno něco, co má co do činění se slovenštinou a Slovenskem, příp. zcela asociativně způsobem, který se ani neváže na původní význam emotikonu, pouze na jeho grafickou podobu (např. když Fišar řekne „opice“ ve významu „kocovina“ – viz V9: 13:07).

## 7.5. Komunikační normy

Komunikační normy na Fišarově kanále jsou dané jednak všeobecnými podmínkami služby samotné platformy Twitch (tzv. „TOS“ – „Terms of Service“),<sup>38</sup> jejichž porušení může mít za následek zablokování Fišarova účtu (tzv. „ban“), a to nejen dočasné, ale i trvalé (tzv. „permaban“) podle druhu a závažnosti jejich porušení, jednak obecnou snahou regulovat zprávy, které jsou pro Fišara nějakým způsobem obtěžující, rozčilující, příp. jinak nevhodné. Tento druhý typ norem přirozeně není nikde kodifikovaný a může se měnit v závislosti na náladě vysílajícího a moderátorů, je tak na samotných sledujících a jejich sociálním citu, aby identifikovali hranici toho, co je přijatelné. Z toho může pro sledující vyplývat určitá nejistota až bázeň (s dávkou ironie reflektovaná na Obr. 7). Dodržování norem kontroluje sám Fišar a jeho tým moderátorů (sledujících, kterým Fišar skrze platformu udělil tuto pravomoc), porušení norem se trestá zablokováním, po němž už uživatel nemůže do chatu vstoupit ani vidět zprávy ostatních uživatelů.<sup>39</sup>

Obecně jsou však komunikační normy na Fišarově kanále poměrně uvolněné, z hlediska probíraných témat i vyjadřovacích prostředků můžeme u Fišara i jeho sledujících často pozorovat vulgárnost a pokleslost, které většinou nenesou silnější příznak. Za účelem komiky je pak možné porušovat mnohé další, běžně dodržované normy (např. již výše zmíněný


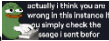
---

<sup>37</sup> Takto verbalizovaný může vlastní význam emotikonu působit až nenávislně. Na Fišarově kanále nesporně převládá negativní stereotyp slovenského národa, který však v komunitě, jejíž humor je nezřídka založený na vzájemných urážkách, vulgaritě a tabu, motivuje spíše snaha o komiku a expresivitu (viz původní, pohyblivá podoba emotikonu: <https://7tv.app/emotes/6191a13917e4d50afc0d8bcc>). Přišlo nám tak, že je emotikon užíván spíše s nadsázkou, že je zhruba ekvivalentní výpovědi: „A jéje, zase další Slovák.“ V chatech slovenských vysílajících se objevuje obdobně užívaný, pro Čechy určený emotikon „/Cehun“, vytvořený přebarvením emotikonu „/Pepega“, užívaného k označení někoho hloupého, tak, aby měl barvy uspořádané stejně jako česká vlajka (viz V4: 9:14).

<sup>38</sup> Dostupné z: <https://www.twitch.tv/p/cs-cz/legal/terms-of-service/>. Obsahují obecná pravidla vztahující se na chat vysílání stejně jako na samotný vysílání obsah, např. zákaz nenávislného, násilného, diskriminujícího či sexuálně explicitního chování a jednání.

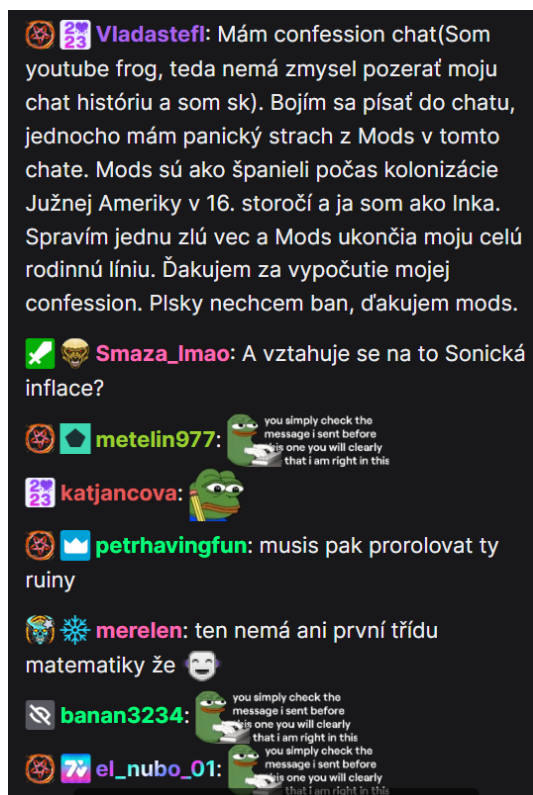
<sup>39</sup> Zablokování sledující mohou vyplnit odblokovací formulář a poprosit sledujícího či moderátory o odblokování, nemusí jim však být vyhověno.

kooperační princip), velice běžný je nekorektní humor založený na různých stereotypech (např. negativní stereotyp slovenského národa – viz výše). Jako inherentně negativní není pocitován ani tzv. „spam“, kdy většina sledujících začne posílat tu samou zprávu; naopak jde o projev určitého komunitního, kolektivního ducha, jev, který je součástí kultury Fišarova kanálu i celé platformy (ke spamu také viz kap. 8.3.4.2.).

Normou, jejíž porušení je pocitováno a otevřeně reflektováno naopak snad i častěji než v běžné komunikaci, je maxima kvantity. Pro označení jejího porušení dokonce existují příslušné emotikony: emotikon „/wafflin“ pro mluvenou komunikaci a emotikon „/Essaying“ pro psanou komunikaci (viz Obr. 7).

### Obr. 7 – Nejasné normy a maxima kvantity

(z vysílání 26. 2. 2024 ve 22:34)



## **8. Charakteristika stylu Fišarova kanálu**

### **8.1. Vybrané slohotvorné faktory**

#### **8.1.1. Funkce (a funkčně stylová příslušnost komunikátu)**

V přímé návaznosti na Fišarovy komunikační cíle (viz kap. 7.2.) lze za základní funkce jeho vysílání označit funkci estetickou, resp. zábavní, funkci fatickou (navázat a udržet kontakt se svým publikem z krátkodobého i dlouhodobého hlediska), persvazivní (přesvědčit diváky, aby ho finančně podpořili), ekonomickou (vydělat peníze), v jistém smyslu také direktivní (co se moderace chatu týče) a místy rovněž emotivní (vyjádřit svůj postoj na nějaké téma).

Stejně jako jejich komunikační cíle se i funkce komunikátů sledujících (zprávy v chatu a zprávy z alertů) různí. Zprávy asi nejčastěji plní funkci emotivní (vyjádření vlastního postoje k tomu, co se děje ve vysílání) a funkci fatickou (navázat kontakt s Fišarem, příp. s ostatními sledujícími, být součástí komunity vysílání), dále také funkci estetickou, zábavní (pobavit Fišara a/nebo ostatní sledující) či persvazivní (přesvědčit Fišara k tomu, aby nějak změnil průběh vysílání nebo něco udělal).

Rozličným prostředkům, jimiž se Fišar a jeho sledující tyto funkce snaží realizovat, se věnujeme v kap. 8.3. Jak jsme již zběžně zmínili výše, jako celek považujeme komunikát živého vysílání, jak vzniká na Fišarově kanále, za určitou alternativu k talk show tradičních médií, jejímž základem však není dialog, nýbrž polylog, která neprobíhá ve studiu, nýbrž zprostředkovaně po internetu, a která přísluší do jisté demokratizované, neinstitucionalizované odnože mediální sféry, která se začala formovat, rozvíjet a v případě některých úspěšných tvůrců, jako je Fišar, taktéž částečně profesionalizovat ve spojitosti s nástupem nových médií, resp. platform zaměřených na běžnými uživateli generovaný obsah (např. YouTube – srov. kap. 5.6.). Z tohoto důvodu řadíme Fišarova vysílání k publicistickému stylu, byť mají, podobně jako jiné komunikáty založené na prezentaci bezprostřednosti (viz kap. 4.2.), z hlediska vyjadřovacích prostředků a některých slohotvorných faktorů mnohdy blíže ke stylu prostěsdělovacímu.

#### **8.1.2. Adresáti**

Orientace na synchronně přítomné adresáty je u Fišarových vysíláních zřejmá a nepopiratelná, je hlavní podstatou toho, proč vysílání probíhají živě. Do určité míry nacházíme v tomto smyslu paralely s řečnickým stylem, avšak kontakt mezi Fišarem a jeho diváky, byť stále asymetrický,

je o poznání více přímý a vzájemný; povahu kontaktu a vztahu, který se mezi Fišarem a jeho sledujícími utváří, jsme již přiblížili v kap. 7.3.

Vzhledem k Fišarově sledovanosti nesmíme odhlížet od polylogičnosti komunikace na jeho kanále. Fišarova vysílání sledovalo v námi zkoumaném období najednou v průměru tři a půl tisíce diváků.<sup>40</sup> Z těch vstupuje do chatu (a zároveň tedy i do kontaktu s Fišarem) jen malý podíl z nich, výsledná komunikace však nese všechny výhody (energie davu, pocit kolektivnosti a sounáležitosti) i úskalí (pocit neviditelnosti, většina zpráv zůstává bez odezvy) polylogických situací.

### **8.1.3. Míra spontánnosti a připravenosti**

Fišarova vysílání jsou připravená pouze minimálně (Fišar obvykle ví jen, jaké hry plánuje hrát, příp. má připravené nějaké video na reakci), skutečnost, že je vysílání založené na interakci s publikem v reálném čase, stejně jako několikahodinová délka vysílání a jejich vysoká frekvence (v průměru pětkrát za týden) ani jinak nedovolují. Vlivem toho, že Fišar vysílá v tomto rozsahu již po více než osm let, však nelze říct, že by byla jeho vysílání zcela spontánní. Prvky stereotypu lze pozorovat např. v děkování příspěvatelům a předplatitelům, ve vítání publika na začátku vysílání a při loučení na jeho konci, v názvu aj. Se spontánností a připraveností jsou často zmiňovány i mluvenost a psanost, s přihlédnutím k nimž pak dělíme většinu kapitoly o vyjadřovacích prostředcích (viz kap. 8.3.).

### **8.1.4. Ráz**

Jak je pro elektronickou komunikaci typické (viz kap. 5.2.), základní ráz Fišarových vysílání je jednoznačně neoficiální a pocíťovaný spíše jako soukromý a důvěrný polylogičnosti a veřejné dostupnosti komunikace navzdory. O trochu oficiálněji, byť ne příliš, mohou působit zvláštní události jako čekání na spuštění prodeje nového „merche“ (reklamní předmět nějak vztažený k tvůrci, typicky oblečení s jeho motivem; v našem vzorku např. ve V5 Fišar představuje svou „Bráškovici“, speciálně pro něj udělanou hruškovici) či některá sponzorovaná vysílání.

### **8.1.5. Místo a čas**

Uvažujeme-li o Fišarově kanále jako o určitém místě v kyberprostoru, můžeme upozornit na způsoby, jimiž se toto místo bude pro jednotlivé sledující vlivem interaktivity platformy, povahou přístrojů, na nichž diváci vysílání sledují, a obecně možností a limitací elektronické podstaty komunikace značně lišit. Pokud nemá uživatel nainstalovaná potřebná rozšíření

---

<sup>40</sup> Podrobnější statistiky týkající se Fišarových vysílání jsou dostupné např. zde: <https://twitchtracker.com/agraelus>.

prohlížeče, neuvidí většinu emotikonů, pokud chce vysílání sledovat v režimu celé obrazovky, neuvidí chat, pokud bude vysílání sledovat na mobilním telefonu, bude pro něj obtížné číst text v právě hrané počítačové hře atd.

Z pohledu Fišara pak můžeme zdůraznit způsob, jakým se i zcela virtuální místa nejen v rámci videoher, které hraje, stávají zdrojem pro situační kontext v podstatě analogicky k místům skutečným (k situační zakotvenosti viz kap. 8.3.4.1.). Zajímavé mohou být také situace, kdy se Fišar nachází ve stejném online hovoru, tj. na tom samém místě v kyberprostoru, jako další vysílající, ale je v hovoru ztlumený a mluví pouze k publiku svého vysílání, které ho na rozdíl od ostatních vysílajících může stále slyšet. Fišar tedy ví, co říkají ostatní, a může na to reagovat, jeho výpovědi jsou však určeny pouze divákům (viz např. V4 0:10 a dále).

Co se týče času, projevuje se na Fišarově vysílání zejména to, jak dlouho již probíhá a jak pozdě (Fišar obvykle začíná vysílat až někdy mezi šestou a sedmou hodinou večer a pokračuje nezděná do dvou hodin ráno): čím déle a čím později vysílání probíhá, tím je vyjadřování Fišara i jeho sledujících vzhledem k únavě méně energické, a tedy také méně emocionální, méně intenzivní a méně frekventované.

