

Literatura

- BAKER, Paul. *Sociolinguistics and Corpus Linguistics*. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2010.
- BARTOŠEK, Jaroslav. Jazyk žurnalistiky. In Daneš, F. a kol.: *Český jazyk na přelomu tisíciletí*. Praha: Academia, 1997, s. 42–67.
- BEDNAŘÍK, Petr, JIRÁK, Jan, KÖPPLOVÁ, Barbara. *Dějiny českých médií: od počátku do současnosti*. Praha: Grada, 2011.
- BOURDIEU, Pierre. *Co se chce říct mluvením. Ekonomie jazykové změny*. Praha: Nakladatelství Karolinum, 2014. Překlad Martin Pokorný.
- BURTON, Graeme, JIRÁK, Jan. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister & Principal, 2001.
- CLEMENTE, Mark N. *Slovník marketingu*. Brno: Computer Press, 2004.
- ČAPKOVÁ, Radka. Reklama a její využití v hodinách českého jazyka a literatury. *Český jazyk a literatura* 58(3), 2007–2008, s. 126–134.
- ČMEJRKOVÁ, Světla, HOFFMANNOVÁ, Jana (eds). *Jazyk, média, politika*. Praha: Academia, 2003.
- ČMEJRKOVÁ, Světla. *Čeština v reklamě, reklama v češtině*. Praha: Leda, 2010.
- de SAUSSURE, Ferdinand. *Kurz obecné lingvistiky*. Praha: Academia, 2007.
- FIDELIUS, Petr. *Řeč komunistické moci: nové, rozšířené vydání*. Praha: Triáda, 2016.
- FORET, Martin (ed.). *Média dnes, reflexe mediality, médií a mediálních obsahů*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2008.
- GREPL, Miroslav, ŠIMÍK, Radek. Epistémická modalita. In Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds), *CzechEncy - Nový encyklopedický slovník češtiny*, 2017. URL: https://www.czechency.org/slovník/EPISTÉMICKÁ_MODALITA (poslední přístup: 23. 11. 2019)
- HALADA, Jan, OSVALDOVÁ, Barbora (eds). *Slovník žurnalistiky: výklad pojmů a teorie oboru*. Praha: Nakladatelství Karolinum, 2017.
- HEJLOVÁ, Denisa. *Public relations*. Praha: Grada, 2015.
- HIRSCHOVÁ, Milada, SCHNEIDEROVÁ, Soňa. *Evidenciální výrazy v českých publicistických textech (případ údajně - údajný)*. In Ústav pro jazyk český [online]. [b.r.] [vid. 2019-02-12]. Dostupné z: http://www.ujc.cas.cz/miranda2/export/sitesavcr/ujc/veda-vyzkum/vyzkum/gramatika-a-korpus/proceedings-2012/konferencni-prispevky/HirschovaMilada_SchneiderovaSona.pdf
- HLAVSA, Zdeněk. *K jazykovědné analýze komunikace v hromadných sdělovacích*

- prostředcích*. Slovo a slovesnost [online]. 1990, 51(2), s. 124–130 [vid. 2018-01-30]. Dostupné z: <http://sas.ujc.cas.cz/archiv.php?art=3346>
- HOFFMANNOVÁ, Jana a kol. *Stylistika mluvené a psané češtiny*. Praha: Academia, 2016.
- HOLANOVÁ, Radka. *Intertextualita v reklamě*. Praha: Pedagogická fakulta UK, 2012.
- HOLANOVÁ, Radka. Frazologie v časopisech pro děti. In Janovec, L. (ed.): *Svět v obrazech a frazeologii II*. Praha: Pedagogická fakulta UK, 2020, s. 403–409.
- HULEJA, Jan. Přerámcování Řecka v českých mainstreamových psaných médiích. *Lidé města* 15(1), 2013, s. 65–86.
- JÍLEK, Viktor. *Publicistická sdělení v kontextu teorie komunikace*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2004.
- JÍLEK, Viktor. *Žurnalistické texty jako výsledek působení jazykových a mimojazykových vlivů*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2009.
- JÍLEK, Viktor, BEDNAŘÍKOVÁ, Božena, SVOBODOVÁ, Jindřiška a kol. *Jazyk moderátorů Událostí, hlavního zpravodajského pořadu České televize*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2016.
- JIRÁK, Jan. Narace. In Reifová, I. a kol.: *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004, s. 159–160.
- KOŇCZYNOVÁ, Monika. *Kritická analýza Haló novin zaměřená na politický diskurz*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, Filozofická fakulta. Bakalářská práce. Vedoucí práce Mgr. Vladimír Polách, Ph.D.
- KOŽINOVA, Alla. *Obraz mira v dřevnem slavjanskom diskurse: k voprosu ob intervertirovannosti dřevních diskursov*. In Brzorowska, D. a kol.: *Lingvistika diskursa i perspektivy jejo razvitija v paradigma sovremennoj slavistiki*. Minsk: RIVŠ, 2013, s. 11–20.
- LAKOFF, George, JOHNSON, Mark. *Metafory, kterými žijeme*. Brno: Host, 2002.
- LAKOFF, George. *Ženy, oheň a nebezpečné věci*. Praha: Triáda, 2006.
- LAKOFF, George. *The Political Mind. Why You Can't Understand 21st-Century American Politics with an 18th-Century Brain*. New York: Viking, 2008.
- LEECH, Geoffrey. *Semantics*. Harmondsworth: Penguin Books, 1974.
- MAREŠ, Petr. Interpretace textu. In Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds), *CzechEncy – Nový encyklopedický slovník češtiny*, 2017. URL: https://www.czechency.org/slovník/INTERPRETACE_TEXTU (poslední přístup: 2. 4. 2020)
- MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 2002.