## **8.2. Kompozice, prostředky vertikálního a horizontálního členění**

### **8.2.1. Kompozice**

Z makrokompoziční stránky jsou vysílání poměrně stereotypní. Vysílání začíná několika minutami, kdy Fišar ještě na streamu přítomný není, pouze hraje hudba. Jelikož vysílání nezačínají v pravidelný čas, tato počáteční obrazovka dává Fišarovým divákům čas všimnout si, že vysílání začalo, příp. jim dává nějaký prostor bavit se s dalšími sledujícími, kteří jsou již v chatu. Těsně před tím, než Fišar zapne svou webkameru, začne obvykle přenášet svůj hlas a s energickým pozdravem změni scénu tak, aby už byl přenášen i obraz z jeho webkamery, čímž oficiálně zahájí vysílání.

Tím začíná tzv. „intro“, na jehož počátku Fišar přivítá publikum, změní plánovaný program daného vysílání a několik minut interaguje s chatem. Poté se většinou věnuje reakcím, které mívají největší sledovanost. Celá fáze trvá půl hodiny až dvě hodiny.

„Gameplay“, tj. hraní her, tvoří z hlediska odvysílaného času ve většině případů nejdelší úsek vysílání, větší sledovanost přesto mívá intro. Za obvykle několikahodinovou fázi hraní může Fišar hrát jednu hru jednu, nebo také více her.

Po hraní her přechází vysílání do své závěrečné fáze. Energie vysílání už bývá nižší, Fišar se většinou věnuje už jen pasivnějším reakcím. Vysílání končí rozloučením, v rámci kterého Fišar divákům poděkuje, ocení je, příp. jim popřeje dobrou noc a většinou také zmíní, jaký bude program dalšího vysílání, a s pozdravem zakryje svou webkameru rukou, načechá změnu scény a nejspíše do několika minut vysílání definitivně ukončí.<sup>41</sup> Rozloučení může vypadat např. následovně:

Přátelé, já vám děkuju za dnešní hororový stream. Doufam, že ste se aspoň trošičku pobavili, doufam, že ste měli- doufam, že ste měli krásný víkend (.) a tajdle finální eště takovou malou tečku (.) za víkendem (.) v podobě nedělního večerního streamu. Díky, že ste tady byli, vážim si toho. Děkuju vám moc za vaši podporu, za vaše subičky, za vaše dona, za vaše vtípečky. Dneska to bylo výživné. Aa uvidíme se dneska večer nebo v podvečer /.../ dám vědět na Instáči, takže díky moc a ČUUUS! (C2: 6:54:42)

Jednotlivé složky vysílání přitom mezi sebou nemají větší návaznost, důležitou skutečností pro přijímání živého vysílání je, že jej divák nemusí sledovat a v drtivé většině případů také nesleduje celé. Do jisté míry je v takových případech ztráta předcházejícího kontextu nevyhnutelná (a uživatelé se často ptají „o co přišli“), avšak na rozdíl od mnohých jiných druhů zábavy je živé vysílání založené na tom, že jej lze bez významnějších obtíží sledovat od jakékoli chvíle a v jakémkoli rozsahu.

Tomu napomáhá i to, že jsou vysílání z mikrokompozičního hlediska poměrně modulární (po odpovědi na jednu zprávu z chatu vysílající vzápětí již odpovídá na další, reakce na jedno několikaminutové video střídá jinou, jeden pokus o poražení protivníka ve hře následuje další a další...)<sup>42</sup> a že mnohé z těchto modulů bývají motivovány impulzivně. Impulzem bývají většinou zprávy sledujících v chatu, příp. zprávy připojené k příspěvkům a předplatným, přičemž jimi způsobené odbočky od prozatímního programu vysílání mohou nabírat různé délky a vést k dalším odbočkám (např. již výše zmíněné tvrzení, že Fišar nosí dámské hodinky, způsobilo asi minutovou odbočku v rámci reakce na článek, která byla sama výsledkem toho, že jeden sledující do chatu poslal odkaz na daný článek – viz V8; impulzivnost kompozice je velice dobře vidět také v K15, kde se Fišar chystá reagovat na video na YouTube, ale nejdříve dostane otázku, která mu umožní předvést jeho nové tetování, a poté mu někdo pošle odkaz na nové video od Aleny Schillerové, na které Fišar rovnou začne reagovat).

---

<sup>41</sup> To však nijak neovlivňuje chat kanálu, který zůstává otevřený, uživatelé v něm mohou ještě chvíli zůstat, příp. do něj přijít zcela mimo obvyklý čas vysílání a účastnit se tzv. „offline chatu“, v němž však mnoho lidí nebývá.

<sup>42</sup> Výjimku přirozeně tvoří hry se silným příběhem.

### 8.2.2. Prostředky horizontálního a vertikálního členění

Za základní prostředek horizontálního členění úžeji spjatý s technickou stránkou živého vysílání považujeme změnu scény. Jak jsme zmínili v předchozí kapitole, Fišar má předpřipravených několik různých scén (počáteční obrazovku, svou webkameru přes celou obrazovku, záznam obrazovky svého počítače s menší webkamerou v rohu...), mezi nimiž v závislosti na obsahu, kterému se věnuje, přepíná.<sup>43</sup> Ne každá změna scény se však pojí s významnou změnou v obsahu vysílání. Ty jsou tak vyjadřovány primárně explicitně:

Už sem porazil Maleniu, takže to už mam sfouknutý (..) \*ale\* eště bych tady (..) šoupnul trošku tý hororovky, víš? (následně zapne hru, o které mluvil – C3: 4:37:06)

Oukej, boys. Já to tady (..) uložim (..) pro dnešek. (poté uloží hru a vypne ji – C2 5:05:48)

Já si myslim, že je čas to pro dnešek zapíchnout, přátelé. (C4: 6:01:07)

Jako prostředek horizontálního členění bývá tradičně chápán rovněž název. Ten bývá u Fišarových vysílání vysoce popisný a informační, mívá také získávací funkci. Obsahuje většinou informace o programu vysílání na daný večer včetně zmínek dalších vysílajících, kteří by se měli ve vysílání objevit, specifikuje, jakou odměnu dostane na konci vysílání přispěvatel nejvyššího příspěvku, příp. pomocí hashtagů upozorňuje na to, že část vysílání probíhá v rámci placené spolupráce. Zachovává si přitom svou emocionálnost a expresivitu:

😞 FINÁLE MAXE PAYNOŠE 😞 TOP DONO MÁ BALÍČEK A BRÁŠKOVICI  
2.0 😞 DONO = 25x WOLT KÓDÍK 😞 ZÍTRA LETHAL COMPANY S PARTOU  
A MODY 😞 (název vysílání z 19. 12. 2023)

🍷 DNES OVERCOOKED 2 CO-OP ft. @herdyn @haiset @flyguncz 🍷 TOP DONO  
BERE NOVÝ 2024 BALÍČEK 🍷 DONO = 12x KINGDOM COME: ROYAL EDICE  
🍷 (název vysílání z 27. 3. 2024)

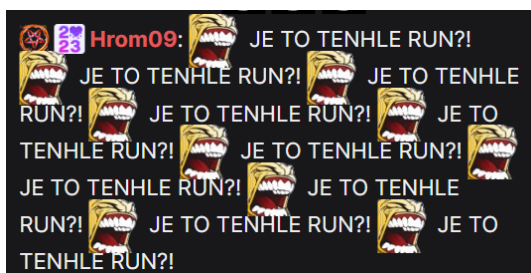
👑 NOVÝ PERSKÝ PRINC S ČEŠTINOU OD @squiee #UbiPartner #ad 👑 POTÉ  
FONEČKO #EpicPartner #ad 👑 TOP DONO BERE BALÍČEK A LÁHEV  
BRÁŠKOVICE 👑 (název vysílání z 15. 1. 2024)

---

<sup>43</sup> Změna scény může fungovat také jako prostředek vertikálního členění, zvláště změna scény na webkameru přes celou obrazovku pomáhá zdůrazňovat nejen to, co Fišar říká, ale také jeho mimiku a oční kontakt (viz kap. 7.4.).

Jako prostředek horizontálního členění svých názvů používá Fišar emotikony, které jsou takto užívány i ve zprávách v chatu (nezřídka na úkor interpunkce, která často chybí), a to zejména v copypastách (zpráva, kterou uživatel sám nenapsal, pouze ji odněkud zkopíroval a dál ji šíří; více k tomu v kap. 8.3.4.2.) a zprávách iterujících celé výpovědi (viz Obr. 8). Jistá forma horizontálního členění je zabudována již do vzhledu platformy: zpráva každého uživatele začíná na novém řádku a předchází ji přezdívka uživatele v barvě, kterou si sám zvolil, a předplatitelské odznaky, které vlastní.

**Obr. 8 – Emotikony jako prostředek horizontálního členění (C3: 16:34)**



Co se týče členění vertikálního, až na zmíněnou změnu scény (a potenciálně také ztišení či úplné vypnutí alertů) jsme u Fišara nezaznamenali žádné prostředky, které by vertikálnímu členění v mluvené komunikaci nesloužily běžně. Patří mezi ně krom očního kontaktu zejména parajazykové prostředky jako důraz, dobře volené pauzy a hlasitost.

V chatu mohou jako prostředky vertikálního členění fungovat velká písmena, iterace grafémů, emotikonů či celých výpovědí. Fišar a jeho moderátoři mohou také určitou zprávu „připnout“, takže zůstává v chatu stále nahoře (viz Obr. 1, na kterém lze vidět v chatu připnutý odkaz na darování příspěvku). Níže ještě popisujeme také zmínku, pomocí níž lze označit konkrétního uživatele, pro něhož bude zpráva, kterou sledující píše, zvýrazněná. Svým způsobem lze také brát jako formu vertikálního členění rozhodnutí diváka nenapsat svou zprávu do chatu, nýbrž ji připojit k finančnímu příspěvku.

### **8.3. Výrazové prostředky stylu**

Přemýšleli jsme, jak v našem výzkumu zohlednit skutečnost, že námi studovaný materiál lze rozdělit dle mluvčích a formy na dvě základní skupiny, konkrétně na mluvené vyjadřování Fišarovo a písemné vyjadřování sledujících v chatu. Ačkoli mají mnoho vyjadřovacích prostředků společných, rozdíl spojený mj. s odlišnými kódy komunikace a celkovou asymetrií rolí obou zmíněných stran nás nakonec vedly k tomu zvažovat tyto dvě strany odděleně. Při jejich analýze samozřejmě zohledňujeme fakt, že se nutně neustále vzájemně ovlivňují, prostor



jim však věnujeme zpravidla každé zvlášť (s výjimkou roviny lexikální a slovtvorné – viz kap. 8.3.3.).

Většina vyjadřovacích prostředků užívaných na Fišarově kanále je charakteristická pro prostědělovací styl. Základní varietu představuje obecná čeština, do níž však nejen na úrovni lexikální proniká vliv angličtiny, která je ostatně vlivem nejen videoher, které Fišar hraje, a videí, která sleduje, ve vysílání velmi přítomná. Vzhledem k tomu, že Fišara sleduje také mnoho diváků ze Slovenska, proniká skrze jejich zprávy do chatu, a nepřímo také do Fišarova projevu, když je čte nahlas, slovenština. Zatímco angličtina proniká do vyjadřování na Fišarově kanále poměrně bezpříznakově, slovenština působí vysoce příznakově, evokuje obecnější negativní stereotyp (zmíněný v kap. 7.4.1.), pro mnohé zní komicky (více k přejímkám z angličtiny i ze slovenštiny v kap. 8.3.3.1.).

Vyjadřovací prostředky Fišara i sledujících jsou stylově spíše nižší, často nesou emocionální příznak, což vysílání napomáhá udržet si autentický, pohodlně familiární nádech. Krom něj je však důležitou stránkou vysílání jeho zábavní funkce, schopnost rozesmát, které značně napomáhá (nejen) stylová inkongruence (viz kap. 2.3.). Ve vysílání tak občas zaznamenáváme také stylově inkongruentní prvky, které slouží zejména komickým účelům. Výrazným příkladem je tato zpráva, mj. archaismů a dialektismů využívající vtip, který jeden ze sledujících připojil ke svému příspěvku:

**00:09:22 Alert** Tvá prdel pozná středověk! /hlasem TTS/ Brachu, anžto mi to humoresku připomíná. Do putiky vejde chachar, /Fišar zastaví hru, soustředí se jen na alert/ namíří si to ke krčmáři a ševelí: (.) Šenkýři, vsadím se s tebou o tři sta grošů, že nalulám támsto do korbela a neukápne mi ani Franz Kapka. /Fišar se mírným hlasem rozesměje/ (transkript V1)

Podobně jako v publicistickém stylu však dochází k tomu, že se stylová inkongruence, resp. stylová aktivnost různých vyjádření jejich opakovaným užitím postupně vytrácí, což vytváří nutnost hledat vyjadřování nová, stále aktivní (např. výše zmíněný, lehce vulgární alert „Tvá prdel pozná středověk!“ se opakuje tak často, že je i pro novější diváky vysílání téměř bezpříznakový). Vzhledem k tomu může mít komunikace tendence k okazionalističnosti, přičemž by diachronní výzkum nejspíš ukázal také určitý efekt intenzifikace, resp. postupné posouvání prahu toho, co je považováno za dostatečně inkongruentní.