- SCHMID, Ondřej. „Pražská kavárna“ jako lingvistické téma. 2020 [cit. 2021-1-17]. Dostupné z: <https://dspace.cuni.cz/handle/20.500.11956/117978>. Praha: Univerzita Karlova, Pedagogická fakulta, 2020. Bakalářská práce. Vedoucí práce Martina Šmejkalová.
- SCHNEIDEROVÁ, Soňa. Jak se mění titulky z první strany listu. In *Konec a začátek v jazyce a literatuře*. Ústí nad Labem: Univerzita J. E. Purkyně, 2001, s. 49–55.
- SCHNEIDEROVÁ, Soňa. Příběh jako součást zpravodajství. In Klímová, K. – Kolářová, I. – Tušková, J. M. (eds): *Stylistika v kontextu historie a současnosti*. Brno: Masarykova univerzita, 2013, s. 181–191.
- SCHNEIDEROVÁ, Soňa. Možnosti analýzy mediálního diskurzu v mediální výchově. *Didaktické studie* 1(2), 2014, s. 162–180.
- SCHNEIDEROVÁ, Soňa. *Analýza diskurzu a mediální text*. Praha: Nakladatelství Karolinum, 2015.
- SCHNEIDEROVÁ, Soňa, HOLANOVÁ, Radka, JANOVEC, Ladislav, ŠMEJKALOVÁ, Martina. K současnému stavu a perspektivám mediální výchovy. *Didaktické studie* 9(2), 2017, s. 165–182.
- SRPOVÁ, Hana. Reklama zaměřená na děti. In Jaklová, A. (ed.): *Komunikace - styl - text*. České Budějovice: Jihočeská univerzita, 2006.
- SRPOVÁ, Hana, BARTOŠEK, Jaroslav, ČMEJRKOVÁ, Světlá, JAKLOVÁ, Alena, PÁCL, Pavel. *Od informace k reklamě*. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, Filozofická fakulta, 2007.
- SVOBODOVÁ, Jindřiška. Interpretace zpravodajských sdělení jako součást mediální výchovy. *Český jazyk a literatura* 65 (5), 2014–2015, s. 214–221.
- SVOBODOVÁ, Jindřiška. *Manipulace a argumentace v politickém a mediálním diskurzu*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2016.
- SVOBODOVÁ, Jindřiška. Tištěná zpráva a možnosti její interpretace. *Didaktické studie* 10(2), 2017–2018, s. 79–94.
- SVOBODOVÁ, Jindřiška. Kritická analýza novinové zprávy. Případová studie. *Český jazyk a literatura* 68 (1), 2017–2018, s. 1–6.
- SVOBODOVÁ, Jindřiška a kol. *Kritické čtení mediálních textů*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2018.
- ŠEBESTA, Karel. Jazyk zpráv. In Osvaldová, B. a kol. *Zpravodajství v médiích*. 2., upr. vyd. Praha: Karolinum, 2011, s. 117–135.
- ŠINKOVIČOVÁ, Patricie. *Jazykový rozbor příznakových projevů na dezinformačním serveru*. Praha: Univerzita Karlova, Pedagogická fakulta, 2019. Bakalářská práce. Vedoucí práce Robert Adam.

- ŠMEJKALOVÁ, Martina. *Jazyk 19. století na materiále dobové žurnalistiky*. Slovenská jazykovedná spoločnosť pri Jazykovednom ústave Ľ. Štúra SAV, Prešov, 16. 6. 2020. Nepublikovaná prednáška.
- TOPINKOVÁ, Martina: *Jak poznat skrytou reklamu na sociálních médiích?* *European Journalism Observatory* [online]. 2018 [cit. 2021-1-15]. Dostupné z: <https://cz.ejo-online.eu/5555/nova-media-a-web-2-0/jak-poznat-skrytou-reklamu-na-socialnich-mediich>
- UHLÍŘOVÁ, Ludmila. Větosled. In Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds), *CzechEncy – Nový encyklopedický slovník češtiny*, 2017. URL: <https://www.czechency.org/slovník/VĚTOSLED> (poslední přístup: 23. 11. 2019)
- VÁGNER, Ivan. Reklama a propagační mix. In Rutová, N. (ed.): *Média tvořivě*. Praha: Aisis, 2008.
- VAŇKOVÁ, Irena a kol. *Co na srdci, to na jazyku*. Praha: Nakladatelství Karolinum, 2005.
- VAVŘIČKOVÁ, Alena. *Děti a reklama*. Liberec: Nový Bor, 2010.
- VYSEKALOVÁ, Jitka, KOMÁRKOVÁ, Růžena. *Psychologie reklamy*. Praha: Grada, 2002.
- ŽAŽA, Stanislav. Voluntativní modalita. In Petr Karlík, Marek Nekula, Jana Pleskalová (eds), *CzechEncy – Nový encyklopedický slovník češtiny*, 2017. URL: https://www.czechency.org/slovník/VOLUNTATIVNÍ_MODALITA (poslední přístup: 23. 11. 2019)