### 8.3.1. Rovina fonologická

#### 8.3.1.1. Vysílající (Fišar)

Za nejvýraznější se zvukovou stránkou jazyka související prostředek specifický pro vyjadřování Fišara jakožto vysílajícího považujeme užití stoupavé intonace na konci věty za účelem odlišení zpráv, které Fišar čte v chatu, aby na ně následně reagoval, od vlastních promluv. Umožňuje mu přidat nutný kontext, tj. specifikovat, která z velkého množství zpráv, jež se objevují v chatu, podnítila, co se právě chystá říct, a to způsobem, jenž zároveň vytváří jasný předěl mezi čtenou, cizí zprávou a Fišarovou vlastní výpovědí. V tomto smyslu může být tedy chápána i jako prostředek horizontálního členění.

Jinak se nám Fišarovo vyjadřování jeví jako dobrý příklad prostěsdělovacího stylu. Je plné běžných odchylek od ortoepické normy, mnohé fonémy jsou realizované s nesprávnou kvantitou, kvalitou, příp. jsou zcela elidovány. Opakovaně jsme zaznamenali rovněž přítomnost protetického „v“ (např. „vohledně“ – V6: 3:00, „vopravdu“ – V6: 5:24, „von“ – V1: 2:16). S nepřipraveností, spontánností komunikace a také skutečností, že je Fišar často zaměstnán hraním nějaké hry, resp. že je jeho pozornost rozdělena mezi více oblastí, souvisí také častější výskyt hezitačních zvuků a prodloužená produkce (zpravidla) vokálů, které Fišarovi dávají čas rozmyslet si, jak bude ve výpovědi pokračovat. Prodloužená produkce hlásek může být užitá také jako forma důrazu, tj. prostředek vertikálního členění, příp. je známkou emocionality. To samé lze říci i o zvýšení hlasitosti, které je navíc pro Fišarovu personu typické jako jeden z prostředků, jímž lze skrze záměrné přehrávání vlastního hněvu či jiného rozrušení navýšit komický potenciál nějaké situace – viz např. K1 zachycující moment poté, co Fišar v náročné hře špatně skočí a ztratí tím hodně dosavadního pokroku:

NEEE, TAM JE PÍSEK! ÁÁ, ÁÁ! KDO HO TAM DAAAL, DO PÍČEE? (K1: 0:00)

Fonologické prostředky jsou rovněž významné pro další důležitý aspekt Fišarova vysílání, kterým je (sebe)ironie, dočasné humorné autostylizace, napodobování a parodování (např. jiných vysílajících, sledujících – viz K9: 0:00), již zmíněné přehrávání, příp. předstírání určitých emocí. Změna hlasitosti, výšky, příp. částečně i barvy hlasu většinou slouží zábavnímu, komickému efektu. Zároveň fungují jako signalizace toho, že to, co Fišar říká, není myšleno vážně, nýbrž pouze jako vtip. Tato signalizace může však být v některých případech relativně subtilní, jednoznačně zřejmá pouze pro diváky, kteří Fišara sledují již delší dobu. Občas dokonce dochází vyložení k mísení hyperbolické, ironicky se jevící dikce s pravdivě se jevícími tvrzeními, které i dlouhodobým divákům ve výsledku ponechávají prostor k interpretaci (viz např. K16 0:05).

Pozornost jsme věnovali také Fišarově výslovnosti anglicismů. Úroveň Fišarovy anglické výslovnosti a obecně jeho znalost anglického jazyka je poměrně vysoká. Ve Fišarově výslovnosti se objevují správně užitě i prvky, které pro řadu českých mluvčích nejsou ani zdaleka samozřejmé, např. produkce šva ([ə]) v pozicích, kde v angličtině dochází k vokálové

redukci, či mezislovní spojování souhlásky s následující samohláskou namísto produkce rázu před počáteční samohláskou (tj. název videohry „Dead Island“ např. vyslovuje „[ded\_ajlænd]“ namísto do češtiny více adaptovaného „[ded ʔajlend]“ – V1: 7:52). K citátové výslovnosti se však jako většina českých mluvčích neuchyluje tak často jako k dalším adaptačním principům výslovnosti anglicismů, kterých navíc neužívá příliš konzistentně:

**00:01:42 Vojtěch Fišar** Za chvíli začíná [nonstop nut novembər]? (.) Konečně dobrá akce, do piče.

**00:01:50 Vojtěch Fišar** [robokopa: (.) robokopa:] dáme zejtra nebo někdy. Určitě ho chci zahrát, stejně jako [goustranera] dva. (transkript V1)

V rychlém sledu je zde vysloveno „Nonstop“ na základě fonologické aproximace, nebo grafické výslovnosti, „Nut“ dle grafické výslovnosti, „November“ dle fonologické aproximace, avšak se šva, „Ghostrunera“ také, přičemž je ale šva ([ə]) nahrazeno vokálem [e], „Robocopa“ je pak vysloveno částečně dle fonologické aproximace, částečně dle grafické výslovnosti (grafém „c“ se vyslovuje jako [k], první dva grafémy „o“ jsou nahrazeny vokálem [o], nikoli českým difongem [ou], až třetí je aproximován).<sup>44</sup> Tyto rozdíly ve výslovnosti se nezdají stylisticky motivované, i když je pravda, že grafická výslovnost „Nut“ (ostatně grafická výslovnost obecně) může nést pro mluvčí vyrůstající nejen vlivem internetu v užším kontaktu s anglickojazyčným prostředím komický příznak.

### 8.3.1.2. Chat

Co se týče mluvené komunikace, sledující jsou ve vysílání zastoupeni pouze nepřímo skrze alerty, resp. zprávy, které připojí ke svým jednorázovým příspěvkům či k pořízení si předplatného. Tyto zprávy ve vysílání „předčítá“ program na převod textu na řeč (text-to-speech, tzv. „TTS“), který však ještě dokonale nezvládá simulovat parajazykové prostředky, zejména intonaci, a neuvědomuje si např. nutnost měnit výslovnost u anglicismů a dělá rovněž další chyby („bros before hoes“ např. vyslovuje s chybějícím [s], a to v podstatě graficky jako [bros befo:r hou], i když by u tohoto známého frazému byla vhodnější citátová výslovnost, či alespoň fonologická aproximace – V1: 1:56). To dodává převodu textu na řeč určitý komický rozměr, který však rychle, jak si na něj diváci zvykají, přestává být pocíťovaný.

Samotný chat však již ze své podstaty zůstává psaný a chceme-li o něm přemýšlet na „fonologické“ rovině, můžeme si všimnout pouze způsobu, jakým uživatelé při psaní užívají grafémů.<sup>45</sup> Z tohoto pohledu nepozorujeme větší odchylky od psané elektronické komunikace prostřednělovacího stylu. Některé zprávy dokonce napodobují odchylky od ortoepické normy

<sup>44</sup> „a“ je vyslovováno dlouze kvůli Fišarově momentální hezitaci.

<sup>45</sup> Pro ukázkou následujících jevů viz také Obr. 11 níže, konec kap. 8.3.4.2.

typické pro mluvenou komunikaci, zaznamenali jsme zejména napodobování redukce kvantity vokálů.

Zřejmě vlivem lineárnosti psaní (viz kap. 5.1.) se pak ve zprávách sledujících vyskytují občasné chyby, překlipy, špatně umístěvané či zcela chybějící mezery a interpunkční znaménka. Ve zprávách často chybí také diakritika nebo velká písmena na začátku věty i u vlastních jmen. Jednotlivé grafémy, interpunkci i emotikony, kterými může být interpunkce někdy nahrazována, lze iterovat (opakovat) pro vyjádření vysoké emocionality či důrazu. Velice běžně je iterován např. lehce ironicky užívaný známý typografický emotikon „XD“, objevující se také jako „xD“ či „xd“ (v iterované podobě pak např. „xxxxxxxxxxxx“ – V1: 6:30 či V2: 2:20); míru jeho iterace lze chápat jako úměrnou k intenzitě smíchu sledujícího.

Iterace a zejména velká písmena pak plní ještě jednu funkci, již blíže spjatou s živým vysíláním. Staré zprávy se na Twitchi v chatu automaticky pohybují směrem vzhůru s tím, jak pod nimi přibývají zprávy nové. Vzhledem k Fišarově vysoké sledovanosti se chat jeho kanálu pohybuje často velmi rychle, což na sledující, kteří vstupují do chatu, vytváří tlak, aby svou zprávu učinili na první pohled co nejvíce viditelnou, aby si ji vůbec Fišar a ostatní sledující přečetli. Toho se snaží docílit zmíněnou iterací a využitím velkých písmen; text své zprávy často navíc nakopírují několikrát za sebou, aby výsledná zpráva vizuálně zabírala více prostoru (viz Obr. 8 výše, kap. 8.2.2.), čímž však přirozeně ještě dále zvýší rychlost pohybu chatu.

### **8.3.2. Rovina morfologická**

#### **8.3.2.1. Vysílající (Fišar)**

Rovněž rovinu morfologickou lze z velké části popsat jako příklad prostěsdělovacího stylu. Ve většině případů pozorujeme nespisovné koncovky typické pro obecnou češtinu. Koncovky spisovné jsou spíše příznakové a vnímali jsme je často s lehkým nádechem ironie (např. „Neuvěřitelné. Ne-u-vě-ři-tel-né.“ – V1: 0:24), příp. užití pro jejich stylově inkongruentní příznak za komickým účelem (např. „Jsem stejnou mírou vzrušen, jako jsem vyděšen.“ – K16: 0:00), nicméně jsou i chvíle, kdy jsou zřejmě užívány upřímně, přirozeně (V6: 1:55).

Úžeji se situací živého vysílání pak souvisejí prostředky spojené s aktivizací sledujících. Řadíme mezi ně tykání, obecně využití druhé slovesné osoby jednotného i množného čísla, imperativu a inkluzivního plurálu. Bývají užity zároveň s vokativem, resp. s oslovením a/nebo poděkováním za příspěvek či předplatné. Fišar velice často používá i ve vokativu nominativní koncovku, nejtypičtěji u obecného oslovení „chat“ (namísto „chate“), ale také u přezdívek jednotlivých sledujících, které jsou nezřídka v angličtině, příp. obsahují různé znaky a číslice,

keré by tvorbu vokativu s příslušnou koncovkou komplikovaly. Vokativ nacházíme také u oslovení „kámo“, které se příležitostně objevuje i jako exklamace, kdy má až citoslovečnou povahu:

**00:05:08 Vojtěch Fišar** Já myslel, že to musí bejt vidět právě. Já měl eště ten prsten vlastně, ty vole. Já měl dva metalický, do píči. Vono to vzalo ten prsten se safírem. (...) KÁÁMO! Lidi blejskaj a my stojíme spolu ve stínu. (transkript V3)

Z hlediska slovních druhů jsme vzhledem k vysokému podílu, který má na Fišarových výpovědích jejich pragmatická složka, zaznamenali hojný výskyt částic a občas také citoslovcí. Z částic Fišar obzvláště často používá „normálně“, „reálně“ a „doslova“; z citoslovcí je pro Fišara velmi typické interakční „hej“, dále běžná interakční citoslovce „hele“, „jo“ a „ne“. Ta mohou být užita i jako citoslovce stavová, obvykle produkovaná hlasitěji a s prodlouženým vokálem v návaznosti na nějaký úspěch či neúspěch ve hře (viz např. K1: 00, citovaný již výše). Vysokou situační i kontextuální zakotveností, stejně jako mnohostí sémiotických modů a obecně kanálů, jimiž k vysílajícímu (a ostatně také ke sledujícím) proudí informace, si pak vysvětlujeme častý výskyt zájmen osobních, přivlastňovacích a zvláště ukazovacích, stejně jako zájmených příslovcí. Osobní zájmena často sloužila vyjádření slovesné osoby i tam, kde ji obvykle vyjadřuje pomocné sloveso (typ „Já myslel- já myslel, že...“ – V6: 3:26).

Vzhledem k tomu, že byly anglicismy, na které jsme narazili, morfologicky adaptovány způsobem, který se nám nezdál výrazněji stylisticky motivovaný a který byl zcela ve shodě s poznatky Schönbauerové (2017: 80), jež se vztahují k příbuzné oblasti komunikace a jež jsme už probrali v teoretické části (kap. 5.6.2.), nepovažovali jsme za nutné věnovat se jim zde znovu. Doplníme však, že bývají, pravděpodobně pro své inkongruentní, humorné vyznění, užívány kalky některých anglických přičestí minulých. Poměrně často se objevuje např. spíše ironické „(epicky) potroleno“ (viz např. název K2 „Potroleno Michalem | Agraelus“, kde by bylo mnohem přirozenější „Michal potrolil“, či zpráva v chatu „Viktor Sheen epicky potroleno“ – V3: 5:45). Rovněž se objevuje, s minimálními stylovými rozdíly, česko-anglická variantnost v rámci vyjadřování plurálu (užívá se např. „subové/suby“ i „subs“, „modi“ i „mods“, „dona“ i „donos“).

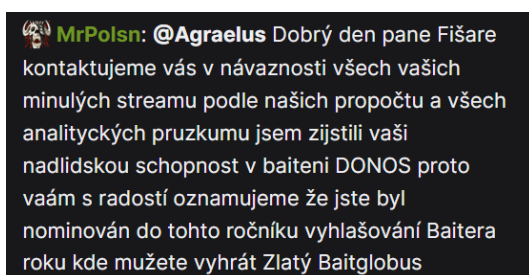
### 8.3.2.2. Chat



Zprávy sledujících jsou z morfologického hlediska v průměru o něco spisovnější, pozastavit bychom se však chtěli hlavně nad prostředky, kterými sledující „aktivizují“ Fišara. Stejně jako Fišar usiluje o zapojení svého publika do vysílání, snaží se i jeho diváci skrze své zprávy

navázat kontakt s ním. U každé zprávy se navíc navzdory mnohdy velkému množství přispěvatelů do chatu předpokládá, že je mířena primárně, ne-li výhradně na něho. Sledující Fišarovi také tykají, také se na něj přímo obracejí pomocí druhé osoby, využívají modální slovesa („muset“, „mít“) a zejména imperativ, aby mu řekli, jak by měl dál postupovat ve hře, jaký obsah by (ne)měl dále vysílat atp. Pokud se objevuje vykání, trpný rod a další příznakové prostředky, jde většinou o pokusem o komiku motivovanou stylizaci (viz Obr. 9).

### Obr. 9 – Vykání jako stylizace

(z vysílání 5. 3. 2024 ve 23:28)



Pokud sledující mluví o vysílajícím ve třetí osobě, je to příznakové. Třetí osoba naznačuje, že zpráva není určená jemu, ale ostatním sledujícím, avšak přirozeně s vědomím, že Fišar zprávu vidí; sledující tak většinou činí, když ho nějak kritizují, dělají si z něj legraci a/nebo ho provokují (např. poté, co do něj ve hře uhodil blesk, protože včas neodhodil přenosnou pokladnu: „ nechtěl se vzdát zlata“ – V3: 5:52; v tomto případě plní samozřejmě posměšnou funkci i na etnickém stereotypu založený emotikon „/agrZID“).


#### 8.3.3. Rovina lexikální a slovtvorná

U slovní zásoby a slovtvorné stránky komunikace nepozorujeme významnější rozdíl mezi vyjadřováním Fišara a jeho sledujících, proto v této kapitole nezohledňujeme předchozí dělení na vysílajícího a chat.

Z obecného hlediska se slovní zásoba užívaná na Fišarově kanále podobá té, jež je typická pro prostěsdělovací styl. Rovněž se v ní mísí výrazy různých variet, příznaků a měř akceptability, nacházíme v ní např. mnoho přejímek (viz kap. 8.3.3.1.) a výrazů z obecné češtiny („chlstat“ – V9: 3:32, „zbourat se“ – V9: 7:17, „sranda“ – V8: 6:59), stejně jako četné sociolektismy. Mnoho výrazů spojuje emocionalita a expresivita (např. „blázen“ – V3: 11:02, „magor“ – V3: 11:35), k emocionalitě a expresivitě viz ještě níže). Vzhledem k částečně verbální povaze, které na Twitchi nabývají, můžeme teoreticky do této roviny řadit také emotikony (viz kap. 7.4.1.).

Sociolektismy pocházejí z několika různých, avšak navzájem souvisejících a značně se prolínajících sociálních skupin. Evidujeme sociolektismy z mluvy mladých lidí (např. „(ultra)týpeček“, tj. frajer, borec – K6: 0:11, „fr“, tj. „for real“, doopravdy, skutečně – V7: 1:53), mluvy hráčů počítačových her (např. „stamina“, tj. výdrž – K6: 0:14, „HP“, tj. „health points“, jednotky zdraví, životy – K6: 0:15) a sociolektismy spojené s platformou Twitch (např. „dono“, tj. finanční dar, příspěvek – V7: 1:16, „perma“, tj. trvalé zablokování – V1: 6:29), potažmo úžeji s Fišarem a jeho kanálem (např. „Bráškovice“, tj. Fišarova na zakázku vyrobená hruškovice, prodávaná jako jeho merchandise – V5: 1:33, „cinkačka“, tj. inkasování peněz, příp. něco, na čem lze peníze vydělat – V3: 1:37). Tyto sociolektismy (resp. sociolektismy obecně – Hubáček a Krčmová 2017) jsou užívány jednak proto, že mnohé z nich pojmenovávají mimojazykové skutečnosti specifické pro daná prostředí, případně jako vyjádření a stvrzení příslušnosti k daným sociální skupinám, stejně jako vyjádření jedinečnosti těchto skupin. Jejich poměrně četný výskyt způsobuje, že může být komunikace na Fišarově kanále pro ty, kteří zmíněných skupin součástí nejsou, poměrně těžko srozumitelná.

Mnohé, ne-li většinu těchto výrazů můžeme zároveň popsat jako neologismy a okazionalismy. Jsou značně stylově aktivní, jejich užívání je motivované také jejich zvýšenou expresivitou a emocionalitou, která se projevuje i na stavbě slov (viz kap. 8.3.3.2.) a dobře se hodí ke komickým a ironickým účelům. K nim bývají využívány rovněž lexikální jednotky typické pro jiné funkční styly, právě pro komický příznak plynoucí z inkongruence výrazů a kontextu, v jakém jsou užity (zaznamenali jsme např. latinský termín „koitus“ – V1: 3:55,<sup>46</sup> publicismus „sexuální predátor“ – V3: 1:10).

Velký význam mají pro Fišarův kanál výrazy s negativními konotacemi, tj. pejorativa a zejména vulgarismy. Ty mohou fungovat jako významově vyprázdněné vycpávky (viz kap. 8.3.4.1.), exklamace spojené s negativními zážitky ve hře (K1: 0:00) a více či méně vážně míněné urážky, které mohou mít na Fišara i na diváky aktivizující účinek (např. „ hraj ty sračko, mluvit mueš se svým zrcadlem v koupelne“ – K4: 0:38). Jsou poměrně úzce spjaté s Fišarovou personou baviče, stejně jako s jeho vznětlivou povahou; jeho silné vyjadřování bylo jednou z věcí, kterými se, když před téměř dvanácti lety začínal tvořit na YouTube, proslavil. Vulgarismy a zhrubělé a tabuové vyjadřování obecně proto nutně nemají na Fišarově kanále tak silný příznak, jako v jiných oblastech komunikace. Stále nicméně mohou někdy působit nadbytečně, rušivě:

---

<sup>46</sup> Potenciálně by se mohlo jednat také o intertextuální prvek, odkaz na seriál *Teorie velkého třesku* (2007).

**00:11:34 Vojtěch Fišar** To je totální magor. (.) To je \*totální\* magor. Já- já mu vykourím péro. /Bairich a Oravec také žasnou nad tím, že Mikeš nezemřel/ Já se poseru, ty vole! (.) Co tiii \*jebe?\*

 (transkript V3)

### 8.3.3.1. Přejímky

Velkou část slovní zásoby užívané na Fišarově kanále tvoří do různé míry adaptované přejímky, a to primárně anglicismy a spíše příležitostně slovakismy. Anglicismy jsou užívány většinou téměř bezpříznakově, jsou ostatně, jak se ukázalo napříč kapitolami v teoretické části, typické pro širší okruh influencerů a internetových osobností/bavičů na YouTube, prostor sociálních sítí a internetu, resp. elektronickou komunikaci obecně, stejně jako pro běžnou každodenní komunikaci nejen mladých lidí. Není tedy překvapivé, že jsou hojně užívány i na Fišarově kanále, zvláště vzhledem k tomu, jak velkou roli na něm hraje hraní videoher, taktéž úzce spojené s užíváním anglicismů, a to i ve chvíli, kdy existují významově plnohodnotné české ekvivalenty (viz kap. 5.6.2.).

Tuto tendenci jsme zaznamenali mj. v souvislosti s již zmiňovaným názvoslovím platformy, které se navzdory tomu, že je celá platforma přeložena do češtiny, reálně užívá snad výhradně v (adaptované) anglické podobě, pravděpodobně protože většina Fišarova publika angličtinu dostatečně ovládá a z důvodů souvisejících s jazykovou ekonomikou: polysémií zkratka „sub“ (místo „předplatitel/předplatně“ – např. K5: 0:05), zkratka „dono“ (místo „příspěvek“ – např. V7: 1:16), „stream“ (místo „vysílání“ – např. V7: 1:17). Využití anglicismů často motivuje názvosloví, které zavádí nějaká hra, u níž by překládání slov do češtiny znamenalo zbytečné ztížení komunikace (např. „spring trapy“ – V3: 0:01). Anglicismy však nacházíme poměrně frekventovaně i v případech, kdy nahrazují velice běžná česká slova (např. užití „clever“ místo „chytré“ – V1: 0:53, „funny“ místo „vtipný“ – V3: 8:36). Skutečnost, že je v tolika případech pro mluvčí v jejich aktivní slovní zásobě více „po ruce“ anglické slovo než jeho český ekvivalent, zřejmě svědčí o míře, do které je v jazykové krajině Fišara a jeho sledujících často zastoupena angličtina na úkor češtiny.

Jsou však i anglicismy, které jistý, často komický příznak nesou a působí stylově aktivněji. Jde zejména o ty, které jsou výsledkem kalkování, jímž nezdědka vznikají neosémantismy (např. „ztratit to“ – z anglického „to lose it“, tj. ztratit trpělivost, rozčítit se, příp. se zbláznit – K2: 0:49, „vařit“ – původně z anglického „Let him/her cook!“, samotné ve významu „něco podnikat“, „něco udělat“ – např. „Co (to) zas vařila?“ – V8: 1:23). Kalkování se týká i mnohých anglických frází, které jsou obvykle přeložené očividně nedokonale, zřejmě aby zůstalo jasné,




z čeho jsou přeložené, a tedy na co odkazují (např. „To je dohoda.“ – z anglického „It’s a deal.“ – V3: 2:01, také „Nechte ji vařit!“ z již zmíněného „Let her cook!“ – V8: 4:31).

Slovakismy jsou pak užívány primárně ironicky pro svůj inkongruentní, pro generace vyrůstající již s minimálním kontaktem se slovenštinou rovněž komický příznak. Častěji byly využívány v poslední čtvrtině roku 2022, kdy Fišar na streamu znovu prošel celou hru *Far Cry* (2004), specificky pro komický potenciál její verze se slovenským dabingem.<sup>47</sup> Od té doby je však užívání slovakismů spíše na ústupu, v našem vzorku jsme mimo výpovědi sledujících ze Slovenska zaznamenali ze slovakismů pouze částečně adaptované „(ne)trapošit se“ (V6: 5:04 a 5:11) a poté zdvojení českého „odcházet“ jedním z možných překladů:



Chat, odcházim. \*Idem přeč.\* (V3: 20:26)

### 8.3.3.2. Rovina slovotvorná

Také ve slovotvorné rovině můžeme sledovat značnou expresivitu a emocionalitu. Ty pozorujeme už na úrovni slovotvorných afixů, ať už jde o příznakové sufixy (-ák – „celovečerák“ – V3: 11:15, -ka – „točka“ – V8: 2:38, -oš – „Paynoš“),<sup>48</sup> intenzifikující prefixy (ultra- – „ultratýpeček“ – K6: 0:11, omega- – emotikon „/OMEGALUL“) či některé postfixy (-ka – „hnedka“ – V6: 0:12, -ko – „ted’ko“ – V1: 2:20).

Všímat si můžeme také velkého množství deminutiv, tvořených také z přejatých základů („pivečko“ – V9: 8:32, „DLCíčko“ – myšleno „DLC“, rozšíření do hry – V1: 7:57, „primeíček“<sup>49</sup> – deminutivum od „Prime“, myšleno „Prime sub“, předplatné Prime – V1: 3:03), univerbizátů („Fügnerka“ – Fügnerova ulice – V1: 8:49, výše zmíněný „celovečerák“ – V3: 11:15) a zkratk, často přejatých („sub“ – předplatitel/předplatné – K5: 0:05, „mod“ – moderátor – V1: 6:25, „dono“ – finanční dar, příspěvek – V7: 1:16). Užití deminutiv motivuje pravděpodobně také jejich expresivita a emocionalita, univerbizáty a zkratky poté snaha o jazykovou ekonomii. Narazili jsme však rovněž na zajímavý jev, kdy byly obvykle čistě grafické zkratky vyslovovány v souladu se svou grafickou stránkou, konkrétně u vulgárního, ve výsledku částečně eufemizovaného „kkt“ ([kəkət], V1: 6:27) a přitakávacího „jn“ ([jənə], V9: 9:28), zřejmě vlivem toho, jak často je takto vidí Fišar napsané v chatu, a pro lehce komický příznak takové výslovnosti. Výše jsme již zmínili procesy přejímání a kalkování.

<sup>47</sup> Sestřih z tohoto průchodu hrou, který lépe ilustruje, jak Fišar a jeho diváci vnímají slovenštinu, je dostupný z: <https://www.youtube.com/watch?v=6bPp0Wjzogs>.

<sup>48</sup> Z názvu vysílání citovaného již výše – „ FINÁLE MAXE PAYNOŠE  (...).“

<sup>49</sup> Lexém považujeme za apelativizované proprium, zapisujeme ho proto s malým písmenem. Zároveň ze základového slova zachováváme grafém „e“, aby zůstala zřejmá motivace a výslovnost jeho derivátu.

### 8.3.4. Rovina syntaktická

#### 8.3.4.1. Vysílající (Fišar)

Fišarova syntax je asi nejvýrazněji ovlivněna nepřipraveností, spontánností a mluveností komunikace, s níž souvisí také linearita produkce Fišarových promluv, které jsou vzhledem k těmto faktorům ze syntaktického hlediska značně nedokonalé. Pozorujeme velké množství tzv. špatných startů, nedokončených výpovědí, odchylek od běžného slovosledu, rektifikací, parcelací a anakolutů; výpovědi bývají značně redundantní, často obsahují opakování, hezitační zvuky a mnoho vycpávkových slov (zvláště „teda“, „jako“ a „jakoby“, často také ve formě různých vulgarismů):

**00:03:43 Melichar Oravec** Počkej, ale oni- počkat, da- dali ti vědět.

**00:03:45 Vojtěch Fišar** No, nedali mi vědět. Já sem reálně koukal na ese- Já sem se díval na esemesky, díval sem se na Messengeru, vole, vy máte- kámo, v té skupině nic nebylo. V tom ten \*brief.\*

**00:03:54 Melichar Oravec** Dobré, tak si- Tak si to vyříd' z Metlou, není můj problém, není- Tvůj manažer.

**00:03:59 Vojtěch Fišar** No, já si to s nim vyřídím hnedka, ale já teda jako nechápu, proč to teda jako promuješ beze mě? Já myslel, že- Tak- Oukej, hele, dyž teď víš, že očividně tam teda jako nejsem, jo, když teda očividně teda jako nějakým způsobem sem byl vyříznutej, tak, do prdele, buď trošku kamarád, buď kamarád a p- počkej do zejtra, než to probereme (.) na nějakým callu. (transkript V6)

Mírná redundance může nastat i ve chvíli, kdy Fišar komentuje věci, které by byly i bez jeho komentáře zřejmé, tj. vlastně jen zdvojuje informace, které jsou již v tu chvíli či vzápětí vyjádřeny jiným kódem. Motivací k tomu je pravděpodobně snaha vyplnit, co by jinak bylo tichem, alespoň nějakým obsahem:

**00:03:53 Vojtěch Fišar** Ee, dva šest sedum (.) sedum jednaa. (čte kód, který poté musí zadat do dveří, transkript V2)

**00:04:06 Vojtěch Fišar** Checknu koupelnu (.) pro jistotuu. (vzápětí zkontroluje koupelnu, transkript V2)

Pudu eště na chvilku do postele. (současně s tím, jak přistupuje k posteli a zalézá pod ní, V2: 23:33)

Ve vlastně dialogických situacích, kdy Fišar interaguje s někým dalším přímo, v rámci oboustranně mluvené komunikace, si lze všimnout mnohých jevů spojených s procesualností komunikace (viz kap. 1.3.). Konkrétně dochází velice často k překryvům replik, mluvčí musí nezdědka bojovat o slovo, což může být u elektronické, zprostředkované komunikace přes online hovor ještě o něco náročnější než u komunikace tváří v tvář. To je ještě dále umocněno skutečností, že se vysílající pro pobavení diváků často navzájem ironizují a urážejí, a nejsou proto vždy ochotni si slovo předat, dokud nedomluví, příp. si schválně skáčou do řeči, když je napadne nějaký vtíp:

**00:04:47 Vojtěch Fišar** Mám peně- ale, ty vole, přece- ale to je jedno přece, dyž je dovolená spolupráce- když je domluvená spolu-

**00:04:53 Melichar Oravec** Ty máš GreekGod syndrom, jo? Prostě kdyby si možná zas přibrál, tak bys si byl zase více funny třebaš nebo nevím, jo? Stejně jak s GreekGodem, tak třebaš jako už, jako už nejsi tak žhavé zboží, nemají o tebe zájem aa (.) (hlavně je mu sedmadvacet už, chápeš, je mu sedmadvacet-)

**00:05:04 Vojtěch Fišar** (Dobré, dobré. Ted' už se trapo- ted' už se trapošíš, ted' už se trapošíš.) Ted' už se prapo- ted' se trapošíš. (transkript V6)

Mnohé z výše zmíněných jevů budou jistě souviset také se zvýšenou emocionalitou mnohých sdělení. Jejím vlivem se setkáváme s hojnými, nezdědka přehrávanými (viz kap. 8.3.1.1.) exklamacemi. Jejich příklady jsme již, byť v částečně jiných souvislostech (hlasitost a vokativ), uvedli ve fonologické a morfologické části. Přidáme však ještě jeden, který nás zaujal svou expresivitou a kreativitou, následuje Fišarovo uvědomění si nešťastné situace ve hře, kterou se již dlouho neúspěšně snažil dohrát:

**00:02:22 Vojtěch Fišar** To \*neni\* možný, ono se to \*odpojilo,\* \*i když\* mě zdržel ten Lucas na tý střeše a bylo to- ono se to odpojilo, zatímco já jel dolu. \*Bratromile!\* (transkript V2)

Větná stavba je obecně spíše jednodušší, pokud jsou tvořena podřadná souvětí, nebývají nijak komplexní. Zejména hraje-li Fišar nějakou hru, na kterou se hodně soustředí, vztahuje se jeho komentář primárně k ní a jeho výpovědi bývají (pokud vědomě neusiluje o opak – viz redundance výše) velmi implicitní, silně situačně zakotvené, nezdědka obsahují elipsy nebo nabývají formy větných ekvivalentů, takže bez potřebného kontextu nejsou příliš srozumitelné:

**00:05:08 Vojtěch Fišar** Kufříík. Ty jo, tady sou dva. Tady je access point (.) i kufříík.

**00:05:14 Vojtěch Fišar** Kuffřík je high value, tenle ocelovej.

**00:05:18 Vojtěch Fišar** Access point je access point.

**00:05:22 Vojtěch Fišar** Double na jedný obrazovce, no.

**00:05:36 Vojtěch Fišar** Taak, high value a jedem. (transkript V2)

Mnohých syntaktických prostředků užívá Fišar v souvislosti s aktivizací publika a/nebo ekonomickým rozměrem komunikace. Za naprosto stěžejní lze z tohoto pohledu považovat čtení zpráv z chatu a bezprostřední reakce na ně. Fišar takto vytváří nutný základ pro dialogičnost vysílání, jasně signalizuje, že zprávy čte a je jimi ovlivněn, ale rovněž na ně má prostor odpovědět způsobem, který v komunikačních situacích řečnického stylu obvykle není možný, jelikož publikum nemůže, na rozdíl od sledujících v chatu, promlouvat neustále a v plném rozsahu, aniž by porušilo komunikační normy.

Mezi další aktivizující prvky patří již v kap. 8.3.2.1. zmíněná oslovení (všeobecné „chat“ a „boys“, pro jedince určené „kámo“, lichotivé „šéfe“ nebo naopak mírně povýšené „bráško“ a oslovení konkrétních uživatelů jejich přezdívkami), jež často následují poděkování (typicky za příspěvek nebo za předplatné). Aby Fišar nemusel každých několik vteřin někomu děkovat, vždy nějakou dobu počká a pak poděkuje více lidem najednou.<sup>50</sup> Poděkování jsou vysoce stereotypní, většinou je lze popsat pomocí vzorce „oslovení přezdívkou – díky/děkuju za – darovaná částka/počet měsíců, po které už si divák kanál předplácí, příp. typ předplatného“:

**00:03:03 Vojtěch Fišar** 10qsomuch, díky za sedmnáct. Kubíku, díky za třicet čtyry. [deprest vajfu], díky za primeička. Lomdo, díky za patnáct korun. (transkript V1)

K aktivizaci sledujících využívá také otázky a direktivy. Těmi může směřovat „pouze“ k většímu zapojení publika do událostí vysílání, v takových případech můžeme nacházet paralelu k obdobným prostředkům typickým pro řečnický styl, konkrétně k výzvám typu „*At se přihlásí všichni ti, kteří...*“ (viz kap. 3.1.):

**00:08:20 Vojtěch Fišar** Chaat, kdo říká- kdo si myslí, že bysme měli zůstat eště na tajdlectý mapě a dát další run do mansionu, smiley face do chatu. (transkript V3; ve smyslu „napište smajlík do chatu“)

---

<sup>50</sup> Vzhledem k jeho sledovanosti, resp. počtu přispívajících a předplatitelů však zůstávají mnohé nižší příspěvky a předplatná bez poděkování. V takovém případě funguje jako jediná odezva automatizovaný alert. Naopak pošle-li někdo abnormálně vysokou částku, může poděkování a ocenění přispěvatele (viz dále) trvat i několik minut (viz celé V7).

Dalším prvkem, který nacházíme rovněž v řečnickém stylu, jsou ocenění publika a pochvaly, směřované zejména na přispěvatele a předplatitele, do nichž je Fišar schopný „ukrýt“ další propagaci: „Velamo, díky za suba. /s přehrávaným úžasem/ On hodil nového suba rovnou na PŮL ROKU, aby měl lepší BADGE? To je \*frajer,\* to je ultratýpeček.“ (K6: 0:06). Jelikož je Fišar jako vysílající také v roli moderátora, nezřídka však rovněž ty, jejichž zprávy považuje za nějak nevhodné, obtěžující či rozčilující, naopak antagonizuje, ironizuje, uráží, příp. blokuje, a to nezřídka se vtipem: „Hele, musíme to vybalancovat. /pozastaví hru/ Musíme to vybalancovat, někdo dostane modaa. (..) Někdy otravný kkt jako Akymus dostane permu. (.) Ať prostě- ten jin-jang musí bejt. Potřebuješ bílou, potřebuješ černou.“ (V1: 6:22, myšleno „permaban“, tj. trvalé zablokování).<sup>51</sup> V některých případech je Fišar upřímně rozčilený tolika různými zprávami, resp. sledujícími, že se rozhodne moderovat celý chat, přičemž na něj někdy reaguje antagonisticky způsobem, který i v kontextu celého vysílání stále působí poněkud hrubě: „Chováte se jako prasata, chat. Ste v emote-only modeu, ať se můžu soustředit na video. Píšete stejně sračky, běžte si s tím, kurva, na Discord. Nikoho to, do píči, nezajímá. Fakt ne.“ (K7: 0:30, v módu „emote-only“ je možné posílat do chatu pouze emotikony).

Otázkami a direktivami však také více či méně přímo vyzývá sledující, aby mu darovali nějakou částku nebo si pořídili předplatné. Jak jsme zmiňovali výše (kap. 7.3.2.), Fišar tak provádí s určitou ironií, se záměrně hyperbolickou dikcí, která podobné komerční jednání někdy dokonce přímo paroduje:

Mrfell, díky za nového primeička. Chat, víte, že seriál Fallout, kterej teďko dostal pořádněj trailer třímínutovej, (.) /změní scénu, ukáže nápoj, který se shodou okolností jmenuje "PRIME"/ vychází v dubnu (.) na \*Prime\* a můžete ho sledovat za sedmdesát devět korun měsíčně i se všema dalšíma filmama a zároveň můžete mít suba i tady? (K3: 0:36)

/rádoby nenápadným hlasem/ Chat, všimli ste si, jak \*neuvěřitelně,\* (.) jak \*neuvěřitelně\* (..) dostupný a user-friendly je nový umístění top dono tlačítka na vrchu (.) chatovací místnosti? /otevře stránku, skrze niž lze poslat příspěvek/ Neni to super? Ty vole, to je banger. (.) Normálně, i když ste na mobilu, (.) i když ste na tabletu- (.) To je supr, nee, chat? (K4: 0:07)

---

<sup>51</sup> Na první pohled podobně antagonistická dynamika panuje i mezi Fišarem a jeho moderátory (K10: 0:00) a některými dalšími vysílajícími (zejména Melicharem „FlygunCZ“ Oravcem – V6: 4:47). Tyto vztahy však bývají o poznání více symetrické a jde spíše o hravé provokace, činěné mj. s vědomím, že jsou zábavné pro diváky.

Tato pseudoironie jeho jednání v očích diváků částečně „omlouvá“, činí ho přijatelným a také pro ně vytváří příležitost lehce „prohlédnout“ podobné výzvy (byť nejsou ve skutečnosti skrývány) jako manipulativní „baitění donos a subů“ (z angl. „to bait“ – navnadit) a vymezit se proti nim (typicky např. pomocí záměrně ekonomického a rozhodně prostořekého „nn“, emotikonu, který zobrazuje zacpávání si uší, emotikonu, který naznačuje, že Fišar blábolí, atp. – K4: 0:33). Fišarovi však stačí, aby se „chytilo“ jen malé procento diváků. Například v K5 (0:00) se Fišarovi podaří přimět jednoho ze svých sledujících, aby daroval jiné sledující předplatné, tím, že přečte jednu zprávu z chatu a přidá mírnou provokaci. Nakonec explicitně navrhně, aby někdo dané sledující předplatné daroval, avšak oznámení o tom, že tak někdo skutečně učinil, přichází tak rychle, že je zřejmé, že samotné vnuknutí myšlenky a následná provokace byla pro sledujícího dostatečným podnětem.

Ironii Fišar užívá velmi často, primárně za komickým účelem, stejně jako parodii (obě hojně užívány např. ve V9: 4:49 a dále, viz také kapitola o fonologických prostředcích). Humoru pak hojně slouží také rozvitá přirovnání a metafory, často silně intertextuální,<sup>52</sup> např. v reakci na TikTok Aleny Schillerové, v němž se její hlava objeví v chodníku:

Kámo, ona tam čeká jak ten Pennywise! Ona prostě: /hlasem napodobuje postavu klauna Pennywise/ "Máš rád schodek v rozpočtu, \*Georgie?\*" Já tady mám jeden schodek v rozpočtu!" /napodobuje klaunův zlověstný smích/ (V8: 5:40)

Na syntaktické rovině pak rovněž nacházíme anglicismy (např. užívání substantivních frází jako přívlastků v prepozici – „deset procent cut“ místo „desetiprocentní cut“, tj. desetiprocentní podíl – V1: 4:01), opět je však nepovažujeme za stylisticky výrazněji motivované.

#### **8.3.4.2. Chat**


Větná skladba zpráv v chatu bývá jednoduchá až fragmentární. Jednotlivé zprávy jsou převážně krátké, a ačkoli se samozřejmě v závislosti na atmosféře a energii vysílání, aktuální sledovanosti, povaze vysílaného obsahu atp. objevují i celé věty a souvětí, velkou část zpráv tvoří větné ekvivalenty sestávající z pouhých pár slov, velice často z jediného emotikonu. I přes svou převažující konceptuální mluvenost jsou zprávy sledujících odlišné od těch Fišarových.

---

<sup>52</sup> Intertextualita obecně prostupuje většinu komunikace na Fišarově kanále, zřejmým způsobem se projevuje během reakcí a hraní videoher, spočívá však také v četných popkulturních odkazech, odkazech na předchozí události Fišarova vlastního vysílání, na události o osobnosti internetové, virální kultury a mnohé další. V této práci již nemáme prostor věnovat se projevům intertextuality blíže, nicméně se rozhodně jedná o problematiku, která by si bližší prozkoumání zasloužila.

Obvykle v nich nenacházíme jevy úžeji spojené s mediální mluveností jako (nezáměrně) nedokončené výpovědi, okamžité rektifikace, hezitačně motivované vycpávky atp.

Již z principu pak nemůžeme zaznamenat žádné překryvy replik, boj o slovo nabývá novou podobu. Jelikož se slova dostává každému, kdo nebyl moderátorem zablokovaný, bojují sledující hlavně o Fišarovu pozornost, snaží se z něj dostat určitou reakci. Tato reakce může v závislosti na komunikačním cíli sledujícího vypadat různě a odvíjí se od ní pak přirozeně i prostředky, které k jeho naplnění využívá.

Sledující do chatu posílají mnohé rady, jak postupovat v právě hrané hře, pobídky, čemu by se měl Fišar v rámci vysílání začít/přestat věnovat, otázky, resp. prosby o uvedení do situace (u „právě příchozích“), čistě kontaktní pozdravy a loučení (při zahájení/před ukončením sledování) a pokusy pobavit Fišara i ostatní sledující, jež podobně jako Fišarův humor staví na ironii, nadsázce a urážkách. Přitom využívají oslovení, příp. zmínky;<sup>53</sup> pokud uživatelům nevadí, že riskují zablokování, příp. pokud to v daném kontextu považují za přijatelné, můžou zkusit získat Fišarovu pozornost tím, že využijí jeho vznětlivé povahy a zahrnou ve své zprávě nějakou urážku či provokaci (viz např. již výše citovaná zpráva z K4: 0:38 – „ hraj ty sračko, mluvit mueš se svým zrcadlem v koupelne“).

Cílem sledujících však asi nejčastěji bývá stát se Fišarovi odezvou, resp. vyjádřit svou reakci na to, co se právě ve vysílání stalo (např. ocenit Fišarův vtip, zasmát se jeho neúspěchu ve hře, odmítnout jeho pobídku k příspěví či předplacení... – viz Obr. 11 níže, kde lidé reagují na velký příspěvek, který jeden ze sledujících poslal), k čemuž většinou užívají exklamace, typicky vyjádřené kontextuálně relevantními emotikony. Často se přitom přizpůsobí tomu, co píšou ostatní, což může přerůst až v tzv. „spam“, který však není chápán inherentně negativně, jak je to v elektronické komunikaci běžné, naopak je součástí kultury kanálu (a Twitche obecně). Lze jej považovat za projev určitého komunitního, davového efektu, kdy drtivá většina, ne-li všichni sledující, kteří přispívají do chatu, začnou posílat tu samou zprávu (viz např. K8: 0:00, kde se tato situace opakuje postupně dvakrát, nejdříve s emotikonem a poté s copypastou – viz níže).

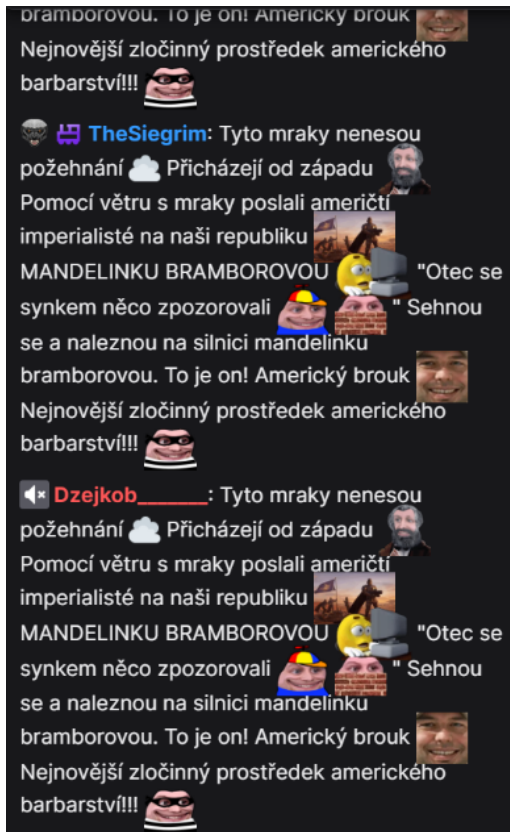
To nás přivádí k jevu tzv. cypypast (z „copy + paste“, tj. „kopírovat + vložit“), což jsou zpravidla komické (typicky parodické či ironické) zprávy obvykle větší délky (cca jeden odstavec), u nichž je patrná větší míra vědomé stylizace a připravenosti, avšak kterou většinou

---

<sup>53</sup> Pokud ve své zprávě uživatel zahrne „@prezdivka-uzivatele“, daná zpráva se uživateli, který je zmíněn (může jím být a typicky jím bývá i Fišar), zobrazí zvýrazněná. Zmínka tedy funguje zároveň jako oslovení a prvek vertikálního členění.

sledující sám v daný moment nenapsal, pouze ji pravděpodobně odněkud zkopíroval a dál ji ve vhodný moment začne šířit, přičemž doufá, že ostatní sledující zaujme natolik, že ji sami také zkopírují a začnou ji spamovat. Jde o značně příznakovou formu, což ostatně platí pro zprávy delší než jedno až dvě souvětí obecně (k pocitování porušování maximy kvantity kap. 7.5.). Rovněž cypypasty mohou mít intertextuální povahu:

**Obr. 10 – Spam cypypasty (C1:  
1:43:01)**





Obr. 11 – Ukázka chatu (V7: 1:53)



## Závěr

V této práci jsme si dali za úkol popsat ze stylistického hlediska komunikaci, k níž dochází na streamovací platformě Twitch na kanále Vojtěcha Fišara, lépe známého pod přezdívkou „Agraelus“, a položit tak základ pro stylistické porozumění živých vysílání na Twitchi.

V teoretické části jsme pro absenci stylisticky orientované literatury na toto téma nejdříve zvážili fenomén mluvenosti a psanosti, což nám pro analýzu mluveného vysílání a alespoň mediálně psaného chatu poskytlo potřebné východisko. Dále jsme se věnovali vybraným aspektům funkčních stylů, u nichž jsme předpokládali, že budou pro Fišarův kanál relevantní: stylu prostěsdělovacímu, řečnickému, publicistickému se zaměřením na mluvené mediální dialogy pro zábavu a stylu elektronické komunikace, do níž jsme zahrnuli také Fišarovým vysíláním příbuznou komunikační oblast platformy YouTube a mluvu hráčů počítačových her.

Výsledky stylistické, částečně také multimodální analýzy a interpretace námi shromážděného materiálu pak skutečně potvrdily relevanci těchto stylů pro porozumění komunikace na Fišarově kanále. Základními vyjadřovacími prostředky Fišara i jeho sledujících jsou jednoznačně ty prostěsdělovacího stylu. Vyjadřování na kanále je typické svými rozvolněnými normami, svou bezprostředností, emocionalitou a expresivitou, které pomáhají vytvářet familiární, uvolněnou atmosféru ideální pro odpočinkové sledování. Odreagování a naplnění zábavní funkce slouží v tomto po všech jazykových rovinách značně anglicistním prostředí zejména komika, realizovaná skrze přirovnání a metafory, stejně jako využití stylově inkongruentních prvků, obvykle užívaných v rámci ironie, nadsázky a/nebo parodie. Spousta humoru pak vyplývá také ze vzájemné interakce Fišara a chatu, příp. dalších vysílajících, přičemž je běžně porušován kooperační princip.

To nás přivádí k významu, který má pro Fišarova vysílání kontaktovost a jí podmíněná persvaze. Podobně jako pro projevy řečníků je pro úspěch Fišarových vysílání klíčové navazovat se svým početným publikem dialog, průběžně ho aktivizovat skrze nejrůznější prostředky (druhou osobu, inkluzivní plurál, oční kontakt, imperativ, mnohé otázky...) a vhodně na něj persvazivně působit. Na rozdíl od komunikátů řečnického stylu vykazují však Fišarova vysílání mnohem větší známky vzájemnosti, co se navazovaného kontaktu týče, což můžeme vysvětlit tím, že Fišarův „kolektivní partner“ na rozdíl od publik řečnického stylu nemlčí, naopak má k dispozici prostor volně se vyjadřovat, emotivně reagovat na události vysílání, poskytovat Fišarovi zpětnou vazbu, ovlivňovat průběh vysílání a často také pocituje přirozenou potřebu navázat s Fišarem kontakt a snad i určitou formu vztahu, stát se součástí

jeho komunity. Sociální interakce mezi Fišarem a jeho diváky, stejně jako vztah, který se mezi nimi z dlouhodobého hlediska utváří, můžou připomínat ty mezi kamarády, přáteli. S tím přichází do konfliktu Fišarovo persvazivní, ekonomické směřování, kterého se tak někdy alespoň performativně zřiká skrze hyperbolickou, zdánlivě ironickou až parodickou dikci. Nezapomíná také projevat svou vděčnost skrze pravidelná poděkování a oceňování publika.

Orientace na publikum je významná rovněž pro mediální dialogy pro zábavu. Stejně jako ony je Fišarovo vysílání založené na zobrazování zdánlivě bezprostředních, autentických interakcí, které však nikdy nepřestávají být zároveň performativní, určené primárně k pobavení publika. Synchronní přítomnost adresátů je jedním z nejvýraznějších aspektů, kterými se živé vysílání odlišuje od jiných forem zábavy; adresáti představují naprosto zásadní slohotvorný faktor, vysílání živě by bez nich ztratilo svůj hlavní smysl. Fišar přitom není jen řečníkem, ale také moderátorem, připadá mu výsada a úloha komunikaci kontinuálně regulovat a zajišťovat tak nastolení, udržování a příp. znovunastolení podmínek nutných pro hladký průběh vysílání, aniž by docházelo k výraznějšímu ohrožení zábavní, příp. také ekonomické funkce komunikátu. S touto Fišarovou rolí se pojí značná komunikační asymetrie a je klíčové, avšak rovněž místy značně náročné, neztrácet v průběhu téměř každodenních několikahodinových vysílání nadhled a vtip a nepropadnout vůči sledujícím záštiplnému antagonismu.

Neodmyslitelnou vlastností prostředí, v němž Fišarova vysílání probíhají, stejně jako vysílání samotných je konečně jejich elektronická povaha a s ní se pojící potenciál pro multimodalitu, interaktivitu, intenzivní intertextovost (mj. zahrnováním jiných textů ve vysílání, reakcí na ně) ad. Pokud jsou užívány prostředky jiných kódů, ať už ze strany Fišara či sledujících, z jejichž prostředků jsou nejnápadnější samotnými uživateli tvořené emotikony, mívá vztah mezi vyjadřovacím prostředkem a referentem přirovnávací, resp. metaforickou povahu. Nejčastěji je toto užití motivováno pokusy o komiku.

Celkově výzkum hodnotíme jako velmi plodný, cítíme však, že se nám analyzovaný materiál, navzdory tomu, že jsme se účelně rozhodli omezit na jeden konkrétní kanál, podařilo zachytit pouze v jeho obrysech. Řada témat a otázek s nimi spojených zůstává otevřená, pobízí k dalšímu bádání. Blíže jsme nereflektovali rozličné podoby, jichž ve vysílání nabývá intertextualita, pouze částečně jsme objasnili význam alertů pro komunikaci, zcela stranou jsme ponechali mod hudby, pouze jsme naznačili vliv interaktivity jako slohotvorného faktoru a zejména co se týče emotikonů, jsme se nakonec omezili na ve výsledku pouze základní popis. Náš zájem o živá vysílání tak nepolevuje a doufáme, že se nám čtenáři podařilo alespoň naznačit proč.

## Seznam použité literatury

- ABIDIN, Crystal, 2018. *Internet Celebrity: Understanding Fame Online* [online]. Bingley, UK: Emerald Publishing [cit. 2024-06-19]. ISBN 978-1-78756-078-5. Dostupné z: [https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=e000xww&AN=1696638&site=ehost-live&ebv=EB&ppid=pp\\_VI](https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=e000xww&AN=1696638&site=ehost-live&ebv=EB&ppid=pp_VI)
- AMAGHLOBELI, Natia, 2012. Linguistic features of typographic emoticons in SMS discourse. *Theory and practice in language studies* [online]. London: Academy Publication Co., 2(2), 348–354 [cit. 2024-03-07]. ISSN 1799-2591. Dostupné z: doi:10.4304/tpls.2.2.348-354
- BLOMMAERT, Jan, 2005. *Discourse: a critical introduction*. Cambridge: Cambridge University Press. ISBN 0-521-53531-X. Dostupné také z: [https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=e000xww&AN=127045&site=ehost-live&ebv=EB&ppid=pp\\_vi](https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=e000xww&AN=127045&site=ehost-live&ebv=EB&ppid=pp_vi)
- BORECKÝ, Vladimír, 2000. *Teorie komiky*. Praha: Hynek. ISBN 80-862-0265-8.
- CRUSE, Alan, 2006. *A glossary of semantics and pragmatics*. Edinburgh: Edinburgh University Press. ISBN 1-322-98119-1. Dostupné z: doi:10.1515/9780748626892
- ČECHOVÁ, Marie, Marie KRČMOVÁ a Eva MINÁŘOVÁ, 2008. *Současná stylistika*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny. ISBN 978-80-7106-961-4.
- ČECHOVÁ, Marie, 2012. Humor v řeči a řeč humoru. In: ČECHOVÁ, Marie. *Řeč o řeči*. Praha: Academia, s. 30–39. ISBN 978-80-200-2069-7.
- ČMEJRKOVÁ, Světlá, 1997. Čeština v síti: Psanost či mluvenost? (O stylu e-mailového dialogu). *Naše řeč*. 80(5), 225–247. ISSN 0027-8203. Dostupné také z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7410>
- ČMEJRKOVÁ, Světlá, Martin HAVLÍK, Jana HOFFMANNOVÁ, Olga MÜLLEROVÁ a Jiří ZEMAN, 2013. *Styl mediálních dialogů*. Praha: Academia. ISBN 978-80-200-2267-7.
- DAWKINS, Richard, 2016. *The selfish gene*. 40th anniversary edition. Oxford, England: Oxford University Press. ISBN 0-19-109306-8.
- „emotikon“, 2024. In: *Akademický slovník současné češtiny* [online]. Praha: Ústav pro jazyk český AV ČR, v. v. i., 2017–2024 [cit. 2024-03-07]. Dostupné z: <https://www.slovníkcestiny.cz/heslo/emotikon/0/21657>

„Flying Black Adam“, 2022. In: *Know Your Meme* [online]. 2007–2024 [cit. 2024-03-23].  
Dostupné z: <https://knowyourmeme.com/memes/flying-black-adam>

GOFFMAN, Erving, 2005. *Interaction Ritual: Essays in Face-to-Face Behavior*. Revised Edition. USA: Routledge. ISBN 0-202-30777-8.

GRICE, H. P., 1975. Logic and conversation. In: COLE, Peter a Jerry L. MORGAN, ed. *Syntax and semantics 3: Speech arts*. New York: Academic Press, s. 41–58. ISBN 978-0-12-785423-6.

HARRÉ, Rom a Luk VAN LAGENHOVE, 1999. *Positioning theory: moral contexts of intentional action*. Oxford: Blackwell, vi. ISBN 0-631-21138-1.

HOFFMANNOVÁ, Jana, 2006. Ironický rozměr stylu internetové komunikace (se zaměřením na intertextovou signalizaci ironie). *Čeština doma a ve světě: Čeština na internetu*. Praha: Ústav českého jazyka a teorie komunikace FF UK, **14**(1–4), 35–41. ISSN 1210-9339.  
Dostupné také z: <https://sites.ff.cuni.cz/ucjtk/wp-content/uploads/sites/57/2015/11/CDS2006-14.pdf>

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

HOFFMANNOVÁ, Jana, 2017. PROJEVY MLUVENÉ A PSANÉ. In: KARLÍK, Petr, Marek NEKULA a Jana PLESKALOVÁ, ed. *CzechEncy – Nový encyklopedický slovník češtiny* [online]. Brno: Masarykova univerzita [cit. 2023-02-24]. Dostupné z: <https://www.czechency.org/slovník/PROJEVY%20MLUVEN%C3%89%20A%20PSAN%C3%89>

HOFFMANNOVÁ, Jana, Jiří HOMOLÁČ a Kamila MRÁZKOVÁ, ed., 2019. *Syntax mluvené češtiny*. Praha: Academia. ISBN 978-80-200-2961-4.

HOLANOVÁ, Radka, 2022. Propagace v rámci hráčských videí na YouTube. *Didaktické studie* [online]. Praha, **14**(2), 59–73 [cit. 2023-11-03]. ISSN 2571-0400. Dostupné z: [https://pages.pedf.cuni.cz/didakticke-studie/files/2023/02/Didakticke\\_studie\\_2\\_2022\\_FINAL.pdf](https://pages.pedf.cuni.cz/didakticke-studie/files/2023/02/Didakticke_studie_2_2022_FINAL.pdf)

HOMOLÁČ, Jiří, Petr MAREŠ, Jana HOFFMANNOVÁ, Lucie JÍLKOVÁ, Jakub KOPECKÝ a Kamila MRÁZKOVÁ, 2022. *Míšení žánrů, stylů a diskurzů v internetové komunikaci*. Praha: Academia. ISBN 978-80-200-3319-2.

HORTON, Donald a R. Richard WOHL, 1956. Mass Communication and Para-Social Interaction: Observations on Intimacy at a Distance. *Psychiatry: Interpersonal and Biological Processes*. 19(3), 215–229. Dostupné také z:

<https://doi.org/10.1080/00332747.1956.11023049>.

HUBÁČEK, Jaroslav a Marie KRČMOVÁ, 2017. SOCIOLEKT. In: KARLÍK, Petr, Marek NEKULA a Jana PLESKALOVÁ, ed. *CzechEncy – Nový encyklopedický slovník češtiny* [online]. Brno: Masarykova univerzita [cit. 2024-07-02]. Dostupné z:

<https://www.czechency.org/slovník/SOCIOLEKT>

„humor“, 2024. In: *Akademický slovník současné češtiny* [online]. Praha: Ústav pro jazyk český AV ČR, 2017–2024 [cit. 2024-03-07]. Dostupné z:

<https://www.slovníkcestiny.cz/heslo/humor/0/21061>

„ironie“, 2008. In: *Internetová jazyková příručka (SSJČ)* [online]. Praha: Ústav pro jazyk český AV ČR, 2008–2024 [cit. 2024-03-07]. Dostupné z:

<https://prirucka.ujc.cas.cz/?slovo=ironie>

JANDOVÁ, Eva, 2006. Komunikace na WWW chatu. In: JANDOVÁ, Eva, Jaroslav DAVID, Jana HOFFMANNOVÁ, Olga MÜLLEROVÁ a Diana SVOBODOVÁ. *Čeština na WWW chatu*. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, Filozofická fakulta, s. 22–40. ISBN 80-7368-253-2.

JEWITT, Carey, ed., 2017. *The Routledge handbook of multimodal analysis*. London: Routledge, Taylor & Francis Group. ISBN 978-0-415-51974-8.

JOHANSSON, Marjut, 2017. YouTube. In: HOFFMANN, Christian, Wolfram BUBLITZ a Klaus P. SCHNEIDER, ed. *Pragmatics of Social Media* [online]. 11. Germany: De Gruyter, s. 173–200 [cit. 2024-04-20]. ISBN 978-3-11-043107-0. Dostupné z:

doi:10.1515/9783110431070-007

KADERKA, Petr a Zdeňka SVOBODOVÁ, 2006. Jak přepisovat audiovizuální záznam rozhovoru? Manuál pro přepisovatele televizních diskusních pořadů. *Jazykovědné aktuality*. 43(3–4), 18–51.

KARLÍK, Petr, Marek NEKULA a Zdenka RUSÍNOVÁ, ed., 1996. *Příruční mluvnice češtiny*. 2., opr. vyd. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny. ISBN 80-7106-303-7.

KOWERT, Rachel a Emory DANIEL JR., 2021. The one-and-a-half sided parasocial relationship: The curious case of live streaming. *Computers in Human Behavior*

- Reports* [online]. 4(4), 1–7 [cit. 2024-06-17]. ISSN 2451–9588. Dostupné z:  
<https://doi.org/10.1016/j.chbr.2021.100150>
- LAKOFF, George a Mark JOHNSON, 2002. *Metafory, kterými žijeme*. Brno: Host. ISBN 80-7294-071-6.
- LIEBERS, Nicole a Holger SCHRAMM, 2019. Parasocial Interactions and Relationships with Media Characters: An Inventory of 60 Years of Research. *Communication Research Trends*. 38(2), 2–29. ISSN 0144-4646.
- MACUROVÁ, Alena a Ondřej SLÁDEK, 2012. Roman Jakobson: Lingvistika a poetika. In: MACURA, Vladimír a Alice JEDLIČKOVÁ. *Průvodce po světové literární teorii 20. století*. Brno: Host, s. 370–379. ISBN 978-80-7294-848-2.
- „mem“, 2024. In: *Akademický slovník současné češtiny* [online]. Praha: Ústav pro jazyk český AV ČR, 2017–2024 [cit. 2024-03-07]. Dostupné z:  
<https://slovníkcestiny.cz/heslo/mem/0/26125>
- PETERKA, Josef, 2007. *Teorie literatury pro učitele*. 3. vyd. Jiloviště: Mercury Music & Entertainment. ISBN 978-80-239-9284-7.
- „persona“, 1999. In: *Cambridge Dictionary* [online]. [cit. 2024-02-17]. Dostupné z:  
<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/persona>
- RAIBLE, Wolfgang, 2015. Literacy and Orality. In: WRIGHT, James D., ed. *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences* [online]. Second Edition. Elsevier, Vol. 14: 241–245 [cit. 2024-02-24]. ISBN 978-0-08-097086-8. Dostupné z:  
[https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=957369&site=ehost-live&ebv=EB&ppid=pp\\_14-241](https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=957369&site=ehost-live&ebv=EB&ppid=pp_14-241)
- SCHNEIDEROVÁ, Soňa, 2021. Jazyk českých youtuberů s ohledem na frazeologii. In: JANOVEC, Ladislav, ed. *Svět v obrazech a ve frazeologii II*. Praha: PedF UK, s. 429–434. ISBN 978-80-7603-201-9.
- SCHÖNBAUEROVÁ, Eliška, 2014. *Mluva hráčů počítačových her*. Bakalářská práce. České Budějovice: FF JČU. Vedoucí práce: doc. PaedDr. Bohumila Junková, CSc.
- SCHÖNBAUEROVÁ, Eliška, 2017. *Jazykové roviny mluvy hráčů počítačových her*. Diplomová práce. České Budějovice: FF JČU. Vedoucí práce: doc. PaedDr. Bohumila Junková, CSc.

VĚTROVCOVÁ, Eliška, 2017. *Komunikace na YouTube. YouTuberi jako nový fenomén.*  
Diplomová práce. České Budějovice: PedF JČU. Vedoucí práce: Mgr. Michaela Křivancová,  
Ph.D.



## Seznam analyzovaného materiálu

### V1–V10

**V1:** Začni ŘVÁT a KONČÍŠ! - DON'T SCREAM, 2023. In: *YouTube, kanál "Agraelus Reakce"* [online]. 1. 11. 2023 [cit. 2024-06-21]. Dostupné z:

[https://www.youtube.com/watch?v=u9GA7k\\_uXNA](https://www.youtube.com/watch?v=u9GA7k_uXNA)

**V2:** Agrael dohrál Dead Signal - Bylo to ŠÍLENÝ!, 2023. In: *YouTube, kanál "Agraelus Reakce"* [online]. 31. 10. 2023 [cit. 2024-06-21]. Dostupné z:

<https://www.youtube.com/watch?v=NzVaXdE9Hw>

**V3:** Herdyn to přežil! - Lethal Company - Haiset a Flygun!, 2023. In: *YouTube, kanál "Agraelus Reakce"* [online]. 29. 11. 2023 [cit. 2024-06-21]. Dostupné z:

<https://www.youtube.com/watch?v=l3XbHeShR4I>

**V4:** Pay-To-Win auta v Turnaji Streamerů?, 2023. In: *YouTube, kanál "Agraelus Reakce"* [online]. 30. 10. 2023 [cit. 2024-06-21]. Dostupné z:

<https://www.youtube.com/watch?v=hISaEcWQAwm>

**V5:** Bráškovice 2.0 - LIMITOVANÁ EDICE - UNBOXING, 2023. In: *YouTube, kanál "Agraelus Reakce"* [online]. 22. 10. 2023 [cit. 2024-06-21]. Dostupné z:

<https://www.youtube.com/watch?v=En077Z1cEXw>

**V6:** Flygun okradl Agraela o spolupráci!, 2023. In: *YouTube, kanál "Agraelus Reakce"* [online]. 26. 10. 2023 [cit. 2024-06-21]. Dostupné z:

<https://www.youtube.com/watch?v=Osqu0vnS75w>

**V7:** 100.000 Kč 💰 DONATE, 2024. In: *YouTube, kanál "Agraelus Reakce"* [online]. 25. 1. 2024 [cit. 2024-06-21]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=rHZBe8LwQIA>

**V8:** Tik Tok Aleny Schillerové je něco ŠÍLENÉHO! 🤪, 2024. In: *YouTube, kanál "Agraelus Reakce"* [online]. 2. 3. 2024 [cit. 2024-06-21]. Dostupné z:

<https://www.youtube.com/watch?v=LKR07NgWzNE>

**V9:** Češi přestávají pít pivo! - Spotřeba je na minimum, 2024. In: *YouTube, kanál "Agraelus Reakce"* [online]. 8. 5. 2024 [cit. 2024-06-21]. Dostupné z:

<https://www.youtube.com/watch?v=q-froS0yffw>

**V10:** Budoucnost Agraela - Život Streamera, 2023. In: *YouTube, kanál "Agraelus Reakce"* [online]. 23. 10. 2023 [cit. 2024-06-21]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=6WX3iwhDsAA>

## **K1–K16**

**K1:** Hlasitost, 2024. In: *YouTube, kanál "ReRe"* [online]. 2. 7. 2024 [cit. 2024-07-02]. Dostupné z:

<https://youtube.com/clip/UgkxI6HrNF6chNnLscJAEdcAEPjq03Pos2Hy?si=YMIGKxjX8NisZBbv>

**K2:** Potroleno Michalem | Agraelus, 2024. In: *YouTube, kanál "gganstar"* [online]. 24. 1. 2024 [cit. 2024-07-02]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=BzQIVg3ofMY>

**K3:** unsubs falešné otázky spojení subů s výkonem streamera plus persvaze falešné otázky, 2024. In: *Twitch, kanál "Agraelus"* [online]. 8. 3. 2024 [cit. 2024-07-02]. Dostupné z: [https://clips.twitch.tv/SteamyDeafMartenArgieB8-pps49r\\_2KjldyMwU](https://clips.twitch.tv/SteamyDeafMartenArgieB8-pps49r_2KjldyMwU)

**K4:** děkování persvaze ekonomická, 2024. In: *Twitch, kanál "Agraelus"* [online]. 28. 2. 2024 [cit. 2024-07-02]. Dostupné z: [https://clips.twitch.tv/TallStupidDovePeoplesChamp\\_Gq77vaGr243kH-Z](https://clips.twitch.tv/TallStupidDovePeoplesChamp_Gq77vaGr243kH-Z)

**K5:** baitění subů vtipkování vše provázané s gamepl a se vším většina lidí vtipkuje že ne ale pak sub, 2024. In: *Twitch, kanál "Agraelus"* [online]. 5. 3. 2024 [cit. 2024-07-02]. Dostupné z: <https://clips.twitch.tv/BitterJollyPandaDancingBaby-4yqSq9sRjeYfNUem>

**K6:** děkování za donos a subs, chválení subů a donátorů, elipsa u subů, zdrobněliny, 2024. In: *Twitch, kanál "Agraelus"* [online]. 26. 2. 2024 [cit. 2024-07-02]. Dostupné z: [https://clips.twitch.tv/SpeedySteamyWolfThunBeast-K963M\\_Dd0gAk3REv](https://clips.twitch.tv/SpeedySteamyWolfThunBeast-K963M_Dd0gAk3REv)

**K7:** reakce ironie emote only mód urážení chatu, 2024. In: *Twitch, kanál "Agraelus"* [online]. 17. 3. 2024 [cit. 2024-07-02]. Dostupné z: <https://clips.twitch.tv/SillyUnusualOkapiYouDontSay-i5zL54dcH8IhzNL5>

**K8:** Spam a konfrontace hatewatchera, 2024. In: *YouTube, kanál "Agraelus Reakce"* [online]. 5. 7. 2024 [cit. 2024-07-05]. Dostupné z: <https://youtube.com/clip/UgkxLiugFQost1qYZIBQuno00JrUPUfJxiYs?si=qt-X7wZURiuhklhe>

**K9:** Napodobování, parodování, zde i extralingvální prostředky, 2024. In: *YouTube, kanál "Agraelus Reakce"* [online]. 6. 7. 2024 [cit. 2024-07-06]. Dostupné z:

<https://youtube.com/clip/UgkxpL-PsN7rYdJbVaasiUpXvGIItiNQVv3nj?si=JCYrJlGPxfd4X0b1>

**K10:** interakce, pak hrození permou, ale je jasné, že ne, 2024. In: *Twitch, kanál "Agraelus"* [online]. 26. 2. 2024 [cit. 2024-07-06]. Dostupné z:

[https://clips.twitch.tv/GorgeousWimpyTomatoUncleNox-J3KSk\\_E--uwEtj3q](https://clips.twitch.tv/GorgeousWimpyTomatoUncleNox-J3KSk_E--uwEtj3q)

**K11:** explicitní farmení emotes, děkování, 2024. In: *Twitch, kanál "Agraelus"* [online]. 22. 2. 2024 [cit. 2024-07-06]. Dostupné z: <https://clips.twitch.tv/CreativeExcitedSheepTebowing-M0CABK4g8dqWCxAJ>

**K12** (3:00–6:17): Marináda 🍷 The Guest | 20.1.2024 | @TheAgraelus, 2024. In: *YouTube, kanál "Agraelovo Stream Šílenství"* [online]. 25. 1. 2024 [cit. 2024-07-06]. Dostupné z:

<https://youtu.be/D4wjjTmBj38?feature=shared&t=180>

**K13:** ironie i pomocí gest entusiasmus v hlase spíše ironický základ sušší anglická výslovnost, 2024. In: *Twitch, kanál "Agraelus"* [online]. 11. 3. 2024 [cit. 2024-07-06]. Dostupné z: <https://clips.twitch.tv/WealthyHilariousDotterelMcaT-jyrvk0TFqZYrvGyr>

**K14:** triko dolů za 900 kouty za 2500 mimochodem asociace, 2024. In: *Twitch, kanál "Agraelus"* [online]. 25. 5. 2024 [cit. 2024-07-06]. Dostupné z:

<https://clips.twitch.tv/SleepyCourageousVampireHassaanChop-9eCjmtaDeom2d2og>

**K15:** jeden tiktok na proložení, 2024. In: *Twitch, kanál "Agraelus"* [online]. 17. 3. 2024 [cit. 2024-07-06]. Dostupné z: [https://clips.twitch.tv/EvilJoyousWebDancingBaby-5wZZ\\_deVD-fNzLRg](https://clips.twitch.tv/EvilJoyousWebDancingBaby-5wZZ_deVD-fNzLRg)

**K16:** I L U Z E, 2024. In: *Twitch, kanál "Agraelus"* [online]. 20. 1. 2024 [cit. 2024-07-06].

Dostupné z: <https://clips.twitch.tv/TangibleBetterBobaHotPokket-f0Tuf-mDS2oOAhPb>

## C1–C5

**C1:** ❌ ❁ HELLDIVERS 2 FT. MELICHAR, HERDYN, HAISSET ❌ ❁ TOP DONO BERE LÁHEV BRÁŠKOVICE 2.0 S JMENOVKOU ❌ ❁ DONO = 5x DYING LIGHT 2 ❌ ❁, 2024. In: *Twitch, kanál "Agraelus"* [online]. 28. 2. 2024 [cit. 2024-04-05]. Již

nedostupné, původně dostupné z: <https://www.twitch.tv/videos/2006514667>

C2: 🗡️ FILMOVÝ HOROR AT DEAD OF NIGHT 🗡️ TOP DONO BERE LÁHEV  
BRÁŠKOVICE 2.0 SE JMENOVKOU 🗡️ DONO = 3X HELLDIVERS 2 🗡️, 2024.

In: *Twitch, kanál "Agraelus"* [online]. 3. 3. 2024 [cit. 2024-04-05]. Již nedostupné, původně dostupné z: <https://www.twitch.tv/videos/2015224763>

C3: 🏆 MALENIA FIRST TRY 🏆 NOVÝ HOROR REVEIL 🏆 TOP DONO BERE ÚPLNĚ  
PRVNÍ TOP DONO 2024 BALÍČEK A BRÁŠKOVICI 🏆 DONO = 4x CYBERPUNK PC

🏆, 2024. In: *Twitch, kanál "Agraelus"* [online]. 8. 3. 2024 [cit. 2024-04-05]. Již nedostupné, původně dostupné z: <https://www.twitch.tv/videos/2046259814>

C4: 🌟 dnes tankuji letadla 🌟 top dono bere nový 2024 balíček a discord call 🌟 dono = 3x  
helldivers 2 steam 🌟, 2024. In: *Twitch, kanál "Agraelus"* [online]. 17. 3. 2024 [cit. 2024-04-05]. Již nedostupné, původně dostupné z: <https://www.twitch.tv/videos/2053314902>

C5: 😈 FOXOVÁ REAKCE 😈, 2024. In: *Twitch, kanál "Agraelus"* [online]. 23. 5. 2024 [cit. 2024-05-28]. Dočasně dostupné z: <https://www.twitch.tv/videos/2153314902>

## **Seznam příloh**

Příloha 1 – Transkript V1

Příloha 2 – Transkript V2

Příloha 3 – Transkript V3

Příloha 4 – Transkript V6

Příloha 5 – Transkript V9